作为世界头号电视剧生产大国，我国电视剧年产量接近1.3万集，可一半作品难以播出，创造的年产值不到17亿元——

国产电视剧为何成“烧钱”买卖？

□据《中国文化报》

近日，一份国产电视剧的统计数据显示，2009年，中国投入电视剧的资金有50亿元，但它创造的产值不到17亿元。这种现状已经维持3年了。目前，中国从事电视剧制作的机构有近2500家，真正盈利的只有10多家。

不管这份数据是否权威，但国产电视剧量多质劣已是一个不争的事实。一方面，中国已成为世界第一电视剧生产大国，《大宅门》、《士兵突击》、《金婚》等剧创造了中国电视剧的辉煌；另一方面，中国每年电视剧生产量接近1.3万集，真正能播出的只有一半。

电视剧《武林外传》一炮走红后，动画版《武林外传》又引起了不少人关注。

趋同与跟风 让大市场变成“独木桥”

制作电视剧是一个富有创造力的行业，几乎每部戏都是不可复制的。但令人遗憾的是，荧屏上能看到的电视剧似乎总是那么几部。《我的团长我的团》大火时，4家卫视白天黑夜抢播该剧。今年，又有4家卫视联合买断新《三国》的首播权，一开电视，荧屏上满眼《三国》。这与每年1万多集电视剧的产出量形成了巨大反差。

南京电视台电视剧购销部的张敏说，一方面，只有3%的电视剧能在全国30个频道播出，而80%的电视剧大多数观众看不到；另一方面，为规避风险，电视台喜欢抢一些大制作、明星多、话题多的电视剧，常常跟风购片或组团购片。这种“购片趋同”常常使一些质量不错但缺乏话题的电视剧遭遇错杀。

只有大制作才有关注度，于是投资商们纷纷往大里做——新《三国》投资1.5亿元，新《西游记》投资1.3亿元，新《红楼梦》投资1.18亿元，新《水浒》投资也超过了1亿元……与此同时，电视剧的制作费用也比以前翻番。制作人朱质颖说，过去每集的制作价格30万元顶天了，现在的价码是每集60万元。而制片人陈小杭对此也无奈地表示，大家都在抢导演、抢编剧、抢演员，导致制作成本飙升，现在演员片酬已占到总成本的69%以上，一部片子要赚钱实在太难了！

江苏省广电总台节目采购部主任石卫平认同这种观点。她说，两级分化的结果让电视剧这个本来很大的市场变成了“独木桥”，既挡住了更多电视剧走入荧屏，又导致同类电视剧竞争更加残酷。

题材跟风是电视剧产业中另一症结所在。从古装剧、刑警剧、谍战剧、苦情剧到伦理剧、穿越剧，常常是什么火拍什么，但电视剧生产常常有一个周期性，片子出来时，收视热点已转移了。南京一位民营公司的制片人感叹：“工厂倒闭了还剩下厂房、设备，电视剧瞎了就像一滴水掉进大海，连个声响都听不到，上千万元投资换来的只有那几盘卖不出去的废胶片。”

风险大产出低 影视公司仍趋之若鹜

对影视业的盈亏，江苏中天龙影视文化发展有限公司老总隆晓辉算了这么一笔账：一个中等规模的影视公司一般要养10多个人，起码租100平方米的房子，每年成本在100多万元。如果一年拍两部戏，投资在1500万元左右，利润也就100多万元。如果一部戏亏本，可能反过来要亏100万元。一部戏亏了，接下来拍的所有戏可能都要为这部戏埋单。

隆晓辉把电视剧制作称为“热闹却不好玩的行业”。他透露，在电视剧制作这个行业，全国真正能保证盈利的公司不会超过20家。

风险那么大，为何还有那么多影视公司趋之若鹜呢？隆晓辉分析，如今的电视剧制作是“铁打的营盘流水的兵”，新来的永远不知道他的前面“死”了多少人！影视剧行业进入门槛低，信息不对称，进入者只看到前面灿烂的灯火，却不知道等待自己的可能只是飞蛾扑火的命运。在影视圈里，更有一批“文化掮客”，他们会选择一些最成功的例子来“忽悠”你，比方某某剧投资亿元，轻易就赚了200%。面对如此大的利益诱惑，手里有钱又有强烈投资冲动的投资商往往很难作出理性判断，结果上千万元投入往往打了个水漂，很多投资商就这样成了悲惨的“玩票”一族。

也有投资商做影视剧乃“醉翁之意不在酒”。隆晓辉手下除了一家影视公司外，还有科技公司、奔驰4S店、医疗器械公司等8家公司。他承认，做影视并不是想赚钱，而是为了增加公司品牌的影响力。“如果你投资文化传播，你的客户会认为你是个有文化追求的人，就不会把你当成一般商人，你的品位会得到提升，对方对你的信任度会增加，一笔生意也许就这样轻易谈成了。”隆晓辉笑着说。

精耕内容细作平台 做大多元化产业链

随着广电总局禁播令的下达，原先可以3集连播的电视剧如今最多播两集，市场需求量进一步萎缩，这也让电视剧的竞争更趋激烈。

在前不久的一次电视论坛上，尤小刚、高希希等著名导演呼吁：对国产电视剧产量进行“宏观调控”，希望年产量控制在万集以内。他们认为，市场的无序竞争导致了资源浪费，粗制滥造的电视剧几乎可以用泛滥来形容。《手机》的编剧宋方金认为，现在电视剧领域非专业“票友”太多，大部分制作团队都是七拼八凑的草台班子，最终结果就是源源不断生产出来差片。

“不管你宣传声势如何浩大，电视剧最终是要靠质量说话的。”令陈小杭感到忧虑的是，如今我们的电视剧花絮、绯闻的炒作越来越“专业”，但真正花在提高电视剧质量上的功夫少得可怜。

日前刚刚闭幕的上海电视节上，视频网站成了一个活跃的电视剧播出新平台。目前，乐视网、优酷网、土豆网均把电视剧的网络播映权看作一项重要建设内容。最新的消息是，电视剧《古今大战秦俑情》在某视频网站一集卖出8万元的“天价”。

在精耕内容、细作平台之后，电视剧要想实现从量到质的飞跃，还需要从自身的品牌建设上寻求突破。张敏认为，《武林外传》自电视剧一炮而红后并非销声匿迹，而是凭借同名游戏、话剧等形式，在4年多的时间里多管齐下，将单一的电视剧发展成为多元化的电视剧产业。今年“五一”，300集《武林外传》动画片又成为不少观众的首选节目，而电影版《武林外传》也将在年底贺岁档与观众见面。《武林外传》的成功模式应该能给我们的电视人一些启迪。

微创技术 48小时解决
前列腺、泌尿问题
专家预约：0379-65221999
院址：九都路武警医院站下车

新《红楼梦》剧照