

微短剧瞄上老年人 咱爸咱妈上头没?

视频平台专门推出面向中老年群体的银发剧场 中老年短剧走进大众视野



中老年人喜欢看短视频。资料图片



豪门宴上,清贫女主成为众矢之的,正处于毫无招架之力的情形下,霸道总裁及时赶到,“我看谁敢动她!”一声怒喝瞬间打脸在场众人。霸道爱上“灰姑娘”的桥段在爽文短剧中屡见不鲜,但当男女主角年龄加“辈”,还是熟悉的配方,却是陌生的年龄。当中年男女从配角变成主角,中老年短剧逐渐走进大众视野,并且势头不弱。数字化时代,作为一种新兴的娱乐形式,短剧借助各类短视频平台,迅速在各个年龄段群体中流行开来,这不,短剧的风终于吹到了银发一族。

短剧这把火烧到了老年圈

市民王女士发现,最近,自己六十多岁的母亲迷上了刷短剧。豪门霸总隐藏身份,关键时刻站出来替女主解围,只不过主角变成了五十多岁的中年霸道总裁。王女士心中不免疑惑,现在短剧都流行这种主题?从年纪相仿的同事口中得知,对方父母也在家看短剧,题材相仿,主角都是中老年人,逆袭、反转、甜宠等因素,花样儿还挺多。

随着《保洁老妈无极归来》《人到五十,闪婚霸总》等现象级短剧爆火,这类面向中老年市场的短剧逐渐走进人们的视野。中老年短剧究竟有多火?数据会告诉你答案。2024年8月至9月的短剧热度榜中,《闪婚老伴是豪门》上线后,连续五天位居榜单第一,抖音话题量已超23亿,同类型的《闪婚五十岁》,也有6亿的抖音话题量,中年霸道总裁爱上退休阿姨、50岁闪婚嫁豪门的戏码颇受中老年用户欢迎,面对中老年剧市场的爆火,多家视频平台甚至专门推出了面向中老年群体的银发剧场,资本大量涌入中老年短剧赛道,产能正呈爆发式增长。

当中老年人成为故事的主角,虽然套路还是那个套路,剧情还是那个剧情,走向还是那个走向,但是主角一换,这个味儿就是带劲儿。

市场“拿捏” 短剧适老化“爆改”

中老年短剧看似突然爆火,实际上有迹可循。不少网友反映,自己的父母为短剧着迷,这个现象其实并不难理解,“剧情好土我也爱看”“就这个反转爽”。曾经爱好《情深雨濛濛》《又见一帘幽梦》等经典琼瑶剧的妈妈们,和年轻时痴迷古龙金庸,沉醉于“扫地僧”,获得秘籍开“金手指”的设定,如今也为短剧“疯狂”。若是以为中老年短剧赛道只靠

“甜宠”“打脸”,那就大错特错了,中老年微短剧并非单纯搬运年轻人的甜宠剧,单靠“黄昏恋”很难撑起近百集的剧情。家庭温情类的《我是妈妈》,都市情感类的《乘风破浪五十岁》等,妈妈们的痛点、爽点,短剧市场已经“拿捏”了。

打开短剧列表,记者注意到,从题材分布来看,中老年微短剧也存在“男频”和“女频”的分流现象。“男频”方向,苦情慈父戏、隐藏身份替儿女撑腰的打脸“爽文”各占一半,目前代表作有《代驾老爹巅峰归来》《老炮儿之上阵父子兵》等;“女频”方向主流是慈母苦情,甜宠只能算是支流。虽然细分起来男女受众偏好略有差别,但总体来看,中老年受众的共同情感痛点大多围绕着子女和家庭,两代人之间的情感碰撞更能切中观众们的需求。

5月份的热度短剧《母爱无声》是一部“丑娘”亲情爽剧:亲儿子嫌弃农村出身的母亲,而成为富豪的养子却有情有义,关键时刻为养母解围。7月份流量突出的《犬父虎子》,核心情节就是隐藏巨富身份当保安的父亲和创业成功的儿子在晚宴上相遇,儿子因此受众人指点,然而富豪的真实身份一亮,瞬间打脸众人。就算是《闪婚五十岁》,“甜宠”也只是表象,核心还是需要霸总解决儿子不孝的问题。

除了亲情题材外,寻亲题材也颇受欢迎。比如女儿自小被拐卖到贫苦家庭,多年之后妈妈成为CEO,两人再次相遇等。短剧内容源于现实又夸张于现实,究其根本,还是集中于中老年观众对于戏剧性、身份定位、情感追求、家庭问题的思考。

