



# 悦读周刊



找记者 上壹点  
A07-09

齐鲁晚报

2022年8月14日  
星期日

卓然于心  
悦享娱乐

□美编：陈明昕  
□编辑：孔丽



## 火热的续集

近日,女性题材剧《欢乐颂3》热播,一上线就引发大众对于所谓“续集”的热议。一部主人公、故事线、主演、主题、气质都大换血的剧,还有必要叫原来的剧名吗?不只是这部剧,在当下,影视作品只要小火就会布局第二部、第三部,这种潮流趋势促成了现在的“续集繁荣”。

这些与上一部有着松散联系的剧,很难清晰地按照内容分类去定义它是“季播剧”或是严格的“系列剧”,不少剧的故事内容不再接续上一部,只能笼统地称其为“续集”“系列篇”,或更时髦的叫法是“剧N代”“IP裂变产品”。这种在商业品牌思维下包装制作出来的作品,唯一的目的是把前作的口碑剩余价值榨干,直到观众审美疲劳。



记者 师文静

### 凡剧皆有“续”

《欢乐颂3》与《欢乐颂》前两部的关系,可能仅剩一些碎片化的微弱联系,比如五位女主角同住一个屋檐下的设定、居住的公寓都叫欢乐颂,主题延续了讲述年轻女孩们的爱情、友情、工作等方面的心路历程。但是,随着这两年女性群像剧的扎堆,《欢乐颂3》已失去了第一部所带来的新鲜感和开拓性,泯然众人矣。

因为《欢乐颂2》延续了《欢乐颂》的人物、故事、演员等,还能称之为“续集”,而到了《欢乐颂3》,与前两部则成为人物建构类似、主题内核类似的“复刻”系列篇。从这部剧可以看出影视制作公司想把口碑剧做成长期品牌的想法,但这种系列篇能否持续收获关注和口碑,引人思考。

这两年国产剧的“系列篇”开发成风,一部剧取得不错的反响后,制作者就会抓紧挖掘其继续吸睛的潜力。早年的系列剧,比如《还珠格格》《家有儿女》《少年包青天》《大秦帝国》《乡村爱情》等作品,虽然有的演员更换,但都是人气聚集的连续系列故事,推进的是同一个不断发展的故事。目前,剧集“系列篇”花样百出,不再是单纯的续集故事,几部作品之间往往有着各种巧妙的勾连,形成一种新的剧集创作模式。

最常见的是有开发价值的大IP剧的系列篇,基于统一世界观、统一人物,不断扩大创作空间和新鲜感的剧。比如《鬼吹灯》系列,从《精绝古城》到《怒晴湘西》《龙岭迷窟》《云南虫谷》等,几十集的剧集,是由相同人物角色统领下的不同故事,奇幻探险的故事风格统一。《鬼吹灯》最能对标美剧做成精品季播剧系列,该剧IP开发虽然乱七八糟,但以上几部做到了类似精品季播剧的模式。此外还有《大江大河》系列等,做到了人物、故事线的一脉相承和统一连贯。

其次是统一标题标识、同一主题下开发的系列篇。这些剧彼此之间故事没有连贯性、人物没有延续,都是独立的剧,但主题、风格基本保持统一。比如青春爱情主题的《致我们》系列,包括《致我们单纯的小美好》《致我们暖暖的小时光》《致我们甜甜的小美满》;家庭教育群像剧系列《小别离》《小舍得》《小欢喜》;女性都市系列《北京女子图鉴》《上海女子图鉴》;《三生三世》

系列仙侠剧;高满堂的“老系列”《老酒馆》《老农民》《老中医》等。其中也包括平台和影视公司在按季开发上玩新花样、灵活裂变,为打造多元化IP品牌效应和影响力,延续前作口碑和流量的新剧,比如《无证之罪》之后的《原生之罪》、《琅琊榜》和《琅琊榜之风起长林》、《欢乐颂》前两部与《欢乐颂3》,都市女性系列《三十而已》《二十不惑》《四十正好》等,其中《二十不惑》还有自己的N代剧。

还有一种是,剧一次性拍完,但制播模式导致出现第二部或第三部的剧,比如《诛仙》《青云志》《大唐荣耀》《余罪》《热血长安》等,以及最近纷纷拆分成上下两部剧的古装偶像剧。

各作品之间通过题材、风格等松散的勾连方式,共同营造出“系列篇”剧集的繁荣。从中可以看出,打造这样的影视作品比开发新作更容易操作,有相对稳定的创作构架、制作流程,瞄准的是口碑“母剧”的观众群、号召力和营销流量等,剧集可以未播先火,赚足曝光与话题,把前作积累的能量引流到新剧上,起到事半功倍的效果。有口碑前作打基础,后续“系列篇”可以降低成本风险,也可以卖个好价格,对于行业来说,“可持续开发”是开发影视IP的一个增量。

当下,这股热潮似乎到了凡剧皆有“续”的程度。目前根据创作者路透,《警察荣誉》《隐秘的角落》《长安十二时辰》《庆余年》《赘婿》《全职高手》《大宋少年志》《白夜追凶》《雪中悍刀行》《传闻中的陈芊芊》《三叉戟》等不管播了几年的剧,都会迎来第二部,《琅琊榜》还有第三部在路上。

