

短剧“微整形”出海 “霸总”受青睐 已有40多款短剧应用 试水海外市场

文图均据《新京报》

过去一年,位于洛杉矶好莱坞的调皮蛋北美制片厂制片人王京哲拍了20部短剧,眼见这一行业越发热闹。

作为参与者,王京哲也感受到海外短剧正在生变——狼人和吸血鬼题材后,“霸总”当道。和国内相似,女频内容成了英语短剧流量担当,“闪婚等题材在美国表现还不错。”

短剧在美国出圈,“卷”向爆款导演和男女主演。王京哲发现,好莱坞短剧演员紧俏,头部主演工资可达2000美元/天。而这一成熟市场之外,平台和制作方开始走进日本。

如今,超40款短剧应用在海外厮杀,一边利用译制剧跑马圈地、测试市场,一边需要本土剧打通与海外观众之间的“第四堵墙”。

“霸总”年龄上调到30岁

根据《2024年短剧出海行业报告》,目前译制剧和本土剧供应数量比例约9:1。本土剧大多由国内爆款剧改编。根据多重空间团队的经验,这类由国内项目改编的海外剧本与国内原版一般在情节上相差10%至30%。经国内多轮测试,业内对于剧情卡点大多形成了共识,改编过程中,通常不会在这些地方有较大改动,而是将人物的工作、语言、生活等习惯改得更贴近当地人,有时也会调整人设。

“国内‘霸总’可能就20岁出头”,多重空间美国团队就曾将“霸总”年龄上调到30岁左右,并选择年龄偏大的演员,一方面是为了适应演员的观看美感度,另一方面则是适应美国人对老钱家族年龄的认知。

刚拍短剧那年,上述制片人王京哲在狼人和吸血鬼题材里打转,但去年开始在“霸总”里切换。他感觉,目前在英语短剧市场上,狼人题材“还有最后一口气”,跟现代言情、“霸总”题材跑了一整年。此外,和国内相似,数据较好的几乎都是女频内容。“闪婚等题材在美国表现还不错,虐恋也有几部剧表现较好。”王京哲说。

北美市场同样面临题材同质化问题。王京哲透露,他至少给四个平台拍过一段情节相似性很强的故事,“感觉这个设置在这部片子里看到过,那个设置在那部片子里看到过,人设杂糅、混搭。”

制作成本18万至25万美元

过去一年,多重空间美国团队在洛杉矶开机将近10部短剧。爆款演员身价水涨船高。据多重空间联合创始人、总制片人赵韬估计,一部爆款英语短剧能将主演身价抬升50%至100%。制片人王京哲则透露,目前好莱坞部分短剧演员要的工资比导演高,较头部的主演工资可达2000美元/天。

“演员的价格和档期、项目邀请数量多少有关。一位演员如果特别喜欢某个项目,或者和某个团队合作得比较多,也可能会稍稍降低预算。”多重空间创始人肖梦源说,洛杉矶大部分男女主演一天800美元到1000美元。

据《2024年短剧出海行业报告》,出海短剧原创剧制作成本在18万至25万美元。此前记者采访了解到,在美国洛杉矶有的短剧甚至要25万美元以上,在越南、泰国部分只要10多万人民币。



◀多重空间团队在日本东京台场彩虹大桥拍摄短剧现场。



▼多重空间美国团队拍摄甜宠类题材短剧现场。

日本市场 千金要有淑女样 不能动手扇耳光

去年上半年开始,多重空间短剧团队在美国、韩国之外又落子日本,近3个月,刚杀青了两部日本短剧。赵韬将日本制作团队分为两个小组,分别匹配日本公司和国内平台的两类打法或要求。

日系短剧与国内短剧不同,日本公司倾向于把短剧看成是“日剧变短”,节奏相对较慢,更讲究剧情起承转合,重视铺垫、逻辑等,在社交媒体及出租车上投放广告。相比之下,国内短剧偏信息流打法,节奏快、信息点密集。

赵韬刚杀青的两部日本短

剧涵盖复仇、千金等元素。为了让国内千金人设能够符合当地收视习惯,主创团队把原来由千金扇耳光的桥段,调整为由保镖或其他随从角色代替,“在日本观众认知里,财阀千金从小到大都作为淑女培养。女主演对大小姐扇耳光的行为感到相当困惑,曾向我们提出过这个问题。”

在日本拍短剧对时间把控要求严苛,赵韬有着强烈的感受。其中一次外景,剧组获得拍摄许可,全体成员必须在晚上11点前完成清场和撤退,同时将现

场恢复原状,并与管理人员做好确认交接。日本讲究提前预约的理念,不仅拍摄场地,吃饭的餐厅通常也需要预约。“想当天临时做一件事,在日本文化里不是特别行得通。”赵韬说。

在日本拍短剧,成本还未定型。赵韬认为,一部短剧合理制作费至少应该在10万美元(折合人民币约73.14万元)以上,最终还是要根据剧本需要的演员、导演、场地等要求确定。目前,他经手的日本短剧项目制作成本大约在10万至15万美元。

数据

DataEye 数据显示

2024年,参与投资的微短剧总数(去重)超4.46万部,其中新剧总数超3.64万部。这些在国内微短剧江湖里厮杀出来的爆款贴上字幕或加以配音,跟随网文出海积攒的经验,投向YouTube(美国视频网站)、TikTok(字节跳动旗下一款应用软件)等流量池中。

TikTok for Business 《2024年短剧出海营销白皮书》显示

截至2024年2月底,已有40多款短剧应用试水海外市场,累计下载量近5500万次,内购收入达1.7亿美元。