

1 用48集讲“24小时”是否冗长？

对于艺术创作而言，“冗长”是一个相对概念。如果每集都非常精彩，悬念丛生，那么拍58集、68集，也未必不可。显然这部戏还不能达到这样一个水准，剧中的何孚、徐鹤子、葛老这些人物脉络以及第八团这条线等都可以更加凝练。甚至于当李隆基流落长安街头所遭遇的那些事情，与主题无关的，其实都可以做减法，尽管这些内容起到了改变李隆基头脑的作用。

不过当人们说起“冗长”的时候，还必须考虑这部剧的成本核算。精致的场面、众多一线影星，这部戏的成本之高是可以想象的。如果剧集过少，成本很难回来。

而集数过多还意味着宣发成本的增长，显然让观众始终保持较高的注意力，如果只靠开播时的宣传是难以为继的。这就意味着在播放时，宣传部门要花大心思去寻找运营热点来维持热度。

当导演自己往里搭钱拍摄的时候，就已经说明，这样一出大剧其实是在“赌博”。从文化产业的角度来说，降低这样的风险还是要靠一个科学的制片体系，而不是靠经验和导演在成本层面的“掌控”。



2 如何让场景和道具“循环”起来？

宏伟的长安城，精致的大唐服装服饰，甚至唐朝妇女脸上的“花黄”都成为《长安十二时辰》这个大IP下被宣传的热点话题。但是随着这部剧的结束，这些东西以及它们所带来的社会效应是否就要“马入南山”了呢？

事实上，除了可以生产后产品、用于其他影视剧的服化道以外，是否可以利用它们去拍摄《长安十二时辰》的后续剧集呢？或者在主线以外开辟支线呢？就像上文所说的那些人物故事，可以在《长安十二时辰》这个大IP下继续深挖。

3 怎么将传统文化与现代文化结合？

《长安十二时辰》所带来的一股唐朝文化流行风，是值得我们思考的。我们需要思考的不是唐朝文化本身，而是这股风是如何刮起来的。基本上说，就是唐文化作为元素搭载现代叙事。

《长安十二时辰》的叙事套路很容易让人想到美剧或者英剧，它的回溯、悬疑都不是中国传统叙事模式，而在影像风格上，人们还能看到黑泽明的影响——李隆基流落民间的化妆风格、表演风格基本复制了黑泽明《乱》里的“老国王”。

更重要的是，这样一部戏，其核心思想也是现代的。它的本质是传统文化包装下的现代城市生存“寓言”。这种表达从根本上说是具有国际化视角的。这给予人们的启示就是，传统文化的继承发展并不是仅靠修旧如旧，还是让它在一个现代话语体系发挥作用，让传统具有现代性，可能更为当代的年轻人所接受。

4 《长安十二时辰》走红能否复制？

《长安十二时辰》的走红未必能够复制。它的走红更不能意味着古装片春天的到来。

但是《长安十二时辰》的商业运营思路是可以复制的，只不过是具体执行层面的不同。从文化产业长期发展的角度来看，应该把这种思路应用到常规作品的生产之中。盲目追求爆款反而容易被“爆款”所累，忽视老百姓对文艺作品的真实需求，忽视时代对文艺的真实需求。

此外，商业模式只能是运营层面，在创作层面，精品也好，爆款也好，是需要创作者真正地走入到老百姓生活之中，做自己最熟悉的东西。

5 网络小说改编为何命运不同？

《九州缥缈录》红了开头，但逐渐为人们所忽视，《上海堡垒》没有赢票房，赢的是道歉。这都说明并不是红的网络小说就能改编为口碑好的影视作品。文化产业的核心是“创意”，《长安十二时辰》最大的创意就是“以唐文化的元素包装现代性话语”，具有文化的可延展性，这是《九州缥缈录》《上海堡垒》所不具备的。

