

“一剧两星” 电视剧新政揭开面纱

■ 本报 程橙 报道

4月15日，国家新闻出版广电总局宣布，电视剧的播出方式由“一剧四星”调整为“一剧两星”，对于此项新政策，观众大多表示满意，因为看电视的时候把电视台换来换去，结果出现的都是那几部剧，着实让人觉得很烦。而对电视台和演员们会有何影响，各界讨论热烈，观点不一。

目前充斥在视野里的电视剧，数不胜数，我国的电视剧产量巨大，2012年达到1.7万集，2013年也有约1.5万集出产。可是电视剧的质量却不尽如人意，能被人记住、成为热播剧的很少。一些剧作被电视台争着播出，另外的大部分电视却淹没于观众的视野之外。此外，有人认为，“一剧两星”的政策或许将使电视剧的品质得到提升。

明年起“一剧两星”替代“一剧四星”

日前，国家新闻出版广电总局召开2014年全国电视播出工作会议。会议宣布，为了进一步均衡卫视综合频道节目构成，强化综合定位，优化频道资源，丰富电视剧荧屏，自2015年1月1日开始，广电总局将对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整。具体内容包括：同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过两集。

这也意味着实行10年的“一剧四星”政策将迎来其最后的时光，于明年初正式告别舞台成为历史。“一剧四星”，即同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过四家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过四集。

“一剧四星”所带来的电视剧播出现状是，有些热播剧被电视台争着抢着播出，一部电视剧被四家电视台联合首播，这就导致在看电视的时候，看来看去、无论换哪个台都是那几部电视，别无其他，甚至出现找不到电视剧可看的现象。

事实上，我国的每年的电视产量是相当可观的，而且到2012年已经连续13年呈现上涨的趋势，到2012年的时候，电视剧的年产量已经达到了1.7万集，2013年数量有所下降，但也有1.5万集之多，电视剧供大于求的现象长期存在。

数量如此巨大的电视剧，能够脱颖而出并让人们记住的相当有限，能够在观众较多的卫视综合频道首播的电视剧也少之又少。这就致使许多电视剧如石沉大海，知道或看过的人寥寥无几。

事实上，今年2月份，在北京举行的中国电视剧全产业链金融交易会上，国家新闻出版广电总局电视剧管理司司长李京盛在做“电视剧管理通报”时就表示，去年电视剧产量虽然有所减少，但电视剧播出的压力仍旧很大，而原因在于不是每部剧都是独播、都是新剧。因此他鼓励电视台独播，也就是采用“一剧一星”的播出模式。

此前，对电视剧播出模式“一剧几星”的

猜想终于落地，“一剧两星”替代“一剧四星”，这就意味着更多的电视剧将获得卫视黄金时段首播的机会。目前，已经有多个电视台、多部剧实行独播模式，业内人士认为，未来“一剧一星”独家首播的模式将会逐渐普及。

观众眼中的“一剧两星”

“一剧两星”政策的出台，卫视综合频道黄金时段的首播机会或将覆盖更多电视剧，让更多的电视剧在黄金时段出现在观众面前。而广大的观众对此有何看法呢？记者询问了成都的一些观众。他们其实对“一剧四星”、“一剧亮星”的概念并不是特别了解，当说明了具体内容之后，才豁然开朗，并表达了自己的看法。

事实上，现在坐在电视机前看电视的机会并不多，仅仅是晚饭前后会在客厅看会儿，也就是我们所说的黄金时段会选择看电视。但是很多时候，看到电视台其实就只放那几部剧，很多电视台播放的都是重复的，不仅电视剧是一样的，连进度也是一样的，如此一来，选择观看的对象就显得相对较少。如果没有那么多重复，可能可以选择的电视剧范围就能够“大”一些。陈女士这样说道。

而今年四十多岁的李先生，对同一部剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过两集，这一政策的关注较多。他说，一晚上播两集可能会看不够，现在一些地方电视台晚上都是五集联播，基本上一部剧一周就播放完了，这样看起来才过瘾。如果是两集的话，肯定不够自己看。

