

DIANSHIJI ZHILIANGLIANG
ZONGHEPINGJIA TIXI YANJIU

影视新视野丛书 第二辑

电视剧质量 综合评价体系研究

罗 琴 李向东 周 滢 ◎ 著

中国传媒大学 出版社

国家广电总局社科研究基金项目

影视新视野丛书 第 1 卷

电视剧质量 综合评价体系研究

罗 琴 李向东 周 滢 ◎ 著

图书在版编目(CIP)数据

电视剧质量综合评价体系研究/罗琴,李向东,周滢著.

—北京:中国传媒大学出版社,2015.9

ISBN 978-7-5657-1335-4

I. ①中… II. ①罗… ②李… ③周… III. ①电视剧—
质量—评估—中国 IV. ①J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 071323 号

电视剧质量综合评价体系研究

著 者 罗 琴 李向东 周 滢

责任编辑 吴 磊

责任印制 阳金洲

封面制作 郭 琳

出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 10.5

版 次 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1335-4/J·1335 定 价 42.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

序:呈经国之大美,流千载之英声

——以科学评价促国剧兴盛 / 1

第一章 电视剧评价体系现状 / 6

一、业界选剧模式和播后评价现状概述 / 6

二、评估流程及指标选择现状分析 / 21

三、中央电视台选剧评估现状与分析 / 31

第二章 电视剧竞争力与影响因素 / 44

一、发展环境分析 / 44

二、市场规模概述 / 47

三、竞争格局分析 / 51

四、竞争力影响因素 / 87

第三章 电视剧质量综合评价体系 / 104

一、设计原则 / 104

二、评价指标介绍 / 110

三、评价指标体系的构建 / 131

四、指标赋值与体系测试 / 140

五、电视剧质量评价体系发展与完善 / 151

结 语 / 157

附件 参与中央电视台电视剧质量综合评价体系研究的地方电视台
名单 / 159

序：呈经国之大美，流千载之英声

——以科学评价促国剧兴盛

罗 琴

中央电视台电视剧一直面对着市场与价值选择的两难。如果以市场指标，诸如收视率、收视份额来评价，就面临着流俗的险境；而仅以高品质、高品位来要求，又可能曲高和寡，失去了人气和地气。在这两难的问题中，电视剧评估成为平衡的关键手段，如果能有这样一套体系来评价出既叫好又叫座的电视剧，那么两难的问题也就迎刃而解了。我们开展《电视剧质量综合评价体系研究》这个课题正是希望能够以科学的方法解决这个两难问题。

一、呈现大美之剧，是央视责任所在

电视剧的评价标准从何而来？我觉得应该是从两个方面来，第一是从导向中来，电视剧作品应符合社会主流价值观，弘扬社会主义核心价值观、弘扬中华传统美德。第二是从经验中来，好剧应该是什么样子？对于拍剧、选剧、播剧的人来说，就是基于电视剧制作的经验，拍出有品质、有

市场、符合观众审美要求的剧目。对于老百姓来说,就是爱看、耐看、回味无穷,比如《红楼梦》《水浒》等四大名著改编的电视剧、《亮剑》《邓小平》等经典剧目让观众百看不厌。有人戏言,什么时候电视台开始播《西游记》了,就知道学生放假了,这说明一部播出几十遍的电视剧仍对观众有着极大号召力。电视剧与其他艺术作品并无二致,真正优秀的艺术作品经得起时间和空间的检验,正如习近平总书记在文艺座谈会上的讲话中提道:“任何经得起时光检验、历史淘漉的经典作品,无一不富含着对时代问题的追问、对现实人生的观照、对社会生态的考察、对历史大势的深思;无一不是以真求美、以质修文、以现实的深度赢得艺术的高度。正是它们,绵延不断、前后接续,形成了一部社会文化历史,动态地提升着一个民族的人文精神。也正是它们,不断地向后来者重申着文艺创作的根本要求:根植人民,观照时代,无愧历史,面向未来。”^①可见,国家导向和老百姓的经验两者对于高品位、高品质有着共通的准绳。

