

周播栏目剧——中国式周播剧的未来发展之路

易宇凤

(湖南大学, 湖南、长沙, 410082)

摘要:周播剧是指周播一至两集,采用边拍边播方式制作出来的电视剧。2011年,国内首次尝试这种电视剧形式,其中以湖南卫视播出的周播模式剧引人注目。此后,东方卫视、江苏卫视等电视台也先后跟进,但受制作水平、收视习惯、审查制度等多种因素影响,观众对周播剧反映冷淡,周播模式剧发展受困。2014年,湖南卫视再次推出周播剧场,以多部新剧打造周播栏目剧概念,探索新出路。本文通过对国内周播剧的生存现状观察,探讨中国式周播剧的发展之路。

关键词:周播剧,栏目剧,发展

中图分类号: J9

文献标识码: A

一、周播栏目剧符合中国电视市场现实

所谓周播栏目剧,顾名思义是既有周播剧的特点又有电视栏目剧特点的电视剧,它通过边拍边播模式制作出来,一周一播,同时又具有电视栏目的规格和包装形式。可以说,这是在不断摸索过程中制作出来的具有中国特色的周播剧。

1、“一剧两星”政策促使周播栏目剧的诞生

2015年1月1日,“一剧两星”政策正式实施,长达多年的千屏一剧局面彻底改变。一方面,“一剧两星”增加了影视公司制作成本,为降低制作成本,影视公司更多的倾向于制作时长较短,成本较低的电视剧。周播栏目剧短小精悍、制作成本低、回报周期短的特性刚好契合了现实需要,有利于影视公司的良性发展^[1];另一方面,黄金档空出来的920时段该如何安排,显然全部靠购买传统大制作的电视剧是不现实的,由此也促使电视台想办法自己出节目填补。

2、应实践发展的需要而生

目前,国内周播栏目剧主要分为两大类型:音乐栏目剧和互动栏目剧。2005年,湖南卫视真人秀节目《超级女声》火爆全国,从此拉开国内音乐真人秀节目的序幕,《中国好声音》、《中国梦之声》、《中国最强音》等音乐秀节目扎堆出现,制造出了一大批真人秀明星,为了最大化利用这些资源,同时也为了扩大栏目自身的影响力,各强势媒体纷纷以音乐栏目剧的形式制作电视剧;而互动栏目剧最早出现在网络平台,较为出名的是凤凰网与PPlive共同打造的中国第一部网络互动栏目剧《Y. E. A. H》,湖南卫视最先提出周播互动栏目剧概念,其类似综艺节目,主持人贯穿其中,观众能在观剧的同时参与剧集互动。

3、市场规避其他风险的需要

众所周知,中国电视剧审查制度相当严格,电视剧的前期立项和成片必须经过广电总局两次审查批准同意以后才能在电视台播放。周播剧边拍边播的方式在中国暂时行不通,而且自去年起,广电总局对超能力、科幻类题材管理明显加强,像2014年年初在国内大热的韩剧《来自星星的你》这样的题材在国内基本不可能播出。如何在严格的审查制度下发展周播剧成为电视剧制作商们的一大难题,于是带有中国特色的周播栏目剧便应运而生。周播栏目剧定位为栏目,可以由电视台自审自播,这避免广电总局的诸多管理规定。同时也为了避免黄金档的许多规定,所有剧集播出时间都安排在晚上10点后,能够灵活的安排题材与主题

等。

二、周播栏目剧目前发展困境

周播栏目剧是带有中国特色的周播剧，在一定程度上克服了滞后的审查制度带来的弊端，符合当前国内周播剧的发展态势，但受到多种因素影响，周播栏目剧发展仍然存在许多问题。

1、缺乏专业化团队协作，作品质量难以保证

以《不一样的美男子》为例，从剧组筹备至开机拍摄仅有5天时间，而距离开播只有20天，如此短暂的筹备和后期制作时间，导致临时凑成的剧组仓促赶工，粗糙的特技、制作、画面都备受观众诟病。而在国外，周播剧拍摄由专业化的团队花费至少一年的时间进行精密计划，力求精益求精。

2、内容编排混乱没有凸显频道特色

纵观国内已播的周播剧，从题材上看，主要集中在古装剧和偶像剧，与其他传统电视剧并无差异，缺乏竞争优势；从剧情上看，编剧依然以日播思维编剧，剧情拖沓且悬念偏少，难以吸引受众；从逻辑上看，内容衔接不够，容易给受众断裂之感，线索设置生硬等问题使得周播栏目剧内容稍显混乱，没有凸显出频道的特色。

3、观众既有收视习惯一时难以改变

国外的电视剧绝大多数都是周播形式，观众已经形成了周播的收视习惯。而国内的观众长期以来接受并且已经习惯日播剧连续而大容量的观看模式，一时难以改变收视习惯。现如今多屏发展，电视观众虽被分割成多种收视群体，但中老年人特别是女性群体作为收看电视剧收视主力军的地位却没有改变，这个群体的特性也使得周播栏目剧的发展变得困难。^[2]

