

竖屏网络微短剧的优化路径探析

——以《我在八零年代当后妈》为例

尔热依娜·赛力克江 刘紫薇
伊犁师范大学融媒体发展研究中心
DOI:10.12238/pe.v3i4.15111

[摘要] 近年来,竖屏网络微短剧凭借其碎片化传播、强沉浸感等特点迅速崛起,成为网络视听行业的重要形态。然而,其在内容创作、叙事逻辑、商业模式等方面仍存在优化空间。该研究以热门微短剧《我在八零年代当后妈》为研究对象,探讨竖屏微短剧的现存问题及优化路径。研究发现,当前竖屏微短剧存在内容失衡、制作失格、行业失范等问题。基于此,从创作理念、制作优化、行业规范三个维度提出优化策略,以期微短剧的高质量发展提供理论参考与实践启示。

[关键词] 竖屏; 微短剧; 优化路径; 《我在八零年代当后妈》

中图分类号: TN711 **文献标识码:** A

Exploring the Optimization Path of Vertical Screen Online Micro Short Drama

—Taking “I was a stepmother in the 1980s” as an example

Erreyina·Sailikejiang Ziwei Liu

Research Center For Media And Communications Development Of Yili Normal University

[Abstract] In recent years, vertical screen online micro short drama has rapidly risen to become an important form of online audiovisual industry by virtue of its fragmented dissemination, strong immersion and other characteristics. However, there is still room for optimization in its content creation, narrative logic, business model and other aspects. This paper takes the popular micro-short drama “I was a stepmother in the 1980s” as the research object to explore the existing problems and optimization path of vertical screen micro-short drama. It is found that there are problems such as imbalance of content, production failure, and industry misconduct in the current vertical screen micro short drama. Based on this, this paper proposes optimization strategies from the three dimensions of creation concept, production optimization and industry standardization, in order to provide theoretical reference and practical inspiration for the high-quality development of micro short drama.

[Key words] vertical screen; micro short drama; optimization path; I was a stepmother in the 1980s

引言

“截至2024年6月,我国微短剧用户规模已达5.76亿,占整体网民的52.4%,市场规模预计达到504.4亿元,同比增长34.9%”^[1]。这种迅速增长的态势,体现出竖屏网络微短剧的崛起满足了用户的娱乐需求,也为影视行业带来新的发展机遇。竖屏网络微短剧作为一种新兴的影视形式,其发展现状呈现出多方面的特征。在内容特点上,融合了爽感文化和梗文化,既满足了观众对轻松娱乐的需求,也反映了当下流行文化的传播趋势。在播放特征上,契合了竖屏观看的习惯和碎片化时间的消费场景,适应了现代快节奏的生活方式。传播推广方面,多平台的投流与社交化的互动提供了广泛的传播渠道和快速的扩散能力,能够在短

时间内吸引大量关注。而在制作层面,低成本与短周期的模式使其能够快速响应市场变化。然而,微短剧呈井喷式增长带来经济效益的同时亦暴露出一些问题。

1 从《我在八零年代当后妈》看竖屏网络微短剧面临的现实困境

随着竖屏微短剧市场的快速发展,创作主体为了抢占市场份额,开始以流量主导内容,甚至为了吸引眼球,出现虚假宣传、过度投流等现象,甚至包含不良价值观的内容,这对行业的健康发展带来了挑战。

1.1 内容失衡:内容的同质化和价值传递的低俗化

题材同质化严重,热门主题过度扎堆导致创新缺失。《我在

八零年代当后妈》作为一部穿越题材的年代短剧，融合了女频、穿越、重生、家庭情感等元素，本质是女主各种逆袭的爽文故事，包括手撕绿茶、智斗极品亲戚、与帅气多金男主喜结良缘等情节，是女频微短剧常见的情感和冲突模式，这种“流水线式的重生剧”缺乏独特性和创新性，容易让观众产生审美疲劳。竖屏微短剧市场在快速发展的同时，许多作品为了追求“爽感”和高流量，大量采用类似的剧情套路，忽略了内容的创新性与艺术性，让观众产生了审美疲劳。调查显示，“目前中国微短剧市场多以“爽”为内核，大部分题材围绕“打脸”剧情展开，包括战神小说改编、古代穿越、重生逆袭等，部分作品存在“土味”“狗血”内容，整体市场内容同质化问题明显”^[2]。

价值观传递低俗化，导向不良且缺失社会责任感。在价值观传递方面，《我在八零年代当后妈》中穿越和复仇的剧情设定吸引了大量观众，但部分情节可能传递了一些与主流价值观存在偏差的内容，女主因为穿越和现代观念迅速改变命运，这种“爽感”设定虽然满足了观众的短期心理需求，但也可能强化了“一夜暴富”“不劳而获”的价值观。部分竖屏微短剧利用“拜金炫富”“极端复仇”等不良价值观来增强看点，强调物质享受、个人利益至上等观念，忽视社会责任和道德伦理等重要内容。甚至部分内容包含暴力、血腥、封建迷信等不良元素，剧情缺乏逻辑性和深度，存在价值观迷失问题。

