

# 反转成套路 糖精“工业化” 爆款越来越少，偶像剧过时了吗

刘宗智 济南报道

## 反响远低于预期

2月18日，改编自同名小说的现代偶像剧《难哄》正式开播。该剧由白敬亭和章若楠主演，导演由打造过《恶作剧之吻》《我可能不会爱你》等多部偶像剧的瞿友宁担任。剧情以双向暗恋、破镜重圆为标签，讲述了曾约定考同一所大学的桑延、温以凡因误会而错过彼此，阔别9年后再度邂逅，重陷爱河的故事。

得益于同名原著的影响力，该剧自去年开拍之时便引起了广泛关注。拍摄期间，多个话题曾轮番冲上热搜，相关视频网站上预约观看量超过790万，被押宝为“待爆热剧”。从已播出内容来看，《难哄》的前几集更偏向于生活流，整体节奏较为和缓，矛盾冲突较少，导演试图通过颇具美感的灯光、镜头、转场等视听语言，构建出双向暗恋的氛围感。

与开播之前的话题度和期待值相比，《难哄》的表现缺少亮眼之处。评论区里，不少观众质疑剧情节奏太慢，“氛围到位，但缺少代入感”“故事性较弱，像是两位演员各自拍摄的MV”“滤镜太重，画面细节不足”。从播出数据上来看，《难哄》的实时正片播放量在一众古偶、现偶中的确遥遥领先，只是与已经上线17天的现实题材年代剧《六姊妹》相比，仍逊色不少。

实际上，《难哄》并非首例开年遇“冷”的偶像剧。古偶范畴里，杨紫、李现二搭的《国色芳华》有一定热度，但与“爆款”还存在着不小差距。邓为、向涵之主演的《仙台有树》，刘诗诗、窦骁主演的《掌心》，林允、方逸伦主演的《怎敌她千娇百媚》，白鹿、敖瑞鹏主演的《白月梵星》等表现均一般。现偶更是一片沉寂，主打回归青

自2024年以来一路走低的偶像剧，在今年更是“扑”得悄无声息，播出热度与造星效果都与过去的“现象级”相去甚远。因为同质化严重，当下的偶像剧市场已经让观众审美疲劳。



春爱情的《树下有片红房子》、重在都市言情的《漫城》等剧，则“扑”得悄无声息。

## 爆款越来越少

曾几何时，偶像剧也有过烈火烹油、鲜花着锦的盛景。《穿越

时空的爱恋》《粉红女郎》《男才女貌》等剧集观众群庞大；《宫锁心玉》《宫锁珠帘》打开了古装偶像剧的市场；《何以笙箫默》《微微一笑很倾城》《杉杉来了》都有过风靡一时的辉煌成绩；改编自八月长安“振华三部曲”的《最好的我们》《你好，旧时光》相关平台评分



为8.9分、8.6分，许多剧迷至今仍在怀念；一部《亲爱的，热爱的》将名不经传的李现捧红。

2023年时，《长相思》情感浓度极高，成为当之无愧的“爆款”；《长月烬明》以神魔虐恋引发关注，热度居高不下；《玉骨遥》《云之羽》《偷偷藏不住》都以爱情议

题为主，出圈方式各有不同。

只不过，如今能够激起观众内心涟漪的偶像剧作品愈来愈少。2024年，全年口碑和热度兼得的偶像剧仅有暑期档的《墨雨云间》，其余剧集《长相思第二季》《度华年》《颜心记》《七夜雪》《锦绣安宁》《春花焰》《你比星光美丽》《私藏浪漫》《舍不得星星》《再见，怦然心动》等或播放量惨淡，或口碑“瘸腿”，爆款几乎销声匿迹。

## 同质化严重

同质化严重是偶像剧热度断崖式下跌的直接原因。以古偶为例，2015年，赵丽颖、霍建华主演的《花千骨》横空出世，少女花千骨与上仙师尊白子画之间关于责任、成长、取舍的纯爱虐恋引发了追剧“热潮”，也带红了“师徒虐恋”的流水线模板。今年播出的《仙台有树》，便复刻了此情节：第一世，沐清歌被苏易水误会，但她不声不响为封印苏易水的灵泉惨死，为徒弟牺牲得彻底；第二世，苏易水对转世的薛冉冉开启“保护系男友”模式，一边护她周全，一边自我攻略。诸如《周生如故》《玉骨遥》《从前有座灵剑山》等剧也“换汤不换药”。

