

The 12th ASIAN TV DRAMA CONFERENCE

아시아 드라마 컨퍼런스

경계를 넘는 드라마 : 장르, 국경, 플랫폼

DRAMA BEYOND FRONTIERS : GENRE, BORDER, PLATFORMS

Chinese

2017. 10.30 (Mon.) ~ 11. 2 (Thur.)

PARADISE CITY Incheon, Korea

1 活动概述

- **活动名称** 第12届亚洲电视剧研讨会 (Asian TV Drama Conference)
- **会议主题** 打破电视剧的界限：类型，国家，平台
- **活动时间** 2017. 10. 30.(星期一) ~ 11. 2.(星期四)
- **活动地点** 仁川市 永宗岛 百乐达斯酒店等
- **主办单位** 韩国文化体育观光部, 仁川广域市
- **主管单位** 韩国文化产业交流财团, 仁川影视委员会
- **协助单位** Paradise City, POSCO Engineering & Construction, 韩国影视委员会
- **参加单位** 总共11个国家著名编剧，制片人等有关电视剧工作人员（约200名）

韩国	(私)韩国广播作家协会, (私)韩国电视剧制作协会 (25个企业)
日本	(私)日本广播作家协会, (私)全日本TV 广播制片公司联盟 (15个企业) AIE (地区企业联合会九州联结地球)
中国	上海贯一文化传播有限公司, 北京影视艺术学会, YOUKU, 东阳三尚传媒股份有限公司, 北京云莱坞文化传媒有限公司, 腾讯, PCCW Media Group
新加坡	Mediacorp
越南	VTV TVAd
泰国	Broadcast Thai Television
菲律宾	Abs-Cbn Corp
印度尼西亚	MNC Media Group
马来西亚	Astro
美国	Rakuten VIKI
瑞典	Eccho Rights

● 主要行程

10月 30日(星期一)	参与人员入境 / B2B, 放映会, 韩国拍摄洽谈会 / 颁奖典礼及欢迎晚宴
10月 31日(星期二)	研讨会本会议 / 欢送晚宴
11月 1日(星期三)	访问仁川地区的电视剧拍摄地 / 韩国参加人员
11月 2日(星期四)	回国

2

活动行程

	10/30	10/31	11/1	11/2
9:00~9:30	入境及住宿登记	Grand Ballroom 参加人员登记	早餐	
9:30~10:00		开幕及参加人员介绍		
10:00~10:30		Session 1 韩国制片人		
10:40~11:30		Session 2 日本制片人 (2个组)		
11:30~12:20		Session 3 中国制片人 (2个组)		
12:20~13:40		Sapphire 午餐		
13:40~14:00		介绍韩国拍摄地		
14:00~14:40		特别邀请 Session 4 美国		
14:40~15:20		特别邀请 Session 5 东南亚		
15:20~16:00		Coffe Break		
16:00~16:40	Meeting Room A — 放映会 15:00 ~17:00	Session 6 中国编剧	访问仁川地区的 电视剧拍摄地	退房及回国
16:40~17:20	Meeting Room B-C — B2B 15:00 ~17:00	Session 7 日本编剧		
17:20~18:00	Meeting Room D — 韩国拍摄 洽谈会 15:00 ~17:00	Session 8 韩国编剧		
18:00~18:30	Grand Ballroom 颁奖典礼及欢迎晚宴	整体评价		
18:30~19:00		休息		
19:00~19:30		Sapphire 欢送晚宴		
19:30~20:00				
20:00~21:00				
20:00~21:00				

10/30 (星期一)

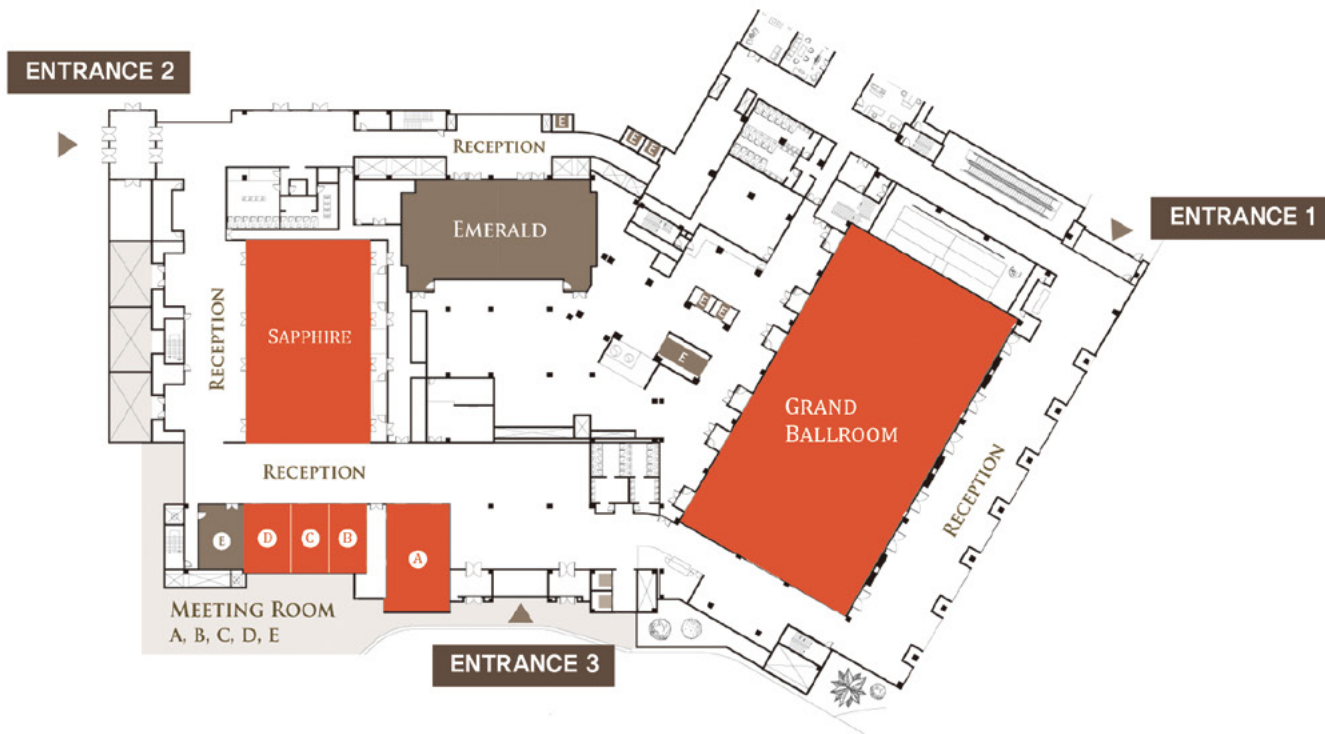
	内容					
9:00~15:00	入境及住宿登记					
15:00~17:00	Meeting Room A <p>获奖者作品放映会</p> <p>15:00, 16:00: 《王在相爱》 (女演员篇 获奖者 “林允儿” 参演作品)</p> <p>15:30, 16:30: 《锦绣未央》 (男演员篇 获奖者 “罗晋” 参演作品)</p>	Meeting Room B-C <p>B2B (商务交流)</p> <p>*参加人员个别通知</p>	Meeting Room D <p>韩国拍摄洽谈会</p> <p>仁川影视委员会, 韩国 影视委员会: 咨询服务</p>	Meeting Room 大厅 <p>编剧-制片人 交流会</p> <p>参加活动的编剧 及制片人: 自由交流</p>		
	Grand Ballroom <p>◦ 第12届亚洲电视剧研讨会颁奖典礼及欢迎晚宴 ◦</p> <table> <tr> <td> 开幕词 韩国文化产业交流财团 郭涑镇 理事长 </td><td> 贺词 全日本电视节目制作公司联盟 仓内均 理事长 </td><td> 欢迎词 仁川广域市 刘正福 市长 </td></tr> </table> <p>◦ 第12届亚洲电视剧研讨会颁奖典礼及庆典表演 ◦</p> <div> <div>  <div> 获奖女演员: 林允儿(韩国) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <王在相爱>(2017), <THE K2>(2016), <武神赵子龙>(2016) ◦ <总理和我>(2014), <爱情雨>(2012), <乞丐变王子>(2009) 等 ◦ 第53届韩国百想艺术大赏电影部门最佳人气女演员(2017) ◦ Asia Artist Awards: 亚洲明星奖(2016) </div> </div> <div> <div>  <div> 获奖男演员: 罗晋(中国) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <锦绣未央>(2016), <克拉恋人>(2015), <爸爸父亲爹>(2015) ◦ <王的女人>(2012), <美人心计>(2010), <三国>(2010) 等 ◦ “第二届微博电影之夜” 微博最受期待演员奖 (2017) ◦ 中国电视好演员男演员奖 (2015) </div> </div> </div> <div>  <div> 庆典表演: CROSS GENE <ul style="list-style-type: none"> ◦ 李世英、中泽祥、申原昊、寺田拓哉、金相旻、金容奭 ◦ 经纪公司: Amuse korea ◦ 出道日期: 2012年 迷你专辑 [TIMELESS: BEGINS] ◦ 第21届大韩民国文化艺能大奖新人奖(2013) </div> </div> </div>				开幕词 韩国文化产业交流财团 郭涑镇 理事长	贺词 全日本电视节目制作公司联盟 仓内均 理事长
开幕词 韩国文化产业交流财团 郭涑镇 理事长	贺词 全日本电视节目制作公司联盟 仓内均 理事长	欢迎词 仁川广域市 刘正福 市长				
18:00~18:55						
18:55~21:00	祝酒词 仁川影视委员会 任顺礼 运营委员长 晚餐					

内容	
09:00~09:30	<ul style="list-style-type: none"> Grand Ballroom 第12届亚洲电视剧研讨会本会议 参加人员登记
09:30~09:35	集体照
09:35~10:00	打破电视剧的界限：类型，国家，平台 1 观看研讨会宣传视频 \ 2 参加编剧及制片人介绍 \ 3 主持人介绍：成均馆大学 Seongi BAEK 教授
10:00~10:40 (40')	 Session 1 : 韩国制片人 通过韩剧的国际化分析激活亚洲电视剧内容的国际模式的重要性 Younsung KIM Starcollabo 传媒事业本部 理事 <ul style="list-style-type: none"> <成均馆绯闻>(2010), <来自星星的你>(2013), <重击>(2014), <龙八夷>(2015) 等15部作品的宣传总监
10:40~11:30 (50')	 Session 2-1 : 日本制片人 日本文化内容商业现状 Satoshi KUBOTA Fuji Television 制片人 <ul style="list-style-type: none"> <女婿大人>(2003), <离婚弁護士>(2005), <危险姐姐>(2006) <医龙>(2006), <东京塔>(2007) 2006 <医龙>电视导演奖, 2014 <不可思议的夏天> 爱奇艺奖 亚洲电视奖
	 Session 2-2 : 日本制片人 电视剧 <精灵守护者> : 超越国境, 但不超过预算 Atsushi OCHI NHK ENTERPRISE 电视剧部门 部长 <ul style="list-style-type: none"> <精灵守护者>, <水姑娘>, <毛利元就>等 ATP总务大臣奖<精灵守护者>第一季
11:30~12:20 (50')	 Session 3-1 : 中国制片人 <镇魂街>漫改真 一次成功的尝试 Ling Liu YOUKU 制片人 <ul style="list-style-type: none"> <重生之名流巨星> CP <镇魂街>第一季, <逆光之恋>, <我为宫狂>, <诛三计>制片人
	 Session 3-2 : 中国制片人 网剧 <无证之罪> 吕行 东阳三尚传媒股份有限公司 导演 <ul style="list-style-type: none"> 北京电影学院导演博士 电视剧 <封神> 副导演 电视剧 <无证之罪> 导演
12:20~13:40	Sapphire 午餐及休息

内容	
13:40~14:00 (20')	韩国拍摄洽谈会
14:00~14:40 (40')	 Session 4 : 特别邀请 美国 Courtney MCLACHLAN Rakuten VIKI Marketing Manager <ul style="list-style-type: none"> <UP10TION, Please!> Soompi X JYP选秀节目 <Rising Legends> Soompi Awards
14:40~15:20 (40')	 Session 5 : 特别邀请 印度尼西亚 Titan Hermawan MNC Pictures 专务董事 <ul style="list-style-type: none"> 电视剧 : <摩托车 Pengkolan>(2015), <退休的暴徒>第1~3季 电影 : <回望98>(2015), <3 Dara>(2015), <7/24>(2014)
15:20~16:00	Coffee Break
16:00~16:40 (40')	 Session 6 : 中国编剧 电视剧<国民大生活>故事, 情感, 人物仍是电视剧表达的主要元素 鲁琦 上海贯一文化传播有限公司 国家三级编剧 <ul style="list-style-type: none"> 电视剧 : <生活启示录>, <国民大生活>, <我的朋友陈白露小姐> 微电影 : <小村童话>
16:40~17:20 (40')	 Session 7 : 日本编剧 电视剧<不能结婚的男人> : 韩版和日版的共同点与不同点 Masaya OZAKI 日本放送作家协会 编辑 <ul style="list-style-type: none"> <不能结婚的男人>, <小梅医生>, <白之春>, <特命系长-只野仁>, <我来接您了> 2013年 第21届桥田赏
17:20~18:00 (40')	 Session 7 : 韩国编剧 电视剧<好医生>在美国能够翻拍的原因 Jaebeom PARK 韩国广播作家协会 编剧 <ul style="list-style-type: none"> <神的测验>第一季(2010), 第二季(2011), 第三季(2012), 第四季(2014) <金科长>(2017), <Good Doctor>(2013), <Blood>(2015) 2013年第6届韩国电视剧大赏作家奖
18:00~18:30	整体评价及闭会
18:30~19:00	Break
19:00~21:00	Sapphire 晚餐

3 地点介绍

仁川 永宗岛 百乐达斯酒店 (PARADISE CITY)



班车运行 (仁川机场)

