从“一爹难求”到“一城托举”

微短剧“精品突围”

是银发族与城市发展的新机遇吗？

现象 剧组重金求『霸总爹』引发对银发族投身微短剧创作的期待

“‘董事长父亲’还没找到！”副导演举着对讲机喊得焦急。在浙江的短剧拍摄基地，这样的情况已见怪不怪。

近日，浙江东阳横店影视城“缺爹”的消息登上热搜。

数据显示，今年上半年浙江备案的重点网络微短剧有251部，其中52部已获发证。但剧组普遍头疼：60岁以上能演父辈角色的演员紧缺，“找个靠谱的‘爹’比找投资还难”，甚至成了圈内新梗。

微短剧是啥？2022年，《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》明确，单集时长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的故事情节的内容为微短剧。形式上多为竖屏，契合手机屏幕，随时随地方便观看；内容上剧情浓缩但又跌宕起伏，主打一个扣人心弦。

微短剧演员缺口直接推高了薪酬。8月23日，横店影视城演员公会特约经纪业务负责人邬影潇介绍，普通群演日薪约200元，而能演“霸总父亲”的特约演员报价已涨至400元到800元。预算宽裕的剧组甚至愿意花3000元到5000元请有经验的老演员。即便如此，这些演员依旧档期满满。

傅伟兵是传承影视负责人，直言这是行业多年积弊造成的“断层”。过去影视市场几乎只追捧年轻演员，很多人30多岁就因无戏可演而转行。如今微短剧爆发，大量“父母叔伯”角色急需填补，市场自然接不住。“现在常见40岁演员演45岁父母，30多岁的演员演40岁角色，降龄出演成了无奈之举。”

邬影潇表示，目前横店每天有超过100个微短剧剧组同时开机拍摄，剧组需求和演员供给之间存在缺口。

这种现象甚至引发网友们对银发族投身微短剧创作的期待。有网友调侃：“是不是该开个老年演员培训班，让退休爸妈继续发光发热？”

眼下，浙江正着手整合资源，推动中老年演员培训，同时鼓励创作者挖掘更多不同年龄段的故事，为产业持续注入活力。

原因 市场规模超电影票房 内容精品化是必然选择

“急缺爹”的背后，其实是近年来短剧行业爆发的表现之一。

微短剧2023年、2024年以来一路高歌猛进，今年热度不减，以致大量“父母叔伯”角色缺人……

微短剧有多火？数据显示，2024年，我国微短剧市场规模已攀升至504亿元，首超电影票房。近日发布的《2025年微短剧阶段性发展报告》显示，我国微短剧市场规模将突破634亿元，用户规模达6.96亿。微短剧这一新大众文艺形态已经从年轻人主导扩展至全年龄段，“银发剧场”占比正显著提升。

早期，微短剧凭借“土味甜宠”“强情节快节奏”吸引大量观众，市场迅速扩张。但随着用户审美日趋成熟，粗制滥造、套路化严重的作品逐渐失宠，观众渴望看到有深度、有内涵、制作精良的微短剧。微短剧已走过单纯追求“数量扩张”的阶段，正迈向注重“质量提升”、打造精品内容的新时代。

在微短剧市场，剧情常围绕家庭关系展开，“爹妈”角色举足轻重。他们的表演直接影响家庭场景的真实感与情感张力。以往，影视行业重青年角色，致使中年演员发展受限、纷纷转行，人才出现断层。如今微短剧市场需求爆发，演员储备却跟不上，即便有年轻演员尝试反串，因生活感悟与表演功底不足，也难以精准塑造角色，无法满足观众日益提升的审美需求。

微短剧并非长剧的“缩水版”，它对演员、剧本、服化道等都提出了新的要求。在这样“卷”的行业环境中，若想实现弯道超车，内容精品化是必然选择。

也就是说，“重金求爹”背后，剧组缺的不是“爹”这一角色，而是像“爹”“妈”这类具备丰富生活阅历、出色表现力，能够撑起复杂角色、提升作品质感的演员，反映出微短剧产业爆发式增长下的人才供给滞后的困境。

隐忧 流量狂奔中 荒诞与同质化拖慢进阶脚步

流量狂奔的当下，微短剧高速发展也面临挑战与隐忧。前不久，在某热播短剧中出现“1胎99子”的剧情，相关话题迅速登上热榜，引发网友关注。根据剧情，女主意外怀上“龙种”并在临盆时出现超自然现象，最终诞下99个孩子，还出现把孩子摞起来、进宫面圣的猎奇画面。目前，该短剧已在短视频平台下架。

荒诞化、过度追求“爽感”成为微短剧行业痼疾，内容同质化现象也较为突出。此前流行的“霸总”“穿越”等套路虽热度有所下降，但新的优质原创内容尚未充分填补空白。不少微短剧情节、人设相似，逆袭、复仇等题材扎堆出现，难以给观众带来持久新鲜感。

