第一章　作为当代大众叙事的电视剧

一、作为当代大众叙事的电视剧

在电视史上，人们把 1936 年 11 月 2 日作为世界电视的生日，那一天英国广播公司（BBC）播出了在亚历山大宫举办的一台歌舞晚会。对于这个英国人定的所谓“生日”，美国人不以为然，因为早在 1928 年，通用电气公司就播出了世界上的第一部情节剧《女王的信使》。同样，英国人对美国人的情节剧也不太认可，BBC 在 1930 年播出的声画兼备的多幕剧《花言巧语的人》后来被奉为电视剧的鼻祖。中华人民共和国成立前，中国是没有电视的，直到成立后的第十个年头，中国才有了属于自己的电视台，到今天已有六十余年。

1958 年 3 月 17 日是我国电视发展史上值得纪念的日子。这天晚上，中国电视广播中心在北京第一次试播电视节目，国营天津无线电厂（后改为天津通信广播公司）研制的中国第一台电视接收机实地接收试验成

功。为了纪念这台电视机的诞生，它被命名为“北京”。

自 1958 年中国第一部电视剧《一口菜饼子》在“北京电视台”（即后来的中央电视台）播出起，中国电视剧走过了一段不平凡的道路，特别是改革开放四十余年来，得到了长足发展，它在引导人们生活观念、推动社会文化发展、反映社会主义现代化建设事业方面，都起到了重要作用。几十年来，电视剧作为当代中国最重要的一种文化现象，深刻影响了中国社会文化生态及民众生活。它不仅反映了当代中国政治、经济、文化的分化和融合，同时也对当代中国社会的时代风尚、价值观念、文化潮流产生着复杂而深刻的影响，成为人们抒发情感、陶冶情操、认识社会的重要途径。

日本电视文化学者对“电视时代”的定义主要的依据是电视机的普及程度。而我国电视机的数量在 20 世纪 80 年代开始迅速增长，奠定了我国电视机普及的基础。据统计截至 1990 年，我国电视人口覆盖率已达 79.4%，电视机社会拥有量达 1.8546 亿台。[1] 而随着科技的发展，电视机经历了技术上的革新，但却不再是观看电视剧的唯一途径。电脑端、手机端等“小屏幕”成为人们观看电视剧的新选择。但新时代的智能电视机对于家庭而言仍具有独特功能，所以在市场中仍占重要部分。在 2019 年我国智能电视保有量已经达到了 2.7 亿台，智能电视家庭渗透率高达 59%。[2]

因此，确切地讲，中国电视剧作为一种大众叙事的艺术形式真正开始兴起，应该是从 20 世纪 80 年代起到 90 年代。逐渐替代了其他艺术

1 中国广播电视年鉴编辑委员会编：《中国广播电视年鉴 1991 年》，521 页，北京，北京广播学院出版社，1992。

2 《2020 年中国智能电视行业市场现状与发展趋势分析 新兴技术催生智能电视新形态》，http://www.myzaker.com/article/5fe2a1768e9f09660b72b54a。

形式，电视剧登上了历史的舞台。

作为当代大众叙事的电视剧，最为显著的标志就是受众广、数量多、影响大。实际上从 20 世纪 80 年代开始，电视剧在我国就已经成为电视荧屏的主角，数十个频道在每晚的黄金时间播放着各类电视剧。

进入新媒体时代后，电视机不再是观看电视剧的“刚需”。人们坐在电视机前观看电视剧的时间开始减少，取而代之的是手机、计算机、平板电脑等移动智能端，成为人们放松娱乐的新选择。同时，智能手机的游戏、社交、娱乐等功能也占据了人们的生活，这些对于电视剧产业的发展来说，是一个挑战。

电视剧是中国观众最为喜闻乐见的节目类型之一，电视剧对观众的文化层次没有要求，题材十分宽泛，语言和表现形式又是贴近生活和大众化的，在文化上不会造成过高的门槛，加之题材丰富，因此吸引了多层次的观众群。

作为电视节目的王牌内容，电视剧深受广大人民群众的喜爱，在今天，已经成为观众最多、影响最广的一种艺术形式。目前我国电视剧的整体创作数量已经完全能够满足电视剧播出需要，其中许多电视剧的制作水平已经相当高，并且在题材、表现手段等方面不断有所创新突破。毫无疑问，电视剧已经成为当代大众叙事的一种重要形式。

作为当代大众叙事的电视剧首先表现在它自身具有鲜明的时代特性。改革开放以来，中国电视剧的发展历史也是对中国社会发生重大变革的见证与记录。在这一过程中，社会的发展变化无一不在电视剧中留下了自己的刻度与样本。

无论是《新星》所展现的锐意进取的改革精神，还是《外来妹》所展示的先低下头学习、再昂起头创业的特区精神；从《和平年代》中新时代军人的风采，到《贫嘴张大民的幸福生活》展现的转型期达观进取

的百姓情怀，再到《激情燃烧的岁月》中所折射的民族价值认知和时代精神取向，无一不深深地留下了时代的烙印。

1982 年，由叶辛同名长篇小说改编的《蹉跎岁月》真正开启了中国电视连续剧时代。《蹉跎岁月》以柯碧舟、杜见春等人的形象，首次在荧幕上再现了“文革”时知青的生活，一经播出，便引起全国观众的共鸣。《蹉跎岁月》播出后产生的轰动效应，是此前的电视剧无法比拟的。《一首难忘的歌》唱出了千万人的青春记忆，唤起了无数人对人生的感慨。而直面现实的《赤橙黄绿青蓝紫》、紧扣时代文化的《太阳从这里升起》《乔厂长上任记》等，在上演着一幕幕有声有色的改革剧的同时，也显示了连续剧的发展潜力。

1985 年的《四世同堂》、1986 年的《红楼梦》、1987 年的《西游记》……中国本土电视剧在“历史”中找到了起跳的支点。但真正可以称作亮点的电视剧却是《新星》。因为这部剧，周里京塑造的李向南基本上为改革家作了一个形象上的定位：有魄力、有眼光而且亲民，作风上说少做多，和保守势力敢硬碰硬，体型偏瘦但精干，表情上则严峻、深沉。

1993 年，中国第一部“移民题材”电视剧《北京人在纽约》引起轰动，它是 20 世纪 90 年代初“出国热潮”的写照。“如果你爱他，就送他到纽约，因为那里是天堂。如果你恨他，就送他到纽约，因为那里是地狱。”伴着刘欢的一曲《千万次的问》，全国人民都通过荧屏把目光投向了那个遥远的国度，那个制造了让世界各地人们魂牵梦绕的“美国梦”的国度。

即使是历史正剧，从《康熙王朝》《雍正王朝》《汉武大帝》《大明王朝 1566》到《贞观长歌》，几乎每一部我们也都能够看到不同时期的

文化印记。

2000 年之后，随着《牵手》《结婚十年》《中国式离婚》《空镜子》等一系列有关婚姻家庭的作品风行，当时人们对于婚姻家庭、情感伦理等方面的困惑也一定程度地反映出来。

除此之外，在中国电视剧中占有相当比重的重大题材作品，不仅及时地反映了时代的变化与发展，也较为完整地以艺术的方式展现了中国革命不同发展时期的历史。

重大革命历史题材电视剧是中国特色社会主义文化的组成部分，也是 30 年来中国电视剧发展过程中十分重要的组成部分。从《中国命运的决战》到《长征》《八路军》；从《孙中山》到《陈赓大将》《周恩来在重庆》，等等，它们都将视野投向那段创世纪的辉煌历史和伟人们，这些作品对文献性与故事性、纪实性与戏剧性、历史观与生命观、历史事件与人物个性、史与诗的特殊理解和处理，形成了一种具有中国特色的特殊电视剧类型。这些作品中所体现出来的“故事的吸引力、人物的亲和力、视觉的冲击力和情感的穿透力”都较为突出，彰显了党中央提出的“以优秀的作品鼓舞人”的崇高使命。[1]

如同现实生活的戏剧化投影，电视剧总能折射出社会的种种变迁；与此同时，电视剧也在不断地以鲜活的人物形象为人们的平静的日常生活增添了一些不同的色彩。电视剧在反映时代的同时，也在为社会的发展与时代的进步，不断提供新的活力。

像《渴望》中的“刘慧芳”，在很长的一段时间内成为好女人的代名词；《编辑部的故事》风靡一时，李冬宝和他的那些同事们走进了人

1　李培森：《电视剧与时代共舞》，载《人民日报》，2008-04-25。

们的日常生活，很多观众对剧中的调侃、幽默、讽刺、戏谑记忆犹新；《金婚》中平凡的婚姻故事，让我们深深感悟到“执子之手，与子偕老”的爱的真谛；《亮剑》也已不再是一个故事，甚至也不再是主人公李云龙这一形象，而是传颂在老百姓言语间的“亮剑”精神。电视剧在当代社会生活中影响之大，不只是表象上的，而是渗透到人们的精神领域中。

作为当代大众叙事的电视剧其次表现在，它以多样化的题材，极大地丰富了人们的文化生活。

电视剧以故事的容量、接受的方便性、消费的经济性等方面的优势，在过去的几十年里迅速成长为“第一叙事”的艺术形式，而作为当代大众叙事的电视剧也以其丰富的内容，不断满足着观众对于“故事”的需求。

从20世纪80年代到90年代，随着社会转型和市场经济大潮的冲击，中国电视剧经历着从政府投入向文化市场的过渡，但同时又面临着公共利益与商业利益的共存。所以，对于中国电视剧来说，一边是“主旋律”电视剧、另一边是大量的商业电视剧通过市场机制来形成文化产业的格局；而把电视行业作为产业是90年代以后社会认识上的飞跃。从古典四大名著的改编，以及《渴望》《北京人在纽约》等一大批优秀作品中可以看到，中国电视剧在不断地表达和体现着中国文化的发展变化以及电视产业发展的不断创新、不断市场化和国际化的进程。

根据同名古典小说改编的电视连续剧《红楼梦》于1987年5月在中央电视台和中国香港亚洲电视台同时播出，最高收视率达到70%以上，在内地和香港掀起了“红楼热”。一部电视作品形成了这样的收视规模，是一种罕见和值得研究的文化现象。此后，根据中国四大名著改编的其余三部电视剧——《西游记》(1988)、《三国演义》(1994)、《水浒传》

（1998）陆续诞生。四大古典名著的改编成就显著，在中国电视剧发展史上写下了光辉的篇章。时间证明，这四部电视剧所体现出来的独特艺术魅力和审美价值，使它们当仁不让地成为中国电视剧的经典之作，同时也鼓舞了中国电视剧向前发展。[1]

实际上，改革开放以来中国电视剧的发展就是一个不断超越题材局限、不断拓展电视剧表现内容的过程，也正因为如此，电视剧才得以赶超文学、戏剧和电影等其他艺术形式，而成为“第一叙事”形式。

我们知道，尽管电影与电视剧同样以视听为基础，以光影与声音来叙述和建构故事，但两者在传播方式上的不同、在收视环境上的差异，决定了电影与电视剧在艺术表现和接受效果的不同。一般来讲，电视剧目前还属于小屏幕的艺术，与电影相比，即使是最高端的数字电视机所呈现出来的画面，与电影银幕相比还是存在着差距，这就意味着，电视剧在画面的景深以及细节的清晰度等方面存在着局限；加上在声音的质量、强度与层次感等方面，与电影观赏的相对独立空间相比，电视剧的收视环境处于家庭日常生活相对复杂的环境，这些都为电视剧的表现方式以及表现内容设定了界限。因此，相对于以大场面、大背景、复杂结构等方面为优势来创造视听冲击或者说视听奇观的电影而言，电视剧更适合于故事内容的讲述，而构图、运动、光影造型等方面倒是其次。也因此，一般认为，电视剧更适合讲述日常化的故事，而电影更适合宏观叙事。

以《长征》为例，电视剧在充分发挥了“数量”上的长处之外，将这一历史过程充分故事化，将伟人不平凡的经历与人们的日常感受有机结合，成功地再现了这段伟大的历史。其中最为关键的以故事为核心的

1　李培森：《电视剧与时代共舞》，载《人民日报》，2008-04-25。

叙事策略，将历史、场面以及宏观的背景，都通过故事一一展现，充分展示了电视剧自身的优势，又巧妙规避了自身的弱势。

同样，还有一批历史题材的作品，从《康熙王朝》《雍正王朝》《汉武大帝》《大明王朝》到《贞观长歌》等，是将“家”与“国”融为一体，“家事、国事、天下事”集中在一起，故事也就自然变得有趣和生动了。这种历史剧的创作方式以家庭关系为核心，建构大的时代背景，的确成为中国电视剧的鲜明特色。而且除了“正说”，一系列的“戏说”历史剧，也无一不带有明显的家庭伦理色彩，父子、兄弟、亲戚朋友，皇宫里面也是一样的人际关系，观众并不陌生。

某种意义上，中国电视剧在题材和表现内容上的突破，较为成功的还在于以故事为核心的讲述方式上。像《长征》等革命历史题材作品中，最为明显的突破是将领袖与革命者的形象充分人性化，从《长征》到《井冈山》，毛泽东的形象也在不断丰富，领袖身上的亲和力也越来越强。另外，电视剧所展示出来的不平凡年代中那些平凡人的经历，更让现代人对曾经的那一段光辉岁月多了一份认同。

电视剧在题材和表现内容的突破过程中，也出现过其他方面的尝试，如舞台戏剧化的《大明宫词》和电影化的《橘子红了》等作品，这些作品展现出了电视剧创作者们面对自身局限所做的努力与尝试，但效果并不理想；尽管这些作品引起了相当广泛的争论，收视效果也不错，但这种尝试再次证明了，电视剧在题材和表现内容的突破还在于从本质上把握电视剧艺术的本质与核心问题，离开了这些，单纯形式上的探寻就会失去了方向。

某种意义上，三十年来中国电视剧所取得的最大成就应该是通过电视工作者们的坚持和努力，不断将电视剧所表现的领域拓展到当代社会生活的方方面面，这不仅仅是数量上的增加，更是将电视剧这一新兴的

艺术形式再现生活的能力进一步发掘出来；也正因如此，经过改革开放三十年的发展，中国电视剧才迅速成长，并且名副其实地成为当代大众叙事的艺术形式。

最后，作为当代大众叙事的电视剧，在为大众提供娱乐的同时，还必须要承担自身的社会责任。

我们知道电视剧的传播方式是通过电视媒介而实现的大众传播，它的传播环境是以家庭为主的开放空间；而电视本身作为日常生活的构成内容，其屏幕与电影银幕之间的差别巨大，在多重信息复合的状态下，电视既不会强制受众收看，也没有任何的收视限制。不能强制收看，意味着内容上吸引受众的唯一方式就应该是“好看”，即具有足够的娱乐性；没有任何收视的限制，只要买得起电视机，打开电视，它就可以最简单地传达到所有文化教养、年龄、民族、信仰、贫富等方面的社会各个群体与阶层的人们,因此,电视剧在内容上就不可避免要至少高于这个社会的伦理底线，要遵守、表达与维护这个社会中最安全、最稳定、最主流的价值观。而实际上，这又是电视作为大众传播媒介对于自身的要求。

从这个意义上讲，电视剧艺术与电影、文学、戏剧以及音乐、美术等艺术相比，要更加受到来自社会文化、政治、道德伦理等多方面的制约。电视剧首先是满足大多数人的艺术，其次才是创造。也许这种表述过于直接，但作为大众叙事的代表，电视剧无论是从商业利益的角度出发，还是从受众接受的层面来考虑，都不可能只满足艺术家个体追求，而超越时代与社会的发展层面。

实际上，无论是商业电视还是公共电视，黄金时间的节目安排无一不遵循着收视最大化的原则，在具体操作中的表述为“最小抵触原则”。作为黄金时间播出的电视剧，就必然要遵循这样的原则。因此，可以说

在所有的艺术形式中，电视剧都注定是最为正统和主流的艺术形式，它对于价值观念的多样性、边缘性、前卫性的包容度和容忍度都是最小的。另外，对主流文化与大多数的社会成员来说，保守并不是一个贬义词，保守意味着稳定与踏实，意味着没有改变。正统与保守构成了主流文化的稳定性和社会的稳定性，也正是这种稳定性决定了电视剧在中国主流社会和大众文化生活中特殊的政治地位和文化地位。