当偶像剧还沉浸在“套路”中时，观众的观剧需求已经悄然发生了改变。“除了爱情，没有其他事情能讲了吗？”套路就像一条已经铺好的路，制作者只需沿着它走，就能相对轻松地拍出一部“合格”的作品。而决定它是标准品还是精品的，很大程度上看有没有精心的打磨、细节的铺垫、角色的成长。当吸引观众的逻辑内涵被压缩为几个扁平化的关键词，触动心灵的“爱情”“友谊”被符号化为炒CP、工具人，只剩下浮于表面的“工业糖精”和俗套反转，怎能不让观众审美疲劳、弃剧而逃？

## 《哪吒2》登顶全球动画电影票房榜

# 让世界看到“东方画卷”的无限可能

18日晚，《哪吒2》全球票房突破123.2亿元人民币，超越《头脑特工队2》，成为全球动画电影票房冠军。《哪吒2》绘就的这幅“东方画卷”，正在让世界看到中国动画的无限可能。

2024年，动画电影票房在北美整体电影票房中占比达27%，相比之下，2024年动画电影在中国整体电影票房中的占比仅为16%，仍有较大提升空间。“好莱坞这几年的票房冠军，要么是动画电影，比如《头脑特工队2》，要么跟动画电影有关，比如《芭比》有动漫形象，《复仇者联盟4：终局之战》根据漫画改编。而且绝大多数动画电影自带喜剧元素，天然会有更好的票房产出。”电影市场分析师朱擎天说，相比真人电影，动画电影受众群体更广泛，老少咸宜，想象性的形象和

世界观更容易获得观众认同。

《哪吒2》对于吸引更多优质人才从事动画行业具有积极作用。朱擎天说，游戏产业因为产值规模更大，对动画人才造成虹吸效应，如果做动画能够盈利，有助于留住人才，甚至让他们从游戏行业回流到动画行业，帮助中国动画电影迈上一个新台阶。

中国动漫集团创作策划中心主任宋磊坦言，《哪吒2》的火爆，对未来两三年国产动画电影的投资市场有正面作用。但消费市场能否持续火爆，还要取决于整体经济形势和文化消费热度，以及是否不断有精品力作诞生，能否通过有效宣发刺激市场需求，形成口碑和自来水效应等。

《哪吒2》没有急于在上一部成功后趁热打铁出续集，而是五年磨

一剑。这证明文化精品的打造，需要真诚与耐心，必须花长时间去打磨剧本、提升制作质量和艺术水平。

网络动画《戏精宿舍》导演阿饭直言，国内不少动画团队或者受限于资金，或者受限于交付时间，对作品抱着“差不多得了”的态度，没有耐心和定力去打磨，而动画，恰恰最耗费的就是时间与人力成本。“《哪吒2》的投资、制片团队，比较尊重创作方的想法，一个镜头在各个制作公司之间滚动迭代，最终达到了一个极致的效果呈现给观众，这种追求尽善尽美的认真态度，非常值得创作者学习。”

国产动画《落凡尘》2024年上映时曾收获不俗口碑，影片导演钟鼎正在筹备第二部，《哪吒2》的

成功，让钟鼎看到了精准把握观众需求的重要性。在他看来，动画电影创作既要契合时代脉搏，又要通过多种手段拉近与观众的距离。

“如果说2015年的《西游记之大圣归来》开启了神话题材动画电影新的市场空间，那么《哪吒2》就是将这一空间的可能性做到了极致。”宋磊说，这将激励创作者对中华优秀传统文化进行创造性转化与创新性发展。他更期待看到，国产动画电影除了神话题材以外，也能陆续打开科幻题材、现实题材，释放更多机会。

正如《流浪地球》系列把中国工业大片提升到一个新高度，《哪吒2》也有力推动中国动画先进技术应用及动画电影的工业化进程。1900多个特效镜头，138家国内动画

公司、4000余名工作人员协作完成制作；各公司从流程到内容配合默契高效，分工精细化程度显著提升；“乾坤流体引擎”“动态水墨渲染引擎”等自主研发技术实现突破；全片制作规模和投入远超行业平均水平……《哪吒2》的问世，标志着中国动画向工业化体系的转型。

《哪吒2》并非凭空出现，背后既承载着万千观众对于“国漫崛起”的殷殷期待，也凝聚着一代代中国动画人前赴后继的努力。从上海美影厂的历史辉煌，到《西游记之大圣归来》的惊艳亮相，从《长安三万里》将唐诗融入动画，到《雄狮少年》探索现代题材，每一部现象级作品都带来进步与突破、启发与反思。

(据北京日报)