

120集《圣爱中医》微短剧项目方案

中医文化



120集《圣爱中医》微短剧

章节

壹

微短剧介绍

贰

创作思路规划

叁

品牌植入

肆

付费微短剧介绍

伍

盈利模式与周期

陆

风险分析

柒

成本支出

捌

制作团队

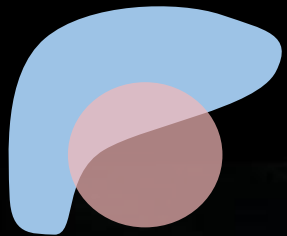


圣者济世，爱心养生

1, 微短剧介绍

圣
爱
中
医





什么是微短剧

短剧时长以每集1-3分钟，总共50-100多集为主，有剧情连贯、戏剧性强、矛盾冲突强、爽感强、情节多反转等特点，观众也是为了强烈的爽感，以及满满的情绪满足与宣泄而付费。



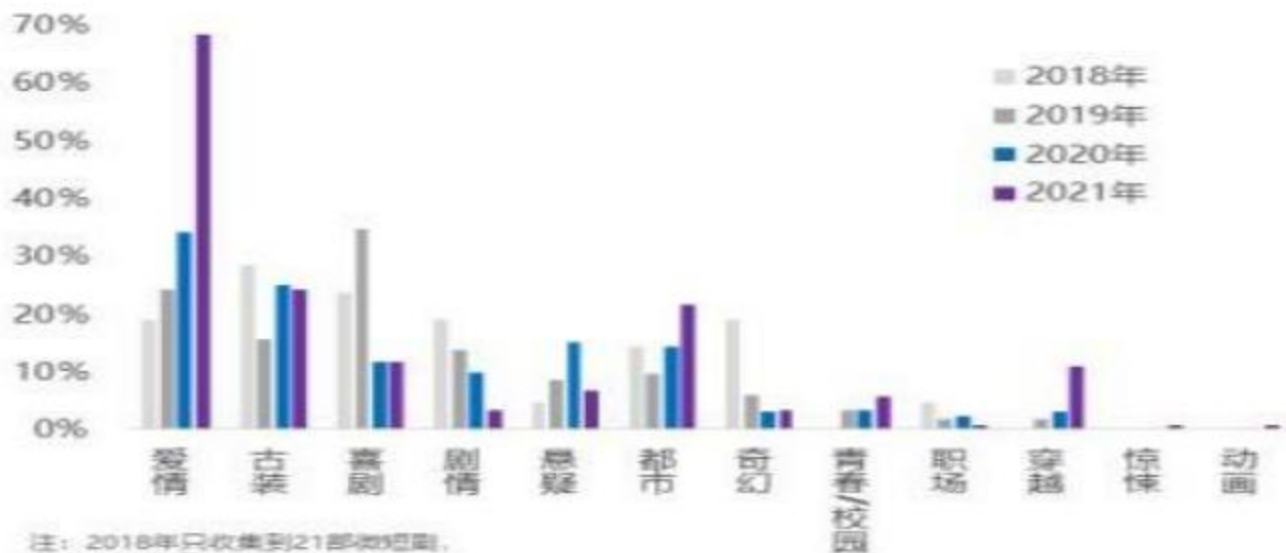
短剧行业分析



内容题材：题材趋向多元，爱情、古装优势明显

- 年轻女性是微短剧消费的主力军，爱情、古装、都市、穿越等题材表现较为亮眼；在此基础上，微短剧类型不断扩充，2021年惊悚、动画等新题材类型涌现，题材丰富多元化。

