

国剧输出只靠古装武侠

中国影视缺乏核心竞争力

本报记者 邱祎



去年在国内红得一塌糊涂的《甄嬛传》即将起驾前往美国,剧中精彩纷呈的阴谋、心计也将呈现在美国观众的眼前,各种名词翻译也成为中国观众近日热议的焦点。一直以来,国产电视剧成功输出到国外电视台播出的,可谓凤毛麟角。由于风俗习惯和价值观不同,国产现代剧走出国门困难重重,只有个别古装剧因为国外观众对中国历史兴趣浓厚,才占得先机,成为其中的幸运儿。



走出国门者多为古装剧

不久前,在济南参加2012年电视剧导演工作年会的国家广电总局电视剧管理司司长李京盛透露,仅2012年上半年我国就生产电视剧220部,多达7168集。但这7000多集电视剧里,能成功输出到国外电视平台播出的,可谓凤毛麟角。“这些年中国广播电影电视节目交易中心每年向海外输出1万多小时的影视作品,70%以上为电视剧,输出地主要集中在东南亚、日本、菲律宾和越南均为国剧的购买大国,历史题材是最受关注的。”

《甄嬛传》导演郑晓龙告诉记者,欧美是中国电视剧一直很渴望输出的地方,但也是国产剧最难打进的区域。“走出国门的国产剧基本上卖给了东亚、东南亚等华人比较多的邻国,能卖到欧美的国产剧屈指可数。”

记者采访中了解到,每年输出的国产剧几乎全是古装剧,现代剧在外国购片方那里颇受冷落。现在韩国、日本很多电视台每年播放的依然是《三国演义》、《雍正王朝》等多年前购买的中国古装剧,很多国外观众认为中国的电视剧只有这些。

现代剧不符合国外观众观剧习惯

郑晓龙告诉记者,输出的国产剧之所以全是古装剧,主要是由外国人的兴趣决定的。古代的历史、英雄人物和生活方式是外国人最感兴趣的,很多美国华人甚至白人青年把它们当作学习中国历史的一种课外材料。一些武侠电视剧在这些因素的基础上还增加了中国功夫,这就更中他们的下怀,国外电视台在采购电视剧时也只会针对这些题材。

近年在国内比较吃香的现代剧在国外则受到冷落。一位业内人士告诉记者,中国现代剧集中于婆婆和媳妇、丈母娘和女婿这些有中国特色的亲属关系上,外国人看不懂,而夸张的家庭争斗也让他们无所适从,看起来莫名其妙,其他诸如《北京爱情故事》、《北京青年》等关注时代群体生存的现代剧也和国外尤其是欧美观众的生活环境脱节太大,无法引起国外观众的共鸣。

除了背景差异大,国产现代剧还有说教的通病。“国产现代剧的编剧和导演都有个习惯,总以为如果不借演员的口,或者直接用旁白把教育的话说出来,光靠剧情和演技,观众是看不懂的,这种无脑化拍戏方式和欧美观众的观看习惯正好相反,国外观众尤其是欧美观众接受不了这种说教方式。另外,国外观众觉得中国现代剧拖沓空洞,这也是国产现代剧走不出国门的原因。”这位业内人士说。

国产剧缺乏优秀的营销人才

对于国产剧鲜有成功输出到国外的现状,郑晓龙表示,中国电视剧普遍太长,也不适合欧美的播出机制。除了肥皂剧外,欧美的电视剧一般不超过10集,如果实在无法讲完,会在第二年以下一季的方式推出,不会像国产剧这样一拍五六十集。《甄嬛传》在美国播出也将重新进行删减和剪辑,国内76集的篇幅在美国根本无法播出,只能剪成6集的电影电视版,而且是美国购买方剪辑,中方不会参与。”

此外,业内人士表示,国产电视剧无法走出国门还在于缺乏文化核心竞争力,主题和内容相对缺少共同的价值观,所关注的重点或者说我们的想法、观念,人家根本就不理解不了。同样,营销方式也非常重要,中国电视剧制作行业缺乏既有艺术鉴赏力,又对市场有充分了解的营销人才。虽然我们不乏一些优秀的国产剧,但因为不懂得包装的人而错失了走向海外市场的机会。

《楚汉传奇》二轮将上档

本报讯(记者 师文静)