电视剧所体现出来的这种伦理上的保守与价值取向上的主流意识，与中国叙事传统也是一脉相承的。首先，“史传”的传统就不是边缘化、具有前卫意识的。

从 20 世纪初人们试图为古人翻案、借以推进社会与文化的变革，到近年来对一些历史人物的重新解释，这些努力的效果并不明显。当年郭沫若为曹操翻案也曾热闹一时，但到电视剧《三国演义》播出的时候，曹操仍然是原来的样子。这是因为“史传”传统本身包含了价值观，包含了道德伦理的判断。即使在存活于民间的各种艺术形式之中，对于历史人物、事件的评价也同样基于“史传”的传统。

其次，道德伦理是一种普遍为大多数人认可的社会规则，而其中以植根于社会文化最深层的传统道德的影响力为最大。因此，为了在社会各种利益和规范之间找到平衡点并寻求最大程度的认可，电视剧倾向于选择道德化、伦理化的题材与主题，强调对家庭的责任、对国家的忠诚以及对朋友的义气，等等。电视剧在道德判断上，也比其他艺术形式更加传统，在遵守、表达与维护“忠孝节义”“温良恭俭让”、忍辱负重、重义轻利等传统道德观念的同时，很少对偏离主流道德观念的行为和人物表现出任何容忍与理解的态度，甚至也很少容忍个体欲望的宣泄和青春心理的叛逆。电视剧的大众性、电视剧的无法限制收视的传播方式都

决定了电视剧的道德尺度。

如果，我们将过去四十年间受到观众欢迎的电视剧一一列举出来，就会发现这些电视剧在主流价值观与道德伦理的评价方面，出奇一致。多年前的《金婚》与 30 多年前的《渴望》相比，甚至在具体的技术层面上都没有根本的变化。

事实上，中国电视剧在过去四十年的发展历程，也是一个不断探索、发展与完善的过程，包括对于大众文化、商业利益，主旋律与社会主流价值的理解，这些也都无一遗漏地体现在了电视剧的具体实践之中。

二、中国电视剧的叙事传统

改革开放的四十年，电视剧取代了戏剧、电影以及文学等艺术形式而成为这个时代的主导力量；但在本质上，电视剧仍然是故事载体，在人们的日常生活中，它与 20 世纪六七十年代人们从广播里面听得到的长篇小说联播的作用是一样的，都是满足人们对故事的需求。

“人类对故事的胃口是不可餍足的。……故事不仅是人类最多产的艺术形式，而且在和人类的一切活动——工作、玩乐、吃饭、锻炼——争夺着人们每一刻醒着的时间。我们讲述和倾听故事的时间可以和睡觉时间相提并论——即使在睡着以后我们还会做梦。为什么？我们人生的如此之多的时间为什么会在故事中度过？因为，正如评论家肯尼思·伯克所言，故事是人生的设备。”[1]

---

1 [美] 罗伯特·麦基：《故事——材质、结构、风格和剧幕制作的原理》，周铁东译，13 页，北京，中国电影出版社，2001。

而电视剧之所以如此迅速地超越文学、戏剧和电影等艺术形式，成为这个时代的主导，很重要的一点就是因为电视剧在满足人们对于故事的需求过程中，提供了相对更为便利的方式。与此同时，电视剧的收看方式又相对更适宜于以家庭为中心的中国的日常生活模式。

对于中国观众而言，电视剧无疑是当前满足“听故事”这一欲望最基本、最主要的渠道，电视剧以一种连续不断的方式所提供的故事容量，以及它所具有的巨大影响力远远超过了电影、文学和戏剧等其他叙事形式。与电影和戏剧相比，作为一种在家里观赏的艺术，电视剧的优势不在于场面与视听效果，而在于讲故事。另外，中国长期以来的叙事传统又养成了中国观众偏爱长篇故事的习惯。

“这种连贯、舒展的线性叙事传统，很适合表现人物命运的起伏坎坷。因此，中国的电视连续剧特别多表现那些时间跨度大的故事，尤其是那些表现人物成长经历的故事，用人物的成长为时间线索、串联出坎坷的催化情节，又可以让它的辅助事件紧密围绕着故事的主人公又不至于喧宾夺主。”[1]

电视剧的娱乐功能主要来自“故事性”，因而，“情节曲折生动”便是电视剧被受众接受的基本要求。而实际上，这与电视这一大众传播媒介本身有着密切的联系。电视剧的大众化本身，某种程度上也是出于大众传媒运营中的商业策略。只不过，对于中国电视剧而言，大众化还在于这种艺术形式更适合以家庭为核心的日常生活方式，同时在社会公共娱乐相对贫乏的今天，电视剧本身是一种收视成本低廉的娱乐形式。

所以，电视剧在中国与在西方国家不同，它远远不只是肥皂剧、情

1　江逐浪：《隐身的说话人——中国电视剧与民间讲唱文学的关联》，载《当代电影》，2004(1)：77页。

景喜剧，而是人们生活中最基本的、最主要的“叙述 / 接受故事”的渠道。[1]

当人类拥有了语言，人类就开始了口头叙事。当文字出现后，发展到一定时期，人类就有了早期的文本叙事。这里所谓的“叙事”即“有秩序的记述”。如果我们能够了解从文学、戏剧、电影到电视这个讲故事方式变化的过程，那么对于电视剧叙事传统的来源与变化的理解就会变得相对简单。有关中国叙事传统的研究有诸多说法，如认为始于《易经》或是缘于先秦的文字记载，这些尽可以反复考证与探究；但对于电视剧的叙事传统而言，整体上看，中国的电视剧叙事传统仍然是延续了文学、戏剧和电影等艺术形式，主要的来源有两个方面：

一是史传。中华文明之所以博大精深，其中很重要的一点便是我们的史料丰富，中华文明千百年的历史也给我们留下了大量珍贵的历史材料。无数惊心动魄的历史事件和无数惊天动地的历史人物，也就构成了“故事”的一个最重要的来源。但同时我们还不应该忽略的是，在所谓的“正史”、在我们一向依赖的最可靠的基本史料之中，实际上也是充满了一种混杂着真与伪、想象虚构与现实材料的东西。在这种“春秋笔法”之中，中国史家的传统在史料的缝隙中寻求着某种精彩的表述，比如《史记》中的鸿门宴那一波三折的情节。再如《史记·项羽本纪》中乌江自刎之前的一小段描述，在哪个原始的材料上有记载呢？司马迁靠着什么样的现场材料得知项羽说过那些话、做过那些动作？这就是史家操纵之笔。这也不是司马迁和中国史家唯一的一次操纵笔法。当一个史家在描述历史现况时，他被允许运用各种材料来为历史的传承描述一个具有历史感、离奇感、现场感、真实感的故事。史传从最基础的表现上，

1　尹鸿、阳代慧：《中国电视剧艺术传统》，载曲春景主编：《中美电视剧比较研究》，317 页，上海，上海三联书店，2005。

就充满着对于还原现实的渴望以及种种手法。不管在《史记》还是其他经典史传里到底还有多少看似可疑之笔，至少这些记载生命的史传，为后世留下了许多的精彩故事，成为不同艺术形式可以反复演绎的原始材料和内容。

二是小说与笔记。中国所谓“笔记小说”由来已久，汉晋已有，就是先秦的经籍中，也有类似的断片；至唐、宋而大兴，推演至明清，这种书籍可以说是浩如烟海、杂列并陈，在中国文化遗产中占有很大的部分。“笔记小说”最初被宋人史绳祖用以指考据辩证性的笔记，到了清末民初才扩大到无所不包的各种笔记。

与正史的记述不同，这些文章不是拿来议论时事、表达政见、发表公共理论的，我们所读到的笔记小说大多是由失意的、有无限书写能力又百无聊赖的官场上的知识分子创作的，他们记载的是山川、风土、家务常事。笔记看起来散落在许许多多不同的地方，写笔记的人希望通过自己操刀用笔而记录下来一些值得记录的事。

在古代中国，“小说”的概念相当含混。后人虽借助“虚 / 实”这一理论尺度，努力把小说与史书区分开来，可中国“小说”之概念含混这一先天特性，仍无法根本改变。大致而言，中国古代文言小说的概念大大超过现代文学意义上的“小说”（也就是说，在现代人看来，许多文言小说不是“小说”）；而中国古代白话小说的概念则小于现代文类学意义上的“小说”。

将中国古代小说分为文言小说与白话小说两大系统，不只是因为在 19 世纪以前的中国文人眼中，这两者不能混为一谈；更重要的是，这两者的区别绝不仅仅是语言媒介的不同，还包括不同的文学起源（如前者主要是得益于辞赋和史传；后者主要得益于俗讲和说书）、不

同的文学体制（前者在短篇小说方面较有成就；后者则以长篇小说见长），还有一整套与之相联系的不同的表现方式与审美理想。文言小说和白话小说相对独立、平行发展，两者一定程度上的互相对峙、互相影响及其各自消长起伏的趋势，也就构成了中国小说发展的一个重要侧面。

不管是文言小说还是白话小说，在整个中国文学结构中，都处于边缘地位。相对于处于中心地位的“文学盟主”诗文，小说总是一种不大正经的浅陋的通俗读物。这一千百年来士大夫普遍存在的偏见，使得中国小说较为接近民间生活与民间欣赏趣味，情节性强，娱乐色彩浓厚。小说地位卑下，这固然使得不少很有才华的作家不愿涉足于此，妨碍这一体裁的演进（说书风格的长期滞留就是一个明显的例子）；可反过来因其远离主流意识形态，较少受“文以载道”观念的束缚，艺术创新的自由度更大。尽管明清文人鄙视小说，可在后世文学史家看来，明清两代小说艺术的发展，比正宗的诗文更值得骄傲。[1]

事实上，探讨电视剧叙事传统的来源，还有一个重要的方面不能忽略，就是活跃于民间的文化艺术形式；但之所以没有将其单列出来，是因为其内容的源头与白话小说几近重合，功用相近。而且由于中国古代“史诗”的传统明显弱于“史传”，文字记录的水平较为发达。尽管在许多民间艺术当中仍然有口口相传的习惯，但那种至今存在于少数民族中的口头传承的艺术，不是依靠文字传承的方式，其完整性在不断有文人介入和“说书人”自由发挥的基础上，表现出不同的特征。在民间流传的过程中，来源于史传的故事文本，也在不同时期变换着不同的风格与

1　陈平原：《小说史：理论与实践》，181 页，北京，北京大学出版社，1993。

样式，甚至在今天，那些经历了千百年的历史人物仍然活跃在我们的日常生活中。不管是从长篇小说、章回小说或短篇小说如“三言二拍”、《聊斋》之类的故事，不论是书场里能书还是不能书，不论是来自曲艺还是连伴奏都没有的太平歌词之类，都在分享着一种奇特的氛围。例如扬州说书《狮子楼》，说书人就有自己的门道，他的“活儿”不会有第二个说书人知道。说书人在他的故事里经营他认为在当场可以发生效果的段子，假如这个段子奏效，他会继续扩展。和史传略有不同的是，民间艺术叙事的流变还有一个特色，它不是一个单一的作者运用一个单一的文本形成一个单一的创作所有权，甚至它和个人创造、个性创造的这几个形而上的概念是无关的。整体来讲，这个氛围不是个人的：不仅故事的主题可以互相移动，民间的说唱、曲艺、说部、章回也互相掺和着、融合着，让属于某个人的故事消解成共同的故事，而且往往消解成只具有一次消费性的故事。而这种“故事”的分享性也形成中国叙事传统的一个很重要的特点。

中国古代没有留下篇幅巨大、叙事曲折的史诗，在很长时间里，“叙事”几乎成了史书的专利，以至千古文人谈小说，没有不宗《史记》的；另外，中国作为一个诗的国度，任何一种文学形式只要想跻身文学结构的中心，就不能不借鉴诗歌的抒情特征，否则很难得到读者的赏识。这两者决定了“史传”传统与“诗骚”传统在中国小说的内在发展方面起举足轻重作用。前者表现为“补正史之阙”的写作目的、实录的“春秋笔法”，以及纪传体的叙事技巧；后者则落实在突出想象虚构、叙事中夹杂言志抒情，以及结构上大量引诗词入小说。不同时代不同作家可能同时接受这两者的影响，只不过因其不同的审美选择，在具体的创作中各自有所侧重。

至今我们在戏剧、文学和电影等艺术形式中仍然可以看得到这种叙事传统所带来的影响。一方面，每年都有占相当大比例的内容来源于历史故事，而对于这些历史人物，受众也并不陌生；更为重要的，“史传”不仅在内容上成为故事的原始材料，而且在文化的传承、道德伦理标准以及审美趣味等方面都产生了深远的影响。另一方面，借诗言志的传统，使“故事”在传承与流变的过程中，仍然没有忘记道德教化的责任。即使是民间流传的故事文本当中，这类痕迹也比比皆是。

当电视剧借助电视这一现代传播媒介而进入大众传播领域时，在承接中国叙事传统的过程中，相比于文学、戏剧和电影等艺术形式，以其更为广泛的影响力受到观众的欢迎；与此同时，电视剧成为“第一叙事艺术”，也自然而然地传承了中国叙事传统对其的影响。但由于大众传播的特点，电视剧本身也不可避免地具备了大众文化的特性，表现在审美价值上，首先就是电视剧的娱乐性。

电视剧的娱乐功能主要来自“故事性”，因而，“情节曲折生动”便是电视剧被受众接受的基本要求。而实际上，这与当初“文革”结束之后小说的风行一样，什么时候你要诚心诚意“面向大众”，什么时候就必须要“讲故事”。20 世纪三四十年代小说的发展是出于政治上的原因，改革开放以后则是经济上的原因。不论小说还是电视剧，既然希望文化水平不高的、以娱乐为主要目的的受众喜欢你的作品，你就得满足他们的审美趣味，这本身是大众传播的特点；除非选择“窄播”，即只针对某一特定的人群。

而事实上，故事的传承与流变，经历了千百年仍然活跃在人们的日常生活之中；而作为故事的载体——文学、戏剧一直到电影以及广播电视，它们在人类文明的各个历史阶段都留下过辉煌的印记，千百年来无

数个让人痴迷的故事在无数人的心里点亮了希望，这一切不都是因为故事的娱乐性在吸引着人们吗？从中国的四大名著到西方流传至今的经典作品，如果将故事的娱乐性剔除，谁会想到剩下的是什么？

关于中国叙事传统中“史传”的影响，陈平原在《小说叙事的两次转变》一文中曾经谈到：中国古代小说批评家确实喜欢讨论“虚”“实”问题，表面上是艺术构思方式不同，但骨子里却是小说与史传之争。中国人喜欢在小说中读出“史”的味道，可以说是古已有之。谈西方小说可以从史诗谈起，谈中国小说却只能从史传谈起。不只是中国小说的表现技巧严重受制于史传文学，更重要的是史传文学的强大影响，养成了中国小说读者的“索隐癖”。蔡元培有一句话很能代表中国人的阅读心理：“因为有影事在后面，所以读起来有趣一点。”这种以读史眼光读小说的倾向，尽管“五四”以后大为减弱，但远未消逝。

之所以希望在小说中读到“事实”，很大原因是社会新闻渠道不畅通，许多本可以作为社会新闻刊出的“史实”和“轶闻”，却因触犯时忌，不得不以小说形式表现。在求真的形式（新闻）中读出“假”的味道，反过来希望在求假的形式（小说）中读出“真”故事来。[1]

其实，陈平原在这里才说到了根本，这种在求真的形式中读出“假”的味道，在求假的形式中读出“真”故事来的特点，如果缺乏对中国文化复杂性的理解，恐怕很难体会其奥妙。这里面包含了中国式的“辩证法”与独特的哲学思想。实际上，我们所接触的传统文化大多是在“虚”与“实”之间的权衡。

我们都知道中国传统文化的“根”源自儒家文化，可以说儒家文化

1　陈平原：《小说史：理论与实践》，135 页，北京，北京大学出版社，1993。

建构了中国传统文化中伦理道德的基础；而中国传统的艺术与审美却直接得到道家文化的滋养，道家文化的哲学思想也铸就了中国传统艺术“天人合一”与“超然于物外”的轻灵飘逸品格。但无论是儒家文化还是道家哲学，尽管各自的表述与观点都不相同，但本质上都属于一种明显理想主义的愿景式文化。如此看来，构成中国传统文化的基础似乎显得有些单薄，因为即使是宗教，在愿景式的目标之下也需要有具体的功利目的才能够保证其在世俗社会中的传承，功利主义和理想主义的制衡是文化发展的一个必要因素。

