主管总编辑助理 齐琳 主编 卢扬 美编 李烝 责校 刘凯晶 E-mail：hellobbt@163.com

发行、翻拍两不误 国产剧出海正当时

影视剧《余生，请多指教》在亚马逊上线的消息正在当下引得人们热议纷纷，《与君初相识》继被泰国、韩国收购版权后，三出国门定档非洲《下一站是幸福》泰国版开拍等更多国产剧走出国门的消息，更是将这波出海潮掀起至更高的热度。不可否认的是，近年来国产剧出海的步伐正逐渐加快，无论是古装历史剧、现代都市剧还是悬疑剧等更多题材作品，正通过海外发行或是版权输出翻拍，走向日本、韩国、泰国、越南以及欧美等更多国家和地区，这不仅证明了海外市场对于国产剧的需求，也显露出国内影视公司想要在海外市场争得更多市场份额与影响力的目标。

多种题材走出国门

“五一”假期间，正当人们趁着来之不易的休息时间抓紧追剧之时，在其他国家或地区，也正有国产剧掀起一轮又一轮的播出或翻拍热潮。

《余生，请多指教》便是“五一”期间登上海外市场的影视剧之一，并在美国和英国亚马逊视频上线。而此前在国内播出时便已被泰国、韩国收购版权的《与君初相识》，则三出国门确定在非洲播出，并定档于5月9日。

据北京商报记者不完全统计，仅在近一个月，便有至少20部国产剧或是在其他国家或地区上线开播，或是宣布已被海外平台购入版权。且从此前对外透露的消息，包括《御赐小仵作》《王牌部队》在内的多部国产剧现已确定将于5-6月在日本等国家上线开播。

值得注意的是，这些走出国门的国产剧覆盖了多种题材类型，既有在国内市场一直拥有较大受众群的古装剧、现代都市剧，也有近年来在国内热度渐渐攀升的悬疑剧、现实题材年代剧等题材类型，不仅走入其他国家或地区的电视台，也上线Netflix、亚马逊等平台，还被其他国家购入版权进行翻拍。且从播出反馈来看，部分已上线的作品实现了相关平台近年来的最佳收视。

以影视剧《解珠夫人》为例，公开资料显示，该剧于今年3月在韩国CJ旗下中华TV播出，并在韩国首播后创下该台近五年来最高收视率纪录。“目前来看，包括日本、韩国、泰国在内的亚洲国家仍是国产剧主要的发行地区，同时近年来欧美地区引进国产剧的数量也渐渐增加，这也证明了国产剧在全球市场中的影响力正在渐渐提升。”电视评论人孙禹如是说。

输出翻拍步伐加快

不只是国产剧在其他国家或地区的电视台、视频平台上线开播，海外影视公司如今也瞄向改编翻拍，使得不少国产剧成为前者的目标。

影视剧《下一站是幸福》便被泰国购入版权翻拍，且已于4月下旬开机，目前已按部就班地进行各项工作，据媒体报道，这部翻拍剧目前已进入剧本围读和物料拍摄的工作阶段。而此前《赘婿》的真人剧翻拍权则已授权给韩国流媒体平台Watcha，韩国广播公司JTBC则宣布购买了热播剧《三十而已》的翻拍权。

而近年来，多部海外翻拍的影视剧也登上荧屏，如国产剧《步步惊心》的韩剧《步步惊心丽》播出后不仅在韩国当地掀起收看热潮，也在国内引发较高热度；而翻拍自国产网剧《太子妃升职记》的韩剧《哲仁王后》，则一度成为tvN历代电视剧首播收视第三名。

现如今，国产剧“走出去”也已被列入产业发展的“十四五”目标中。《“十四五”中国电视剧发展规划》（以下简称《规划》）在锚定2035年我国建成文化强国远景目标，综合考虑电视剧发展形势和条件，设立“十四五”时期中国电视剧发展目标时便提到：“国际交流合作深化拓展。服务外交外宣工作大局，电视剧‘走出去’步伐加快，国际交流合作迈向更高水平，对外和对港澳台文化交流机制、市场销售体系更加成熟，海外传播领域持续拓展，市场份额进一步扩大，中国电视剧国际传播力和影响力显著增强”。

