

《都挺好》大结局催泪,苏大强苏明成让观众爱恨交加 爆款不分类型,只要品质过硬

日前,家庭生活剧《都挺好》终于上演大结局。大结局比原著更温暖积极,传达了美好和希望。姚晨、倪大红的演技再一次得到称赞,郭京飞等主要演员也将角色演绎得血肉丰满,令人爱恨交加。该剧也是第一季度最具爆款相的作品,其在整个播出阶段都在互联网上引起强烈讨论,各种热搜接连不断。这部电视剧的成功表明,出爆款不分类型,只要品质过硬。

A 哪里好? 生活难题戳中观众内心

《都挺好》为何这样火?刷屏热议背后,其实是一个个摆在无数人现实遭遇中的生活难题:多子女家庭的公平问题、啃老、原生家庭、老人赡养,哪个不是直戳人心?

苏明玉的**伤** 多子女家庭该怎么平衡

《都挺好》开播引发的第一波热议应该就是苏家母亲赵美兰对女儿苏明玉的各种不公。儿子考学、旅游要钱满口答应,卖房都要支持,首先卖的就是女儿那间房。苏母的重男轻女一度让观众气得咬牙切齿。虽说后面情节对此有所解释,苏母不待见女儿跟自己没能和相好的在一起息息相关,但毫无疑问“多子女家庭中父母如何做到公平”,在二胎家庭越来越多的当下极具现实意义。

苏大强的**作** 倪大红可不只是让表情包火了

电视剧热播,剧中主演的各色表情包登场其实并非新鲜事,但能火到像苏大强表情包这样的,近年少见——“我想喝手磨咖啡”“这事儿,我想管也管不了啊!”剧中苏大强的各种口头禅制作成的表情包刷屏不说,更诱发了“倪大红的面瘫式演技”“苏大强还有多作”等一系列讨论。

首先,苏母去世后,苏大强完全就像被“解除了封印一样”,他和苏母这段“丧偶式”的婚姻,本就极不正常。现实家庭生活中,如何避免一方过于强势导致全家不和谐,值得每一对夫妇思考。其次,苏大强的确有“作”的一面,但不少观众也想问“赡养父母到底该怎么做?”,不能忽视的是苏大强的“作”的另一面其实也包含了子女该如何赡养老人的思考。

苏家子女的**病** 个个心里都有一本难念的“经”

大哥、二哥都觉得妹妹有问题,妹妹呢,则毫不留情地直言整个家都有“病”。其实《都挺好》里的苏家三兄妹可以说是个个都有“病”。从价值取向上看,小妹苏明玉的确是最被观众同情的一个,也是网友口中“三观最正”的一个。但明玉心里的“问题”观众更是一看便知。一方面,原生家庭给她造成的伤害不可谓不深:排斥、不信任家庭生活;另一方面,她内心又从来没有真正割舍过这个家。有关这个家的一切,苏明玉的心里其实一直在斗争、撕扯。表面上风光、多金的“明总”其实内心一直没有轻松过。

导演简川訦在接受采访时透露,剧版的《都挺好》相比小说进行过二次创作,“翻译”了原小说的犀利。这里面的人所有的积怨,都要学会正确面对,不能绕,不能回避,更不能躲避。



B 到底好不好 让数据来说话

《都挺好》到底好不好?记者通过对《都挺好》各方平台的热度指数的收集和分析,给这部2019年开春的优质爆款剧列出一张款值榜单。

No.1 收视新高

《都挺好》在江苏卫视幸福剧场收视创新高,3月25日CSM55城收视率破1.87%,欢网实时收视多次登顶。截至3月25日,《都挺好》在浙江卫视收视率突破2%,CSM55城收视率2.138%,连续六天蝉联冠军。开播以来,《都挺好》在各大网别收视表现持续位列前三。后期收视率上升趋势明显,单集突破1.5%以上,成为省级卫视Q1第一季度“剧王”。

No.2 豆瓣评分

开播首周,豆瓣评分8.5。全剧播完,豆瓣评分8.1,评分人数6.5万。

No.3 热搜霸屏

播出二十多天,《都挺好》登上微博热搜83次,平均每天热搜三次;日均相关话题登上五次热搜。热点话题包括:“苏明成出来挨打”“心疼苏明玉”“苏大强要跟保姆结婚”“南有苏大强”“谢广坤和苏大强同时掉进水里,你先救谁?”“苏明成嘴炮”等。微博话题阅读量超过28亿。热搜短语包括:“想喝手磨咖啡”“苏大强好娇俏一男的”“苏大强老年痴呆前兆”“苏大强又要喝天价水”“苏大强体诗句”“苏大强居然在放电”“苏大强作爹”“苏明成怼人”“苏明玉该不该和解”“苏明玉骂苏大强”……苏家三大“作男”中,倪大红饰演的作精老爹“苏大强”上热搜次数最多,微

博搜索“苏大强”,相关话题有1179条,苏大强还有专属表情包。苏明成暴打苏明玉后,郭京飞主动“微博讨饶”,江苏卫视随即邀请他接受媒体采访,微博同步产生“郭京飞求生欲”等热搜。李念面对关于“二嫂人设崩塌”的评论,主动回应,引来网友强势围观。编剧史航亮出倪大红回应“帮助郭京飞分担火力”的聊天记录,进一步引爆话题热度。《都挺好》达成与观众的双屏互动,见证爆款品相。

No.4 网络点击

截至3月26日,《都挺好》在腾讯视频网站已经达43亿次专辑播放。爱奇艺则取消了播放量显示,呈现的是“热度指数”,《都挺好》是爱奇艺当下电视剧热度榜单第一名。在猫眼网站,《都挺好》居全网热度榜第一。

No.5 话题出圈

知乎83%知友推荐;微信指数峰值最高突破3300万。粉丝营销上,《都挺好》重点围绕“作爹”苏大强和“妈宝男”苏明成展开,系列表情包、卡通让观众咬牙切齿之余,莞尔一笑。剧中人物的表情包、台词被广泛应用于网络,不仅限于娱乐行业从业者,公共场所也随处可见各色《都挺好》观剧者。江苏卫视与知乎合作,深挖剧情内核。例如将苏明玉与《欢乐颂》中的樊胜美对比,解锁“蜗牛女”这一热词。

评头论足

品质过硬 才能出爆款

过去几年的爆款剧,古装、谍战、爱情、大IP等各个类型都有,没有一部是纯家庭题材。《都挺好》的走红似乎有点不符合市场潮流,但其实它有天然的好基础,原著作者阿耐眼光犀利,笔触辛辣,揭开传统家庭中非常隐秘的一面,很容易引起话题。此外,八年前,擅长文学文本的正午阳光团队开始着手改编,用漫长时间改出来的东西,剧本上也打下了扎实的基础。

制片人侯鸿亮曾说,从商业上讲,一个项目获得成功之后,再去接着做同类项目,可能会获得巨大的经济收益,但重复这样的过程,创作就变成了生产。很显然,他排斥跟风的经验主义,这会令观众感到审美疲劳,也终究会吞下苦果。他更明白,每一次创新行为的市场之路走得异常艰难,但文艺作品的生命力就在于它没有一定之规,创新是整个行业不断前进的动力。

《都挺好》的成功再一次告诉我们,只要品质过硬,任何类型的剧都有可能火爆。因为没有一个是爆款是靠公式计算出来的,永远靠的是全部创作者的新鲜创意和脚踏实地的执行。

晚综

