

中老年人撑起微短剧百亿市场

2024年短剧行业呈现了一种茁壮发展、令人耳目一新的气象。据中国网络视听协会发布的《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》,2024年我国微短剧市场规模将达504.4亿元,同比增长34.90%。微短剧用户规模已达5.76亿人,占整体网民的52.4%。

热搜频频出现“一时间全办公室都在看短剧”等热门话题。年轻人天然短剧的核心受众,但随着2024年中老年题材短剧的推出,“熬夜追剧嗑CP”不再是年轻人的特权,不少长辈也加入了短剧充值大军,当年轻人还在扭捏地表示“好土,再看一眼”时,不少中老年人已成为短剧付费“榜一大哥”。

从“太土不看”到“不土不看”

2024年,短剧《我在八零年代当后妈》力压贺岁档电影,成为年初最大的爆款。自这部火爆的“年代剧”开始,2024年陆续涌现类似题材的短剧,堪称“中老年题材短剧年”,它们以生猛的进攻姿态成为文化市场的“黑马”。

以中老年人为主角的短剧,则成功捕捉中老年婚恋的核心诉求。除“中老年甜宠剧”之外,家庭亲情类、逆袭类等短剧,同样受到欢迎。“夕阳产业才是朝阳产业”这句话,在短剧观众群体的变迁中得到了最直观的体现。

据《中国微短剧市场发展研究报告》,在微短剧用户中,40—59岁的人群占37.3%,60岁以上的人群占12.1%。中老年人占观众总数近五成。同时,为微短剧买单的用户群体中,45—64岁的中老年用户群体的付费行为更为活跃,超过整体平均水平。短剧的主要受众人群,已经从年轻人向中老年人群体转移。

面对同样上头的“霸总”剧情,中老年用户的付费能力逐渐反超年轻用户。短剧已经从“霸道总裁爱上我”升级到如今的“霸道总裁爱上带孙子的我”,使中老年用户的上头情绪丝毫不逊色于年轻人。

对年轻人来说,短剧是劳累一天之后无脑摄入的“工业糖精”;而对面临情感缺失、生活面向单薄的中老年人而言,短剧则是一颗即便过期也有甜味的糖。

越来越多短剧牌开始为中老年群体有针对性地提供“文化养老”作品,挖掘中老年群体恒久的“爱与被爱”的情感需求,同时针对中老年人注意力集中时间较短、关心家庭生活等特点,推出适合这一群体的观剧节奏、喜好的剧集,打破过去只有正剧、长剧的局面,成功引发大众对中老年年轻人年轻时的情感记忆、婚恋观念、个人价值及阶层差异等多个维度的探讨。

对自我关注的回归,是影响中老年群体消费力的重要因素。《中国老龄化社会的潜藏价值》系列报告显示,50岁之后,中老年人开始重新关注自己,更相信这是“开始人生新阶段”,而不是接受空洞无物、毫无希望的老年生活。

中老年人的精神文化需求没有得到满足,供需缺口大,微短剧才能迅速在中老年群体中走红。在这个维度上,中老年群体在文娱上的消费潜力巨大,他们也开始为甜宠“霸总”疯狂买单,用大量“1元钱的充值”撑起了微短剧百亿级别的市场规模。

短剧的野心,不只是“爽剧”

2024年,短剧行业快速发展,全网短剧数量显著增长。

根据德塔文电视剧数据库的数据,2024年1—8月,视频平台已有900部微短剧上线,预计全年数量可达1350部,同比增长27.5%。此外,截至2024年8月底,小程序和App平台共上线微短剧22615部。

短剧有强烈而快速的情绪回馈,能迅速抓住观众的“爽点”。90%的短剧题材以“爽”为主,穷人乍富、豪门落难、扮猪吃虎、复仇雪耻、穿越重生等大开大合的剧情依然坚挺。有仇必报、逆袭反杀的剧情,针对的是人们日常生活中难以纾解的压力,是一种对现实困境的迁移。

短剧成为普通人的“嘴替”,不讲大道理,一针见血、直面问题。短剧里的一切报应都来得非常及时,让观众每一集都能保持“乳腺通畅”,不会被漫长剧情和大量矛盾“气出结

节”;节奏明快不拖沓,自带二倍速播放效果,让观众在短时间内得到极致的观剧体验,颇有“性时比”。

《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示,短视频应用的人均单日使用时长已经超过长视频应用。在人们越来越碎片化、快节奏的观看偏好下,短剧的发展将成为市场必然的趋势。