中国古代文化百家争鸣、各放异彩，但是在漫长的中国文化中所起到的作用却不尽相同。如果说起在表象下真正起作用的潜流文化，法家文化有着非常大的作用。可以说，法家是潜流文化的主导。

韩非可以说是法家的代表，《韩非子》是集法家之集大成者，被奉为“帝王之学”“御下之术”。这部经典洋洋大观，不过法、术、势而已。什么是法？韩非没有直接解释，但他说过“君之立法”（《饰邪》）；“赏罚之为道，利器也，君固握之，不可以示人”（《内储说上》）。韩非说得再明白不过了，“法”就是立法、司法、行政三权归一的专制独裁，韩非教导帝王们要牢牢抓住，不可假手于人。韩非也没有解释什么是“势”，但“势”是与权威、权势同层次的概念，可理解为是帝王的无上权力和崇高地位。“势足以行法”（《八经》），“威者足以行令也”（《诡使》）；然而帝王的权势是“人设之势”（《难势》），为了强化帝王的权势，韩非教导帝王们要以“术”保势。“术者，藏之于胸中，以偶众端而潜御群臣者也。故法莫如显而术不欲见”（《难三》）；“术者……课群臣之能者也。此人主之所执也”（《定法》）。可见“术”就是权术，是帝王独操、深藏不露、驾驭群臣的阴谋韬略。而法家另外一代表人物鬼谷先生所著的《鬼谷子》

完全就是一部权术之书。我个人的看法，所谓的“法”最基本的就是律条，是形式，而并无所谓西方法制的精神主体，它只是作为权术和倡导的一种手段，并没有价值因素潜藏在背后。权术才是法家所要说的主要问题。法家文化之所以被称为潜流文化，是因为中国对于儒术的尊崇，至少是表面上的尊崇。

从历史来看，只有战国的秦国和之后的秦朝是彰显法家地位的，而之后的汉朝也只有开国谨奉“治大国若烹小鲜”的黄老之学。自汉武帝时采纳董仲舒的建议尊崇儒术之后，儒学地位逐渐上升。汉武帝懂得用儒家的“人情味”掩饰法家的“血腥味”，开创了“内法外儒”的历史新纪元。

某种意义上，如果说儒家奠定了伦理道德的基础，道家确立文化艺术的审美理想，那么法家实际上强调的是“秩序”，世俗功利主义的“秩序”，其中的律条和其引导作用是非常明显的。统治阶级内部的斗争离不开权术，这一技术进而在民众间扩散开来。事实上，扩散的并不只是权术这样的技术，技术是无法脱离其价值内涵而存在的。民众接受到的更多是一种实用主义或者说是纯功利主义的影响。

“内法外儒”的文化，涵养培育了中国国民的社会性格。因此，“我们从古以来，就有埋头苦干的人，有拼命硬干的人，有为民请命的人，有舍身求法的人……”鲁迅先生讴歌这样的人“就是中国的脊梁”，即便是帝王家谱的“正史”，也掩盖不住他们的光辉。这是中国国民性中最有价值、最有意义的部分。

我们在这里并不是想探寻“内法外儒”究竟在传统文化中所占据何等地位与分量，不过这样一种方式，较为明显地体现了中国传统文化的独特性。事实上，我们更关注的是中国的观众在这样一种文化方式的长

期影响之下对于故事的接受态度。

之所以没有把大量流传于民间的艺术素材作为中国电视剧叙事传统的来源，其中很重要的原因就在于，民间的故事就像是一口大锅熬出的中药，史传与小说笔记，包括当时的社会大事件，不过是药材，世俗功利以及不同时代的价值观才是熬出来的汤。另外，如果对叙事方式加以考察可以发现，即使是章回体的通俗小说，追求的也是所谓的“春秋笔法”，这一点上，《史记》《资治通鉴》等浩如烟海的“正史”仍然是当然的范本。

而实际上，中国电视剧所传承的叙事传统，无论是民间的通俗艺术，还是“正统”的史传与典籍，最为根本的是中国传统的讲故事方式，以及这种讲故事方式在不同的历史背景下隐藏在故事文本背后的价值观与世俗理想。

中国电视剧，无论就其传播方式，还是就其传播环境而言，尽管受到市场经济、西方文化、消费逻辑的深刻影响，但其基本的意识形态仍然是主流的。这种主流既体现了以爱国主义、集体主义、国家主义、英雄主义为核心的主流政治意识形态，也体现了以核心家庭、男权中心为主体的主流社会意识形态。

与西方电视剧相比较，中国电视剧长期以来一直占据着黄金时间，而且近年来的播出比重又有所增加，因此中国电视剧一方面承载着当下最具影响力的叙事功能。另一方面由于传播方式的制约，某种程度上中国电视剧的“主旋律”概念并不成立，因为几乎每一部电视剧都应该而且必须是“主旋律”的，这是基于意识形态与商业利益双重考虑的必然选择。

文学、电影、戏剧等其他艺术形式逐渐退出了舞台的中心，后来居

上的电视剧反而成为唯一稳步前进的阵地。电视剧以其大众传播的优势，成为记录与再现中国改革开放四十年进程的最好艺术载体。而它在20世纪90年代以后出现的裂变及商业化、娱乐化倾向，也使其未来的发展充满了无限的可能性，也许这也正是一种活力的体现。

三、中国电视剧的历史回眸

2018年，中国电视剧诞生已六十周年。在长达一个甲子的发展历程中，中国电视剧经历了初创、转型以及市场化阶段；尤其是改革开放后的四十年里，电视剧的发展已经超乎了人们的想象。

粉碎“四人帮”之后，先是戏剧红遍大江南北，《枫叶红了的时候》《救救她》等一些剧目，几乎在全国各地上演；与此同时的广播，一部《岳飞传》万人空巷；接下来的电影，不仅一票难求，连电影插曲都会一夜红遍全国，而且电影热也成就了《大众电影》迅速成为全国发行量最大的杂志之一的辉煌历史；与此同时，“伤痕文学”也使当时的文学期刊大受欢迎；然后是“报告文学”热，一篇《哥德巴赫猜想》让陈景润成为那个时代最为耀眼的明星。

20世纪最后二十年间，伴随着电视机走进千家万户，一种新的艺术形式——电视剧，迅速取代了红火一时的戏剧、电影、文学等艺术形式，而最终成为最具影响力的大众文化的代表。

应该说，中国电视剧的发展历程与中国电视事业几乎是同步发展起来的。

1958年5月1日，中国第一座电视台——北京电视台，即中央电

视台的前身开播，标志着中国电视事业的起点。不过，当时的电视节目还远远不是普通观众可以直接欣赏到的艺术，据说，在北京电视台试播的时候，北京市仅有 50 台左右黑白电视机，观众屈指可数。

在北京电视台开播一个半月后，1958 年 6 月 15 日，我国电视剧的开局之作《一口菜饼子》播出了，那是在临时演播室里搭景直播的，采用第一人称的表现方式，演出者既是播讲员，也是剧中人；剧情根据《新观察》杂志上刊登的同名小说改编而成，说的是不要忘记过去苦难生活的故事。在那样物质贫乏的年代里，选择这样的题材也是为配合“忆苦思甜”的主旋律——1958 年正是“大跃进”的年代。

继《一口菜饼子》之后，北京电视台又播出了中国第一部纪实性电视剧《党救活了他》，该剧表现的是上海广慈医院医护人员抢救上钢工人的事迹，播出后引起强烈反响，当时文化部副部长夏衍指出，电视剧是很有发展前途的艺术品种。

这期间播出的电视剧还有《新的一代》《守岁》《战斗在顶天岭上》《生活的赞歌》《合家欢》《展翅高飞》等。1963 年播出的《相亲记》，歌颂新社会，歌颂服务行业新面貌，播出后受到热烈欢迎。当时的北京市副市长万里号召服务员都看看这部电视剧。中国戏剧家协会主席田汉也称赞电视剧是“文艺的轻骑兵”。

与此同时，各地电视台也纷纷上马，上海电视台播出了《红色的火焰》《姐弟血》；广州电视台在 1959 年播出了第一部电视剧《谁是姑爷》，之后又播出了《长征路上》《杨柳春风》《黑掌柜》《一百分不算满分》；长春和哈尔滨联手推出了《三月雪》，天津播放了《搬家》《雷锋》等剧集。

在中国电视初创时期，电视剧的制作是采用“直播电视小戏”的方式。在演播室搭景，经过多机拍摄、镜头分切的处理，运用电子传播手段，

直接传达给电视观众。它不同于舞台剧实况转播，而且全部为单本剧。

“文革”前的八年，也是中国电视剧的直播年代。据不完全统计，直播八年各地共播出剧集 180 余部，这一时期，培养了中国第一代电视剧拍摄制作以及播出人才，为中国电视剧的发展打下了坚实的基础。在今天看来“直播剧”的难度极大，是演员在摄像机前进行的舞台表演，要求一气呵成，稍有纰漏就会酿成播出事故，《电视往事》总导演郭宏介绍：“由于是直播形式播出，《一口菜饼子》没有留下影像资料，专题片在展现这一内容时，只能用屈指可数的几张黑白照片重复播出。”著名播音员赵忠祥回忆说：“那个年代只能直播，没有任何一种记录的手段。”[1]

进入 1966—1976 年，由于处在一个特殊的历史时期——“文革”时期，电视里播放的是“八个样板戏”；提倡资产阶级人道主义、宣扬人性论和人情味的、谈情说爱的“坏节目”一律不得播放。十年间，只拍摄了《考场上的反修斗争》《公社党委书记的女儿》《神圣的职责》三部剧集，电视剧的命运也伴随着国家的命运跌落到历史的谷底。《考场上的反修斗争》虽然使用了录像设备进行拍摄，但全剧的场景、时间和空间的转换还是摆脱不了直播时代的影子。

1973 年 5 月 1 日，北京电视台开始了彩色电视试播，同年成都等三家电视台也紧随其后。但与电视技术的快速发展相反，电视剧的创作却陷入停滞局面。

“文革”之后，中国的电视剧事业开始复苏，标志就是 1978 年 4 月，中央电视台播出著名女导演许欢子执导的彩色电视剧《三家亲》。这是中国第一部由室内走向室外、实景拍摄的电视剧。

1　赵文侠：《7 个第一折射中国电视剧 50 年》，载《北京日报》，2008-03-10。

1978—1982 年，中国制作、播放的电视剧基本都是“短篇电视剧”。中国观众真正认识电视剧，是从“短篇电视剧”开始的。这个时期是“短篇电视剧”独领风骚的时代。

最早引起强烈反响的中国短篇电视剧为《永不凋谢的红花》，感人地抒写了张志新烈士在“文革”时期遭受迫害而傲然不屈的事迹。《永不凋谢的红花》1979 年播出后，编剧在上海作了 30 场报告，听众泣不成声。一位诗人说：“她的大苦大难，将促使中华民族大彻大悟。”

其后，短篇电视剧最受欢迎的是描写普通人生活场景、思想情操的作品。《凡人小事》通过一位中年丧夫的教师调动工作中的前后遭遇，深刻鞭挞了“请客送礼走后门办事”的不正之风，塑造了一个不贪财、不受礼、关心教师生活的好干部形象。

《有一个青年》讲述一个在“文革”中失去正常学习机会的知识贫乏的青年，不甘现状、勇于追求，终于取得科研成果的故事。播出几天之内收到 800 多封观众来信，一致认为该剧是青年人求上进、刻苦钻研技术的好教材。

《新岸》描写一位失足女青年刑满释放以后，以顽强的意志，艰苦的劳动锻炼，悔过自新，走向光明新岸的动人过程。

上述电视剧的一个共同特点，便是紧贴生活，既揭露了丑恶，又展示了普通人心灵中美好的东西，艺术手法朴素、自然、生活化。

1983 年以后，短篇电视剧逐渐走向辉煌，数量大幅度增长。许多优秀作品突破了以往那种质朴的“小故事”的模式，视野更为广阔，艺术手法更为多样，对生活的开掘更为深入。

这个时期，最重要的作品是反映改革生活的《女记者的画外音》《新闻启示录》。前者以女记者到厂里采访为线索，以令人耳目一新的细

节和戏剧矛盾，刻画了一位敢于顶风冒险、改革旧体制、推行新制度的厂长形象；后者，通过东南大学管理体制、人事制度的改革，塑造了几位“新闻记者”和“新书记”“人事处长”等锐意改革、富有个性的人物形象。这两部作品在艺术形式上都有突破。它们熔纪实性、政治性、新闻性、故事性于一炉，构思技巧与拍摄手段新颖，创造了一种有别于以往电视剧的崭新形态。

20 世纪 80 年代中期以后，中国短篇电视剧最大的变化是涌现了一批具有探索精神与独特风采的作品，其结构、样式、手法、风格各有特色。有电视喜剧《不该将兄吊起来》、电视歌舞剧《金房子》、电视轻喜剧《自行车圆舞曲》、电视悲剧《走进暴风雨》，其中《希波克拉底誓言》《秋白之死》堪称精品。

《希波克拉底誓言》借自古希腊神圣的医学之父希波克拉底誓词，围绕着三位医生竞争眼科主任职位和孩子的眼球被摘除这两个矛盾冲突，组织情节，表达情感、倾向和对人生、生活的哲理认识，并借此映照出人的灵魂的真诚与虚伪。作品运用象征、浓缩、变形、夸张的手法创造出一个崭新的审美情境，极具艺术感染力。

《秋白之死》是一部凝重、悲怆的抒情人物传记片。它塑造了作为革命领袖、文化先驱的瞿秋白对生死的见解。瞿秋白被反动派逮捕后写下了《多余的话》，编导将其中许多深刻、精美的语言，演化为画外音、人物独白、人物对话、旁白等，声情并茂，音画叠现，成功地塑造了一个胸怀坦荡、严于律己、多思善感、诗情横溢的瞿秋白的形象。作品立意高远，情思隽永，写实、写意、隐喻、象征相统一，给观众联想、思考、审美的极大满足。

到了 1979 年，当时的中央广播事业局更是发出了“大办电视剧”

的号召。其实这一号召是有几分无奈的：电视台播放电影的影响力已经开始冲击电影院的票房，而且电视台支付的播出费用远远不能弥补票房的损失，所以中国电影发行放映公司决定停止向电视台供片。各地的剧团也纷纷提高了录制费用，一时间中国的电视台竟然到了无剧可播的尴尬境地。于是领导就在 1979 年 8 月的全国电视节目会议上号召有条件的电视台都要“大办”电视剧。

1980 年，由王扶林导演的《敌营十八年》是新中国第一部电视连续剧。该剧分 9 集，约 2000 个镜头、100 多个场景。自此，电视剧事业走向复苏。《敌营十八年》描写的是中国共产党人在战争年代地下工作中的高风亮节。由于剧本脱离生活，拍摄又缺少经验，观众反应平平。接着，山东电视台推出《武松》获好评，成为中国电视连续剧第一部成功之作。

20 世纪 80 年代初期，电视连续剧从总体水平看属于初创期，质量不高，但也出现了几部很有影响的作品，其中有《蹉跎岁月》《赤橙黄绿青蓝紫》《鲁迅》。

《蹉跎岁月》以“文革”期间下放到贵州的上海知识青年柯碧舟的命运为主线，通过他因出身不好遭到歧视，从自卑、消沉到觉醒、振作、奋进的过程，深刻地表现了一代青年的苦闷与追求。

《赤橙黄绿青蓝紫》较深刻地反映了中国 20 世纪 80 年代青年的思想风貌，将青年一代怎样看待人生的严肃课题提到人们面前，尤其是通过对刘思佳性格的刻画褒贬，提出要尊重人的个性色彩，达到了一个新的思想层次。

《鲁迅》是我国第一部传记体的电视连续剧。该剧以鲁迅祖父入狱为背景，以鲁迅父亲病重去世以及亲属逼分家产为主线，再现了鲁迅的

少年时代。编导在处理传记性与故事性的关系时，以传记性为基础，凡属重大事件事事有据，同时又特别注意挖掘素材中有生命力的东西，各种艺术手段的运用都恰到好处。作品为传记性电视连续剧的创作提供了新鲜经验。