在机场会有翻译人员负责接机并送至机场大巴乘车处



交通指南

地址
韩国仁川广域市中区永宗海岸
南路321街186

网站
www.p-city.com

电话
+82-32-1833-8855

开幕词

大家好，我是韩国文化产业交流财团理事长郭滢镇。

自2014年以后时隔三年我们在韩国，特别是在仁川广域市，这个被称作“亚洲枢纽”的城市，各国最优秀的电视剧专家人士欢聚于此，一同促成“第12届亚洲电视剧大会”的召开，我对此感到发自内心的高兴。

此前12年间，中日韩的作家们以“东亚电视作家大会”的名称开始了第一步。此后不仅是作家，相关制作人员也参与进来，使之发展壮大。今年是史上最多国家参加的年份，有11国之多。我的感触也与以往有所不同。

首先对今天第一次参加此次大会的各位表示欢迎。同时也对过去12年间一直以来风雨无阻参加“亚洲电视剧大会”的各位表达衷心的感谢，感谢你们见证了这一大会的成长。

如同我们大会的口号“同一个亚洲”一般，一部电视剧蕴含的感动是它具有的力量，它能够拆除国境与语言的壁垒，使我们成为一体。

不仅如此，全世界人民通过多样化的媒体，在今天很容易便可收看到海外电视剧，接触到网络漫画、小说、漫画、或者以超越我们想象力的方式出现的各种视频内容等。现在电视剧可以说是没有“国境”、“题材”、和“平台”的限制了。

“第12届亚洲电视剧大会”的主题是“超越界限的电视剧：题材、国境、平台”，这是一种尝试，尝试着扩大电视剧的无限可能性。

通过此次大会，希望活跃在各国的代表性作家、制作人员相互分享经验与知识，一起深刻探讨亚洲电视剧的全球化发展、创意及共同制作、超越题材的故事秘诀，以及共生合作的具体化方案。

最后，对为了亚洲影像视频文化的发展，积极帮助配合的仁川广域市表达深深的感谢。希望今天欢聚于此的各位，发表高见、分享智慧，一起探索亚洲电视剧的未来发展之路，促进亚洲电视剧展翅高飞，冲向世界。

现在，我宣布，“第12届亚洲电视剧大会”正式开幕。谢谢大家。



2017年10月30日
韩国文化产业交流财团
理事长 郭滢镇

致辞

欢迎亚洲各国作家、制作人来访仁川。

仁川是历史上第一个运输多样文物的城市，同时作为年轻城市，它也一直对新鲜而又多样的文化敞开大门。

引领发展趋势的电视剧主创们欢聚于仁川，讨论“跨越界限的电视剧：题材、国境、平台”，这里是最合适不过的城市了。

亚洲最优秀的企划者、制作人、作家都聚集于此，讨论电视剧产业的问题。

通过亚洲电视剧大会，不仅可以促进共同制作的实际达成，还可以创作出更具有世界竞争力的文化内容。

见到为创作文化内容而呕心沥血的各位我感到十分激动与兴奋。

在仁川拍摄或得到仁川支持的韩剧受到了观众的特别喜爱，在电视剧《鬼怪》中，仁川是充满美妙爱情的城市，在《金科长》中，它是充满热情与正义的城市，在《蓝色大海的传说》中，它又是美人鱼生活的美丽小岛，《Circle:相连的两个世界》中是 2037 年的未来城市。仁川可以被称为韩剧产业的多产地，希望各位能够在这里获得新鲜的灵感与刺激。

这是一个文化多样性的时代，需要绝对的理解与国际感。希望通过第 12 届亚洲电视剧大会，能够超越国境，不分题材，运用多种多样的平台，做出前沿的企划，开展有深度的讨论。

谢谢



2017年10月30日
仁川广域市市长
刘正福

祝词

我叫倉内，ATP（全日本电视节目制作社联盟）理事长。

我谨代表日本所有参加者，对第12届亚洲电视剧大会在仁川的召开表示真心的祝贺。同时也对此次大会对我的邀请表示深深的感谢。

为了此次大会的召开，KOFICE的郭滢镇理事长付出了很多心血，在此我首先向他表示最真诚的谢意，同时也对以仁川广域市为首的相关机构团体表达感谢。

去年在福冈市举办的大会上，介绍了很多网剧事例，交流了充满建设性的意见。当时获得的灵感与新发现，至今都记忆犹新。

这次的主题是比上次更好的“超越国境的电视剧：题材、国境、平台”。这是我们电视剧工作者必须直面的课题，同时也可以促进电视剧的海外进军。

希望此次大会能够使各位展开激烈的讨论，分享有价值的信息。12年前，申贤泰会长和市川森一先生兴起了这个大会。现在我们传承两位的深意，一起度过接下来充满意义的三天。谢谢。

2017年10月30日
ATP全日本电视节目制作公司联盟
理事长 倉内均

祝酒辞

完成一部作品真的需要付出很多时间和心血。

构思题材、组织结构、修改一遍又一遍…故事的主题是什么？观众究竟会喜欢吗？我写的方向对吗？带着对这些问题的思考，度过了一个又一个提心吊胆的日子。

这段时间大家工作勤勤恳恳、不辞辛苦，我深刻感受到了各位同志的热情，在此我向各位表达我最真挚的感谢。观众拥有最敏锐、挑剔的眼光，在与他们交流的过程中，有数以万计的变数与障碍，但是大家依然保持着始终如一的热情，我对各位表达我诚挚的敬意。

现在每时每刻都有数千、数万的视频涌现。最近不仅是业内人士，普通大众也可以自己制作视频内容、与他人一起分享、交流。并且根据企划、导演、演员的不同，视频内容可以说是千差万别，与此同时这还是一种表达个性，展现自我的手段。

在快速变化发展的视频文化中，各位对发展趋势最为敏感，又起着引导性作用。今天我们欢聚于此，召开此次会议，像这样在风云变化的产业中抓住中心，一起引领行业发展。

通过第12届亚洲电视剧大会，我们一起分享各国多样的行业环境和产业动向，研究久久未能解决的问题。这不仅可以促进视频产业的交流，而且还可以超越国家和平台，加深亚洲电视剧共同企划与制作的可能性。

谢谢。

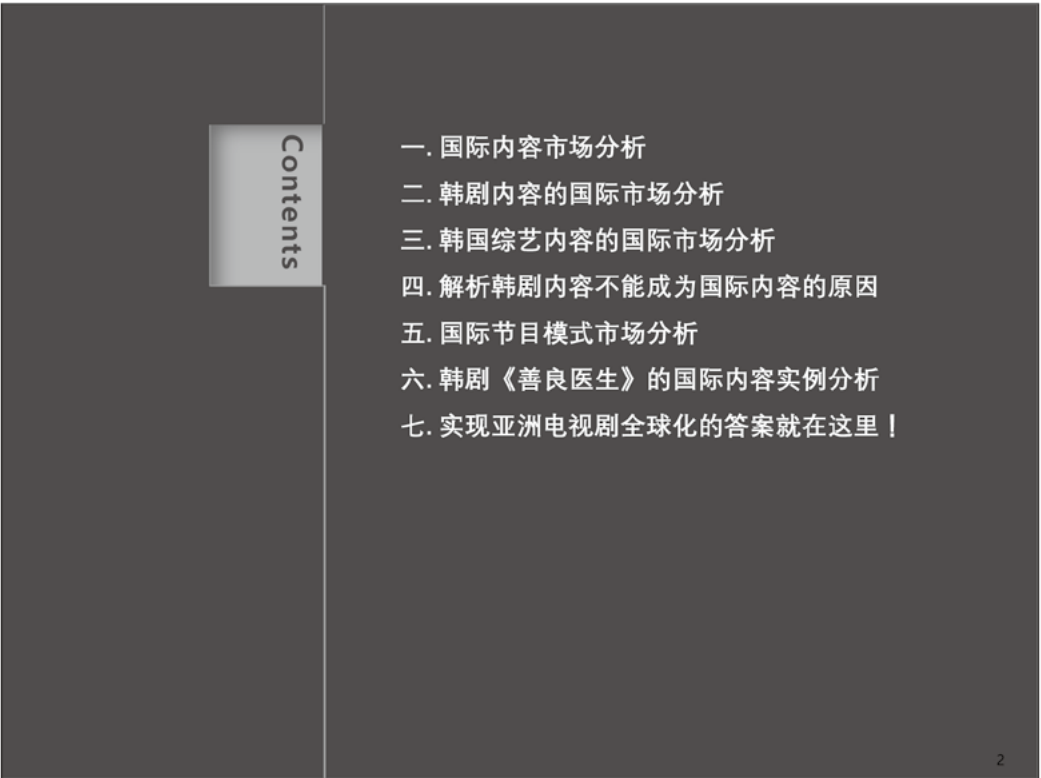
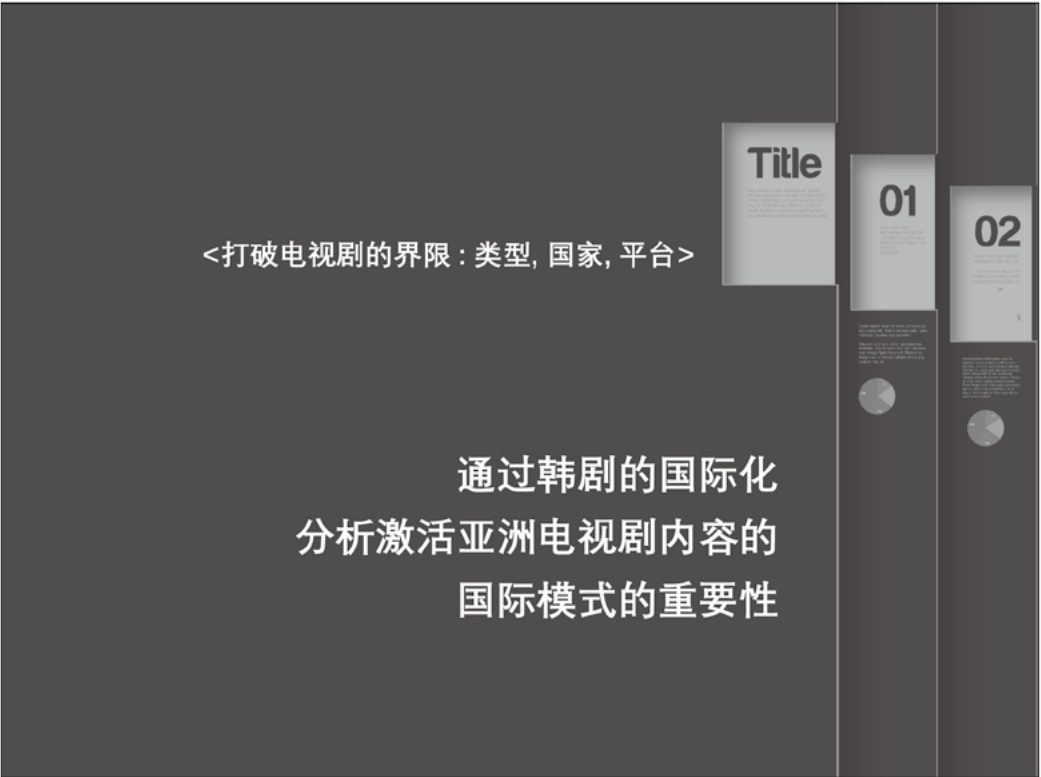
2017年10月30日
仁川影像视频委员会
运营委员长 任顺礼

REFERENCE

Session 1：韩国制片人

通过韩剧的国际化分析激活亚洲电视剧内容的国际模式的重要性

Younsung KIM



国际内容市场分析

PART

全世界的所有电视剧可在当地国家播放
同时也能在全世界的文化平台上收看直播

- 一、传媒内容的全球化现象正迅速改变着内容市场。目前全世界的所有电视剧可在当地国家播放的同时也能在全世界的文化平台上收看直播。
- 二、通过网飞(Netflix)等此类OTT(Over The Top ; 通过互联网向用户提供电视服务)在线流媒体服务, 我们接触亚洲、美国或欧洲等各国原产电视剧的环境。
- 三、在2017年, 世界最大的付费视频流媒体服务-美国网飞(Netflix)已拥有来自190多个国家的9300万余人的付费用户并与葫芦(Hulu)、VIKI(Viki)或亚马逊(Amazon)等全球OTT平台企业正迅速成为内容产业的主要流通企业。



3

韩剧内容的国际市场分析

PART

面临着全世界改编韩剧的时代，
目前，因不具备韩剧节目模式而很难活跃于海外市场当中。



5

韩剧内容的国际市场分析

PART

面临着全世界改编韩剧的时代，
目前，因不具备韩剧节目模式而很难活跃于海外市场当中。

- 一、2015年，土耳其的Star TV经过15年的时间，翻拍了2000年在韩国KBS电视台播出的《蓝色生死恋》并在当地播出。2014年韩国SBS电视台播出的《神的礼物-14天》也于7月24日，在美国ABC电视台播出首集。2013年在韩国KBS电视台播出的《善良医生》在美国ABC电视台以《The Good Doctor》的名称被正规编成并于9月25日播出。



SBS 《神的礼物-14天》



KBS 《善良医生》

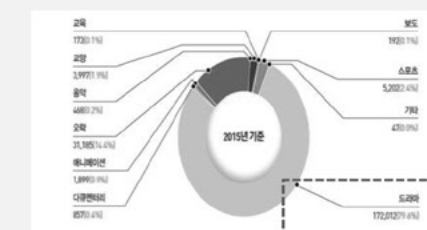
4

韩剧内容的国际市场分析

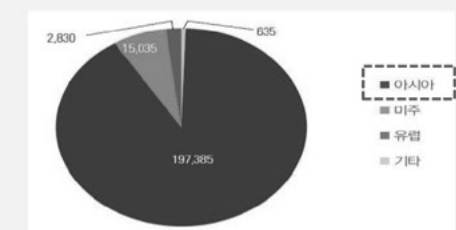
PART

面临着全世界改编韩剧的时代，
目前，因不具备韩剧节目模式而很难活跃于海外市场当中。

- 二、2017年,根据韩国文化产业振兴院发行的《2016影视传媒产业白皮书》所示,向海外出口的韩国传媒内容的类型比重依次为电视剧79.6%,综艺节目14.4%及体育、教养和纪录片。其中,在出口类型中占比例最多的是韩剧,其输出国家的现状为亚洲地区占91.4%,但节目模式的纯输出比重却不及成片输出量的20%。这意味着韩国的内容传媒以简单的成片输出形式进行交易,而且交易范围也侧重于亚洲市场。