1.2制作失格：低成本制作缺乏专业性

创作主体专业性缺失，缺乏微短剧制作经验。《2025微短剧从业者生态调查》显示，跨界进入微短剧的人才较多，近半数受访者曾从其他行业转入短剧行业。大部分短剧导演缺乏专业训练和丰富的拍摄经验，难以通过镜头语言传递出故事的情感和主题；编剧在改编过程中也往往依赖模板和热门题材，对于小说中不合理之处没有进行有效调整和优化，导致作品缺乏吸引力和感染力；另外，很多微短剧演员难以准确把握角色的内心世界和情感变化。就如《我在八零年代当后妈》而言，因为制作团队并非专业，使得剧中一些情感表达中镜头切换不够自然流畅，无法充分调动观众情绪，对于角色的人物塑造缺乏现实基础，不能深入挖掘人物的故事背景呈现立体角色，大部分演员也缺乏经验，表演生硬缺少情感。

服化道风格缺乏协调，视觉呈现杂乱无章。《我在八零年代当后妈》拍摄周期仅10天，后期制作周期投入约8万元，低成本低投入导致其服化道显得粗糙，虽然在整体上营造了浓厚的80年代氛围，但部分道具和场景布置与年代背景不符，有大量穿帮细节，削弱了观众的年代沉浸感。竖屏网络微短剧在场景、服装、化妆和道具等方面存在的诸多问题，严重影响了作品的整体品质和观众的观感体验。制作团队缺乏对剧情背景和时代特征的深入研究，部分场景中的道具与时代背景不符出现穿帮现象，让观众难以沉浸在故事中，对剧情的真实性产生怀疑。这些问题需要引起制作方的高度重视，需通过细节把控来提升作品的整体品质和观众的观感体验。

1.3行业失范：过度投流和虚假宣传

过度依赖投流，导致市场乱象。竖屏微短剧的宣传方式多依赖于流量投放和热点营销，通过大规模的投流和社交媒体互动吸引观众，据DataEye研究院调查显示，在短剧制作中投流成本通常占充值流水的70%~90%，2024年全年微短剧投流规模在330亿元，预计2025年投流规模接近400亿，这种流量至上的宣传方式虽然能够快速提升热度，但也容易导致口碑的缺失，影响作品的长期影响力。据DataEye数据显示，《我在八零年代当后妈》投放剧场数达265家，总素材数达1.3万组，而总计划数高达6.7万条。《我在八零年代当后妈》通过“漫灌式投流”策略实现了短期流量爆发，提升剧的热度和讨论度，但这种过度依赖投流的推广方式也引发了用户反感，甚至对剧集口碑和行业生态产生了负面影响。

虚假宣传，诱导营销使观众对短剧信任透支。《我在八零年代当后妈》在宣传过程中常常通过剪辑精彩片段或制造悬念来吸引观众，但部分有标题党之嫌，夸大剧集的“爽感”和逆袭情节，而实际剧情却无法完全满足观众期待。在短剧推广过程中，部分短剧制作方和推广者为了吸引观众眼球、增加流量和收益，常常采用夸大其词的标题、虚假的剧情预告、夸张的剧情截图、断章取义的片段和诱导性的广告宣传等手段，刻意制造信息不对称，利用受众的好奇心理诱导观众进行消费。在微博上，关于“短剧虚假宣传诱导充值”反映营销过度与内容不符的标签话题达22.7万阅读量，这种恶性循环会造成用户预期与内容质量的严重错位。长此以往，不仅损害了作品本身的信誉，还会让观众对短剧行业的信任度会大幅下降。

2 竖屏网络微短剧发展的优化路径

竖屏网络微短剧要想实现可持续发展，必须从根本上规避当前存在的诸多问题和缺陷。这需要在内容创作、制作水平、行业管理等多个维度积极探索创新，推动行业从“流量驱动”向“品质驱动”转型。通过打造高质量、专业性强且具有艺术价值的作品，微短剧才能真正突破圈层，赢得观众的长期认可，并为行业生态的良性发展注入持久动力。

2.1创作理念：从“流量导向”到“内容为王”

关注社会现实，探索多元题材。用户观看竖屏网络微短剧初衷是追求沉浸式体验，获得“爽感”，实现情绪宣泄，但如前文所言，如今竖屏网络微短剧在内容创作上已经出现严重的同质化和低俗化现象，容易引发受众审美疲劳。因此微短剧应打破套路化情节，关注社会现实，融合社会议题，挖掘剧本多样性。结合各地文化和旅游资源，挖掘乡村振兴、历史文化遗产、非物质文化遗产等多元题材。同时，针对不同圈层用户定制内容，尝试更具创意和个性化的表达方式。通过不断挖掘优质内容题材，满足受众多样化的现实需求，逐步实现内容的提质升级，丰富人民群众的精神文化生活。