在数字文创产业智库研究员李杰看来，国产剧被海外市场翻拍改编也是实现内容价值的再一次升级输出，国家层面也在一直推动着国产剧“走出去”，而从市场发展形势来看，当下也不失为一个积极布局海外市场的时机。“近两年因受到疫情的影响，全球影视业均受到不同程度的冲击，虽然国内市场也面临了一度拍摄受限、进度延期等挑战，但海外市场同样如此，且因人们居家时间有所增加，对于剧集的需求难免会有所上升，此时国产剧若能合理利用资源来保证作品质量，同时优化布局海外发行，或许能成为一个提升影响力的时机”。

多渠道走通国际市场

现阶段，国内的影视公司正在进一步布局国际业务。其中，华策影视便在年报中的2022年经营计划提出，在国际业务板块，公司将进一步聚焦提升国际影视版权营销分发能力体系建设，逐步构架全球分发渠道和新技术应用；推进全球新媒体传播、全球OTT、全球电视华剧场一张网建设，不断拓展其他新传播形式渠道；不断引进积累长期、优质国际超级IP、国际版权，进一步升级华策国际影响力。

与此同时，国家层面也对国产剧的“走出去”指出发展方向。据《规划》显示，支持电视剧企业拓展海外市场，瞄准产业前沿，加强具有自主知识产权的电视剧技术创新研发和应用推广，支持鼓励中外电视剧合作合拍。完善出口激励机制，加强中国电视剧国际营销渠道、阵地建设，积极创新方式、载体，不断升级拓展电视剧海外营销发行体系。

而在加强国际合作，多渠道多层次推进“走出去”方面《规划》则提出统筹发挥电视媒体海外频道、商业新媒体海外台和外国主流媒体作用，充分发挥四川电视节“金熊猫奖”，以及“视听中国”播映工程、丝绸之路视听工程、中非视听合作创新提升工程、中国当代作品翻译工程、“中国联合展台”、“电视中国剧场”等专项作用，拓展电视剧“走出去”渠道、载体和方式。面向不同国家和区域开展对象化、精准化营销和传播，推动更多反映当代中国发展进步的电视剧走向世界，展示生动立体的中国，提高中华文化影响力。

孙禹认为，国产剧“走出去”的过程中，一方面在于内容创作，即是否符合国际化市场的需求，另一方面便在于营销发行能力，也就是有了作品也要有走得通的路，结合当地的营销模式，才能获得更精准化、效果更大化的市场反馈。

北京商报记者 郑蕊

图片来源：影视剧海报截图

网剧《重生之门》热播，阿里影业“重生系列”剧集再次掀起刑侦悬疑风

继古风、甜宠风后，一波刑侦悬疑风随着网剧《重生之门》的开播，迅速席卷影视市场。据灯塔专业版显示，截至5月4日《重生之门》全网播放市占率高达16.23%，舆情热度高达171万，已连续6日实现播放市占与舆情热度双榜登顶。值得一提的是，作为阿里影业的自制剧《重生之门》也正式开启了重生系列化，这部作品将与此前播出的《重生》以及此后还将陆续诞生的《重生之路》《重生之道》等多部剧集，共同搭建起“重生”系列，在悬疑赛道上展现IP自制剧的更多可能性。

系列化开启 新剧热度持续居首

刑侦大队与出身于盗窃世家的大学生联手破奇案，这一令人意想不到的设定正在日前开播的《重生之门》中上演着，而剧中奇特的作案手法与紧张的破案进程，也时刻牵动着观众的心。

当观众被《重生之门》逐渐展开的剧情持续吸引住目光时，该剧也搅动起一波刑侦悬疑的热风。据灯塔专业版显示，该剧上线播出首日全网正片播放市占率就突破12%，并获得舆情热度日冠。此后在保持舆情热度位居第一的基础上，全网正片播放市占率也在持续攀升。