<韩国内容传媒的类型比率>



<韩国内容传媒的国家比率>

6

韩国综艺内容的国际市场分析

在韩国，综艺节目内容相比电视剧内容，不仅在中国等亚洲市场活跃，也逐渐迈向国际市场。

一、中国的湖南卫视成功引进韩国MBC电视台的《我是歌手》，《爸爸去哪儿》节目模式。而且，《奔跑吧兄弟》以韩国制片人亲自参与中国本地的工作的形态来进一步发展了节目模式的输出方式。此后，在中国逐渐步入稳定的韩国综艺节目也在当地取得了巨大的成就。



SBS 《奔跑吧兄弟》

7

韩国综艺内容的国际市场分析

在韩国，综艺节目内容相比电视剧内容，不仅在中国等亚洲市场活跃，也逐渐迈向国际市场。

二、CJ E&M的《花样爷爷》也在美国NBC电视台以当地的节目名称《Better Late than Never》输出了节目模式。此后,韩国的综艺节目模式在全球市场上输出实例逐渐增多。不仅在美国和中国,在法国、芬兰、德国、丹麦、澳大利亚、意大利、土耳其等的国家成功输出并获得了真实综艺节目模式的巨大成功。该节目在美国播出第一季之后,确定了第二季的制作并完成了出演人的契约。



美国NBC《花样爷爷(Better Late than Never)》

8

解析韩剧内容不能成为国际内容的原因？

“韩剧”、“K-电视剧”…韩剧具有魅力。但，利用简单的脚本胥手并不能实现国际本土化工作。

一、与交易活动频繁的韩国综艺节目相反，韩国电视剧的模式多年处于停顿状态。2013年CJ E&M推出的韩剧《九回时间旅行》是首次成功地向美国输出的剧作模式，但在试映集制作过程当中遭到了失败。最近几年内所确定的海外改编作品在美国当地处于停顿状态或契约到期而告终失败。这表示在国际文化市场上购买韩剧的模式主要是因为杰出的故事内容及想法，但在“本土化”的过程当中因故事情节发展的异常及原创魅力的消减阻碍了制作的成功。

二、本土化的失败表明韩剧文化在电视节目模式市场上并没有以全套（制作宝典）的形式输出而是简单地以脚本方式输出所致。这是因为在当地制作试映剧本的时候，原创者或制片人很难正确表达出原作当中所要表现的世界观及角色观等重要因素。美国和欧洲与韩国不同，从起初电视剧的企划阶段到制作，播出，流通的过程以展开细节的想法及构成为基础来诉说故事情节并根据需要向当地派出该模式的顾问来完成本土化工作。

9

解析韩剧内容不能成为国际内容的原因？

“韩剧”、“K-电视剧”…韩剧具有魅力。但，利用简单的脚本胥手并不能实现国际本土化工作。

三、要想让电视剧内容

在其他地区经过本土化的过程完成制作，必须将文化内容的标准明确表明为可反应他地区文化的本土化，同时也应该具备作为保留原创剧本模式的“节目模式”。

但韩剧因不具备剧本本土化所需的制作方式，系统，节目模式等细节资料，所以在实现模本土化的过程存在很多困难。如果没有节目模式，即使曾经在韩国及亚洲市场上获得过巨大人气的电视剧的版权向海外成功输出并决定改编，也会因为缺乏将当地的文化及氛围按照原创的格式来实现本土化的标准而导致制作过程中时间推迟的问题。

四、韩剧模式的输出处于停顿状态的理由之一是“韩剧没有节目模式”。因此，韩国乃至亚洲电视剧为了更好地活跃在世界内容模式市场上，就必须注重对亚洲电视剧模式事业的研究与亚洲电视剧节目模式的制作。

10

PART

国际节目模式市场分析

模式产业不仅是实现节目本土化的过程当中克服文化贴现现象的产业，也是一种能够提高成功概率的国际内容产业。

一、模式产业不仅通过按照各国的文化实现节目的本土化来克服了文化贴现现象，也让特定国家或地区所成功的实例按照各个国家类别以不同的方式进行改善来消减对失败的危险并提高成功的概率。190年以后，逐渐成长的领域之一就是模式产业。在2013年，欧洲的前100个电视节目模式的价值约为约200亿元(29亿3,100万美元)。加之，2000年之后改变全球传媒文化市场格局的“四大超级模式(Four Super-Formats : Who Wants To Be A Millionaire, Survivor, Big Brother, Pop Idols)”的年收入约为约242亿元(31亿欧元)。因此，节目模式文化产业所拥有的力量逐渐扩大。



Who Wants To Be A Millionaire?

(谁想成为百万富翁?)

英国 ITV / 592部(1998~2014)

11

PART

国际节目模式市场分析

模式产业不仅是实现节目本土化的过程当中克服文化贴现现象的产业，也是一种能够提高成功概率的国际内容产业。

二、模式产业在国际传媒内容市场上备受关注的理由如下所示。

第一，模式产业可确保节目的安全性并消减投资费用。可消减节目制作的过程当中所进行的计划及开发的初期费用。因投入已完成检测的人气模式，所以提高了成功的概率。加之，当输入成片的原创节目并将此节目播出时，可减少在当地国家可能发生文化贴现现象并提高成功概率。

第二，比起成片的节目，具有更高的创造附加值的可能性。即，利用一个成功的模式就可以持续性地进行创造出更多的收益。例如，Endemol公司推出的《老大哥》在1999年被制作，但目前在约70多个国家当中销售成功。它的年收入接近千万美元以上，现在成为了世界第一位制片公司。

12

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲内容在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

一、2017年3月，韩国KBS电视台播出的《善良医生》被确定制作试映集后在加拿大本地拍摄了长达14天的时间并最终完成了试映集的制作。之后在5月1日，韩剧首次在美国以季播形式确定制作并在7月开始制作第一季。9月25日，正式在美国ABC电视台的黄金时段播出了首集。加之，韩国SBS电视台播出的《神的礼物14天》也在美国ABC电视台以限量版（不是季播形式，而是像韩国的迷你短剧一样被制作并在播完的同时结束工作）共10集的故事内容获得正规编成并在7月24日播出第一集。

二、在美国市场上已有2部韩剧确定了正规编成，但韩国的许多电视剧依然处于本土化工作的状态且工作进度缓慢。这表明了通过输出脚本模式实现本土化工作的局限性。对于此情况，我们要重新确认一下《善良医生》进入美国市场的起初阶段，制作第一季，获得正规编成的整个过程。并通过该确认，分析亚洲电视剧文化为实现国际本土化所需的准备条件。

13

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲文化在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

三、2013年11月，通过韩国传媒文化振兴院主管的“K-Story in America”进行分析。

本活动是从2013年至目前为止的4年的时间里将韩国优秀的电视剧，电影，小说，漫画等文化向美国的电视台，制作公司以及工作室等地方介绍的活动。在过去的4年里，被介绍的韩剧除了KBS《善良医生》外，也包括SBS《龙八夷》、KBS《邻家律师赵德浩》、MBC《W》等。

四、2013年11月销售宣传之后，《善良医生》的当地改编过程进行地很顺利。在当时，美国的本土化工作由CBS负责进行而制作管理业务由CBS工作室主管。实质性的制作工作由3AD及负责将韩国与美国的电视剧作模式相互交叉来完成制片的Enter Media公司来进行。之后，在2016年获得了试映集制作机会。当时，CBS工作室开发了试映集脚本并向CBS宣传，但最终还是以失败告终。

제 목	발송사	미국 유통사	현재 진행상황
나인 : 아홉 번의 시간 여행	tvN	Fox Empire Entertainment	AIX 라인업 폐지
멜로이여 돌아오	OxN		
제3열전	tvN	Intrigue	출연 계약
굿 닥터	KBS	3AD, EnterMedia	- 과잉의 제작 완료 - 시리즈 오디 확정 - 2017년 7월부터 시즌 1 제작(예정) - 2017년 9월 첫방송(예정)
멜로이 손 그대	SBS	EnterMedia, Anonymous Content	Paramount TV 출연 계약
무림도시	JTBC	Sony Pictures	SONY 로열 계약
무림	KBS	U2K	KBS와 U2K 공동제작
황 투루스			
아이리스			
프렌			
오렌지 마말레이드	SBS	Thunderbird	- 리미티드 제작(10부 제) - 현지 제작(Somewhere Between) - 2017년 7월 24일 첫 방송(예정)
신의 선물 -14일			

14

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲文化在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

“对于目前在美国当地所进行本土化工作的韩剧来说，我们很难说明因何原因被停止进行制作。美国电视台每年平均要接受约1,000余作品的销售宣传。在其中，仅仅只有10%，约100余作品以试映集脚本来进行开发。又在其中，仅有10%的作品获得筛选并进入试映集的制作阶段。因此，最终只有4-5个作品才能接收预定并进行制作”（美国当地《善良医生》制片人）

“全世界的任何国家包括韩国在内要想在美国实现本土化，最重要的还是试映集脚本。这时，试映集脚本的编剧会从原作者或制片人听取该原作的世界观，角色观等之后进行工作。美国的大多数试映集脚本编剧并不会仅仅通过有关原作的视频及接收的剧本来进入试映集脚本的工作。这主要是因为美剧基本追求季播形式的电视剧所致。但韩剧到目前为止还是以剧本为主来进行改编，所以在当地化的过程中消耗很多时间与费用。正如韩国综艺节目模式一样，韩剧也能实现模式化的话将更容易实现本土化的工作。在美国，电视剧，综艺及时事，教养等节目均实施节目模式的工作。”（美国《善良医生》制片人）

15

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲文化在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

“《善良医生》为了得到季播的正规编成消耗了三年的时间。《善良医生》收到美国的季播预定的事情可比喻成一个韩国的俗语叫做‘骆驼钻针眼’。也就是说，在美国的电视剧市场上得到季播预定是一件非常激烈的竞争。我想这种激烈就是美剧能成为国际电视剧的最大原因。”（美国《善良医生》制片人）

“对于一个将韩国与美国的模式用交叉的形式来制片的制片人来说，总被问到‘为什么选择了该作品？’。韩剧在美国重新本土化的立场来看，‘作品本身所具备的世界观和各个角色在季播式的电视剧里如何展开故事情节’是至关重要的。总的来说，韩剧在美国本土化的过程中最重要的选择并不是编剧，导演，演员，电视台，收视率等因素，而是‘广阔的世界观和富有灵魂的角色’。”（美国当地《善良医生》制片人）

17

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲文化在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

五. 《善良医生》在2016年的CBS试映集脚本宣传当中获得了失败，但在2016年9月《豪斯医生(美剧/FOX/目前完成制作第八季)》的原创者兼作家-大卫·萧尔观看了《善良医生》后决定对剧本亲自执笔。因此，本土化的工作开始迅速展开。

六. 2016年10月，该剧向美国的ABC、NBC、FOX、CBS电视台销售宣传之后，所有的电视台表明了购买的意向并最终决定了ABC电视台。之后，编剧经过2个多月的时间根据构想制作了试映集脚本并经过与索尼工作室的协议过程后，在12月份向ABC传送了剧本。2017年1月27日，《善良医生》在韩剧史上首次被决定在当地制作试映集。

七. 3月份，经过长达14天的加拿大当地拍摄并最终完成试播影像后，在美国纽约及LA以广告商和全世界的用户为对象播出的结果，5月1日收到了来自ABC电视台的最终预定并在2017年7月开始进入制作第一季。9月份开始在美国ABC电视台的黄金时间段，即每周一晚10点确定播出。9月25日正式播出首集。

16

PART

韩剧《善良医生》的国际文化实例分析

韩剧《善良医生》在美国首次以季播式编成的实例对韩剧国际化战略的变化具有很大的意义，同时，也为亚洲文化在国际市场上的发展提供了探索新道路的机会。

八. 在美国当地被选为季播式的电视剧，对于韩国及亚洲的电视剧文化产业来说具有重大的意义。此次季播式的编成实例，对于处在停顿状态的韩国及亚洲电视剧文化的国际本土化工作将会带来很多变化，同时也对激活亚洲文化的全球化方案将开辟一条新的道路。

九. 尤其是，以色列的《Home Land(美剧/ Showtime /目前完成制作第六季，2018年将播出第七季)》成功地在当地以季播形式播出之后，许多以色列的电视剧作品在美国及国际文化市场上开始活跃的进行交易。因此，本次韩剧《善良医生》的美国本土化的成功也对韩国及亚洲的制作公司和电视台具有很大的意义。

-第一、为了实现亚洲电视剧文化的国际本土化工作，应排除至目前为止所进行的脚本销售形式并通过节目模式来实现。

-第二、企划，制作的初级阶段时应考虑制作具有广阔的世界观及富有灵魂的角色电视剧，并与节目模式一起出示。

18

PART

实现亚洲电视剧全球化的答案就在这里！

国际文化的中心逐渐变成了节目模式，世界对于韩国及亚洲节目模式的关注度提升，因此要应做好彻底的准备，同时也要实现当前文化市场的变化。

一、2017年，国际传媒文化市场的主要论坛对象就是“模式”。因此，模式产业将在21世纪成为国际文化化的主要产业。世界对于韩国及亚洲模式的关注度也逐渐升高。

二、2013年以后，许多韩剧在美国当地进行了本土化的工作，但可以确定的是没有任何一部作品成功地实现了本土化并以季播形式完成播出。然而，在经历许多波折之后，在2017年7月24日韩剧《神的礼物14天》终于成功地在美国以限量版的形式播出了首集。《善良医生》也完成试映集制作后，在韩剧史上首次确定获得季播式制作的预定并于9月25日正式在美国电视台播出首集。对于《善良医生》来说，从首次销售宣传到经历本土化的过程，再到后来的季播式制作的整个过程共消耗了3年6个月的时间。其主要原因是因为该剧缺乏作为本土化过程当中所需的重要标准，即包括作品世界观，角色等因素的节目模式。

