

# “大IP”亮点频出 分账剧小而精美 优秀华语剧走红海内外

在刚过去不久的暑期档，一部小成本分账网剧《独家童话》在海外开播首周就登顶爱奇艺国际版全地区华语剧排行榜，并成功发行至美洲、欧洲、大洋洲及亚洲多个国家和地区。

从《狂飙》《苍兰诀》《长风渡》《莲花楼》等“大IP”，到“小而美”的《消失的痕迹》《最食人间烟火色》《保护我方城主大人》，近年来，原创华语剧正凭借优质内容走红海内外，吸引越来越多的观众。



《莲花楼》英语海报。

2023年开年，爱奇艺推出现象级剧集《狂飙》，这部剧剧情精彩、角色立体丰满，掀起一轮轮传播热浪。良好开年之后，中国剧集市场保持一路“狂飙”的发展态势，《长风渡》《莲花楼》《他从火光中走来》等众多广受好评、影响力辐射国内外的优秀作品接连推出。

据统计，《长风渡》在爱奇艺平台上线41小时后，“热度值”就突破1万，刷新平台热度增速纪录，

近年来，在网络视听平台上，除了头部原创内容之外，服务于中小体量剧集的分账剧市场也正加速成长，成为海内外观众喜爱收看的一类重点内容。

女警察+女法医的“双女主”视角展开，通过一个个扑朔迷离的案件，揭开犯罪分子的邪恶面目，维护法律和正义尊严，同时也展现出人性的复杂——《消失的痕迹》上线后获得广泛关注，4天分账票房破千万元，最高热度7610，创下爱奇艺分账剧新纪录；数据显示，《消失的痕迹》市场占有率曾一度达到10%，同样创分账剧历史新高。破多项纪录的背后是市场和观众对这类“小而美”分账剧的认可。

所谓分账剧，是指剧集上线视频平台后，通过平台的分账定价规则及用户的观看行为进行点击

各类剧集在国内市场爆款频出的同时，也吸引了众多海外用户的目光。

“自爱奇艺开启国产影视内容海外发行以来，已发行节目包括剧集、综艺、纪录片、动漫超7800集，电影超400部，覆盖海外多国主流电视台及视频平台。”爱奇艺戏剧中心总经理李莉向记者介绍，目前，爱奇艺国际版支持简体中文、英语、马来语、泰语、印尼语、越南语、韩语、西班牙语、阿拉伯语等12种语言的用户界面和字幕，在全球191个国家和地区都可以收看。

《河神》《无证之罪》《破冰行动》《风起洛阳》等

## 原创精品“飞轮效应”显著

并以英语、泰语、韩语、日语、西班牙语等10种语言在全球播出，引发海外社交媒体平台用户积极讨论；随后，《莲花楼》又以10118的热度峰值接棒，成为爱奇艺第十部热度值破万剧集，弹幕互动总量超5.5亿条，剧集播出期间登上10个国家和地区同

## 小体量网剧加速精品化

分成的剧集合作模式。这一模式于2016年由爱奇艺首先提出，目前在各大视频平台广泛应用。2023年开年以来，爱奇艺分账票房破2000万元的项目数量已达7部，囊括古装喜剧、都市恋爱、青春校园、刑侦悬疑等多个类型，《保护我方城主大人》《心跳》《最食人间烟火色》《骑着鱼的猫》等均表现不俗。

体量相对较小、制作成本相对较低的分账剧能够在竞争激烈的在线剧集市场中成功突围得以热播，关键还在于品质的不断提升。《消失的痕迹》在机位设置、道具布置以及情节设定上的巧思，体

## 剧集出海整体表现亮眼

众多“大IP”优质作品吸引大量海外观众，《花戎》《长风渡》先后登顶东南亚、东亚及北美多地区市场播放量榜首。原创高品质华语内容在海外影响力的持续攀升也助力了平台海外收入增长，据了解，今年二季度爱奇艺国际版原创剧集收入同比增长160%。

