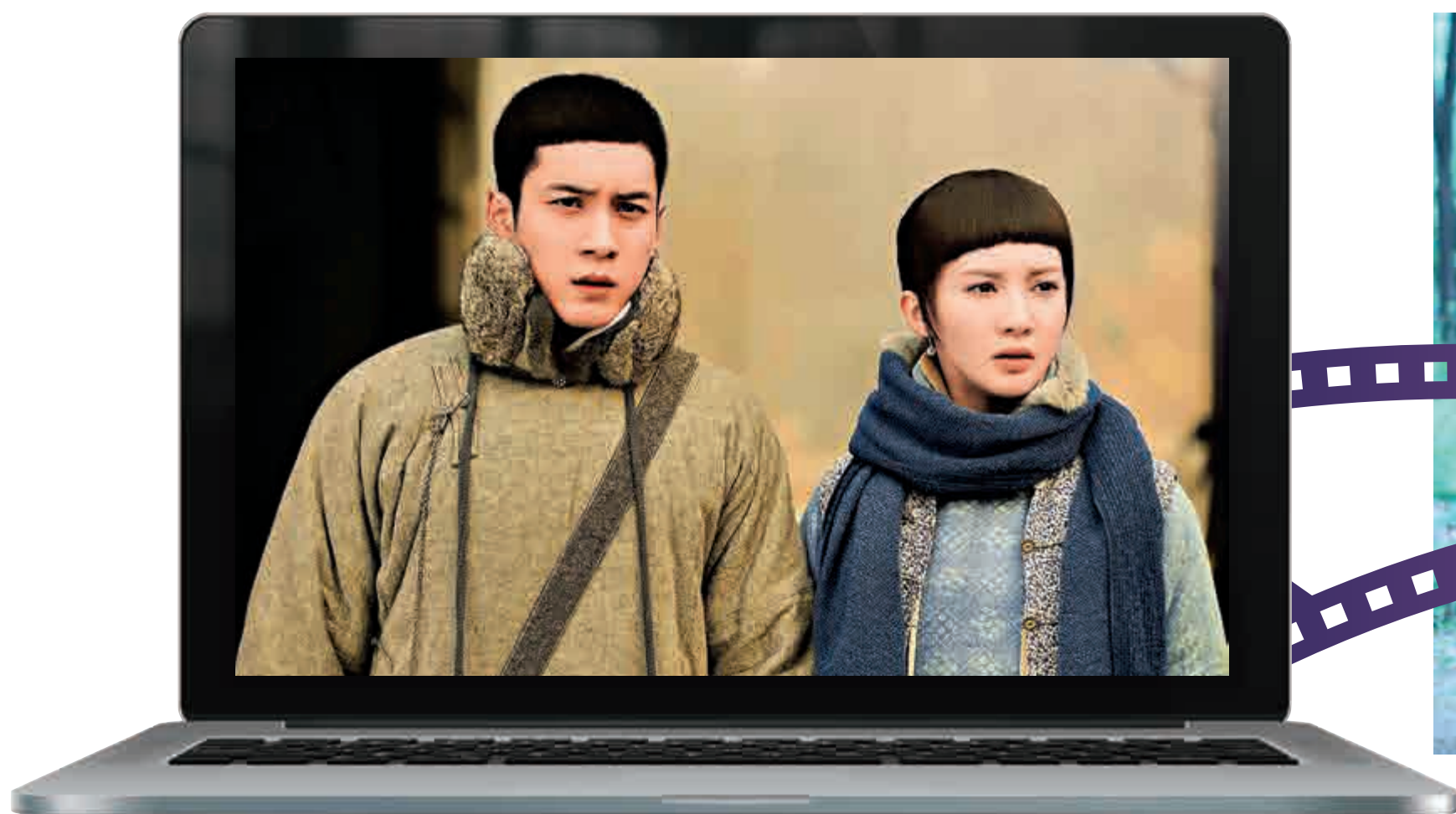


網絡影視劇成爲觀衆新寵



▲香港無線電視台播出內地網絡劇《無心法師》
網絡圖片



▲內地網大出品人李曉波爲網大市道「把脈」
李曉波供圖

隨着互聯網的發展，網絡劇、網絡大電影應運而生，不僅在短時間內贏得了大批網民的關注，而且令出品人、導演、演員紛紛投身其中，致使網絡劇和網絡大電影在互聯網上的播出呈現「你方唱罷我登場」的局面。網絡劇和網絡大電影為何越來越火？未來將會走向何方？

