

# 同打“悬疑牌” 腾讯视频爱奇艺再交锋

7月17日晚,《不完美受害人》开播,这也成了近段时间爱奇艺给“资深悬疑粉”小李带来的第二次意外——在腾讯视频X剧场的映衬下,小李始终没能等来爱奇艺迷雾剧场的正面“PK”,反倒是没在迷雾剧场的《不完美受害人》,有了那么些“迷雾”的味道。

悬疑这条赛道上,迷雾剧场堪称鼻祖,以《隐秘的角落》和《沉默的真相》等爆款杀出一个细分市场。直到今年4月,《漫长的季节》一战成名,迷雾剧场第一次迎来了自己的劲敌——腾讯视频X剧场。

从名字和内容设置上,很难不把两者放在竞争的角度看。其中,迷雾剧场主打悬疑,X剧场则更为多元,看似差异化竞争,实则已经有了交叉。但在长视频平台的深度调整期,比起竞争,一条更主线的任务或许也已经浮出水面:专注内容,主打精品才是“万变不离其宗”。



## 竞争

官方给《不完美受害人》的定义是时代洞察话题剧,但从内容上看,悬疑色彩依旧突出。有网友在豆瓣评论,各方利益的撕扯,故事讲得悬念迭起,到底是局还是真的受害,每个人都在隐瞒什么,“第一集就悬念拉满”。

单论悬疑色彩,小李很怕《不完美受害人》会“重蹈覆辙”。几天以前,爱奇艺《消失的十一层》上线,有了《白夜追凶》的成功,悬疑+潘粤明的王牌组合让他对《消失的十一层》抱有不小的期待。但他坦然,在呈现情况上,距离理想状况可能仍有差距。

即便是主攻悬疑的迷雾剧场,在经历了一轮爆火后,也曾在第二季时不可避免地陷入口碑滑坡的争议。那一年,优酷官宣独家签约紫金陈,而迷雾剧场出圈的《隐秘的角落》和《沉默的真相》,正是改编自紫金陈的早期作品。

围绕《隐秘的角落》,还有人物层面的另一条“暗线”——导演辛爽。三年前,他用一部《隐秘的角落》带火了迷雾剧场,三年后又用一部《消失的季节》带火了X剧场。

处处不提竞争,但处处都是竞争。7月15日,X剧场乘胜追击,第二部精品短剧《欢颜》开播,定位年代传奇题材。腾讯在线视频总编辑王娟曾提到,这个剧场不同于市面上的任何一个剧场,它要做到一剧一格。

据了解,迷雾剧场第三季共有5部作品。去年12月底,《回来的女儿》打头阵,此后陆续播出《平原上的摩西》、《回响》及《尘封十三

载》,未播的还有一部《仿生人间》。至今迷雾剧场已推出13部作品。

在接受北京商报记者采访时,中国青年剧作家导演向凯表示,迷雾剧场比X剧场创建的时间早一些,初期在悬疑剧上取得了很大成功,也积累了很多受众。腾讯视频可能也是看到了迷雾剧场的成功,尤其是悬疑剧的表现,决定入局。

“而腾讯视频入局的背景,一方面是迷雾剧场内容处在一个相对‘稳定期’,另一方面,X剧场以悬疑剧起手,又加入了包括年代传奇等元素,进行了多元化内容的弥补,给了X剧场更多内容挖掘的空间,以此形成与迷雾剧场的正面竞争。”向凯说道。

专精特新企业高质量发展促进工程副主任袁帅也对北京商报记者分析称,迷雾剧场主打悬疑元素,而X剧场则涵盖了多种题材,这种错位竞争可以满足不同类型观众的需求,同时也为平台带来更多的流量和用户黏性。

## 内卷

三年来,爱奇艺已经把迷雾剧场打造成了一个“IP”,这个IP围绕悬疑而生,却未必会一直被悬疑“禁锢”。今年5月,爱奇艺首席内容官兼专业内容业务群(PCG)总裁王晓晖在爱奇艺世界·大会上提到,爱奇艺将对原有三大剧场进行升级,并研发新的剧场。

例如在迷雾剧场上,现在趋势是“+悬疑”,而不是“悬疑+”,迷雾剧场更要利用悬疑元素,在强冲突、强矛盾下,展现人性和命运。这种策略几乎高度概括了近些年爆款

悬疑剧的核心——《漫长的季节》背后,是时代洪流下小人物命运的浮浮沉沉;《隐秘的角落》背后,则是用独特的儿童视角诠释复杂多变的任性。这似乎是悬疑剧的魅力,悬疑外壳之下,通常有更隐秘的人性、命运、社会等内核。

而这种魅力,一定程度上也是内容“内卷”后的成果。“骨朵网络影视”曾统计,今年开年至5月,共上线的11部悬疑剧,虽然尚未出现骨朵热度突破80的现象级大爆之作,但70-80热度区间的剧集已有6部,60-70热度区间则有4部。