2018-2021年微短剧题材类型分布



注：2018年只收集到21部微短剧，分布占比数据仅供参考

微短剧开发题材选择考量因素

1

用户心理诉求

用户以打发时间，放松心情为主要目的，搞笑、轻松、甜宠较适宜

用户观看场景

等车、入厕等碎片化场景为主，不宜烧脑类悬疑微短剧

2

3

题材热度

爱情、古装、喜剧是微短剧的三大热门题材



圣者济世，爱心养生

2, 创作思路规划

圣
爱
中
医





故事发展时间线

圣

爱

中

医

1, 刘董事长创办
《圣爱中医》的
初心与决心

3, 拜访整合各大
中医学派

5, 各大中医学派
成功治疗奇难杂
症

2, 克服层层困难
顺利开馆

4, 调解、协商各
大学派之间的矛
盾与纷争

6, 在刘董的带领下,
圣爱中医是集成中
医、理疗、康养等
世界性名中医馆





故事内容



张震



吴荣祖



戴天浩



姚克敏



管遵惠



张良英

- 1: 历史沿革
- 2: 学术传承人
- 3: 学派特色
- 4: 学派成果
- 5: 奇难杂症病例

圣
爱
中
医



故事分段



创建过程

描述创始人刘琼刘董事长创建《圣爱中医》的故事，呕心沥血坚持不懈创办《圣爱集团》，励志人心，创业的决心鼓舞观众。

各中医学派

讲述各大中医学派成立过往，各大学派间的矛盾产生、矛盾激化，最后矛盾解开，互相勉励、互相学习，逐步完善《圣爱中医》整个中医体系

疑难奇症

讲述当下人群的各种奇难杂症、如今最普遍遇到的各种症状，通过中医的手法、疗法、治法巧妙的治好，把中医的博大精深用实际的案例通过短剧精准呈现给观众

拍摄场景（周期为25-30天）



主线人物、中医馆



学派代表、宗师传承



中医药材、奇难杂症

演职人员



主线人物

- 1, 人物事迹;
- 2, 投身中医事业;
- 3, 对中医的热爱与执着;
- 4, 当代女企业家典范;



创建经历

- 1, 创业艰辛;
- 2, 整合中医各个学派;
- 3, 发扬传承中医;
- 4, 享誉世界的中医名馆;



学派代表

- 1, 各学派的特色;
- 2, 各学派的矛盾;
- 3, 各学派间互补互助;
- 4, 各学派团结一致;



疑难奇症

- 1, 中医治本;
- 2, 传统新奇的中医疗法;
- 3, 针灸、推拿等治疗手法;
- 4, 治疗奇难杂症成功病例。

圣爱文化

1, 为创始人刘董记录珍贵创业过程, 以全新短剧的形式激励年轻人, 即圣爱宝贵的财富, 即中医层面的先驱领导者

4, 发扬中医文化、传承中医精神, 为圣爱中医留下宝贵的文化遗产



2, 打造世界性名中医馆, 从同文同种的东南亚国家开始, 传播中医文化, 熟知《圣爱中医》

3, 从短视频入口, 将中医文化、中医精神以年轻人熟知、乐见的方式将中医文化再次激起人们对于中医、对于国家、对于传统的深刻认知与自豪

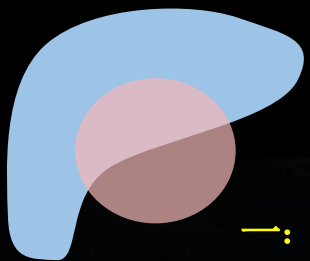


圣者济世，爱心养生

3, 品牌植入

圣
爱
中
医





影视植入营销优势分析

一：自然融入剧情，更容易被观众接受。

影视植入不同于传统硬广，可以自然地融入剧情，润物细无声，观众接受度更高。

二：传播范围广，利于大范围品宣。

无论是院线电影、网台剧、短剧，所覆盖的观众数量非常可观，非常有利于达到大范围的品宣效果。

三：受众精确。

影视项目有着特定的题材类型与观众群体，所以只要选择好对口题材的影视项目进行合作，就可以覆盖较为精准的品牌目标客户群体。

四：循环传播，效果好。

影视项目拥有可无限次播放的特质，可以更大范围地，一次次地加强品牌的影响力。

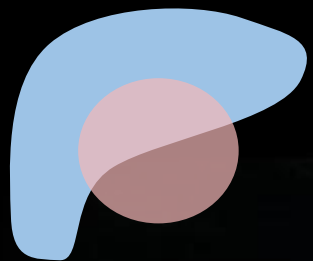
五：冲击力、感染力、共情力更强。

影视项目拥有较强的冲击力、感染力、共情力，观众容易代入到剧情与人物之中而产生共鸣，这非常有利于加强观众对于品牌的认知度与认可度，从而渐渐形成对于品牌来说最珍贵的“忠诚度”。

六：性价比高。

影视项目拥有无限次播放、叠加宣传等特殊效果。另外，品牌方在规定期限内，还可享有影视元素与明星元素的使用权，无需额外付费，性价比超高。（如影视海报、明星肖像等元素，具体情况需由双方商谈而定）

.....

