

出海渠道更加通畅，国际市场需求增多

# 优秀现实题材剧扬帆“出海”

本报记者 任姗姗

聚焦  
现实题材电视剧创作

## 核心阅读

反映当下生活的中国故事走出东亚文化圈，进入跨文化国际市场，并从电视剧“出海”，发展为IP“出海”。

互联网平台成为国际传播的主力。互联网用户和社交媒体用户的不断增长，也意味着触达新受众、开拓新空间的更多可能。

如果你是一名中国女性，恰好走进非洲的一家菜市场，大概率会被称为“豆豆”。如果你是一名中国家长，恰好与来自乌兰巴托的家长相识，大概率会聊起“方圆一家”的教育难题。这就是电视剧独有的艺术魅力。

从上世纪《三国演义》走红东南亚，到《媳妇的美好时代》在坦桑尼亚热播，从《北京青年》《老有所依》等作为“国礼”亮相外交舞台，到《山海情》(图①)、《外交风云》(图②)、《在一起》(图③)、《超越》(图④)跨越山海引发共鸣，作为讲好中国故事的重要媒介，电视剧在中华文化走出去中发挥了重要作用。尤其是近年来，越来越多的精品现实题材电视剧“出海”又“出圈”，成为展示中国巨变的生动窗口、促进民心相通的桥梁纽带。

## 趋势新：从剧目“出海”到IP“出海”

在2021、2020年度国家广播电视总局评审

的优秀海外传播作品中，10部入选电视剧，有7部为现实题材，它们是《山海情》《大江大河2》《理想之城》《我在他乡挺好的》《在一起》《三十而已》(以家人之名)。

多年来，我国的古装剧和历史剧以鲜明的文化辨识度、独特的美学风格，保持较强的国际传播力和竞争力。随着影视工业化水平和内容创制能力的提升，特别是电视剧创作精品意识的大大增强，反映当下中国社会状态和人民生活风貌的现实题材电视剧，已成为国际传播新的增长点。

一系列数据表明，中国当代故事在海外拥有良好观众缘。《山海情》在全球多个国家和地区播出，收获海外网友的高度关注和好评。《在一起》被译制为英语等10余种语言，通过海外电视媒体和新媒体平台覆盖了100多个国家和地区。重大革命历史题材剧也有不错表现，比如《外交风云》，通过视频网站、中国电视长城平台等，覆盖亚洲、欧洲、北美洲、非洲26个国家和地区，海外播放总量突破2000万。

追剧的海外观众点赞多、催更多、互动多是一大亮点，《开端》《我在他乡挺好的》等不少电视剧在海外评分网站获得高分，网友在社交平台上留言催更屡见不鲜。

国产电视剧海外传播的版图和模式都实现了升级。在东南亚，中国电视剧依然保持竞争优势，同时，更多反映当下生活的中国故事走出东亚文化圈，进入跨文化国际市场。以前是电视剧“出海”，近年则出现了IP“出海”，国外音乐娱乐公司翻拍《辣妈正传》、《致我们单纯的小美好》《以家人之名》等剧本出口到多个国家和地区。其中，《致我们单纯的小美好》国外改编版已经播出，受到当地年轻观众喜爱。

## 关键点：看得懂、读得懂、有共鸣

中国传媒大学教授李怀亮分析，“作品类型更丰富、风格更多元、制作水准更精良”、“出海”渠道更通畅，再加上国际市场对高品质电视剧的需求不断增多，是现实题材电视剧“出海”又“出圈”的重要原因。

讲故事，是情感的沟通、心灵的对话。人们喜欢听真实的故事，饱含真情，用生

动、活泼、精彩的方式讲述出来的故事。无论是《山海情》传递的摆脱贫困、追求美好生活的决心与行动，《超越》所彰显的追求卓越、不断超越的体育精神，还是《理想之城》《我在他乡挺好的》讲述的年轻人持续奋斗、追求梦想的故事，都是全世界能看得懂、读得懂的中国故事。这些作品的传播告诉我们，注重中国故事的国际表达，选题有共鸣、叙事贴近人心，故事才能产生共情、打动人心。

