



■剧里剧外

接连打造多部播放量过亿的爆款

## 见证短剧向精品化疾驰

《科举：回到古代当书童》《凤隐天下》……你看过这些短剧吗？这些作品，皆出自导演郑又铭。2022年，他“阴差阳错”下进入短剧赛道，从此一头扎进这个“一分钟江湖”，用一部部播放量过亿的爆款，见证了行业从野蛮生长到向精品化疾驰的全程。

### 1 成为业内公认的标杆人物

从短剧的出现到如今行业整体迈向精品化，不过短短三四年。市场的变化催生了从平台定制、联合投资到独立分账的多元商业模式，也吸引了大批专业影视人才和资本入局。郑又铭可以说是最早的一批。

“2022年有人找我，说10万元预算拍100集，一集一分钟。我惊呆了，心想这怎么可能？”回忆起初入行时的情景，郑又铭依然印象深刻。彼时，短剧制作成本较低，行业里都处于用“土办法”摸索的阶段。

当时，郑又铭拍的一部年代悬疑剧，全组加上演员只有15个人，摄影、灯光、场务，所有人都在镜头前兼当演员。这种被业内戏称为“草台班子”的初创模式，却是当时短剧行业的普遍生态。

然而，郑又铭和他的团队决定

走一条不同的路。当拿到短剧《痞子战神》时，平台给的预算仅12万元。郑又铭却做出了一个当时看来不可思议的决定，自掏腰包追加投资30多万元，像拍传统电视剧一样，实景搭建了监狱牢房。“片子出来，平台方说‘你这不像短剧，太像电视剧了’。”郑又铭坚持了自己的判断。

2022年9月27日，该剧上线，一小时后台分账金额破万元，当月即登上全网榜单首位。这一仗，不仅打响了郑又铭的名号，也让他明白精品化道路的可行性。

此后，郑又铭接连打造了《绝世强龙》《北境战神》等多部播放量过亿的爆款，创造了“24小时分账过百万元”的行业纪录。他成为了业内公认能将“精品化”理念与短剧商业模式成功结合的标杆人物。

### 2 对“内卷”与“同质化”保持警惕

他的实践，也是行业狂飙突进的缩影。短短几年，短剧从起初小打小闹的“段子剧”，迅速进化为一个专业的影视细分门类。投资规模随之水涨船高，从他入行时的10万元级，迅速跃升至百万级元，制作流程也无限向传统影视剧靠拢。

“现在除了演员阵容，我们在服化道、摄影、美术上的标准，和传统剧集没有本质区别。”郑又铭说。

尽管成绩斐然，郑又铭却对行业的“内卷”与“同质化”保持着清醒的警惕。“观众已经非常挑剔了。以前随便一个故事都有人看，现在行业整体能赚钱的项目可能不到1%。”他认为，短剧的核心危机并非制作，而是内容。

短剧是否存在可被复制的爆款公式？在郑又铭看来，其逻辑与传统影视剧有很大差别。“微短剧的传播更多是靠‘切片’，也就是宣发素材。关键是剧本能否产出大量让观众眼前一亮的‘名场面’，吸引他们去追看全剧。”

“战神、赘婿、逆袭，观众已经审美疲劳了。”因此，他主动寻求突破，

前不久杀青的《沟通万物》正是这样一次实验——放弃强冲突的“爽剧”套路，尝试一个关于“人与万物对话”的温和脑洞。

2023年，郑又铭因拍摄一部民国戏来到象山后，就决定将公司长期落户在这里。“在这里拍戏，没有什么问题是解决不了的。”他举了个例子，有时剧组预算有限但想用好场景，影视城的朋友会主动帮忙协调、打折。“他们是真的把你当朋友处，不只是商业合作。”这种深度信任的“软环境”，与象山拥有从古装到民国、现代，外加虚拟摄影棚的“硬设施”相结合，形成了他眼中理想的创作土壤。

如今，站在行业前沿，郑又铭看到两个清晰的趋势：行业天花板不断拉高，短剧正成为“造星”新通道和“文化出海”的新载体。

“这个行业已经从抢流量红利，进入了拼综合生态的阶段。”郑又铭总结道。这生态不仅指剧本、拍摄、演员，更包括象山这样能提供全方位支持的产业基地。

记者 袁先鸣 文/摄



公益广告

成由勤俭败由奢  
倡导光盘净餐桌



宁波市文明办 宁波日报报业集团