80 年代后期，中国电视连续剧进入蓬勃发展时期。1985—1989 年的五年中，电视连续剧的产量猛增了十倍。28 集长篇连续剧《四世同堂》的出现标志着中国电视连续剧的发展进入一个新的时期。

《四世同堂》忠于老舍原著，镜头始终对准普通的劳动人民，深刻地揭示他们的疾苦，同情他们的命运，并为他们悲惨的生活处境申冤、呐喊；不仅表现了中华民族的铮铮铁骨、凛然正气、爱国主义精神，也揭露了某些人在敌人残暴面前的投降与堕落，展现了民族性格迅速形成的裂变。作品在将文学形象转变为屏幕形象时，努力体现老舍原作中的地方特色——北京风味，终于成为一部雅俗共赏的艺术精品。

同一时期，还有几部作品也引起轰动：《寻找回来的世界》以充满诗意的风格表现了工读学校的老师们以满腔的爱心对失足孩子的关心、教育与挽救；《努尔哈赤》以宏阔的场景、史诗般的气质，塑造了 16 世纪女真族英雄努尔哈赤的形象。该剧不仅以血肉丰满的人物形象、丰富的历史内涵，取得了包括“最苛刻的历史学家在内的所有观众的认可”，也以导演在剧中大胆使用两极镜头组接画面、拓展了电视镜头的摄影视野而为人称道；《雪野》描写一位名叫吴秋秀的北方农村妇女同包括前夫在内的五个男人的感情纠葛和兴家立业、开拓进取的风貌。作品以丰富的容量、复杂的性格，以及广阔的社会背景和地域美、风情美吸引了观众。

1985 年，北京郊区平谷县出现了全国第一个“彩电村”；此后，看

电视成为最大众的休闲娱乐方式。这时期的中国电视剧蓬勃发展，日趋成熟，并屡出精品，如《红楼梦》等一系列红遍全国的国产电视剧。

这个时期激起社会极大反响的作品为《新星》和《红楼梦》。

根据柯云路同名小说改编的电视剧《新星》，以一个县为背景，浓缩了1982年中国农村大刀阔斧进行改革斗争的社会生活。作品保持了原著锋芒毕露的锐气、气势和昂扬的基调，抨击腐败，呼唤改革，通过不同人物的众生相和美、丑的对比，提出了诸多社会问题，引人思考。《新星》以其振聋发聩的主题和对生活的贴近，赢得了前所未有的反响和收视率。

电视连续剧《红楼梦》以37集的宏大规模将中国古典小说的稀世巨著搬上屏幕。电视连续剧充分发挥了电视艺术熔视听于一炉以及容量大、剪裁自由等长处，使广大观众第一次得窥巨著全貌，领略其博大精深的内容。该剧的播出是《红楼梦》小说问世以来一次最大的普及。同时，在改编作品时，编导者以“忠于原著、重视续作”的态度，以社会悲剧立意，并确定“流畅、深沉、精细、浑厚”的方针，启用“名不见经传”的青年、以适应原著中人物年龄要求的种种创作法则，自成一派。从整体上来说，这部作品达到这一时代所能达到的顶点。

80年代后期，除上述剧目外，得到好评的还有《凯旋在子夜》《严凤英》《末代皇帝》《雪城》《甄三》等。一些通俗剧、情节剧，如《包公》《济公》《那五》《西游记》《乌龙山剿匪记》，也受到了观众的欢迎和评论界的重视。

《西游记》1987年播出后，引起国内外观众的普遍兴趣，尤其大受儿童欢迎，多年来寒暑假期间都是电视台重播率最高的电视剧之一。它创造了两个纪录：一是拍摄周期最长，26集电视剧耗用了6年时间；

一是第一次尝试特技拍摄。

1989 年播出的《十六岁的花季》真实塑造了一群个性鲜明的 80 年代中学生形象，是一代人的青春回忆。

1991 年播出的《外来妹》，真实描绘了改革开放形势下，我国北方的山村姑娘南下在外资企业中当“外来妹”后复杂的生活和情感经历，引发了对这一群体的全国性关注。

1992 年，尤小刚在北京投拍了 100 集的《京都纪事》，首开电视剧商业运作的模式，以贴片广告等模式赚足 1200 万元。此后便涌现了众多影视公司 , 各种资本进入电视业，明星主创相继造星成功，促进了中国电视剧产业化进程，电视剧的制作呈现空前繁荣的景象。

进入 20 世纪 90 年代以后，电视连续剧产量出现飞跃，几乎以每年 1000 集的速度递增。这个时期的电视连续剧，以其更为宽阔的目光，表现改革开放的进程，讴歌从城市到农村，从科研、教育到卫生、体育各条战线正在努力奋进的中国人民，同时也把目光投向历史，投向名著，投向海外，投向普通人的喜怒哀乐，涌现出一批各具特色、各具风格的长篇力作。

《中国神火》《天梦》以“两弹”上天的壮丽历程，描述了伟大的中华民族依托现代科学技术所实现的强国之梦；《出路》《浦江叙事》《大潮汐》表现了国有大型企业转换机制再创辉煌的浩大气魄；《公关小姐》《深圳人》《情满珠江》传达了南国改革开放的多种信息，抒写了改革人物的新的思维与新的情感；《神禾源》《双桥的故事》，和以《篱笆·女人和狗》为首的“三部曲”反映了当代农民在改革进程中的精神风貌、心理状态；《北京人在纽约》则描绘了一场充满竞争、辛酸、冷酷的“新移民”的“美国梦”。除上述作品外，20 世纪 90 年代前期，《渴望》《编辑部的故事》和《围城》3 部连续剧以自己独有的思想艺术力量，在社

会上产生了轰动效应。

50集电视连续剧《渴望》以“文革”前后的中国社会为背景，编织了一个发生在北京，住在四合院里的刘家和住在小洋楼里的王家之间悲欢离合的故事。它是一部家庭情节剧，通过刘慧芳、宋大成等主要人物刻画，塑造了中国劳动妇女善良、温柔、刚毅、勇于自我牺牲的精神，歌颂了中国工人阶层敦厚、朴实、真诚、以他人利益为重的优秀品质，赞扬了中国知识分子对祖国，对人民的执着的爱。作品没有议论与说教，以家常事、儿女情来表现生活，进行情感交流，寄寓中华民族的伦理道德，体现民族的气派和民族的风格。该剧播出时，万人空巷，形成一种举国轰动的“《渴望》现象”。它的成功标志着中国电视连续剧迈向了大众化、通俗化方向的新阶段。

《编辑部的故事》描写在一个叫《人间指南》的杂志编辑部里，六个性格各异却都善解人意、乐于助人的编辑之间的交流与碰撞，描写他们与社会发生联系后产生的形形色色的人生故事。这是我国第一部电视系列喜剧，剧中的调侃、幽默、讽刺、戏谑，开电视系列片之先河，它的出现，拓展了我国电视剧的美学品格。

《围城》根据著名学者钱锺书的同名长篇小说改编而成。原著是一部社会面广、历史感强、极富哲理性的作品。它通过一批知识分子在人生旅途中不断被围困的面貌、命运，展现了20世纪三四十年代丑恶、腐败的社会面貌，揭示了人物的纷争、孤独与摩擦。原著主题的深邃及艺术上的卓尔不群，给改编者带来了较大的困难。然而，电视连续剧却获得了意外的成功。它继承了原著的艺术风格，将解剖与批判融于幽默之中，轻松地抒写平常人生，又贯注着对人生意味与生活真理的深刻洞察。该剧是一部少见的高品位的艺术佳作。

这个时期的电视连续剧的优秀之作还有《宋庆龄和她的姐妹们》《巨人的握手》《唐明皇》《焦裕禄》《巾帼悲歌》等。

20 世纪 90 年代中期以后，又涌现不少社会反响比较强烈之作：根据同名古典小说改编的长篇电视连续剧《三国演义》《东周列国》；嬉笑怒骂皆成文章的历史“戏说”连续剧《宰相刘罗锅》；以共和国三十年的历史为背景，书写一代知青经历、命运、感情的《年轮》《孽债》；通过写儿女情、家务事，反映普通人美好情操的《咱爸咱妈》《儿女情长》；为生活中的英雄塑像的《李润五》《警官崔大庆》《西部警察》；针砭时弊的《苍天在上》《英雄无悔》《反贪局长》等。在香港回归前夕，又有一批反映鸦片战争和香港历史变迁的连续剧推出，如《鸦片战争演义》《林则徐》《香港的故事》《大命运》《千年等一回》等。

从 20 世纪 80 年代开始就是一个属于电视剧的黄金年代，几乎是播一部火一部。开始是整个大院的人围坐在一起，不管看得见看不见，要的就是一个氛围。后来电视机脱去了奢侈品的外衣进入千家万户，但热门电视剧依然是中国老百姓的口中最好的谈资。有人总结了从 80 年代到 90 年代中国电视剧出现的五次轰动效应：当《新星》《渴望》《北京人在纽约》《三国演义》《苍天在上》出现在屏幕上的时候，确实出现了万人空巷的社会现象。人们在《新星》中看到了中国的希望，李向南清新的改革者的形象正是中国百姓所热切盼望的。人们在《渴望》中找到了刘慧芳，也找到了心底最纯净的圣地。人们在《北京人在纽约》中体会到了外边的世界很精彩，但外边的世界同样很无奈，尤其是对渴望出国的中国人来说。《三国演义》可以让人有思古的幽情，《苍天在上》是告诉我们要将反腐进行到底……其实不光是这五部电视剧值得大书特书，20 世纪最后 20 年的中国电视剧真是一个五彩缤纷的大花园，现在

回头看看那些电视剧像褪了色的花朵，但它们的底色却是纯正的。

从 2000 年开始，中国电视剧开始进入一个多元化发展的时代。该年度举办的第 20 届全国电视剧“飞天奖”（政府奖）共有经各省、市、自治区推荐参评的 153 部 1534 集作品进入终评，最后获奖作品（含长、中、短篇电视剧，系列电视剧、短剧，少年儿童题材电视剧、戏曲电视剧，合拍电视剧和译制电视剧）达 78 部 668 集。其中，《钢铁是怎样炼成的》等三部作品荣获特别奖；《突出重围》《嫂娘》《有这样一个支部书记》《小鬼鲁智胜》等 6 部 74 集作品荣获一等奖；《儿科医生》《红岩》《徐海东大将》《邓小平在 1950 年》《一个人的背影》《大地儿女》《咱老百姓》等 21 部 160 集作品荣获二等奖；《家园》《黑嫂》《希望的天空》《向日葵》《旋转的钞票》等 40 部 319 集作品荣获三等奖；《啊，山还是山》等 11 部 139 集作品获得提名奖。此外，《呼啸山庄》等 6 部 14 集作品荣获译制片奖。《开国领袖毛泽东》的编剧王朝柱、《钢铁是怎样炼成的》的导演韩刚、《开国领袖毛泽东》中饰毛泽东的唐国强、《突出重围》中饰方英达的杜雨露、《儿科医生》中饰周小蕙的张小磊、《嫂娘》中饰嫂娘的宋佳等分获 12 项单项奖。

2000 年，影视剧拍摄前期就开始炒作似乎已经变成“新行规”。但最大规模被炒的应该算《笑傲江湖》：章子怡被换、邵兵被炒、摄影棚着火、主题歌谁唱、金庸探班等问题几乎都抢占着国内娱乐的头条位置，而且全国各地娱乐媒体首次如此大规模地自费驻扎到一部影视剧的拍摄现场，千方百计就想“挖料”。

由私营老板邓建国投资的《风流才子纪晓岚》，开拍前就抢来“美在花城”的热门人选宋可当主角，拍摄期间又传来演员们剧里剧外皆风

流的绯闻，到了后期制作时更大言不惭地立下要与《侠女闯天关》争夺收视的“军令状”，制作完工后还特意到宋可的老家举行首映式，本来以为经多方炒作维持了热度之后终可播出，却又传来“歪曲史实”遭停播的通告。

这种商业目的明确的“炒作”在为电视剧行业带来某些“娱乐”的气息之外，对电视剧行业的发展也产生了某种趋利化的影响，使得本来就有些浮躁的电视剧行业变得更加浮躁了。《蓝色妖姬》在北京电视周卖出了单集 70 万元的天价，但接着在国内各大电视台相继推出后就遭遇“收视滑铁卢”，各大电视台在电视剧采购方面一直以来“有惊无险”的状态终成历史。

2000 年，中国电视剧终于开始面对商业化的影响，在体会到商业化所带来利益的同时，也开始意识到它所带来的残酷竞争。

2001 年是中国共产党建党八十周年，各地电视台相继推出了多部献礼剧，其中央视的《长征》从立意到内容都堪称经典之作。《长征》没有通常主旋律作品的说教，而是从一个个引人入胜的故事、从一场场艰苦卓绝的斗争，将观众渐渐引入那个战火纷飞的年代。唐国强刚刚脱去雍正皇帝的朝服，就戴上了红军的八角帽，他的身上除了大气，还有书生气和博学气。如果说以往毛泽东的扮演者多是形似，那么唐国强更注重的是神似，从而开创了他演艺事业的又一个高峰。

2001 年，《激情燃烧的岁月》《空镜子》两部戏未经大肆宣传却热播大江南北，其受欢迎的程度是近几年来罕见的。《激情燃烧的岁月》充分发挥了细节的叙事功能和两位主演孙海英、吕丽萍的精湛演技，其主创者以平民本色、平民心态，在电视剧里和普通观众保持了思想观念与文化情趣的同一性。《空镜子》以贴近百姓生活的曲折生动情节和以

道德准则约束物欲、情欲的主流观念，牢牢抓住了观众的心。

2001 年可以说是反腐的一年，众多同类型的电视剧接踵而至，光是央视一套黄金时间就连续安排了四部，从《大雪无痕》到《忠诚》，从《当关》到《大法官》，可见当时决策层反腐决心之重、力度之大。

《大雪无痕》恰在冬末春初时播出，曹颖的加盟又为反腐剧增加了看点，因而连续 1 月、2 月收视率都排在首位。

《忠诚》是根据著名作家周梅森的小说《中国制造》改编，同样讲的是市委书记同腐败势力斗争的过程。张国立除了演皇帝就是演小男人，因此一个市委书记让他当得有些不伦不类。另外剧情对小说的改动之大已经令周梅森本人忍无可忍，他甚至大呼“正剧岂容戏说”。

与前两剧相比，《大法官》同样大腕聚集，尤勇、刘佩奇、高明、陈瑾纷纷登场。但由于是一部法官戏，涉及法律专业术语过多，可看性大大打了折扣，甚至有些地方还出现了法律条文出错的硬伤，因而收视情况一直不温不火，与制片方的意愿背道而驰。

本年度电视剧还有一个亮点，就是《大宅门》。说《大宅门》是巨制，一方面因为它是中国第一部高清晰度电视剧，投资 2300 万元，堪称当时中国电视剧的“天价”；在长达 40 集的戏中，它讲述了一个老字号药店的兴衰起伏，也就此圆了集写、编、导于一身的郭宝昌的梦。另一方面因为中国影视界的众多名导和名演员甘为剧中配角，像陈凯歌、张艺谋、田壮壮、何群，有的角色甚至连名字都没有，也就几句台词。

2002 年电视剧的最大亮点是创作了一批为“十六大”献礼的优秀剧目。如《省委书记》《誓言无声》《导弹旅长》《以时代的名义》《汽车城》《奔腾向海洋》《第八警区》等，无论在题材涉及的广度上、主题开掘的深度上，艺术技巧的把握上，都比以往电视剧作品的水准有所提

高，体现出鲜明的时代特征，热情地讴歌了共产党人在实践“三个代表”重要思想过程中所表现出的奉献精神。《奔腾向海洋》《第八警区》等主旋律剧在北京电视台播出时都获得 12％以上的高收视率，获得了观众的认可。

贴近生活的剧目受到百姓欢迎，不仅时装剧因与百姓生活接近而受到认同，就连古装剧也越来越往正剧方向走，胡打乱闹的纷纷走下坡。如我国第一部深刻关注“家庭暴力”现象的电视剧《不要和陌生人说话》，突破了老百姓“家丑不可外扬”的传统观念，引起了社会各界对家庭暴力问题的审察，凸显了电视剧艺术与社会生活的同步性、即时性。还有比较贴近百姓的《给点阳光就灿烂》《手心手背》等，无论以轻喜剧还是正剧的风格出现，在收视率调查中都名列前茅。

