

《开端》海报



《人世间》海报



《山海情》海报



《大江大河2》海报



## 多平台2022大剧片单出炉

《幸福到万家》即将上线

文/海南日报记者 徐珊珊

日前,爱奇艺、优酷和湖南卫视芒果TV双平台等纷纷公布2022大剧片单,一大波精彩好剧将向我们袭来。

今年上映的《人世间》《心居》《亲爱的小孩》《猎罪图鉴》等精彩剧集,让爱奇艺获得口碑收视双丰收。近日发布的爱奇艺“快乐狂想绿色专列”2022大剧片单显示,众多体现时代旋律、展现万家灯火的现实题材大剧仍是该平台布局的重点,具体包括张译、张颂文主演的《狂飙》,赵丽颖、欧豪、李光洁主演的《野蛮生长》,李易峰、宋轶、冯德伦主演的《暗夜行者》,全景式描绘中国刑侦辉煌历程的《我是刑警》,展示80后一代人蜕变与成长的《龙城》,关注养老问题的《老家伙》等时代好剧。



《狂飙》海报

近日发布的2022优酷大剧片单显示,赵丽颖等人主演的《幸福到万家》,邓家佳、张新成主演的《回廊亭》,杨紫、成毅主演的《沉香如屑》等好剧即将上线。此外,2022优酷大剧片单还包括《安乐传》《长月烬明》等东方传奇故事,《她们的名字》《打开生活的正确方式》等温暖现实故事以及热血英雄赞歌《我们的西南联大》《冰雨火》等。



《幸福到万家》海报

2022湖南卫视芒果TV双平台大剧片单近日发布,包括《落花时节又逢君》《长安十二时辰2》《男频当行》《那些回不去的年少时光》《张卫国的夏天》等精彩剧集和综艺片单《声生不息·宝岛季》等。

# 国剧出海正当时

文本刊特约撰稿 张冬梅

近期,《余生,请多指教》《重生之门》等多部不同题材国产电视剧相继在海外播出,国剧“出海”这一话题再次引发热议。回顾近年国剧“出海”历程,虽然古装题材仍占据较大比重,但随着《人世间》《开端》等走向海外,国剧“出海”逐渐呈现出作品类型更丰富、风格题材更多元、制作水准更精良等特点。

从零星“出海”到大批“出海”

国剧“出海”并不是新鲜事。回望过去,许多国产经典好剧早已在海外上映。1986年版《西游记》、1994年版《三国演义》等是最早“出海”的国产剧,曾在亚洲引发观看热潮。不过,当时的国产剧出口数量稀少且类型单一,未能引发更大关注。2010年后,以《步步惊心》《甄嬛传》《琅琊榜》为代表的古装剧风靡海外,这些古装剧的人物塑造与中国式东方审美意蕴水乳交融,制作精良、剧情紧凑,成为国剧“出海”的一个重要里程碑。此外,《媳妇的美好时代》《欢乐颂》在非洲上映,悬疑剧《白夜追凶》上线Netflix(奈飞),不仅象征着国剧“出海”迈出了东南亚“舒适圈”,也意味着越来越多海外观众正在关注中国老百姓当下的现实生活。2019年,古装剧《陈情令》登陆Netflix,在美洲、欧洲以及东南亚地区等地播出,引发热议。另一部古装剧《长安十二时辰》在国内刚开播不久,便在Amazon(亚马逊)和YouTube(优兔)等平台以付费的形式在北美地区上线,海内外几乎同步上线说明了海外平台购买中国国产剧集版权的步伐在加快。今年以来,国剧“出海”更是捷报频传。大热的年代剧《人世间》开拍仅一个月,迪士尼就买下该剧的海外发行权。“无限流”网剧《开端》被韩国引进并于4月在Netflix播出。据不完全统计,最近一个月,至少有20部国产剧或在海外上线开播,或是宣布已被海外平台购入版权。《你是我的城池营垒》《余生,请多指教》《雪中悍刀行》等多部剧集被韩国引进,《斛珠夫人》《御赐小仵作》《王牌部队》登陆日本,《重生之门》在马来西亚开播,《与君初相识·恰似故人归》在非洲播出,《且试天下》登陆Netflix并将陆续在全球190多个国家和地区上线。

从一枝独秀到百花齐放

一直以来,中国的古装剧和历史剧凭借鲜明的文化辨识度、独特的东方美学风格备受关注,成为国剧“出海”的主力军。近两年来,国剧“出海”的特点发生显著变化:不仅剧集数量越来越多,剧集类型也越来越丰富,不再局限于古装剧,而是呈现出悬疑、甜宠、都市、古装、年代等多剧种类型盛放的格局。高质量现实题材电视剧,反映当下生活的中国故事,逐渐受到海外市场关注,成为引领国剧“出海”的新潮流。在2020、2021年度国家广播电视总局评审的优秀海外传播作品中,10部入选电视剧中有7部为现实题材,分别是《山海情》《大江大河2》《理想之城》《我在他乡挺好的》《在一起》《三十而已》《以家人之名》。贴近现实生活,讲好中国故事。越来越多兼具本土表达与国际视野的现实主义题材国剧“出海”又“出圈”,成为展示中国社会巨变的生动窗口。其中,《山海情》聚焦脱贫攻坚成果,展现了中国人民摆脱贫困落后、追求美好生活的决心与行动;《大江大河2》以改革开放时代的变迁为背景,描绘了一幅改革浪潮下实践者的浮世绘;《三十而已》呈现了当代都市女性追求独立、活出自我、寻找人生价值的精神理念;《理想之城》《我在他乡挺好的》则讲述了年轻人不断奋斗、追求梦想的故事。

展示真实、立体、全面的中国

目前,国产剧在亚洲已实现常态化“出海”,尤其在韩国、越南、泰国、马来西亚、新加坡、日本等国拥有较为稳定的市场和受众。虽然国剧“出海”形势喜人,但仍面临不少挑战:一是如何冲出亚洲文化圈,走向更广阔的国际市场;二是在跨文化传播的背景之下,打造具有全球影响力的现象级剧集。有研究表明,受众更倾向于接受与本土文化相接近的文化产品。面对中国电视剧的“出海”,深受儒家观念影响的东南亚观众对于中国古装历史剧具有较深的认同感,因而中国历史题材古装剧在亚洲市场更为风靡;欧美国家观众偏好脉络清晰的故事走向,因而叙事精巧、节奏感强的犯罪悬疑剧更贴近他们的偏好;非洲人的社群观念较强,反映中国现代家庭伦理关系的剧集在非洲更占优势。在跨文化传播背景下,如何克服文化差异是国剧“出海”的一个重要命题。国剧“出海”的背后是文化“出海”,目前尚缺乏具有全球影响力的现象级剧集,未来依然任重而道远。有专家建议,在不断开拓和建设国际传播渠道、提高中国故事的到达率和影响力的同时,也要把握好创作基调,打造融通中外的新叙事、新表达,更好地展示真实、立体、全面的中国。