



## “慢节奏”带来惊喜

今年3月，微短剧《家里家外》首次亮相时，市场对这类“生活流”温情题材还较为陌生。该剧以家庭生活为切口，在短剧的时长限制下构建完整的情感叙事，体现“微篇幅、深共鸣”的创作路线。凭借浓郁的地域特色与细腻的情感刻画，《家里家外》上线3天播放量即破10亿，成为现象级爆款，并在豆瓣获得7.9的高分。不过，当时行业对用户是否愿意为“慢节奏”情感叙事买单仍存疑虑。

作为续作，《家里家外2》仍由抖音集团短剧版权中心和短剧厂牌“听花岛”联合出品，原班人马依旧坚持“慢工出细活”的精品化路线，将镜头对准20世纪八十年代的川渝地区，安静地讲述了一个重组家庭的故事。剧情中有生活的乐趣，也有遇到的困难，但核心始终是家人之间的相互支持与彼此温暖。

《家里家外》系列的前后两部作品中没有离奇的命运反转，而是聚焦夫妻相守、邻里互助以及非血缘家人日复一日真心的付出。从第一部起，这种对“附近”生活的温情讲述便显得与众不同。到了第二部，“生活流”叙事得到进一步延续和深化，故事从“父母爱情”扩展到更丰富的家庭群像，通过新成员的加入和孩子们的成长轨迹，深入诠释了“家”的包容与牢固。

# 《家里家外2》

邱伟

## 主动“慢”下来 用笨功夫打动观众



### “笨功夫”打动观众

在制作上，《家里家外2》下了“笨功夫”。常规短剧的拍摄周期往往只有几天，而《家里家外2》则花费了一个月时间。剧组搭建20世纪八十年代四川街头的场景，家中的老物件、街上的招牌都尽力还原时代样貌。服化道方面，物品摆放遵循生活逻辑，场景的真实感为演员表演注入了信念感。演员们也表示，拍摄这部短剧有充足的时间去琢磨角色和表演。这种在场景、服装、周期上的投入在短剧制作中堪称“奢侈”，直观体现了主

创团队的“慢”策略。

“慢”的背后，是创作追求的转变。《家里家外2》意图探讨亲情、教育与爱，希望提供的不仅是几分钟的消遣，更是一份能留存于心的感动与思考。出品方邀请周深演唱主题歌，实现了一线歌手与短剧的首次联动，也体现出对更高品质与更广共鸣的追求。

市场对这种创作模式给出了直观反馈：《家里家外2》上线首日热度值便破亿，在多个榜单断层领先。如果说年初的《家里家外》是短剧对生活深度的一次试探，那么年末《家里家外2》的现象级热播，则验证了这一模式的可行性，表明短剧

扎根生活、专注细腻情感表达，同样能以温暖与情怀打动观众、赢得市场，并在行业中站稳“生活流”温情题材的位置。

当然，“慢”不一定全是优点。也有观众认为，这部续集部分节奏可以更紧凑。这恰恰说明，如何在“慢工出细活”与“抓住观众注意力”之间找平衡，仍是短剧创作者需要摸索的课题。同时，也应看到短剧形态有其天然制约，“长达30天的拍摄周期、800套年代服装的细节打磨”，这样的“短剧顶配”并非所有短剧都能复制。快速试错、迅捷迭代依然是微短剧区别于常规剧集的产品特点。

### 从“快”字当头到“分层”共生

微短剧的未来，或许不是“快”或“慢”的单选题，而会像其他文娱品类一样，经过持续迭代，最终演化为一个分层化、多元化的市场，不同定位的作品各司其职。

最直观的分层体现在内容上。如今的短剧行业已不再是“霸总重生”“逆袭打脸”一统天下的局面，转而成为一个高度细分、满足多元需求的内容超市。随着免费模式成为主流，短剧竞争的核心从设计付费“钩子”转向以更完整、更动人的故事留住观众。于是，市场上既能看到以细腻情感和精良制作为代表的《家里家外》等作品，也出现了以密集知识输出为特色的《冒姓琅琊》，开拓出

“知识短剧”新赛道。

微短剧的内容类型也在主动拓展，从过去常见的甜宠、逆袭题材，延伸至非遗、悬疑、谍战等更为垂直的领域。这种内容分层背后的驱动力，是用户结构的再分层。数据显示，用户结构正从以年轻人为主向全年龄段跃迁，这不仅意味着受众基数的扩大，更体现为内容消费向“分龄化”“分性别”偏好演进。40岁以上用户占比已超50%，为年轻人准备的都市情感题材与为中老年人定制的家庭伦理、乡土文化剧集，在市场上并行繁荣。甚至有创作者开始以五年为一代进行垂直划分，精准捕捉不同代际的情感需求。

短剧的“分层”，标志着行业在差异化竞争中走向成熟。市场头部将出现更多如《家里家外2》这样“由快到慢”的高品质作品，用于树立行业口碑、吸引高端品牌、拓展题材边界；腰部则由大量在类型框架内微创新、平衡成本与质量的剧集构成，以稳定供给满足消费需求；基础层则是持续以极致效率生产的“快剧”，保持市场活力。

对创作者而言，真正的挑战不再是简单选择“快”或“慢”，而是在“深度”与“效率”、“艺术追求”与“商业回报”之间，找到最适合自身定位的平衡点。《家里家外》系列的价值，正是以一个成功案例证明了“慢”路径在微短剧领域的可行性与潜力，为行业提供了一种重要选择，也让整个生态变得更加丰富和健康。（新华社）

**重拳出击！**

邪教，坚决取缔

晋中日报·晚报版宣