

古偶剧的流量密码为什么失灵了

本报综合消息 近段时间以来,《永夜星河》《珠帘玉幕》《大梦归离》几部古装偶像剧撞档播出,让下半年低迷的古偶剧市场似乎重新热闹了起来。

看得出来,主创们试图在“流量演员+恋爱故事”的固有模式里寻求创新。一些角色上的新奇设定、穿越元素的运用和游戏化叙事等,的确给观众带来惊喜。但随着故事向前推进,新奇感散去,完成度不高与同质化严重的问题就显现出来。有些剧集播出过半热度就开始持续下降,有些剧集后继乏力、口碑“扑街”,今年始终未能出现全民关注、提振市场的大热作品。古偶剧的流量密码为什么失灵了?

要知道过去很长一段时间,古偶剧都是影视行业的“造星利器”。作为一个融合古装传奇与青春偶像等元素的剧集类型,古偶剧大多以年轻演员为主角,几乎每年都有年轻演员凭借古偶剧一夜爆红,成为流量明星。而近些年,这一类型似乎辉煌难再。同样是流量演员,按照同样的路径出演,却始终离“爆红”差一口气,没有产生真正的爆款剧。

成也流量,败也流量,经过了长时间的倦怠与徘徊,古偶剧的“遇冷”既暴露了创作模式与创作生态的问题,也与当下视听行业内容格局的变化不无关系。

首要原因是特定创作模式带来的同质化。古偶剧与流量长期绑定,高昂的制作成本让主创们不得不去寻找“爆款”的确定性。于是“大IP+流量”的模式就被固定下来。在许多主创的自述中,或多或少都透露出古偶剧“以演员为中心”的创作方式——即先为某个IP确定了有流量的主角演员,然后整个项目才能运转起来,之后的选角、班底甚至是制作,都围绕着主角展开。显然,这背后更多是追求投资回报率商业考量,并不符合艺术作品的创作规律。

信奉“爆款公式”的结果就是,一旦某一部剧火了,之后就会有大批相似主角、设定、类型元素的剧集扎堆出现。就如《甄嬛传》之后的宫斗和大女主剧,《花千骨》之后的仙侠剧,《琅琊榜》之后的谋略剧,《知否知否应是绿肥红瘦》之后的宅门剧等。这些剧集并非狭义上的古偶剧,但其中的大热元素对古偶剧产生了持续的影响。事

实上,一部剧的爆火往往包含了复杂的主客观因素,并不能用一种类型或者模式来简单概括,盲目跟风并不能成功复制爆款。

其次是视听领域的竞争冲击。在线上娱乐还不太丰富的时候,古偶剧简单直给的剧情、浪漫的爱情想象和瑰丽的视觉效果,极大满足了部分观众的娱乐休闲需求。人们忙于工作和生活,茶余饭后更愿意看简单轻松的故事,因此古偶剧作为“下饭剧”,始终具备相当可观的收视底盘。过去许多质量欠佳但播出数据惊人的爆款剧,都是这样的环境中诞生的。

但随着短视频的兴起,人们有了更丰富的视听选择,尤其是微短剧强势崛起,快节奏的情节反转,强烈的情感冲击,更契合人们对即时娱乐的需求。加之综艺、游戏、动画、线下娱乐等更丰富多元的娱乐形式的持续发展,古偶剧在观众心目中的优先级不复往昔。

再次是观众水涨船高的审美期待。如今,长剧集的内容迭代在轰轰烈烈地进行,近期热播的《山花烂漫

时》《小巷人家》等都显示了剧集精品化的市场号召力。极具电影感的精良制作不断提高观众的审美,也抬高了剧集创作的水平线。古偶剧曾经吸引观众的古典文化、神话传说、爱情故事等,如今的观众并不是不想再看,但需要创作者挣脱同质化的怪圈,打破“始终差一口气”的局面。这就意味着要回归剧集艺术创作的规律,以切中时代脉搏、讲好故事为本,而不是为制造爆款商品增添可有可无的新元素。

综观影视剧的发展,追捧“爆款公式”并不只在古偶一个类型中出现,同质化的问题也在其他热门类型中反复上演。影视剧生产高投入、高成本,出品方在立项、创作、拍摄过程中始终面临投资回报率的压力,“爆款公式”的执念由此根深蒂固。但从长远的角度来看,随着观众审美水平逐渐提高,长剧集精品化的需求愈发迫切,真正能够获得高回报的大热作品几乎不会在粗制滥造的跟风之作中产生。

市场遇冷也不必悲观,或许这正是行业沉淀革新之时,是真正愿意打磨作品、潜心创作的主创们的新机遇。

**顶流小熊
归来**

《帕丁顿熊3:秘鲁大冒险》定档明年1月1日

本报综合消息 2015年,《帕丁顿熊》在中国上映时,凭借诙谐幽默的故事和温馨治愈的主题受到观众好评。2017年《帕丁顿熊2》更是超越前作,收获了不俗的票房表现。时隔7年,顶流小熊归来。由道格尔·威尔逊执导,本·威士肖配音,休·博纳维尔、艾米莉·莫迪默、安东尼奥·班德拉斯、奥利维娅·科尔曼等人主演的真人动画冒险喜剧电影《帕丁顿熊3:秘鲁大冒险》宣布定档,将于2025年1月1日登陆中国内地大银幕。

《帕丁顿熊》讲述帕丁顿来到陌生的家庭后被爱温暖,《帕丁顿熊2》则讲述了帕丁顿如何在异国他乡找到容身之处。如果说系列前两部更多展现如何用善良与爱去化解生活中的难题,那么《帕丁顿熊3:秘鲁大冒险》则在此