### “二代剧”病灶

当下国产剧的“系列篇”“续集”,还处在一种粗放式创作、不断探索的过程中,有极少的精品系列剧,也有粗制滥造破坏掉原剧口碑就偃旗息鼓的作品。剧集“续集”面临着内容质量下滑、原班人马凑不齐、同质化剧集扎堆、观众审美疲劳等病灶。对不少剧来说,续集“火不过三”的短命魔咒很难打破。

“续集烂”的一大主要原因是剧集内容质量。到了第二部、第三部,观众已审美疲劳或剧集内容质量肉眼可见地下滑。比如,经典剧《还珠格格》《神探狄仁杰》系列的止步,是因为内容质量没有更大的突破,宫廷戏份不吸睛,推理悬疑成套路,都让故事难以再讲下去。近年有些剧更像是打着第一部的幌子再来赚一波眼球,从而把剧做烂,比如古装仙侠剧《九州·天空城2》《古剑奇谭2》等。这类剧第二部一般创作人员全换,IP消耗严重。还有一种“变烂”是第一部太火导致第二部植入广告太多,影响内容创作,给观众留下不好的观感。《欢乐颂2》在制片人推掉了一半广告后,还是被观众吐槽广告植入太多,出现了“注水剧情”。当然《欢乐颂2》口碑的滑落主要还不是广告多的原因,是故事主题内容的转移,第一部讲的是“五美”职场奋斗,追求情感归宿的积极向上的故事,而到了第二部则转移到家庭议题、爱情与阶层的赤裸裸讨论上,讨论议题增多,剧的口碑就容易一地鸡毛。

原班人马回归往往是奢望。通常情况下,第一部剧大火后,续集就很难凑齐制作班底,一是起用火了的演员,成本会大大增加,二是身价暴涨的演员会担心角色固化而避开此类剧。原班人马凑不齐的续集难有好命。比如《无心法师》第一部口碑、关注度都非常高,但因为换了导演和主演,第二部、第三部作品的气质大变,难再吸引原作粉丝。《河神》很出圈,《河神2》也不错,两部剧主演李现、金世佳都有自己的风格,但换

演员还是会让观众有观剧割裂感,影响续集的热度。这种换角导致剧集热度下降的还有《将夜2》等。而续集完全起用新人演员的,重新拾起热度也很难。国产剧的创作模式,不像美剧,英剧季播剧那样,演员专注于一个角色,一拍就拍十多年。

此外,粗制滥造、过度开发也是续集的一大病灶。最典型的是《爱情公寓》系列,可以说创作团队和演员把这个IP的红利吃干抹净到观众生厌的地步。《步步惊心》的续集《步步惊情》、《编辑部的故事》的续集《新编辑部的故事》、《遇见王沥川》的续集《再见王沥川》等都被吐槽。《大秦帝国》系列之后,制作公司为了吃红利,又拍了《大秦赋》,虽然后者有热度,但口碑下滑严重,该系列从史诗格调大剧演变为平平无奇的宫斗剧。现在想想,当年《武林外传》的导演和编剧坚决不拍续集有多可贵,这种坚持才给观众留下了一部经典。

续集想要延续前作口碑,实现品质的上升不容易,续集作品往往会与观众期待产生错位。而曾被寄予打造国产季播剧的玄幻IP,目前来看越来越不成气候。“续集”要打破“火不过二”“火不过三”的魔咒,不被消费者吐槽“圈钱之作”,还有不少路要走。

### 续集如何“续命”

想做好“续集”,需要制作方提升续集制作水平,有全局式布局战略,对品牌的开发要领先于消耗等。其实,对“续集”的创作,无论秉持长期吃红利的产品品牌思维,还是做“常青剧”的内容思维,首先还是要整体、全局把握作品布局,把具有独特内容风格的作品打造到极致。

纵观那些能拍十年甚至更久的美剧,无一不是强类型作品,而且内容上有独特性和可持续性。《生活大爆炸》把天才的故事做到极致;《风骚律师》更新了律师形象,把游走法律边缘的人群写到极致;《摩登家庭》把家庭关系写尽;《继承之战》把商战写得千回百转;《权力的游戏》拍成史诗剧天花板。国产长寿系列剧的一枝独苗《乡村爱情》能够延续下来,是因为题材独特、内容与时俱进、写尽了“农村人的政治哲学”。

这样来看,一些女性群像、家庭主题、爱情主题等系列续集,其实不具有很强的内容可持续性。在女性群像剧一窝蜂扎堆、观众审美迅速更迭的当下,再做此类剧的续集,做出来的时候就过时了、雷同化了,不具有内容的独特性,也不是一个崭新的品类,很难得到好口碑。这类续集持续出现,也是主创者原创能力匮乏、找不到创作新领域、不断翻新老套路的表现。

国产剧“续集风”要想刮得好,即便不赶超英美剧,也需要完善剧集工业化体系,要对续集的前瞻性全盘规划,解决让内容具有可持续性的故事大纲、演员合约等,并能保证剧集内容与与时俱进不过时。“剧N代”单纯靠卖情怀、口碑收割红利,这种模式无法长久。怎么搭好台子,如何把戏唱好,怎么才能续集数又续命,才是需要摸索的问题。

目前,《鬼吹灯》系列的《龙岭迷窟》《云南虫谷》《昆仑迷窟》《南海归墟》《巫峡棺山》几部网剧,从已播作品的品质来看,有内容的独特性,实现了同一个成熟的创作团队深耕一个IP系列的创作模式,这种创作保证了剧集风格的连贯性。而观众比较看好的《庆余年》《长安十二时辰》《大江大河》成系列拍摄,也是因为作品有内容上的独特性。