

国产剧集：多元传播 海外圈粉

呈现良好态势

在国家扶持、新媒体技术赋能和影视制作水平升级等多重因素的作用下,如今,国产剧集的海外传播规模持续扩大,成效日益显著。

近年来,中国与俄罗斯、美国、新加坡等国家和地区合拍了《莫斯科行动》《长河落日》《被风吹过的夏天》等一系列优质剧集,进一步增进了内容生产方面的交流合作;《以家人之名》《三十而已》等热播国产剧集被土耳其、泰国、韩国、越南、日本等翻拍,强化了“中国IP”的海外输出。通过优质内容的国际传播,中国影视文化的海外影响力持续增强。

今年上半年,国家广播电视总局网络视听节目精品创作传播工程扶持项目《我的阿勒泰》哈萨克语配音版登陆哈萨克斯坦7频道黄金档;爱奇艺推出的《烈焰》在其海外平台爱奇艺国际版荣获热播榜第一名及多个国家和地区的人气周榜第一名;优酷推出的《新生》登顶全球流媒体平台奈飞日榜……在国家主管部门与民营企业共同努力下,国产剧集深耕“一带一路”共建国家,同时通过爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果TV等国内主要视频平台和奈飞、亚马逊Prime视频、迪士尼+等海外视频平台,在全球五大洲实现了更为广泛、有效的多层次传播。

拓展传播渠道

在互联网时代的多元化传播格局下,国产剧集的国际传播呈现平台化趋势。流媒体平台打破了传统剧集传播形式在内容、时间、区域等方面的限制,非线性的传播模式赋予剧集消费者极大的自主选择权,在网络空间形成了全球性的剧集市场。这种由流媒体平台塑造的传播生态带来国际文化传播的新趋势,非英语国家的剧集开始反向输出到欧美主流国家市场,也拓展了国产剧集的海外传播渠道。

更多民营企业和媒体平台通过更加灵活多元的方式加入国产剧集的海外传播,共同放大传播声量,开拓国际市场。例如东阳正午阳光影视有限公司几年来制作出品的《父母爱情》《山海情》《乔家的儿女》《开端》等一系列口碑之作,均在海外受到欢迎。

流媒体平台上,个体受众在文化传播方面的作用越来越大。通过平台,剧迷实时发表评论,自发地向网友

今年7月,在主要提供亚洲影视资讯和社区交流的网站MyDramaList,《琅琊榜》《开端》《庆余年》《月生沧海》《当我飞向你》等29部国产剧集登上全球评分总排行榜前100名,其中《琅琊榜》《庆余年》分列第6名和第12名;在全球最大的互联网电影资料库之一IMDb,《去有风的地方》《以家人之名》《苍兰诀》《繁花》等国产剧纷纷获得8.2分以上的高评分。近年来,制作精良的国产剧集在国际影视交流网站上的评分普遍上涨,在全球范围内积攒了良好口碑。

随着各类题材剧集的竞相出海,都市生活剧和青春剧表现亮眼。今年第一季度,《脱轨》《别对我动心》《在暴雪时分》在抖音海外版TikTok上的播放量均在约7亿以上;截至7月8日,《玫瑰的故事》和《你比星光美丽》在TikTok上的播放量分别达到4.43亿和2.13亿,评论区的语言包括英语、越南语、泰国语等。强话题性的新颖题材使海外观众在社交平台对国产剧集展开热烈讨论。

国产剧集爆款频出,产业链延展,而互联网的资源共享特征加强了国与国之间的文化交流,国产剧集的国际传播矩阵不断扩容,深受海外观众青睐的优质国产剧集逐步抢占国际市场。

进行内容推荐和剧情讲解,对潜在观众转化为实际观众起到积极作用。在这一过程中,海外华人群体对国产剧集在国际市场的受众格局产生了较大影响。

根据国务院侨务办公室公布的数据,2023年,海外华侨华人总数已逾6000万,分布在世界近200个国家和地区。海外华人不但是国产剧集的重要受众,而且作为文化中介,为国产剧集的海外传播提供了桥梁,尤其提高了国产剧集在社交平台的本地推广效率。例如《在暴雪时分》讲述男女主人公在异国他乡邂逅相爱的故事,引发中国留学生热议,在海外地区取得较高收视率和关注度。今年第二季度,《承欢记》激发海外华人对国产剧集进行解说评论和二次创作的热情,实现相关传播内容的本地化衍生,TikTok播放量高达4.66亿,充分发挥了社交平台口碑效应的传播潜力。

创新出海路径

国产剧集作为讲述中国故事、传播中国声音、阐发中国精神、展现中国风貌的重要载体,在多元化的海外传播渠道中走出创新路径。相关单位在平台搭建、题材类型等方面开拓创新,扩大了中国影视文化的影响范围,展示了真实、立体、全面的中国。

目前,爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果TV等视频平台已覆盖超过100个国家和地区,实现了国产剧集在海外

市场的自主传播。这些视频平台普遍采取因地制宜的发展策略,产品设计和内容策划注重结合不同地区的文化特征和市场需求,通过本地化助推自身海外建设,为国产剧集的海外传播构建强大的平台基础。例如爱奇艺国际版支持10种语言,针对不同语言进行了界面设计和推送内容的专属策划。爱奇艺相继在泰国、马来西亚、菲律宾、印尼等国家和地区设立处理本

2024年上半年,《庆余年》第二季、《在暴雪时分》《我的阿勒泰》《新生》《与凤行》等国产剧集在全球范围内收视、口碑双丰收,展现出强劲的海外市场竞争力。

随着海外传播格局的多元化发展,逐步实现量质提升的国产剧集积极拓展国际市场,海外影响力日渐增强。同时,国际传播新格局也为国产剧集带来新机遇。



图1：《我的阿勒泰》海报。



图2：《庆余年》第二季海报。



图3：《新生》海报。



图4：《在暴雪时分》海报。

本文配图均由出品方提供

地化运营事务的办事处或海外团队,并于2021年在马来西亚、泰国、越南等国家成为下载量最大的流媒体应用。

从国际剧集市场现状来看,海外主流视频平台用户在提升剧集全球影响力方面的作用不容小觑。近年来,国产剧集出品方高度重视海外视频平台,及时、主动地将优质国产剧集推入海外平台用户的选择范围。例如2023年现象级剧集《漫长的季节》于同年10月在奈飞开播并取得良好效果,尤其在韩国引起强烈反响。该剧先后获得第28届釜山国际电影节“2023亚洲内容大奖&全球流媒体大奖”最佳导演奖,第18届首尔国际电视剧大赏最佳迷你剧奖和最佳男演员奖,成为国产剧

集出海的成功示范。

在当今国际影视市场,充满想象力的奇观性剧集受到全球观众热捧。一些国产剧集也通过展开关于当代中国和未来中国的想象,在国际市场收获庞大的观众群体。例如2022年上线的《开端》讲述两名主人公在公交车上不断经历时间循环,阻止恶性事件发生并寻找真相的故事,在MyDramaList上的评分高达9分;2023年上线的《三体》讲述人类抵抗外来文明入侵,构建了融合科幻想象与中华哲学的宇宙文明图景,在IMDb上的评分为7.7分。国产剧集不断在国际传播中发挥中国文化想象力,以创新理念塑造了可信、可爱、可敬的中国形象。

来源：人民日报海外版