

《国家宝藏》等九大原创节目登陆戛纳电视节 “中国模式”组队走向海外

当地时间4月7日下午,首场名为“WISDOM in CHINA”的中国原创节目模式推介会在法国戛纳电视节举行。《国家宝藏》《朗读者》《经典咏流传》《天籁之战》《声临其境》《跨界歌王》《明日之子》《功夫少年》《好久不见》等九大中国优秀原创节目模式集体亮相戛纳春季电视节主舞台,引发了各国电视界人士的高度关注。



从消费者到供应商 “原创节目模式”亮相

前晚,全球电视界最为瞩目的电视盛会——戛纳电视节能容纳400多人的主会场内气氛热烈。董卿等九位中国节目主创人员先后登台,向全球顶尖的行业大佬、模式买家推介中国原创的文化、歌唱、选秀、竞技等节目模式。这是中国电视人首次携“原创节目模式”集体亮相戛纳电视节,对于中国节目模式输出海外具有里程碑意义。戛纳电视节电视节目板块负责人劳琳·葛厚德女士指出,过去几年,中国一直是一个至关重要的节目消费国,但现在它也成为了一个优秀节目内容的全球供应商。

首先登场的是央视三档最红火的节目。《国家宝藏》总导演于蕾说,《国家宝藏》节目穿越古今,让明星和普通人倾情演绎国宝的前世今生故事,受到观众的喜欢,节目创新了国宝文物类节目的模式,在全球都有推广意义。

央视创造传媒总经理、总编辑过彤在介绍《经典咏流传》时说,每一个国家都有各自的文化传统和文学经典,他希望这样的文学经典重新得到大众的关注,流行于今天。

《朗读者》制片人、主持人董卿说,《朗读者》让特别的人读特别的文字,以唤醒人们内心最美好的情感以及对经典文字最温暖的记忆。

缺乏节目研发能力 曾是中国荧屏之痛

在省级卫视中收视抢眼、口碑爆棚的三档原创节目也颇为引人注目。东方卫视的《天籁之战》打破了歌唱节目明星评委高高在上的模式,其总编剧徐宁说,“金字塔设计”是他们清晰的模式眼,当素人挑战者获胜、将歌坛名将拉下“神坛”并登上象征荣誉的金字塔时,就是他们缔造音乐神话的时刻。湖南卫视的《声临其境》、北京卫视的《跨界歌王》和腾讯视频的《明日之子》也各有特色。恒顿传媒的《功夫少年》、千足传媒的《好久不见》是两档尚未播出的“纸模式”,其新颖模式也让人眼前一亮。

九大电视节目模式集体亮相,赢得了热烈掌声,显示了当今中国电视蓬勃的创新能力。曾几何时,“洋模式”风靡了中国荧屏,短短数年间,我国各地荧屏纷纷争购海外“洋模式”,竟把国际电视业近30年来研发的所有成功模式抢购一空。有些中国电视节目因抄袭、模仿、克隆“洋模式”,还引发了国际间的版权纠纷。离不开“洋模式”,缺乏节目研发能力成了中国荧屏之痛。如今,经

过数年政府的扶持,编创人员引进学习、潜心研发,发奋创新,一批凸显中国特色、蕴含深厚文化、传播正能量的中国原创节目模式终于厚积薄发,绽放异彩,走出国门,走向海外,向世界呈现了更多生动、立体的中国故事。

扔掉“洋拐杖” 不再亦步亦趋

从一窝蜂地疯抢海外“洋模式”,到潜下心来发奋创新,中国原创节目模式终于迎来可喜的转折。

前两年,人们还在抱怨荧屏上中国原创节目模式寥若晨星,霸屏的综艺、真人秀节目模式大多是从海外引进或模仿的。由于各地疯抢“洋模式”,《中国好声音》从2012年的200多万元涨至2016年的数亿元,荷兰Talpa公司四年内竟将节目模式版权费涨了上百倍,由此引发了一场版权纠纷。这从另一个角度证明了当时中国电视节目对“洋拐杖”的严重依赖和恶性竞争。

这次,《国家宝藏》等九大中国原创节目模式漂洋过海,以其鲜明的中国元素、深厚的文化底蕴、新颖的节目创意以及适合复制推广的模式特点,给全球电视市场吹来了一股清新的风。这也标志着中国电视节目已经扔下“洋拐杖”,不再跟着别人亦步亦趋,正在走出一条属于自己的路来。
(俞亮鑫)

阳光下的法庭

CCTV 1 黄金时间播出

勾画法治中国美好图景 记录改革发展时代强音