

“上海出品”优质剧持续圈粉海外

助力国产剧加快打开全球消费市场

对于国产剧，“走出去”始终是近些年的主流话题之一。而今年，“上海出品”交出了一张进阶版的“出海”成绩单。

励志体育竞技剧《超越》曾在北京冬奥会前预热国内荧屏，此后半年多时间，两代中国短道速滑运动员的拼搏故事陆续从亚洲走向北美洲、欧洲、大洋洲、非洲，实现了海外电视台、国际流媒体、国内平台海外端的全媒体覆盖；青春励志剧《二十不惑2》正在内地与奈飞同期播出，《二十不惑》系列由此达成了奈飞成系列购买中国国产剧的第一单；今年3月曾在国内首播时兼收口碑与热度的刑侦剧《猎罪图鉴》已在美国、日本、韩国、新加坡等地打开市场，其中美国流媒体平台Viki能以200多种语言字幕满足不同国家和地区的观众需求；韩国主流电视台jTBC和越南最大电视台VTV都已着手翻拍《三十而已》，其中韩国电视机构还是第一次翻拍中国内地都市剧。

“全媒体”“第一单”“首次”……这些关键词背后，是上海柠萌影视传媒股份有限公司的优质内容在新一轮“走出去”过程中实现的文化输出。从铺内容到卖版权、从单剧突破到布局海外IP战略，这批内容出海不仅把中国故事讲给世界听，还凭借过硬的品质在消费领域打开了空间。柠萌影视在扩大自身品牌影响力过程中，正助力“上海文化”标识度彰显，助力可信、可爱、可敬的中国形象更鲜亮。

剧集成系列、跨媒介发行，以持续输出提升文化认同、情感共鸣

过去，国产剧“出海”的主角一直是古装剧，“走出去”的平台也以电视媒介为主。但这一局面已发生了扭转。在柠萌的出海片单里，随着优秀现实题材剧作的比重增加，尤其是现实题材成系列发行，整体已显现出题材多样化、类型多元化的趋势；传播渠道也呈现了电视台、流媒体、社交平台等跨媒介发行的广覆盖。

仅2021年夏天至今，青春竞技剧《陪你逐风飞翔》、都市家庭伦理剧《小敏家》、励志体育竞技剧《超越》、单元探案剧《猎罪图鉴》、新鲜上线的青春励志续作《二十不惑2》和悬疑剧《胆小鬼》，多部现实题材剧集都已成功销往国际市场的全媒体平台。在此过程中，越来越多剧集的国际发行与内地首播时间差趋向于“零”。

颇为典型的案例属于《二十不惑》系列。8月1日起，《二十不惑》第一部在奈飞各地区陆续上线；8月21日，《二十不惑2》在奈飞登场，海外用户不仅能与内地同步，第一时间观看到最新的中国国产剧，并因系列剧接连上线得到升级的追剧体验。目前，《二十不惑》系列已在奈飞多个地区的TOP10榜单上持续霸榜。作为国际最大流媒体平台，奈飞这是第一次成系列、多季购入现实题材的中国国产剧，并推出多语种翻译。不只是奈飞一家，另一家国际一线流媒体平台Viu和马来西亚的电视平台Astro也预购了《二十不惑2》的播出权。与此同时，继《三十而已》之后，《二十不惑》系列进一步撬动难度系数向来不小的韩国市场，其播出权不仅被奈飞相中，还被韩国电信下属内容平台KT Alpha购买，将于近期排播。至此，《二十不惑2》的播出已形成了海内外“零时差”、国际“双主流平台”成系列同步联播、海外单一地区市场跨媒介矩阵上线的态势，大大增加了该剧的国际影响力。没有所谓超豪华阵容，也没有巨额投资制作，《二十不惑》系列能在国际市场斩获如此亮眼的成绩，这在近年的现实题材剧集出海中是



都市家庭伦理剧《小敏家》、励志体育竞技剧《超越》、新鲜上线的青春励志续作《二十不惑2》和悬疑剧《胆小鬼》等多部现实题材剧集都已成功销往国际市场的全媒体平台。

很少见的。

北京师范大学文化创新与传播研究院副院长、教授杨越明认为，当国产剧将镜头对准现实生活中的中国人，表现他们在与自我困境、人性弱点抗争中的个人成长和人生历练时，剧中的故事、人物、情感与海外观众的生活经历和感悟产生呼应，就容易引发对于当代中国社会的熟悉感、亲切感。