作为中央电视台,要向观众奉献什么样的好剧呢?这是我们课题组一直思考的问题。我们觉得凡是称得上央视大戏的电视剧都应有经国之大美,达到“大美”的境界。能体现这种大美的电视剧通常具有三种共性。第一,符合社会、自然、艺术规律,浑然天成。符合中国的传统美德,遵循天地之大道,将生活的真谛用可信的故事娓娓道来,让观众能从中体味自然之道。第二,贴近实际、贴近生活、贴近群众,即三贴近。“真佛只说家常话”,传世的佳作经常是源于生活,而又高于生活,使观众能够产生共鸣,与剧中人物一同哭、一同笑,朴素而真实。第三是有雄浑磅礴的壮美气魄,央视精品剧常常是以大戏著称,虽然源于生活,但又有着波澜壮阔的情怀,体现泱泱大国的气度。中央电视台播出过多姿多彩的各类电视

① 引自《光明日报》2014年10月16日第1版。

剧，但称得上“国剧”的，还要数四大名著改编的电视剧、《邓小平》《雍正王朝》《湄公河大案》等大戏，正是这些精品大戏，体现了央视的品位、品牌、品质。但从近年来的电视剧市场看，电视剧的庸俗化、娱乐化倾向越来越明显，能对社会产生深远影响的精品大戏却属凤毛麟角。每年我国生产的电视剧一般在400—500部之间，只有进入前50的新剧才能引起观众的关注，也就是说只有10%的电视剧能进入一线市场，但值得担忧的是，即使是这50部剧目，真正能称得上精品的剧目并不多。提高电视剧的质量显得比任何时候都更为重要。

二、建立评价体系，力促大戏出央视

如何评价电视剧符不符合“大美”的要求，却是一个复杂的问题。“每个人心中都有一个哈姆雷特”，观众对某部电视剧的认识和职业导演、编剧显然不会一样；就算是同一家庭中的两个成员，意见也会大相径庭，这与个人修养、知识结构、生活阅历等都不无关系。电视剧的优劣如何评判仍是业界未有理想答案的关键难题之一。在本书中，核心探讨的“中央电视台的电视剧质量评价体系”力求以一套包涵定量、定性指标在内的统一标准，来衡量电视剧的质量优劣，这是一项有意义但又有相当难度的课题。

其实业界对于评价体系已经有了很多探索，比如克顿公司的“剧宝”；新媒体公司加入后，也推出了相应的评价体系，比如专注于网络电视剧影响测评的搜狐票选等。这些机构对电视剧的第三方测评都给本书的体系提供了参考和借鉴。我们课题组的组成有着自身的优势：参与者都有二十年以上的电视从业经验，多年研究电视剧市场。对于电视剧评测的方法，我们力争构建一套完整体系。从中央电视台所处的竞争环境入手，从数十个影响因素中挑选对电视剧效果影响最大的13个指标，通过科学的

采集方法进行数据验证,总结出一套科学的播前预测和播后评测体系。

我们总结出的这套体系有四个特点:

第一,完整。体系包括选剧模式和播后评价现状分析,对中央电视台、湖南、克顿公司等业内选剧模型进行广泛的调研和分析,兼顾评测流程和评测指标,从电视台实际操作评测入手,可以说是电视台对电视剧从播出到考核的一套完整思路。

第二,科学。在体系设计中,我们注意到各项指标选取的科学依据,研究过程中调研了全国30家以上的电视台,用专家赋权法选取了评价指标,使得整体研究有科学依据。

第三,开放。课题组研究形成的体系将播前选剧与播后测评有机地联系在一起,播后测评的结果可以重新注入播前预测中,使得体系随着使用时间的延伸,能够进行自我学习,在经验中不断调试,直至更为符合中央电视台的要求。

第四,专注。从经验看,每个电视台都有着独特的观众群体和平台特色,几乎没有一个评价体系能够满足所有需求。这也决定了越专注的评价体系就越准确。本书中的评价体系专注于中央电视台这个典型案例,探讨如何用几个凝练的指标来反映电视剧质量,不仅保证了体系的准确性,同时也非常值得其他电视台借鉴。如果在实践中调试,必将对电视剧市场竞争及其战略发展和管理目标提供有力的决策支持,助力中央电视台电视剧竞争力高速发展。