而随着市场的快速增长,内容质量参差不齐、一味追求刺激但厚度不足,成为制约短剧行业进一步发展的瓶颈。短剧行业面临着内容质量提升的挑战,只吸吸引眼球的剧作,很难避免无人问津或违规下架这两种结果。

与此同时,市场上涌现了制作精良、演员颜值高、演技好的优质短剧。可以看出,

随着短剧行业的壮大,许多短剧创作者的野心并非只是做“爽剧”。越来越多的优质短剧并不追求一时快感,同样能以真挚的情感触动人心,容纳更为饱满的故事脉络,塑造更加多维的人物角色,并传递更为深刻的情感共鸣。

随着短剧治理的常态化,短剧市场竞争也越来越激烈。有业内人士表示,接下来短剧创作将进入“比剧本、拼内容”的时代。这意味着,短剧要想在市场中脱颖而出,必须更注重剧本质量,以及从内容到形式的种种创新,而不是只在意撩拨受众的情绪。

从最开始的“爽剧”到如今的短剧精品化,少不了网络大电影给短剧带来的新力量。有从业者表示,2024年,不少做网络大电

影的导演和制片人,如胡东升、金王来、牛顿等人,纷纷转战短剧。他们本身就是第一拨从长片到短片的实践者,懂得怎么做出大众喜闻乐见的东西,这对他们算是换个赛道的事儿,但也可能成为短剧创作革命的铺垫。他们不缺独特的想法和丰富的创意,给短剧业界带来了更多可能性。

有媒体评价,2024年,短剧在以不同于传统影视剧的面貌、不同于其他赛道的传播规律,培育出不同于其他文化产品的消费习惯,已经成为文娱领域的重要分支。据艾媒咨询预测,2027年中国微短剧市场规模将超过1000亿元,几乎相当于电影市场规模的2倍,而下一个趋势与爆款将会是什么,值得期待。

本报综合消息

这个冬季最热门职业缺口超3万人



位于吉林省吉林市的北大湖滑雪度假区,是目前亚洲最大的单体滑雪场,据报道,自年末开板以来,雪场日均接待游客超8000人次,其中60%是南方游客。很多滑雪初学者会选择“一对一”教学,以至于吉林省当地滑雪教练资源非常紧缺,而随着全国各大滑雪场陆续开板迎客,各地滑雪教练一时间供不应求。

对于许多人而言,滑雪教练是一个神秘而自由的职业。网络上,更是流传着滑雪教练月入十万的传说。这也让不少人羡慕滑雪教练这个看似“玩着就能把钱赚了”的工作。

事实果真如此吗?

滑雪教练,月入十万不是梦?

可可托海国际滑雪场位于新疆维吾尔自治区阿勒泰富蕴县,2024年的开板时间比2023年晚了一个月,但是雪质比往年更好。

每天上午11点左右,小吴便带着学员来到可可托海滑雪场。此时通往各条雪道的索道前早已排起长队,人们身着各色滑雪服,巨大的滑雪镜下是一张张期待与兴奋的臉。

小吴是“95后”,在雪期长达240天的可可托海做全职滑雪教练,每年都会可可托海住上半年,从雪场开板前就租好房子,一直待到次年雪季结束前一个月。

滑雪教练并没有大家想象中那么赚钱。小吴说,滑雪的隐形消费不低,他在镇上和另一个滑雪教练合租,两室一厅的房子,每月租金是两三千。加上从镇上往返雪场的交通费用每个月大概是2000元,还有雪场的场地费、雪具等费用,“整体成本还是挺高的”。

小吴说,滑雪教练的收入分布非常极端。在旺季时,部分经验丰富的网红教练或大pro(顶级教练)月薪能达到5万元以上甚至更多。但这通常需要长时间的投入和积累,包括多年的考级考证、在各地追雪训练和其他层面的自我成长。

根据中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2024)》,我国冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。中雪众源董事长魏庆华分析:“根据一手调查数据,可推算出

到2025年,中国滑雪场所需要招聘和培训的各类技术岗位人员超过3万之众。”

尽管行业有着良好的发展势头,但小吴提到的金字塔顶端人群大概只占滑雪教练的1%。大部分的普通滑雪教练,比如在大型滑雪度假区工作的月薪大都在1万元到2万元之间。而到了滑雪淡季,他们得各自寻找谋生方式:有人在夏季去海岛当潜水教练或冲浪教练,也有人干脆给自己放三个月的长假。

