



盘点电视圈里那些事：

各种改名 各种跟风



打开电视很热闹,其实电视圈里里外外都很热闹:各种价格、各种改名、各种跟风,让人看得云里雾里。但其实这背后都可以用一个“钱”字串起来:一部好剧收视率高,制作方、电视台、演员一干人等都借此赚得盆满钵满,于是热钱开始纷纷涌入,想来分一杯羹,于是整个行业变成一个江湖,热闹非凡,漫天飞钱。然而非专业人士的介入使得拍剧纯粹为钱服务,缺乏艺术追求的电视剧制作缺乏创造性,于是跟风、模仿就开始发生,有时,干脆哪部剧火就把名字改成那部剧的“姊妹篇”……

各种价格 “白菜价”“过山车”

谁火就炒谁

2006年:《武林外传》80集卖10万元

2006年之前,网络视频版权的价值还未被开发,当时风靡一时的《武林外传》80集的网络版权只卖出10万元。随着视频网络的日渐火热,电视剧的网络版权也一路走高。2010年新《三国》单集网络版权卖到了15万元。

2011年:
《太平公主秘史》单集卖200万元

随后,影视剧新媒体版权价格的上涨速度犹如“火箭”。2011年《宫2》每集185万元;《太平公主秘史》每集200万元。同样都是赵宝刚导演的剧集,曾经一部32集的《奋斗》只要20万元还乏人问津,到了《男人帮》,单集价格已高达80万元。去年,单集100多万元至200万元左右的网络版权价格基本上已和电视台收购价格持平,很多电视剧制作公司光靠出售版权就能赚回成本。

仅用了两年时间就带领爱奇艺在优酷、土豆等大佬的夹缝中突围的龚宇透露:“越贵的剧亏损越大。最高花5000万元买一部独播剧,只能换来十分之一的广告收入。”

2012年:开价单集100万元的30万元都无人问津

然而,视频网站绝对不是“人傻钱多”的类型。《太平公主秘史》似乎成了版权价格飙升的“终结者”,从2012年3月开始,版权价格一路猛降,业内人士透露,一部开价单集100万元的电视剧,现在30万元都无人问津。“天翻地覆慨而慷,换了人间。”用这句话来形容“过山车”式的影视版权价格,确实十分贴切。

最触目惊心的事实是,2012年北京春季电视节目推介会上,没有一家视频网站出手,近几个月,视频版权报价是以往价格的1/2甚至1/10的情况屡见不鲜。

同时,“版权巨头”之一盛世骄阳也宣布主动降价,其创始人徐蕾蕾透露,将对公司拥有的一批独家新媒体版权热播剧、偶像剧主动降价,防止暴涨之后暴跌带来的行业冲荡。

记者观察

前几年曾出现电视剧卖给电视台的天价版权,其实如今视频网站购买电视剧版权的价格起伏在某种程度上是再现当年各大卫视争夺版权的那场血战,最后以几大卫视的联手以及几大网站的联手告终。

除了“疯狂的版权价”,演员片酬的“三级跳”式增长,也是让围观者瞠目结舌的一出戏剧,现在国内一线大牌的片酬已经出现单集90万元的天价。大牌片酬的拐点在哪里,看客们还在等待。

各种剧名 “傍甄嬛”“傍悬崖”

谁火就改成谁

荧屏惊现改名 晴川变甄嬛

“拍摄时一个名字,播出时换一个名字;地面频道时一个名字,卫视上星时又一个名字。”——电视剧改名如今成为电视圈的一种怪现象,近期这种情况集中出现,让人啼笑皆非:一家卫视将《宫》改为《甄嬛前传》,另一家干脆把跟《悬崖》没有任何关系的、几年前的电视剧《雪狼》改成了《悬崖第二部》。电视台这样做,说得好听一点是让电视剧旧貌换新颜,说得难听一点就是想忽悠着观众看。然而他们忽略了非常重要的事实:观众是有智商的。

网友调侃
“又见改名,本宫无语”

创下多个收视纪录的大戏《甄嬛传》刚刚落下帷幕,某家卫视就“拍出前传”了,好奇的观众一看,发现《甄嬛前传》里惊现晴川,“这分明就是之前热播剧《宫锁心玉》里的晴川嘛,太雷人了。”而这种现象也被网友用甄嬛体调侃,“又见改名,本宫无语。坐等《甄嬛前传2之步步惊心》、《甄嬛后传之还珠格格》……又或干脆把台标一并改成‘后宫电视台’也是极好,倘若甄嬛可以统一所有清宫剧,倒也不负恩泽。”

