

最近，短剧编剧这一群体站上了风口浪尖，行业打出了“140万年薪招募短剧人才”的招聘广告，坊间也盛传“年入百万”“分成收益躺着赚”等财富传说。但记者调查发现，能年入百万的短剧编剧不足从业者的1%，更多人面临着“高门槛低回报”的激烈竞争。同时，当流量成了标准，创作有了公式，短剧剧情也高度雷同。



年薪百万，短剧人才真这么吃香？

“造富神话”背后是流量至上带来的产业狂飙

现象：平台百万年薪抢人

“海淀短剧公司！招主编！”“百万稿酬招聘短剧编剧，北京、上海两地办公，欢迎加入”“百万年薪摇人！短剧主编虚位以待！”……最近，打开各个招聘网站，“微短剧编剧”的招聘信息不少，薪酬从一年十几万元到百万元不等。

在社交平台上，抢编剧的帖子也层出不穷，最火的当属“头部剧本工作室急招红果向编剧”。8月13日，红枣短剧发布新规则，评级最高的剧本保底稿费从12万元调整至可达20万元，分成比例从20%翻倍至40%。

为了表示所言非虚，帖子下还附

上了“造富神话”。有编剧晒出战报，称其编剧的《穿到八零家属院》一上线就登上热榜，上线首月个人分账突破150万元；也有工作室晒出《一往情深》战报，称上线首月剧本方分账突破140万元。

虚虚实实的消息下，短剧编剧的“淘金热”正吸引着各路人才，网文写手格莉丝就是其中一员。她告诉记者，与其在传统网文领域苦熬，不如到短剧市场碰碰运气，毕竟这里的报酬看起来诱人得多。“看朋友圈里前辈转行后，一个剧本加分成能卖几十万元，比写40万字网文挣两千强太多了。”

调查：年入百万者不到1%

做短剧编剧真能日进斗金？记者调查发现，实际情况并非如此。短剧编剧想要年入百万，关键看剧本评级和短剧分成。

短剧评级，相当于给短剧打分，最高是S级，代表高品质、大投资；最低是C级，代表低品质、低投资；中间还有A+级、A级、A-级、B级四档。“想拿到A+、S这样的高评级，编剧本身得‘有料’。”某短剧工作室负责人青芒告诉记者，所谓“有料”，一种是本人已写出过至少五六部爆款短剧剧本，在业内积累了一定口碑；一种是原本就有些

名气的网文作者转行当编剧，已积累了一批粉丝，剧本通常也是由爆款网文改编而成。

不过，即使被评为最优级，编剧从一部剧本拿到的稿酬封顶也就10万元，想要日进斗金，关键还在短剧分成奖金，即分取剧本拍摄后的短剧收益。而能获得分成奖金的编剧，更得是行业顶尖，大部分人其实拿不到分成资格。“目前，国内做短剧编剧的大约两万人，能年入百万的，不超过200人，不到1%，堪称凤毛麟角。”青芒直言。

从业者：一天要写10到20集剧本

3年前，木溪投身短剧行业，“一年至少投十几部剧本，投中的话，通常一部能拿两万元稿费，偶尔高点能拿到5万元，但不是月月都能中，不稳定，一年下来能有20万元已算不错。”

今年上半年，因为写出了一部爆款短剧，木溪结束了“散兵”生涯，签约某短剧平台，成了编剧主编，有两三万元的稳定月薪，但得带领团队，确保单月有10部至20部剧本的产出量。

“这收入在业内算中上水平，很多没写出过爆款作品的签约编剧，月薪也就一万元左右。”木溪说，入职前，招聘方给她的年薪号称也有七八十万元，但半数都是奖金，“能不能拿到奖金，要看后续短剧上线后的充值和广告收益，大多数情况下，挺难的，出一

部爆款短剧是需要运气的。”

出身戏剧影视文学专业、曾拿过编导电影行业奖项的李磊，就是木溪口中月入万元的无爆款编剧。李磊原本是长视频平台编剧，今年5月，转行到短剧赛道，凭借此前的经验签约了某工作室，每月底薪8000元，“一天要写10到20集剧本，还反复被退稿，节奏快得让人喘不过气，就这样还被主编警告了两次可能要劝退。”

没有相关经验的网文作者小蒲，两个月来，投出的短剧剧本屡屡石沉大海，至今收入为零。收稿编辑给出的反馈很直接：网文式的心理描写太多，剧情推进太慢，完全不符合短剧对画面感和快节奏的要求。“说要三秒一个转折，五秒一个冲突，真的不好写。”小蒲苦笑。

揭秘：剧本都有公式套路

为何同样转型写剧本，有人写的剧本一鸣惊人，有人的剧本却无人赏识？青芒给出了答案：“短剧创作不是搞艺术，必须紧盯市场需求，找出产品规律。”

在青芒看来，短剧的核心在于把握人物关系，要精准捕捉目标观众的心理。“想象一位月薪三千的小城家庭主妇，忙完家务哄睡孩子后瘫在沙发上刷手机，这时最想看什么？”她向记者展示一张收稿统计表，霸总甜宠、职场菜鸟逆袭、宫斗权谋、婆媳大战、姐弟恋是当下最吃香的题材，“这也不是我们定的，是大数据在说话。”

实际上，多位新手编剧告诉记者，他们被明确告知不要盲目做原创，最稳妥的选择是IP改编——改编现成的IP网络小说。

如何改编？有个“黄金公式”。木溪透露，关键在于保留原著经典场面、角色高光时刻的同时，将内容打碎重组，按照“冲突—行动—反转—爽点”的循环逻辑重构剧情。以情感剧为例，经典的“误会——澄清”套路就包含四个元素，埋雷、虐点、破局、糖点，也就是第三方挑拨制造矛盾、主角被误会形成虐点、关键证据破局、最终误会解开感情升温，“叙事要尽量完整保留这四个元素，两三集形成一个回合，才能留住观众。”

不仅有“黄金公式”，记者在调查中发现，“扒本”已成为业内公开的秘密。制作方选择给热门剧本换个时代背景、改个角色名字，进行“一本多拍”，就能快速复制出三四个“孪生兄弟”。

“爆款就像中彩票，中了当然要反复兑奖。”短剧平台投资人李萌表示，投资方更愿意为已验证过的市场表现买单，“与其冒险赌原创，不如投资爆款同类型短剧甚至同剧本快速翻拍，还能吃到流量的红利。”

这种投资倾向反映到市场，就是不少观众感受到的，爆款短剧越来越像。“打开手机刷短剧，15个《前妻攻略》排队等着你。”观众晓丽调侃道。

短剧越来越像，行业的版权纠纷随之出现。近日，微短剧公司听花岛就指控《歪出一片烟火人间》抄袭其版权作品《家里家外》，称“台词原样照搬”；《卖菜大妈竟是皇嫂》《冷面小叔宠嫂无度》两部剧先后被一出海短剧平台“一比一抄袭”。

中央财经大学法学院教授朱晓峰表示，构建短剧健康生态需多方合力，既要强化平台监管责任，通过关键词过滤、黑名单等技术手段遏制侵权，对反复侵权者限权封号；也可建立“一站式”维权平台降低维权成本，法院可运用诉前调查令向平台调取侵权信息，推动平台与制作方形成联防机制；同时也要提升公众版权意识，形成尊重原创的社会氛围。

（据《北京晚报》）