



几年前,投资过亿的四大名著电视剧就被惊为天价,而现在,《楚汉传奇》的2.4亿、《隋唐英雄》的2.5亿、《隋唐演义》的2.8亿,让人感觉历史剧的投资“破二”很容易,“破三”也不是梦了。然而,从观众反响来看,历史剧的投入与产出仍是个不等式。

## 历史剧“破二”“奔三”比砸钱

# 高投入未必有好回报

本报见习记者 李婕

### ■钱都“砸”在哪儿了?

在“烧钱”榜上居首的《隋唐演义》刚播出,就面临考验。出品人兼制片人程力栋自信高投资将带来收视保证,称“高举高打”是历史剧趋势之一。历史剧投资堪比房价的涨幅让人好奇,钱到底是怎么花出去的?

一说到成本,演员片酬往往最受关注,但无论是程力栋还是《楚汉传奇》的导演高希均表示,其实在请演员上花的钱并不是大头。高希称,剧中所有演员,包括陈道明都是“打折”请来的,反而是调用人力拍大场面以及用于服装、道具等方面的钱就花了1亿。程力栋在宣传《隋唐演义》时也强调了拍摄过程的昂贵:六部电影级别的摄像机、六七个月的拍摄周期和四个月的后期制作,以及几百名工作人员在拍摄期间的衣食住行……

在物价飞涨的当下,恐怕连剧组的盒饭花销都比以往增加了不少,且历史剧的服装、化妆、道具、布景等本就花费不菲,更不用提从编剧到导演和演员的酬劳。加之制作方要求精益求精,拍历史剧本的节节攀升是自然的。每年电视剧产量的递增速度为几千集,但电视台的播出时间却是有限的。因此,为了让电视剧更具卖点,大明星、大制作显然是最方便的办法,而它所指向的,就是逼剧组“烧钱”——“烧”得狠一点,受关注的程度可能就高一点。

### ■网络、海外寻求回报

历史剧的高投资导致高卖价,却依然受到电视台欢迎。除湖南卫视独播《隋唐英雄》外,《楚汉传奇》和《隋唐演义》都在多家卫视联合首播,有消息称《楚汉传奇》首轮上星和二轮地面播出的单集售价为400万元,以其80集的篇幅,收回成本不成问题。高希则请大家关注该剧在网上的表现:网络独播平台优酷土豆的播放总量破亿,单集最高播放量达到1000万。

《隋唐演义》也采取了台网同步播出的策略,网络播出权被腾讯视频买断,此外程力栋还表示,历史“大剧”要“靠海外市场找回报”,美国、日本、韩国和东南亚的几个国家以及我国港台地区的主流频道都购买了播出权,《隋唐演义》仅海外销售就能回收超过30%的成本。

资料显示,2009年新版《三国》在海外的销售额超过3.4亿,从事海外发行的业内人士透露,古装正史剧在海外是最好卖的。但即便如此,在国内动辄卖到单集上百万的剧集,到了海外往往身价大跌。历史剧和网络、海外等播出渠道越来越相互看重,只有电视剧质量提高,才能让这些渠道不仅成为回收成本的途径,也是扩大国产剧影响力、提升产业价值的有效方式。

### ■钱花了,质量也得上去

投资3000万拍出来的《秦皇》票房已突破12亿,成为“低成本,高产出”的杰出代表。程力栋以此为例告诉记者,对电视剧而言,这同样是一种运作模式,但不是所有类型的电视剧都适用。对历史大剧来说,高投资才能有高质量。高希也认为,“用1000万投资一部古装剧,观众只会觉得这是一群人穿着古装在演戏”。

从几部历史剧的产出来看,“实”的利润基本有所保证,“虚”的观众评价却很尴尬,大制作的历史剧大多并未赚得好口碑。当制作方抱怨什么都在涨价导致hold不住成本,宣扬为保证影像质量和观剧效果在器材技术上下了多大力气的时候,作为核心和灵魂的“人”能靠钱买来水平和能力吗?在历史剧中,遭到观众诟病的不是你拍电视剧没用拍电影的设备,也不是你只请了三个一线明星而不是五个,而常常是剧情雷,台词雷,演员表演不到位——这些都是“人”的因素。在《楚汉传奇》被批槽点多多的同时,陈道明的老到表演依然能得到观众的肯定,如果剧组上下都能以严谨、敬业、尊重史实的态度拿出经典之作,亿元投资应该会花得更值。



