

爆款剧的售后庆典为何被喊“退钱”



天天娱评

□师文静

近日,《莲花楼》《长相思》等热播剧为了延长剧的热度,也为了卖会员或赚剧迷的钱,纷纷举办为剧迷量身定制的演唱会、庆典等活动。《莲花楼》主题演唱会剧迷比较满意,而《长相思》主演们聚首的收官庆典则让不少剧迷喊“退钱”。如今的爆款剧“售后”可谓五花八门,但对剧迷“割韭菜”意图明显的敷衍活动,剧迷根本不买账。爆款剧“售后”难道就没有办法体面一点?

从《长相思》第一季收官庆典来看,这个活动就是一个

主演的大聚会派对,主要活动安排是演员们还原剧中的名场面、名台词,做做游戏、唱唱主题曲等。要看这场活动,会员剧迷还要额外花30元购买观看券,很多人的期待值较高。不少剧迷吐槽现场活动唱歌少、无趣的环节多、气氛不够热。也有人吐槽这场活动内容设计尴尬,根本配不上演员们的真心付出。另有围观者认为,爆款剧售后庆典、演唱会就是一个愿打一个愿挨的“割韭菜”派对。不过,更多剧迷因为看到了自己喜欢的剧中CP而大喊值回票价。

此前举办的《莲花楼》演唱会也曾引发剧迷的关注。据了解,演唱会有超过28万人预约,直播点赞数亿。不过这场售后是名副其实的演唱会,不仅主演到场,剧集主题曲演唱者也到场,共同演绎多首动听歌曲。这场演唱会之所以让剧

迷满意,是因为经过真正演唱会的包装,确实给不少剧迷带来一场沉浸式的情怀体验,让剧迷再度感受到了观剧延续下来的情感寄托。

可以看出,爆款剧“售后”风格不同,有的以聚会派对的形式吸引剧迷花钱观看,有的则打造丰富、好看的演唱会满足剧迷的需求。不过,无论什么形式,播后庆典、演唱会带来的是巨大的话题流量和剧迷氪金狂欢,数十万剧粉的线上观看购买力,现场剧粉每张门票数百元甚至上千元的真金白银的消费力,都令人惊叹。《长相思》第一季收官庆典在各大平台成为话题热点,助推剧的热度持续,同时演员的应援图、活动图也满天飞,对剧、主演都有流量加成。这一系列活动同时带火的还有剧集的实体周边等。爆款剧售后演唱会、庆典,成为影视行业剧集产品对会员模式、剧迷经济的一种深度挖掘,也让爆款剧演唱会、庆典成为一门好做的生意。

从不少爆款剧的售后来看,好的演唱会、庆典售后给剧集、演员带来流量、话题和真金白银,而弄巧成拙的售后,则对剧集和演员产生坏影响。比如某部爆款剧播后演唱会,因为男女主演避嫌全程没有互动,演员掉粉丝,观众吐槽无法“嗑糖”,还影响了剧集声誉。像《陈情令》等售后服务做得好的剧,则成为剧集“长尾效应”的获益者。

如今爆款剧的售后越来越五花八门、花样翻新,从“加更”博热度,到“超前点映”吸引观众花钱提前看,再到演唱会、庆典等售后,为了吸引观众追剧、花钱,剧集营销形成了一整套的流程,以牢牢增加用户粘性。而爆款剧本身就是个大IP,围绕爆款剧所做的“售后”服务其实又有多种方式,比如还有剧综联动、不断放出彩蛋、演员二搭拍戏等。除了爆款剧演员们趁热打铁上各种综艺节目宣传剧集,还有的爆款剧有了自己的专属综艺,追求的就是作品热度的持续效果,持续为剧集拉流量,吸引用户购买会员看剧。比如之前播出的《热血少年》《冰糖炖雪梨》《鬓边不是海棠红》《梦华录》《大宋少年志2》等都是剧综联动,衍生的综艺节目要么主打主演戏外互动,要么紧随剧情展开京剧知识、历史知识联动科普等。

所谓演唱会、庆典等“额外的福利”,也不过是剧集吸引观众、留住用户、再度赚钱的手段,在出现观众大喊“钱花得不值”“退钱”等情况下,这样的演唱会或庆典给人一种过度消费剧迷热情的感觉,观众感觉被辜负,这种模式还能长久下去吗?爆款剧售后不能让观众有一种挥之不去的被“割韭菜”的感觉,而应是花钱享受到被真诚对待的感觉。

精准探讨年轻人心中的困惑

谈话类节目能否成为“能量补给站”