“现在我们看电视几乎都是在电脑上看的，回家都很少看电视，只是早上起床之后会打开中央电视台，然后一边洗漱、吃早饭一边听听新闻。晚上下班回到家，基本上就坐在电脑面前，看看美剧或者电影就完了，所以‘一剧几星’对我的影响都不大。”独自在成都居住的何小姐这样告诉记者。

大家对“一剧两星”的关注程度、看法各不一样，习惯于看电视的人还是比较喜欢此改变的，毕竟这样能够有更多的选择。但是也有人提出疑问，选择多了之后，会不会导致观众不知道看什么电视剧，在观众看来大多还是喜欢新政策的，每个电视台播不同的电视节目是观众乐于接受的状态。

“一剧两星”影响何在

“一剧两星”政策一宣布，即引来纷纷议论，业内人士表示，这将对电视台、制片公司、演员等都有一定的影响。

对于制作方来说，制作电视剧的预算可能会有相应的变化，原本是按照四家电视台联合首播来制作的预算改为两家电视台或者一家电视台独播，预算下降的可能性存在。在演员高片酬的情况下，制作方的投资和收益或将受到一定的影响。

从另一方面来看，“一剧两星”政策出台之后，卫视黄金档的位置会腾出一些，制作方积压的电视剧可能得到播出的机会，这对电视剧去库存有一定积极作用。据统计，



2013年卫视综合频道黄金时段播出的电视剧总量为616部，其中首播的新剧有266部，占总量的43%，不到一半。

对电视台而言，业内人士表示，对一线卫视的影响并不大，而对二三线电视台的影响会更大一些。中央台、湖南卫视这些电视台播出的电视剧大多是独播，所以不管一剧几星对其的影响都较为微小。

而对其他二三线卫视电视台来说，影响就要大一些。这些电视台所播出的电视剧一般都是采取几个电视台联合首播的方式，比如近期热播的《我爱男闺蜜》就是由深圳、安徽、东方、山东四大卫视联合首播，购剧费用由几家电视台分摊，成本就相对低一些。如果变为一家或两家电视台承担购剧成本，压力则相对大些。

去年的热播剧《辣妈正传》每一集的费用达到了500万，这成本若是由两家以内的电视台承担的话，会显得吃力。电视剧实行新政策之后，成本无疑会增加，电视台的压力也就随之增加。况且，有关人士表示，现在一些卫视的经营状况已经不那么乐观了，若是购剧成本增加，其状况将更受影响。

“一剧两星”政策出来之后，有观点认为，目前独播剧单集价格一般在200万元以内，而4+X模式的单集首轮收入一般在240—300万元之间，卫视能接受的单集价格不会超过200万元，这就意味着制作公司的利润下降，由此而来的就是降低成本，成本中演员的片酬占据很大一部分，降低演员的片酬是制作方限制成本的有效方式。

演员片酬会降低，这是一些人的观点，与此同时，也有人认为“一剧两星”短期内对演员的影响不会有多大，尤其是对一线大咖而言。而一些不那么在乎片酬的新人可能会在此情况下脱颖而出，夹在一线明星和新入之间的二三线艺人受到的影响可能相对高一些。

“一剧两星”政策落地之后，卫视独播的方式可能会更受青睐。据统计，2013年266部首播新剧中，独家首播的数量有174部，比例超过一半，占到65%。在一部电视剧同播的卫视不超过四家的情况下，独播就占了近三分之二的比例。

目前湖南卫视大概有80%的电视剧都属于独家首播，四川卫视主打抗战题材，其电视剧也大多是独家首播，江苏卫视等电视台的独播比例也较大。随着新政策的落地，

有业内人士预测，独播的形式将受到更多的欢迎。

目前，新政策还没有实施，一切的影响都只是预测，其对电视剧的格局、对相关方面到底有什么样的作用，还得等到起实施以后才能知道。事实上，电视剧的口碑和收视率最终还得落到其内容和品质上来。好的电视剧，不需要多大的成本也不需要多么高调的宣传，就能深入人心。

