

第一现场

“做好”内容,更做“好内容”

——精品微短剧如何助推网络文艺高质量发展

□谢广才 吕雨蒙 王为之 刘鹏波

说起当下最具话题性的网络文艺现象,非微短剧莫属。前有《逃出大英博物馆》刷爆微博热搜,制作成本不到50万的“三无剧组”《无双》上线8天、充值破1亿元,后有国产真人恋爱影视游戏连日登顶steam国区畅销榜首,推动“短剧+游戏”这一模式走向大众。

据德塔文《2023年上半年微短剧市场报告》显示,2023年上半年共上新微短剧481部,超过了2022年全年上新的454部,可见微短剧发展的速度。《中国网络视听发展研究报告(2023)》显示,今年上半年,我国超10亿的短视频用户中有50.4%看过3分钟以内的微短剧,其中19岁及以下年龄的青少年用户占比为57.9%。快手的数据显示,2022年其微短剧日活用户已超过2.6亿,其中有超50%的观众有追剧习惯,日均观看超过10集。抖音公开数据显示,其微短剧的日活用户数在1亿以上。

微短剧为何突然在这个冬天火?各家网络平台对此有何规划?如何推动微短剧精品化发展?为此本报邀请中国在线集团董事、常务副总裁谢广才,芒果TV大芒计划工作室执行制片人吕雨蒙,九州文化负责人王为之,围绕这些话题展开深入探讨。

刘鹏波:能否介绍一下各位所在平台在微短剧方面的规划?

谢广才:作为平台、创作者包括整个生态,必须从生成和发展的角度,选择在一个阶段,基于故事内容、产品化过程,无论是内核还是外延最容易、最适合的发展路径。今年上半年,我们开始组建团队,推动精品微短剧的发展。从商业运营的角度来看,时长20分钟以下的剧就是短剧。对于平台来

说,短剧不一定算重要利润点,但我们坚定把制作精品微短剧作为发展的重点。

吕雨蒙:从试探摸索到做出行业标杆作品,内容精品化一直是芒果TV大芒计划最根本的坚守和导向。结合网络视听新时代背景,大芒计划坚持内容价值引领,提质减量,“做好”内容,更做“好内容”,一方面牢牢抓住短剧网络化的创作逻辑,以强情节、快节奏等特质讲好故事;另一方面也坚持以长文艺作品的创作要求,根植现实,提高制作标准,开发高质量的中型体量剧集。今年我们筹备项目体量均超过300分钟,最高制作预算破千万,不仅体现了我们在制作优质作品上的决心和态度,也为引领网络微短剧内容繁荣发展贡献出自己的力量。

刘鹏波:短剧在海外传播方面是否更便利?

谢广才:在海外传播上,目前中文在线的海外产品“ReelShort”成为了短剧在欧美市场上的闪亮新星,用户规模发展非常快,成为短剧出海的样本。此外,随着东南亚市场的逐渐崛起,我们开始把科幻板块迁到新加坡,这也是根据此类型作品的创作趋势、创作现状的变化做出的新调整。

王为之:在网文出海的成功经验下,借助全球短视频红利的背景,九州文化在7月份上线了99TV(东南亚地区),现在微短剧出海讨论得比较多。我认为,短剧出海是一个混合产品,不存在冲突与矛盾,能让中华文化长期影响海外。

刘鹏波:在微短剧创作上,大家有哪些成功案例,有什么独家特色可以分享?

谢广才:今年上半年,我们和腾讯合作了《招惹》,这部剧改编自四月天的同名小说,是目前比较流行的爱情、悬疑、年代相结合的类型。这个短剧播出后,当天热度突破2万,打破腾讯短剧的纪录。该剧整个制作成本大概600万,收入分成超过2000万,成为腾讯短剧收益和用户量最大的一个单品。

短剧特点是以紧凑的剧情、鲜明的人物、生动的语言吸引观众,这对网络文艺创作者提出了更高的要求。在网文下行的情况下,我们作为创作者和整个生态的合作伙伴,网文的衍生品会成为重要的考虑因素之一,创作过程中不仅注重精品化,还关注制作质量、叙事节奏等各方面。

在内容形式方面,我们还将继续加大力度,大胆创新,突破布局、谋篇、题材等限制。中文在线除了改编《招惹》之外,还有其他“出圈”作品,短剧话题量已经超过20亿。

王为之:九州文化最大的优势是内容创新和流量的精准分发。在内容方面,已有国内成功的经验,在海外题材上,刻画人物成长可以从不同时期、以不同人物讲更优质的内容。用小人物影响大家族,或者讲家族之间的关系,都是通用的方式。我觉得更主要的是短剧为全球观众提供了情绪价值。