《心跳》《独家童话》等分账剧在海外市场也广受欢迎。在日前刚揭晓的第二十八届釜山国际电

期专辑播放量第一名。

华语剧在海内外收视热情的持续攀升、题材类型的全面开花，也印证了随着中国网络视听平台内容制作水准的提升，其满足观众多元需求能力也在持续提升。从2021年的《赘婿》到2022年的《人世间》《罚罪》《苍兰诀》《卿卿日常》《风吹半夏》，再到今年以来的《狂飙》《长风渡》《莲花楼》，高热度爆款剧集产量不断增长。

现出创作者对影像表达的细腻考究。导演李昱彤介绍，为了完善剧情走向，增强悬疑性和真实感，她和编剧一起反复修改雕琢剧本、精益求精。

“经过近7年发展，分账剧市场呈现出了逐渐成熟和更加精品化的趋势，也聚集了很多喜爱分账剧内容的观众。在一些剧集赛道上，已经涌现出一批经验丰富的创作者和制作团队，收获了稳定的受众群体。”在爱奇艺高级副总裁杨海涛看来，当前，分账剧在投资体量、剧本开发和选题策划上都有提升，这也促进了爆款分账剧的IP化发展——同属悬疑类型的《一闪一闪亮星星》在播出后快速启动了电影项目，已经制作了3季的《拆案》传播和收入表现俱佳，《危险的她》第二季也即将上线。

影节亚洲内容大奖&全球流媒体大奖中，《独家童话》男主角文俊辉还获得了最佳新人男演员奖项。

李莉表示，爱奇艺平台对分账剧的宣推给予了同等重视，随着分账剧在海外尤其是东南亚地区的受众不断增加，对于“全球独播”的分账剧内容，爱奇艺还将给予包括单价补贴、资源倾斜等一系列鼓励举措，助力更多优质内容的海外发行。

爱奇艺相关负责人表示，随着华语影视剧集品质的整体提升，中国视听平台出海的未来值得期待。

据人民日报海外版

## 国产影片“本土梦”何以更美？

国家电影局10月7日发布数据，2023年国庆档电影票房达27.34亿元，观影人次为6510万，总场次超352万场，国产影片票房占比为95.78%。从影片数量上看，今年国庆档推出12部新片，涵盖了战争、动作、爱情、动画等多种类型，为观众提供了丰富的观影选择。而国产电影“霸榜”也是本年度电影市场的重要特征。截至目前，中国电影市场2023年的总票房已达477.6亿元。今年内地票房榜前十皆为国产电影。（10月15日《工人日报》）

近年来，国产影片在票房榜持续占据多数席位，如在2021年票房榜占九席，在2022年则占八席。为什么国产影片能够屡创佳绩？“叫座”离不开“叫好”，中国电影市场的需求一直在增长，大片云集、类型丰富、选择多样，国产影片的优质供给在不断增加。正是因为强烈的供需双振，国产影片市场进入良性循环。

具体来看，头部作品的强势回归，大片与大师争相亮相，文化记忆引起观众共情，都促成了国产影片的叫座。其中，多样化是令人感到最可

喜的一个因素。曾几何时，“走出去”似乎是国产电影获得成功的标签。与此同时，原创力不足、开发观众群乏力，影视创作跟风模仿的现象屡见不鲜。彼时，业界人士说，中国电影市场的增长更需要的是多元化的类型片，更需要给文艺片、人文片、动画片等留出生存空间。现在，国产影片多姿多彩，不同档期电影题材丰富、各有卖点，为拓展“电影人口边界”带来更多的可能性。而且，观众在拥有更多选择之后，也表现出更包容的心态。这对中国电影市场形成多样化

的创作生态是至为重要的。

时下，从小众题材到大众爆款，从个性化的艺术表达达到前卫的镜头语言，随着面向类型片的探索越来越出彩，国产影片的“本土梦”越做越大。譬如，《志愿军：雄兵出击》40岁以上观众占比超过28%，成为很多家庭观影首选；《封神第一部：朝歌风云》深挖封神故事，取得超22亿元票房成绩；扫黑题材影片《坚如磐石》直戳社会热点，持续领跑国庆票房榜……正所谓借得东风好扬帆，国产影片借助类型片的发展，深耕国内市场，取得了长足的进步。

未来，只要围绕观众需求展开差异化布局，随着国产影片的本土化表达越来越成熟，国产影片的“本土梦”便会越来越精彩。据广州日报