

# 现言剧何时再捧出下一个杨洋李现?

“没有顾漫与墨宝非宝,就没有爆款现代言情?”

2022年的市场,似乎面临这样的窘境。现实主义题材占领了年初,古偶三大霸屏了暑期档,好不容易到了年末之际才迎来有话题讨论度的现代言情剧《点燃我,温暖你》,改编自Twentine的小说《打火机与公主裙》。

有声量,不算多;一定圈层内发酵,远不达爆款程度。似乎这就是现言剧可以期待的最高点了,制片人朋友都说“陈飞宇和张婧怡片酬没怎么涨”,就连国产剧出海时的售价,现言剧都要比古偶剧“低人一头”。

河豚影视档案统计了2017年至今,每年最高热的几部现言剧,根据打分人数也可以大致感受到,人数达20万以上的几部才算是真正出圈之作,人数达40万以上的全民爆款在六年间仅有两部:分别是根据墨宝非宝《蜜汁炖鱿鱼》改编的《亲爱的,热爱的》,以及顾漫同名小说改编的《你是我的荣耀》。

现言剧想要出更多爆款,自然不能只靠顾漫和墨宝非宝,女频IP集散地晋江文学城与豆瓣2年出售200部小说的影视版权,就是带着太多想要在其中挖掘新“现言之光”的期待。但据了解,除了几个头部作者IP价格稳定在千万左右,其余IP基本上真实成交价都在一泻千里,IP价格三四百万已经偏高,经常还会遇到很多剧是在消耗快要到期的IP,或者利用IP平台的免费IP改编。

在其中,作者竹已所写的《偷偷藏不住》去年8月在厦门开机,不仅吸引到“95花顶流”的赵露思主演,更是从开机前就频繁登上热搜,如此备受关注又是否能成为下一代“现言之光”?似乎还有很多未知数。

现言剧的爆款之道究竟为

何?河豚影视档案就现言剧缺乏爆款的问题与制片人叶子、金影科技&诸神联盟影业总裁王晶(锦文)、版权经理芳芳等人进行了一番探讨。

言情和都市类双双降温,现言土壤大缩水

“最直观的可以看到,今年的现言剧不捧人,或者捧了一下,但没有很高,和以前那种直接捧出全民男友的爆剧不一样了。”制片人叶子感慨。

顾漫和墨宝非宝为什么是“现言之光”?叶子印象最深刻的就在于,两人各自的IP改编剧都捧出了一位至今都是顶流的演员。杨洋和李现在剧播之后实现了咖位的跃升,片酬也相应有了明显涨幅。

比如2015年开机的《微微一笑很倾城》是杨洋出走荣信达之后的第二部剧,第一部是爱奇艺的超级网剧《盗墓笔记》,500万的VIP成绩虽亮眼,可相应的剧集影响力很受限。第二部在江苏卫视与东方卫视双星联播的《微微一笑很倾城》,才是推动杨洋登上顶流之位的最大驱动。

李现在2017年虽已经有网剧《河神》的口碑热度加持,却远不及2019年暑期档凭借东方卫视和浙江卫视双星联播的《亲爱的,热爱的》,他借此成为“7月现男友”,从此登顶超一线“90生”行列。

但2022年两部最为火热的现言剧是年初的《一闪一闪亮晶晶》和年末的《点燃我,温暖你》,其中两对男女主微博粉丝数有不同数量增加,最多的是陈飞宇单月涨粉366万,不过制片人叶子透露暂时没有收到四人片酬有较大涨幅的消息。

除此之外,杨紫与肖战主演的《余生请多指教》成为今年腾讯视频招商第一、云合有效播放霸屏榜上半年排名第六的电视剧,热度与

讨论度仍流于两位主演的粉丝圈内,剧情、人设、片段、甚至音乐都没能出圈,也未引发全民热议之势。

在制片人叶子看来,2022年的影视大环境降温、甜宠剧被“严打”是没能再出现言剧爆款的基础原因。

从年度数据来看,根据艺恩数据发布的2022年大剧年度市场研究报告显示,2022年剧集上线数量继续呈下降趋势,上线数量比去年减少18部;播出剧集Top5的类型中爱情类目的剧集数量由137部减少至104部,都市类剧目集由150部下降至95部。

从政策方面看,经历了2017年“甜宠元年”的高糖言情剧兴起,甜宠剧一路野蛮生长;直至2020年政策开始倡导电视剧要讲求精神内核,不能为嗑糖嗑糖、注水人工糖精;2022年提质减量大环境下,爱奇艺首先宣布自制、定制剧放弃甜宠赛道,只做头部剧和分账甜宠剧,其他平台也基本在按照这个逻辑做项目安排。