此外，电视台自制剧可能会得到发展，事实上，目前很多电视台都在制作自己的电视剧，有些电视剧能够在卫视播出，并得到较好的收益，比如湖南卫视自制剧《一起来看流星雨》等剧。而另外很多自制剧一般都在地方电视台播出，具有一定的地方特色，因此受众也仅仅是各个地方的观众。

自制剧的成本相对来说要低得多，随着新政策的落实，可能会推动自制剧的发展，质量或可得以提升。

电视剧质量或可提升

内容是电视剧的本质，一部电视剧不管被宣传得多么火，最终的好坏还是得由其质量决定。目前，充斥我们视野的电视剧数不胜数，各种类型、各种题材的都有，各种神剧、雷剧、狗血剧层出不穷。

最雷人的剧作要数抗战题材和于正的电视剧了，抗战题材的电视剧把人物描绘得神乎其神的，手枪里的子弹永远打不完，主人公不管挨了多少枪、受了多少伤就是死不了，还有描写主人公受尽侮辱最后瞬间满血大爆发将围在身边的几十个敌人全部杀死。这样的剧情引来无数人的吐槽，似乎编剧和导演就喜欢神一般的救世主人物，可是这样的人物设定脱离现实太远，让人不得不惊呼其为雷剧。

我们的电视剧中很少有走出国门并在国外得到好评的作品，在美国火热播放的《甄仝传》属于个例，不可否认，这部电视剧确实拍得很好，不管是剧情、人物、环境、礼节等都能得到大家的肯定，好多观众还觉得一遍看不够，看第二遍甚至第三遍。

目前，电视剧是数量繁多，可是质量称得上上乘的却很少。量多、质差是目前普遍的现象。而“一剧两星”的政策对电视剧的质量会不会因此而改观呢？

在美国，电视剧一般是一个星期播放一

集，一部剧的播放周期和拍摄周期均为一年，其质量是不言而喻的，在国内已经有了一群数量可观的美剧迷，包括记者在内，特别喜欢看美剧，每周等更新。日本的动漫是很出名的，质量也很好，其也是一周播放一集。

反观我们的电视剧情况，就是花几个月将好几十集的电视拍完，然后两三周就一股脑儿播放完了。这样一来，量产很高，但是品质却不那么好。有观点认为，“一剧两星”之后，一部剧最多两个卫视同时播出，黄金时段最多播放两家，如此电视台首播的电视剧数量也将增加，其竞争也将随之加剧，而优秀的质量则成为电视台选择电视剧的一个重要因素。这样一来，电视剧的质量或可以得以提升，制作方可能会更多地考虑质量问题。

看到高质量的电视剧，是每个观众都希望的，目前，电视剧的制作数量已经呈现理性回落的状态，质量或可在以后成为电视制作方、演员、电视台最为看重的因素。只求数量、只求每一集能得到多少回报，而不能生产出高质量的作品，这样的时代或许将随着新政策的到来而终结。

不过也有人认为，因为收益的降低，势必会导致投入成本的降低，低投入将导致作品质量的下降，可能导致低质量电视剧作品横行的局面，也就不定。

视频平台或从中得利

事实上，现在能坐在电视机面前看电视的人越来越少了，尤其是年轻人已经很少看电视了，大多是坐在电脑面前，电脑里面的各类资源都很丰富，想看什么基本上都可以得到满足，而电视上的选择性很少，播出什么你就只能看什么。尤其是当几个电视台播放同一部剧的时候，选择对象就变得更为狭窄了。

可以说相当大批观众已经从电视机面前转移到电脑面前，从电视台的受众转变为视屏网站的受众。这种转变主要是因为电视台的选择面的狭小，很多电影、国外的电视剧都只能在网络上观看，观众不得不转爱自己看电视的习惯。