三、发挥评价的引导作用,以国剧为载体传扬中华文化

电视剧质量的提升绝不是靠一套评价体系就能够解决的,但评价体系可以在其中起引导作用。以评价引导电视剧的选择、播出,对于电视台

来说更多地作用在绩效评估和选剧体系上。除此之外，中央电视台要想播出“大美”之剧，同时还需要有其他的手段和途径。

国剧应该以主导市场为目标。评价虽然表达出对“大美”之剧的渴望，但制作出高品质大剧的本源还在于制作机构的水平和目标。这就需要央视在自制剧和订制剧上下功夫，以优质剧目主导市场。国剧还应以中国文化为内核，中国传统文化源远流长，在国际市场上被很多影视作品吸纳和改编，《花木兰》《图兰朵》都以中国传统故事为蓝本，中国五千年的文化是国剧宝贵的资源宝藏。国剧的诞生也需要凝聚有艺术才华的人才为队伍，讲出吸引人的故事、拍出陶冶人的高格调电视剧，都要靠有才华的人才。这些条件都是评价体系所不能解决的问题，都需要我们以弘扬中国文化为目标，集合电视剧市场的力量，共同努力。

评价体系在有限的条件下，更应发挥的是引导作用，迎合社会发展给电视剧评测不断提出的新要求。如大数据，如何能像美剧《纸牌屋》一样，利用大数据制作出符合观众需求的好剧。再如，观众对智能手机、机顶盒等新设备的使用，也要求电视台向网络输送更多、更好的剧目资源。这些因素都给电视剧评测提出了新标准，影响着电视剧评价体系的发展。电视剧市场的发展在网络经济的带动下已经进入了新的快速发展通道，如何不断地在实践中调整评价体系，给我们这些实务研究者提出了新的课题。期望能够看到在这一领域深入研究的成果不断出现，为电视剧的发展不断注入新的动力。

第一章 电视剧评价体系现状

一、业界选剧模式和播后评价现状概述

电视剧是我国最大众化的精神文化消费产品,也是我国电视行业市场化和产业化程度最高的领域。近年来,电视剧的创作、生产和播出持续繁荣发展,受到观众的普遍喜爱和社会各界的广泛关注。需要注意的是,虽然电视剧的产量很高,但质量普遍较低,粗制滥造的电视剧较多,如何选取质量较高的精品电视剧,并为电视剧制定相应的质量评价体系,从而促进电视剧产业的良性发展,是目前亟待解决的问题。

作为精神文化产品,电视剧具有其特殊性和评价的复杂性,目前我国还没有一套真正集科学、全面、权威和操作性强于一体的电视剧评价体系。本研究针对中央电视台一黄^①、八黄^②电视剧质量,以构建有效、科学和合理的电视剧质量综合评价体系为目标,为我国电视剧市场快速发展提供决策支持。

① 一黄:指中央电视台 CCTV-1 电视频道晚间黄金时段。

② 八黄:指中央电视台 CCTV-8 电视频道晚间黄金时段。

近年来,电视剧产量高、质量低已经是不争的事实。电视剧作为市场化最早的节目类型进入门槛低,导致很多电视剧制作粗糙、质量低下,无法进入正常销售渠道,导致资源浪费。这也是因为长期以来缺乏电视剧质量市场准入标准和行业标准,使得电视剧制作水准良莠不齐。面对这样的电视剧市场,一方面如何选出叫好又叫座的电视剧,成为摆在各大电视机构选片人员面前的一个难题,另一方面如何评价一部剧的好坏,也成为业内一直争论不休的焦点,常常出现专业评价和观众评价背道而驰的现象。

建立科学、专业和操作性强的电视剧质量综合评价体系,不仅可以成为各个电视机构选片的标准,同时也有利于电视剧的宏观管理。从长远来说,有利于摒弃以往以“收视率”为王的狭隘的电视剧质量评价标准,有利于正确引导电视剧的创作方向,提高电视剧制作门槛,规范电视剧制作业,有利于提高国产电视剧质量,创造出更多的电视剧精品,参与国际电视剧市场竞争。

目前,国内普遍采用的电视剧质量评价模式有电视剧播出效果预估模式和电视剧质量评估模式,即播前和播后评价体系。播前评价体系主要有专业的电视剧研究公司克顿传媒的“克顿电视剧评估模型”和各大电视台的选片机制,播后评价体系则更为多元化:有飞天奖、金鹰奖、华鼎奖等评奖模式,也有偏重于观众打分的搜狐中国网络电视剧季评,以及关注新媒体传播效果的中国人民大学月度舆情分析报告等。