正在热播的2013开年历史巨制《楚汉传奇》上周迎来了收视夺冠的好消息,同时该剧集在网络上的播放量也突破了五亿次。同时,多个卫视看好此剧的强大社会影响力和话题性,二轮播出已经敲定三大卫视接力上档。

1月25日浙江卫视的《楚汉传奇》以1.115的收视率和2.79%的收视份额,夺得电视剧排行榜的收视率冠军。同时播出的安徽、天津、北京三家卫视也有不错的收视表现。一方面,汉王刘邦已经开始筹备登基大典;另一方面,刘邦、韩信、卢绾等人之间的角力正在扣人心弦地上演。目前,《楚汉传奇》走到了最后二十集,剧情将更为复杂精彩。

据悉,《楚汉传奇》的二轮播放目前已经确定了广西、湖南和湖北三家卫视,广西卫视将于2月11日开始每晚黄金时段3集连播。可以预见,《楚汉传奇》的热效应还将持续一段时间。

《浪漫满车》第2季火爆收官

本报讯(记者 师文静)

近日,爱奇艺出品的王牌节目《浪漫满车》第2季火爆收官。《浪漫满车》本季整体流量破千万,不断刷新网络出品综艺节目榜上的排名纪录。

“以车识人,为爱牵手”的《浪漫满车》源自法国婚恋交友真人秀节目,是国内首档由互联网公司引进的国际版权大型综艺节目。《浪漫满车》第2季在嘉宾甄选及节目设置上,充分吸收第1季的经验,创新设置汽车专家、闺蜜团等多个特别环节,多期节目创下上线三天内点击破百万的火爆收视纪录。

“通过《浪漫满车》的成功,我们已经初步探索出网络内容自制、推广及商业化运营的独特规律。”爱奇艺总编辑高瑾表示。据了解,截至目前,爱奇艺已经推出近20档不同风格及形态的综艺自制节目,成为助力业绩增长的生力军。

《谈笑间》爆乐嘉“私生活”

本报讯(记者 师文静)

《非诚勿扰》嘉宾主持,性格色彩学创始人乐嘉的新书《谈笑间》日前上市。在书中乐嘉与读者分享了自己的人生智慧,以敏锐的洞察力和风趣犀利的文字表达了对生命、爱情、婚姻、事业等方面的独特见解,引发读者热捧,该书迅速登上各大书店畅销排行榜。

与乐嘉以往图书不同的是,《谈笑间》在帮助读者认清自己读懂别人的同时,也悄悄揭开了乐嘉“私生活”的神秘面纱,给大家展示了一个包含性格色彩在内的,充满智慧与个性的百分百乐嘉。

处女作定档4月26日

赵薇凭《致青春》再出发

本报讯(记者 倪自放)赵薇首次执导的大银幕作品《致我们终将逝去的青春》(以下简称《致青春》)1月29日在京举行发布会,导演赵薇携监制关锦鹏、编剧李樯亮相现场,赵薇坦承自己拒绝不痛不痒的东西。发布会在发布先导预告片的同时,正式宣布这部凝聚了赵薇两年多心血的力作将于4月26日上映。

本次发布会的主题为“《致青春》答辩会”,现场以教室的黑板为背景板,配合旧桌椅、板凳和纸质词典等道具,颇具校园氛

围。针对预告片中直指人心的“青春是一场远行,回不去了;青春是一场相逢,忘不掉了;青春是一场伤痛,来不及了”的文案内容,现场三位主创分别对“青春”做出了全方位的解读,赵薇表示“青春是一场落幕的狂欢,不醉不归”,李樯则对正值青春的朋友寄语“青春是一场猝不及防的盛宴,要好好地吃”,而关锦鹏则感慨“青春是值得怀念和回忆的碎片”。

《致青春》预告片以怀旧、热血、伤痛等情绪拉开一幅“青春群像”画卷,打破了以往青春题材电影小清新的风格,

伴随节奏感颇强的时钟嘀嗒声,配合震撼的视听画面,寓意着“青春终将逝去”的内涵。此前曝光的男主角赵又廷、韩庚在片中均有与以往不同的表现,电影女主角起用的新人杨子姗、江疏影在预告片中也揭开了神秘面纱。

发布会上赵薇坦言,自己拒绝明信片式的电影,并表示先导预告片只是电影气质的冰山一角,《致青春》将逐渐展现给大家很多个不同的侧面。李樯则表示,每一代人都能在影片中找到共鸣。



李樯、赵薇、关锦鹏(从左至右)