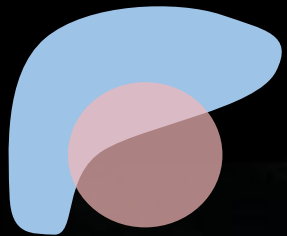


影视植入-部分形式展示

品牌植入

医馆植入





影视植入-部分形式展示

药材植入

保健品 (定制)





圣者济世，爱心养生

4, 付费微短剧介绍

圣
爱
中
医



什么是付费短剧

内容定义：社交平台中的“短剧”，时长1-3分钟，整剧50-100集左右，剧情连贯、戏剧性强(矛盾冲突、情节反转、突出角色情绪)的短视频内容单元，付费短剧主打下沉市场，素有“土味短剧”之称，与传统影视相比有如下区别：

分类	短剧	传统影视剧
差异点	 <p>1. 时长较短：制作精简，每集时长1-5min、竖屏为主</p> <p>2. 连贯性强：每部短剧中有固定角色或统一主题，一般由达人出演主要角色</p> <p>3. 戏剧性强：强化矛盾冲突、情节反转，突出角色情绪</p>	 <p>1. 传统剧集：时长25-60min，横屏观看，明星/演员出演主要角色</p> <p>2. 传统剧情达人内容：每条短视频演绎不同主题的剧情，内容不连贯角色不固定</p>

付费短剧的经营链路

通过购买IP版权与版权方合作输出剧本，与影视公司、MCN机构、自由艺人等合作进行短剧拍摄，通过视频平台、内容社区进行流量分发变现。



付费短剧-行业分析

微短剧一般在1-3分钟/集，50-100集左右，区别于传统电影、电视剧、网剧，在当今社会生活的快节奏之下，拥有着“短、平、快”的独特传播优势，市场潜力巨大！



第五届厦门国际影视产业论坛

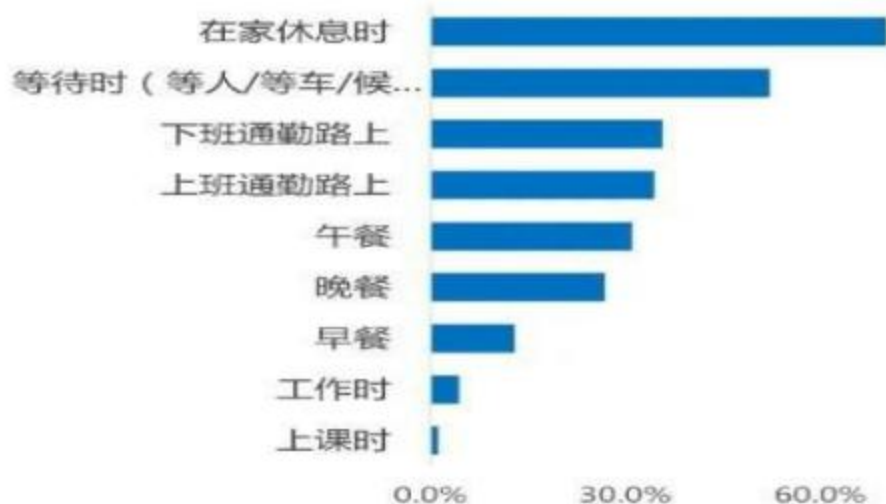
付费短剧-行业分析

用户行为：休息通勤、快速观剧是主要观剧模式



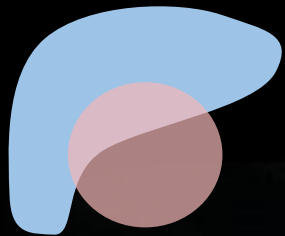
- 在快节奏的生活和工作环境下，紧凑的叙事方式、方便用户在较短时间内看完一部剧成为用户观看微短剧的主要原因；微短剧观看场景与长剧的观看场景类似，休息及通勤是主要观看场景。