(一) 播前效果预估模式

1. 电视台现行选片机制概况

在竞争激烈的电视剧采购市场,加强电视剧采购流程的科学管理、流

程再造,降低成本,提高电视节目采购的精准率,尤为必要。下面以江苏广播电视台、湖南电视台和上海文广集团三家电视台为例,详细介绍电视台选购电视剧的基本模式。

(1) 江苏广播电视台:四级审片制

江苏省广播电视总台(以下简称江苏广电)电视剧采购模式主要有两种:其一是对还未成片的电视剧进行预购,预购的质量评估方式主要是进行剧本评估,并在电视剧拍摄期间进行片场探班;其二是对成片进行采购,主要评估方式则为观看成片,然后进行质量评价。

从采购流程来看,江苏广电电视剧采购实行的是四级审片制,即采购人员初审、审片组审片、分管主任复审、主任审看。另外还有送频道或者召开观众/专家审片会议复审。对审片评价较好的剧目进行外地播出效果评估,最后形成剧目的总体评价;对有争议的剧目报总台分管领导仲裁。所有外购剧目采购在部门民主集中形成意见后报总台领导批准购买。

首先,采购人员初审主要是根据当前电视剧市场的发展动态,对未来的市场趋势作出前瞻性预测,收集制作公司的样带,提前对新的片源进行仔细预审,先淘汰一部分质量较差的剧目,只有中等档次以上的剧目才能填写预购节目审看推荐表,并注明相关片目信息、报价情况,然后进入到下一个管理流程,以便下一环节集中审片的时候腾出更多的精力重点审核。

然后是集中审片环节,这一环节是电视剧采购流程中的重要环节,对电视剧的采购决策有着直接的参考意义。该环节主要是审片组审片,有时还采用观众组审片和专家组审片的形式。

审片组审片。部门审片组制定了专门的审片管理制度,审片组成员对采购人员提供的预审节目进行集中审片,审片结束后填写个人审片意见

表,评估意见描述需要尽可能详尽、具体、客观,之后审片组组长进行审片意见汇总并反馈给部门领导。同时,部门还建立了对电视剧播出后的效果评估考核机制,以激发审片组人员的积极性和工作热情。针对每位审片人员播出前审片时出具的审片意见,结合播出后的收视率表现,每月对审片情况进行统计和评估对比考核,对审片意见与实际播出表现最为接近的人员实行一定程度的奖励。考核分为两个标准,首先根据剧目质量等级评定的A⁺(91分以上)、A(86—90分)、A⁻(81—85分)、B(76—80分以下)、B⁻(75分以下)五个等级标准进行考核,符合该类标准的再套用收视率考核,在相应质量等级标准中最接近该剧播出收视率的前二人获奖。年终时,还会对预测准确性最高的审片人员给予一定金额的特别奖励。

观众组审片。观众组审片主要是以社区观众看片会的形式同观众进行交流互动,把预审电视剧目放到一个目标观众实际收看环境中进行模拟,以获取终端消费者对剧目内在质量的看法和意见,零距离了解目标观众收视喜好和需求。

专家组审片。专家组审片是把部门审片组和社区观众看片会看过的一些重点剧目再送到专家组进行审看,专家组由有多年审片经验的专家、媒介学者和部门领导组成,他们对电视节目的深刻理解对电视剧内在的质量评估起到了很好的把关作用。

此外,还有频道联审制度和外地播出评估。频道联审制度是吸收相关频道对剧目质量的反馈意见,以书面形式予以描述。书面意见应写明对具体剧目的综合评分、具体评价及明确的购买与否的建议。外地播出评估是设计电视剧外地播出评估模型,包括本地区同期播出效果、本地区半年播出效果、本频道半年播出效果以及本频道同期播出效果考量等,由收视评估人员对预购电视剧在外地播出表现进行综合分析后,出具综合评价建议,供采购人员和领导决策。

综合以上各个严格的采购流程基础管理评价,对预购电视剧内在质量已经有了清晰的判断,采购人员据此填写申请购买推荐表,领导结合审片意见、外地收视率表现、性价比、版权期等层面的资料信息进行科学决策,决定是否购买。