内容品质决定电视剧的吸引力、生命力、影响力，精品内容始终是打开国际市场的关键。

2021年，抗疫题材电视剧《在一起》从同时入围的强劲对手中胜出，获得亚洲—太平洋广播联盟电视剧奖最高荣誉。评委会在颁奖辞中说：“这是一个关于爱、勇气、牺牲和人性的故事，与疫情下生活在地球上的每个人产生共鸣。这部电视剧情节巧妙、精彩演绎、感人至深。”它的竞争力正在于品质。

精品内容从哪里来？在李怀亮看来，现实题材创作拥有两个不可多得“中国优势”：一是多达十几亿人口的大市场，二是网络文学所提供的IP资源。网络文学庞大的作者队伍和海量作品，为影视创作提供源源不断的文本，而广袤的现实生活和时代气象更是创作的丰厚土壤。李怀亮认为，应该先考虑讲什么样的中国好故事，再谈如何讲好中国故事。“我们应树立全球视野，注重用现代价值观和国际化影视语言讲故事。电视剧终究靠艺术魅力打动人、稳扎稳打，才能行稳致远。”

“我们必须要有文化自信，要努力展示中华优秀传统文化的独特魅力、传播当代中国价值。”在华策影视集团创始人、董事长赵依芳看来，“文化自信”4个字带来的使命感是实实在在的。

## 多渠道：“造船出海”与“借船出海”双线并行

“造船出海”与“借船出海”双线并行，让中国故事走得出去，也可以走得更远。

国家广播电视总局自2019年起实施的大型国际传播活动“视听中国”已在海外建立58个电视中国剧场，推动了《超越》《功勋》等近百部优秀节目在100多个国家和地区的网络媒体播出。由国新办对外推广局和国

家广播电视总局国际合作司共同支持的“中国联合展台”助推不少热播国产电视剧在海外亮相，如《在一起》《光荣与梦想》《山海情》等作品分别在2021年春季戛纳电视节、新加坡电视节在线活动上推广。“中国当代作品翻译工程”“中非视听共享”等重点项目提供译配支持，帮助国产剧传播突破语言障碍和文化壁垒。

作为市场主体的影视机构也在积极拓展“出海”渠道。华策影视是国内最早“出海”的影视企业之一，连续8年入选“全国文化出口重点企业”、7次入选“全国文化企业30强”。“经过20多年持续不断的积累，我们已构建起包括180多个国家的电视台、流媒体平台、社交媒体的销售网络，将10万多小时中国影视剧精品内容，行销到了全球200多个国家和地区。”赵依芳介绍。

“互联网平台的迅猛发展让国际影视剧市场变得越来越统一，这是新的契机。”柠萌影业联合创始人、执行副总裁周元说。北京冬奥会刚落幕，柠萌影业出品的电视剧《超越》就传播到多个国家和地区。都市剧《三十而已》上线20多个海外播出平台，被国外广播公司购买了翻拍权。

互联网平台成为国际传播的主力。互联网用户和社交媒体用户的不断增长，也意味着触达新受众、开拓新空间的更多可能。中国国际电视总公司、腾讯视频、华策、世纪优优等积极开办多语种频道。仅华策一家就在全球新媒体平台上建立了50多个频道或专区，提供30多种在地化译制语言。头部视频平台也频频发力，腾讯视频、爱奇艺、芒果TV推出了国际版APP。受到非洲欢迎的四达时代推出了内容订阅服务平台，有报道称，2021年，该平台的中国影视剧总播放量超过1亿次。

锚定2035年建成文化强国远景目标，中国电视剧的国际传播力和影响力还需要进一步提升。做好国际市场的调研，了解海外受众的内容需求、观后反馈，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作品走向世界，依然任重道远。