随着“一剧两星”政策的落地，因为只能在一个或两个电视台首播，其收益会减少。在电视台上面的收益减少之后，其眼光将会转到视频网站上来，视频网站也拥有一定的观众量，这对提高其收益是有一定作用的。目前，已经有很多电视剧都是在视频网站和电视台同时播出的，而在以后，因为电视台播放渠道的限制，视频网站这一渠道将可成为补充局限的有效途径。

此外，目前一些视频网站也在制作自己的剧作，比如搜狐网站的《屌丝男士》等，其大获成功，拥有众多观众粉丝。未来，视频网站或将投入更多的资金和精力在其自制剧中，视频网将得到更多的受众和利益。

对于新政策，有人看好，有人不看好。看好的是从其可能带来的积极作用来看，而不看好的则表示，应该将电视剧产业的主动权交由市场，给予足够的自由发展空间，让其多元化地发展，满足观众多元化、个性化的需求。

地产商全员卖房：收益下滑后的曲线自救

■ 李娟 报道

“把你的狼性激发出来，要么活下来，要么就滚蛋！”一家排名销售前十的房地产公司在内部会议上要求进入全民“狼性”阶段。

一位业内人士向记者透露，完不成任务的销售员，就必须参加每个月的“批斗会”，“这种感觉如坐针毡，完成任务和完不成任务的是坐在不同的区域。”上述人士称，这种感觉糟透了。

事实上，无论是激发狼性，还是开批斗会，都是整个地产行业进入下滑曲线后的自救行为。

国家统计局刚刚公布的一季度全国房地产开发和销售情况显示，1-3月份，商品房销售面积20111万平方米，同比下降38%；降幅比1-2月份扩大37个百分点。

人人都是销售员

“我们部门这个月已经卖掉了四套房子，跟销售线相比，已经算是不错的成绩。”一位技术线的工作人员向负责销售的一位老总汇报。

这家开发商在2013年的销售排行榜中挺进前三，此前，从未听说过他们有过全民营销。

不只是他们，一家华南的以足球著称的开发商，也进入了人人背任务的节奏，他们的多名员工，在朋友圈发出需要有人来支援的信息，“本月也要打指标了，通过本人登记可以在广告优惠基础上再享折扣。”他们的一名内部

员工称。

信息显示，他们在许多三线城市的销售任务被摊派出去，多个岗位都接到了这一任务。

杭州一家开发商的女销售总几乎每个礼拜都会在朋友圈“哀求”亲朋好友代为介绍客源。“我们开玩笑说她们转做传销行业，身边的每个人都喘不过气来。”一位业内人士称，他们介绍了不少客源，不过现在楼市情况不好，并没有能完成成交。

事实上，浙江绿城早就开始学习融创的全员营销模式。2012年2月，浙江绿城集团董事长宋卫平公开宣称，要快速实现由传统售楼部销售转化为经纪人作业模式，实现由以往现场接待、介绍、体验的坐销方式，向主动走出去寻找客户、服务客户的行销方式转变。

“每个人都有任务，考核任务都比较重，每个人都感觉到空前的压力。”绿城在浙江的一个项目总称，今年的任务比往年来得更重。

以浙江杭州为例，此次上演“降价潮”的勾庄板块，开发商之间为了抢客户多次发生摩擦事件。

“这个市场被玩坏了。房地产很难，形势不好，应该正当当地竞争。”一位参与过不正当竞争的开发商对记者称，这样无休止地斗下去，市场会被彻底“玩坏了”。

“提点”不断增加

一边是人人开始背任务，一边是给销售的“提点”在不断增加。

比如，一家排名TOP10的开发商最近要求其中一个产品线的楼盘都要学融创，“就是学习融创的狼性。”这家开发商的一位中层透露，他们原来的销售方式被认为相对保守，相对落后，现在必须奋起直追。

