

深耕原创内容 创新联动模式

# 《即刻上场》如何打破“综改剧”魔咒

**本报综合消息** 近日,职场青春群像剧《即刻上场》在央视八套和腾讯视频热播。作为与现象级职场观察综艺《令人心动的offer》(以下简称《offer》)深度联动的剧集,它没有走“复刻综艺名场面”或“续写素人故事”的老路,而以“借框架、做原创”的巧思,让剧集与综艺形成了奇妙的双向奔赴。日前,该剧编剧张巍、导演邓珂接受了北京青年报的独家专访,揭秘如何打破“综改剧魔咒”,拆解“1+1>2”的关键步骤。

“综改剧”并不罕见,但过去大多停留在“借IP热度”的层面:要么复刻综艺的娱乐形式,要么延续表层人设,往往忽略了剧集本身的叙事深度和人物塑造。而《即刻上场》的创新之处,在于它没有把综艺当成“内容素材库”,而是当成“场景搭建师”——借用综艺已经验证成功的“职场竞技”框架,省去了观众认知铺垫的成本,把核心精力放在原创剧情、真实案件和立体群像上。所以《即刻上场》并非“综改剧”,而是创新的深度联动模式,它借用综艺核心设定,深耕原创内容表达,拒绝沿用综艺素人原型与既有剧情。最终,这份“向前一步”让剧集既收获了IP红利,也保持了创作独立性。

## ■《即刻上场》与《offer》联动

其实,《即刻上场》与《offer》的相遇,更像是一场“双向奔赴”。编剧张巍回忆,早在2015年打造《长大》聚焦实习医生成长后,心里就一直惦记着再写一群年轻人在职场中摸爬滚打的故事。《offer》前两季以法学学生职场竞技为核心的呈现,让这个酝酿多年的想法有了落地的契机——“综艺已经把‘顶尖律所+有限留用名额’的职场场景打磨得很成熟,观众对这种竞技模式也有了认知,我们不需要再花精力铺垫背景”。

“我们从没想过做一部简单的综改剧”,编剧张巍强调,该剧只是借鉴了综艺的核心设定,将综艺一个月的考核周期拉长到三个月,还特意设计了“几乎每轮都要有人离开”的末位淘汰制,让职场竞争的紧张感更具戏剧张力。而剧中的人物、剧情,乃至每一个法律案例,都是全新原创;外表冷淡内心柔软的任家童、起初佛系后来找到自我价值的郭小雨、在家庭期待与自我追求间挣扎的颜菲……七位性格迥异的实习生,没有一个复刻综艺素人;外卖员车祸争议、跨国知识产权纠纷等案件,都来自近百位律师的一手访谈素材,再经法律顾问层层把关,只

为跳出职场剧“悬浮化”的怪圈。

这种“内容独立,生态共生”的联动,还藏着许多巧思。例如用“双向客串”搭建起桥梁:胡先煦、柳岩等剧集演员走进《offer》第六季和第七季的录制现场,而《offer》前几季的优秀选手和带教律师,也以客串的方式出现在剧集中,让两波受众自然衔接。

## ■基于综艺赛制避免“完美人设”

“联动”最难的其实是叙事上的互补——综艺以“观察室视角”呈现职场真实,剧集则以“剧情式叙事”深挖人物内心,无论是带教律师的严格与温柔,还是实习生间的竞争与扶持,都围绕着“职场青年热烈成长”的核心,才能让故事既有真实感,又有情感厚度。

如何从综艺的“观察式叙事”转向剧集的“剧情式叙事”呢?导演邓珂坦言,综艺有观察室作为沟通渠道,能随时为观众解读专业知识和人物细节,但剧集没有这个便利。为此,他们琢磨出了“案件现场还原+影视化包装”的方式,既把法律知识讲清楚,又增添了观影趣味。而每集结尾的“法律小贴士”,也不是单纯的普法输出,“更多是帮不熟悉法律行业的观众理解剧情,让大家跟着实习生的视角看懂法律逻辑,同时

传递对法律的敬畏之心”。

在人物设计上,《即刻上场》团队基于综艺的赛制,设定了七位竞争者共同参与为期三个月职场竞技的群像叙事方式。“但我们并未直接挪用综艺中选手们的性格特质,而是基本全部采用原创。同时,综艺因纪实拍摄,选手们在知道摄影机在的情况下,往往会倾向于表现正面形象,而在剧中,我们有意避免塑造完美人设。”编剧张巍说。剧中七位实习生,每个人都有缺点、会犯错,会在高压竞争中迷茫,也会在彼此扶持中成长。尤其是几位女性角色,都有完整的成长弧线,也藏着对女性职场困境的思考。剧集开播后,观众会在社交媒体上真情实感地分享观剧感受,甚至齐刷刷地在弹幕里呼唤第二季。

## ■剧综联动提供了一份可参考范本

《令人心动的offer》与《即刻上场》这场剧综联动的尝试,为行业提供了一份可参考的范本。作为腾讯内部跑通“综艺IP+剧集原创”的成功案例,它证明了优质IP的范围不止于小说,平台自制的成熟综艺也能成为剧集创作的灵感源泉。而成功的关键,始终绕不开“真实”与“质量”:IP的成熟度