大公報記者 劉毅



▲《重生之名流巨星》劇照
網絡圖片



▲《太子妃升職記》劇照
網絡圖片



▲《調皮王妃》劇照
網絡圖片



▲《納妾記》劇照
網絡圖片



▲《美人為餡》劇照
網絡圖片

網絡劇是專門爲電腦網絡製作的連續劇，通過互聯網播放，與電視劇最大的區別在於播放媒介的不同，令觀衆可以隨時重溫劇集。起初，在沒有電視台作爲依靠的前提下，出演網絡劇的演員多爲名不見經傳的新人，且因資金有限，劇集質量也參差不齊，相比較「循規蹈矩」的傳統電視劇集，網絡劇題材較爲大膽，情節發展亦充滿創新，故深受觀衆喜愛，譬如去年的網劇《太子妃升職記》，網友雖稱其爲「雷劇」，卻還是貢獻了過億的點擊量，收視率甚至媲美同時段播出的《半個傳》。

網絡劇的蓬勃發展源自人們觀劇習慣的改變，隨着平板電腦和智能手機的普及，網民觀看電視劇不再局限於媒介，而是隨處、隨心可看，即使在乘坐交通工具時，戴着耳機、捧着手機觀看劇集者也大有人在，顯而易見，網絡劇的播出平台、製作形式都在一定程度上迎合了這批觀衆的煲劇模式。

改編自網絡IP

去年，香港無線電視台買進內地網絡劇《無心法師》版權，並安排在黃金時段播出，收視果然不負所望。這部改編自內地作者尼羅同名小說的民國玄幻網絡劇，由李國立任總監製，演員在當時來說都是新人，諸如韓東君、金晨、張若昀、陳瑤等。相比較以往的玄幻劇集，《無》劇人物設定方面有所突破，表面上看，男主角無心擁有不老不死的生命是一件幸事，實則還不如一個普通人，立於蒼茫世間，卻擁有永恆生命，雖不會經歷生死，卻要目睹身邊摯愛一個接着一個的離去，這才是世間最悲之事，觀衆亦從這一人物身上重新審視有關生與死、愛別離、求不得等人生母題，繼而加入煲劇行列。

網絡劇亦多改編自網絡IP小說，比如去年於愛奇藝網播出的《盜墓筆記》和今年於騰訊視頻播出的《重生之名流巨星》，均改編自網絡熱門小說，將這類小說製作成網劇的好處在於小說本身就擁有一定的「粉絲」基礎，熱門小說的讀者自然會成爲這類網絡劇的忠實觀衆。

綜觀二〇一六年全年熱播的網絡劇，其中一個非常突出的問題在於類型劇集的扎堆，最受觀衆歡迎網絡劇集中在懸疑、喜劇和愛情劇三種類型，尤其是犯罪類、刑偵類網絡劇一時風頭無兩，諸如去年由霍建華、馬思純主演的《他來了，請閉眼》、到今年由張若昀主演的《法醫秦明》

、再到楊蓉主演網絡劇《美人為餡》等，都是以懸疑、刑偵元素博人眼球。可如此扎堆呈現同一類型的網絡劇，觀衆也會审美疲勞，甚至逐漸喪失對這類網絡劇的關注興趣。然而，類似《調皮王妃》、《納妾記》這樣的喜劇，則始終擁有不錯的受衆。

不按常理出牌

網絡劇的走紅與「網絡亞文化」也有着緊密關係，「網絡亞文化」的主要特徵是反傳統、不按常理出牌、惡搞、無厘頭，譬如今年年初開播的網劇《太子妃升職記》和今年九月播出的網劇《瘋狂天后》，即是「網絡亞文化」這一現象的集中體現，前者講述生活在二十一世紀的公子哥張鵬，機緣巧合下穿越到了一個歷史上沒有記載的朝代，成爲了一個有着男兒心、女人身的太子妃張芃芃，她一方面對太子的後宮佳麗喜愛萬分，卻又不得不學習後宮生存之道；後者的無厘頭更是有過之而無不及，女主角童意原本爲一個生活在現代的小場記，依靠穿越神器「天花」穿越到了一個女尊男卑的古代王朝成爲了這個國家的女皇，擁有三十位男寵，且這些男人還要負責生孩子。觀衆明知道劇情設定違背科學，卻依然追得津津有味，即是因爲這些劇集打破傳統劇集的情節設定模式，讓觀衆有新鮮感，也難怪會有煲劇人言：「看的就是它的不按常理出牌。」