流量的变现是全球通用的,其基本逻辑是低成本制作高质量的内容,实现流量变现。基于中国成功的网络文学生态,短剧在内容制作上会慢慢降低成本、提高质量。现在在影视MCN(多频道网络)机构进入短剧领域,从PGC(专业生产内容)到UGC(用户生产内容)阶段非常快,而且会把平台生态搭建得更加完善,将有更多KOC(关键意见消费者)出现,就像前段时间讨论比



短剧《逃出大英博物馆》剧照

较多的《逃出大英博物馆》。

另外,海外很多从业者可能和国内的情况有点不一样,他们非常成熟,也会用强情绪、强反转的表达方式讲故事。我们现在也自研了一套系统,从文字到图文,从短视频到连续化短剧,希望拿出更多优质内容。我们认为短剧是“破圈”的突破口。

吕雨蒙:在微短剧领域,大芒计划的古装剧集也开始试图挖掘和表达深厚的东方传统文化和情感价值。如《念念无明》中,我们让两个站在相反立场的主角围绕“自己与爱”做选择,《风月变》聚焦家人之间的彼此隐瞒和付出,《虚颜》以借古喻今的方式告诉女性观众“外表不是一切,心才是根源”。

近年来,大芒计划秉持守正创新的理念,不断走出题材舒适圈,对内容深度和格局视野要求更高,探索更为丰富的创作方向和更多可能性。如讲述小镇青年题材的《开挖掘机怎么啦》、海洋保护主题的《我等海风拥抱你》,均获得了广电总局年度优秀网络视听作品。储备项目中,抗战题材《匹夫》以小视角切

入,尝试厚重历史题材的青春表达;《好孕旅馆》关注怀孕孕青年女性群体,以共鸣话题表达女性生育观;《你的岛屿已抵达》以奇幻手法传递新时代乡村治愈力量等。未来,我们将致力于以新颖视角创造优质内容,以影像故事记录时代脉搏,以小题材烘托大未来。

刘鹏波:微短剧对网文发展能起到怎样的作用?

谢广才:微短剧的发展在一定程度上,对网文的传播有加速的作用,通过互动的方式互为引流,这是整个网络时代的特点。另外,网文故事性、共情性是打动读者的重要因素。在交叉营销方面,我们考虑得更多,因为在元宇宙、大数据等技术的加持下,特别是近几年人工智能等科技对创作的影响,让我们对未来有很大的期许。除了微短剧之外,还有文生图、文生音、文生漫画等一系列生态技能得到了很大提升。

刘鹏波:如何推进微短剧精品化发展?

《2023IP风向标》: 网文IP市场转化呈五大趋势

刘鹏波:近日,由阅文集团和南都娱乐发布的《2023IP风向标》(以下简称《IP风向标》)显示,2023年网文IP市场转化有五大趋势:男频IP为视频平台拓展新空间,类型化IP赛道火热,群像式写作顺应配角崛起时代,网文IP成为动漫主力,助力平台增收,网文成IP手游爆款新势力。

男频IP不仅成为新宠,从已完结作品数据来看,男频精品IP影视剧长尾效应非常显著,依然能够持续吸引观众并保持较高的关注度。比如娱乐垂直行业大数据平台云合数据显示,2019年完结的《庆余年》第一季仍处于2023Q3老剧正片有效播放TOP3;《雪中悍刀行》位于2023Q3老剧正片有效播放TOP8。《庆余年》等男频IP还带来了巨大的观众期待度,腾讯视频期待榜TOP5中60%是男频IP,其中《庆余年》第二季位列电视剧期待榜第一名,视频预约量突破759万,《大奉打更人》位

列期待榜第四名,这说明了男频IP的影视改编还有巨大潜力有待挖掘。男频IP在动漫领域有更突出的表现,如《IP风向标》指出的,网文IP成为动漫主力,助力平台增收。在腾讯视频公布的2023动漫片单中,57%的动漫作品来自网文IP改编,哔哩哔哩2023-2024国创动画发布会片单中,43%为网文改编动漫作品。从2023年腾讯视频经典畅销榜TOP10来看,男频IP动漫占5部。腾讯视频经典畅销榜以过去365天会员开通热度计算畅销度,说明网文IP动漫不仅在视频平台动漫片单中占据主流,也成为会员收入的贡献主力。

2023年还涌现了许多类型化创新题材。根据《IP风向标》,类型化IP赛道呈现火热趋势,影视作品类型化探索加速,许多作品都融入了悬疑、科幻、古言等元素,如《开端》《三体》等作品,这些类型化IP的崛起不仅为创作者提供了更多的灵感和空间,也为观