版权问题是悬在微短剧行业头顶的“达摩克利斯之剑”。微短剧行业存在未经授权改编网络小说、抄袭影视剧桥段等乱象。由于微短剧制作和传播技术更新快，法律法规制定相对滞后，加之网络环境复杂，侵权行为隐蔽性强、取证难。从业者与公众版权意识薄弱，导致维权成本高，严重制约行业健康发展。

同时，微短剧质量把控难度较大。一些平台为追求流量，对微短剧内容审核宽松，导致部分粗制滥造、价值观偏差的作品流入市场。比如，部分微短剧宣扬错误价值观，给观众尤其是青少年带来不良影响。

微短剧的未来，既需要以“快”制胜，抢占先机；更需要以“慢”沉淀，彰显价值。加强内容创新、完善版权保护、强化平台监管多措并举，微短剧方能从“流量取胜”进阶到“价值深耕”，实现行业健康长远发展。

托举 放大用好行业红利 郑州“竖店”崛起的逻辑能复制吗？

在影视制作领域，浙江横店闻名遐迩。令人意想不到的是，乘着微短剧风口，河南郑州发展成为全国微短剧制作重要基地，被许多人称为“竖店”。微短剧制作企业超800家，从业人员规模达3万人，每天超100部短剧开机，产能约占全国近四成……

不是电影名城，也没有剧作传统，郑州何以跻身“影视重镇”？

地处中原腹地，四通八达是基础。拿高铁来说，以郑州为中心，河南已形成1小时覆盖省辖市、2小时连通周边省会城市及京津冀、3小时通达长三角、4小时通达成渝地区、5小时通达粤港澳大湾区等全国主要经济区的“12345”高铁出行圈，各种要素资源可以顺畅流动。

交通便利的地方有很多，郑州凭啥上演“一出好戏”？历史是根脉，文化是灵魂。从古代聚落到都城遗址，从特色街区到名人故居，深厚的历史，赋予城市以文化底蕴，也成为影视创作的拍摄资源。传承与发展的流变、传统与现代的碰撞、文化与经济的交融，堪称取之不竭的影视富矿。

此外，“有形之手”也在“四两拨千斤”。去年，《关于郑州市加快推进网络微短剧产业高质量发展扶持政策的意见》发布；今年，河南省政府工作报告明确提出“支持郑州打造‘微短剧创作之都’”。推动产业升级、创造就业岗位、促进文旅融合……不断放大用好行业红利，郑州是认真的。

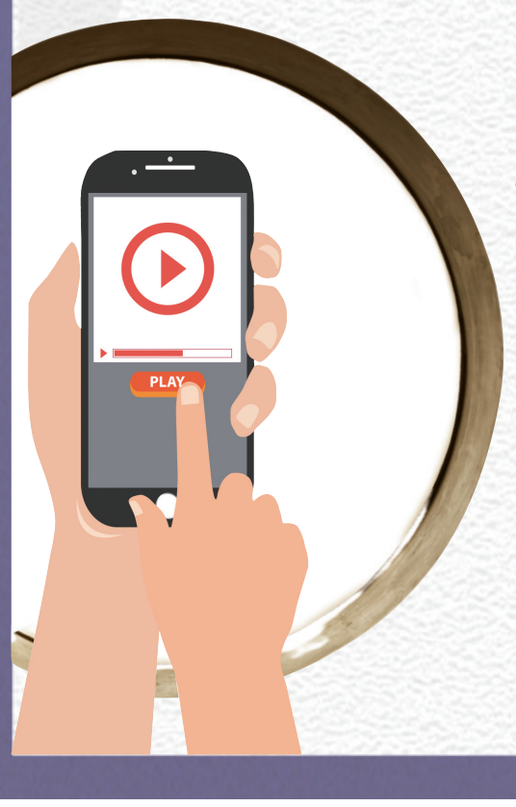
随着微短剧的蓬勃发展，大江南北正兴起多个“竖店”。广东东莞，当地短剧基地打造了上百个标准化场景，实现“3天拍摄、7天制作、15天上线”。浙江更是全面开花，从金华横店、宁波象山等老牌影视基地，到杭州余杭、衢州衢江、湖州南浔、台州临海等区域已形成完整的微短剧产业链。位于四川成都国际非遗博览园的繁星大片场建成后将成为西南地区最大的短剧基地，其一期建设预计9月底全面完工。

郑州如何弯道超车？郑州有鲜明的产业发展思路。优化闲置资源，卖建材的商铺、摆瓷砖的展厅，摇身一变就是“总裁办公室”“重症监护室”；提升运营效率，“早上写剧本、下午拍摄、晚上剪辑，第二天就能上线”，制作成本大幅降低。人有我优，正是“竖店”竞争的底气。

