

仙侠剧的高同质化陷阱： 听算法的，还是听观众的？

如果2005年出现的《仙剑》是树上刚摘的樱桃，不能饱肚却清新芬芳，2021年的仙侠剧，已经变成了中央厨房统一的樱桃奶茶：码好原料，打包传送，工业糖浆一洒，徒有其色却无其味。遗憾的是，市场现在流行的，却已经是樱桃口味无糖气泡水。

2021年这个夏天，最自带冷气的，是暑期档的剧集。就连历年的救市冠军仙侠剧，也没有带来这个体量应有的热度。

刚收官的《千古玦尘》，就是典型的“冷气”代表。腾讯S+项目（通常投资3亿起步），三金影后周冬雨担纲主演，这都是“剧王”的配置，对标显然是《三生三世十里桃花》这样曾经的爆款。

它的收视不算差，累积播放量超30亿（据猫眼数据），但豆瓣评分最终稳定在5.4（约12万人打分），是标准的有收视，无口碑。考虑到前期的投入规模，基本可以算是“扑”了，同时也终结了从2015年开始的暑假仙侠剧收视神话，业界甚至因此悲观评价：“仙侠已死”。

仙侠剧真的死了吗？

套路得人心， 还是套路失人心？

现在语境中的“仙侠剧”，更准确的说法应该是“仙侠偶像剧”。

第一个成功者应该是2005年根据游戏改编的《仙剑奇侠传1》，李逍遥、林月如和赵灵儿之间构建了一组“白月光朱砂痣”的经典三角关系，也为后来者指明了成功路径：情感红利。

接下来的成功者是2015年的《花千骨》，从此暑期档基本每年预定一部仙侠偶像剧爆款：2017年《三生三世十里桃花》、2018年的《香蜜沉沉烬如霜》、2019年的《陈情令》。而制作方显然也逐渐总结出了这一类型的财富密码：知名IP+女低男高+三生三世转世虐恋。

17年的仙侠剧进化史，总结起来就是四个字：情进侠退。

从这点上看，《千古玦尘》有资格觉得自己很冤：它完全是按照这条规律打造出来的敬业商品。

剧情结构上，刻意加重了转世虐恋的比例。原著剧情从女主角“上古”的第二世“后池”开启，也直接抛出了全书价值观“逆天改命”，男女主的行动目标是拯救苍生。

但这部分内容被直接移到了剧版18集以后，新加的前18集就是两人做上神的前世如何谈恋爱。本来是原著里几乎一笔带过的前史，仔细敷衍成篇，明显对标了《三生三世十里桃花》。

人物设定上，一个被低估的女主角（当然最后都被揭示有一个高贵身世）上古，一个表面冰山内里深情的上神男主角白玦，和《三生三世》《香蜜》《琉璃》如出一辙。

情感关系上，师徒俩从可望不可即到互相信任依恋的过程，又很有

《花千骨》中白如画与花千骨这对师徒恋的风范。

再说世界设定，仙界人界魔界杂糅，仙人们在各界之间犹如儿戏的转生重来爱上你，则已经很难找到具体的开创者，只能说是各路仙侠剧共同努力出来的“约定俗成”。

假设一定要说《千古玦尘》有点新东西，大概就是提供了一个最没有“仙女脸”的女主角——周冬雨长了一张现实主义题材脸，和整个仙气飘飘不落地的氛围堪称违和。

《千古玦尘》能立项制作，是因为前面有成功者，而它的失败，是因为前面已经有了太多成功者。

这只是《千古玦尘》的问题吗？

同期但播出更早一些的《遇龙》，成绩更加惨不忍睹。累积播放量8.79亿（猫眼数据），豆瓣评分3.7。进行比对后会发现两剧的卖点几乎一致：《千》的女主角是有上神身份却没有相配法力，《龙》的女主角就是个小小丫鬟；《千》的男主角是法力无边的上神，《龙》就是真龙王；情感走向也基本类同：男主默默守护女主三生三世，最后为她牺牲自己。就连男主们的AI机器人演技，都高度一致。