2002 年，在全民热捧《流星花园》的时候，广电总局下令停播，这一举措让很多播了一部分和买了没有播的电视台损失惨重。但这也标志着广电管理部门对电视剧制作播出加大了管理力度。

2003 年，中国电视剧创作持续健康繁荣发展。据权威部门统计，全国各地制作单位（包括民营机构）申报规划立项的达 2376 部 58 217 集。经审查，批准立项的就有 1804 部 43 874 集，而实际制作完成并于年终前获得播出、发行许可证的总计 10 300 集左右。称年产量逾万集，诚不为过。其中，由中直机关和各省市推荐申报参加第 23 届“飞天奖”（政府奖）的电视剧有 176 部 1975 集，荣获一、二、三等奖的达 69 部 747 集。

本年度的电视剧创作主流，显示出在坚持先进文化前进方向上更加自觉。一是重大革命历史题材创作又有新突破。继《开国领袖毛泽东》《中国命运的决战》《日出东方》《长征》之后，《延安颂》再次把重

大革命历史题材的电视剧创作的历史品格和美学品格提升到更高台阶，形成当代文艺创作上的一道亮丽景观。这部作品以史诗性的宏大艺术结构，气势磅礴地再现了那 13 年的延安历史，形象展现了中国共产党人创造性地把马克思主义普遍原理同中国革命具体实践相结合的伟大进程和以毛泽东同志为核心的中国共产党第一代领导集体的形成过程，其标志性意义在于将科学的历史思维与艺术的审美思维互补结合，善于把握好“度”,变创作难点为艺术亮点。这种哲学层面创作思维方式上的创新，是一切艺术创新的前提,具有普遍意义。《新四军》以戏剧化的叙事方式，艺术地阐释“皖南事变”悲剧的复杂内外原因和人的性格因素，其探索意义值得珍视。二是军旅题材在反映现实生活方面有新收获。作为中央电视台第一套节目黄金时段“开年大戏”的《DA 师》，以令人耳目一新的“现代化色彩”，大胆触及部队改革进程中的一系列尖锐矛盾冲突，为现代化军人传神写貌。“八一”期间在相同时段播出的《归途如虹》，全景式地直面描写 1997 年香港回归祖国、人民解放军进驻香港的历史过程，展示文化冲突，体现时代精神，洋溢青春活力，为“威武之师、文明之师”树碑立传。《我们的连队》聚焦基层连队,《军歌嘹亮》继承《激情燃烧的岁月》,《军港之夜》瞄准海军舰艇学院教学生活，都别具一格，各有千秋。三是农村题材创作再现辉煌。如果说，20 世纪 90 年代中国荧屏曾有过以《篱笆·女人和狗》《辘轳·女人和井》和《古船·女人和网》这“三部曲”为代表的我国农村题材电视剧创作辉煌成就，那么，本年度以《希望的田野》《刘老根 2》《郭秀明》《三连襟》《烧锅屯的钟声》《山羊坡》等一系列作品为标志，迎来了农村题材电视剧创作的再度辉煌。其中,《希望的田野》所达到的现实主义深度,《郭秀明》真实再现英模人物的个性化程度,《烧锅屯的钟声》对不正之风

的批判力度，以及《刘老根 2》和《三连襟》的亦庄亦谐，都给荧屏增色不少。四是反腐倡廉题材创作的审美化程度明显提高。《忠诚卫士》《省委书记》《干部》《至高利益》《云淡天高》《绝对权力》都注重把自身所开掘的深刻主题（思想性）尽可能艺术化，同时又都注重令各自所采用的审美形式（艺术性）尽可能地承载丰厚的思想内容。这样，有艺术的思想与有思想的艺术才尽可能完美地统一起来，使这些作品赢得了观众的广泛赞誉。

面对市场的本年度电视剧创作，还显示出在坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”上更加自觉。“三个代表”重要思想指方向，“三贴近”是实践“三个代表”的重要途径。伴随着人民群众物质生活水平的不断提高，广大观众对精神生活的要求日益多样化。本年度电视剧创作自觉顺应这种需求，不仅在主题、题材、风格、样式方面力求多样化，而且在创作观念上坚持与时俱进、不断创新，尤其是以人为本、贴近民生，探究人性的深度，表现人生的况味，使作品具有较强的吸引力、感染力。表现当代生活的《江山》，紧扣“代表最广大人民群众根本利益”的深刻主题，塑造出栩栩如生的人物形象，靠跌宕起伏的故事情节锁定观众的审美视线，拨动了人们的精神心弦。喜剧《神医喜来乐》以高超的叙事技巧和浓郁的民族幽默感，让广大观众在轻松的笑声中领悟出民族的文化魅力和人生智慧。公安破案剧《荣誉》以扣人心弦的戏剧结构，引人入胜，赢得了较高的收视率。历史传说剧《孝庄秘史》则是在坚持科学的历史观的前提下，大胆采用民间传说并调动合理的艺术想象和艺术虚构能力，演绎出既好看又耐看的荧屏春秋，让观众在鉴赏中获得历史营养。而为 19 世纪中国民族染织业谱写历史的《大染坊》，另辟蹊径，流畅凝重，在广大观众中引起了强烈共鸣。所有这些作品，都不仅在各

自相关的题材领域里取得了较高收视率，竖起了夺目的标杆，而且都共同具有贴近民生、民情、民趣的特点，都既使广大观众获得了视听感官的审美快感，又使广大观众通过视听感官而达于自己心灵，得到认识上的启迪和灵魂的净化，由快感而升华为美感。

2003 年 8 月和 2004 年 6 月，国家广电总局先后两次给共计 24 家实力雄厚的民营影视制作机构发放了长期的“电视剧制作许可证”。可以说，这一举措对电视剧市场具有重要的意义。尽管在这以前，中国的民营影视制作机构也能拍摄制作电视剧，而且是电视剧投资生产制作的主力，但是它们却举步维艰，因为没有合法的地位和资格，许多情况下是无奈地挂靠在国营电视台或是制作机构的名义下“合作”拍摄。进入 2004 年，中国的民营电视机构扬眉吐气了，它们走到前台，开始大展拳脚，迈进了一个新的发展时期。2004 年 1 月，上海开麦拉传媒集团获得内蒙古卫视频道 15 年的经营权；2 月，北京派格太合环球文化传媒投资有限公司和中国教育电视台签署了“整频道广告经营合作协议”；11 月，光线传媒、海润影视公司和浙江横店影视基地的代表首次参加全国广播电视工作会议……

2004 年 1 月 1 日，国家广播电影电视总局颁布了《广播电视广告播放管理暂行办法》，对电视观众最反感的大量插播商业广告妨害电视剧欣赏的现象进行了限制。2004 年 4 月 19 日，国家广电总局下发《关于加强涉案剧审查和播出管理的通知》，对涉案剧的制作播出进行了严格限制。2004 年 5 月 25 日，国家广电总局发出《关于“红色经典”改编电视剧审查管理的通知》。2004 年政府在电视剧管理领域的这三件大事，维护了广大观众的利益，净化了电视剧的市场环境。

我国电视剧市场真正成熟的标志是 2004 年 1 月出版的《中国电

视剧市场报告 2003—2004》。它是我国第一本具有实证性、权威性的全方位解读我国电视剧市场状况的大型综合研究报告，是对我国电视剧业界十多年市场化探索实践的初步总结。它标志着我国电视剧结束了实践的探索阶段，拉开了我国电视剧市场理论自觉时代的序幕。

2004 年以后，电视剧市场的政策环境在逐步改善。最有市场意义的政策当数 2006 年 4 月国家广电总局颁布的《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》，规定从 2006 年 5 月 1 日起，取消原来的“电视剧题材规划立项审批”制度，实行新颁布的“管理暂行办法”。“暂行办法”一出台，业内人士和媒体反应热烈，纷纷把此举解读为给国内电视剧制作政策“松绑”的重要举措。政策进一步放开，把原先对电视剧题材的行政审批方式，改为网上备案公示这一新的管理模式，减少了行政审批的繁文缛节，简化了管理程序，这对于电视剧制作方来说，无疑是一个好消息。

这一成熟阶段以电视剧市场的认识理性化倾向为起步，主要体现为重视电视剧生产商与电视台的平等互动。随着电视剧传播流程的整体市场化，理论界和实务界对电视剧市场的认识开始突破局部性的限制，进入电视剧市场的宏观整体层次，因而对电视剧市场的认识也就更为深刻，理论建构也更为系统。

2005 年电视剧产业中涌现了不同类型的热门剧。古装剧里有《铁齿铜牙纪晓岚Ⅲ》和正剧《汉武大帝》、悬疑剧《大宋提刑官》、古装偶像剧《小鱼儿与花无缺》；现代戏里的《半路夫妻》《任长霞》《幸福像花儿一样》等剧集涵盖了城市农村、写实荒诞、情感责任等不同类型；而介于古装和现代之间的《京华烟云》《亮剑》和《哑巴新娘》更是各具特点。可以看出，此时国内的电视剧市场日趋完善，各类剧集百花齐

放，也都形成了一批相对固定的受众群。

2006 年，央视八套的《武林外传》创下“开门红”，成为古装情景喜剧的经典之作，至今为人津津乐道。而以乔家大院为背景，讲述了一代传奇晋商乔致庸弃文从商，在经历千难万险后终于实现货通天下、汇通天下的故事的《乔家大院》，赢得了全年最高收视率。同年，《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》发布，一方面出台电子政务的“备案制”与“月报制”，为电视剧市场松绑；另一方面不断加大对古装剧、家庭伦理剧的管理力度，净化荧屏。

2007 年，《士兵突击》《大清后宫》《大人物》《济公新传》等剧的热播引发关注，军旅题材异军突起，《士兵突击》讲述普通士兵许三多的成长故事，展现了中国军人的精神和风采。同年，韩国电视剧《浪漫满屋》也在中国内地的电视台播出，引发收视热潮，韩剧在中国电视剧市场上也成为一股不可小觑的力量。“韩流”也成为影响人们生活的一种亚文化。

2008 年是中国电视剧诞生 50 周年，这一时期，悬疑、刑侦、军旅题材的电视剧盛行。而《大约在冬季》《我的青春谁做主》《丑女无敌》等都市情感剧集引发人们共鸣。这一年播出了中国第一部科幻喜剧《魔幻手机》，表达人们对未来生活科技与情感的向往与要求。2008 年中国第一次举办了世界奥林匹克运动会，电视剧《壮士出征》应时播出，讲述了清朝一群爱国青年带着报国热情壮志满怀出征参加万国运动会的故事，今昔对比大不同，奋发的精神却同样令人动容，彰显时代特色。

2009 年，《蜗居》《错爱 2》《中国式相亲》等剧集凸显时代下人们的情感与现实，引发共鸣与讨论。《一起来看流星雨》在同年播出，引发校园偶像剧的高潮，其中所体现的校园生活与浪漫的爱情深受年轻观

众的喜爱。《仙剑奇侠传三》的热播也开始体现出网络游戏改编电视剧的广泛受众与巨大潜力，为电视剧的制作和发展提供新方向。

2010 年，《新红楼梦》《新三国演义》《新西游记》等对经典的改编翻拍掀起热潮，但评价却褒贬不一。《杜拉拉升职记》《和空姐在一起的日子》《无懈可击》《医者仁心》等职场剧的热播，让人们从中感受到职场的紧张及其与生活的碰撞；《大女当嫁》《租个女友回家过年》《婚姻保卫战》《单身公主相亲记》《保姆与保安》等剧集展现时代热点，将“相亲”、婚姻等题材亮出，引发人们的讨论与共鸣；穿越类型电视剧《神话》因其新奇丰富的剧情，引发人们对历史和情感的思考，在古今之间品味良多。

可以看出，在进入 21 世纪的头十年里，我国电视剧类型和题材更加丰富，历史古装、谍战军旅、都市情感等剧集都在一定时期引发观看热潮，体现出人们对生活娱乐也有了更高的追求，希望能在电视剧这种娱乐方式上获得更多情感共鸣与慰藉。

2011 年，《宫锁心玉》《步步惊心》等穿越剧、《甄嬛传》《武则天秘史》《新还珠格格》等宫斗剧、《夏家三千金》《千山暮雪》《回家的诱惑》等现代都市题材剧也收获超高收视与讨论。而值得注意的是，这些剧集不仅在电视上获得了超高收视，而且在网络平台上也得到了令人惊讶的点击量。例如《新还珠格格》在湖南卫视平均收视率在 1.8% 左右，却在腾讯视频累积了 9 亿播放量，对比令人咂舌。

越来越多的人习惯有选择性地上网观看影视剧，视频网站逐渐和电视台“平起平坐”，影视公司和电视制作方也不得不越来越重视网络点击率。随着网播剧时代的来临，点击率比收视率拥有更值得开拓的空间。

从 2008 年起，电视剧网络版权费已经实现了跳跃式的增长，单集价格先是迈过万元人民币大关，而后屡现十万以上的高价，2011 年年底网络购剧单集已达到百万的天价。各大网站陆续启动的网剧计划，不可否认地对各大电视台形成了竞争。[1]

此外，从电视剧的播出数量来看，电视台的数量有限，即使是标明“影视剧频道”的中央台八套，每日播出的电视剧集数也不是很多。但网络平台对于播放电视剧是没有数量限制的。而在“限娱令”颁发之后，过度娱乐化、戏说经典、戏说历史、穿越、翻拍等题材电视剧也将无缘电视平台，并且电视剧的播出时间也会受到限制，这就给了网络平台更多的机会。

而在观剧之余，人们对于剧集的讨论在网络社交平台中又会造成新一轮的电视宣传。QQ 空间、人人网、新浪博客、微博等社交平台的兴起与活跃，为电视剧的传播起了不小的推动作用。

2014 年,《父母爱情》《红高粱》《历史转折中的邓小平》等年代剧，《北平无战事》《战长沙》等战争剧,《古剑奇谭》《风中奇缘》等古装剧，《杉杉来了》《约会专家》等现代剧,《马向阳下乡记》等乡村剧，都在各个电视频道中取得不错的成绩和口碑。

而在网络剧中,《匆匆那年》《暗黑者》《灵魂摆渡》等剧大受好评，涉及青春校园、警匪悬疑和科幻等类型。可以看出，这一年网剧已经开始向着各个题材丰富发展，在制作技术、水准上，也已不输传统电视剧。

2015 年，从《武媚娘传奇》《华胥引》到《花千骨》《云中歌》，再到《琅琊榜》《芈月传》，网络点击量破亿已成为司空见惯的现象。古

1 《2011 年电视剧迎来网络新生点击率创“亿时代”》，https://ent.qq.com/a/20111129/000460_2.htm。

装剧、玄幻剧、IP 改编在这时已经开始走向成熟。可以看出女性视角的古装剧仍然是收视的主力。长久以来，女性观众是收视的主要群体。古装剧从女性的视角入手，在制作团队、剧情设计、演员选择上共同发力，因此深受广大观众喜爱。很多电视剧体现仙侠、玄幻与古装、爱情的结合，引发观剧热潮；可以看出这一时期电视剧的制作技术，如对特效的运用等已经非常成熟。

此外，《平凡的世界》《情满四合院》等年代剧也赢得良好口碑。讲述都市生活的《何以笙箫默》《克拉恋人》《旋风少女》《实习生》《北上广不相信眼泪》《虎妈猫爸》等情感剧集引发关注与热论。

在网络剧集方面，报告显示，2015 年，共有 262 部版权剧进入互联网视频平台播出，总计一万多集。与此同时，网络自制剧的生产数量也呈现出井喷的态势，共生产上线网络自制剧 379 部，5000 多集。[1] 但在这一年里，像《盗墓笔记》《他来了，请闭眼》等剧相比之前的网剧尽管有了更大的资本投入和更专业和有名气的演员参与出演，但效果并不如期，网络剧的“精品化”发展仍需时间。

2016 年，电视台播放的展现现实生活的剧集《小别离》《欢乐颂》《好先生》等，引发对出国留学、原生家庭、都市情感等问题的讨论，《诛仙青云志》《九州天空城》等偶像剧也获得了极高的关注度。