程力栋说历史剧创作:

## 大事不虚,小事不拘

本报见习记者 李婕

历史剧《隋唐演义》1月14日起在山东、深圳等多家卫视播出,继“楚汉”之后,“隋唐”题材成为电视剧新宠。《隋唐演义》制片人、浙江永乐影视制作有限公司董事长程力栋接受了记者采访,他认为,虽然目前古装剧“扎堆”,但作为制作方必须把握好“度”,才可能在庞杂的古装剧集中杀出重围,产生经典之作。



谈题材>>>

### 一年一个题材观众会腻

从去年末到今年年初,荧屏一直被古代英雄美女占领,更出现了《隋唐演义》和《隋唐英雄》、《楚汉传奇》和《王的女人》这种类似题材“撞车”的现象。这让程力栋不得不多次解释,为两部隋唐剧“划清界限”:“《隋唐演义》尊重小说及评书原始文本,是‘最正宗’的,而《隋唐英雄》则偏重‘宫斗’。”

程力栋表示,宫斗剧不是不好,“一堆女人争一个男人,肯定有看点。包括穿越剧、谍战剧等等,都已经成为一种类型,也都有存在的价值。”但他又强调,“任何事情都要有一个‘度’,不能拍什么都一窝蜂,一年下来多半电视剧都是一个类型,观众也要看腻了。”

除了对制作数量和播出频率的控制,程力栋所指的“度”还包括价值观的正确引导。“无论是古装剧还是其他影视剧,都是文艺作品,是带有导向的。古装剧的观众里有很大一部分是青少年,更容易受到影响,所以要引导他们形成社会责任感,弘扬真善美的品质。”

古装剧面临着剧本荒、重复消费和盲目跟风的现象,各种历史剧、武侠剧一拍再拍,一些电视剧为避免雷同,不惜编造出位剧情和雷人台词。对此程力栋认为,要保证古装剧的艺术质量,面对历史时要本着“大事不虚,小事不拘”的改编原则,“但无论是古装剧还是现代剧都不能太荒诞,对于历史的真实和真实的历史应该辩证看待。”

谈风向>>>

### 翻拍剧将继续受追捧

去年的《天涯明月刀》和《新白发魔女传》被观众狠狠吐槽,但这丝毫没有影响翻拍剧的制作热情。日前,新版《笑傲江湖》和《龙门镖局》已放出片花,还有一部《新天龙八部》正在拍摄,今年的武侠剧翻拍潮势不可挡。翻拍过多部武侠剧的导演赖水清曾表示,翻拍名著是一种稳赚不赔的方式,导演王新民在重拍自己的《燕子李三》时也曾对记者坦言,在电视剧原创性不足的当下,翻拍原有观众基础的本子,更容易收回投资。

但是,近年来无论是翻拍名著还是武侠小说,少有口碑之作,更多的翻拍剧“雷

声滚滚”,令观众产生了一种“翻拍剧不如原版经典”的印象。曾执导《新西游记》并任新版《水浒》监制的程力栋则称,“新的时代会有新的理解。拿名著来说,原版电视剧往往就是讲故事讲故事,对人物的诠释不够,翻拍时则会更多地结合现实,表达贴合当代的人生哲理。”对于观众“老的才是经典”的看法,程力栋认为,观众可能会留下先入为主的印象,但无论电视剧还是观众都是具有时代性的,其实“每个时期都有每个时期的经典”。

“翻拍是因为有市场,新一代的人会有新的消费文化,老观众看过的电视剧,他们的下一代可能就没看过,或者看得不过瘾。现在90后,甚至00后都有自己的文化、见解和审美判断,他们可能不满足于老版,这也是现在的翻拍剧和古装剧所关注的消费群体。”

新受众引领了电视剧新走向,程力栋说,在当前压力大、节奏快的社会氛围下,观众更喜欢看情节性强、体现新观念的电视剧和轻松喜剧,而沉重的、悲情的、探讨人生的严肃题材则可能遇冷。因此他预测,除了长盛不衰的古装戏,谍战、传奇、家庭伦理剧今年将继续保持热度。