伴隨網絡劇的蓬勃發展，網絡大電影（以下簡稱網大）也逐漸走進了人們的視線，這類電影的時長不少於六十分鐘，且有完整的故事情節，亦與網絡劇一樣依託網絡平台進行播放，爲了剖析網大的發展現狀，本報記者專訪內地網大出品人李曉波，聽他談論網大市道。

李曉波坦言：「我本人非常喜歡電影，但院線電影投資太大、周期太長、所需資金龐大，故我選擇從網大入手。」雖然有人唱衰網大，但他亦充滿信心：「我認爲未來的電影市場一定是院線電影和網大一起發展的良性狀態。」即便如此，他還是會研究網大受衆群體欣賞口味：「網絡平台的大數據顯示，網大的受衆年齡大多爲十八歲至二十二歲的年輕人，還有小鎮青年，他們偏愛的網大類型多以玄幻、神怪類影片爲主。」

正如網絡劇一樣，很多網大亦是改編自網絡熱門小說，以致網大的觀衆與小說讀者有着極高的重疊性，而玄幻類、神怪類小說本身就有着廣泛的讀者群，故將這類小說改編成網大就成爲網大出品人、導演的首選。而提起中國神怪類小說，人們第一個想到的必然是清代蒲松齡的著作《聊齋志異》，而本月十一日，騰訊視頻播出的網大《男狐聊齋》就取材自《聊齋志異》的「阿繡

」篇，甫上線播出就在八小時之內突破了一千萬的點擊量，玄幻類網大實力不容小覷。

李曉波網大新作《撿屍獵人》乍聽上去好似也屬這一類型作品，實則是取自一個真實的新聞事件。他笑稱：「網大亦有題材扎堆的情況發生，甚至有些網大在片名上和院線電影名稱呼應，比如《道士出山》、《我就是潘金蓮》、《從你的全世界走過之奇葩相親》，我們之前也有考慮過是否要這樣爲新網大命名，最後還是放棄了，因爲我們始終過不了自己心裏這關。」

靠點擊量回本

「院線電影依靠票房賺錢，網大則依靠點擊量收回成本。」李曉波說：「一部網大製作完成後，會交給各大視頻網站，視頻網站會按照有效點擊給予片方票房分成。有效點擊是指觀衆必須看到六分鐘以後，因爲從第六分鐘才開始收費，而一個有效點擊可以令片方賺到一點三元至一點六元人民幣不等。」據他介紹，在網大的創作劇本階段，他們就會與發行公司（主攻網大發行的影視公司）溝通，讓他們看看片子的創意跟網大市場的契合度，適當聽取發行方的建議。成片後，發行方與網絡播出平台如愛奇藝、樂視、騰訊視頻、優酷等網站洽談，這幾家平台會根據成片品質（題材是否受市場歡迎、拍攝製作品質等）決定是否獨家播出還是全網播出。

談及今天的網絡劇和網大的井噴式發展，李曉波認爲這種現象是一種必然：「播出平台的興盛、移動端端的普及、網絡頻寬提速，乃至文化的多元化發展，試問，今天的九〇後、〇〇後又會有多少人守在電視機前追劇？又有多少人根本離不開手機？網大和網絡劇的特質恰恰迎合了手機觀衆的需求。」蓬勃發展的背後也有隱憂：「當然，去年的幾部爆款網大也點燃了資本的熱情，不管懂不懂行的人都投身拍攝網大。實際上，拍攝網大亦有十分高的風險，有資料顯示，全部網大電影中，只有百分之五的網大真正賺到了錢，百分之十的網大只夠保本，剩下的都是在虧本。」

有人認爲改編IP就能保證網大收益，李曉波認爲IP並不能成爲未來網大發展的「免死金牌」：「不論是網絡劇也好，網大也罷，都不能僅僅依賴IP。雖然IP本身擁有極大數量的粉絲群，對票房有一定的保障，但伴隨時間的發展，院線電影也開始出現這樣的勢頭，比如今年九月三十日上映的電影《爵跡》，即是改編自郭敬明寫於二〇一〇年的同名小說。故對於網大製作人來說，最重要的還是誠意，好好講故事、用心拍攝才是制勝之道。」



▲《瘋狂天后》劇照
網絡圖片



▲《盜墓筆記》劇照
網絡圖片