基础上,聚焦于展现一家人“拧成一股绳”所产生的巨大能量。

从伦敦到秘鲁,本是一场拜访露西婶婶的快乐探亲,帕丁顿却意外卷入惊险刺激的寻觅“黄金国”之旅。随着冒险的升级,帕丁顿与布朗一家的情感浓度也越来越深。影片中的温馨与暖意将再次触碰观众内心最柔软的部分,不仅让孩子们获得至纯至善的心灵感悟,也能让成人观众看完甩掉烦恼。

作为全世界最受欢迎的卡通形象之一,帕丁顿熊的故事拥有近70年的历史。帕丁顿凭借善良、礼貌、正直的“熊设”,以及红帽子蓝大衣的毛茸茸形象赢得了全球观众的心。在这次的冒险旅途中,帕丁顿展现出勇敢与坚持的品质,让观众看见了一只

熊熊的决心。此外,“拔舵”开船、策“羊”奔腾、自制“降落雨伞”……“熊孩子”的闯祸场景也总让人忍俊不禁。

影片阵容升级。奥斯卡最佳女主角得主奥利维娅·科尔曼与戛纳最佳男主角得主安东尼奥·班德拉斯,分别饰演在退休熊养老院工作的院长嬷嬷和秘鲁船长亨特,这两位将在帕丁顿与布朗一家的探险之路上扮演关键角色。

影片已于11月8日在英国上映,首周末票房狂收1220万美元,不但登顶票房榜,更超越第二部首周末1090万美元的成绩,刷新系列开画新高。该片还是近三年开画成绩最好的英国电影,并创造了今年英国第三高的首周末票房。观众认为,这部续集有新



鲜感,兼具诙谐搞笑的风格与真挚动人的情感:“影片中家人间的情感流露非常自然,毫不刻意。”“一段美妙的家庭颂歌,它用幽默鲜活的‘魔法’帮你找到归属感。”“这是一场完美的、纯粹的对现实生活的逃离。”“善良又毛茸茸的小熊好想人手一只!”

咸宁高中开展寄宿生夜间消防应急疏散演练

本报讯(记者陈志茹 通讯员郑玉蕾) 11月29日晚,咸宁高中开展寄宿生夜间消防逃生演练活动,旨在进一步引导学生掌握消防逃生安全知识,掌握在突发险情时迅速逃生、自救、互救的基本方法,增强学生应对突发险情和逃生自救能力。

当晚7时许,演练模拟咸宁高中女生宿舍3楼某寝室突发火情,瞬间打破了平静的夜。伴随火警信号的响起,各岗位人员迅速就位,指挥学生疏散。各楼层值班

老师迅速到楼梯转角指挥学生有序疏散逃离,学生严格按广播指令逐层撤退。学生听指令,用衣袖捂住口鼻,降低身体重心,弯腰快步沿楼梯依次而下,防止拥挤踩踏,按照预定的路线疏散到宿舍楼前的空旷场地。大家行动迅速,动作整齐,步调一致,顺利完成了夜间消防逃生演练活动,演练用时不足2分钟,同学们提高了安全思想认识,掌握了夜间消防逃生的方法,为确保住宿生夜间安全奠定了坚实的基础。

演练结束后,该校还组织学生进行了现场实战灭火培训,就如何正确使用灭火器进行讲解和操作,进一步加强消防安全意识,提高火灾防范能力,共同营造一个更加安全和谐的校园环境。

校园安全无小事,防患未“燃”保平安。通过此次寄宿生夜间消防应急疏散逃生演练,不仅让寄宿生掌握了突发火灾时疏散的正确方法,确保他们在火灾来临时能沉着、快速、有序地撤离,最大限度地



保护自身的生命安全,为学校安全、和谐发展奠定坚实基础。

鄂州市梁子湖高级中学来咸宁高中交流学习

本报讯(记者陈志茹 通讯员郑玉蕾) 12月6日上午,鄂州市梁子湖高级中学一行来到咸宁高中,开展高三教育教学交流活动。

当天,交流团一行开展了语文听评课和政教管理工作经验交流,并参观了咸宁高中校史馆、图书馆等。

座谈会上,双方进行了友好的交流。咸宁高中校长段小林致欢迎词,并介绍了

该校的办学历史、办学理念以及近年来突出的教学成果,分享了该校对教师和学生培养的一些做法。

据了解,鄂州市梁子湖高级中学是一所有着30多年办学历史的全日制普通高级中学,也是鄂州市梁子湖区唯一的一所县级高中。近年来,该校重点打造的“1358”(即让试用教师一年入关,三年出关,五年上高三,八年成骨干)教师培训工

程日益彰显成效,师资向着高层次发展。鄂州市梁子湖高级中学一名代表感慨地说,咸宁高中近年来的办学成果和快速发展有目共睹,此次交流学习活动为双方学校提供了宝贵的借鉴和启示,希望今后双方能加强交流,共促发展。

咸宁高中党委书记朱大浩表示,近年来咸宁高中不断扩大朋友圈,一方面主动向外学习,积极组织教师、干部远赴

衡水中学、衡水二中、衡水十三中、河南鲁山一高、浙江春晖中学、浙江浙鳌中学、瑞安新纪元学校、湖湘未来学校、武汉市武昌实验中学等名校,为高精尖人才的强基竞赛培养求真经;另一方面与知名高校和兄弟院校开展更多更全面的合作与交流,清华大学、北京邮电大学、西安交大等知名高校到咸宁高中授牌、宣讲、交流三十多场次,省内市外知名高中校际交流达四十多次。“走出去”与“引进来”相结合的方式让咸宁高中的朋友圈、知名度越来越大。