2016 年还被称为“网台联播剧元年”，电视剧播出已经从“先台后网”“台网联播”，进阶到“先网后台”。优秀的网剧作品有《老九门》《法医秦明》《鬼吹灯之精绝古城》《最好的我们》《一起同过窗》等，各个类型制作精良，也收获了超高的点击率和口碑。

---

1 《全球电视剧产业发展报告 2016》，中国社会科学网，2016-09-15。

这一年，一批网络剧播放量第一次达到百亿量级，大有与电视剧的网播量一较高下的意味。网络剧快速发展给电视行业带来巨大冲击，一方面电视台不再是唯一的播出主体，甚至也不是首播平台，电视剧播出平台在电视台和网站之间形成激烈的竞争格局；但另一方面，播出平台的增多与竞争又刺激了电视剧和网络剧的创作生产，促进二者的发展与繁荣。

2017 年，讲述当代检察官维护公平正义和法制统一、查办贪腐案件的检察反腐电视剧《人民的名义》收视率突破 8%，刷新了近十年省级卫视收视的最高纪录。而《三生三世十里桃花》《楚乔传》《那年花开月正圆》《白鹿原》《我的前半生》等各个类型的剧集，都在播出时段引发观看热潮和极高的讨论度。在网剧方面，《你好旧时光》《春风十里不如你》《单纯的小美好》等校园主题的剧集成为这一年的特色。

2018 年，《延禧攻略》《如懿传》《知否，知否，应是绿肥红瘦》等古装剧霸占荧屏，尤其《延禧攻略》讲述一个小宫女在宫廷之中的成长历程，剧情发展迅速流畅，人物性格鲜明，女主角似乎拥有掌控一切的“金手指”，让观众身临其境，感到心情畅爽。这部剧也在网络上得到了超高的讨论度。

2019 年，《小欢喜》《少年派》《都挺好》等家庭剧集热播，因贴近生活、触及情感，引发热议。《都挺好》讲述了职场金领苏明玉从小不受家人待见，生长在家庭的边缘，在孤独扭曲的环境中长大成人的故事；剧中充满情感矛盾，体现一些中国传统家庭的情感缩影，引人动容和思考。《庆余年》《大宋少年志》《锦衣之下》等网络剧集也表现不俗。网络剧与电视剧的制作水平也已别无二致。

2020 年 4 月 14 日，国家广播电视总局发布《国家广播电视总局办

公厅关于组织参加第 32 届中国电视剧“飞天奖”评奖工作的通知》。跟往年相比，这届飞天奖最大的变化就是，将“重点视频网站首播的电视剧”纳入了评奖范围。但重点视频网站首播的电视剧并不就等于网剧，而必须是取得“电视剧发行许可证”的电视剧才可以参评，所以说网剧并没有被纳入国家级官方奖项的评选体系。

同年的第 26 届白玉兰奖也扩大了评选范围，在原来“全国卫星频道首播的剧目（含港澳台地区）”的基础上，增加了“重点视频网站首播的电视剧”。不管是飞天奖还是白玉兰奖，都只有取得“电视剧发行许可证”的电视剧才可以参评，真正的“网剧”，依然被挡在门外。比如，《庆余年》虽然在爱奇艺和腾讯视频首播，但取得了“电视剧发行许可证”，属于网络首发的电视剧，可以参评飞天奖、白玉兰奖。像《陈情令》等热播网剧都是通过“重点网络影视剧信息备案系统”作为“网络剧”进行备案，拿到了“上线备案号”，但并不是正规的“电视剧”，而是属于网络首发的纯网剧，并不能参加飞天奖、白玉兰奖评选。

现在的网剧，早已一改以往“粗制滥造”的固有印象，不管是审核标准还是市场影响力都跟电视剧一般无二，也有越来越多的片方响应广电总局号召，在追求经济效益的同时，越来越注重社会效益和社会主义价值观。但在官方奖项的评选上，与传统电视剧仍有差异，这也可以视为一种鞭策吧。

在最近十余年里，电视剧的“辉煌”与变革并存，内容题材更加多样，制作技术更加完善，收视率、点击率与之前已不可同日而语，在播出方式和营销手段上也具有了新媒体时代的特点。观众拥有了更多的选择，但这对于电视剧行业本身来说是机遇也是挑战。网络剧与电视剧之间也不再是云泥之别，我们更愿意看到，无论是电视剧还是网络剧，

都能以最高的品质打动人心。

纵观电视剧六十年来的历史，其发展始终是与社会的变迁、人们生活方式的变化、思想意识的革新紧紧联系在一起。不同时期的社会热点常常会反映在同时期的电视剧作品当中；电视剧所展示的不同主题、蕴藏的文化内涵，甚至会引发社会性、全面性的讨论。对电视剧的回顾，无疑也是对六十年来文化生活和社会变迁最好的检阅，是几代人共同文化记忆的展现。

四、中国电视剧的市场化之路

尽管 1958 年诞生的中国电视剧到今天已经走过半个多世纪的历程，并且在今天已经毫无疑问地确立了作为主流文化形式的地位，但中国电视剧的市场化之路，直到今天还没有找到自己的方向，仍然处在一个反复摸索、探寻之中。

如果单纯从形式上看，相对于电视产业其他方面的发展，电视剧市场从 20 世纪后 20 年起，已经逐渐发展与完善，并且形成了一整套从电视剧审查、制作、生产到发行、播出的市场体系，但这并不意味着这个市场真正成熟。

中国电视剧市场是电视媒介产业化程度最高的行业。从总体上看，进入 21 世纪后的电视剧市场发展趋于平缓，产品质量有所提升，市场机制逐步完善，价格体系日趋透明，资本规模逐步扩大并趋于多元化。但整个产业链的瓶颈问题未能得到有效解决，经过数十年的行业发展，电视剧的发行数量已经到达高峰，但高品质电视剧供给仍处于短缺状态。

根据《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，由于加强对电视剧行业发行的管控，近年来电视剧产量逐年减少。电视剧发行数量在 2018 年达到 323 部、13 726 集的高峰之后，2019 年、2020 年发行数量均在下降，尤其 2020 年，受疫情影响，发行量已下降至 202 部和 7 450 集。“减量提质”已成为电视剧行业的新主题。[1]

随着新媒体时代的到来，传统的在电视机上按时收看电视剧节目的观剧模式已经发生改变。计算机端、移动手机端口观看电视剧不仅可以随心挑选剧集，还不受时间和空间的限制，已成为更多人的选择。由此而来的是网络剧的迅速兴起，在电视剧的剧集生产和传播过程中发挥着越来越大的作用。《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》指出：“2020 年，全国重点网络剧共备案 1083 部、24 683 集。”[2] 可见，网剧已成为电视剧行业中的重要组成部分。

而传统的各级电视台主导市场的地位也有所晃动。《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》指出：“以中央电视台、山东影视制作股份有限公司、芒果影视等为代表的媒体机构和国有企业，华策影视、新媒诚品等民营制作公司，以及以腾讯影业、爱奇艺、优酷为代表的互联网视频平台已成为最具代表力量的电视剧出品单位。”[3] 与此同时，网络视频平台对电视剧剧集的购买力已经大于电视台的购买力。更多电视剧和网剧采取视频平台投资的方式，统筹、拍摄、制作和后期营销、播放都由视频网站自己一条龙完成。这使得电视剧产业更加协调和完善，减少了投资风险，

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

2 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

3 《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》，http://www.ttacc.net/a/news/2020/0428/61186.html。

但同时也会造成平台的垄断，不利于行业的良性竞争。而视频网站作为更大的主导电视剧发行的平台，更加注重电视剧播出后的经济效益，由此也会导致同类型剧的大量涌现和粗制滥造等问题。

在移动视频端和网络剧盛行之前，“上星”和在“黄金时段”播出对于一部电视剧来说是很重要的。而如今，网络平台的审核相比电视台审核较为宽松，播出机制也更加灵活，所以对于一些电视剧来说在网络视频平台播放也是很好的选择。更多电视剧剧集似乎不再执着于“上星”，更不必再提进入“黄金时段”。数据显示，2020 年上星频道晚黄金档首轮剧持续下降，2020 年共播出 113 部，同比 2019 年减少 11 部。2020 年，上星频道共播出 702 部次。其中，收视率大于等于 1% 为 81 部次，占比 12%；收视率小于 0.3% 为 513 部次，占比 73%。由此看出，电视台对新剧热剧的购买能力持续减弱，内容资源窄化，优质内容处于稀缺状态。具有新剧热剧购置能力的平台有限。[1] 由此也使得更多剧集流向视频网站，例如 2019 年大热的电视剧《庆余年》，在首轮播放中未能“上星”，但在腾讯视频和爱奇艺视频网站的播放中取得了不俗的成绩，于是在 2020 年登陆浙江卫视进行二轮播放。

视频网站的兴起为中国电视剧提供了更多也更宽阔的平台，平台之间的良性竞争也为电视剧的生产提供了有利的成长环境。但网络剧的发展也并非一路高歌猛进。《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》指出在 2020 年的网络剧集就存在着“播放总量下降，大流量剧减少”的问题。2020 年，网络剧播放量前 50 部的播放量总计 777.2 亿次，平均单部播放量 15.55 亿次，同比 2019 年，网络量和均播放量均略有缩减。50 亿

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

播放量以上的网剧数量仅 1 部。[1] 由此可以看出，观众对于网剧的要求也在提高，网络剧所体现的跟风模仿问题严重，常常市场上一个类型剧火爆之后就有大量同类型的剧出现；以及剧集本身存在创造人物形象扁平、故事情节老套等问题。网剧虽拥有更宽松的创作平台，但也应提高自身质量，利用好平台优势，进行题材、内容和形式等方面的创新。此外，短视频、微短剧、互动剧等新兴形式的视频类型的出现也对电视剧和网剧造成一定冲击。

新时期的电视剧市场随着经济和科技的发展，有了模式上的新变化。这对电视剧的市场化发展是机遇，也同样是挑战。中国电视剧如何在快节奏的现代社会中超越其他娱乐形式对人们的吸引，重新走进人们的世界，给人一个情感上的栖憩之地，以及表达和安稳摇摇欲坠的时代内心，在今天看来，仍有很长的路要走。

（一）中国电视剧的市场化发展历程

从中国电视剧的发展历程来看，电视剧的市场化发展大体上分为三个不同的阶段：

1. 萌芽期（1979 —1989 年）

从 1958 年北京电视台播出第一部电视剧《一口菜饼子》开始，到 1976 年“文化大革命”结束，我国的电视事业逐渐形成。1983 年 3—4 月，全国广播电视工作会议提出“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的方针，我国电视台数量此后迅速增加。随着电视覆盖的扩大和家庭电

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

视机的普及，观众对电视文化的需要客观上为电视剧的繁荣准备了社会条件。

在电视剧市场的发展历程中，具有标志性意义的一年应该是 1979 年。这一年，当时的中央广播事业局在第一次全国电视节目会议上建议各地电视台凡有条件的都可以制作电视剧，并在国庆三十周年时举行全国电视节目联播。这是中国电视剧的第一次重大飞跃。1980 年全年电视剧生产达 131 集，是前一年电视剧产量的 6 倍以上。

1980 年 2 月 5 日，中央电视台播出的《敌营十八年》具有一定的代表性。这是中国第一部电视连续剧，也是第一部采用情节剧的模式制作的最早产生广泛影响的通俗电视连续剧。它标志着中国电视剧从最初所谓“纯艺术”形式，逐渐被越来越多的人看作一种流行的大众文化娱乐形式，也标志着通俗电视连续剧逐渐成为中国电视剧的主导形式。

1982 年 9 月 17 日从北京电视台分离出来的中国第一家电视制片厂北京电视制片厂（即后来的北京电视艺术中心）成立；1983 年，中国电视艺术委员会的电视剧制作部、广播艺术团电视剧团和中央电视台电视剧部合并成立隶属于中央电视台的中国电视剧制作中心，电视剧产量再次大幅度提高，比上年度增加 100%。

从总体上来看，这一时期，由于政府投资、广告经费支持和企业赞助，电视剧的生产规模开始加速扩大，电视剧的数量明显增加，电视观众对电视剧节目需求量也急剧增加，电视剧开始取代电影成为中国大众文化当中最重要的视听娱乐形式。

自 1985 年开始，影视合流大潮涌动，全国 20 多家电影制片厂先后成立了电视部或电视剧部，一些剧团也加盟电视剧的生产制作，一大批电影导演也开始涉足电视剧创作领域。经过国家广播电影电视管理部

门批准，一些社会企业也可以制作和发行电视剧，甚至一些私营企业也可以通过与具有电视剧拍摄权的机构合作生产电视剧。电视剧日益成为社会投资热点。

1985 年 4 月 9 日，中国电视艺术家协会在北京成立。5 月 16 日，北京电视制片厂改名为北京电视艺术中心。

1987 年，中央电视台广告收入已达 2700 万元，高出 1300 万元的国家拨款两倍以上。这一年，我国出口了一大批电视剧，开始走向世界，参与世界电视剧市场的竞争。《红楼梦》《西游记》《包公》《武松》《诸葛亮》等优秀电视剧相继在我国香港地区、东南亚地区，以及美国、日本、法国等国家的电视荧屏上播出，受到欢迎和好评。

1988 年，中国电视剧艺委会改名为中国电视艺术委员会。1986 年 12 月，上海举办了“电视节”，设立了“白玉兰奖”。1989 年 8 月 31 日至 9 月 6 日，北京国际电视周在北京举行，14 个国家和地区的 18 家电视台提供了 360 个各类参展节目。这些电视节的设立在一定程度上推动了电视剧市场的形成。

总结这一阶段，电视作为一种大众传播媒介的性质正在被人们所认可，中国电视剧开始从“纯艺术”走向大众，并且伴随着电视在人们日常生活中的影响力日渐扩大，电视剧正逐渐成为时代最具代表性的艺术形式而逐步走向前台。但电视剧基本上还是由电视台或者直属电视台的电视剧制作机构用国家的计划拨款制作，参加市场的积极性还非常有限。作为电视剧市场的核心要素，广告与电视剧的结合也仅仅在电视剧的播出环节，并没有渗透到电视剧市场的整个传播流程当中去，电视剧市场化的特征还仅局限于传播流程的局部。

但不能忽视的影响是，80 年代初所提出的“四级办电视”的理念，

在大力推动电视事业繁荣发展的积极过程中，客观上也为后来的电视频道泛滥、电视节目低质量低水平重复与竞争埋下了隐患。

2. 发展期（1990—2003 年）

1990 年，我国“第一部长篇室内电视连续剧”《渴望》利用社会赞助资金，采用基地制作、室内搭景、多机拍摄、同期录音、现场剪辑的工业化制作方式，用善恶分明的类型化人物、二元对立的情节剧模式和惩恶扬善的道德化手段来叙述普通家庭中普通人的悲欢离合。这部当时最长的电视剧在各地都引起了巨大的反响，多家电视台轮流播放，正处在文化消费匮乏时期的数亿观众收看了这部电视剧，创造了我国最高的收视率 90.78%，形成了重要的社会文化现象——“《渴望》现象”，甚至在港澳地区播出时都引起了轰动。这标志着通俗电视剧进入了我国电视剧的主流行列，也标志着电视剧从交易播出的市场化向生产制作的市场化的渗透。

1991 年，北京电视艺术中心拍摄的电视系列剧《编辑部的故事》，也采用企业赞助的融资方式，并首次将广告随电视剧捆绑播出，同时还利用剧情为赞助企业做隐性广告（后来被人们称为“软广告”），这种生产方式为电视剧的商业化运作开辟了一条新的途径。正是由于广告的全面渗透，电视剧不仅解决了生产制作的资金问题，还给电视台带来了大量的经济收入。到 1994 年，中央电视台获得的广告收入已经达到 12 亿元；1998 年，全国电视广告的收入已经高达 133.6 亿元。正是由于广告收入的急剧增加，电视媒介在经济上主要依靠市场来推动发展。因而从 20 世纪 90 年代初期开始，电视台的经济运作体制出现多样化趋势，电视剧的生产和流通也越来越受到市场规律的支配，电视剧的市场化发展迈入了一个新的阶段。

