

# 热播剧流行中插广告 没创意别怨观众出戏

近期的电视剧市场,佳作频现。《那年花开月正圆》《白夜追凶》等,都以较高的品质获得了观众认可。但几乎所有剧集在播出中间都出现了“花开时刻”“脑洞时间”等中插广告,而且都是互联网金融理财类应用广告。当身着古装的剧中角色打开某款借贷APP说着“一分钟轻松到账”的台词时,观众想不出戏,还真挺难。

## 短短两年价格增十倍

谈及电视剧的创意中插,还要追溯到《武林外传》,只是当年该剧中出现的诸如“白驼山牌壮骨粉”等,纯属搞笑,并不是商业广告。真正利用“原创帖”植入广告的是2013年播出的《龙门镖局》,这种做法为制作方带来了500万元至700万元净收入。

随着近两年网剧的火爆,创意中插广告大量出现。2015年的网剧《暗黑者2》率先进行尝试,2016年暑期档网剧《老九门》堪称创意中插广告火爆的转折点。制片人白一骢透露,该剧一共植入7个创意帖,差不多带来了四五千万元收入。他笑言,“原创帖”意外火了,谁也未曾料到。

创意中插广告刚出现时,凭借着反套路、反差萌、和剧情融合共生的特点,让不少人觉得耳目一新。《老九门》之后,《如果蜗牛有爱情》《鬼吹灯之精绝古城》《射雕英雄传》等剧,纷纷将创意中插作为主要广告模式。

业内人士指出,仅仅两年,电视剧中插广告的价格就上涨了十多倍。优酷现在平均一条创意中插广告能卖150万元,爱奇艺保底点击量15亿以上的



当年电视剧《武林外传》中一条虚构的壮骨粉广告,可谓最早的“中插广告”。

剧,单集创意中插广告报价在200万元至250万元。数据显示,2016年中插广告的市场规模已经达到8亿元,从上半年的情况来看,今年会有较大幅度上涨。

## 会员也被迫看中插广告

付费成为某个视频网站会员,已成为当下不少观众的选择。这样做,一是为了更快更

地追看喜欢的剧集,另一方面也是为了避免每集正片前的贴片广告以及观看过程中猝不及防的广告。但不少热门剧的创意中插广告,即使是会员也不能跳过,这是广告主和播出平台事先就约定的。对此,不少会员表达了不满。

与剧情产生深度互动,曾是中插广告最大的亮点,但目前这种依靠反套路取巧的方式

被过度开发,变成了新的套路。在广告创意不足以吸引观众的情况下,不少平台将创意中插广告时长提升到了60秒,更加令人反感。

创意中插广告最适合的节点一般是一些不甚重要的过渡剧情,但令人难以忍受的是,有些剧在关键情节会出现一条毫无关联的中插广告。对这样的情况,一位视频网站相关负责人

直言自己都看不下去了,“在一些重要转折点或是高潮剧情时插入广告,打乱了故事节奏,确实会让观众恼火。”

## 没有创意注定不长久

顶着“创意中插广告”的名字出现,太多广告却唯独没有创意,不得不说不是一种悲哀。除了近期大量出现互联网金融理财类APP中插广告,之前一些奇葩的中插广告,更是侮辱了“创意”二字——《择天记》中的某品牌面膜,《青云志》中的药店竟然用毛笔字植入某胃药广告,都极为生硬。影视从业者大楠担忧,如果没有创意只求数量,这类广告模式很快会走到尽头,“伤害观众的感情,最终平台方和广告主只会搬起石头砸自己的脚。”

制片人晓虎坦言,最初的创意中插广告,都是根据剧情和场景设计的,由平台方人工手动接入,“但目前的中插广告市场太火了,难以慢工出细活。”

当前的一个困境是,往往整部剧已拍摄完毕,平台方才与广告方沟通创意中插广告。如果剧集能提前确定播出平台,中插广告招商一定要前置,一来在拍戏过程中方便调度演员顺便拍完中插广告,二来广告制作可以更贴近作品。  
(徐颖哲)

为关爱点赞  
最好的爱是路人的帮助  
请多关爱残疾人