因此，国内(韩国)乃至亚洲的电视剧模式要想进军国际模式市场应必须制作像美国或欧洲一样的电视剧节目模式。

19

PART

实现亚洲电视剧全球化的答案就在这里！

国际文化的中心逐渐变成了节目模式，世界对于韩国及亚洲节目模式的关注度提升，因此要应做好彻底的准备，同时也要实现当前文化市场的变化。

< 2014年 BCWW “2014 国际传媒文化论坛”>

“电视剧模式实现国际流通的必要因素是什么？”

“其他国家或地区尚未经历过的事情，即固有的故事是很重要的”
(美国狮门影业(Liongate)的模式顾问马克·罗伯(Mark Lorber))

“从角色的个性当中散发出来的特殊性很重要”
((英国Bob & Co.的电视剧顾问唐娜·维峰(Donna Wiffen))

21

PART

实现亚洲电视剧全球化的答案就在这里！

国际文化的中心逐渐变成了节目模式，世界对于韩国及亚洲节目模式的关注度提升，因此要应做好彻底的准备，同时也要实现当前文化市场的变化。

第二，虽然韩剧的成片输出在亚洲及世界市场上有很高的人气，但为了进一步地活跃在国际文化市场上应实现节目模式的输出。加之，韩剧的模式输出形式主要是通过简单的脚本销售来完成的，因此效果不佳。所以，应提示根据不同国家的情况撰写的，可在剧作制作系统当中获取结果的“针对制作电视剧节目模的标准（案）”。通过此案，不仅可以激活亚洲文化节目模式在国际市场的活动也可以实现持续性收入的最大化。而且，对于目前韩剧及亚洲电视剧因输出成片及销售脚本而引起的本土化工作的失败，该案将会克服此类挫折并提高向美国，中南美洲，欧洲及其他地区输出产品的可能性。

20

24 The 12th ASIAN TV DRAMA CONFERENCE

Chinese 25

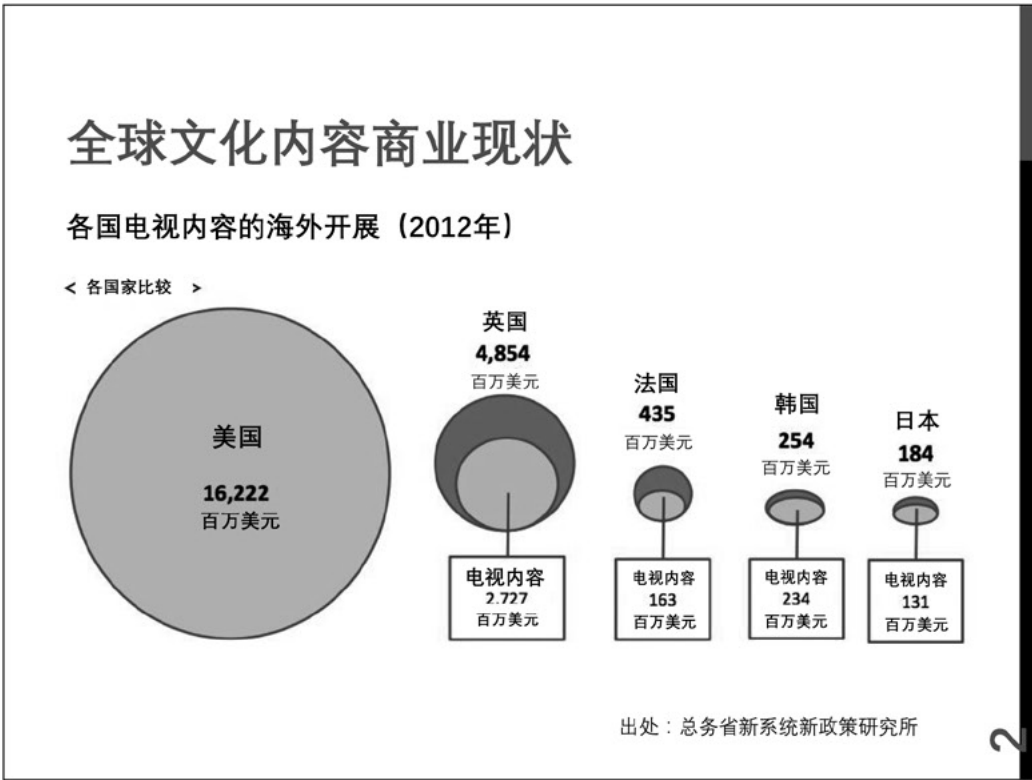
日本文化内容商业现状

Satoshi KUBOTA

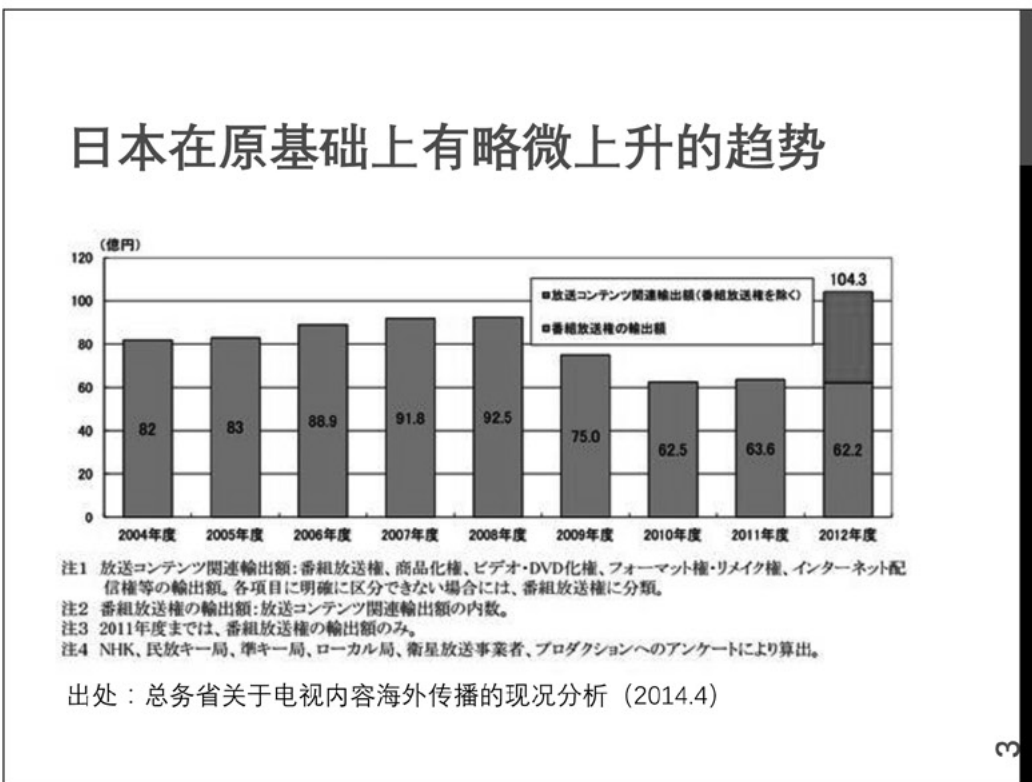


- 今天的主题“生存之道——进军海外”
- 一. 日本文化内容商业现状
 - 二. 富士电视台进军海外的战略概要
 - 三. 今后将推进扩大海外市场 ①网络节目销售
 - 四. 今后将推进扩大海外市场 ②节目模式销售
 - 五. 今后将推进扩大海外市场 ③国际共同制作
 - 六. 今后将推进扩大海外市场 ④与其他领域企业的合作

