

《鬼吹灯》等大IP纷纷上线抢夺受众 广播剧大热，瞄准年轻人市场

齐鲁晚报记者 师文静

广播剧有声有色 引发关注

3月30日《鬼吹灯Ⅱ·黄皮子坟》广播剧上线引发关注。通过这部广播剧可以发现，这类大IP广播剧已不是分角色演绎这么简单，而是非常注重收听效果。该剧由著名配音演员张杰创办的729声工场团队操刀，胡八一、王胖子等角色由听众熟悉的偶像剧配音演员演绎。该广播剧还量身定制原创主题曲、推广曲，为了获得更好的收听效果，配音演员在演绎时还有相应的背景音乐，以及特殊场面的特殊音效等，尽量呈现故事的起伏跌宕，让听众仿佛身临其境。

《鬼吹灯》是国民级IP，目前已经以电影、网剧、网络电影、漫画等多种艺术形式开花结果，此次进军广播剧，也可以看出广播剧产业的气势。

可以发现，当下的创新广播剧已经可以通过人声、音乐、音效等给观众提供一种很立体、丰富的听觉体验，好的广播剧非常注重情绪、氛围等“听感”的营造。有听众认为，当背景音乐响起来，听者自然而然代入小说的意境和氛围中，其实并不像是在听小说，而是在感受一场来自异次元的冒险。

值得一提的是，新型广播剧与有声书已不同，有声书大多由一个配音演员在演绎，而广播剧由多个配音演员合作完成，有专门配音演员负责旁白，而且有编剧、导演、后期特效。为了丰富内容，广播剧甚至会在台词不够丰满的情况下，由编剧酌情增加一些对话，但不会对原著进行魔

现在还有人听广播剧吗？答案是肯定的，而且越来越多的内容平台正在布局大IP的广播剧产品。近日，言情主题广播剧《偷偷藏不住》播放量破亿登上热搜，重磅广播剧《鬼吹灯Ⅱ·黄皮子坟》上线等，开始让不少人注意到广播剧在当下的大热。目前，大小IP作品纷纷上线抢夺“耳朵经济”，年轻化的广播剧瞄准的是年轻人的大市场。



广播剧
《三体》录
制现场

改。网络平台上流行起来的新广播剧与传统广播剧相比，无论是作品内容还是艺术形式，更加时尚、赶潮流、年轻化，瞄准的也是年轻人市场。

当广播剧找到了让听众沉浸式收听的窍门，各类广播剧的创作之路便被打开。现在各大平台上广播剧的各类题材应有尽有。

目前，大IP作品中的《三体》《魔道祖师》《全职高手》《从前有座灵剑山》《盗墓笔记》《白夜追

凶》《三生三世十里桃花》《华胥引》《步步惊心》等都已经有了广播剧，而且播放量很大，《三体》播放量已超1.2亿。其中会集几十名配音演员的《杀破狼》被称为行业里程碑式的一部广播剧，作品制作精良，IP知名度极高。很多网络用户从《杀破狼》开始接触广播剧。

除了大IP，《暗格里的秘密》等青春校园剧、《我亲爱的法医小姐》等悬疑剧、《宝石商人和钻石小姐》等言情剧都很受欢迎。

有了新的创作形式、新的平台支撑，传统文学广播剧也开始“苏醒”，目前已经有团队精心打磨创作了《莎士比亚精选有声剧》，在平台上也非常受欢迎。

平台争相打造 “耳朵经济”

目前的广播剧大多改编自网络小说，数量庞大的网络小说资源为广播剧提供了批量生

产的基础，广播剧的改编难度也小，很利于迅速创作生产。同时，这些年，通过为偶像剧配音，一大批配音演员和高水平配音团队从幕后走到台前，形成“声音品牌”，为广播剧带来一定流量。多种因素综合下，广播剧逐渐走进“黄金时代”。

目前，广播剧竞争格局被认为形成了“一专多强”的局面，猫耳FM是市场主流音频平台中主打广播剧的垂直类平台，喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝、网易云音乐等音频平台也不断涌现广播剧佳作。广播剧这种集内容与娱乐于一体的传统艺术形式，遇到新兴的音频平台，又焕发了新活力。

艾瑞咨询《2021年中国网络音频产业研究报告》将广播剧、AI文字转语音、真人播诵都归为有声书产品，这份调查报告认为，电台广播剧没落后，网络音频APP上广播剧逐渐发展起来，也带动了电台广播剧的复兴之势。报告的数据显示，最受欢迎的广播剧类型是悬疑推理、都市传说、历史幻想、武侠仙侠等，每周收听5-6次的广播剧听众占比最大，为29%，有26%的听众愿意为广播剧花费11-20元，目前只是有声书的产业市场就达到50亿，且在快速增长中。