记者 宋说

30岁还没结婚会着急吗?在职场上该不该情绪自由?当代年轻人心中的这些困惑,在综艺节目《荒野会谈2》中被拿出来进行探讨,观众也被嘉宾的回答“治好了内心焦虑”。从《圆桌派》到《荒野会谈2》,这些“懂观众”的谈话类节目,被看作“能量补给站”。

剖析困惑

《荒野会谈2》的节目内容,是把知乎平台上年轻人高赞、热议的内容进行视觉呈现。节目聚焦年轻人在社交状态、年龄思考、亲密关系、心智问题、工作价值等方面的困惑,每集节目围绕一个主题,并衍生出一系列不同的侧面,通过9期深度谈话,多元、真实地还原当下年轻人的精神面貌。

首期节目探讨的话题是“社恐需要救吗”,请来了李雪琴、席瑞、熊浩、杨九郎、詹秋怡等嘉宾,探讨当下年轻人如何缓解社交焦虑。节目关于“社交中的自我价值”的话题,引起很多观众的共

鸣。李雪琴抛出的问题一下就击中了很多网友的内心,她说“如果我不够优秀的话,是不是在别人眼里就没有价值”,这也是很多讨好型人格、自卑型网友埋藏在心底的问题。还有“优秀”和“价值”究竟该怎么定义,这些问题也引发不少有意思的讨论。

近期很受关注的新型关系“搭子”文化,也在节目中被深入探讨。李雪琴在谈到新兴的“搭子”社交时认为,不是大家追求碎片化社交,而是生活只给了我们碎片化的时间用于社交。第6集节目还对“裸辞”进行了探讨,被很多自媒体美化过的“裸辞”,令现代年轻人蠢蠢欲动,但节目对问题抓得很精准,嘉宾问,“想辞职的时候,究竟是你不喜欢工作还是不喜欢这份工作?”并对“辞职”的困惑进行了剖析,“辞职后,没钱这件事,可能比工作不开心的痛苦指数更高。”对于“裸辞”,节目嘉宾也有温柔的劝解,“我们支持那种理性而勇敢的辞职,不支持‘辞职浪漫主义’。”

围炉谈话

在很多网友看来,《荒野会谈2》的每一个话题几乎都精准地踩在了年轻网友的心上,年轻人如何缓解社交焦虑,如何打破固化的社会时钟,如何构建高质量的亲密关系,怎样的工作才是理想工作,年轻人的生死观是怎样的……节目似乎很懂年轻人的迷茫。社交平台上的热门话题讨论从线上搬到了线下,嘉宾们像互联网“嘴替”一般,对每个话题精准且一针见血地展开讨论。

《荒野会谈2》用朋友闲聊的方式,把具有思辨性的问题拆解得深刻且易懂,站在平视的角度,给年轻人提供一些可供选择的思路 and 方向。节目被夸赞是“Z世代版圆桌派”,因为它对年轻人生活中面对的问题抓得准,同时还能给出有效的解决建议。比如嘉宾们分享的一些实用的社交小技巧,面对不想聊下去的人,要用终结式聊天的方法;跟想聊天的人则要去夸对方的细节,而不是夸全部,这样才能有更多话题可聊。

类似《荒野会谈2》这种“围炉谈话”形式的综艺节目很多,大多用兼具娱乐性和专业性的



方式,给观众提供“保持真实,心态开放”的开阔性答案,大家在笑着聊着间就找到了共鸣和启发。在《锵锵行天下》中,嘉宾们穿越甘肃、内蒙古、青海,在广袤大地中一边旅行,一边探讨人们内心深处各种隐秘的话题。在《我的青铜时代》中,嘉宾们边吃饭边挖掘谈话对象不为人知的一面,节目呈现的不只是故事,更多的是心境。

谈话类节目能够走红,还在于它契合了观众疏解压力和负面情绪、找寻“精神导师”的心理诉求。比如当下年轻人嘴上说着

“前途光明我看不见,道路曲折我走不完”,“发疯文学”受到越来越多人的追捧,但其实这只是当下年轻人伪装自己的一种方式,为心里的迷茫、焦虑、不确定感寻找一份暂时的寄托。而谈话类节目善于剖析年轻人的这些“隐藏的情绪”,嘉宾或以调侃的方式谈论身为普通人的困惑,或一针见血地指出问题,或辩论交锋,表达鲜明观点,各种交流碰撞的火花,往往能切中观众的所思所念。这样“懂观众”的节目,消解着观众内心深处的不快乐,带来治愈温暖的力量。