进而可见，在《三十而已》“走出去”时，“女性的社会意识觉醒”便成为国外观众热议的焦点；如今《二十不惑》系列触发的则是青年人从校园到职场、从20岁到25岁年龄段的人生态度大讨论；而从三十岁的女性心事到二十这一代的青年群像，以年龄为线索的系列剧集为更多国际友人感知与了解当代中国人的工作与生活提供了路径，以情感共鸣获得了更多文化认同。

不断扩大国际“朋友圈”，通过与平台深度合作共同开发原创内容

长期以来，销售播映权是国产剧走出去的最主要方式；针对不同地区受众的观赏习惯和文化差异来调整出海方向，则是国剧出海的重要策略。而今，国产影视剧和海外市场机构合作的范围和方式都在悄然改变。

冬奥相关题材《超越》的国际发行清单里，赫然列有超过13家不同规模、不同地区的发行机构，触达观众人群覆盖了亚洲、北美、欧洲、大洋洲、非洲。在学者看来，中国主旋律题材如何做到“墙内开花墙外香”，一直是“华流”出海的重要命题。《超越》能实现多地区、多平台的广域覆盖，既是内容的胜利，也得益于渠道的优势。内容上，《超越》以小见大，将少女陈冕及其父辈的两代运动员冰雪筑梦，折射了冰雪运动在中国近40年艰苦而辉煌的发展历程。渠道上，柠萌近年来不断扩大国际合作的“朋友圈”，今年新增多家海内外电视台以及流媒体平台合作伙伴。最终，这个曾在北京冬奥会前夕引发中国观众共鸣的主旋律剧集，凭其青春外衣包裹

下的拼搏内核、代际叙事中蕴藏的成长母题，在拓宽的出海航道中抵达更多受众，同样激发了国外观众的代入感与“燃感”。

《小敏家》和《三十而已》《猎罪图鉴》的出海轨迹则代表着另两种值得一书的典型模式。

《小敏家》敏锐捕捉到了“中年情感”这一当代热点话题，并以制作方一以贯之的温暖现实主义完成了一次品质剧创作，高品质内容吸引了全球头部平台。去年深秋，Disney+亚太区服务启动仪式上，华特迪士尼宣布购入了《小敏家》除中国大陆以外的全球版权，并将其列入该亚太区华语时装剧的首播名单。彼时，《小敏家》甚至尚未开播。

《三十而已》《二十不惑》《猎罪图鉴》等剧，在“播出去”的基础上，还成功地“卖出去”，即在内容出海的同时还叠加了模式出海。据悉，这三部剧集的海外多语种翻拍都在高速推进中。其中，《三十而已》韩国版被曾经制作过《天空之城》《梨泰院》《夫妻的世界》等大热剧集的高国民度电视台jTBC买下翻拍版权，越南版的买方VTV也是该国最大电视台。

这意味着，通过加深与国际一线平台的合作，柠萌影视不仅把自家制作的国产剧内容销往国际市场，还将以剧集模式逐渐影响国际市场的内容制作，通过与平台共同开发原创内容，在亚太乃至更广泛的市场推出更多“××版《二十不惑》”“××版《猎罪图鉴》”，让我们的国产剧也成为国际市场翻拍的资源宝库。

在经济全球化的大背景下，文化交流日益频繁，国际市场对于中国电视剧仍是一片值得深度开发的“蓝海”。特别是随着互联网平台的迅猛发展，跨文化的影视消费渐成常态，生逢其时的中国影视犹如一股清泉，加速汇入国际交流合作的洪流之中。柠萌影视董事长苏晓说：“秉持着‘人塑内容，内容塑人’的使命愿景，柠萌影视将持续开拓新的国际市场，了解海外受众的内容需求和观后反馈，通过影视剧不断输出中国文化，弘扬优秀的传统文化，展现中国的时代精神和风貌。”

据文汇网