

甜宠短剧，何以“拿捏”中老年人

支持作者创作，解锁后继续阅读

解锁本集：200看点 账户余额：0看点

9.9元 990看点	19.9元 1990看点 +1000看点 多送10元
29.9元 2990看点 +1500看点 多送15元	39.9元 3990看点 +2200看点 多送22元
69.9元 7天会员全场剧集免费看	99元 1年会员全场 免费看 每天仅需0.27元

所有影片

“

45岁的女主在家被儿子、儿媳打骂，儿子甚至试图让她再嫁换取8.8万元的彩礼，直至女主相亲遇见假扮出租车司机的中年霸总，由此一地鸡毛的生活开始“逆袭”……这是短剧《闪婚五十岁》的开篇，看似老套的剧情近期却在短视频平台上收获5亿播放量。

中老年霸总甜宠短剧火出圈的背后，是庞大的受众。据艾瑞咨询发布的《2024年中国微短剧行业研究报告》，艾瑞于2024年5月调研了1022名微短剧用户，其中40—59岁用户占微短剧用户的37.3%，60岁及以上用户占比为12.1%。短剧中“婆媳关系”“离婚”“闪婚”和“认亲”等涉及家庭关系和情感纠葛的情节，最容易引起他们的共鸣。

“短剧带来的往往是短暂的多巴胺分泌，但中老年人更需要长期的支持和情感关怀，单纯依靠短剧体验无法满足他们对深度的社会交往和人际关系的渴望。子女和社会应给予中老年人更多的陪伴和关怀。”武汉大学社会学院讲师刘天元提醒。

◀某个短剧小程序中的充值档位 受访者供图

在播剧目总数：1500部

为看短剧充值上千元

最近，在海南的“00后”刘希发现，原本爱看谍战片和家庭伦理剧的父亲，迷上了《总裁爹地人设崩了》《神婿医仙》等短剧。每天晚上吃饭时，父亲都戴着蓝牙耳机，沉浸在剧情中。“原本我以为短剧主要受年轻人追捧，想不到50多岁的父亲也不能自拔。”

短剧的风，正猛烈地吹向银发一族。几个月前，杭州70多岁的肖奶奶在朋友圈偶然刷到一条短剧推送，这打开了她

的“新世界”：男女主意外在一起后又分开，女主怀孕后独自生下孩子。几年后女主受生活所迫到男主的公司做清洁工，经过曲折的故事发展后，双方破镜重圆。

看了几部短剧后，肖奶奶有些“上头”。她觉得，“这很符合我们老年人的心理特点，最后能够圆满地结束，还是很喜欢的。”

以前，刘希父亲不舍得花钱开通视频平台的会员，现在却心甘情愿为短剧付费。“起码有三四个软件都是花了钱的，每

个软件都充了10多笔，每笔二三十块钱。我第一次知道短剧这么贵。”刘希告诉记者，短剧一般都在100集左右，要充好几次才能看完。

为短剧付费的中老年人不在少数。“基本每次都充一两千块进去，大概一个月就花完了。”林苏苏在广西的外婆今年72岁，之前在抖音平台看短剧，尽管短剧单集的价格看似不高，但在多集累积下，消费数额迅速增加。

是“乌托邦”还是陷阱

“看电视剧就像去大饭店，看短剧就像吃快餐。”53岁的上海阿姨宋知华将看短剧比作“快餐式”的娱乐体验。与长篇电视剧不同，短剧通常在一两个小时就能讲完一个完整的故事。因为节奏紧凑、剧情“不用动脑”，短剧非常适合她在“没事干的时候看看”。

林苏苏则觉得，看短剧成了外婆唯一的娱乐活动。外婆退休后在家带两个孙辈，碎片化时间就开始在抖音看短剧。“她每天大概看一两个小时的短剧，通常是在孩子午睡的

时间看。”林苏苏认为，“这是老年人丰富晚年生活、缓解带孙焦虑的一种方式”。

29岁的短剧编剧“烤肉”说，不少短剧的主角是保安、保洁、保姆、外卖员等，而在看短剧的中老年男性中，主要的付费人群也包含了从事这些行业的人，“他们会通过短剧来弥补精神上的需求”。

在观看甜宠短剧的同时，肖奶奶觉察到不对劲。“好像都是有就能解决问题，主角含着金汤匙出生，不太需要奋斗。”

记者在黑猫投诉平台搜索“短剧”，发

现近1400条投诉，包含乱收费、引导消费、恶意扣款、虚假宣传、难以提现等问题。平台之间相互引流、跳转，再加上收费方式多样，使得短剧的收费乱象频发。

因为不想为短剧付费，宋知华下载了免费看短剧的App。虽然短剧大多是免费的，但点进视频广告会直接跳转到购物平台，买了护膝、袜子、油桃等一堆商品。

有一次，刘希的父亲通过短视频平台买了一块智能手表，不到一个星期电池就鼓包了。

“虐”得死去活来背后

“中老年观众实际上是庞大的短剧消费群体”，30多岁的短剧编剧沈安表示，短剧的消费群体九成是中老年人，特别是40—60岁的观众，偏爱看情绪化、逻辑性较弱的内容。“烤肉”坦言，三线城市开外的用户付费更多，“因为他们日常的娱乐项目较少，有了点闲钱也不知道该往哪花”。

“烤肉”介绍，短剧热点消散得很快，6月上线的《闪婚五十岁》大爆，“一大堆人立刻照搬”，但模仿的人多了，观众会审美疲劳。“最近世情类短剧比较热门，主打家长里短的情绪拉扯。”