2000年前后，一些在电台播出的广播剧曾风靡全国，比如《刑警803》《花季雨季》等，曾为不少观众带来难忘的听故事的体验。如今借助手机和音频平台，这门老艺术焕发新颜后更加活力四射。听众认可、平台有需求、创作者群体庞大，可以预见，在未来广播剧或许也能和漫画、游戏、电影、电视剧、网剧一样，成为默认的IP配套产品。

为什么一群好演员托不起《心居》



《心居》中，海清饰演的冯晓琴是剧中的核心人物，这个人物立不起来，整个剧都没法让人共情。冯晓琴对丈夫的苛责和他们之间的冲突，导致他发生意外身亡。之前她一家三口吃住在公公家，老家的妹妹来上海打工，也一起白吃白住，存款3万元硬是借钱买300万的房子，满口要改命，妥妥的捞女婿。丈夫死后，冯晓琴突然变身独立女性，公公给孙子学费不收，大姑娘帮助也不稀罕。送外卖还送成给独居老人天天买菜做饭，广场舞大妈需要陪伴就

天天陪她跳舞。发生在冯晓琴身上的事情，稍微有点生活经历的都没法共情，一个女人带着孩子，要送外卖挣钱养家，每天还得给另一个老人买菜做饭送饭，帮生意人拿下小区老年活动室，帮展翔追求顾清俞，晚上去他家一起喝酒聊天。

剧中另一个重要女性顾清俞由童瑶扮演，她是冯晓琴的大姑娘，是不差钱的企业高管。很多人调侃童瑶的顾清俞复制的是顾佳（《三十而已》），住着大房子，每天最重要的就是在明

亮的大落地窗前做瑜伽，秀身材秀精致。这个大姑娘什么都好，就是不好好找对象，为了买房想出个假结婚的办法，假结婚的对象竟然是从小暗恋的施源。这个施源就更离谱了，竟然是职业假结婚男，已经离了两次婚，这会儿遇到顾清俞，电光火石，上演“真爱”求婚戏码。演到这里，观众尬得能抠出一套三室一厅，美好爱情的观剧体验更是无从谈起。

可以说，顾清俞败光了童瑶的观众缘，同样凭此剧降低观众

缘的还有展翔的扮演者张颂文。张颂文因出演《隐秘的角落》大器晚成，是一个有经验的好演员，很容易看出他为了塑造展翔这个人物，即兴设计了很多小动作，例如得知女神心有所属，原本等女神一起吃饭的他，摸着路边雕像的头自言自语“你吃饭了吗”，人物的落寞和搞笑气质尽显。无奈《心居》中展翔这个人物太脸谱化，衣食无忧是个“暴发户”，生活单调且无趣，你感觉张颂文用尽力气也难以达成人物的丰满。

还有顾清俞的堂弟顾昕，父母是上海普通小市民，他为了少奋斗几年，抛弃了相处十年的女友，和副局长的女儿葛玥结婚，一步登天，住上两千万元的大房子，仕途也肉眼可期，这样的人物可信度太低了。

想想前不久打动众多观众的《人世间》，每个人物与时代同呼吸、共命运，性格特征鲜明，人物有血有肉，这才是优秀演员能托举起来的优秀作品。故事有好多，《心居》偏偏弄了这么一个个上下不靠的人物，生硬地制造矛盾，一言不合就洒狗血，演员都是好演员，无法说服自己，何来打动观众？



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑：徐静 美编：陈明丽

天天娱评

□张莹

带着极高的关注度和话题度，《心居》开播。播出过半，热度回冷，“看不下去了”是很多观众的反馈，而剧中演员童瑶、张颂文好不容易凭借优秀作品攒起来的观众缘，也因这部《心居》受到质疑。

应该说，带着《蜗居》姊妹篇的属性，《心居》让观众的期待值拉满。海清饰演的上海媳妇，这次能买到房了吗？魔都、买房，两大看点提前炒作，对观众来说，不是“梦里不知身是客”，也当是“又逐春风到洛城”。海清饰演的冯晓琴漂亮精明，却为了留在上海嫁给了“不成功”的顾磊。剧情就此展开，冯晓琴忽而结婚狂，忽而绝望主妇，忽而欲望捞女，忽而新独立女性，她满屏搞事情，看得我怀疑人生——人设分裂，哪个都不能自圆其说，哪个都不讨喜。剧中一方面展示她精明算计，编剧不能免俗地站在高处想象底层人的窘迫：在麦当劳偷厕纸，手织围巾缝上LV的标送大姑娘。为了角色，海清也是拼了，装扮素到不修边幅。