

●网站在行动 同步播没中文字幕都大有人看

《来自星星的你》讲述的是外星教授与国民女星的恋爱故事。该剧虽然未在国内电视台播出,但凭借外形出色的演员、时尚靓丽的造型、一波三折的剧情,该剧已在中国创下惊人的网络收视纪录。

2013年12月“星星”在爱奇艺、PPS两大平台同步开播,上线首周播放量即破千万,两周时间内以4集内容轻

松获得2300万的播放,上线12集后播放量冲破4亿,更新15集后破5亿,横跨“1314”稳坐最火爆韩剧头把交椅。

来自百度的最新数据显示,“星星”的搜索指数已破200万,力压《继承者们》等热门韩剧。金秀贤则以14万的搜索指数,力压群星,排在百度风云榜娱乐名人第一位。同时,在最先拿下该剧国内版权的视频网站

爱奇艺、PPS上,金秀贤、全智贤主演的《拥抱太阳的月亮》、《触不到的恋人》等影视剧以及多部与超能力相关的韩剧,都出现了新的播放高峰。

眼看如此的火爆,网络版权方爱奇艺、PPS也在12日推出了新举措:与SBS电视台同步直播该剧。虽然同步直播没有中文字幕,但依然大有人看,目前播放量直奔6亿。

一部《继承者们》让韩国明星李敏镐火到了中国的央视春晚,不过这并不是这轮韩剧回潮的最顶点。

北京时间2月14日晨,韩国SBS电视台公布了13日晚播出的第17集《来自星星的你》的收视率,27%!与此同时,这部由金秀贤和金智贤主演的韩剧也点燃了国内观众的追剧激情,网络播放量直奔6亿而去,剧中女主角的服饰、唇彩成了畅销品,连剧中台词都被活学活用到了各种地方。情人节当天,中国粉丝在北上广三地的报纸广告版“大手笔示爱”金秀贤……

想知道这部从未在国内电视台播出过的韩国偶像剧到底有多大能耐吗?

“中国粉”热情抱“星星”



一批“星星”的中国明星粉丝。

●中国粉筹钱登广告 祝偶像金秀贤“生日快乐”

几天前,SBS举行明星分享慈善会,“星星”中的明星各自拿出了自己的物品进行拍卖,以作慈善经费。眼看女神全智贤拿出了名牌挎包和耳环,刘仁娜拿出高档手表,朴海镇拿出了运动鞋来表心意,金秀贤不紧不慢拎出的拍摄某广告时的一件线衫,起步价1000韩元(约6元人民币),却拍出了5亿多韩

元(约合人民币285万)的天价。

中国粉丝也不甘示弱,追看“星星”之余,还切切实实地行动起来。16日是剧中男主角金秀贤的26岁生日,2月14日,就有中国粉丝集资买下了北上广三地有影响力的报纸广告版,广告中除了金秀贤的照片和鲜艳的玫瑰外,更配上感人的文字,代表中

国千万名“教授依赖症患者”祝他情人节和生日快乐,称赞他是这个地球上最完美的爱情守护神。中国的明星们有谁享受过金秀贤的待遇?追“星星”,就连全智贤扮演的千颂伊剧中穿过的各种服饰、用过的唇彩也跟着沾光,成了粉丝们最爱。

●中国明星力挺 助推“星星”高大上

“星星”在受到普通观众热捧的同时,也引发了明星的追剧热,包括赵薇、范冰冰、高圆圆、杨幂、陈乔恩、何炅都成为粉丝,在微博上横七竖八地曝晒自己追剧的众生相,更有女星模仿千颂伊的犯二行为,十分喜感。

赶上开年的第一场雪,高圆圆冷不丁来了句:“初雪。炸鸡和啤酒在哪里?”知道台词出处的看官立马亢奋了。也有借题发挥晒幸福的,杨幂用“网上谣传叫兽400多岁老来得子”公开笑谈刘恺威“老来得子”的话题。陈乔恩也发PS组图表示,千颂伊苦笑的表情完全是自己的写照。不仅如此,胡静还把“星星”当成了“福利”:幸好有《来自星星的

你》,让鼻塞头疼没那么辛苦。更有影后级花痴粉赵薇吐露芳心,“真蛮好看,不知总共多少集?电视剧能拍到这种品位水准,必须赞一个!”此外,叶一茜还调皮捣蛋恶搞剧透。有了这些大腕儿粉丝的力挺,“星星”立马显得高端大气上档次起来,让人有了某种全民追“星星”的幻觉。