用户观看微短剧场景分布



用户观看微短剧原因分布





付费短剧-行业分析

头部版权方：九州、中文在线、嘉书、掌读、容量、网易、边锋等，其中多家已经开放分销。

① 赛道转移

小说赛道增长乏力，大家开始关注新的内容消费模式，短剧产业链完善，提供了良好的基础。

② 变现模式

分账模式经过3年多发展已经相对成熟，目前玩家较多，版权方开始关注新的变现模式。分账模式瞄准的是短视频媒体普遍的受众，分销模式瞄准的是部分付费用户。

③ 用户认知和习惯

短剧从18年开始发展，已经发展出很多优质的内容（分账模式），养成了用户观看短剧的习惯。

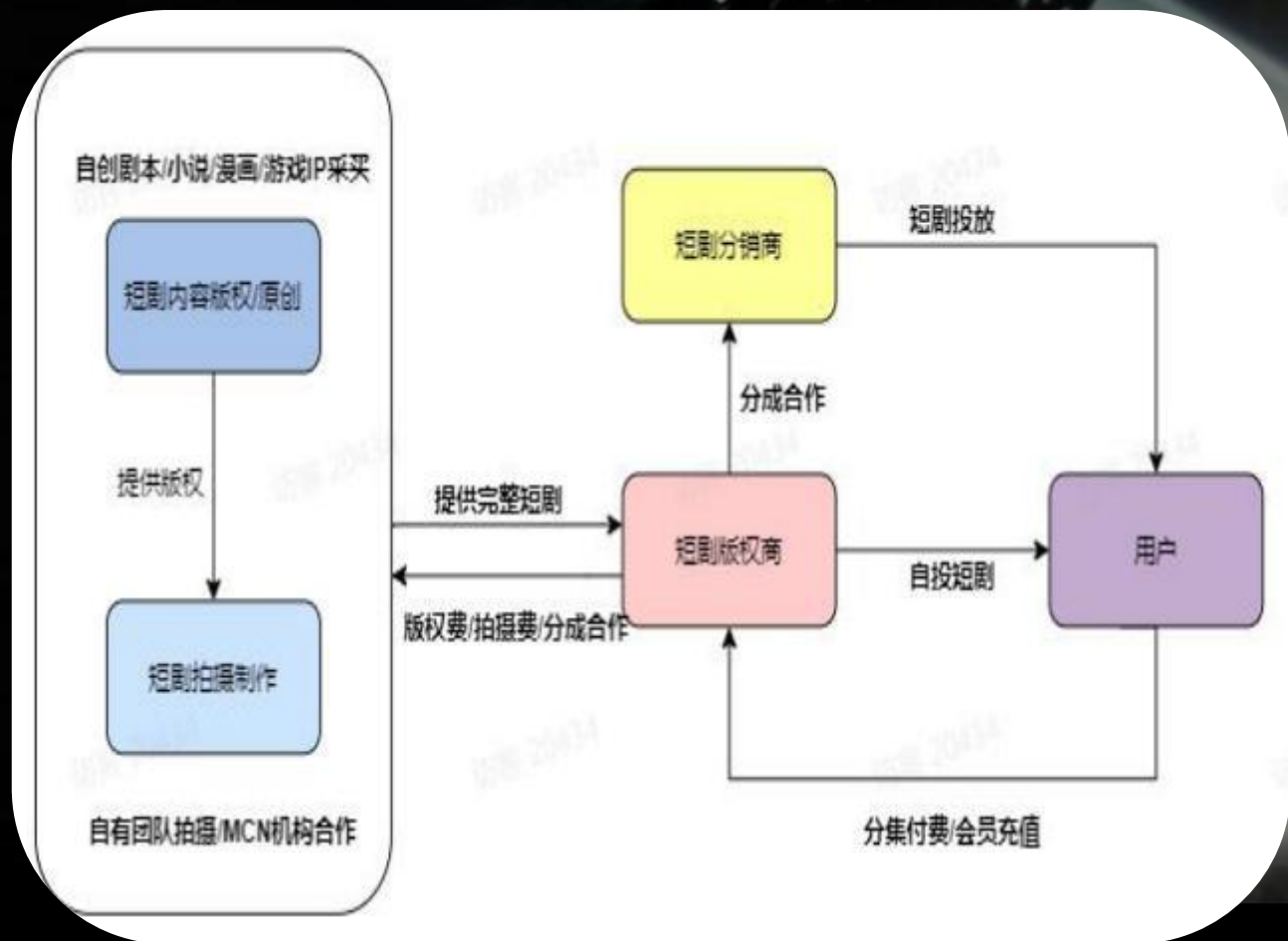
那么短剧目前到底有多火，我了解到的数据如下，巨量引擎900W+（听说最近已经破千万）、广点通120W+、磁力引擎150W+。