国际市场是一片需要深度开发的“蓝海”，中国电视剧的扬帆远航，需要每一个渡海人都要有乘风破浪的决心。

版式设计：赵偲汝

## 坚持“两创”书写史诗

舞，跳的是人民的生活；生活，是取之不尽的艺术

# 寻找讲好中国故事的用「舞」之地

王 舸

习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会开幕式上的重要讲话中指出：“广大文艺工作者要立足中国大地，讲好中国故事，以更为深邃的视野、更为博大的胸怀、更为自信的态度，择取最能代表中国变革和中国精神的题材，进行艺术表现，塑造更多为国际社会所认可的中华文化形象，努力展示一个生动立体的中国，为推动构建人类命运共同体谱写新篇章。”作为全国文代会代表，我有幸在现场聆听了讲话，备受鼓舞、倍感振奋。20多年的舞蹈生涯中，我从舞蹈演员转型为编导，先后创作了《中国妈妈》《父亲》《烈火永生》等舞蹈以及《天路》《歌唱祖国》《旗帜》《五星出东方》等舞剧，一直在寻找讲好中国故事的用“舞”之地。

我曾问自己：为何而舞？为谁而舞？我要用舞蹈表现什么？在2021年创作舞剧《歌唱祖国》的过程中，我似乎找到了答案。这部舞剧以歌曲《歌唱祖国》为题材，词曲作者王莘曾说：“我一生只写了两首歌曲，一首是用音符谱写的《歌唱祖国》，另一首是仍在用心谱写的《歌唱祖国》。”从这位艺术家身上，我看到了什么是爱国的赤诚热爱，看到了艺术应该追求什么、舞蹈要表现什么。

我创作的大部分作品属于现实题材，需要从生活中提取艺术形象，从日常肢体动作中提炼舞蹈语言。

比如，舞蹈《父亲》是以我自己的父亲为原型创作的。我将主要形象塑造成茶馆的角色。其中有一段欢快的板凳群舞，展现的是茶馆和退休工人热爱生活、乐观向上的一面。群舞后，客人离开茶馆，留下了因思念儿女而愣神发呆的茶馆。这个作品，一方面寄托对父母的思念，同时也呼唤更多人关注空巢老人群体。舞蹈《过单》讲的是湖北人吃早餐，灵感源自我在湖北出差时对于卖早餐的摊主日复一日忙碌、迎送、拾掇的观察。无数奋斗的、勤劳的中国人的故事，不正是需要舞蹈艺术来挖掘和呈现吗？这个舞蹈蕴藏着生活的意义和美感。

舞，跳的是人民的生活；生活，是取之不尽的艺术。想创作出观众喜欢的作品，不能走马观花、浮光掠影，而是沉下心、俯下身，向人民学习，向生活学习。这几年，我有幸多次参加中国文联、中国舞蹈家协会的“深入生活、扎根人民”采风。以前在课堂上，只知道藏族舞蹈的体态韵律。一次西藏之行，高山巍峨、峭壁苍凉、大树挺拔、青稞金灿等美景吸引着我们，当地人的朴实更让我记忆犹新，这些都为创作提供了丰富素材。通过采风我真正理解了藏族舞蹈的特点，也只有真正理解，才能在吸取民族舞蹈神韵的基础上进行创造，让作品焕发光彩。

我们用舞蹈塑造角色，角色也在塑造着我们。创作芭蕾舞剧《旗帜》时，我曾多次前往广州起义纪念馆、广州起义烈士陵园，走进那段慷慨悲壮的历史。最让我感动的是以革命英雄谭震林为代表的女兵班事迹。她们与起义军总指挥部失去联系后，依然在一个街垒坚守，最终壮烈牺牲。出演《旗帜》的是一群年轻舞者，他们用青春的舞姿致敬这些革命前辈。舞剧《天路》讲述上世纪70年代铁道兵战士和藏族同胞修建青藏铁路的真实故事。我们沿着青藏铁路线，走访建设者和专家，体验高原筑路工人的生活。演员们举起枕木，迈着沉重而坚定的步子，不断有人倒下，但铁路的修建却不曾停下，意在表现筑路的艰辛和奉献。这些默默无闻的奋斗者，用爱和信念浇筑了真正的“天路”。