如何避免“旺火”成为“虚火”？郑州也在探索破局之道。在今年举行的“文脉千年·剧说郑州”网络微短剧剧本征集活动中，当地打造“少林功夫、天下黄河、黄帝故里、漫步商都、幻乐之城”的城市特色，为的就是从“短剧工厂”升级为“短剧之都”。

近年来，包括微短剧在内的中国网络影视剧、网络文学、网络游戏在全球展现出强劲的发展势头，成为中国文化出海“新三样”，推动中国文化服务出口迈向新高度。

期待“竖店”崛起的这部剧本，精彩却不荒诞，“开门红”更要“满堂彩”。微短剧的未来，既需要“竖店”提供的产业支撑，更离不开对内容创新、版权保护、人才培育的持续深耕。唯有如此，才能共同奔赴互联网优质内容创作的星辰大海。（综合《大河报》《光明日报》《文汇报》等）



延伸阅读

微短剧或成银发经济实践样本

微短剧精品化已经成为了行业共识。今年8月，南方都市报举办的以“探路网络微短剧精品化发展”为主题的研讨会上，产业链各环节的代表们认为，伴随着微短剧备案政策落地、专业影视团队的入局，微短剧精品化已经成为了行业未来发展的必然趋势。

年近60岁的演员姚小艺说，之前他参与了西影传媒携手浙江卫视、抖音联合打造的精品网络短剧《南辕北辙的我们》的拍摄，该剧主线讲述的是当代年轻人返乡创业的奋斗历程，整部剧的拍摄要求和拍摄质量都不输给一些长剧甚至电影。

回顾微短剧行业的发展历程，其从诞生之初似乎就难以摆脱“原罪”，但本质上，微短剧仅是一种内容表现形式，不应该因为对这一内容载体的偏见而迁怒至内容本身。从另一个角度来看，更应该从中老年向“甜宠”微短剧爆火的现象背后，看到长久以来一直被忽视的中老年群体的情感需求和消费需求。

有微短剧制片人介绍说，其实中老年人群正在逐渐成为微短剧市场的主力消费人群，只是之前他们一直属于被忽视的观剧人群。QuestMobile发布的《2024银发人群洞察报告》显示，短视频APP行业为银发人群总时长TOP 1行业，占比高达35.1%，较全网用户市场占比高出了5.2%。其中，微短剧因内容简短易懂、操作简便等特点，微短剧类应用受到银发人群的青睐。

从以上数据可以看到，银发人群对微短剧的消费需求巨大，与其一味“禁止”，倒不如对中老年题材向的微短剧加以正确引导和规范，让中老年群体在互联网时代通过好的文艺作品找到认同感和归属感，进而为晚年生活增添幸福感。此外，我国已经进入中度老龄化社会，围绕中老年群体需求去发展“银发经济”，也能更好地应对人口老龄化带来的挑战。而微短剧作为近年兴起的并深受中老年群体喜爱的内容表现形式，或许能为“银发经济”的具体实践提供一个可参照的样本。

近日，广电总局网络视听司针对中老年题材微短剧发布了管理提示，当中就提到，鼓励塑造善良慈爱、智慧豁达、勇敢自立、老当益壮的中老年人物形象；鼓励立足孝老爱亲、邻里互助、社会和谐的主题，创作关照中老年群体生活困难与心理困境的作品；鼓励创作表现新时代中老年人老有所为，为家庭文明、社会发展、国家进步贡献“银发力量”的故事。（据《南方都市报》）

本版制图 龚华林

新闻多一点

国务院首推“跟着微短剧去运动”计划

9月4日，《国务院办公厅关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》（以下简称《意见》）正式印发，这份重磅文件在提出扩大体育消费群体、构建全民健身公共服务体系等多项措施的同时，首次在国家层面明确提出组织实施“跟着微短剧去运动”创作计划。

这是继“跟着微短剧去旅行”之后，微短剧形式再次获得国家政策认可，标志着这种新兴视听形态正从市场自发成长阶段进入国家引导培育的新时期。

国务院此次印发的《意见》，是在中国体育产业进入高质量发展新阶段的背景下出台的重要文件。文件着眼于释放体育消费潜力，从多个维度提出了推进体育产业高质量发展的具体措施。

在扩大体育消费群体方面，《意见》明确提出要发布新周期全民健身计划，加快构建更高水平的全民健身公共服务体系。这其中，“跟着微短剧去运动”创作计划的提出尤为引人注目。

文件要求持续开展“中华体育精神颂”系列活动，支持创作和传播各类体育文化产品，引导更多群众参加体育运动。这表明国家已经认识到文化产品在推动体育普及中的独特价值，而微短剧作为新兴传播形式，被赋予了重要使命。

“跟着微短剧去运动”并非凭空出现的概念。此前，“跟着微短剧去旅行”“跟着微短剧学经典”等创作计划已经取得了显著成效，为“微短剧+体育”模式的推广积累了宝贵经验。

（据澎湃新闻）