

从0到1，一书让你吃透微短剧创作的思维与方法。

内容 思维

微短剧创作轻松入门

刘仕杰◎著



华中科技大学出版社

<http://press.hust.edu.cn>

CONTENT

内容思维

微短剧创作轻松入门

刘仕杰◎著

THINKING



华中科技大学出版社

<http://press.hust.edu.cn>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

内容思维:微短剧创作轻松入门/刘仕杰著. —武汉:华中科技大学出版社,2023.5
ISBN 978-7-5680-9385-9

I. ①内… II. ①刘… III. ①电视剧创作 IV. ①J904

中国国家版本馆CIP数据核字(2023)第064333号

内容思维:微短剧创作轻松入门

刘仕杰 著

Neirong siwei: Weiduanju Chuangzuo Qingsong Rumen

策划编辑:饶静

责任编辑:程琼

封面设计:琥珀视觉

责任校对:刘竣

责任监印:朱玢

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录排:孙雅丽

印刷:武汉科源印刷设计有限公司

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:15.25

字数:189千字

版次:2023年5月第1版第1次印刷

定价:58.00元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前 言

2022年，微短剧行业进入高速发展期，其兼顾短视频的快节奏、强娱乐性，以及长视频的剧情化优势，吸引了超3.5亿视频用户群，微短剧因此成为新的创作风口。

公开资料显示，2022年的微短剧单月备案数量就超过近几年电视剧制作数量总和。国家新闻出版广电总局备案系统中取得规划备案号的网络微短剧片目，2022年3月共266部、6224集，4月共322部、7374集，5月共421部、9888集。

网络微短剧虽发展迅猛，但其实面世不久。从目前来看，对网络微短剧没有一个公认而明确的定义，不同学者对网络微短剧的概念界定也有所差别。

本书从网络微短剧的制作主体、时长范围、内容生产和形式、传播渠道等角度，较为全面地概括了其内涵：网络微短剧是指机构或个人制作的单集时长低于10分钟，有剧本并符合一般影视剧拍摄制作逻辑，以手机作为主要播放终端，分横屏和竖屏，有单元剧和连续剧两种形式的一种网络影视新类目。

笔者认为,网络微短剧是短视频发展到一定阶段的必然产物。短视频行业在经历了爆发式增长后,随着用户需求的升级——对优质内容及对更简约、高效的观剧娱乐方式的追求,将塑造全新标准——高品质内容、高价值信息、高水准制作来获取质量和黏性更高的用户。

相较于制作成本高、制作周期长、制作环节复杂的网剧,简约、高效的微短剧让各大互联网平台及内容制造商隐约窥见了一条值得探索的内容生产新路径。微短剧因而成为短视频市场的新发力点。

网络微短剧作为2018年业界新提出的一个概念,目前学界对其系统、深入的专项研究几乎为零,本书的出现在一定程度上弥补了这项空白。从理论意义上来说,本书竭尽所能搜集专业、翔实材料,为读者提供最新的网络微短剧的信息,为丰富这一课题的研究贡献绵薄之力;从现实意义上来说,本书全面梳理了网络微短剧行业发展状况、发展中存在的问题、未来的发展空间等,有助于正致力于开发网络微短剧这一产品形态的平台和内容制造商更全面、理性地看待网络微短剧,拟定更合理的发展路径。

本书以微短剧、短剧集的创作方法为主线,详细阐述微短剧“故事中心制”的创作总纲领,以飨读者。

第一章:一方面,梳理了网络微短剧的发展脉络,科学界定“微短剧”的概念,探讨微短剧火爆的原因及未来发展方向;另一方面,详细阐述了微短剧生态,即短视频平台和长视频平台的不同定位和打法,以期给读者提供一个关于“微短剧”的整体、系统的认识。

第二章:重点阐述了长、短视频平台不同的微短剧内容生产机制,其中短视频平台本质是做“流量生意”,在微短剧生产上注重打造流量爆款,帮助微短剧出圈,以IP改编为主;长视频平台本质是做“内容生