尽管在公司的总部层面，他们还没有提到要学习融创的口号，不过，在一些销售并不理想的楼盘中，从“拓客”到“提点”，都已经全面向融创看齐了。

“原来的‘提点’是千分之二，现在一下子提到了千分之四。”上述人士称，这确实像打了鸡血，许多销售纷纷走向了街头开始拓展客源。

不过，就算在融创，营销的活儿也不好干。“像一些楼盘，有小高层和排屋的产品，肯定是小高层比较好卖。”融创营销线的一位负责人说，这个月卖了小高层，没有卖排屋，那么怎么办？

下个月开始，卖排屋的提点直接跳上去，比如从千分之四跳到千分之六，但是，没有资格再卖小高层。

这样的刺激是直观的，犹如给每个人都打了鸡血，“你很难想象，我们每次开盘前，几乎有几个通宵大家都完全不睡觉，精神抖擞地去卖房子，寻找自己的客户。”上述融创营销线的负责人称，现在市场难做，只能不断地激励员工。

激励的办法有很多，把提成拉上去是最现实的一个。比如，碧桂园的全线营销的提点已经是千分之六的水准，记者了解到，这

是目前行业内提点的最高水准。“一般的提点都在千分之二左右，今年情况不太好，一些特别难卖的项目提点在千分之四左右，千分之六的，基本上只有融创和碧桂园才有。”一位业内人士说。

走到大街上卖楼

“比如，原来一个项目有100万的投入，之前有80万会投到媒体中去，20万拿去做线下活动。”华南一家大型开发商的上海公司营销线负责人称，现在完全反过来了，只会拿出20万投放到媒体。

“现在的理念是策划不重品牌重销售，只重销售导向，减少线上投放。”上述人士称，这句话的意思是，所有的投放都必须是目标性的，投放都要配合销售。

他们更看重一些资源嫁接的活动，频繁地通过活动来“蓄客”才是活动的唯一目的。“蓄客”是他们的行话，意思是不断地积攒客户，像蓄水池一样地攒起来，在每个楼盘开盘之前，都必须进行一段时间的蓄客活动，这样才能实现开盘当天“日光”，给楼盘造势。

“压力太大了。”华东一家电商的负责人称，他们像蝗虫一样去扫项目，所有的开发商都谈的是，多少客户成交了才能分成，这是一种“事后”的结算方式，风险更大。

有一次，他们为了去街上扫客，一天做了七场“拓客”活动，怎么拓展客户呢？去地

铁口分发传单，去高端的CBD发促销产品，从早上7点开始，到晚上11点还没结束，有一个活动，为了推广开发商的三室两厅的产品，不得半夜还去发“三个西红柿两听雪碧”到陌生人的车上。

这些陌生人，都有可能带来实际的成交。事实上，所有的开发商都承认，去街头扫客，是到目前为止最有效的拓客方式。

“必须从售楼部走出去，走到大街上去。”杭州的一家开发商对销售人员称，此前，他们的销售任务分销给了许多一手房代理机构，大部分销售人员只是坐在售楼处，静静等待生意来临。

他们必须改变了。坐销要改成行销。这句话的意思是，坐在家里的营销方式要改变了，必须改成走出街头扫客的方式。

这个“高大上”的楼盘，此前多年一直难以接受这种方式，他们觉得扫街的方式过于低端，但是现在行情不好，在三期开盘远远还没有时间表的情况下，不得不做这个改变。

一组数据让开发商们心惊肉跳。杭州市统计局发布的数据显示，2014年1-2月杭州商品房销售面积111.57万平方米，同比下降19%，其中住宅销售面积88.43万平方米，同比下降241%。

“我每次都想离开这个行业，但总是下不了决心。”一位开发商说，他们在杭州拿下一个项目，现在“走”得非常慢，眼看销售的收入最近跌入了低谷，很难想象今年怎么撑下去。