角色塑造立体化，打破刻板印象。为了推动微短剧创作的高质量发展，国家广电总局在《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》中明确提出，短剧创作应坚持以人民为中心的创作导向，深入生活、扎根人民，通过富有吸引力和感染力的故事和人物，描

绘人民群众的智慧和创造。这意味着创作者需要在人物塑造上更加注重真实性和深度,避免单一化和刻板化,并注重角色人物背景的充实。在具体创作中,要打破“短平快”思维,避免单纯追求“黄金3秒”吸引点击,注重剧情的完整性和情感深度。创作者可以通过深入刻画人物的思想感情、情感经历等方面深入展现人物性格的多面性与矛盾性,使人物形象更加贴近现实生活,来塑造更加立体饱满的人物形象。

坚持主流文化导向,传递正确价值观。短剧作为一种文化产品,被纳入主流价值框架下的治理范畴,在传播文化、引领价值观方面具有重要作用。目前,部分微短剧仍追求流量至上,追求以“爽感”为核心内容,常常将重生、逆袭、霸总等作为卖点。广电总局明确提出要压缩“霸总”题材微短剧的数量,避免通过拜金、炫富、炫权、享乐等手段宣扬不劳而获、一夜暴富等不良价值观,要求不以“霸总”之类的字眼作为片名吸睛引流。微短剧必须坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向,以社会主义核心价值观为引领,注重价值观的培育和表达。其次,国家广电总局要求短剧创作要“深入贯彻落实“找准选题、讲好故事、拍出精品”的重要要求,围绕重大主题、重要节点加强选题策划和组织推动,进一步打造更多践行社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化、彰显中华民族现代文明的微短剧精品佳作”^[3]。

2.2制作优化:提升主体专业性与视觉呈现质量

构建和完善专业培训体系。微短剧行业中,要搭建系统化的专业培训架构,涵盖编剧、导演、摄影、剪辑、后期等各个环节,通过多元的培训模式,实现知识的高效传递与技能的精准提升。微短剧行业发展迅速,新的制作理念和技术方法不断涌现,制作团队要紧跟行业前沿,引入新的制作技术和创作理念,确保团队成员能够掌握行业新动态,制作方向紧跟社会热点与国家政策。

提升视觉呈现质感。在微短剧制作中,服化道设计是视觉呈现的重要组成部分。在短剧创作阶段,制作团队要有详细的服化道设计规划,明确各环节的设计标准和要求,确保服装、化妆、道具的风格统一,同时建立跨部门协作机制,推动各环节的深度融合。拍摄过程中,建立动态评估机制来定期评估服化道的视觉效果,及时调整和优化。同时可以引入专业设计人才,组建专业创作团队,提升服化道的视觉呈现质量,增强作品的质感和吸引力为观众带来更加精彩的视听体验。

2.3管理规范:构建精细化管理规范体系

在网络微短剧宣传过程中,流量投放与宣传推广成为作品能不能吸引观众、实现商业价值的关键手段。部分制作团队为了快速获取利益,出现了过度投流、虚假宣传等不良行为。营造一个更加健康、有序的市场环境,需加强对流量投放的监管,确保投放行为合理、合规,避免过度投流导致的资源浪费和观众反感,同时要严厉打击虚假宣传行为,要求制作团队真实、准确地介绍作品信息,避免误导观众,为微短剧行业健康发展筑牢根基,营造良好的创作与传播环境。

3 结语

竖屏网络微短剧是具有广阔发展空间的影视形式,其未来的发展不仅取决于内容的吸引力,更在于能否在快速发展的社会中保持创新与责任的平衡。我们应以竖屏网络微短剧的发展及其消费体验为基础,深入挖掘其对影视行业发展和文化传播的作用,秉持“内容为王”的创作理念,深度挖掘优质故事内核,以正确的价值导向、丰富的精神内涵和正向的社会情感为创作内核,为观众呈现一个个生动鲜活的故事;同时,不断提升主体专业性,着力优化视觉呈现质量,打造自己的独特影像风格。最后,构建精细化管理体系,为竖屏网络微短剧的持续繁荣发展提供系统化、专业化的管理体系。使竖屏网络微短剧成为新时代大众文化的镜像载体,为中国故事的国际传播开辟“小而美”的新道路。

[参考文献]

[1]刘凯文.接受美学视域下竖屏微短剧的创作探析——以抖音微短剧《我的名字叫李露》为例[J].西部广播电视,2024,45(08):152-156.

[2]艾媒咨询.艾媒咨询|2023-2024年中国微短剧市场研究报告[EB/OL].(2023-11-27)[2024-02-13].<https://c.m.163.com/news/a/IKIGDK270511A1Q1.html>.

[3]国家广播电视总局.国家广播电视总局办公厅关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知[EB/OL].(2025-02-05).https://www.nrta.gov.cn/art/2025/2/5/art_113_70148.html.

作者简介:

尔热依娜·赛力克江(1995--),女,哈萨克族,新疆额敏人,硕士研究生,助教、研究方向:影视文化与艺术研究。

刘紫薇(2003--),女,汉族,湖北省襄阳市人,本科,研究方向:影视文化研究。