意”，如爱奇艺、腾讯等，布局网络微短剧，是其不断延展平台内容生态、争取存量用户的着力点之一，注重原创，用长剧的思维来制作精品微短剧。

第三章：微短剧虽然体量小、时长短，但也属于影视作品，所以它的创作也离不开影视作品的艺术规律，从题材筛选开始，涉及主题创新、写作结构、人设、人物关系、剧情钩子、反转等方方面面，可谓“麻雀虽小，五脏俱全”。

第四章：重点阐述了短剧集的创作，它的创作要领、创作的核心原则和写作技巧，以及如何架构整部剧、打磨人物、写作初稿等，本章都进行了精心说明，以期给微短剧的创作者提供一点有益的写作思路。

第五章：分析微短剧的内在潜力（要素齐全，短而精巧），如人设新颖有趣、剧情精练、演员演技在线、“服化道”用心程度等，以及分析外在动力（观众+平台的助推作用），如观众“养成式”追剧和“大芒计划”推动精品化等，同时结合微短剧爆款案例——腾讯视频的《大唐小吃货》《将军家的小狐仙》、芒果TV的《进击的皇后》、抖音平台的《柳龙庭传》等，来揭秘爆款微短剧是如何炼成的。

第六章：重点探讨了微短剧的商业变现，详细阐述了付费、内容电商化、红人经济这几种不同的商业化摸索路径，尤其对读者感兴趣的微短剧的“千万分账”进行了深入解读，还附加了几个典型的“千万分账”微短剧案例，帮助读者对其进行客观认知。

基于此，本书的读者群体为：微短剧从业者、有意进入微短剧市场的人士或机构、微短剧爱好者、有志进行微短剧创作的人士、微短剧市场分析者或机构，等等。

如今，积极信号与不确定性并存的微短剧市场，正如同野马奔腾，

IV 内容思维:微短剧创作轻松入门

既有活力，也有各种模式的探索与现实的冲撞。在这种蓬勃与博弈共生的局面下，微短剧的从业者只有深刻地认识到微短剧有自己的一套制作逻辑，是“卷”故事内容而不“卷”制作；故事内容是微短剧的核心竞争力，创作者必须以用户为核心，拥有用户洞察能力，以优质的故事内容来更好地满足观众，才能推动整个微短剧市场，走向内容沉淀与进阶。

目 录

Contents

第一章	应“势”而生：“网络微短剧”的时代到来了	1
第一节	风起微短剧：视频产业新赛道	3
	一、什么是“微短剧”	4
	二、网络微短剧≠浓缩版电视剧	6
	三、微短剧火爆的原因	9
	四、微短剧的未来方向	14
第二节	微短剧生态：定位不同，打法各异	16
	一、短视频平台扶持微短剧创作	17
	二、长视频平台发布微短剧剧场规划	23
	三、B站等多方入局抢占微短剧赛道	30
	四、免费网文平台米读的内容闭环	34
第二章	长、短视频平台的微短剧内容生产：原创、改编各有侧重	39
第一节	短视频平台的微短剧IP改编：打造流量爆款，帮助出圈	43
	一、网文IP与微短剧相遇即“爆”	44
	二、微短剧的IP改编热门题材亟待深入开发题材	48
	三、短视频平台微短剧的IP改编三大要领	56
	四、网络文学开发微短剧存在的问题	62

第二节	长视频平台孵化“旧中带新”的微短剧:制作精品,塑造口碑与价值	63
一、基本原则:直入主题,直奔 high 点,直冲结果	64	
二、精品思维:结构创新,反转不断,镜头表达	66	
第三章	微短剧创作全览:题材、主题、结构等“创作手法”	71
第一节	题材筛选标准	73
一、关键词之一:社会情绪	73	
二、关键词之二:社会共情	77	
三、关键词之三:表达新颖	79	
第二节	主题创新	80
一、主题导向	81	
二、主题定位	82	
三、主题选择	84	
第三节	写作结构	87
一、建置	88	
二、对抗	89	
三、结局	91	
第四节	人设	92
一、有张力	93	
二、极致化	93	
三、情感饱满	96	
第五节	人物关系	97
第六节	剧情钩子	103
一、钩子的分类	103	
二、钩子的设置	107	