《长安十二时辰》日前收官。从6月27日开播到现在，这部网剧用了近一个半月的时间，形成了一个“现象级”收看热潮。这部网剧无论从制作、商业运作，还是其所带来的其他社会影响，都给人留下了很多思考的空间。在收官之时，站在文化事业发展的层面，站在文化产业和文化市场的层面，探讨一下这部剧所带来的启示，远比仅仅去宣传或者“包装”几个演员，乃至宣传一个企业，更具有意义。

《长安十二时辰》引发的九个沉思



6 演艺圈如何摆脱“流量”束缚？

固然易烱千玺的表演并不像宣传的那样完美无瑕，与剧中老戏骨相比也有一定距离，但是他在表演上给予人们的惊喜是不可否认的。不得不说的是，在这部戏里，易烱千玺的舞蹈才能、“鲜肉”气质完全没有发挥出来，而这恰恰是他能在这部戏里成功的因素。

在“鲜肉”保鲜期越来越短的时代里，演员如何真正地通过剧集让自己保持常青？最简单

的法子就是放弃皮囊，融入到作品之中。从艺术创作角度来说，影视永远是导演的艺术，表、美、摄、录永远是导演所调度的元素。

当“流量”已经逐渐让观众所呕吐的时候，当脑残粉大肆吞噬着人们对“鲜肉”信心的时候，影视艺术回归导演本位，让流量明星变成实力派，才能摆脱人们对演艺圈“流量”的偏见，也才能发挥他们最大的“引流”作用。

7 “文化+旅游”方式或可借鉴

“长安”随着“十二时辰”火了，相应的“水盆羊肉”“火晶柿子”也火了，这也势必会给涉及的地区旅游带来商业机会。

当前，“文化+旅游”方兴未艾，成为推动地区经济发展的一个新思路新模式。而地方政府如何能够借《长安十二时辰》之势推广当地旅游资源，反过来企业如何将文艺作品下沉，帮助地方政府拓展旅游资源，这是文化工作者和旅游工作者应该关注的。

一段时间里，个别地区把“文化+旅游”变味成“用文艺作品吹捧本地”或者“用文艺作品演绎本地伪历史”，似乎只有这样才能增加本地区的文化附加值。但其实本末倒置，反而结果不如预期。

而现在文化企业也好，科技企业也好，都有下沉的需要。在文化+旅游上，地方政府与这些文化企业不如进行真正的合作，以文化市场的繁荣来引领旅游市场的繁荣，这要比一些命题作文强。

8 “套路”与“类型”该怎么看？

无论电视剧还是电影，中国的影视工作者总有一种拒绝“套路”与“类型”的习惯。但是人们不能否认“套路”与“类型”的强大生命力，而随着好莱坞电影的全球化，随着互联网影像产品的盛行，“套路”与“类型”越来越被人们所接受，它们是影视工业化的必然结果。

“套路”与“类型”并不意味着限制艺术工作者的创造力，而是对艺术工作者创造力的考验。实际上，导演和编剧需要考虑的是如何让

不同的套路和类型实现“蒙太奇”。如何在既有的套路和类型上做“加法”和“乘法”。

就像《长安十二时辰》，人们固然关注“悬疑”，但真的以为观众不知道这些悬疑的套路吗？实际上附着于这个套路上的命运、主创思想、触及灵魂的画面乃至场外的种种话题都可以为大家所津津乐道。这也是互联网时代人们观影的特点，这与在电影院或者电视上看一个故事是完全不一样的。

9 独立于商业的艺术批评重要吗？

《长安十二时辰》的背后，人们可以看到强大的商业因素。而其商业运作的背后，更是强大的资本话语。资本显然是逐利的，“资本话语”也必然躲不过逐利性。显然，这对于老百姓来说，特别是老百姓的审美来说，具有误导的可能。

实际上，这不仅是《长安十二时辰》，也存在于其他的一些商业文化作品中。因此，社会需要

独立于商业或者资本的艺术批评体系，对过于强大的资本话语进行纠偏。从美学、艺术学、社会学等角度，从公益性的角度，从艺术普及的角度，无功利地帮助老百姓分析艺术作品，提高艺术品位。而这样做也有利于文化企业不断校正自己，让文艺作品的审美性和社会性更为发挥。

据《北京青年报》