20 世纪 90 年代以后，我国的电视剧生产方式基本有两种途径：一种是由政府部门提供拍摄资金来资助具有明显宣传目的的电视剧的拍摄，如所谓的“行业剧”和主旋律剧；另一种是由社会赞助拍摄的电视剧，电视剧用署名、鸣谢以及各种软性广告来回报赞助。随着电视剧市场的进一步深化，社会赞助型的生产方式逐渐成为电视剧生产制作的主流形态。

电视剧的播出也开始逐渐走向市场化。1992 年，北京文化艺术音像出版社投资 200 万元制作了 41 集电视连续剧《爱你没商量》，北京电视艺术中心贷款 150 万美元拍摄了《北京人在纽约》，这种投资性的生产方式意味着电视剧具有了明确的商业回报指标，必须通过市场价值来补偿制作成本和获得利润。1992 年中央电视台以 350 万元购买了《爱你没商量》的播映权，用黄金时段的广告时间换取《北京人在纽约》的播映权，这意味着电视剧买方和卖方互惠互利的市场格局雏形开始出现。随后，中国国际电视总公司以 1000 万元购买了 30 集电视剧《武则天》的国内版权，随剧征集广告，用电视台的广告时间来交换电视播映权。20 世纪 90 年代中期以后，真正具有电视剧交易市场性质的电视节和电视剧交易会开始出现。1996 年 9 月，当时的广播电影电视部与北京广播电视局首次主办“全国国产电视节目展示交易会”。这是电视剧交易市场正式形成的起点。在这些电视交易市场上，电视剧是最主要的交易品种。

20 世纪 90 年代，国外境外电视剧的引进仍然是我国电视剧市场化的重要现象。1999 年，政府核发合拍电视剧“发行许可证”的电视剧共 41 部 763 集。我国香港和台湾地区以及新加坡、韩国等地的电视剧则越来越多地进入我国内地，而且得到了观众的普遍欢迎。共同的文化

渊源、地理空间、价值标准和共同的遗产使东亚国家和地区的电视剧在我国具有明显的文化亲和力。随着电视剧市场的国际化，我国内地电视剧在国际上的影响日益扩大。最初，我国台湾地区和日本以每集 8 000 美元的价格就能购买到《三国演义》的播映权；而到 1997 年,《水浒传》播映权在台湾地区每集价格则达到了 16 000 美元，接近国际电视剧市场标准。此外,《北京人在纽约》《唐明皇》《末代皇帝》《水浒传》《雍正王朝》等电视剧都在不少东亚国家和地区播出。

进入 21 世纪，我国电视剧市场又向频道化发展的方向迈进。随着电视台竞争加剧，市场占有率越来越受到重视。在市场细分的原则下，频道专业化、品牌化成为各电视台竞争的法宝。其中以播出电视剧为主的电视剧频道或影视频道成为电视台的市场主攻方向：增设影视频道或电视剧频道，强化电视剧的播出分量，争取最大的收视份额，成为电视剧市场的新倾向。影视频道成为专业化频道中的第一大频道。截至 2002 年年底，全国共有 128 家电视台开办了影视频道，占总频道数的 36%；在全国所有专业化频道中数量也位居第一，占总量的 19%。

在这一发展时期，市场因素开始渗透到电视剧的整个传播过程，电视剧生产商、电视台、广告商和观众这四个市场主体都已经出现产业化规模的迹象；但是民营电视机构还没有取得合法的市场地位，电视剧市场的竞争格局还不是均衡平等的态势。这一时期的特征是电视剧市场传播流程的整体市场化。

3. 调整期（2004—2013 年）

这一时期之所以被称为调整期，有两个方面的原因：一是作为电视剧市场的政府管理部门针对电视剧市场所出现的问题及时调整，加强管理；二是为电视剧市场的发展进一步拓展空间，积极推进电视剧市场化

发展的进程。

长期以来针对电视剧的主要管理手段包括三方面：首先，从 1986 年 6 月 1 日开始，实行电视剧制作许可证制度。在中国，任何机构拍摄电视剧必须得到广播电影电视部门颁发的电视剧拍摄许可证。许可证分为甲乙两种，甲种是长期许可证，乙种是临时许可证。中国大约有 150 家电视剧制作甲种许可证单位，约 400 家临时许可证单位。其次，实行电视剧规划审批制度。在中国，电视剧拍摄必须由具有电视剧拍摄许可证的单位将题材上报广电局审批，获得批准以后的电视剧才具有合法身份。最后，实行发行播出审查制度。中国的电视台都是政府主办的官方电视台，外资尚未进入中国电视台，也不允许建立商业电视台，所有电视剧的发行和播出必须通过广电局审查才能播出。

而 2006 年 4 月国家广电总局颁布的《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》，一方面可以理解为“松绑”，但另一方面更为重要的，是针对目前的电视剧市场现状，进一步拓宽了电视剧制作资金的来源，或者说给予了更多政策上的空间。

2008 年，恰逢中国电视剧诞生 50 年，经过几十年的发展，在国家及各地有关政策的大力推动下，电视剧已经成为中国产业化程度最高的一种艺术形式。产业化的运行机制使大批社会力量、社会资金进入电视剧领域，推动了中国电视剧产业的发展。全国持有 2010 年度《电视剧制作许可证（甲种）》机构 132 家，各类广播电视节目制作经营机构 4 057 家，比上年增加了 714 家。

2010 年，在新一轮制播分离改革中，中国电视剧市场主体培育获得重大进展。各大电视台所属电视剧制作机构贯彻落实中央关于文化体制改革的部署积极推进转企改制。中国电视剧制作中心已成功转企改制

由事业机构转变为中国电视剧制作中心有线责任公司，成为中国电视媒体推进制播分离改革将经营性事业机构推向市场的重要标志。在资本市场支持下，电视剧制作能力显著增强。全国电视剧制作机构通过贷款、广告赞助、风险投资、政府基金等渠道获得的资金比重日益提高，融资模式多样，有制作机构与电视台合作、向社会和企业寻求融资或赞助、股权融资、发行影视产业基金融资等。[1]

截止 2011 年，中国共有电视剧制作机构 4678 家。[2] 在这一年中国前十名影视制作机构中，海润影视制作有限公司、华谊兄弟传媒股份有限公司、北京华录百纳影视股份有限公司三家仅次于中央电视台位居其后。这些有实力的电视剧制作机构在制作模式、营销模式等方面进行创新，有效推进了电视剧市场化的发展。

这一时期，由于国家对文化产业的扶持力度加大，电视剧市场因其完善的产业模式、巨大的资本利润，引得形形色色的投资商摩拳擦掌、跃跃欲试。民营、私人制作单位集中度明显上涨，但同时因此引起的盲目投资、资本博弈等问题，导致电视剧粗制滥造，付出的资金有时也并不能得到相应得回报，也使得电视剧市场一地鸡毛，终究是资本的泡沫。

这一时期，电视剧市场不再是国企制作的一家独大，而是民间资本的慢慢崛起，使得电视剧的发展有了更广阔的路径。其间的不成熟带来了许多问题，但也代表许多机遇。迈进新时期，中国电视剧市场化发展的路还要继续前行。

---

1 《2010—2011 年中国电视剧市场研究报告》，https://www.docin.com/p-462516803.html。
2 《2011—2012 年中国电视剧行业研究报告》，https://www.doc88.com/p-75229262975200.html?r=1。

4. 新时期（2014 年至今）

时至今日，电视剧已不再是电视专享的产品，越来越多的媒介带来了更多便捷，也给电视剧产业提供了更多的发展路径。网络不仅是一个播放平台，同时也是电视剧制作、经营的主体，平台与剧集的黏合使整个电视剧制作和发行的体系和流程更加系统化、全面化，整个行业的发展也更产业化、商业化。

2014 年 8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，将媒体融合正式提升为一项国家战略。这对于电视剧的产业发展，无疑是一个巨大的推动。在媒体融合的背景下，电视剧呈现出传播方式多样化、剧情播放受众化、内容更新商业化、文娱产业跨界化的特点。

2016 年 7 月 18 日，国家新闻出版广电总局出台了《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》，提出从节目、制播、传播、服务、技术、经营体系、运行机制、人才队伍建设八个方面入手，加快推进广播电视与新兴媒体的深度融合。在这些政策的推动下，网络媒体与传统媒体在内容生产与传播领域的竞合关系日益密切，网络剧进入了全新的发展阶段。

2016 年电视剧产业进入结构调整转型升级的关键阶段，发展增速继续放缓。电视剧产量微降，既是外部经济环境、媒介融合发展和宏观调控共同作用的结果，更是电视剧产业发展进一步回归理性、集约化程度不断提升的结果。这一年我国具有电视剧制作资质的公司达到了 12 000 多家，并且还在不断增长。

2017 年 9 月 8 日，国家新闻出版广电总局、国家发改委、财政部、商务部、人力资源和社会保障五部委针对电视剧行业出现的新现象及新

趋势,联合下发《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》。通知指出，我国电视剧应鼓励和建立电视剧良性发展机制；首提规范“明星片酬”，要“规范购播和宣传行为，维护行业健康发展，严禁播出机构以明星为唯一议价标准”。政策的出台对于整治当下网剧存在的诸多乱象有很大的推动作用，网剧无论是从艺术品质上，还是思想内涵上，都要与电视剧同一标准，支持生产创作“主旋律”作品；要规范电视剧收视调查和管理，确保收视率的调查机构具备合法调查资格，坚决依法严厉打击收视率造假行为，切实维护行业秩序。[1]

2018 年，国家广播电视总局发布了《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的 40%，其中主要演员不超过总片酬的 70%。

这就意味着电视剧的产业发展不能任由市场的支配，还应接受政府部门的调控，在调整中得到发展；在注重经济效益的基础上也注重社会效益，朝着良好的态势向前发展。

国家广播电视总局发布的 2020 年 12 月全国拍摄制作电视剧备案情况显示，在疫情、政策以及市场等因素的共同影响下，2020 年，我国电视剧备案数仅 670 部，创下多年新低。备案数量减少的同时，无论是影视企业还是播出平台，对影视剧的质量都越来越重视。市场越来越追捧精品剧，而对低质中小项目则投资兴趣寡然，视频平台调整规则鼓励优质作品，这些似乎都意味着，影视行业“减量提质”已在路上。

---

1 《国家广播电视总局关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，2018-11-09，nrta.gov.cn。

“近十年来，大量外部资本涌入影视行业，催生了一大批公司进入行业，影视公司数量上万家，过度分散的市场格局导致产能过剩、资源利用效率低，生产端和播出端的市场高度饱和。”慈文传媒副总经理、董事长秘书严明对《证券时报》记者表示，近两年，广电总局密集出台了一系列政策，推动了影视剧的高质量发展。

“一方面是去产能，加速行业供给侧改革；另一方面是通过系列实施细则规范制作，树立‘以质取胜’的制作理念。”严明表示，通过政策调控，行业“减量提质”成效初显，季播剧、短剧集、互动剧等多元化的内容产品逐渐被市场接受，行业集中度和资源配置率进一步提升，形成了高效、良性发展态势。

事实上，影视项目资金需求量大，投资周期长，投资风险高，融资困难一直是行业存在的显著问题。近两年，影视行业投资热情消退，产量下滑，行业优质资源越来越向头部化、精品化、平台化的大型制片公司靠拢。

数据显示，我国持有电视剧制作许可证（甲种）的机构从 2014 年的 137 家，下降至 2019 年的 73 家。2020 年，多家中型影视公司相继陷入困境。对于如今的中小影视公司而言，缺乏系统化的产品质量管理能力、仅有团队组织能力，能够做出项目已经远远不够了。精品化制作渐成共识。实际上，投资方对影视项目的筛选，也代表了市场的选择，只有受到市场认可的作品，才有生产制作的价值。作为影视剧的重要出口，视频平台能够最直接地了解市场的喜好，基于此，国内主流视频平台正不断通过内容采购、播出政策调整等方式，影响上游影视项目的生产制作。

进入 21 世纪，电视剧的 IP 改编成为市场化的一个重要推手。如《仙

剑奇侠传》系列，改编自同名游戏，将游戏产业与电视剧产业相结合，使得电视剧的制作从开始就饱受关注，如能将游戏用户转变为电视剧的受众，对电视剧的传播而言就拥有了先天的有利条件。而网络小说作为网络文化的重要力量，受众规模庞大，改编成电视剧更是拥有超高的关注度和话题度，投资商在短期内就能获得收益。于是在近年来改编的电视剧作品数量不断增加，数不胜数。

总的来看，中国电视剧的市场化道路并不是一帆风顺的，有来自政策的管控修正，也有市场风云变化的挑战。在这一过程中看似风险重重，但仍有良药，那就是沉心提升品质、在浪潮中扬帆。

中国电视剧的市场化进程，经历了发展期与调整期的不断完善，最终实现了从计划体制向市场体制的转变。

（二）中国电视剧的市场化发展所面临的问题

正是由于电视剧生产的市场化发展，中国电视剧产量从 90 年代后期以来一直在稳步增加，2000 年超过了 1 万部集；之后在 2012 年达到历史新高，全年电视剧 506 部、17 703 集。[1] 但是，中国电视剧的需求量可以说并没有得到完全满足。中国有 3 000 余家电视台，中央、省、地、县四级电视台播出，而且四级分为有线电视台、无线电视台，许多电视台还同时拥有多个频道；同时各个视频网站的兴起也容纳了大量的电视剧剧集。可以说，中国是世界上电视剧消费量最大的国家。电视剧资源已经相当丰富，但在日常生活中观众还是会感到“无剧可追”，

1 《2017 年全国电视剧产量 / 集数及收视排名分析》，https://www.askci.com/news/chanye/20170519/15521798503.shtml。

这就是电视剧产出数量增加之后，这个行业面对的新问题：缺少高质量的品质剧。

中国电视剧消费量如此巨大，一方面是因为中国电视频道众多，另一方面是因为电视剧在观众电视消费中所占有的重要地位。多家媒介调查公司的调查都表明，电视剧是电视观众选择中仅居于新闻类节目之后的节目类型，实际收视率也仅次于新闻类节目。电视连续剧在中国所具有的巨大影响力可以说远远超过了电影、小说、戏剧等其他形式，电视剧是人们生活中最基本、最主要的“叙述故事”和“消费故事”的渠道。同时，电影市场萎缩，也促成了电视剧在人们娱乐生活中的重要地位。

对于中国电视剧市场的总体评价，始终存在着两种截然相反的观点：一种认为，近些年是中国电视剧市场的繁荣发展走向成熟的时期，表现在电视剧产量持续增长、总体质量进一步攀升。进入新时代以来，我国电视剧产量在 2012 年达到全年 506 部、17 703 集的历史新高。但在之后对电视剧行业发行的管控开始加强，杜绝“注水剧”的出现，随后几年的电视剧集数已在逐年稳定减少。[1]

而另一种观点更多来自于中国电视剧制作生产的一线人员，认为近些年来中国的电视剧市场较往年相比，出现了萎缩。《中国电视剧 / 网络剧产业报告 2020》显示，根据企查查公布数据显示，2019 年以来，有 2996 家影视公司关停，企业净增数量逐年递减，甚至出现了负增长。随着 2018 年“天价片酬”“阴阳合同”事件的整体波及，电视剧投资规模缩减。电视剧市场投资也随之下滑，艺恩视频智库统计数据显示，2019 年电视剧市场总投资规模预计为 168 亿，创近 5 年历史新低。此外，

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》，https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

2019 年影视公司的投融资事件仅有数十件，相比 2018 年 130 起相关事件，降幅明显。一些头部影视企业的经营也处于亏损状态。[1] 在一些电视节目博览会和交易会上，电视剧参展商和参展产品数量减少，出现了门庭冷落的局面。从事电视剧制作及其周边业务的公司数量也在减少，整个市场不景气，前景并非十分明朗。

另外，短视频、微短剧和互动剧等新影视形式的盛行对电视剧的需求也有影响。随着新媒体时代的到来，人们获得娱乐消遣的方式更加多样，对于娱乐活动的需求也发生改变，在快节奏的生活中，人们追求和期待更短小的视频、精巧的画面和音乐对感官的刺激。不愿或者没有大段的时间去观看动辄三四十集的电视剧。视频网站中的“倍速播放”功能也应运而生。类似《甄嬛传》这类家喻户晓、播出多年仍为人津津乐道的电视剧越来越难见得到。这就对电视剧的生产提出了更高的要求，要制造出人民真正喜闻乐见、愿意观看且经得起时间考验的电视剧，而非一味追求数量而忽略质量；要在题材和内容上进行创新，给予当代人心灵与情感的安慰。