再梳理一些今年已经开机立项的仙侠项目，也还是同样的配方：杨超越主演的《重紫》，“师生恋”+“三世轮回”；鞠婧祎的《花戎》，女主凤凰转世，男主太阳神；《奔月》，男主魔神，女主是他在人间选择的祭品，又一对师徒恋……

仙侠剧高度同质化的背后，也是创新能力的逐渐丧失，和市场嗅觉的失灵。

如果2005年出现的《仙剑》是树上刚摘的樱桃，不能饱肚却清新芬芳，2021年的仙侠剧，已经变成了中央厨房统一的樱桃奶茶：码好原料，打包传送，工业糖浆一洒，徒有其色却无其味。遗憾的是，市场现在流行的，却已经是樱桃口味无糖气泡水。

比密码还善变的，是时代。比时代更善变的，是人心。

不冒险，无仙侠

研究仙侠偶像剧发展史，一定要注意一个节点：2015年。

这一年，《仙剑奇侠传1》在豆瓣的评分还只有7.9分，但自从《花千骨》风靡一时，每出一部爆款仙侠，《仙剑1》的分数就会上涨一点，一直到了现在的9.0分，也越来越成为仙侠剧不可逾越的巅峰。以至于今年传出要重拍《仙剑》，舆论一片唱衰，并不看好。

因为《仙剑1》的成功，与其说是演员如胡歌、刘亦菲和角色的完美契合度，不如说是时代需求——后者几乎不可能复制。

2005年荧屏上流行的还是古典派正剧，收视榜前三位分别是《京华烟云》《亮剑》与《汉武大帝》，带着一辈的厚重感，而伴随互联网成长的一代，一直在呼吁一部真正具有二次



元血统的作品。改编自经典游戏的《仙剑奇侠传》，正当其会。

同时，2005年也是互联网加持年轻世代力量的一年：百度上市、阿里并购雅虎中国、网民第一次破亿、超女投票成为了夏天最火热的记忆……互联网企业的上市还造就了一批财富新贵，更是强化了“王侯将相宁有种乎”的逆天改命性。《仙剑1》的穷小子逆袭记，就是给这一代年轻人造梦。

而到了2015年，互联网已经是巨头的游戏。年轻人们自嘲为“社畜”，奶茶和萌宠剧就是每日续命良药。在这样的社会心理下，以《花千骨》为代表的“神仙恋爱剧”大行其道。上神们就算经历磨难，也有天赋的美丽与高贵在保底，而恋爱也不在于磨合、追求和试探，主要来自命中注定。

但从2020年开始，随着疫情全球蔓延，不安定感增加，年轻一代自动自发降低欲望。作为触觉更灵敏的商业前哨，修仙网文类已经开始流行咸鱼抱大腿，被师父/师兄/男友带着躺赢就好。可影视剧还在“恋爱一谈几万年”，如何不显得笨重而过时？

17年仙侠剧的流行趋势的背后，其实折射的是社会公众的“集体

寻唤心理”：渴望存在却在现实中缺少的理想、感情与生活状态，需要得到满足和唤回，仙侠剧就是这个最佳载体。

最早《仙剑1》的成功，就是因为提前一步，满足了这种集体心理。它大胆尝试轻松题材，起用新人，甚至是“魔改”原著，也经历了一个很难熬的时期：从一开播被游戏粉大骂“魔改”“五毛特效”，被主流媒体批评为“过度游戏化”，甚至逼得编剧写长篇信解释自己的改编思路。

最终这种冒险获得了回报，完成了口碑逆转。

但如果今日在算法指导下重拍《仙剑》，谁能想象李逍遥从嬉笑怒骂小人物变成高贵的冰山脸上仙，谁又能想象他和赵灵儿、林月如住在中西合璧的天宫中分分合合，转世虐恋？

回到最初的问题：这届仙侠剧就这样死了吗？不，死的只会是那些不再造梦的“算法”剧。下一代的流行王冠，只会属于“冒险”之作：能够契合、回应时代与社会心理，同时又敢于引导观众去发掘未知需求。

某种意义上，这也是仙侠题材迷人的部分：探索未知，逆天改命。

据文汇报