在成为滑雪教练之前,小吴是一名平面设计师。这个职业几乎没有上下班之分,要随时随地响应客户。滑雪是他最大的爱好,但是忙起来连滑雪时也要处理工作。后来小吴发现,身边与他情况相似的人很多,大部分滑雪教练都是从各个行业转行而来的。

国内滑雪教练入行的门槛并不算高,取得滑雪社会体育指导员5级资格证书,就可以担任滑雪教练。教练们公认5级的证书并不难考,但是想要吸引更多客人,光有一个国职5级证书是不够的。许多资深滑雪教练都拥有两个以上的滑雪证书。

滑雪教练的收费标准因多种因素而异,经验水平、技能水平、所在地区以及滑雪场的档次都有影响。滑雪教练的薪资结构通常包括底薪和课时费,保底底薪在1500元到2000元。在客流量较大的雪场,教练每天平均上课3小时,每小时的课时费则在80元到120元不等,高级教练每小时能达到三四百元。

有一部分人选择成为自由教练,收费标准更加灵活,根据教学时长、教学质量和个性服务而定,每天的教学费用最高能达到5000元。

滑雪教练,还得兼职导游

自2024年滑雪场开板以来,滑雪教练小白的课程排得满满当当,许多实在教不过来的客人,他便推荐给其他教练。

辞职做滑雪教练前,小白在一家剧本杀店做店长。三年前店里生意最差时,他三个月加起来才赚了5000块钱。他决定放手一搏,回东北老家做教练。

作为初级教练,小白一开始收费定得非常低,起初的目标仅仅是“有客人愿意找我上课就行”。转行第一年,小白的收入从他最低谷时的三个月5000元变成一天赚500元,这已经让从低谷走来的他很满意了。

他每天六点起床,开车去酒店接客人,八点到滑雪场,为客人租雪具,教滑雪,练到四点半,再带他们去吃饭,送回酒店。把一天安排得满满当当:“客人体验了滑雪,还有一站式的导游服务,自然会给他朋友推荐我。减去油钱和雪票、场地费等,一天能赚500块左右。虽然这个价格在滑雪圈只是弟弟,但对当时的我来说已经很知足了。”

网友问他,什么状态下可以考虑做全职滑雪教练,小白结合自己的经历,认为最关键的是要解决获客问题。他很认真地经营自己的自媒体,再忙也会不定期更新,因为他九成的客源来自于网络,保持稳定的、高质量的内容输出,能巩固他的专业形象。

小白说,做教练除了和滑雪必要的基础技能,还要有经验,摆稳心态。

爱上滑雪后,他把公司给卖掉了

画家是“95后”,2016年在上海创业,目前是越野滑雪俱乐部创始人之一。

他对滑雪运动一见钟情,为了滑雪做的事比裸辞疯狂得多:2021年他在吉林北大湖滑雪场第一次尝试就上头,第二天回上海决定转让公司。东北雪季结束了,他就转战到新疆滑雪场继续“征战”。

他明显感觉到现在滑雪教练越来越不好赚钱了,可可托海刚开板时游客比往年要少许多,有时候感觉比教练数量还少。除了雪场内的专职教练,接散客的自由教练的价格落差非常大。初级教练太多而游客太少,于是教练们为了获客被迫卷起了价格。画家前几年在北大湖学滑雪时,教练报价大约是一天3000元,而他今年听说可可托海最便宜的教练,一天只要1000元。

爱好和职业是两码事。在画家认识的众多滑雪教练朋友中,有的人为了能够转行来滑雪,甚至破釜沉舟办了网贷,拿着钱去买装备、办季卡、学技术、当教练,好在付出得到了回报:“现在学生请他上课,一天的学费至少3000元。他当年办的贷款已经全部还完了。但像他这样的案例还是少数。”

关于到底要不要辞职去做滑雪的问题,画家和小白的观点类似,建议年轻人三思而后行。“有些人听说滑雪教练很挣钱,于是他们就考证,以为只要拿到证了,就能在雪季里轻松挣钱。事实上,在可可托海,一整个雪季下来,每年滑雪能赚个四五十万的教练在教练级别里面应该算中上等的,能月入十万的滑雪教练是极少一部分。”

个体教练虽然看似拥有自由,但自由的代价不低,需要自己承担在雪季期间的食宿和交通等开销,算下来是一笔不小的费用。在小白看来,滑雪教练已经过了风口,高端客户只是少数,大部分客户都关心如何省钱,而总有价格更低的教练出现。

本报综合消息