1

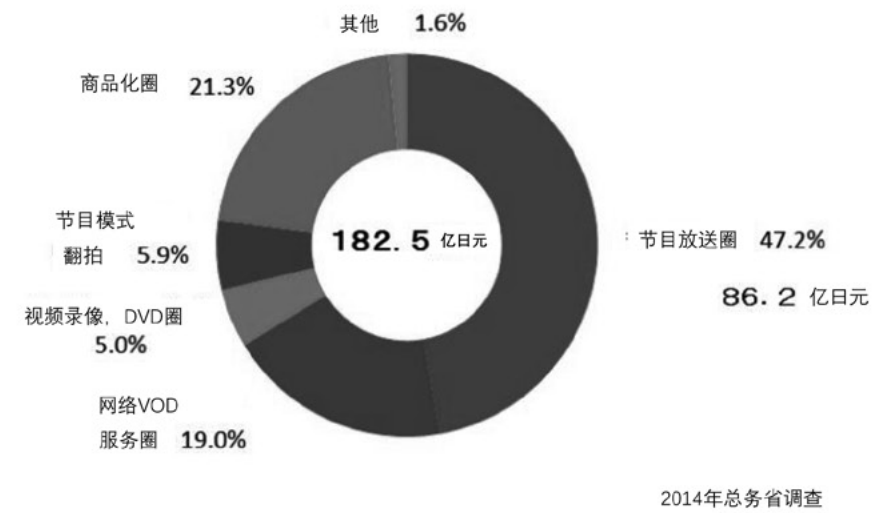


2



3

什么样的内容在海外更有市场呢



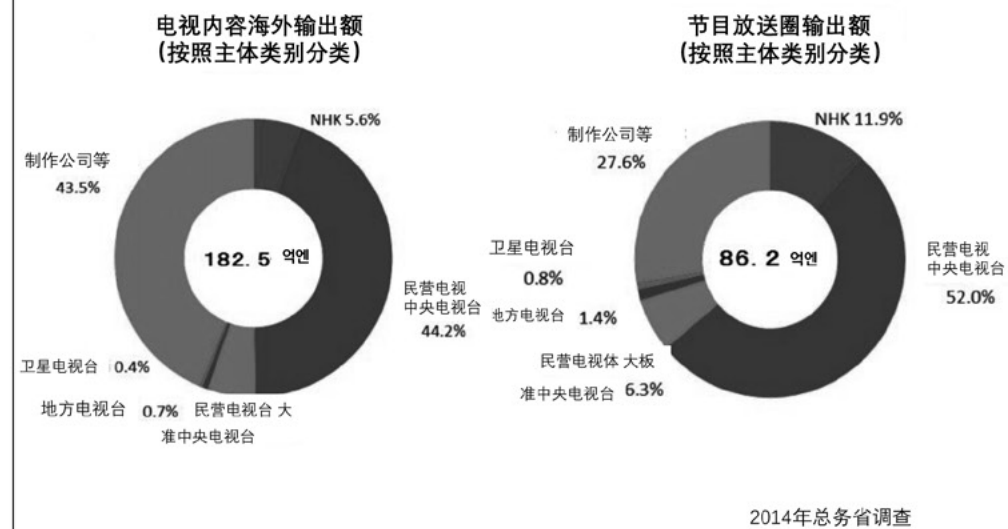
4

CHAPTER 2

富士电视台 海外战略概要

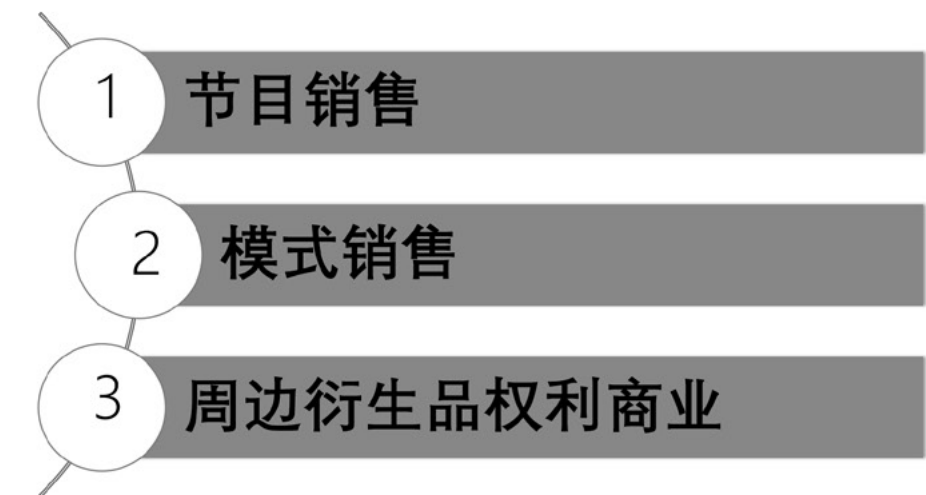
6

谁正在海外市场进行销售呢



5

至今为止富士电视台的3大海外商业板块



7

一. 节目营销是什么？

富士电视台播放的节目

(电视剧为主)，

插入字幕向亚洲其他国家电视台销售



8

二. 节目模式营销是什么？

富士电视台播放的综艺节目，其企划案销售给海外影视制作公司
把富士电视台播放的电视剧翻拍权销售给亚洲其他国家



9

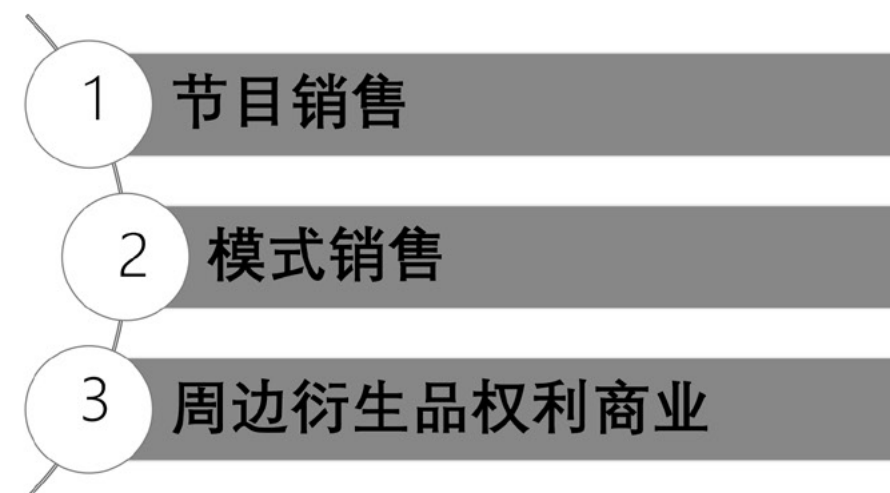
三. 周边衍生品权利商业是什么？

被出售的节目或节目模式，在当地播放时，将与之相关的进行商品化，推行像这样的2次商业销售事业



10

至今为止富士电视台的3大海外商业板块



11

富士电视台“全新的”4大海外商业板块

- 1 网络节目销售
- 2 新模式研发
- 3 国际共同制作
- 4 与他领域企业的合作

※ 现在周边衍生品权利商业已属必然同步品

12

CHAPTER 3

今后将推进扩大海外市场

①网络节目销售

14

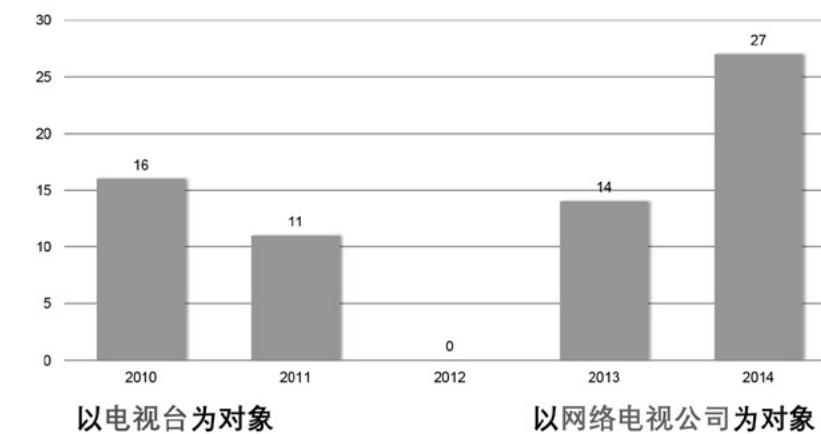
③富士电视台海外战略概要结论

上述内容并不只限于中央电视台
具有企划制作能力和销售能力的话
谁都可以

13

富士电视台节目中国销售趋势

The # of FUJI Drama sold to China



Fujitv, 2014

15

富士电视台在中国的销售对象



2010年开始服务



2005年开始服务

16

富士电视台的电视圈商业开展

主要合作公司



广域型视频公司



爱奇艺



StarHub



各国的视频公司

18

网络视频公司的基本形态

● 免费广告型

在普通广告牌主页、免费进行贴片广告-youtube等

● 电视台型

根据电视公司进行完善性服务-FOD、TVer等

● 付费，租赁型

根据内容类型进行收费-ITUNES、google play等

● 订阅型

按月交付订阅费，内容无限使用-NETFLX、bulu、AMAZON等

17

新设网络视频公司

所有公司

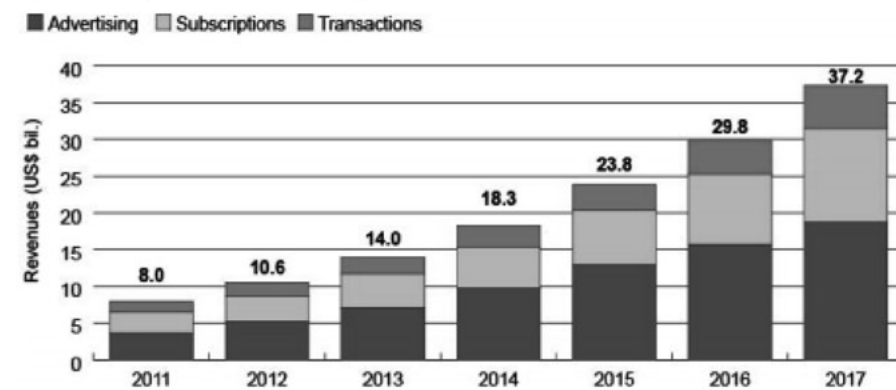
在最近3，4年内开始新交易

19

通过时间轴看网络视频的发展

2011-2017年网络视频市场增长趋势预测

Fig. 1: Global, OTT-video revenues, 2011-2017



Source: Informa Telecoms & Media

20

今后电视商业开展

战略2 • 原创节目制作

时刻思考着网络电视视频
进行节目制作

全世界范围内
同时放映



22

今后电视商业开展

战略1 • 一条龙交易

进行
大范围地区交易

持续的
节目供给合约



21

4. 今后海外市场开展

①网络节目销售 结论

电视视频公司多种多样，竞争激化，
视频内容将会不足，
完全成为卖家市场
拥有制作版权的话，
任何人都可以成为卖家

23

CHAPTER 4

今后将推进扩大海外市场 ②节目模式销售

24

节目模式商业是什么2

全球最具代表性的“节目模式”



26

节目模式商业是什么1

不是销售电视节目本身，而是销售主题概念、节目形态



25

节目模式商业是什么3

全球节目模式商业市场



27

节目模式商业是什么4

① 独家权费用

在指定地区获得独家制作权的代价
每一个节目 约3000-10000美元左右

② 节目模式费

节目制作完成时支付的版权费
播放1集制作费的5-10% X 播放次数

③ 加α

制作剪辑费，制作费，2次使用费，周边衍生品权利费等

28

富士电视台电视剧海外翻拍事例

《约会~恋爱究竟是什么呢~》

《求婚大作战》

《问题餐厅》

《倒数第二次恋爱》

《最完美的离婚》

《大和拜金女（大和抚子）》

《101次求婚》等



30

电视剧模式（翻拍）销售情况

目前在中国翻拍日本电视剧的类型
富士电视台也在进行制作销售近20
种字幕，共同制作和投资也都在进
行中

29

CHAPTER 5

今后将推进扩大海外市场

③国际共同开发



31

富士电视台的成功事例3

节目模式共同开发优点

可以获知世界的趋势

加α的“权威”附加

促销渠道和机会增加

32



今后对节目模式圈进行商业进军1

战略1

• 各色节目模式制作

战略2

• 节目模式共同制作

战略3

• 节目模式及节目本身共同制作

33

富士电视台推进翻拍权商业化

销售作品数

过去3年间
约售出30部作品

富士电视台推进翻拍权商业化1

主要作品



101次求婚



大和拜金女 (大和抚子)



交响情人梦



倒数第二次恋爱



昼顔



约会~恋爱究竟是什么呢~

101次求婚

和中国制作公司共同出资的电影

富士电视台推进翻拍权商业化

战略1

• 共同制作

不仅是剧本，
制作、技术、剧本
都将传授方法
特别是和中国合作的
SMG尚世影业
芒果TV



富士电视台推进翻拍权商业化



约会~恋爱究竟是什么

求婚大作战
中国制作公司主导

富士电视台推进翻拍权商业化



问题餐厅
和中国制作公司共同出资

有喜欢的人 衍生剧 (spin-off)
和台湾电视台合作

《不可思议的夏天》与中国爱奇艺的共同制作
第1集完结 原版悬疑电视剧



46

中国-3部电视作品制作中
65周年合拍电视剧 (中·中国香港·日·韩)
土耳其-《1升的眼泪》制作中
美国-3部作品准备中
韩国-共同制作电视剧筹备中
2部翻拍电视剧筹备中
菲律宾-共同制作筹备中
德国-共同制作筹备中

《不可思议的夏天》

47

《不可思议的夏天》企划

- ① 制作费（1集30分钟，共15集）
富士电视台，爱奇艺，亚细亚传媒3家共同联合出资
按照出资比例分配利益
- ② 制作团队
日本拍摄团队完成剧本后翻译成中文
在中国拍摄时日本人导演作为总指挥，与中国导演一起拍摄
演员、拍摄技术团队由中日双方参加
- ③ 播放
在中国爱奇艺独家播放→点击量达1亿
在日本富士电视台信息高速公路等播放
在其他国家内销售富士电视台→在36个国家播放

48

5. 今后将推进扩大海外市场

③国际共同开发 结论

今后重要的是
“海外用原版内容”制作

50

国际共同制作的优点

- ①可以事前行使权力
 - ②可以为购买者提供想要的拍摄团队
 - ③减轻投资风险
 - ④可以加强伙伴关系
 - ⑤作为第三国可以开展2次使用
- ※监管的漏洞（中国）

49

CHAPTER 6

今后将推进扩大海外市场
④与其他领域企业的合作

51

富士电视台与其他领域企业的合作

与NIANTIC公司（美国）的合作



前谷歌地图开发者独立创建，
硅谷的游戏公司
依据地图信息制作的多样化游戏
内容
富士电视台于去年2月向其公司
出资

52

NIANTIC的人气手游软件 INGRESS

54

富士电视台与其他领域企业的合作

与NIANTIC公司（美国）的合作



手游INGRESS
依据地图信息使用VR和AR
进行的抢地游戏
全球下载数达1500万次
以原来世界观（故事）为基
础

53

富士电视台与其他领域企业的合作

NIANTIC사(미국)와의 콜라보레이션 与NIANTIC公司（美国）的合作



合作案
原版综艺节目制作
原版动漫制作
共同开展活动
新型游戏共同开发等



一起走向世界！

55

2017/12/19深夜纪录片
《改变世界的神奇宝贝GO》

56

为了在海外文化内容事业中生存下去

**与前景光明的其他领域企业
进行合作也
很重要**

58

还有...



明年将开展更棒的项目

57

不知道和谁合作，怎么合作

**富士电视台在日本境内
也不分领域、行列，全
方位交际中！**

59

今天的结论

拥有IP的人称霸世界
只要找到全方位的销售方法，
无论多少文化内容，
我们都可以继续制作出来！

69

Session 2-2：日本制片人

电视剧 《精灵守护者》：超越国境，但不超过预算

Hiroshi KATAOKA

《精灵守护者》是一部日本前所未有的历史科幻剧。日本人虽然很喜欢科幻，但奇怪的是科幻剧很难在日本获得高票房。在这种背景下，《精灵守护者》可以说是挑战此定论的一部作品。

作为HNK娱乐公司的母公司，HNK公司在日本境内保留多数的人气“大河剧”并每年制作大约有50集的份量，截止到目前为止已播出56部作品。大河剧是要求高预算金额的一个高级项目，但很难在海外销售。这是因为这种剧需要一定的日本历史知识才能理解剧情。如果没有相关知识背景，观众很难投入剧情而且也有一些人群对日本国家拥有负面的情绪。到目前为止我一共执导了两部作品，而且这两部都在日本境内获得20~30%的高收视率。根据此事件所获取的经验，我便开始计划制作一部国际性的作品。然而，这一想法最终成就了《精灵守护者》的制作。

原作作为累计发行数目为400万部的著名儿童文学，被翻译成了韩文，中文，英文，西班牙文等其他国家的语言。剧情的背景为精灵世界与人世间相混合的国家。我在这部剧中将此空间设置为“另一个亚洲”并将亚洲各国的文化如“patchwork”一样拼在一起向亚洲的观众传达亲近感的同时也附带了一种抵触情绪。为此，我与编剧，设计师一同走进中国，韩国，尼泊尔等地进行探访并调查了雄伟的亚洲大陆，少数民族的日常生活及作为亚洲人生活基础的宗教观念。我在日本也得到了伊势神宫的协助并体验到了灵性的世界。

为避免以日本人的思考方式写作，我做了很多的努力并为此删除12部原作里面的人物心理描述。取而代之，聚集了他们的行为模式并做成了简约本。然后将这一项目利用在“另一个亚洲”并在保持速度与紧张感的状态下展开了故事的情节。

相比一般的日剧，我获得了庞大的预算金额但这并不是很充足。我只是导演并不是制作人，因此敬请谅解一下我的表达能力。

让我们回到主题。我最初因剧本计划的高预算额而备受指责。然而像《星球大战1》一样，我尽量在类似的背景场地进行拍摄并缩小了视觉特殊效果（VFX）。这样就可以节约很多预算费用。我通过获取日本政府准备4K节目的信息并以“制作日本所骄傲的4K+HDR作品”的说法说服了政府并最终获得了拍摄许可。

第一季的目标工作进行的很顺利。因为大部分的故事内容发生于日本与韩国相混合的“新龙勾皇国”，因此拍摄场地也被定为日本的世界遗产地域之原始林及山岳地带并结合韩国的摄影棚场地来进行了此项工作。我们与韩国的工作人员相处的很好，但因为雨季的影响发生了额外的费用并最终超出了最初所定制的预算金额。

在接下来的第2季的剧情中，作为舞台背景的国家数明显增多并带有乘船冒险的片段。第三季的内容甚至带有大规模战争的情节，而且最后国家被水淹没而灭亡。这在另外一个角度来讲，意味着筹备预算金额的问题上出现了很大的困难以至于陷入绝境。也许有人会说

Session 3-1：中国制片人

《镇魂街》 漫改真 一次成功的尝试

刘羚



“要事先做好计划准备”的话语，但这确实很难实现。

所以，我所想到的方法是减少外景拍摄的次数并充分利用室内的摄影棚。为了达到真实雄伟的效果，拍摄过程引进了前投式投影技术并利用浮标灯来迅速更换灯光并以此保证了观看的品质。加之，运用剧本或者图像板及飞盘等所有可利用的资源来重新审核VFX拍摄片断来节约了拍摄费用。

在最后一季当中，我们邀请特殊效果拍摄领域的著名人士及《新哥斯拉》的导演-樋口真嗣利用有限的金额来为我们拍摄雄伟的战争片段。他们所设计的特殊兵器与引进微型技术的方式让我不得不赞叹。我也努力将灵异的现象真实地表现在屏幕当中以免减少有关VFX的支出费用。