第七节	反转	110
一、	反转叙事的内涵及与微短剧的深层勾连	110
二、	微短剧反转叙事的运用技巧	112
三、	反转叙事之于微短剧的意义	115
第四章	短剧集的创作：“故事中心制”	119
第一节	短剧集的创作要领	121
一、	围绕1~2个主要人物，展开只有一个戏剧行动	
目标的故事		122
二、	充分运用反转产生的戏剧效果，尤其在结尾	123
三、	缩减设置中长线悬念的篇幅，利用细节表现	124
四、	善用闪前等技巧，在短时间内建立良好的	
戏剧张力效果		126
第二节	短剧集创作的核心原则和写作技巧	130
第三节	从哪儿开始写起	133
一、	从前史开始写	133
二、	从激励事件写起	134
三、	从提出中心行动、情节的主要发展开始写	142
四、	从结局——高潮开始写	144
第四节	如何架构整部剧	149
第五节	短剧集类型创作方法论	152
一、	“屌丝”剧创作法	153
二、	言情剧创作法	155
三、	推理剧创作法	158
四、	古装剧创作法	160
五、	超现实剧创作法	162

第六节	剧本的创作流程	165
一、	剧本主题的创意策划、探讨与确定	165
二、	故事大纲	167
三、	分集大纲	169
四、	打磨角色、人物	171
五、	写台词	175
第七节	短剧集的初稿写作	178
一、	构思	178
二、	故事梗概	181
三、	步骤提纲	182
第五章	爆款微短剧的流行密码:从用户的需求洞察出发	185
第一节	内在潜力:要素齐全,短而精巧	187
一、	人设新颖有趣,情节发展合理	188
二、	剧情精练,节奏紧凑不拖沓	189
三、	演员演技在线,具有代入感	191
四、	服化道用心,画面唯美且不失真	192
第二节	外在动力:“观众+平台”的助推作用	193
一、	观众“养成式”追剧,降低宣发成本	194
二、	“大芒计划”加持,推动精品化	195
第三节	爆款微短剧案例盘点	196
一、	腾讯《大唐小吃货》《将军家的小狐仙》	196
二、	芒果《进击的皇后》	199
三、	抖音《柳龙庭传》	201
第六章	微短剧的“千万分账”密码:不同基因的商业化摸索	203
第一节	网络微短剧产业链构成及各方主要变现方式	205

一、制作端	206
二、渠道端	208
三、衍生市场	210
第二节 商业化摸索:付费、内容电商化、红人经济	211
一、内容模式:分账与点播	212
二、广告模式:品牌定制与电商化	215
三、红人经济:借力打力的艺人价值	218
附录	223
附录A 《给你我的独家宠爱》	224
附录B 《致命主妇》	226
附录C 《拜托了! 别宠我》	227
附录D 《她的微笑像颗糖》	229
后记	231

第一章

应“势”而生： “网络微短剧”的时代到来了

2020年对于网络微短剧来说,是一个具有里程碑意义的年份。这一年,微短剧数量呈爆发式增长,据骨朵数据统计,2020年各综合视频平台共上线微短剧272部,占全年网络剧总数量的比重超过48%;国家新闻出版广电总局重点网络影视剧备案后台新增了“网络微短剧”项目;快手开始实施精品短剧引入战略;趣头条旗下米读开始探索网文IP的短剧孵化模式……上述这些都释放了一个信号:微短剧的时代到来了!

2020年，受新冠疫情影响，线下的娱乐产业基本停摆，线上的传统长剧集制作周期延长，一个崭新的内容形式——“微短剧”，凭借“短平快”的优势，迅速抓住了受众，尤其是年轻受众对文娱产品的强烈需求。

从形式上看，微短剧一集短则二三分钟，长则十分钟，短小精悍且“爆点”不断，结构简单，核心角色数量少；同时节奏快，有强情节驱动，基本每集独立叙事；台词简短有力，几乎没有多余的话……能更好地适应用户在碎片化时间里追求故事性、趣味性的普遍心理。于是，在用户需求和行业发展的双重需求下，微短剧高歌猛进，成为剧集内容新赛道。

第一节 风起微短剧：视频产业新赛道

其实，微短剧并非一个新概念，其发展的脉络如下。

微短剧前身是短的戏剧，如TV栏目剧、情景剧等。

2016年前后上线的《屌丝男士》《万万没想到》是微短剧最早期的代表，在呈现形式上，这类单元短剧相较于长视频剧集的突破有限，依旧采用横屏形式，每集时长五分钟至二十分钟不等，由此开启了微短剧1.0剧集型短内容尝鲜时代。