回想当年从北京舞蹈学院毕业后，跳的《黄土黄》《一个扭秧歌的人》《俺从黄河来》等作品，都是充满民族风格、中国气派的舞蹈。这些作品蕴含着前辈老师们的艺术理念，深深地影响了我的舞蹈创作。创作如同“垒基石”，需要一代代文艺工作者的接力，用一个个好作品搭建中国舞蹈创作的新图景，为时代留下更多令人难忘的艺术形象。我希望自己能够做一块“基石”，创作出更多立得住、传得开、留得下的作品。

(作者为中国舞蹈家协会副主席、国家一级导演)

# 艺 坛



## 优秀的影视作品可以成为文化名片

海 清

影视作品是世界认识中国、了解中国的一种途径。优秀的影视作品可以成为文化名片，向世界展现中华民族优秀传统文化，也可以将某个时期的社会生活通过镜头表现出来，让不同文化背景、不同年龄、不同职业、不同地域的观众身临其境、找到共鸣。

我参演的电视剧《媳妇的美好时代》《双面胶》《王贵与安娜》等曾经在非洲地区播出，《小别离》(图⑤)等剧在蒙古国播出。《媳妇的美好时代》还作为国礼赠予坦桑尼亚。听说大家对这些剧很喜欢。作为演员，我感到非常荣耀。

也因为这些作品，我有幸到蒙古国、坦桑尼亚，与当地观众进行了面对面交流。让我印象深刻的是，外国观众充满好奇，非常想了解剧中展现出来的中国的生活习俗和乡土人情。在非洲，普通民众更关注与他们日常生活有关的内容，中国影视剧展现的生活细

节让他们觉得亲近真实。看到说斯瓦希里语的毛豆与婆婆相处的画面时，我意识到，文化背景尽管不同，但人们拥有美好家庭的愿望是相通的，对真善美的追求以及对生活的关注是类似的。影视剧只要表现人的共同追求，就不难找到知音。在海外拍摄电影《红海行动》时，我被一位乌干达姑娘认出是毛豆豆的扮演者。她热情地说：“中国来的工程师给我们接入了数字电视信号，频道越来越多，节目越来越好看，《花千骨》里的衣服太美了。”许多影视作品通过对百姓生活的细腻描摹来展现时代风貌、记录生活细节、刻画心灵世界。无论什么国家、什么民族、什么样的文化传统或生活方式，总是离不开这些平凡、琐碎的日常。它们构成了生活的真实面目。人们在日常的生活流中的奋斗和努力，正是打动人的地方。

《小别离》在蒙古国播出时，听当地电视台介绍，乌兰巴托市有2.1万户收看。举办主创见面会时，许多当地观众报名参加，不少人甚至从很远的地方赶来。见面会现场，大家反复提及教育问题。有观众问我和黄磊：“如果你们的青春叛逆期，很叛逆，应该怎么办？”这跟中国观众追剧时热议的话题一模一样，可见两国观众在教育问题上找到了共鸣。

有人问我，中国电视剧要“走出去”，哪个环节最重要？我觉得，了解受众的需求、讲述故事的方式、做好翻译工作和宣传推广，每一环都很重要。而作为演员，讲好中国故事，创作更多优秀作品，是我的使命。中华文化博大精深，我们应当不断创作优秀的影视作品，努力将中华文化发扬光大。

在第二十五届上海电视节上，我和几位演员同行被授予“中国电视节目海外推广大