(2) 湖南电视台

湖南电视台的电视剧选片流程与江苏广电大同小异,采购人员在经过电视剧信息的收集和筛选之后,与合适的电视剧制作机构接洽进行看片。然后进行集中审片,专家组、观众组、相关部门审片组以及台领导会依次进行审片,并要求频道反馈,最后作出总体综合评价,决定是否购买。对于决定购买的电视剧,还将进行相关广告收益评估和外地播出评估等两项评估,最后剧目资料归档。

湖南电视台在电视剧的评价指标上,对制作团队、剧本、资金、演员、宣传等各个维度都有所兼顾,其中导演、编剧、领衔主演、故事题材和故事情节是他们较为重视的方面。

从电视剧的管理运作来看,湖南电视台有两个整体协调和管理的部门,即大片办和节目营销中心。大片办的主要任务是电视剧的备案、协调、论证和规划工作,贯穿整个电视剧的流程。大片办每个月组织召开大片例会,对电视剧立项进行审查,防止电视剧同质化竞争,同时还负责电视剧的推广宣传。节目营销中心统一提供片源,各频道负责人来选片,电视剧购买合同都必须统一在节目营销中心签订。节目营销中心提供的电视剧片源分一、二、三等,各个频道根据收益情况决定选择顺序。节目营销中心每周安排两次选片,但会控制各频道的片源库存量,如果超量,则不允许再参加选片。

此外,湖南电视台每月会出一期电视剧资讯的内刊《大片简报》,涉及的板块有生产报告、业界情报、剧场收视、审看意见以及国外剧场、热播剧

收视等。其中生产报告包括会议精神、剧本策划进度、电视剧拍摄进度等内容;业界情报包括广电总局电视剧备案情况、电视剧制作公司的生产状况、中央电视台以及其他省级卫视的电视剧播出状况等;剧场收视包括集团下面各频道、各剧场的收视情况公示以及分析报告等;审看意见主要是大片办对湖南广电集团内部电视剧项目进行策划、剧本创作以及引进电视剧的审看等方面的意见。

(3) 上海文广集团:收视率预估

上海文广集团购片的评估体系主要包括三个方面,第一部分是专业的测评,上海文广集团影视剧中心成立了影视剧编排组,专门研究观众的喜好,分析电视剧可能的收视人群,对电视剧的时段编排等提供建议,然后对收视率进行预估,预估结果与工作人员每个月的奖金直接挂钩。

第二部分是观众测评,目前上海文广进行观众测评的方式是借鉴零售行业市场调研的方法,主要有两种:其一是传统的集中观众测试,每次针对一个剧场的收视人群结构选取样本,测试有严格的时间长度和看片数量的规定,样片的搭配和播放次序经过精心安排,同时看片过程中不允许观众讨论,看完后要求每位被访者对所有样片分别打分,分数采取十分制;其二是真实情景选片,在样本家庭中,两小时内同时播放6部电视剧,两小时内被测试者可以通过按钮随意选择观看某部剧,收看后再对被测试者做一些定性的访谈,其后,可以把测量仪记录的观众收看电视剧表现的数据和访谈数据相结合进行分析研究。

第三部分是数据对比测评,该部分主要是基于电视剧的收视人群结构、过往收视率、导演、演员以及题材等诸多要素的量化研究。

2. 研究机构电视剧评估模型概要

从电视剧预估评价体系来看,相对较为专业的是克顿传媒的“克顿电

视剧评估模型”。该模型囊括了影响电视剧质量较为重要的几个方面,包括对电视剧项目的制作班底评估、素材/梗概评估、全剧本评估、观众成片调研和专家成片评估等,其中对于制作团队和剧本的质量尤为重视(如图1—1)。



图 1—1 克顿传媒电视剧评估优化体系

除了克顿传媒之外,娱乐产业研究机构艺恩咨询也提供电视剧质量评估的咨询服务,该公司的电视剧质量评估模型主要包括两部分:其一是持续跟踪影视行业发展现状,重点分析社会热点、收视习惯、市场动向等变化趋势;其二则是对电视剧剧本和创意价值的评估,采用专家评委团盲评和地级台试播后受众评价相结合的方式来进行。

相对而言,克顿传媒的评估模型更偏重于对于电视剧本身的评价,而艺恩咨询的评估模型则主要从受众角度入手,注重观众和专家对电视剧的评价,以及对整体电视剧市场的宏观把握。

3. 现有播出效果预估模式的缺点与不足

总体而言,无论是电视台还是专业研究机构对于电视剧的播出效果