《悬崖第二部》
几年前“横空出世”

此外,年初的热播剧《悬崖》也遭遇了同样的事情,日前,有观众在某家卫视看到一部叫《悬崖第二部》的电视剧,不少观众以为是《悬崖》的续集,耐心等待该剧播出,结果发现原来是几年前的热播剧《雪狼》,主演、剧情均与《悬崖》无关联。

针对此,有记者采访了国家广电总局电视剧司副司长王卫平,他表示,按照相关规定已经获得发行许可证的剧目如果改名需要重新报批,但并不包括非正式宣传上的称谓。

记者观察

电视剧遭遇改名在业内屡屡发生。业内人士爆料,即便某卫视擅自将《雪狼》改名为《悬崖第二部》,《雪狼》出品方表示该卫视在购买《雪狼》第三、四轮播出版权时,合约中并没有明文规定不能改名,所以也很无奈。而这种现象发生归其原因有两点:第一,编剧、导演、制片方、电视台这条产业链上的各个环节,像一根绳上的蚂蚱,即便对改名有异议,也难以撕破脸;第二,目前制片方和卫视在拟定购剧合同的时候,未细化到约束电视台改名的细节。

各种跟风 清宫剧 婆媳剧 谍战剧

谁火就模仿谁

《潜伏》掀起了谍战剧的收视潮,《宫》的火暴让无数美女纷纷走进后宫,《媳妇的美好生活》之后,整个荧屏尽是婆媳的天下。影视圈跟风潮近些年愈演愈烈,让不少业内人士大感无奈。尽管这些“跟风之作”永远无法超越开山鼻祖,但作品仍层出不穷,业内人士分析,电视剧市场从业人员的急功近利是导致“跟风无休止”的最终根源。

《潜伏》之后一直“喋喋不休”

2009年《潜伏》播出之后,电视荧屏一直“喋喋不休”,仅仅半年的时间里,一下子就涌现出了超过50部谍战电视剧。随后,《风语》、《借枪》、《风声传奇》、《青盲》、《旗袍》……几乎是清一色的大制作、全明星。海清、郭晓冬、张嘉译、李幼斌、王志文这样的实力派都加入了谍战剧演员的行列,这股谍战热至今仍未消散。但是,至今仍没有一部作品的收视率能超越《潜伏》。

《金枝欲孽》让姐妹姐妹“斗”起来

2011年初,《宫》的大火不仅捧红了杨幂与冯绍峰,后宫以及穿越题材也因此走红。《步步惊心》、《美人心计》、《倾世皇妃》、《美人天下》、《后宫》等剧相继在全国各大卫视播出,《后宫甄嬛传》更是成为其中的翘楚之作。

记者观察

《甄嬛传》的大红大紫恰恰说明,虽然宫斗拍了几年,但是真正好的,其实也就是一开始的《金枝欲孽》和这次的《甄嬛传》。业内人士表示,跟风是市场不成熟的一种表现,而跟风现象没有办法靠人为来改变或杜绝,只能靠市场调节,“当某种题材被观众厌恶,自然拍的人就会越来越少。”(据《广州日报》)

相关新闻

人民日报批“宫斗剧”

人民日报日前刊文,严厉批评最近热播的各类宫斗剧。文章列出宫斗剧肢解历史、胡编乱造、色情血腥等“几宗罪”,进而在价值观层面批判此类宫斗剧,称此类电视剧为迎合低俗市场,而留下一堆糟蹋历史、无益于人心、无益于精神文明建设的垃圾。

(据《扬子晚报》)

广电总局: 电视剧改名须报批

针对近来荧屏上频繁出现的电视剧改名、换名的现象,记者采访了国家广电总局电视剧司副司长王卫平。对于类似于将《宫》改名为《甄嬛前传》的做法,王卫平表示,电视剧改名播出需要向广电总局报批。而对于电视台在滚动字幕、角标等位置改动剧名是否同样需要报批的问题,王卫平则表示,“凡已取得许可证的剧目,如果改名均需要重报。”对于此类改名现象,王卫平表示,总局“正在处理。”(据《新京报》)