随着互联网资本的加持，各大视频网站相继入局，推动微短剧加速向专业化、精品化发展，并开始首次尝试竖屏微短剧，如《生活对我下手了》《导演对我下手了》《通灵妃》等爆款相继出现，微短剧进入2.0“野蛮生长”时代。

随着以快手为首的短视频入局，建立小剧场，吸引了大量的MCN（Multi-Channel Network，多频道网络）机构和创作人才入驻。微短剧蓬

勃发展，以竖屏为主，内容题材丰富，转化接口多样，与直播带货接轨，平台化运营，微短剧开始拥有“明确的定义”，代表作品有《秦爷的小哑巴》《我在娱乐圈当团宠》。微短剧市场初具规模，进入到微短剧3.0规模化发展时代。

我们可以看到，发展至今，微短剧在内容制作与呈现方式、行业的生产链条及变现链路等方面，都已发生了巨大变化。

通过梳理上文，我们虽然知道了微短剧的发展历程，但是，还没有真正理解“微短剧”到底是什么。“微短剧”的“短”和“剧”各有何内涵？这些概念的辨析对于我们从源头正确认知微短剧具有极大的意义。在本章节里，我们将对这些概念一一进行廓清。

一、什么是“微短剧”

2020年10月，国家新闻出版广电总局发布的《关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》明确指出，“微短剧”是网络影视剧中单集时长不足10分钟的剧集作品。^①这个定义显然很笼统，只是对微短剧的时长做了规定，并没有阐述其内涵，不足以让我们系统地了解微短剧的概念。

本章通过微短剧的概念发展脉络，以及对其内涵的深度解读，以期给读者展示一个清晰的微短剧发展轮廓。

2020年，有研究者在国内较早开展了微短剧的相关研究，研究对象是网络微短剧的一种典型形式——竖屏剧，认为它是“一种短则1分钟，长则15分钟，往往以连续剧的形式呈现的剧集”。^②现在看来，这一定义

^①国家广播电视总局监管中心编.2020网络原创节目发展分析报告[R].北京:中国广播影视出版社,2021.

^②杨哲.竖屏剧迎来发展新机遇[J].中国广播影视,2020(13):22-25.

并不能全面概括网络微短剧的内涵。

2020年,相关学者一方面将“网络微短剧”界定为集数较少的网络剧,认为“微”和“短”两个字强调作品的时长较短:接近于取值下限的作品(1~3分钟),与短视频的时长较为相似;接近于取值上限的作品(10~15分钟),则可纳入较短的网络剧范畴。据统计,2018年网络微短剧的概念形成之初,这两类时长不同的作品比例相当。

另一方面,他们认为“剧”一词指代的是一种按照电视剧法则创作的互联网表现形式,蕴含戏剧冲突,且因情节的连续性而被分成若干集。其中不但有符合网络剧要求的横屏作品,更是出现了大量类似短视频形式的竖屏作品。

2021年,有研究指出,网络微短剧是“内容时长短、按照剧目主题连续更新的、以横屏或竖屏形式呈现的剧情向微视频内容”。^①虽然全面地描述了网络微短剧的形态样式,但并未凸显其特点。

还有研究者采用逐字分析法,从受众的立场加以诠释,“‘短’使其可以更好地利用新媒体语境下大众的碎片化时间,‘剧’则契合人们追求故事性、趣味性的普遍心理。”^②但并没有说清楚“短”一词究竟指代的是集数少还是时长短。

关于网络微短剧的内涵,国家广播电视总局“重点网络影视剧信息备案系统”做了标准表述:具有影视剧节目形态特点和剧情、表演等元素;有相对明确的主题,用较专业的手法摄制的系列网络原创视听节目。

基于此,我们对微短剧的概念与内涵进行了梳理:网络微短剧是指机构或个人制作的单集时长控制在10分钟以内、有剧本并符合一般影视

^①朱天,文怡.多元主体需求下网络微短剧热潮及未来突破[J].中国电视,2021(11):63-68.

^②吕珍珍.网络微短剧的特色[N].光明日报,2021年9月23日.