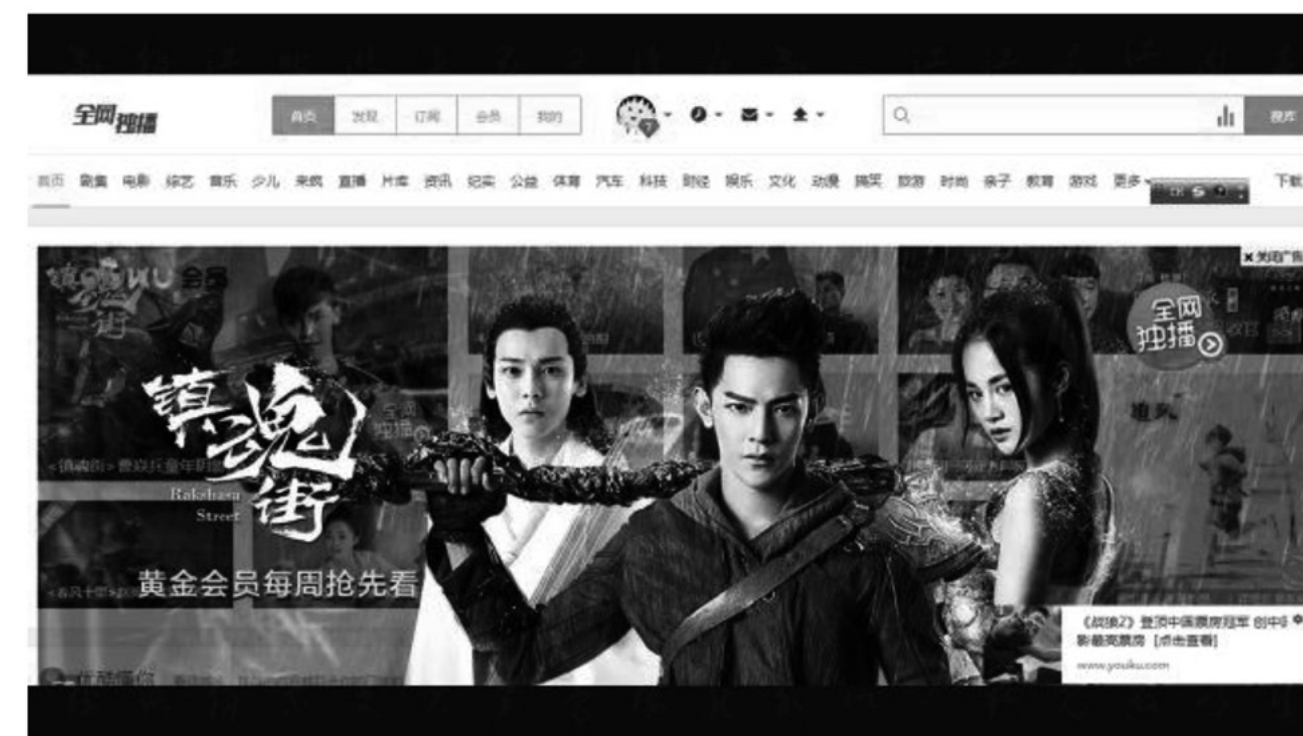
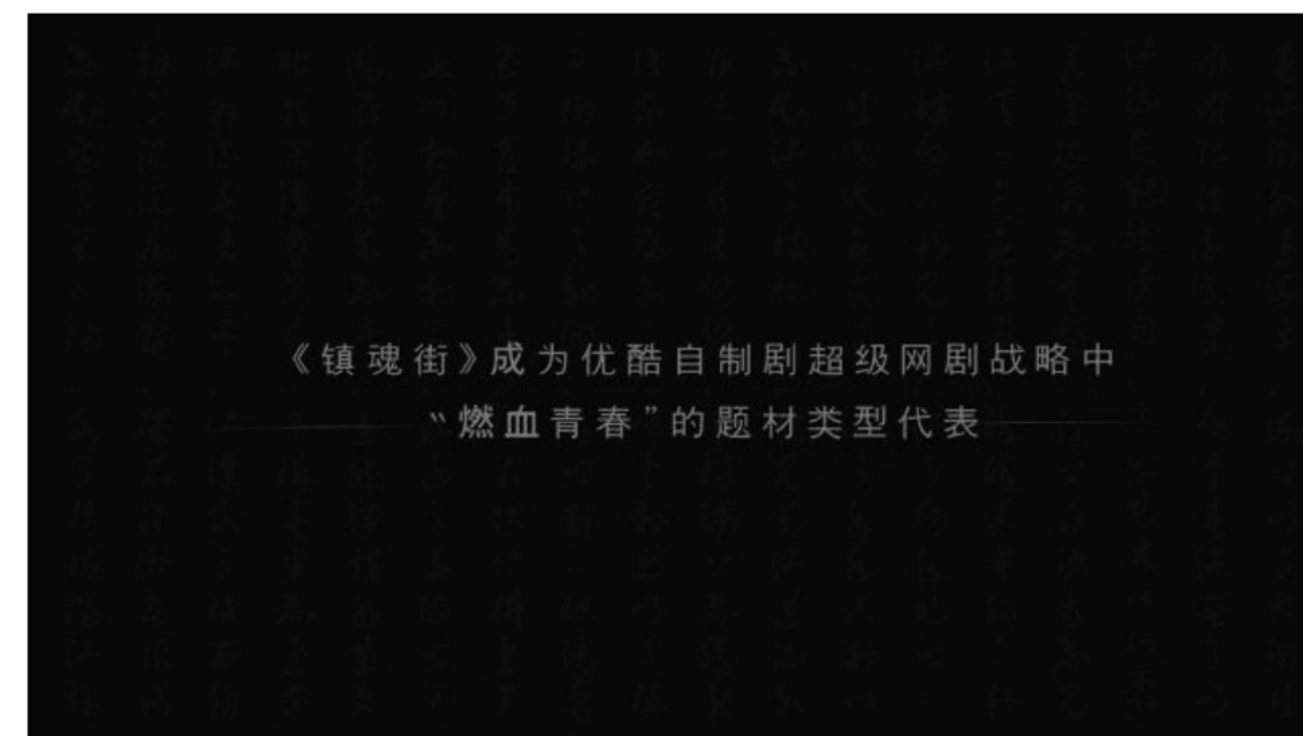
目前最后一季的播放还没有结束。但以现在的情况来看，我想我可以在预算的范围内顺利完成制作。而且，此剧也被戛纳的MIPCOM选为开幕作品并在海外顺利的进行销售。对于日本境内的收视率，第一季已经超出10%而第二季也达到了大约7%。在此基础上再加上视频收视率的话，总体收视率已经属于高范畴了。虽然这种结果可以被看作为成功，但还是有很多遗憾的部分。那就是我们只挑选了日本的演员。既然决定将此剧播放在亚洲各地，按理说应该挑选亚洲各国的演员出演，但从企划到拍摄的过程当中时间比较紧迫加之没有足够的人际关系及预算金额去实现这一目标使我们感到遗憾。我听说历史科幻剧在其他各个国家也在进行制作，而且多数作品也有相当高的人气。我希望在这种情形之下能够与更多的亚洲演员进行合作并制作作品。如您对此有意愿，请随时联系我。

大河历史科幻剧《精灵守护者》剧情简介

电视剧的舞台为精灵世界与人类世界之间的未知大陆。

一次偶然的机会，女保镖巴尔莎救下了被刺客袭击的新龙勾皇国王子查穆。事实上，这个刺客是皇帝派来的人。将查穆带回宫殿的巴尔莎却被查穆的母亲第二王妃被告知带查穆逃走。但觊觎查穆性命的人不只是刺客。查穆身上带有精灵之卵，因而被精灵世界的精灵也在不断地寻找。巴尔莎携手草药师汤达和咒术师陀珞姦一同战胜了精灵。查穆以王子的身份重归皇宫，而新龙勾皇国也迎来了和平。

五年之后，新龙勾皇国受到了塔鲁修帝国的攻击…长大后的查穆为了与邻国结交同盟，不顾自己的性命便起身出发。当所有人为此举感到遗憾之时，巴尔莎再次被告知保护查穆的安全…





这不单是漫改真人化 还是一场助力国漫的制作探索

《镇魂街》改编难点

世界观的调整与重新设定，用科幻原理重新解释漫画的世界观，同时重故事，重精神

剧版《镇魂街》正在努力寻求一种平衡。在筹备期间，整个团队做了大量的调研，在论坛、贴吧、微博上和粉丝不断的交流，为的就是弄清楚在粉丝眼中《镇魂街》究竟是什么样的作品，塑造了一个什么样的世界观，整个团队对粉丝的喜好如数家珍，力求贴近粉丝，跟粉丝之间产生共鸣

总结：一方面要按照影视生产的规律做到自然生产，覆盖更广的用户；一方面也尽可能地还原作品中热血、守护、牺牲的精神，符合原著粉丝的诉求

《镇魂街》的一些创新分享

男女主没有爱情

“Ca 更多是燃情，是有血有泪的伙伴”

灵异世界

“依靠逼真场景将漫画和真实感结合”

世界观

“科幻世界观，设定更长远更宏大”

风格改良

“融入了更多喜剧元素，男女主角互怼日常代替了悬浮偶像剧常见的恩怨狗血。”

《镇魂街》改编难点

• 在技术层面国漫二次元已经在受众群中烙下了深刻的关于人物造型、场景呈现的固定印象，“还原”成三次元状态是诸多漫改真人作品“扑街”的主要原因。

《镇魂街》后期制作的时间达到了拍摄时间的2-3倍。

全篇总时长500分钟，特效时长约250分钟，占全片50%，辅以精良的制作，尽量还原二次元的种种奇观。

全剧模型面数合计超过225万面。12个全镜大景、包括实景搭建“明镜村”占地10亩，剧组人工扩建2000平米的湖面。尽力做到能实景拍摄为基础，特效为辅助手段。



中国二次元市场的蓬勃发展 为国漫IP真人化带来“东风”

据《2017年中国泛娱乐产业白皮书》显示，2017年，中国二次元核心用户将超过8000万，二次元群体的总数将超过3亿，且97%以上是90后和00后。

这些年轻群体的存在意味着我国正在形成二次元文化氛围，为国漫IP真人化提供更为广阔的市场环境，用户对此的包容度会更大；未来的影视娱乐市场是年轻人的天下，只有抓住年轻群体的喜好才能充分挖掘出国漫IP的潜力；

新的观影模式与会员付费体制为二次元IP改编助力

年轻人观剧更习惯于网剧模式，而网剧弹幕吐槽的观影方式以及付费内容的会员体制日渐成熟，为国漫IP融入整个影视产业链助力不少。



选角和剧情改编上要注意呈现出原作的人物形象和世界观

中国漫画受众的的国民度较低，因此，针对每一部动漫作品，前期的市场调研尤为重要。特别是基于每部动漫的用户画像分析，既可以提前确定漫改真人剧的大致受众群体，也可以依据受众喜好确定改编方向；同时要严格审查动漫中的世界观是否与当代主流价值观符合，只有这样才能使得“小众”动漫走向“大众”影视。

肆

解决方案分享



精准宣发

宣发团队：把握用户画像，利用网络化+社交化实现精准营销。无论是少女向动漫，还是少年向动漫，漫改真人剧倾向的都是年轻的用户群体。这些年轻用户群更习惯网络剧的边看边吐槽的观影方式，所以漫改剧未来应注意把握流量最大的视频播放平台。

肆

解决方案分享



精良制作

主创团队：诚心与技术缺一不可，漫改真人的特殊性决定了主创团队的构造绝不能敷衍，不仅仅是演员要符合动漫人设，更关键在于导演及编剧是否了解甚至热爱原作动漫。

肆

解决方案分享

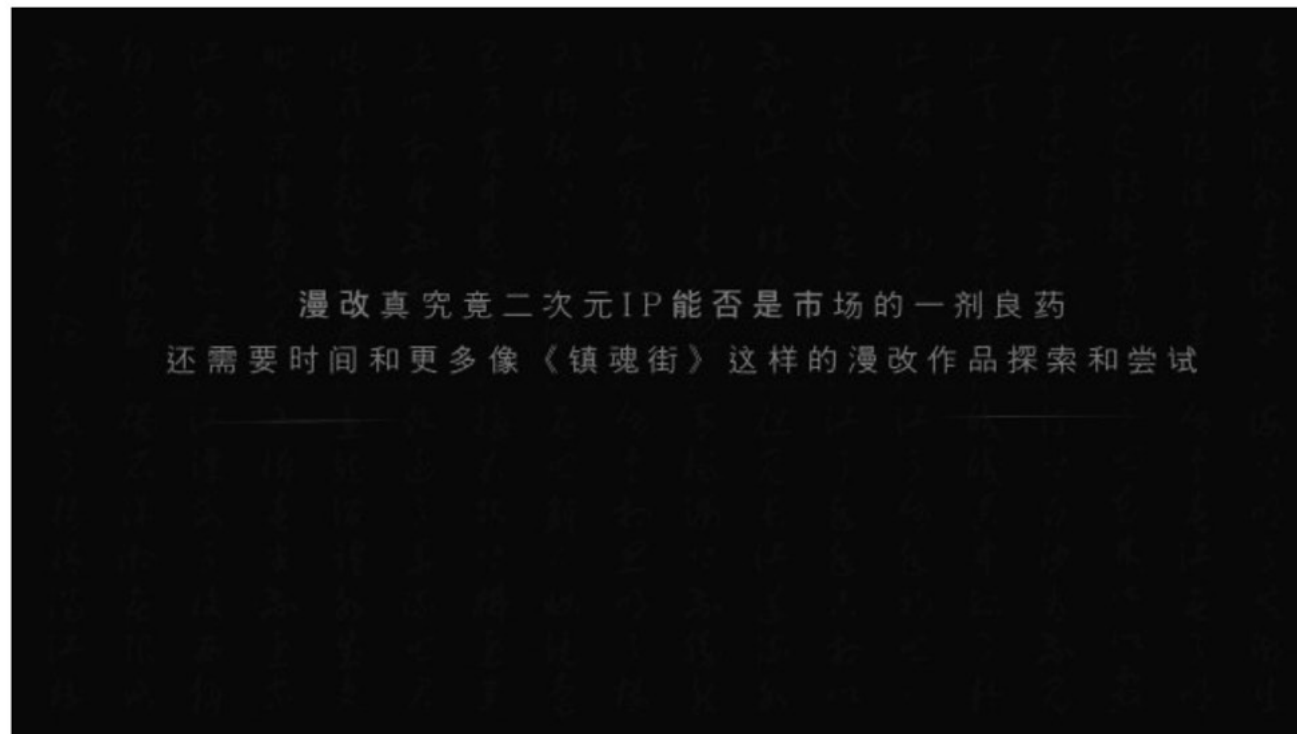


《镇魂街》的出现刚好为整个市场做出了新的尝试，不断探索的过程中得到宝贵的实践经验。它在作品跨次元改编、文化破次元壁传播方面也有着不可忽视的产业意义。而在国内各视频平台中优酷“第一个吃螃蟹”选择这种网剧题材，也足以见其前瞻性和对于年轻人群文化的关注和用心。

