

《三十而已》《有翡》相继出海 国产剧在海外有多火？

最近有消息称,韩国电视台JTBC将翻拍国产剧《三十而已》,《有翡》《流金岁月》也有望在韩国播出。1月初,《大秦赋》也登陆国外的YouTube热播剧场。

距离《媳妇的美好时代》走红坦桑尼亚过去近十年,国产剧“出海”已不再是遥远的传说。

近几年来,国产剧大批量“出海”,很多热门剧目都已远销海外。“出海热”背后,国产剧播出效果如何?

国产剧“出海”都到了哪里?

“我最近才刚开始看中国的奇幻电视剧,然后我马上就着迷了。这不是我看的第一部,但在场景、服装、特效、打戏以及表演方面都绝对是最好的一部。”在美国最大的互联网电影资料库IMDb上,有国外网友如此评价国产剧《香蜜沉沉烬如霜》。

像这位网友一样,很多外国人正通过电视剧了解中国。想当初,《甄嬛传》走出国门时一度在网上引起轩然大波。现如今,国产剧同步在海外播出已成为普遍现象。

据广电总局相关负责人2019年透露,电视剧是当前中国电视节目国际传播中最主要的节目类型,占全国电视节目出口的比重约70%,已出口到全球200多个国家和地区。

国产剧“出海”,都播到了哪里?其中,最常见的是国外的电视台,包括韩国、日本、马来西亚、蒙古国以及阿拉伯地区、非洲、澳洲等的电视台。

韩国有专门播放中文节目的中华TV、CHING等,此外,MBC、KBS、ChannelA等韩国主流电视台也都播过国产剧。除引进《隐秘的角落》《延禧攻略》《亲爱的,热爱的》等爆款剧目外,近年来韩国还引进了一些非大热剧目,如《天岳之白蛇传说》《人间烟火小厨》《今夕何夕》等。韩国电

视台对于国产剧的改编也在增多,《步步惊心》《致我们单纯的小美好》都被改编为韩剧。

相比之下,日本电视台引进国产剧数量没那么多,不过,日版“中二十足”的翻译常在网上引发热议。比如《延禧攻略》翻译为《璎珞~紫禁城燃烧的逆袭王妃~》,《甄嬛传》译为《宫廷争霸女》等。

国产剧“出海”的另一大去向是海外各大互联网平台,如美国流媒体平台Netflix、美国视频网站YouTube、Hulu,以及播放大量亚洲节目的视频网站Viki等。

前几年,Netflix曾采购过《甄嬛传》《琅琊榜》《白夜追凶》等多部优质剧目,“Netflix引进”一度成为品质的象征。近些年,为吸引更多亚洲用户,Netflix对国产剧的引进也开始加速,仅这两年就收入了《陈情令》《琉璃》《下一站是幸福》《三十而已》等多部剧。

Viki则与中国国际电视总公司、华录百纳、华策影视、传影人影视等多家中国影视公司展开合作,这使得国际观众也能收看丰富的中国电视剧,既包括《红楼梦》《还珠格格》等老剧,也包括《以家人之名》《锦衣之下》等新剧。Viki更针对亚洲市场,有大量韩剧、中剧资源。



前几年,Netflix曾采购过《甄嬛传》等多部优质剧目。



国产剧出海 哪些最受欢迎?

这么多国产剧在海外播出,效果如何?哪类剧最受欢迎?

从地域来看,国产剧在亚洲,尤其是东南亚地区仍有着较强的竞争优势,而且近几年的影响力也在逐渐上升。同时也开始走出亚洲,向中东、拉美、中东、非洲等国家和地区不断拓展。

在越南的视频网站BiluTV和FPT Play上,国产剧几乎占据半壁江山。在BiluTV实时排名表上,国产剧占据过半席位,包括《有翡》《百岁好,一言为定》《如意芳霏》《狼殿下》《上阳赋》等剧目,其余为韩剧和越南本土剧。

根据谷歌搜索数据分析,在2020年马来西亚的影视方面热搜TOP10中,除了《法证先锋4》《使徒行者3》《机场特警》,还有大热的《青春有你2》以及《三十而已》。2019年还有《亲爱的,热爱的》和《全职高手》。