众提供了更丰富的选择。在行业上游,网文IP类型多元化趋势逐渐明显,现实、科幻、玄幻、历史、古言成为五大标杆题材。

在角色塑造趋势方面,配角崛起、群像式写作成为重要趋势。网络文学已经从大主角时代进入群像描写时代,优质且有话题性的配角不断涌现,如现象级网文作品《道诡异仙》中,热门配角诸葛渊、红中不断出圈;热门仙侠作品《玄鉴仙族》中,狂放不羁的配角李玄锋获得了许多读者喜爱。

《IP风向标》还显示,网文IP在IP手游市场呈现上市即爆款的现象,网文IP的系统化运营特别是动漫改编等,为游戏化积累了良好的IP效应和粉丝基础,好IP历经多年依旧经久不衰。从《斗罗大陆》等IP手游的成功可以看出,深入挖掘网文IP的潜在价值,为游戏行业带来了更多的创新和增长点。

(刘鹏波)

动态

为网络文学书写红色题材 作出有益探索

本报讯 日前,由中国作协网络文学中心、浙江省作协主办,中国作协网络文学研究院(杭州)、金华市婺城区委宣传部承办的古兰月《酒坊巷》作品研讨会在线上举行。中国作协网络文学中心主任何弘,浙江省作协党组书记、副主席叶彤,以及沈根新、欧阳友权、马季、高翔、汤俏、王颖、周维强、胡笛、张登峰、刘骏、沈荣、李玲添、楼子郁、无忧等专家学者,网站编辑和读者、网络作家近20人参加。中国作协网络文学中心副主任朱钢主持会议。

《酒坊巷》以浙赣战役为背景,讲述了1942年5月,侵华日军发动“浙赣战役”,并在金华等地发动了惨绝人寰的细菌战,我党地下工作者唐振华与恋人金九妹不辞而别多年后,肩负特殊使命潜回酒坊巷,秘密寻找一批治疗鼠疫“血清针”的故事。在国家存亡之际,小人物放弃自己的儿女情长,个人恩怨,毫无畏惧地投身到抗日救亡运动之中,展现出浓厚的家国情怀。

何弘表示,与大多数网络作家主要从事类型小说写作不同,古兰月在小说、散文、非虚构等方面都有涉猎,并取得了一定成绩。《酒坊巷》既保持了网络文学故事性强的特点,主题鲜明、人物鲜活,又展现了危难当前的家国情怀。网络文学如何书写红色题材、现实题材,是我们当下亟须研究的问题。无论在传统文化、地域特色还是革命叙事上,古兰月的创作都给我们提供了很大的思考空间。

叶彤说,浙江一直以来注重网络文学创作组织和引导工作,曾开展“红色芳华——革命历史题材网络文学创作计划”,古兰月在其中崭露头角。她的红色题材作品《冲吧!丹娘》《酒坊巷》先后入选浙江省作协革命历史题材网络文学创作计划、浙江省文艺精品工程扶持计划,号召广大网络作家坚持正确的历史观和价值观,以文学样式塑造革命英雄形象、展现革命故事。家国情怀是《酒坊巷》的底色,民族抗日大业与儿女情长在中交织呈现。期待古兰月走向更加开阔的精神世界,探索出更具浙江辨识度的优秀作品。

与会者认为,《酒坊巷》巧妙地把惊险激烈的敌我暗战与真挚动人的亲情爱情融为一体,在情与理、爱与憎、明与暗、刚与柔的对比与交融中,形成了鲜明的艺术张力;并以家国情怀展现舍生取义的人性光辉,让读者看到小人物的崇高襟怀。该书呈现了抗战时期金华人民的英勇与顽强,是近年来难得的优秀红色题材小说,为网络文学把握红色革命历史题材,在宏大的历史事件中呈现人民力量和国家命运,传承中华优秀传统文化、开拓现实题材创作作了很有意义的探索。

“作为金华人,我有责任还原那段历史,讴歌那个年代可爱的人们。”谈及创作感受,古兰月表示,希望通过书中的虚拟人物,给读者带去关于生命、爱情、价值、理想等方面的思考,今后将继续关注地域文化,不断挖掘、传承、弘扬中华优秀传统文化,让作品更具地域特色,更有深度和温度。

Advertisement for China Publishing Media Group (中国出版传媒高报). It features the group's logo, contact information, and a QR code for subscription. The text includes '敬·请·订·阅' and '邮发代号: 1-217'.

Advertisement for International Publishing Weekly (国际出版). It features the logo, a '欢迎订阅' (Welcome to subscribe) banner, and contact information for the publisher. It includes a QR code and the website 'http://www.cbr.com.cn'.

Advertisement for 'People's Literature' (人民文学) magazine. It features the magazine's logo, a '订阅《人民文学》体验心灵相通' (Subscribe to 'People's Literature' to experience a相通 heart) banner, and information about its content and subscription. It includes QR codes for subscription and a list of featured authors and works.