袁帅解释称,悬疑成为精品短剧扎堆的领域,可能是因为悬疑题材具有吸引力和观赏性。悬疑剧情能够引发观众的好奇心和猜测欲,增加观看的趣味性和互动性。此外,悬疑剧情的设置和解谜过程也能够展现编剧和导演的才华,提升作品的品质和观赏价值。

在袁帅看来,细分赛道的优势在于能够更精准地满足特定类型观众的需求,提供更加个性化和专注的内容,增加用户黏性和忠诚度。但悬疑赛道的拥挤,背后也可能有内容审查方面的原因。向凯称,当其他题材受到限制,而悬疑剧又取得了比较好的成绩,自然使其成为“领头羊”。

但这种成绩也会引发另一个问题:当观众的兴趣阈值逐渐提升,视频平台是否也面临着“出道即巅峰”后的压力。对此,一位影视行业从业者对北京商报记者提到,从内容制作的角度来看,“爆款”本来就稀缺,一个要持续运营的剧场,也不可能为押注一个爆款筹备两三年再推新。

“而对内容创作者或者行业从业者来说,衡量一个作品的成功与否,往往与社交平台上大众衡量的角度不同,他们关注的东西可能更为综合,比如作品本身的艺术性、剧本的质量、IP的打造以及所带来的会员数量、营收等问题。”上述从业者称。

## 长线

在今年5月的爱奇艺世界·大会上,王晓晖走上演讲台,他背后的屏幕上写了三个大字——不能急。会后爱奇艺发布的王晓晖的演讲内容,仍用这三个字做了标题。王晓晖说,高质量的增长背后就是不能急的心态。求知的道路就是永恒的疲倦和偶尔的惊喜,这是内容创作的常识。

也是在那场大会上,爱奇艺创始人、CEO龚宇说,长视频的核心价值依然是内容。高品质的合作伙伴、优秀的团队、先进的工业化管理体系是爱奇艺持续输出高品质、多元化内容的坚实基础。

在接受北京商报记者采访时,北京大学哲学系教授、中国文化产业促进会副会长陈少峰表示,不同平台可能会有不同的特点、不同的侧重,从这一点上看,无论是迷雾剧场还是X剧场,都只是一个品牌的名称,关键还是要看内容的优质与否。现在平台参与制作或者投资已经成为一种普遍现象,也是因为他们需要把控一些核心内容。

据了解,从2022年开年至今,爱奇艺先后推出了《人世间》《苍兰诀》《罚罪》《卿卿日常》《风吹半夏》《狂飙》六部内容热度破万剧集。

内容也仍是腾讯视频的核心。今年6月的腾讯视频“共创·向上”影视年度发布会上,腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官孙忠怀称,要以每年做好100部剧为主要目标。

王娟也提到,腾讯视频《漫长的季节》以豆瓣9.4分成为近五年来国产剧最高分;七年磨一剑的《三体》取得了8.7分,被誉为华语科幻剧的标杆之作;《爱情而已》同样获得8.2分,成为2023年华语都市爱情剧的最高评分剧集。

向凯认为,长视频平台的重点是要将精品内容常态化,把更多观众的兴趣“带回来”。可以说这种内容上的“卷”,是观众要求提高下的一种“倒逼”。近些年会员费不断上涨,但平台上的内容却并没有出现很大程度上的提升,如果要实现会员数量的持续增加,必然要在内容上下功夫。这其实是一种正向的调整,也将成为一种常态化的趋势。

这种在内容上的投入也有了一定的回报。6月,孙忠怀透露,腾讯视频实现连续四个季度盈利,他提到,在视频行业经过一段时间的调整,最坏的时候已经过去了。

一个月之前,龚宇刚刚提到,无论爱奇艺还是影视行业,最难的时候应该是过去了,“我们还是要增长的,增长的是高质量的”。2022年,爱奇艺连续四个季度运营盈利,全年运营利润13亿元,相比2021年同期运营亏损45亿元,实现大幅逆转。

陈少峰也提到,长视频平台的发展历程可以分为两个阶段,第一阶段是从所谓的门户视频转向专业的阶段,这个阶段的花费主要用于IP版权的购买、运营及流量的费用等,这种投入太高,也导致他们向第二个阶段转变,即以自己为主导做内容。

但他也提到,这种方式能够降低一些成本,同时也能够提高一定的创作质量,不过总体来讲,仍面临着商业模式方面的压力。一方面真正的好剧数量有限,另一方面收入模式也比较单一,流量不够,广告行业承压,传统模式就容易受阻。

袁帅也表示,长视频平台面临着内容成本的压力和用户需求的多样化,通过降低制作成本、提高内容质量和减少低质量内容的数量,平台可以实现资源的优化配置和提升用户体验。这种调整期对于国内长视频平台来说是必要的,可以提高平台的盈利能力和用户满意度,推动行业的健康发展。同时,平台也需要保持创新和多样化,以满足观众的需求,提供更竞争力的内容。