三、周播栏目剧未来发展策略

尽管借助于湖南卫视这个优势播放平台，周播栏目剧取得了一定的成绩，但在现实情况下，周播栏目剧要达到国外收视水平还有很长的一段路需要走。

1、增强网络原创能力，试水网络平台

许多从国外传到中国热播的周播剧也并非全都是通过传统电视台播出的，其首先通过网络平台试水，获得好评后再引入电视台进行播放。中国周播剧可以效仿这一做法。2014年8月4日搜狐网自制网络周播剧《匆匆那年》在搜狐视频独家播出，16集的总播放量高达6.9亿，获得2014横店影视节影视“文荣奖”最佳网络剧的奖项，成为名副其实的黑马。2014年6月优酷土豆推出周播自制剧场，其中包括《联袂圈》、《江湖学院》、《小时代》等17部新剧。从2014年第二季度开始到2015年第一季度，这些自制剧以周播形式陆续播出。^[3]

2、借助大数据让受众参与制作

大数据时代，能够第一时间获取最有价值信息的企业才最具有竞争优势。电视剧制作商们应该紧随时代步伐，借助大数据制作畅销电视剧。以热播美剧《纸牌屋》为例，Netflix网站通过大数据分析，2011年初，在没有一家电视台愿意承诺第一季投拍的情况下，Netflix以1亿美元买下《纸牌屋》两季26集版权后拍摄。拍摄前通过互动平台收集观众的反馈，根据这些反馈，观众可以决定下一集的剧情走向、场景内容甚至机位设置、画面衔接方式等内容，所以《纸牌屋》一经播出便大火特火，连美国总统奥巴马都是其铁杆粉丝。而湖南卫视推出的《不一样的美男子》便是与百度合作，首次运用大数据介入剧情优化，取得了不错的收视率。中国观众已接受综艺节目周播模式，相信经过一段时间适应之后在不久的将来，

也会接受电视剧的周播模式。

3、整合创新营销手段

首先，台网联动，立体营销。多屏时代，传统媒体一家独大的局面已成为历史，电视台、制作商、视频网站开始联合共同谋利，网台联动已由简单的售卖关系转入立体营销，合作共赢的新阶段。天视卫星和优酷土豆联合出品的《猎人公会之非你莫属》在策划、宣传、广告等诸多层面的深度沟通，打通了“生产”和“传播”的双渠道，同时在两大强势平台上进行播放，大大提高了这部剧的人气值与关注度。风行网副总裁胡永荣认为，真正的跨屏营销要在不同终端上提供一体化的营销解决方案，形成全方位的立体营销价值。周播栏目剧应顺应发展趋势，在台网联动的大形势下同时实行立体营销。

其次，开发衍生产品营销。国外电视剧的衍生产品给电视剧制作商创造了巨大价值。反观国内电视剧衍生产品的开发不仅方式相对单一，营销模式简单，衍生产品与电视剧之间的互动也很少。不过有些电视剧制作商们已经意识到这个问题，正在逐步解决这个问题。比如前段时间在湖南卫视播出的《美人制造》，在网上搭建起交流平台，形成连动效应，使得该剧在热播的同时实现商品的热卖。

4、专业化打造周播剧精品

要打造周播剧精品，首先必须有专业化的制作团队。以美剧《老友记》为例，其幕后有14名编剧，200人的专业化团队在筹备，制作出来的电视剧质量自然不会差。其次要精准定位，选好题材。根据相关调查数据显示，观众喜欢收看的电视剧类型主要集中在现代生活剧、现代偶像剧、动漫剧和古装剧等方面。^[4]周播栏目剧要实现大的发展，就必须紧跟观众的喜好来选择题材，从播出的周播剧收视情况来看，现代偶像剧和古装剧较受观众青睐。同时从这份调查中发现故事情节是电视剧最重要的吸引因素。如今国内电视剧制作水平参差不齐，雷剧、狗血剧层出不穷，而真正的精品电视剧却屈指可数。这就要求电视剧制作者们进一步提高制作能力，精心打造一批好剧，只有故事性强、情节曲折有张力的电视剧才会牢牢把握观众们的心。^[5]

参考文献

- [1] 李月媛.“中国式”周播剧现象透析[J].新闻界, 2013 (17)
- [2] 吴迪.中美周播剧比较研究[J].文教资料, 2013 (32)
- [3] 易宇凤.从电视剧《古剑奇谭》看中国周播剧的突围之路[J].今传媒, 2015 (1)
- [4] 刘冰.新媒体时代热播电视剧收视情况[J].青年记者, 2014 (1)
- [5] 郭庆.周播剧呼之欲出的电视剧生产和播放方式[J].视听界, 2008 (1)

Weekly Column Dramas——The Future Development of Chinese Weekly TV Dramas

YIYufeng

(Hunan university , Changsha/ Hunan, 410082)

Abstract:

Weekly TV dramas means one or two sets were broadcasted weekly, using broadcast mode of producing as the drama was shooting. In 2011, this drama mode was attempted in domestic at the first time, and the weekly broadcast mode of Hunan TV broadcast was the most spectacular. then, Dragon TV, Jiangsu TV and other TV stations continued to follow up, but the audience was cool to weekly TV dramas due to the production level, viewing habits, censorship and other factors, the development of TV dramas was impeded. In 2014, Hunan TV broadcast was re-launched the weekly broadcast time, using a number of new dramas to build the concept of weekly column dramas, in order to explore a new way out. Based on the observation of survival status of weekly TV dramas in domestic, this article attempts to explore the way of the development of Chinese weekly TV dramas.

Keywords: Weekly TV dramas, Column plays, development

作者简介: 易宇凤，女，湖南大学新闻传播与影视艺术学院研究生，新闻实务