

两万多部下线

广电总局整治违规微短剧

您最近在社交媒体上,有没有刷到过这样的短视频,外卖小哥摇身一变成霸总,妙龄少女穿越古代变王妃,不仅宫斗勇猛,还什么高科技都懂,就主打一个古风 and 甜宠。这样的短视频不知道您看过几种,还有个特点就是剧情极不完整,一不留神就得赶紧注册会员,不花钱就停更,不充值就一直等,可解锁新剧情似乎更让人心灰意冷,情节套路短平快仿佛“新式电子榨菜”,嚼着爽没营养看的人多,时间和钱好像也没咋省,这样的文化快餐您最近入坑了吗?

自去年以来,广电总局持续开展网络微短剧治理工作,针对部分内容呈现低俗同质化的问题,下线了两万多部微短剧,有效净化了行业生态。站在行业风口的“微短剧”为何迎来强监管,“微短剧”市场巨大,吸引用户,又该如何留住用户?行业治理未来如何发力?我们一起关注。



图片来源:网络

微短剧网上异军突起
一度单日上线2.7部

实际上,微短剧不是什么新鲜名词,通过字面就很容易理解。

根据国家广电总局的定义,微短剧,全称为网络微短剧,是指“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”的剧集。

相较于传统剧集,微短剧具有短小精悍、节奏明快、更新迅速等特点,观众能够在一天的碎片化时间里快速刷完十几甚至几十集的一整部微短剧,所以赢得了越来越多的用户青睐。

根据国家广电总局发布的数据,2021年微短剧全年备案数量为398部,2022年备案数量接近2800部,同比增长600%。有调查显示,2023年上半年我国各网络平台共上线微短剧480多部,已经超过2022年全年的数量,相当于平均一天就要上线2.7部。

这么多微短剧,我们就先去问问大家,您平

时会刷这种微短剧吗?

微短剧风潮兴起,成了眼下网络视频的“新风口”。

调查显示,微短剧的单集时长短,制作成本较低。有的微短剧一集剧1分钟,拍摄成本只需要5000元起步,但是投资少、见效快。微短剧行业的月充值金额,已经从今年6月份的4000万元增长至10月份的6000万元,据行业数据预测,预计2023全年将达到250亿至300亿元,这个行业正处于快速增长期。那么,微短剧是如何带来井喷式流量的?又如何盈利?来看记者的观察。

随意跳平台 中途要充值
微短剧投诉激增

获取商业利润、培养创作力量的同时,呈现井喷式增长的微短剧也出现了不少问题。

在消费者投诉平台上,有不少网友反映,在小程序上看微短剧遭遇虚假宣传却投诉无门。有的用户称,在一个短视频平台点击了相关链

接,但是需要跳转到另一社交平台,充值后发现被欺骗,想把钱退回才发现根本没有客服的联系渠道。另一网友在投诉平台上反映称,在某短视频平台上刷微短剧,网络广告上宣称“9.9元解锁本剧全集”,但仅看到一半就被要求再充值。不仅侵犯消费者合法权益的现象频发,一些微短剧更是内容低俗,存在不良价值导向,这也早已引起监管部门的关注。

广电总局与多平台
开展微短剧治理工作

针对网络微短剧内容良莠不齐、运营模式乱象频出的现象,国家广播电视总局持续开展治理工作,并发布多项管理措施。各网络平台也相继开展对违规微短剧和相关账号的清查处置工作。下一步,广电总局将从7个方面加大管理力度、细化管理举措,包括加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》;研究推动网络微短剧App和“小程序”纳入日常机构管理等。

据央视新闻客户端

明星“演而优则商” 为何频现翻车

许久不见的吴秀波,最近登上了微博热搜,这回是“知名演员吴秀波及其公司被强执4.66亿元”。近期类似的热搜还有“李亚鹏被限制高消费”。不难发现,这些年“演而优则商”渐成现象,但同时也曝出了不少经商失败或商战的闹剧。

婚内出轨后从演艺圈消失

据中国执行信息公开网显示,近日,吴秀波及其名下的霍尔果斯不二文化传媒有限公司均新增了被执行人信息,执行标的约4.66亿元,与其以多重身份出品的电视剧《大军师司马懿》有关。

上一次吴秀波引发全网热议,是2019年的婚内出轨事件,并导致《情圣2》《渴望生活》《无名侦探》等多部其主演影视剧都无法上映或播出,那之后吴秀波就没再出现在演艺圈。

据公开资料显示,毕业于中央戏剧学院的吴秀波,曾凭借《黎明之前》《北京遇上西雅图》《赵氏孤儿案》《马向阳下乡记》《北京遇上西雅图之不二情书》等一系列叫好又卖座的影视作品,收获了不少奖项,一时风光无限,在电影和电视剧片约不断的同时,还主持综艺节目,早早就引领了一波“叔系”明星的风潮。

从时间脉络上来看,吴秀波在演艺事业上获得更多机会和资源后,想拥有更多的话语权。2015年9月,吴秀波成立不二文化,持股99%。借着这家公司,吴秀波身兼总制片、总监制、男主演数职,开始制作《大军师司马懿》。有媒体报道称,当时的吴秀波给该剧导演张永新这样的印象,“在和资本打交道的同时,转过身就能在片场进入状态”。

“司马懿”诉讼持续至今

《大军师司马懿》是当年的爆款作品,还获得了电视剧类奖项,收益高达10亿元的同时,多个投资方、制作方之间也出现了利益分配纠纷,各种诉讼纠纷,至今还一直在持续。“被强执4.66亿元”的消息曝出后,吴秀波这两天还在社交平台回应称自己“遭人设局”。

从“演而优则导”到“演而优则商”,近年来凭借着在演艺圈打出的名气和经济积累,跨界从商的明星日渐增多。明星投资的方向各有不同,门槛低的则投资餐厅、奶茶店、咖啡店,还有的创建了个人潮流品牌,组建了影视公司,也有的涉足了电商、金融、电竞等领域。

其中,有人低调又勤奋地布下了自己的商业

王国,但也有不少人出现了翻车现象。综合报道来看,已经有多位明星在跨界时背上了负面消息,包括陈赫等多位艺人一起创建的餐饮品牌“贤合庄”卤味火锅店,频现食品安全等问题,被曝北上广深门店全部关闭;吴秀波、杨坤、夏雨持股的烘焙品牌牛角村被曝拖欠加盟商数百万;欧阳娜娜上线个人品牌nabi后,被网友粉丝质疑定价太高,陷入了“割韭菜”的争议,等等。

“跨界明星”频频暴雷

跨界其他领域的明星,也一样频繁暴雷。此前张庭夫妇创建的公司涉嫌传销,被查封96套房产。今年也有不少,7月初,歌手胡海泉名下私募基金北京海纳百泉投资基金管理有限公司,因多项违规行为收到中国证监会北京监管局的警示函,也是登上热搜。10月,因未按时履行生效法律文书确定的给付义务,李亚鹏被限制高消费。其实今年4月,李亚鹏就因欠下4000万元债务,被北京市朝阳区人民法院列为强制执行入。

“演而优”的明星们也在规划着未来的出路,携“资”跨界不新鲜,虽然有粉丝效应加持,明星创业自带不少优势,但要想成功创业,仍需具备相关的专业知识、卓越的经商头脑和持之以恒的精神,当然也不能忘了要遵纪守法。同时,随着市场日趋理性,监管不断加强,明星效应是把双刃剑,也让粉丝、投资人等更加清醒地意识到“专业的事还得专业的人做”。

据扬子晚报