为了让中老年观众能够代入剧中角色的困境和情感经历，沈安正尝试把“年轻人的一些东西老年化”，比如把年轻人相亲改成子女

相亲或寻找老伴，把年轻人攀比奢侈品或工作改成中老年人攀比子孙或儿媳。她最近签约的一些剧本直戳部分中老年人“婚姻不幸，有点不敢再谈一次恋爱”的痛点。“编剧要做的是一方面把他们的恐惧具象化，另一方面帮他们顺利实现某些幻想。”

沈安说，小程序中的短剧通常有三个充值档位，第1集到第10集是免费的，其他集数的价格由承制方制定，通常较为昂贵，相当于网络视频平台几个月的会员价：“30元买积分，99元看六七十集，199元包月全平台免费看”。

她进一步阐释了短剧的结构：“第一集需抛出噱头或冲突，前三集要展示所有反派与主角的困境，前十集要在主角被欺负

的同时给到观众期待”。

沈安坦言，短剧的核心是情绪反应和付费意向。为了吸引观众付费，短剧常通过反派角色对主角的折磨，激发观众的情感共鸣，而女主角通常是善良且柔弱的“小白花”形象，“这种角色更易引发中老年观众的同情。”

尽管有中老年观众渴望看到更多正能量导向，但沈安认为，在短剧中实现这一点比较困难。因为“短剧说到底还是情绪类产品”，依赖的是低层次的情感共鸣，如求生欲和对暴力的反应，而非高层次的价值观。要想在短剧中传递更高层次的价值观，则需要更长的铺垫时间，这与短剧的快节奏、直白、“扁平化”的叙事方式不符，也难以在几集内激发观众的付费意愿。

短剧应如何“适老化”发展

短剧“适老化”发展如火如荼，沈安认为这是必然的，但仍需不断“试错”才能确定发展方向。

武汉大学社会学院讲师刘天元指出，“银发经济”可能成为平台发展的重点。

“对许多老年人而言，退休生活往往伴随着社交圈的缩小和家庭关系的转变，会加强老年人的孤独感和情感缺失。”上海交通大学媒体与传播学院副教授张连珊说，老年人对互联网的使用日益成为其补偿社会支持缺失的渠道。“在现实中可能遭遇的

种种不顺心，或许会在短剧中得到理想化的发展，这会让他们获得情感上的慰藉。”

不过，张连珊强调，短剧中对家庭矛盾的刻板化呈现，可能导致观众对现实生活中琐碎矛盾的负面印象被不断加深。

短剧到底是甜蜜围猎还是情感消费？复旦大学文物与博物馆学系博士后邓又溪说：“实际上问题不在短剧上，而在作为内容产品的短剧该如何被审核，平台要怎样把关，客户端诱导充值问题如何解决等。”

张连珊建议，内容制作方需要在短剧创作中更加注重质量和深度，确保它们贴近中老年人的生活实际，同时避免刻板化和戏剧化的负面表现、避免陷入低水平重复的怪圈。“还需要加强对中老年人数字素养的培养和提升，政策制定者和行业监管机构也应加强对适老化短剧内容的监管和引导，促进短剧行业的健康发展。”

（应受访者要求，文中刘希、肖奶奶、林苏苏、宋知华、烤肉、沈安为化名）

据潮新闻

二手商品“踩雷”还是“真香”



消费者反映在二手平台上买到了问题手机 图片来自“人民投诉”用户

“不是新款买不起，而是二手商品更有性价比。”近两年，越来越多的年轻消费者选择“买二手、用二手”，推动了“二手经济”的发展。相关平台数据显示，2023年二手电商交易规模达5486.5亿元，同比增长14.25%；用户规模为5.8亿人，同比增长25.26%。

与此同时，伴随二手交易市场规模的快速扩张，相关交易平台乱象也频频发生，正在侵犯消费者的权益。

“我买的二手手机，说是原装演示机，收到后发现拆机维修过，螺丝都没给上”“买了一台二手冰箱，有平台官方验证，使用后冰箱通上电不制冷”“购买一条价格388元的黄金招财猫（宠物）观赏鱼，结果收到的却是一条价值10元的清道夫”“购入超市礼品卡800元，收到卡密后无法绑定，卖家不解决，还拒接电话把我拉进黑名单”……

人民网“人民投诉”梳理发现，近期平台涉及3C家电、宠物、虚拟商品等二手交易投诉较多，具体问题大多聚焦于——产品虚假宣传、掩盖瑕疵、以次充好、货不对板；卖家随意失联；售卖时承诺可随时退，收到后发现商品有问题却不退款；二手交易平台风险提示缺失，监管不到位等。

针对上述问题，今年印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》《国务院办公厅关于加快构建废旧物资循环利用体系的意见》等文件已有相关部署：

推动二手商品交易平台企业建立健全平台内经销企业、用户的评价机制，加强信用记录、违法失信行为等信息共享。

完善旧货交易管理制度，研究制定网络旧货交易管理办法，健全旧货评估鉴定行业人才培养和管理机制。出台二手商品交易企业交易平板电脑、手机等电子产品时信息清除方法相关规范，保障旧货交易时出售者信息安全。

消费者在二手商品交易中请注意：

购买商品前，要与卖家进行充分沟通，尽可能详细了解商品信息，如查看商品描述、图片、视频等信息，知晓商品的真实状态。

注意卖家过往的交易状况、信誉评价等信息，评估卖家的可靠性。

注意交易安全，尽量使用交易平台进行交易，避免私下交易，并对聊天记录、支付凭证等交易过程进行留存，以便在发生纠纷时作为证据使用。

遇到问题后，消费者应先尝试与卖家沟通，说明问题并提出退换货要求或协商其他解决方式；若与卖家沟通无果，可向交易平台投诉举报。

如果沟通协商、投诉举报均无法解决问题，可向消协组织或市场监管部门投诉，也可以申请仲裁或到法院提起诉讼，依法维护自己的合法权益。

据人民网