，时长02:14

（目前最火的短剧类型是赘婿类，其次是神医/战神类、总裁类、言情类）

目前很多人已经入局。核心参与者自然是小说书城方，他们拥有内容版权。另外很多做网赚、盲盒的玩家因为行业问题转战赛道，以分销商的身份在切入。而代理商和代运营方作为服务方紧跟行业，纷纷入场争取更多预算。

付费短剧的变现模式



运作方式:

短剧版权商围绕采买/生产优质的“版权内容+短剧拍摄”，挖掘爆款短剧内容供给分销商。分销商围绕“短剧”运作，通过各个渠道推广爆款短剧买量，以微信小程序，快应用、快手号、字节小程序等作为载体向用户提供内容;用户观看短剧后充值到版权商，版权商和分销进行利润分成。

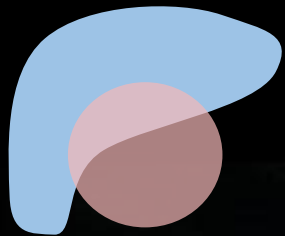
用户支付形式:

用户通过广告吸引观看，可直接付费购买“会员充值/单集解锁观看”、单集价格0.3-1.2元不等，巨量引擎主要以微信/字节小程序，快应用等作为变现载体
毛利=用户付费金额-投放成本。

付费短剧的内容属性

与竞媒相比，巨量引擎买量成本更具优势，买量天花板更高，付费短剧单集时长1-3min，50-100集左右，较于小说用户留存生命短，依赖运营手段，不链路的回本模型略有差异，大盘优质短剧类型为：赘婿类、**神医**、战神类、总裁言情等，整体内容类型更倾向于爽点剧情，受众偏向男性用户更下沉。

赘婿类	神医类	总裁类	言情类
 <p>《赘婿复仇记》</p>	 <p>《至尊小神医》</p>	 <p>《我的绝色女总裁》</p>	 <p>《婚礼上我换新郎》</p>