不过,在亚洲地区,国产剧仍面临着韩剧这一强大的对手。在国外评分网站MyDramaList的热门电视剧中,韩剧占相当一部分,其次是中剧、日剧和泰剧。

从日本影评网站Filmmarks上的剧目数量,也能看出日本对于各国电视剧的接受程度。其中美剧最多,其次为韩剧、英剧、加拿大剧,然后是中剧。

不过,近年来中国电视剧的数量在逐步提升。去年,日本NHK电视台还曾破例在黄金档播出《皓镧传》,《隐秘的角落》也将在1月登陆日本。

国产剧影响力增大,很大程度上是由爆款剧目带动的。比如《步步惊心》《甄嬛传》《琅琊榜》《延禧攻略》《陈情令》等。2018年,《延禧攻略》还曾登顶谷歌全球电视剧热搜榜榜首。乍一看,似乎受欢迎的都是古装剧?不得不承认,古装、武侠一直是中国影视作品最有竞争力、最标签化的类型,古装剧也是国产剧“出海”的一大主力。

不过近几年来,“出海”的现代剧越来越多,既有反映中国普通生活的现实题材作品,也有爱情剧、悬疑剧。

在有关机构整理的国产剧YouTube播放量前20中,一半为现代剧,

包括《微微一笑很倾城》《杉杉来了》《何以笙箫默》《欢乐颂2》《都挺好》《我的前半生》等。

上海尚世影业相关负责人也曾表示,在2019年透露,近三年“中国联合展台”共推介电视剧作品数量约170部,其中,现实主义题材电视剧(包含爱情与剧情)占比62%,古装剧目占比34%,冒险奇幻剧目占比4%。

作为最受国际市场欢迎的类型,爱情剧也已成为中国国产剧出海的一大优势。在视频网站viki上的所有中剧中,评论较多的大多是爱情剧,如《致我们单纯的小美好》《微微一笑很倾城》《夜空中最亮的星》《我的奇妙男友》等。

在MyDramaList的热门剧目中,除了《陈情令》《琅琊榜》等古装剧,还有《以家人之名》《全职高手》《我只喜欢你》《亲爱的,热爱的》《战长沙》等家庭、电竞、爱情以及战争题材的作品。

此外,像《小别离》《小欢喜》《三十而已》等反映普通人生活焦虑与困惑的作品,也得到了很多国外观众的共鸣。

从“借船出海”到“造船出海”

国产剧“出海”越来越多,背后还离不开各方的推动和努力。在“出海”方式上,国产剧正从“借船出海”走向“造船出海”。

一方面是来自官方的支持。国新办和广电总局共同设立“中国联合展台”,组织国内机构参加在全球范围内具有影响力的影视节展活动,推动中国影视作品走出去。

2017年,中国国际电视总公司发起成立“影视文化进出口企业协作体”,吸引正午阳光、慈文传媒等几十家影视公司参与,助力影视作品抱团出海。第二年,“协作体”成员在海外播出的节目就达到四百多部,其中78%在国内首播后一年内即实现了海外播出。

此外,“丝绸之路影视桥工程”、中阿卫视也推动中国影视剧在蒙古国、阿拉伯地区上星播出。《父母爱情》在蒙古国重播近10次,《生活启示

录》《辣妈正传》等也在该国屡破收视纪录。

另一方面,国内视频网站技术的“出海”也加速了内容的“出海”。2019年6月,腾讯视频面向海外推出流媒体服务平台WeTV。第一站是泰国,随后在印尼、菲律宾和马来西亚等国家和地区落地。目前WeTV用户覆盖国家和地区数已达110余个。

WeTV上也有韩剧、泰剧、印尼剧等,但主要是国产剧。除了向外传播国产剧,WeTV还致力于本土化,比如与泰国3台合作,买下其旗下泰剧的网络播权。同时,腾讯还收购了东南亚市场排名前列的马来西亚流媒体平台iflix。被腾讯收购后,iflix在首页增加了WeTV的专门频道,一些国产剧也登上iflix的首页推荐。

爱奇艺在东南亚地区的业务也在逐步铺开。2019年,爱奇艺国际版

登陆马来西亚,还与马来西亚媒体品牌Astro合作,在当地建立爱奇艺高清电视频道。此外,爱奇艺还聘用了Netflix的高管来拓展海外业务。

东南亚流媒体市场之争愈演愈烈,近日,B站也在泰国和马来西亚发布当地语言版本,推动二次元内容“出海”。

随着平台拓展,未来国产剧走出去也将更加便利。不过,如同爱奇艺创始人龚宇所说,中国文化输出到世界,责任仍很艰巨。

先不说中国电视剧的国际份额和出口规模仍比较低,有待进一步提高。单说国产剧走出去之后,如何真正走出去、真正产生影响,仍然是一个课题。这中间要克服市场、翻译、文化差异等诸多困难。不过可以明确的是,不管观众是谁,最重要的基石还是作品本身的质量。



《大秦赋》海外播出视频截图。



《隐秘的角落》韩国预告视频截图。



《父母爱情》在蒙古国重播近10次。