从上述两种观点，我们可以较为明确地看到中国电视剧市场当时的现实状况——供求总量增加与市场现实需求的错位。

如果说市场经济是通过市场供给和需求配置资源的经济，那么从总体上看，随着市场的逐渐成熟，卖方产量和买方需求量增加，因此市场规模扩大，这就应该是一个合理的流程。但中国电视剧市场本身并不是完全市场，这一市场在某些环节上面仍然存在着“体制之内”与“体制之外”的差别。表面上我们看到民营制作公司叱咤风云，但占据主导力

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》，http://www.ttacc.net/a/news/2020/0428/61186.html。

量的仍然还是以各电视台为基础的制作部门，而恰恰这一部分的因素，在制作生产到发行的过程中，并非以完全市场化的方式在操作。道理很简单：其中涉及许多诸如政绩、人际关系等方面的因素；此外，播出环节——交易的最终环节却由并非完全市场化的电视台等播出机构完成，这就使我们的电视剧市场处在了一个夹缝中的生存状态。尽管以前也有人提出过“制播分离”的概念，但真正解决这一问题，还要涉及整个电视行业的深入改革。因为单纯只是在电视剧发行与交易环节的市场化，并不意味着电视剧市场的市场化。

此外，由于电视剧在收视环节中具有举足轻重的地位，以及电视剧是涉及多领域的“复杂系统工程”，中国电视剧市场面临的挑战因而来自多个方面：

一是审批制、审查制缺乏标准体系，与市场严重脱节。在一段时期内，中国的电视剧审查制度不是真正通过科学、严密的调查来确定市场需求量，而是主要根据政治形势和上报电视剧的题材倾向来决定哪些电视剧可以投入拍摄，很容易形成电视剧制作中的急功近利、注重眼前利益的普遍浮躁的风气。而发行播出审查制也没有成熟完善的“刚性”指标和体系，过于重视电视剧的教化功能，人为因素过多过滥。2006 年 5 月起实施的电视剧公示审查制度就是解决这一问题的重要一步，在强化电视剧制作单位的市场意识与进一步培育、完善中国电视剧创作机制中起到积极的引导作用。

二是市场供求双方严重不对称，电视台和制作公司之间的纽带关系松散，电视台在供求关系中处于强势地位。而电视台自身节目发展失衡，自身在市场中的定位也不是十分明晰。而电视台在面对市场时强调自己的宣传角色，而在承担宣传任务的时候又强调市场，强调收视率。虽然

中国电视剧市场化走过了近十年的历程，交易量也逐年上升，但目前交易制度远远还不完善，信用体系不发达，衍生出诸多问题。这些因素在一定程度上限制了中国电视剧市场的发展。

三是电视剧制作部门的创造力不强，精品意识不足，优秀原创作品匮乏。不完善的市场注定不会有完善的产品。当时中国电视剧制作水准良莠不齐，整体素质亟待提高，缺乏必要的专业准备，甚至将市场运作与人际关系等同。大部分的制作部门缺乏耐心、缺乏积累，有相当一部分剧目策划选题比较急功近利，粗制滥造的现象还普遍存在，难以成为吸引观众的精品，这也造成了电视剧资源的严重浪费。

四是电视剧的市场化发展并不完善，整个产业链中的关键环节缺乏突破，因此电视剧市场的繁荣与发展更多的还是停留在表面与形式上，真正的瓶颈难以突破。我们仍然在思维方式与观念上存在障碍：电视剧作为大众传播艺术，真正的市场化是应该体现出社会主义核心价值观、体现出社会的主流价值的；而并非有些人想象的那样低俗与刺激，这样永远都不可能成为主流文化。我们现在许多电视台恰恰走到了另一面，以为收视率就一定是低俗与刺激的代名词。在以上四个问题中，实际上最需要解决的就是这一点，如果我们的电视剧、我们的电视台不能体现出社会的主流价值，又怎么能够拥有更广泛的受众，收视率又从何谈起呢?

（三）中国电视剧的市场化之路

在 21 世纪头十年我们谈论的中国电视剧市场化之路，可能最重要的不是脚步走得快慢的问题，而是能否留得住最后一批观众的问题。中国电视剧的市场化之路在当时的确是走到了一个重要的关口。

第一，中国电视剧的市场化发展，需要建立和健全电视剧市场的政策法规和政策体系对于电视剧市场的规范与管理。说到底并非简单的限制与放开的问题，而是需要一个科学合理、符合实际情况的生产标准。尽管长期以来有关电视剧生产制作播出的政策法规并不少，但在立项与审查等环节上至今也没有成熟完善的“刚性”指标和体系。而在此基础上，在对电视剧的引导上也相应缺乏有效的手段。以“主旋律”为例，至今人们大多是在“五个一工程奖”的评选结果和央视一套黄金时间的播出剧目中来揣摩政府的意思，而且即使是从某些获奖作品和央视播出的剧目上来看，其间的差距也不小。而我们对于“主旋律”的理解也恰恰是由于在政策引导上的含混而很容易将“主旋律”与“题材决定论”画等号。

2021 年是建党 100 周年的重要时期，文化宣传大局也引导了电视行业在这一阶段主题的转变。《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》中明确提出，在特殊年份里，要部署抗战胜利 75 周年电视剧播出，精心组织建党 100 周年作品创作，“让新主流剧更加主流”。[1] 在这一环境指导下，一批批优秀电视剧也脱颖而出，如以讲述《新青年》杂志的诞生、新文化运动和五四运动为主要内容的电视剧《觉醒年代》，就以其优秀的镜头语言和配乐、生动立体的人物形象和激昂的革命情怀将每个观剧者拉入那个青年意气、图强救国的革命年代。虽是主流献礼剧，但亦是一部非常优秀的电视剧作品，不迎合市场仍受到极大关注和赞扬。

近些年开始，广电总局接连发文对电视剧题材进行限制，例如在 2018 年“限古令”推出后，古代题材电视剧立项大幅减少：传记、传奇、

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2021》https://m.sohu.com/a/463538965_282393/?pvid=000115_3w_a。

武打、神话等题材剧立项数量与 2018 年同期相比削减过半；宫廷题材电视剧的立项陷入停滞，2018 年尚有少量宫廷题材作品立项，而 2019 年则已无这一类型作品立项。[1] 对于减少市场的盲目性来说，这无疑有一定积极的意义，对于规范和引导电视剧市场具有一定的作用。

事实上，确立标准、建立规则应该是电视剧市场化发展的前提与基础，基础不在，一切不过是空中楼阁。

第二，建立科学的有效的电视剧评估体系。在电视台市场定位不清晰的前提下，建立科学有效的电视剧评估体系是至关重要的。当时电视台的电视剧采购所依据的评估体系，大多是经验性甚至是行业内长期以来所形成的某种默契，其评估体系的弹性空间和灰色空间都相当大；尽管很多电视台采取了以收视率为标准的事后补偿或奖惩方式，但收视率更多还是趋势判断的依据，并不具备电视剧评估的意义。而事实上，正是由于电视台过分盲目追求电视剧中的明星效应，电视剧制作成本中明星片酬的快速攀高一度使整体成本居高不下。

2008 年 5 月，在国家广电总局举行的“中国电视艺术 50 周年论坛”上，广电总局电视剧管理司司长李京盛在接受记者专访时表示，现实题材电视剧始终是中国电视剧发展的主线，而对于一部优秀电视剧的评判也不能仅仅依靠收视率，还需要建立对电视剧评判的文化标准。[2]

时间过去多年，电视剧的评判标准仍存在这样的问题。在《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》中也提出“转换电视 / 网络剧评价体系”的治理重点。

另据新闻报道：2008 年 6 月 21 日，《中国电视网络影响力报告

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》，http://www.ttacc.net/a/news/2020/0428/61186.html。
2 费蓉蓉：《中国电视诞生五十周年》，载《电影新作》2008（4）：57。

(2008)》在北京发布。由中国广播电视协会等三家机构组成的联合调查小组，为评价中国电视的影响力提出了“网络影响力”这一新的评价指标，打破了原来拿“收视率”当标准的陈规。中国广播电视协会秘书长表示，网络影响力指标是中国首次从网络的角度对电视进行研究的报告，探索了从网络影响力的全新角度评估电视栏目、电视频道、媒体营销的成功经验。网络影响力主要包括三个方面：知名度、关注度和网络收视度指标，三大指标的平均之和为最终的媒体网络影响力指标。[1] 在网络技术与信息发达的今天，一部电视剧的影响度和收视率或播放量是相辅相成的关系。很多剧集更是二者俱佳，在拥有超高收视率的同时，还在网络上引起相当大热度的讨论。如贴近现实题材的讲述家庭生活的《都挺好》和讲述女性生存的《三十而已》，因其与现实贴近而引起人们的情感共鸣，新一轮的讨论也促进了该剧播放量的进一步提升，均成为年度热剧。这样的剧我们不得不说它是成功的。

实际上，文化标准也好，网络影响力也好，如果没有科学有效的电视剧评估体系，那么电视剧交易双方之间的博弈，最终仍然以电视台占据绝对优势的方式进一步压缩制作方的盈利空间。这种并不公平的交易，如果不是以更多的潜规则的方式来解决其矛盾，势必会导致电视剧制作公司的萎缩。

第三，增强电视剧投资制作集约化、规模化程度，这是市场生存的基本法则。电视剧制作一个显著特点是需要大量资金作为先期投入，而回收这些投资并实现盈利则需要一个相对较长的过程，电视剧制作一个显著特点是需要大量资金作为先期投入，而回收这些投资并实现盈利则

1　王彤:《中国电视评价新标准出台 引入网络影响力新指标》，中国新闻网，2008-06-22，http://www.chinanews.com/cul/news/2008/06-22/1288878.shtml。

需要一个相对较长的过程，因此，只有较大规模和较强大实力的制作机构才能承受风险。经过多年的市场化发展和政策支持，广播影视产业不断吸收发展资金，提高行业效益，推动广播影视产业经营方式的转型，我国现已形成一批具有体系的投资、编剧、制作、发行等业务，形成完善产业链的股份制影视集团与公司。

但与此同时，影视企业的投资问题和风险仍十分严峻。据《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》指出，2019 年头部影视企业经营状态严峻，受宏观经济波动影响，影视行业仍处于调整期，电视剧项目市场投放进度低于预期，融资难度和融资成本有所增加。华策影视作为电视剧行业的头部上市公司年度净利润为负值，首次出现年度亏损。唐德影视整体营收亏损，营业总收入较上年下降近 7 亿，利润指标均为负数。[1] 面对困境，影视企业也应谨慎投资，将精力花费到真正值得投资的剧本上，用心去做电视剧。真正的好剧，市场和观众都能看得到。

第四，立足电视剧艺术本身，从专业出发，形成内容产业的基础。实际上，电视剧之于电视观众的意义几乎都集中在质量上。产品多精品少，根本的原因还是在于我们对电视剧的创作缺乏专业化的能力。而表现出来的浮躁与急功近利，也从另一个角度验证了我们目前电视剧创作中的不够专业。

从 20 世纪末开始，电视剧以一种时代艺术的姿态出现并且迅速占领时代的舞台。而我们对于电视剧这门艺术的理解还仍然停留在有关电影、戏剧等其他曾经熟悉的艺术形式上面，即使是 21 世纪以来电视艺术越来越受到人们的重视，但我们有关电视剧艺术的理论与实践却和现

1 《中国电视 / 网络剧产业报告 2020》，http://www.ttacc.net/a/news/2020/0428/61186.html。

实的发展拉开了距离。不用说大量“浪费”掉的电视剧集，就是央视播出的年度大戏同样也是硬伤不断，其实，当时的电视剧距离所谓成熟的艺术形式还差得太远，原因就在于，我们的电视剧在生产制作的过程中不够专业，而且也没有人有耐心来认真学习总结与研究。

21 世纪以来，电视剧制作在追求大题材、大场面、大投入的过程中，有一种十分危险的倾向就是“电影化”，已经严重地偏离了电视剧自身的艺术特点。以 2007 年海岩编剧的《五星大饭店》为例，为什么在电视播出的时候看不进去，而用 DVD 不间断播放的时候才能够将所有情节连贯下来？这实际上就是电影与电视的区别，本身是不同的艺术形式，必定有其不同的特点。央视当时播出该剧应该说是一个进步，是突破固守“行业剧”和“农村戏”的尝试，且《五星大饭店》可能会是一部好看的“电影”，但绝对不会是一部“合格”的电视剧，过分的雕琢实际上已经失去了电视剧身上的生活质感，而变成了一种自恋。

应该说，我们的电视技术方面与世界上的先进国家差别不大，在国家级电视剧的制作上，技术与技巧都应该具备了世界级的水准。但是我们的电视剧质量仍然不是世界顶尖的，为什么？差距不在于技术与技巧。我们可以拍出美的画面，但我们却缺乏美的故事。我们没有能力把属于我们自己的文化传统、我们的价值观以及我们对于生活和世界的理解，通过有效的艺术形式展现出来。

几乎所有的电视剧制作机构都在发愁剧本，但在电视剧的制作过程中，编剧又处于一个什么地位呢？我们明知道编剧影响着甚至决定着一部电视剧的成败，可是哪一家制作公司肯付出投资的 10% 来给编剧呢？实际上，“题材决定论”所带来的急功近利，让大多数制作公司宁愿把“功夫下在诗外”也不愿意把精力用在如何拍出一部说得过去的电视剧。

这才是专业化的缺失。而这种专业化的缺失使电视剧制作的水准逐渐走入恶性循环。事实上，在电视剧制作环节中，唯有编剧的培养是最漫长的，其他专业的培养相对周期要短。仍然以海岩为例，《便衣警察》能够成为经典，是缘于他自己的生活经历，大量的生活细节与生活感受支撑了电视剧的情节。后来没有人再提“体验生活”了，因为时间就是金钱；但生活的阅历呢？也不重要了，那么除了胡编乱造，还有什么办法？别以为王朔那一批人就是天才，他们是写他们自己的故事；跳出圈外，他们也能写得那么准确吗？恐怕不能。培养编剧难，从专业院校的招生也能看出来：大量招收的是表演等专业，编剧专业一年能招几个？这不正说明了这本身是件吃力不讨好的事情吗？

近年来，一位编剧走进我们的视野，甚至出现了“王倦现象”，如哪位优秀演员或者高人气明星参演了一部剧，一提起编剧是王倦，大家就会对剧本和电视剧产生期待。王倦曾担任《木府风云》《舞乐传奇》《大宋少年志》《庆余年》等多部优秀影视剧的编剧，均受到大量好评，王倦本人也成为优秀剧本的“好招牌”。他的剧本里塑造的每一个人物都有血有肉，那些立体鲜明的人物形象令人沉浸其中，观众也感受到被尊重。我们需要这样优秀的剧本来充实电视剧行业，真正做到将电视剧作为一种文化和情感的符号，能够使人们在观剧之时展露情感、抒怀与获得慰藉。

而面对短视频、微短剧、互动剧等新兴形式的视频类型，电视剧就更应该保持自身的特质和优势，讲出更加精彩、细致、生动的故事，可以借鉴短视频新奇和极具爆点的特点，但不能一味迎合和改变自身。我们更希望看到，电视剧能讲述时代的变革和人民的情感，有更多值得让人细细品味和津津乐道的细节，沉淀出悠悠的人情味和人文情怀，成为

能够代表中国文化的一个符号和工具。

中国电视剧的整体水平 21 世纪以来的提高是明显的，但这并不能掩盖其中的问题，就是质量仍然是中国电视剧发展的最大障碍。如果我们的电视剧仍然延续着这种急功近利和浮躁之气，市场化的结果就是失去市场。

掩饰和回避显然不是可取的态度，应当承认自己的差距和不足，从根本环节上下功夫，要竭力避免概念先行、自我崇高化的浮躁心态，扎扎实实地从真实生活出发，发掘上千万乃至数亿人能够产生共鸣的艺术资源和多样化的表现形式，贴近人类心灵和生活本质，努力创造出能够体现我们自己的文化传统和社会主义核心价值观的优秀电视剧作品。