银发族成短剧增量 急需更多精品内容

随着互联网的普及和短视频平台的兴起,中老年人群逐渐成为微短剧的主要观众之一,退休老人强大的消费能力,和对新鲜事物的日益扩大的接受度,为中老年微短剧市场的成长

壮大提供了肥沃的土壤。

事实上,中老年群体一直都是短剧的重要增量。公开数据显示,截至2024年3月,国内50岁以上人群的全网渗透率达26.5%,人群规模达3.2亿人。《中国老龄产业发展报告》预测,到2050年,中国老年人口的消费潜力将从4万亿元增加到106万亿元。根据相关部门2023年底发布的数据显示,微短剧应用用户中,年龄为30岁以下人群占比是30.4%,31岁至45岁人群占比32.4%,46岁以上人群占比37.3%。

“短视频平台的推送算法主要是分析你的点击收藏和观看时长,你爱看什么,平台就给你推送什么题材,我平时会看穿越奇幻题材,短视频平台就给我推送这类主题。”据中年微短剧演员王滨介绍,如今微短剧剧本题材丰富,随着受众群体的扩大,微短剧市场也在逐渐打开局面,未来,也会有更多新鲜题材的剧本涌入市场。

“市场还需要更多题材新鲜、制作精良的作品。”王女士观察到,母亲观看的短剧题材有时候有些“同质化”“换汤不换药”,同一个套路可能换个演员班子就能再“割”一拨,不免存在“诱导消费”、“捷径”的嫌疑。

“前几集免费,后续充值解锁,虽然一集只要几毛钱,老人看了免费情节以后,一集一集解锁,最后竟然要花几十块钱解锁全集剧情,看得多了动辄就要几百甚至上千元,还不如视频会员划算,未免有些‘诱导消费’的嫌疑。况且很多内容都是粗制滥造,爸妈爱看,我们做子女的也没必要‘一刀切’不让看,但也需要更多题材多元、主题积极的内容才好。”王女士的话道出一众儿女的担忧。目前,微短剧显然是个赚钱的市场,但是创作动机并不能仅仅是为了赚钱,它必须是面向未来的,才能吸引更多用户心甘情愿为其买单。

声音

近几年,短视频平台兴起,微短剧以紧凑的剧情、短小的时长,满足了各个年龄段群体的娱乐需求:上班族可以利用碎片化时间消磨时间,老年朋友也可以在短时间内欣赏剧情转折的“爽点”。如今,银发一族加入市场,中老年人展示强大的付费意愿,中老年微短剧逐渐成为一条崭新的赛道。有人感慨“同一个世界,同一个爸妈”,直呼“爽剧又盯上我爸妈了”,也有人持怀疑态度,觉得自家父母正在被微短剧“围猎”,钱包不保。

网友小姜:父母有新的爱好和情感寄托是好事,我爸妈今年六十多岁了,没事就在家刷短视频,看到有题材感兴趣的短剧也会看一看。虽然我不怎么看微短剧,但我不会阻止他们看,子女有时候不能时刻陪伴,找点娱乐消遣方式也挺好,只要在合理的范围内,没必要干涉过多。

网友“人贫是非多”:我30岁,我也爱看,但花钱就不行!有的短剧几毛钱解锁一集,有的短剧9.9元解锁全集,19.9元全网站短剧限时免费一天,39.9元七天免费看,这还只是新人福利,后续新人身份不再,就要支付原价会员,贵得很,感觉各个平台付费规则都不规范,有的老年人手机功能都没玩明白,很容易就被这些乱七八糟的充值带偏了,我看网上新闻,还有不知不觉给短剧充值上万的,大家必须提高警惕了。

网友“美丽的娥眉月”:有的短剧情节很爽很带劲,看剧的时候不用思考,只觉得畅快。有时候日常生活中不敢表达的想法,短剧都帮我实现了,角色都帮我说出口了。但是也不是所有的短剧都好看,有些年轻霸总和中年妇女谈恋爱的题材,就有点“辣眼睛”,太不切实际了,虽然不用带脑子,但也没必要这么“放飞自我”,有的题材创作确实需要好好考虑一下了。

网友“微微一笑”:我爷爷奶奶最近真是着了魔了,没事就在沙发一坐,手机根本放不下,本来就老花眼,这么刷下去眼睛能有好?我们说了几次都没辙,我除了要给未成年设置“青少年模式”,未来恐怕也得给爷爷奶奶们出一个“老年人模式”,控制一下他们的观看时长了!

观海新闻/青岛早报记者 吴涵



扫码加入早报 银龄俱乐部