



短剧一路狂飙 重庆企业努力搭上流量快车

铺垫少、爽点密集、一分钟八个反转……最近，这类单集时长从几十秒到两分钟不等的短剧在网络持续走红。有平台数据显示，今年春节期间，微短剧市场收入超8亿元，正成为短视频界的新宠。
重庆企业也在努力搭上这趟“流量快车”。企查查数据显示，我国现存7.94万家短剧相关企业中，重庆有1892家，

位列全国第七，而且新注册量逐年增加，增速逐年加快。今年全国两会政府工作报告提出，要“发展培育壮大新型消费”，短剧对于拉动新兴消费也具有重要促进作用。在当下竞争激烈的全国短剧市场中，重庆企业有哪些优势和短板？它们将如何冲出重围？为此，记者采访了多家短剧企业及相关领域专家。

C 从高流量走向高质量 重庆有哪些优势和短板？

从高流量向高质量转变，内容精品化是短剧产业下半场的必然趋势。

“随着更多专业团队加入，短剧的画质、服装、化妆、道具等制作水平不断提高，观众对短剧品质的要求也随之提高。”陈强感叹，短剧的钱越来越不好赚。他粗略估计了一下，去年拍摄制作一部短剧的成本大概在20万元，现在一部则暴涨至50万~80万元。

重庆华略数字文化研究院院长吴江文认为，未来的短剧发展趋势应该是深度的、精致的、有视觉感的文化产品，剧本争夺才是短剧赛道最核心的战场，同时要细分用户且能较为准确测算产品的需求量和投入产出回报，用户、投资人、产品创制方才能共同成功走向成熟的市场。

重庆要想在短剧市场中拼出一片天地，有哪些优势？未来应从哪些方面发力？

在吴江文看来，重庆是一座自带流量的城市，同时也有深厚的历史文化底蕴、丰富的时尚文化资源，挖掘这些资源，就能生产出很多很好的短剧。比如麦芽传媒，就通过挖掘重庆红色资源，推出了革命历史短剧《火种》。

此外，巴山渝水皆可入镜，赋能短剧。“重庆独具特色的城市风貌，多年来吸引了不少电影来此取景，目前已成为全国短剧公司热衷的拍摄地。”麦芽传媒表示，公司此前制作的短剧也多在重庆取景拍摄。

但相比短剧产业发达的江浙地区，重庆的短板也是显而易见的。去年，陈强公司制作的短剧大多在浙江、西安拍摄，今年已逐渐把短剧业务往重庆转移，但他发现重庆的影视基地规模相对较小，“团队近期要拍一个民国戏，需要一个民国大院，先后去两江新区国际影视城和江津白沙考察，院子是有，但不够大。”

另一位业内人士表示，国内一些地方政府出台了短剧专项扶持政策。比如浙江临平，就提出打造“最懂微短剧的地方政府”，不光建设基地，还发布了青年网络编剧激励扶持计划，成立扶持基金等，而重庆在这方面还较为欠缺。此外，短剧企业需要取得相关视听许可证，一些民营企业想进入行业却受阻，“建议在资质获取方面给予适当倾斜，吸引更多优质市场主体。”该业内人士表示。

吴江文建议，重庆相关主管部门要鼓励业态创新，给予适度的包容；引导行业健康持续发展，构建短剧类文化产品的评价标准，开展必要的政策宣传；及时研判产业发展趋势，尤其是对生成式人工智能“文生视频”的发展趋势，进行有效规范；扶持相关产业，通过任务引导企业/团队承担新的文化使命。比如近期广电总局发布的“跟着微短剧去旅行”计划，重庆也可以抓住机会，引导微短剧与传统文化、旅游资源、线下经济交融。

新重庆-重庆日报 记者 邱小雅
麦芽传媒短剧《火种》拍摄现场 受访者供图

国第七，但在全国短剧市场中表现还算不上优秀。

记者在短剧研究机构“新腕儿”发布的大盘热力榜单中看到，热力TOP10中大多数是来自北京、浙江、广东等地的短剧企业，麦芽是唯一入围的重庆企业。麦芽传媒负责人称，这主要得益于企业长期对移动新媒体内容的深耕，构建起较为出色的内容制作和数字化运营能力，加上达人账号矩阵和人才储备优势，让企业快速成长、成熟。

与之形成鲜明对比的是，一些重庆企业因进入赛道较晚，目前还处于亏损或投入状态。

B 积极探索“短剧+” 与各景区共建一站式基地

调研机构艾媒咨询发布《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》称，2023年中国网络微短剧市场规模达373.9亿元，预计2024年将超过500亿元。如此大的蛋糕，到底谁才是赢家？

微短剧产业链通常分为上游、中游、下游。上游主要是内容生产，包括版权方、出品方和承制方；中游则是内容分发，平台方和分销方进行平台搭载、短剧分销等；下游侧重生态支持，媒体方、代理方等进行流量投放工作。

在这条产业链中，占据话语权的往往是掌握流量的大平台。“和传统影视剧不同，短剧不需要前期宣发预热，只要制作完成后，直接给分发商投流。”陈强告诉记者，他们几乎将成本中的80%以上都用于投流，一切以数据说话，行就行，不行就不行，通常三天内就见分晓。另有业内人士也坦言，投流成本确实占据大头。