你》,让鼻塞头疼没那么辛苦。更有影后级花痴粉赵薇吐露芳心,“真蛮好看,不知总共多少集?电视剧能拍到这种品位水准,必须赞一个!”此外,叶一茜还调皮捣蛋恶搞剧透。

有了这些大腕儿粉丝的力挺,“星星”立马显得高端大气上档次起来,让人有了某种全民追“星星”的幻觉。

●“都敏俊,救我” 剧中台词成为“万金油”

“下初雪时,怎能少了炸鸡和啤酒。”这是剧中全智贤的一句台词。可巧,春节之后,正赶上国内大范围降雪,结果,炸鸡和啤酒趁着雪势上位。如今,无论在微博还是微信朋友圈,秀自己的“炸鸡和

啤酒”成了最潮的事情。甚至,微信客户端也借着这个势头推出了自己的新产品:只要在对话框中输入“炸鸡和啤酒”,就会有意外惊喜。

当然除了炸鸡和啤酒,那句“都敏俊,救我”也成为

流行语。这原本也是全智贤的一句台词,如今国内观众活学活用,上班、上学、考试……无论有什么困难,都爱嚷出这句话,盼着自己也能有一位外星帅哥在危机时候出现。

●演出商电视台 猛挖金秀贤商业价值

眼看“星星”在国内越来越火,演出商和电视台也不再保持沉默了。

目前,金秀贤已经确认将从3月开始,展开“金秀贤亚洲巡回粉丝见面会”,在确定的九个城市中,中国内地就有粉丝筹钱给金秀贤做广告,北上广三大城市。

当然,面对众多的粉丝,演出覆盖的毕竟还是小众群体,电视台的行动让粉丝们更加期待。日前,记者从江苏卫视了解到,他们已向金秀贤正式发函,希望其参加江苏卫视今年新推出的节目,还希望其拍摄江苏卫视的宣传片。韩国方面正在研究金秀贤的档期,

至于金秀贤的报价,他们表示目前还没谈到这些。

网络上掀起了关于翻拍“星星”的话题,“谁能出演中国版千颂伊”“谁又是他们心目中的都敏俊”讨论得不亦乐乎。虽然电视台和影视公司对翻拍一事都给予否认,但这并不影响“星星”的热度。(本报综合)



某报纸上刊登的金秀贤粉丝筹钱为其做的整版广告。

□题外话

粉丝买广告 为金秀贤来华铺路?

中国粉丝筹钱为偶像金秀贤刊登广告,在网络上很快形成话题,甚至一度有网络传闻称,“都教授”粉丝为这三则广告斥资上百万。究竟何许人会砸下重金为偶像造势?即便是最近狂追“星星”的观众,对这样的大手笔都有点惊讶。

记者联系上了某报纸具体经手此事的人了解到,这则广告是一位自称金秀贤粉丝的人打电话联系的,目的是祝福金秀贤的生日,耐人寻味的是,双方谈妥价格之后,这位粉丝直接转账付款,也没说要广告发票,这种广告案例尚属首次,成交价格属于商业机密,但符合市场行情。几经周折后,记者终于联系上了投放广告的粉丝“小雪”,身在南京、今年30多岁的她表示,自己已经追了金秀贤3年,这次投放广告的钱是粉丝们集资的,大概有40人参与,多数是普通的80后、90后,但他们对之后的传播效应有点始料未及,“我现在不想大大张旗鼓地说这件事情,只想快点低调结束。”

尽管当事人现了身,但令记者疑惑的是,这两天金秀贤的百度贴吧和后盾团官方微博却十分平静,这与贴吧里对这类事件的一般反应大相径庭。一位资深韩粉向记者透露,筹钱为偶像买礼物等的账目明细以及买了哪些东西,都要让筹款的粉丝知道,但这次广告事件却多少有点反常。

巧合的是,就在广告刊出的前一天,金秀贤的韩国经纪公司就通过邮件向全中国记者声明,金秀贤将在亚洲各地举办见面会,在中国内地就包括北上广三地。但奇怪的是,这封邮件中没有留下任何联系方式。另一个巧合是,此次投放广告的三个媒体恰好是金秀贤要举办粉丝会的三个城市,在影视界营销人士看来,这是一场明显的商业营销事件,其目的是为金秀贤在中国捞金铺路。(陈文)