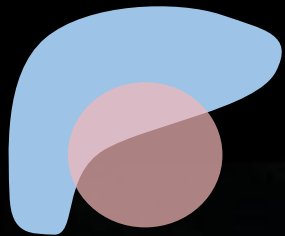


付费短剧的链路分析-字节小程序

详细介绍：字节站内生态闭环，付费链路最短，成本最优，回本周期最短，目前仅支持安卓。

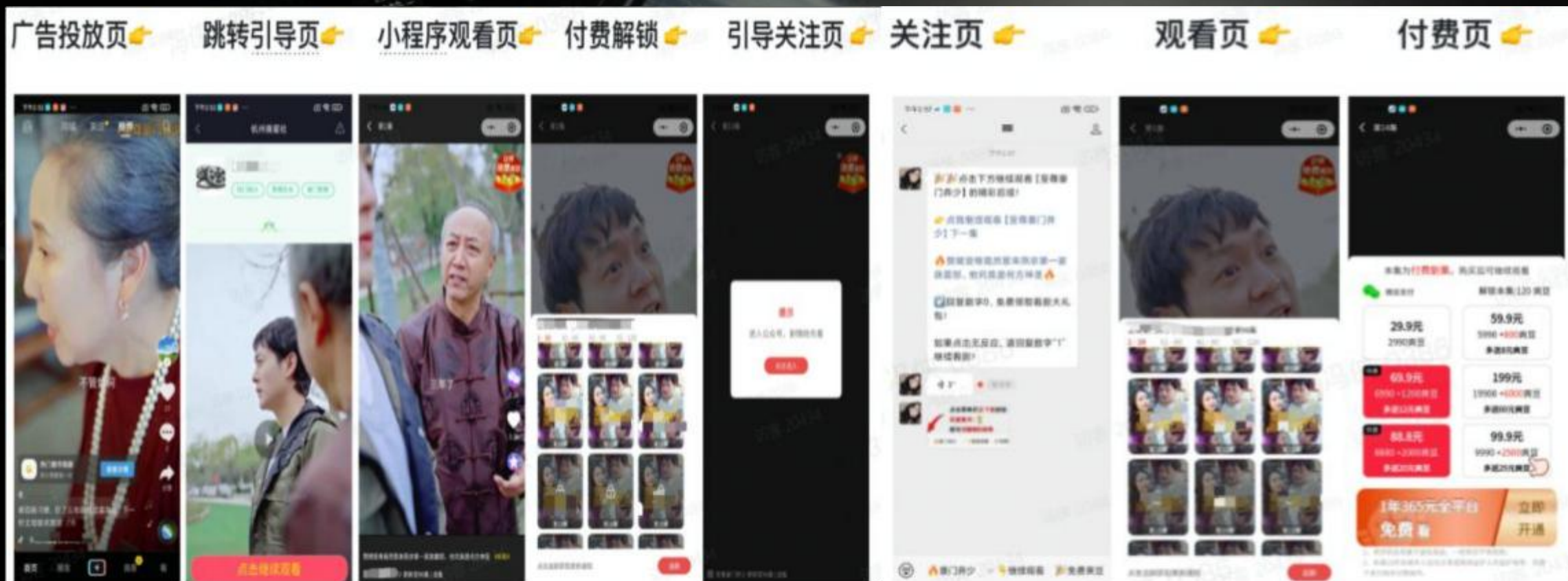


用户路径：点击广告按钮- 吊起小程序-付费剧集-会员充值



付费短剧的链路分析-微信小程序

用户引导至微信站内，消息**PUSH**强，复购力强，链路较长，用户流失高，付费用户成本最高，营销推广强。



用户路径： 点击广告按钮- 吊起落地页-进入微信小程序-付费剧集-公众号关注-跳转观看页-会员充值

部分热门短剧



《拜托了! 别宠我》三季
成本约2000万左右 (三季)
票房3249万左右



《妻子的反攻》
成本约150-200万左右
票房1000多万



《给你我的独家宠爱》
成本约150-200万左右
票房1043万左右

部分热门短剧



《致命主妇》
成本约150-200万左右
票房1000多万



《千金丫环》
成本约250万左右
票房1000多万



《大唐小吃货》
成本约300万左右
票房3000多万

部分热门短剧



《独女君未见》
成本约350万左右
票房1000万左右



《夜色倾心》
成本约150-200万左右
票房700多万



《将军府来了个小厨娘》
成本约300万左右
票房700多万

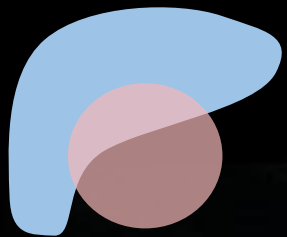


圣者济世，爱心养生

5, 盈利模式与周期

圣
爱
中
医

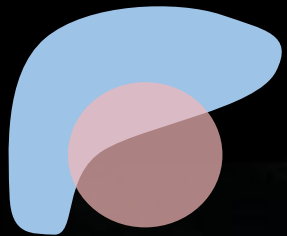




变现周期短平快

注：不考虑疫情等特殊情况下。

- 1、剧本阶段：** 约10天左右 (定制剧本，需10-15天写作完成)
- 2、筹备阶段：** 约3-5天左右 (勘景、选演员、服化道等)
- 3、拍摄阶段：** 约10-15天左右 (100集)
- 4、后期阶段：** 约7-10天左右 (单个后期人员的情况下)，意味着剧本阶段开始计算，快则25天左右成片，慢则30天左右可以成片。**如果剧本现成，则还可以缩短10天左右的时间量！变现周期极其迅速！**
- 5、播出阶段：** 如果自身为播出平台，则在播出后可以立刻收款，立刻到账，**目前为止不存在账期等因素，资金回流极其迅速！**
- 6、分销阶段：** 分销可以跟首播同步，也可以将一些“老剧”进行“剩余价值的再次发掘”，带来更多的收益！



盈利模式多样化

1、票房收益：

即“充值观看收益”。举例：《回档1990》《全能神婿》《无上战神》《绝世神豪》《我是首富继承人》《冰山总裁宠她如命》《最强武婿》《逍遥王》《战魂觉醒》《至尊傻婿》等