这种运营模式带来的问题是，回流的充值费更多流向了投流公司和平台，而非制作方。

陈强透露，去年刚开始进军短剧行业时，团队只负责内容生产及拍摄制作即承制，投流和播放都给了其他平台，最后分成给制作团队的只有几万块钱，他自嘲是“被割了一波韭菜”。

类似情况在短剧行业屡见不鲜。不少内容承制公司为提高话语权，开始进行产业闭环。去年底，陈强也投入200余万元成立了蛙蛙短剧平台，投流之后，用户在三方平台被吸引过来，跳转到小程序继续观看并付费。

“平台活跃度最好的时候能达到一天几十万人，但留存用户少之又少，爆款的制造并没有想象中那么简单。”在陈强看来，短周期、低成本，注定了短剧带有影视流水线的快消品属性。

目前，陈强和团队也在探索“短剧+”，与重庆各景区共建短剧一站式基地。比如在重庆取景拍摄和文旅营销进行结合，通过短剧载体宣传城市人文，或与文旅联动营销，形成引流效应，落地文旅产业；同时还探索孵化短剧演员成为主播进行带货。



ROLL



蛙蛙短剧拍摄现场 受访者供图

A 重庆企业争相入局 两个月新增注册企业100家

“2023年年初，短短两三个月内就有五六拨人找上门合作，刚开始我都推掉了。”蛙蛙短剧平台创始人陈强，原来在重庆经营一家影视公司，以制作传统电视剧和电影为主，曾拍摄过轻喜剧网络大电影《宝劈龙》。眼看着短剧一路“狂飙”，陈强最终还是没能按捺住跃跃欲试的心，2023年4月下场制作了从业生涯中的第一部短剧。

不仅是陈强，不少MCN机构（指专业培养和扶持网红达人的经纪公司或机构）也瞄准了这块蛋糕。

重庆麦芽传媒就是其中之一。该公司不仅有一支涵盖剧本创作、编导拍摄、后期剪辑、运营投放等在内的队伍，还拥有200+自孵化达人。早在2022年，麦芽传媒就开始在短剧赛道发力，去年初正式入局小程序短剧，目前已制作完结IP短剧超200部。

“作为头部MCN，我们具备强大的内容创作和数字化运营能力，如今全网粉丝已达6亿+。”麦芽传媒相关负责人说。

企查查数据显示，2020年重庆短剧相关企业新注册量302家，此后新注册量逐年增加且增速逐年加快。仅2024年前2个月，重庆就新增注册100家短剧相关企业，相比2023年同期增加44.9%。

尽管在数量上，重庆有1892家短剧相关企业，位列全

暖阳过后迎雷雨 未来几天天气有点“乱”

20日白天，重庆各地阴天到多云为主，气温在6~23℃。

根据重庆市气象台预计，20日夜间到22日白天，重庆各地阴天到多云为主，气温逐步回升；22日夜间到23日白天，各地有阵雨或雷雨，雨量小到中雨，局地大雨。

专家提醒，未来两天，重庆气温继续回升，但昼夜温差加大，早晚时段寒凉感依然较明显，出行需注意适时添加衣物，谨防着凉感冒。

20日夜间到21日白天：大部分地区阴天到多云，夜间局地有阵雨，气温8~25℃；中心城区阴天转多云，气温15~25℃。

21日夜间到22日白天：各地阴天到多云，气温8~27℃；中心城区多云，气温16~26℃。

22日夜间到23日白天：各地阵雨或雷雨，雨量小到中雨，局地大雨，气温8~27℃；中心城区中雨转多云，气温18~26℃。

新重庆-上游新闻记者 石亨

春分：沃野欢歌起，春色正中分

3月20日11点06分，我们迎来“春分”节气。

“春分雨脚落声微，柳岸斜风带客归。时令北方偏向晚，可知早有绿腰肥。”古人徐铉这首七绝，细雨、杨柳、归客、草长莺飞……不仅把春分写得唯美，还把春分时节的南北物候的差异特点刻画得细致入微，读来甚有趣味。

作为春季九十天的中分点，春分历来很受重视，关于春分的描述也有很多。比如，《月令七十二候集解》记载：“二月中，分者半也，此当九十日之半，故谓之分。”《春秋繁露》中说：“春分者，阴阳相半也，故昼夜均而寒暑平。”

春分时，太阳黄经为0度，太阳直射点在赤道上，昼夜平分、阴阳平衡，惠风和畅、阳光和煦、桃李争白，山河大地呈现一派欣欣向荣之景。

春分的很多民俗颇有意思，最常被提及的莫过于

“竖蛋”了。人们常说“春分到，蛋儿俏”，拿一枚新鲜的鸡蛋，想办法让它竖在桌子上，只要鸡蛋竖立不倒，就是挑战成功。古人认为，竖起来的鸡蛋有“立刻”“马上”的意思，如果能把鸡蛋竖起来，好的运气会很快来到。春分时，人们还吃春菜、放风筝、送春牛……捕捉春天的气息，不辜负大好春光。

春分时，气温回升，农耕正当时。农谚有云：“春分麦起身，肥水要紧跟”“春分麦起身，一刻值千金”，又有“吃了春分饭，一天长一线”之说。

“趁取春光，还留一半，莫负今朝。”春分时，人间春色恰到好处。人们在日渐繁茂的春花翠柳中，与春风相遇，追逐梦想、不负韶华，把平凡的日子染上春的色彩和香气，努力在好时节活出最美好的模样。 据新华社

相关