



照搬套路，市场并不会买账。

在平台公布的短剧赛道标签中，记者看到，很多流行赛道已经衍生出诸多“子赛道”。

比如革命历史赛道下，还分抗战谍战、救国抗争、家国情怀；比如现实主义赛道下，还分法律法治、社会百态、个人成长；比如文化经典赛道下，还分文旅非遗、历史传奇、经典艺术；比如创新、公益赛道下，还分慈善公益、乡村振兴、漫剧科幻……即便在固定的套路中，也必须要有能够吸引观众的“新意点”，才能脱颖而出。

而在场创意的角逐中，编剧作为故事的源头，正在受到各大平台的争抢——能够持续产出短剧爆款的头部编剧，往往稿约早就排到好几年以后，平台想约他们的档期非常困难。在这样的供求关系下，头部编剧很多都成立了自己的工作室。“他们不再是单打独斗的创作者，而是演变为项目经理和团队领袖。平台将项目交给头部爆款编剧，再由这些编剧去培养和带领新编剧进行集体创作。”七猫读书工作人员表示。

尽管这种“赢者全拿”的模式很像长剧，但相对而言，短剧非头部编剧、新人编剧的创作状态，还是要比长剧编剧强不少。一位从长剧转型到短剧领域的编剧告诉《新民周刊》：“做长剧的时候，全靠一个字：熬。长剧的制作周期太长，一个项目做3年都算是快的。除了少数分账剧外，长剧市场本质上是To B(面向平台方)的生意，最终能否成功，很大程度上考验的是你和平台的关系，而不是纯粹的内容质量。平台虽然嘴上都说‘内容为王’，但实际决策时，还是看重大演员、大导演、大IP。”

而短剧虽然也看重头部演员、大IP，但大门仍然敞开，新人编剧也可以凭借一己之力，给各大平台投稿——采纳的概率并不低。即便遭遇退稿，一些负责任的平台也会附带上详细的“不录用原因说明”，常见的有：剧本不符合当下市场热度、角色性格不够鲜明、故事线太复杂等等。

从目前的编剧结构来看，网文小说作者跨界、长剧转行短剧者、科班出身的年轻人，一起构成了短剧编剧

的铁三角，尤以网文作者跨界编剧为多。不少短剧平台都和网文平台深度绑定——比如红果短剧和番茄读书是一家人；山海短剧和飞卢小说达成独家版权合作，获得60多万本小说的IP改编权；咪咕短剧也自有小说IP库；七猫读书凭借100多万本小说IP持续不断在短剧改编领域发力。

每个平台都在通过榜单数据引导市场风向，通过IP布局构筑内容护城河，再通过开放平台海量筛选创作者——毋庸讳言，很多大平台来参加这个创享会，其实就是来“抢人抢本”的。

从野蛮生长到精品化

如果说短剧的上半场是“野蛮生长”，那么下半场无疑已经进入了“精品化”的竞赛模式。

“早期因为短剂数量少，竞争不激烈，可能只要故事还不错，制作粗糙一点、演员颜值不高，也能‘冲’出来。”一位短剧制作人告诉记者，“但现在市场上的选择太多了，观众的第一眼缘变得至关重要。当一个热门IP被改编成七八个版本的短剧时，故事大纲相似，观众自然会优先选择演员更好看、制作更精良的版本。”

的确，在“听花岛”的《十八岁太奶奶驾到，重整家族荣耀》火爆之前，“太奶奶”系列故事已经被翻来覆去拍了好几次。从“野蛮生长”到“精品化”，短剧的质量肉眼可见地提升了，无论是主角演员的颜值还是服化道、特效。

一位从网文作者转型而来的短剧编剧表示，观众的审美是会和行业内容互相影响的：“习惯了短剧的快节奏，大家会变得越来越没有耐心，不愿意花几个小时专门去看部长剧，甚至铺垫都不需要，想直奔主题。这种审美疲劳也会反作用于短剧——当快餐吃多了，总会有人想吃点制作精良的好东西。我认为未来长剧市场依然会存在，但会更加精品化、头部化，而那些质量平庸