火爆短剧的“单部制作成本”大多在50-150万元左右（50-100集左右），

但是仅仅“首播第一周”的票房就已冲破“百万元大关”！

其中，《无上战神》前一周打破700万票房！！《回档1990》前一周更是打破4000万的超高票房！！

2、分销收益：

即“分销商收益”。分销商将为优质短剧进行营销、投流等助力，产生的票房收益，甲方只需给予各大分销商一定的分成比例即可。



盈利模式多样化

3、版权收益：

即“**版权销售收益**”，甲方拥有独家版权，可以将版权以“**非独家**”形式，批量化转卖给10家，50家，100家，甚至更多的平台或者影视公司，收取一定的“**版权交易费**”。只要短剧质量过关，哪怕票房不理想，但是“**版权收益**”依然是一笔“**既稳定又可观**”的巨额利润！

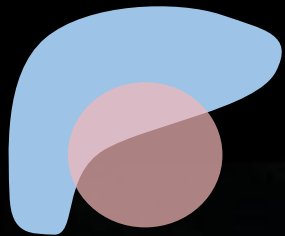
4、衍生收益：

即“**短剧周边及衍生收益**”。举例：**品牌植入收益**；**抖音、快手等账号、店铺经营收益**；**公司短视频账号，或者短剧主演账号，在涨粉后的“直播收益”等“后续衍生收益”**……

5、资本运作及上市收益：

就“**中远期目标**”而言，**资本运作及上市后的巨大收益**，才是最有想象空间的一幅蓝图！

目前**网易、边锋**等知名大公司已经介入短剧这块巨大的市场蛋糕，而**九州、嘉书、容量**等短剧中的知名公司，也已经获得了**盛大资本、红杉资本、磨铁资本**等鼎力投资！市场前景一片大热！



盈利模式多样化

6、海外收益：

即“海外销售收益”，出品方、制片方将该剧字幕、语言转换成当地语言，面向东南亚周边国家（如**越南、泰国、菲律宾、马来西亚、新加坡**等）进行付费点击观看，将产生巨大的利润空间。

总结： 提早布局，尚可占据主动权，等短剧格局如“**爱优腾**”一般，被锁定后，将非常被动！

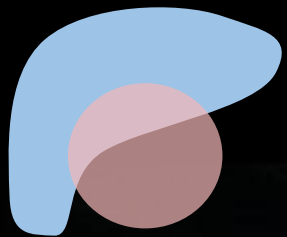


圣者济世，爱心养生

6, 风险分析

圣
爱
中
医





经营风险分析

短剧拥有：**资金回流快**；**投资成本小**；**盈利方式多样化**（拥有票房、分销、版权、衍生、资本运作等多种盈利方式）；**以小博大**（单部投资成本才50-150万元左右，但是却可拥有“**千万级的票房**”潜力！优质短剧的投资回报率可达到“**几十倍**”！甚至“**上百倍**”！）；**有限资金**，**分散投资**等优势（举例**500万元**资金连一部“**优质头部网大**”都拍不了，却最少可以拍摄“**5-8部短剧**”！投资风险将大大降低！），**经营风险非常小**！

短剧，绝对是影视行业中“**经营风险最小**”的优质项目！

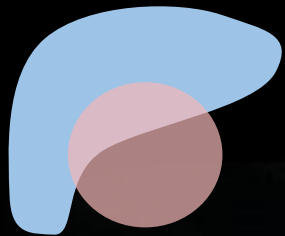


圣者济世，爱心养生

7, 成本支出

圣
爱
中
医





成本支出

1、经营成本：

包含： 写字楼租金、装修制景费 (公司内的置景费，方便剧组高效拍摄，不用转场，节省时间，节省大笔的“拍摄场地租金”)、平台开发成本 (小程序、APP等，成本不高)、导演、制片人、编剧、摄影师、剪辑师、拍摄设备、办公用品等经营性费用。