作为“重生系列”剧集中的重要组成部分，《重生之门》是对2020年热播剧集《重生》的延续，据介绍，该系列未来还将有《重生之路》《重生之道》等更多作品陆续与观众见面。

“2019年《旁门左道》的剧本给到工作室，我就有了开发‘重生’系列的想法。”据阿里影业副总裁、自制剧敦淇工作室总经理《重生之门》总制片人敦淇透露，“2020年3月《重生》于优酷播出，同年4月我们就与导演杨冬确定了《重生之门》这个项目，2020年5月开始，导演带着编剧团队对剧本进行了差不多9个多月的打磨。严格意义上来说《重生》是‘重生’系列的第一部，真正形成‘重生’系列化是从《重生之门》开始。这次我们把盗窃世家和警察的人设设定好后，也为‘重生’系列构建了一个根基”。

差异化开发 深耕悬疑赛道

不可否认的是，近两年悬疑剧颇受观众欢迎。在敦淇看来，“在好莱坞的八大类型片当中，悬疑剧是一个非常有影响力的品类。所以对于我们来讲，悬疑涉案剧一方面拥有当下市场内容题材上的红利，在强情节快节奏上能够满足年轻用户的观看习惯，另一方面，这个题材也有很多关于人民群众生命安全的部分，能让大家产生很强烈的代入感”。

那如何在激烈的市场竞争中，打造出能抓住观众目光与时间的作品，便显得更具挑战。

据悉，在制作理念上，“‘重生’系列将围绕精细化、专业化、差异化和系列化进行开发，并通过系列化的开发连贯性，推动观众对‘重生’这一品牌产生认知和黏性。

敦淇表示，“《重生之门》是魔幻现实主义作品，剧中的很多东西在现实生活中是不存在的，如果想让更多的观众相信我们讲的这个故事，就要把细节做得更加精细，要有丰富且真实的细节表达；在差异化方面，盗窃题材本身在剧集市场就很少见，相比其他悬疑剧，《重生之门》没有动一枪一炮，这也是差异化的表现；此外，工作室的自我要求就是在每一部剧作上都有创新，所以在这个系列化剧集中，我们力求每一部作品都要往前走一步；至于专业化方面，杨冬导演出身警察世家，对该领域也有着非常深入的了解，能够做到剧情和细节的专业”。

一鱼多吃 生态联动

现阶段，随着剧集的热播《重生之门》也陆续获得更多观众的关注。正在追剧的宋女士表示，相较于近年来盛行的甜宠剧，自己更喜欢观看带有悬疑色彩的刑侦剧，因此《重生之门》一开播她便将其加入到自己的剧集列表中，紧凑的剧情也让自己的心情随着故事上上下下，迫不及待地想要看到更多后续剧情。

值得期待的是，随着《重生之门》的开播以及后续《重生之路》《重生之道》的筹备，“‘重生’系列还将以更多形式出现在人们面前。后续每一个系列化作品都会有不同的创新人物或者是思路出现，包括我们未来还会有电影开发以及番外、广播剧，最终形成一鱼多吃，同时，不光是内容是这一个1，内容背后在商业开发和衍生产品方面，还会有很多有价值的0，未来我们会把周边的系列化开发做更多的延展。”敦淇如是说。

据介绍，敦淇工作室自2018年开始排兵布阵形成产能后，便逐渐进行更多元化的布局，除了要将悬疑赛道持之以恒地做下去外，工作室在都市情感赛道和青春校园励志赛道上也将深耕，此后包括《炽道》《法医秦明之读心者》《你好呀，我的橘子恋人》等自制剧均将陆续上线。

在敦淇看来，2022年是阿里影业自制剧的一个关键节点，“一开始，我们在自制剧方面更多是锻炼队伍，聚焦腰部作品，到了2019年开始转向第二个阶段，进军头部内容。经过两年多的内容储备和能力沉淀，2022年，阿里影业自制剧尤其是我们的头部内容，将收获持续性的结果”。 图片来源：企业供图