与此相关的,还有受政策与重大节点的影响,令现言剧营销和传播势头也相对减弱,播出媒介的减少和缩窄也是原因之一,顾漫已播四部剧前三部都是台网同步播出,唯有第四部是纯网播放出,2022年电视台端对言情剧的采购量大幅减少。

电视台to B端的影响力减弱,使得视频平台方面则需要加大营销补充,诸如《点燃我,温暖你》在网络发酵至最高热度时,德塔文景气值达到1.7+,实现圈层火热,平台开通“命韵响环·大结局宠爱礼”,会员付费购买福利同时可以超前观看大结局,却也因客观因素未能展开营销助力,最终也未能一举破圈,实属遗憾。

最后再从影视产业链源头的

IP端观察,女频IP重要平台晋江和豆瓣,2022年度售出影视版权的总量也由2021年的119部滑落至82部。

寒冬之下求稳胜过求爆,现言渐显IP“弱依赖”

“以前是剧捧人,现在是人推剧。”叶子向河豚君表示,最直观的原因就是,行业过冬,减量提质,连互联网最拿手的“创新”都变得谨慎,包括在用演员方面。以前可以看见现言爆款剧推出赵丽颖、杨洋、李现,现在则是尽量利用杨紫、肖战的国民粉丝量维护现言剧本的基础观看量和保证招商。

这也是求稳胜过求爆的心态。叶子提出,现在的现言剧制作逻辑就是:IP评估后获得相应的项目评级,相应的项目评级匹配相应的演员阵容,演员等级≥项目评级。

先从IP本身的角度来看,根据河豚影视档案询问诸多版权方与平台方获知的热门现言小说作者IP影视版权售卖价位来看,近年可以看见的爆款、高热、一定热度等不同播出结果的现言剧,和其原著作者影视版权价基本匹配价位,部分剧目获得了越级的播出效果,但没能获得破圈爆款结果也是意料之中。

版权经理芳芳表示,一般网站可以进入榜单的头部作者IP售价稍高,制片人可以开出项目成本中最高占比10%的预算来购买IP,相应的肯定也会希望做出大体量项目;小体量自制、定制、分账剧,甚至现在数量激增的微短剧,其IP价格在项目总成本的占比不会超过5%。

制片人叶子表示,这已经是非常理想的一种IP价格预算公式了,改编剧经常会把IP版权费用和编剧费用作为整体的前期预算去判断,比如A+级~S级的现言剧成本在1~1.5亿之间,S+级现言剧成本

1.5亿~2亿,通常前期费用可以占到10%,真正的大项目甚至可以占到20%。

这其中IP费用一般可以一次性买断5年,编剧费用则会有一些不确定性,比如可能编剧效果一直未能达到预期,需要更换编剧团队,甚至不止一次,未能用到最后的编剧团队也会收取定金或者已写部分的费用,导致总的编剧费用增加,前期预算也会相应增加,尤其是希望将头部IP打磨好,编剧费用也会增加。

“这就很考验制片人的能力,有的制片人一下就能找到最契合这个IP改编的编剧团队,有的制片人擅长把小IP改出大IP剧的效果,只能说在此公式之上,制片人怎么严格把控,尽量减少额外损耗。”

A级以下的现言IP剧,总成本通常不超过8000万,IP价格三四百万已经偏高,除了一两百万以下价位的IP之外,经常还会遇到很多剧是在消耗快要到期的IP,或者利用IP平台的免费IP改编。

版权经理芳芳透露,自制剧需要寻求IP,50%以上会找晋江,现代言情和女性题材这几年还会找豆瓣阅读,除了晋江和豆瓣养成比较明确的购买习惯之外,大部分以阅读分成为作者主要收入的IP平台,IP本身和影视剧的改编并不太契合,IP版权出售作为这些平台想要养成的生态习惯,平台会以免除IP费用、投资参与的形式与影视公司合作,比如爱奇艺的“云腾计划”就是以爱奇艺文学的免费IP吸引创作者合作分账剧。

这部分非头部IP改编成剧之后,也注定项目不会成为出圈爆款剧,即使创作再加分,最好的结果也是达成比预估评级更好的越级播出的效果。

**故乡福园**

National Memorial Park  
National Funeral Home  
7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电:张真 Cassy  
手机:703-937-7299

风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便,位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。