2、制作成本：

短剧制作费 (分为“自制剧”跟“外制剧”)，包含导演、演员、服化道、场地、食宿、后期等全部制作费在内。

3、投流成本：

根据投流后的“启动数据”分析而定，每部短剧潜力不同，投流费也不同。



圣者济世，爱心养生

8, 制作团队

圣
爱
中
医



导演

该剧由黄震作为导演：

经历：毕业于北京电影学院，业内资深导演，拍摄作品多次获奖。

作品表：

《北京爱情故事》《三日生》《审判者》《一路曙光》《王昭君》《海城女骑警》《人民总理周恩来》等



导演：黄震



制片人



制片人：杨洁

该剧由杨洁作为联合出品人/制片人：

资深制片人，出品人，视效总监。

出品作品：《重回地球》、《梦游侠》、《凡人恋仙》、《市井之徒》、《蔡伦》、《倩女幽魂番外：灭世魔珠》、《倩女幽魂番外：奇遇天缘》、《三个老家伙之征程》

参与制作：《西游记》（张纪中版）、《赛德克巴莱》、《黄金大劫案》、《微微一笑很倾城》、《攀登者》、《幻城》、《民国奇探》、《痕迹》、《爸爸的假期》、《白头山》、《民国奇探》等。



制片人



制片人：普润辰

该剧由普润辰作为制片人：

专业电影、电视剧策划人，制片人

代表作品：《战狼》系列；《小舍得》《佣兵の战争》《攀登者》《功夫巨星》《刻在书桌上的时光》《小欢喜》《我不是差等生》《民国奇探》等一系列作品。

丰富的制片经验，强大的制作团队，能够挖掘巨大的票房市场潜力，是每一部作品的票房、口碑保证。



执行制片人



执行制片人：赵常生

该剧由赵常生作为执行制片人：

电影作品：

《重回地球》、《仙梦奇缘》、《市井之徒》、《蔡伦》、《倩女幽魂番外：灭世魔珠》、《倩女幽魂番外：奇遇天缘》、《三个老家伙之征途》、《感恩的心》、《极速危情》、《后备箱少女》、《爱之星》、《沉睡城》、《一路曙光》、《危情救援》、《时尚青春》等



摄影指导



摄影指导：王学斌

该剧由王学斌作为摄影指导：

参与作品：

《大秦帝国之天下》、《审判者》、《阿坝一家人》、《小舍得》、《鬼吹灯之精绝古城》、《外科风云》、《琅琊榜之风起长林》、《霍去病》、《尉官正年轻》、《乡村都市情》、《致命名单》、《我和妈妈走长征》、《客家人》等



录音指导



录音指导：孙文化

该剧由孙文华作为录音指导：

主要作品

《蔡李佛》《国医》《武夷棹歌》《小强的江湖》《老婆不在家》《警察也有家》《死亡棋局》《并肩作战》《罗山脚下》《别闹 改日》《心愿》《爷俩儿》《小树，快跑》《世上只有爸爸好》《七夕之恋》《布衣姑娘》《致命替身》《心灵危机》《大局》《桔子的天空》《少年杨靖宇》《守信少年》《狼》《花腰恋歌》 电视剧：《地道战》《烽火长城》《养女》《闯关东前传》《茶颂》《我姥爷的故事》《爱情上上签》《执着的追踪》《新人在旅途》



灯光指导

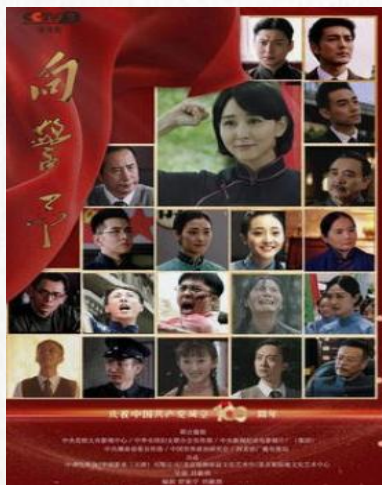


灯光指导：董冲

该剧由董冲作为灯光指导：

主要作品：

《星火》、《苍天》、《早安白桦林》、《纸船明烛照天烧》、《望春风》、《毛岸英》、《牦牛岁月》、《卖花姑娘》、《古城小女人》、《甜玉米的笑声》、《小小升旗手》、《童年的尾巴》、《可爱驴友》、《最后一次转身》、《向警予》.....





感谢查阅

神麒（北京）影视文化传媒有限公司—杨洁 普润辰