北京商报记者 杨月涵

## 高质量发展调研行

# 网红地标起势 北京文化产业加速生态化

老戏院成为文化体验与文创餐饮消费结合的特色网红打卡地,文化产业园打造集“逛、赏、玩、游、购”于一体的夜间文旅消费生态……近年来,北京坚持“科技为文化赋能、文化为城市赋能”,立足全国文化中心,充分发挥文化和科技两大优势,文化产业高质量发展成效显著,2022年,全市规模以上文化产业实现营业收入17997.1亿元。北京市“高质量发展调研行”主题采访活动7月13日走进吉祥大戏院、798艺术区,探访首都文旅高质量发展的鲜活案例。

## 老戏院成网红打卡地

作为老北京内城的第一家戏院,始建于1906年的吉祥大戏院见证了京剧艺术的形成与发展、鼎盛与繁荣,谭鑫培、梅兰芳等众多京剧大师曾在此登台献艺。

如今的百年老字号戏院兼具传统与现代风格,在传承百年吉祥IP上,吉祥大戏院探索传统文化的现代表达。推出戏曲主题咖啡的同时,戏院通过场馆设施改造,正式加入北京新影联电影院线,恢复了“老吉祥”电影放映

的功能。非演出时段,除了上映院线大片,还将放映主题戏曲戏剧电影、文艺电影等主题影片,实现影院业务落地。

“北京作为传统文化深厚积淀之地,同时又受益于戏曲文化多年来在年轻群体中的普及,京剧正在抓住年轻人的兴趣,目前戏院有近半数观众是年轻人。”吉祥大戏院市场部负责人李志军如是说。

吉祥大戏院自2021年7月重张以来,坚持以“小而精、雅而美”为运营理念,以传承和发扬国粹艺术为己任,坚持守正创新、包容并蓄,用一站式消费留住大众,以多元化体验满

足需求,推动和传播戏曲艺术及中华优秀传统文化,积极为“大戏看北京”奠定更广泛的群众基础,为打造文旅商新地标贡献更有益经验。至今年6月底,吉祥大戏院共完成演出291场,观演人数达5万余人次。

除了咖啡茶饮、电影,在涵盖了文化阅读、文创产品销售等多业态的同时,吉祥大戏院还定期举办各类艺术沙龙活动,着力打造以戏曲及传统文化为主题、文化体验与文创餐饮消费结合的特色网红打卡地。

## 每年吸引游客1000万人次

798艺术区原身为国营718联合厂,这片工业遗存目前已转型为北京唯一获得国家级文化产业示范园区创建资格的园区单位。

798艺术区相关负责人介绍,本着“修旧如旧”和“给艺术留白”的设计理念,自2022年开始,798艺术区开启近百个大项、千余个点位的大规模改造项目。与专业咨询团队联合,798艺术区还对园区业态、产业、空间进行了重新规划,把核心区域留给文化艺术与国际交流机构,同时以文创消费区满足群众游玩需求,目前园区整体文化艺术类业态占比高达78.65%。

秉持“对内文化引领 对外文化交流”的

方针,798艺术区每年举办各类文化艺术活动近4000场,吸引中外游客1000万人次,其中境外游客到访占比达30%。

作为第一批入选的国家级夜间文化和旅游消费集聚区,798艺术区正在打造集“逛、赏、玩、游、购”于一体的夜间文旅消费生态。798主办的甲骨文文化节,在帮助游客了解传统文化的同时,也活跃了周边社区的夜经济,活动期间园区夜间客流增长了65.38%。

## 文化产业增加值全国第一

据北京市委宣传部产业处处长邹璐巍介绍,2021年,北京实现文化产业增加值4509.2亿元,比上年增长19.6%,占全市GDP的比重为11%,继续稳居全国第一,全国文化中心地位进一步巩固。

2022年1-12月,全市规模以上文化产业实现营业收入17997.1亿元。2023年1-5月,全市规模以上文化产业收入合计7665.3亿元,同比增长15.3%,文化产业实现快速增长。北京已连续七年在中国特色文化产业综合指数排名中保持第一。

798艺术区、751D·PARK北京时尚设计广场、郎园Station、隆福寺文创园等文化产业园区正在成为社会主义先进文化的传播地、

城市更新的承载地、文化科技融合的创新地、优质文化企业的集聚地、市民文化消费的打卡地。

七成以上的市级园区由老旧厂房改造而成,越来越多的工业遗存与现代文化产业融合重生,有效助力城市更新。约两成的市级园区以文化科技融合为特色,涌现出中关村软件园、E9区创新工场等一批具有示范引领作用的优质园区。

园区助推优质企业集聚,市级园区的人园文化企业共约8000家。园区注重与周边社区发展相结合、与文化事业需要相结合、与市民文化需求相结合,市级园区建设实体书店、图书馆、影剧院、美术馆等多种类型公共文化空间共700余个,成为周边居民的“文化会客厅”;各具特色的文创市集、演艺活动、文艺展览等遍布各个园区,每年举办文化活动共约3000场,满足市民美好生活的新需要。

北京市文旅局二级巡视员马文指出,推动首都文化和旅游高质量发展,要立足首都定位、首要责任和首善标准,突出首都文旅工作的“示范性”。要着力打造演艺之都,推进“大戏看北京”建设,丰富优质文旅供给,提升文旅公共服务效能,推进文旅深度融合,力促文旅产业提质增效。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