和题材适配性是基础,《offer》七季积累的认知度让剧集少走了很多弯路,但最终打动观众的,还是剧集本身的质感——深入行业的调研、鲜活立体的人物、有温度的故事表达。

编剧张巍坦言,剧集播出后,观众对续集的强烈期待让整个团队既感动又坚定,也让主创团队看到了剧综联动的更多可能。“《offer》已经覆盖了医疗、建筑、主持人等多个职业,只要深入行业取材,尊重职业特性,这些题材都能开发成优秀的职场剧”。而未来,跨平台协同、多季剧综联动、短视频衍生内容等,都可能成为这一模式的延伸方向。

目前,《即刻上场》作为“北京大视听”重点项目仍在热播中。它用实践证明,剧综联动不是IP的简单叠加,而是通过精准定位与优质创作,让两种载体各自发挥优势,最终实现1+1>2的内容价值。

# 老片扎堆重映,情怀之外还看什么

**本报综合消息** 近些年,老片重映已从过去偶尔为之的怀旧活动,发展为常见的市场策略。

《控方证人》首次登陆内地银幕,《鹿鼎记》4K修复版亮相,《赛德克·巴莱》完整版上映……今年12月的中国电影市场,不仅有新片激烈角逐,更有一批经典老片以修复重映的方式回归影院,加入年终票房争夺战。

近些年,老片重映已从过去偶尔为之的怀旧活动,发展为常见的市场策略。岁末,这一趋势更为明显,重映片单不仅数量丰富,作品成色也颇经得起推敲。

## ■为大银幕增添别样风景

两部影史经典《控方证人》和《鹿鼎记》登陆院线,拉开了本月老片重映的序幕。《控方证人》是电影大师比利·怀尔德的代表作,改编自推理名家阿加莎·克里斯蒂同名小说。这部于1957年首映的悬疑神作,曾获得多项奥斯卡提名,豆瓣评分高达9.6。本次重映不仅还原了影片的原始画质与音效,还携手上海电影译制厂,集结周野芒、乔榛、童自荣等配音演员打造了国语音版。同日上映的周星驰主演的《鹿鼎记》4K修复版,于1992年在中国香港首映,被誉为最无厘头、最

古灵精怪的韦小宝改编版本。

12月12日、13日,曾引起轰动的中国台湾抗日电影《赛德克·巴莱》上下两部首次以完整版形式登陆内地院线。该片根据赛德克族反抗日本统治的“雾社事件”改编,曾入围威尼斯国际电影节主竞赛单元。

同档期,《山河故人》在上映十周年之际迎来重映,而影片中预言的未来篇章恰好设置在2025年——当年银幕上的想象与困惑,如今都成了我们亲历的现实。十年前,影片对2025年的想象还局限于电子设备和互联网,未曾预料到人工智能时代的飞速降临。但导演当年预判的核心命题——“科技带来的孤独感、孤立感与多元情感选择”,却精准击中了当下。“我们没猜对技术的形态,却猜中了人的生存状态”,贾樟柯坦言,这正是《山河故人》想留住的人情底色。

## ■市场表现冷热不均

经典重映,观众走进电影院仅仅是为了怀旧吗?中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山分析,年轻观众爱去电影院看经典重映,包含不同情感结构:第一层情感是“为青春、为情怀买单”。早在2012年,《泰坦尼克号》的重

映就收获了意想不到的票房,三四线城市观众展现了较高的热情。很多观众以前没能在院线看过这些喜欢的影片,于是在重映之际,热情地“为青春、为情怀买单”。第二层情感是艺术电影拥有自身特定的受众圈层。例如,“上海电影大师展”自带“粉丝圈”,“一些艺术电影一放映,这个群体只要有时间,就会买票进去看”。优质IP的巨大影响力和号召力,则构成了第三层情感。如《哈利·波特》《指环王》等优质IP,代表了特定年龄段观众的共同情感记忆,是大家的“文化公约数”,因此每当重映,很多观众会自发地买票走进影院。

不过,同是老片重映,市场表现却十分参差:《控方证人》首周收获426.8万元票房,作为黑白经典影片,这样的成绩可圈可点;而《鹿鼎记》重映首日票房44.4万元,排片占比1.2%,目前总票房也仅为107.4万元。市场分化也体现在地域分布上。观众对《鹿鼎记》的热情呈现明显地域差异,广东地区因港片情怀基础深厚,贡献了灯塔平台上15.7%的“想看数据”,其余省份上座率多不足10%。尤其是,《鹿鼎记》从定档到上映时间极短,未能通过短视频、社交媒体等渠道有效触达潜在观众。

面对老片重映市场的冷热不均,电影市场分析师朱擎天建议,院线应做好



垂直领域的深耕,比如开设重映专区,设计专门的营销活动、电影周边、优惠政策来保证细分领域受众的触达。例如,《控方证人》上映期间,上海多家影院同步举办路演,刘凤、周野芒等配音艺术家到场互动;上海电影译制厂还和喜马拉雅FM合作,将上线《控方证人》的配音幕后花絮和原声专辑。12月14日,上海和平影都等影院也推出连看《赛德克·巴莱》上下部的沉浸式观影活动……作为市场的重要补充力量,重映影片在头部新作与多元档期的竞争中,