Session 3-2：中国制片人

网剧 《无证之罪》

吕行







VIKI & SOOMPI – 简介

Courtney MCLACHLAN



VIKI @ATDC 2017

VIKI & SOOMPI – 简介

文庆民 (理事)
Korean Content & Partnerships



以粉丝为根据而运营，世界最棒的国际电视内容





2017 MEDIA KIT





世界娱乐的最终目的地

Viki

- 随粉丝变化的世界性TV (VOD平台)
- 亚洲顶级文化内容和原版品牌内容的最佳场所
- Viki 社区目前有 大量热情高涨的义务译者，他们把这些视频翻译成 200 多种语言

(※ Viki = Video + Wiki)

Soompi

- 世界最大、历史最久的新闻及社区网站
- 专注于韩国大众文化-提供英语和西班牙语服务
- 2015年开始与VIKI一起出版和宣传
- 与Viki一起打造惊人的世界性活动和体验



2017 MEDIA KIT

随时随地观看





2017 MEDIA KIT



VIKI体验

我们最好的一切

- ✓ 韩剧独家播放
最好的国营电视台视频内容
- ✓ 原版视频内容
为了粉丝，VIKI自创视频
- ✓ 最佳的中国电视剧网站
中国境外
- ✓ 有影响力人群的网络
饮食、美妆、文化、生活方式等的创造者
- ✓ 全球数百个制作公司
包括日本、菲律宾、印度、泰国等
- ✓ 粉丝制作字幕
粉丝们翻译成200多种语言

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

VIKI的合作伙伴

融合全球顶尖视频内容制作公司



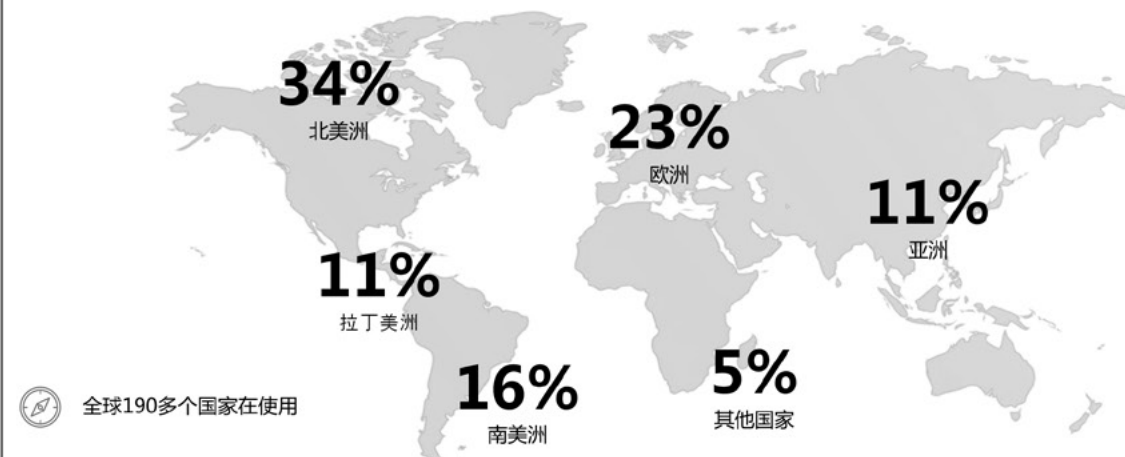
Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

VIKI全球性用户

SOURCE: JULY 2016 – JULY 2017 Google Analytics, Viki & Soompi Web Traffic



全球190多个国家在使用

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

soompi

世界最大、历史最久的韩国娱乐社区



Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi



2016

推出‘明日崛起’

为了向全球粉丝提供可以展示自己才能的平台，soompi与JYP娱乐公司结成合作伙伴，推出了由粉丝主导的全球K-POP明星选秀

2015

合并到Viki旗下

Viki在2015年收购了Soompi,正式成为规模最大的韩国娱乐平台。

2012

西班牙语网站运营

为扩大soompi产品市场，2012年开始运营西班牙语网站

2005

第一届全球韩国演艺大奖

2005年设立的Soompi奖，成为了韩国娱乐界提高在全球人气的首个奖项

2000

向全球扩张

Soompi获得全球的关注,成为消除全球粉丝和韩国娱乐产业间差距的第一个企业。

1998

粉丝创建的K-pop社区

最近毕业的Susan Kang 制作了个人网页的“Soompitown”,“Soompi”

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

SOOMPI的合作伙伴

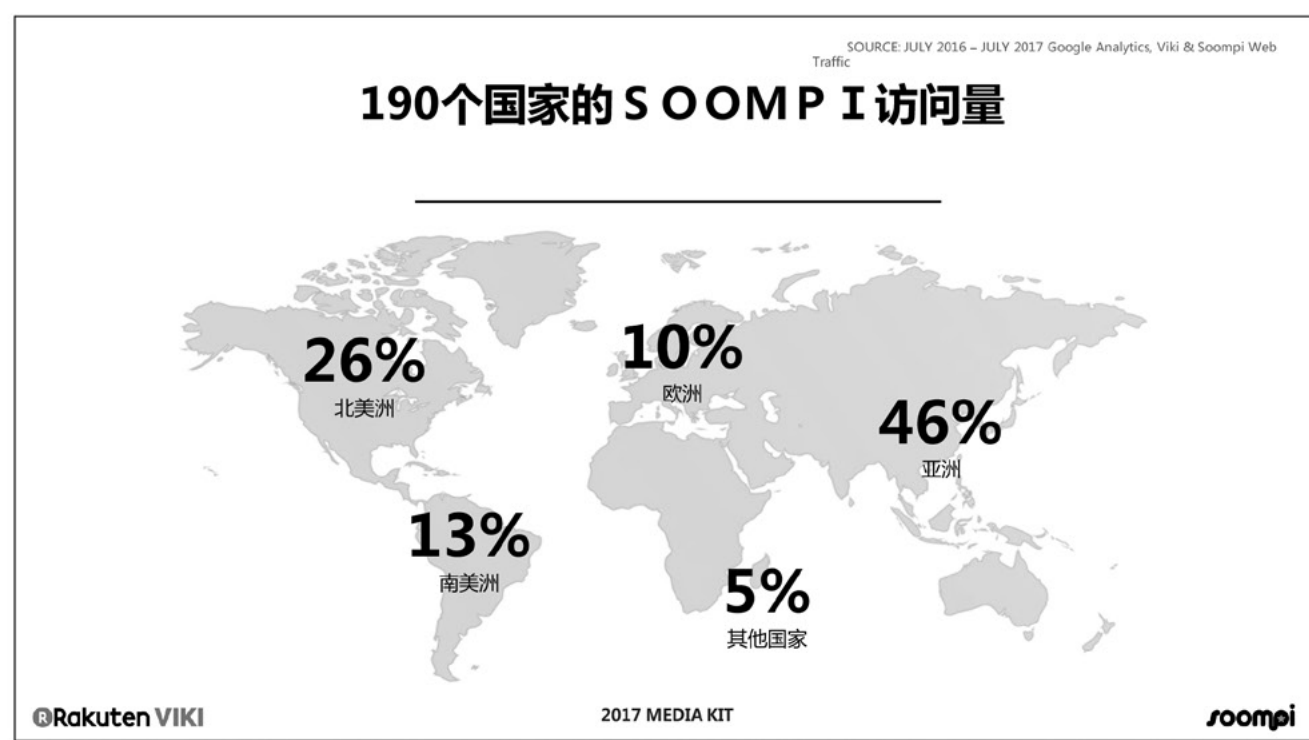
最优秀电视公司的原本和独家视频内容



Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi



强强联合，强更强

可称之为全球粉丝之穴的场所

Rakuten VIKI

- 月平均观看时间为13亿分钟
- 网站点击时间平均为31分49秒
- 包全世界电视秀、电影、含独家及独创系列、网剧和品牌内容
- 粉丝直接参与，为使产品本土化，翻译成200多种语言

www.viki.com

+

soompi

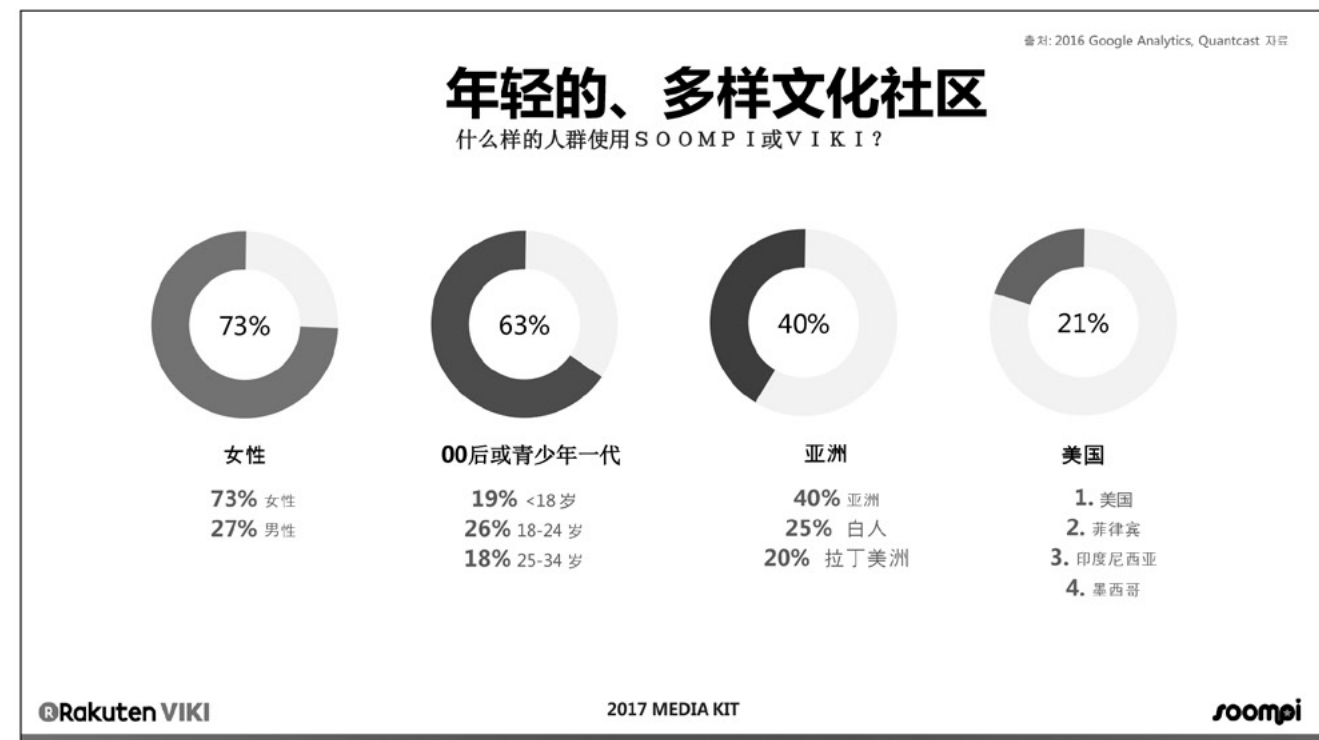
- 月点击量平均7500万
- 每年制作25000多个报道
- 由使用英语和西班牙语的编辑团队出版韩国娱乐新闻
- 粉丝们参与多样化主题讨论

www.soompi.com

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi



V I K I 原作

电视剧世界

V I K I 的首个原创作品“电视剧世界”，韩国演员和其他国家的演员用韩语和英语表演，打破传统观念。《电视剧世界》在马赛网络上，荣获“大陪审团奖”，2016年在首尔国际电视剧颁奖典礼上荣获“最具人气的外国电视剧”。



5年

“走路爸爸”制作公司，为了首部韩国电视剧《5年》，将和V I K I 结成合作伙伴。《5年》预计于2018年上映，届时将在全球有限及广播网路播放。

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

roompi

「CREATED」

创作者的视频内容，解开观众好奇心
亚洲视频内容、语言、生活方式、美妆、旅行、以及更多！



**UP10TION,
PLEASE!**
K-POP

由SOOMPI制作，与K-pop明星交流的真人秀
合作：
与ZANY TV共同制作



MARGARITA
文化

为了解更多韩国文化制作的旅行秀
合作：
Margarita Mondays



HEYITSFEII
美妆

K-美妆引领趋势，从细节到完美
合作：
Viki Platinum Challenge
UP10TION, Please!

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

roompi

LIV HEWSON SEAN DULAKE JUSTIN CHON BAE NOO RI KIM SA HEE



Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

roompi

「CREATED」



Heyitsfeii
美容美发 | 804K 名粉丝
推动K-Beauty 潮流，掌控大大小小的一切



Whitneybae
文化 | 292K 名粉丝
满满的新奇有趣的韩国文化



Car Kpop
K-Pop | 44K 名粉丝
真实表现 K-pop 粉丝们和非粉丝的反应



Akoreangirleats
饮食 | 10K 名粉丝
从韩国厨师第四季最终获奖者那里学来的烹饪法



Henrylam2
舞蹈 | 46K 名粉丝
中毒性的舞蹈让K-pop <韩国流行音乐>更加有趣的双胞胎



RiaRua
DIY | 725K 名粉丝
了解创新创造性的使用日常用品的方法



Drawing Hands
艺术 | 189K 名粉丝
用纸和铅笔将流行图符变为现实的方法



Lime Tube
家庭娱乐 | 657K 名粉丝
令全家人都欢乐的游戏

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

roompi

SOOMPI 独揽

艺术采访
Soompi通过独揽歌手采访，让粉丝和自己最喜欢的歌手的距离的距离更近。



다채로운 행사
한국 아티스트들은 Soompi를 특별한
경연 대회로 활용 하여 그들의 이름이
국제적으로 알려지게 합니다.

원본 시리즈
Soompi는 시리즈 제작을 위해 대행사
파트너 섬을 맺고 유망하고 재능 있는
한국문화를 유행하게 합니다.



Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

短期活动

年间最具影响力和最高效率的活动项目



冉冉升起的传说
初次粉丝们进行寻找未来韩国偶像的节目



SOOMPI 奖
韩国广播和音乐领域给最高活动授奖的节目

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi



UP10TION, PLEASE!

首次国外粉丝们进行的偶像秀

UP10TION, 我让你感觉幸福!
UP10TION, 猜一猜我最喜欢的美国歌!
UP10TION, 给我打扮一下!
UP10TION, 请跟我约会吧!
UP10TION, 请为了我做菜!

Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi



'冉冉升起的传说' 第一季, 是2016年K-pop

冉冉升起的传说

2016 K-pop

100万

5000人

112

**roompi**

韩国首尔体育报



roompi

营销：有机媒体

脸书、推特、Instagram、
Youtube、LINE、微博、微信等全
球社交媒体

邮箱/通讯稿
全球服务~9百万



>54万 Youtube订阅者

Soompi: 优秀的编辑团
队和活跃的社交媒体



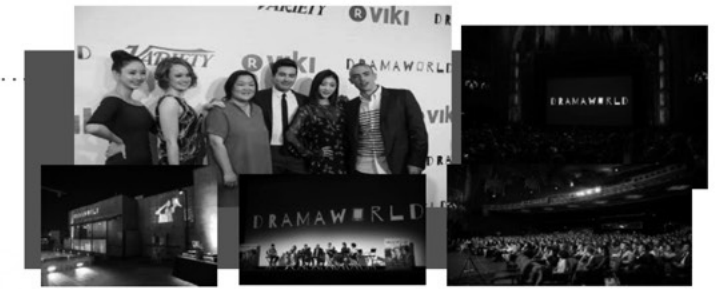
Rakuten

2017 MEDIA KIT

soompi

营销：品牌计划

活动（以及首映礼）
我们的专业团队筹划了惊人的活动和派对。
在洛杉矶举办的电视剧全球首映派对完
美收官！



合作
为了提高品牌知名度，挖掘更多的
Viki.com用户，我们与许多企业进行合
作。

Rakuten VIKI

soompi

营销：内容

宣传活动

- Viki 官网
 - 轮播
 - Curiaionwidget
 - 收集
- 脸书live& 奖品
 - 记者会
 - Snapchat

- 节目的最精彩场面（照片/影片）
- 与著名节目共同播放
- Soompi 新闻
- 宣传影像

艺人营销：采访/营销内容实例

《王在相爱》的林允儿和任时完，《星期三下午3点30分》的李弘彬和秦基周



活动/收集：整理出最精彩的部分给用户
看。网络观看模式更便于用户浏览和观
看。



Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

谢谢


Rakuten VIKI

2017 MEDIA KIT

soompi

MNC Pictures – 简介

Titan Hermawan




2017 – 12th 亚洲电视会议



+ 公 司 介 绍 .

+ MNC GROUP .



+ MNC PICTURES .



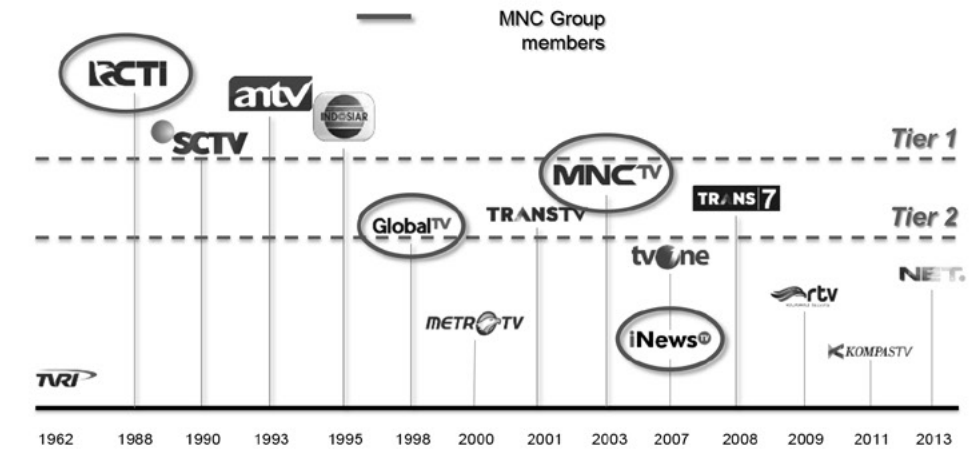
- 2007年5月23日成立
- 提供MNC Group的免费电视内容
- 制作电视及话剧电影
- 2017年目标：2100小时
- 制作印度尼西亚最受欢迎的电视



印度尼西亚市场现状。



和其他体裁相比，电视剧的优势。



排名出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: 1月-9月 2017



比起印度尼西亚其他媒体，免费广播依然占主导地位。



免费公共电视
96.47%



网络
43.40%



户外广告
34.53%



广播
27.88%



公共交通广告
21.11%



电影院
12.09%



免费电视
7.98%

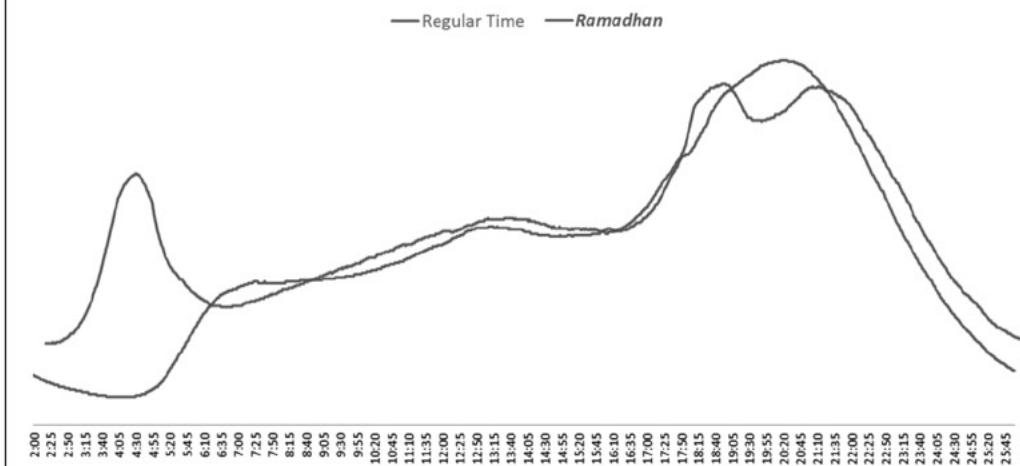


报纸
7.32%

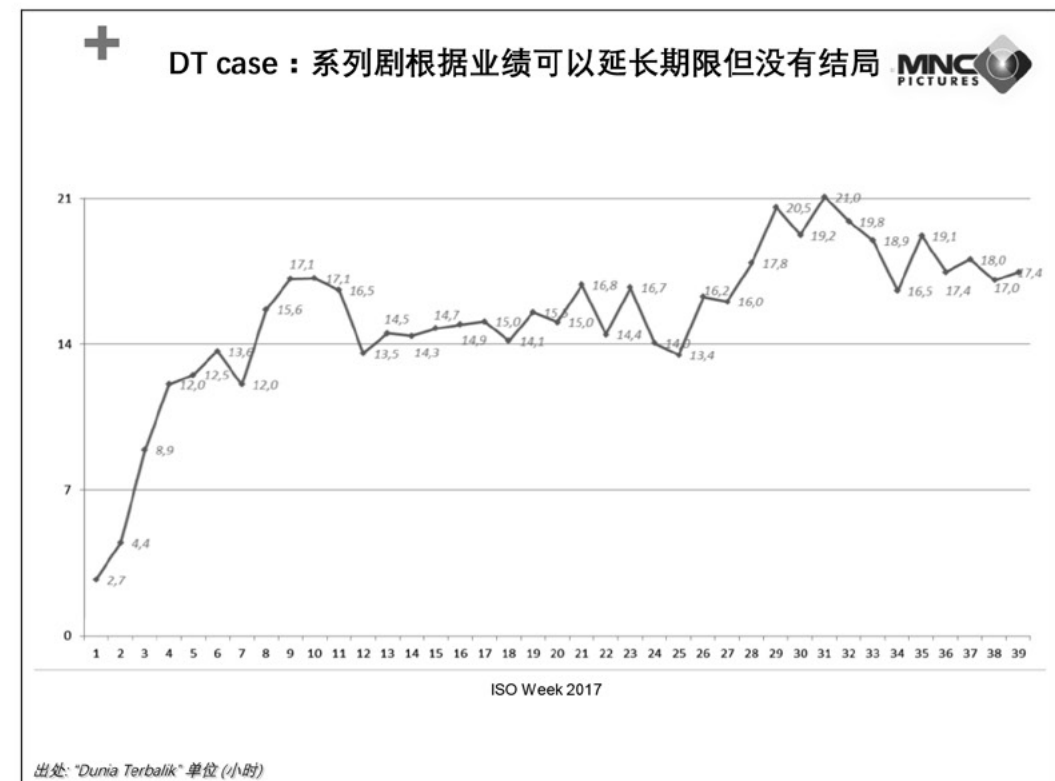
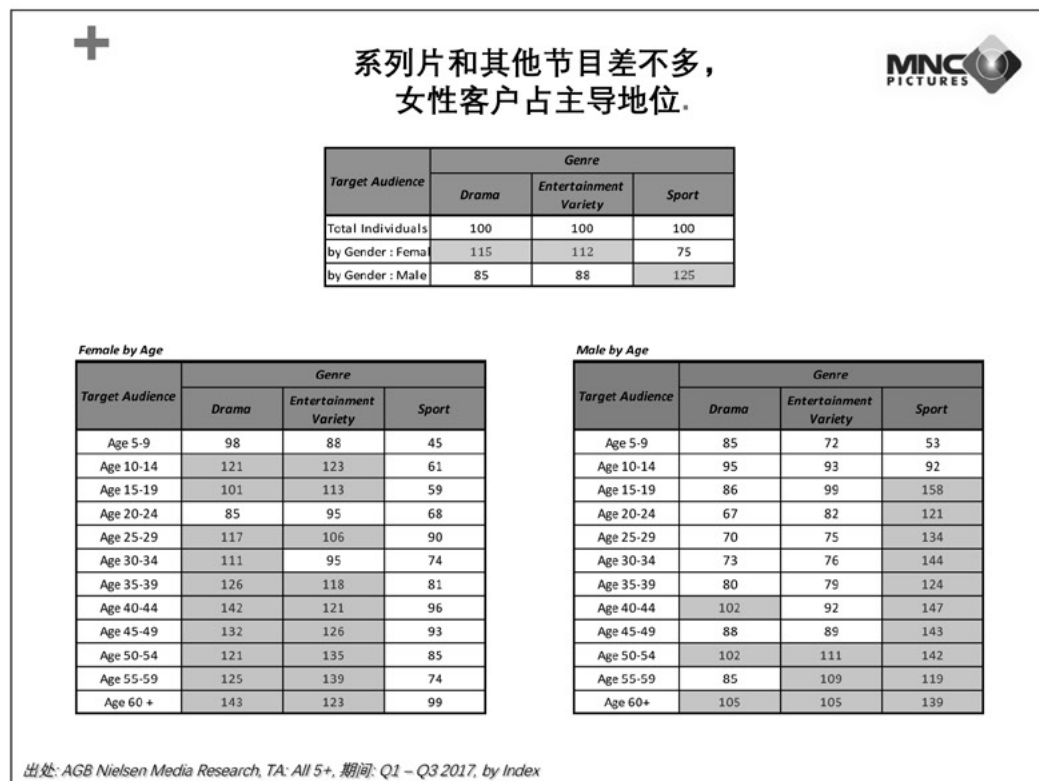
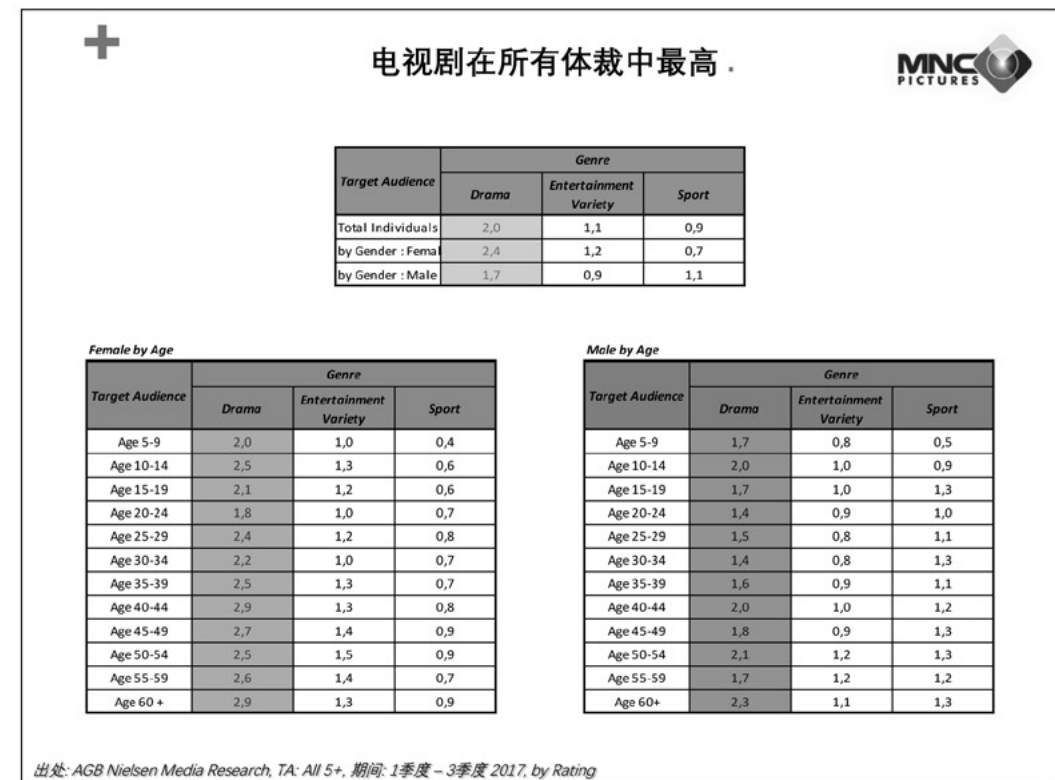
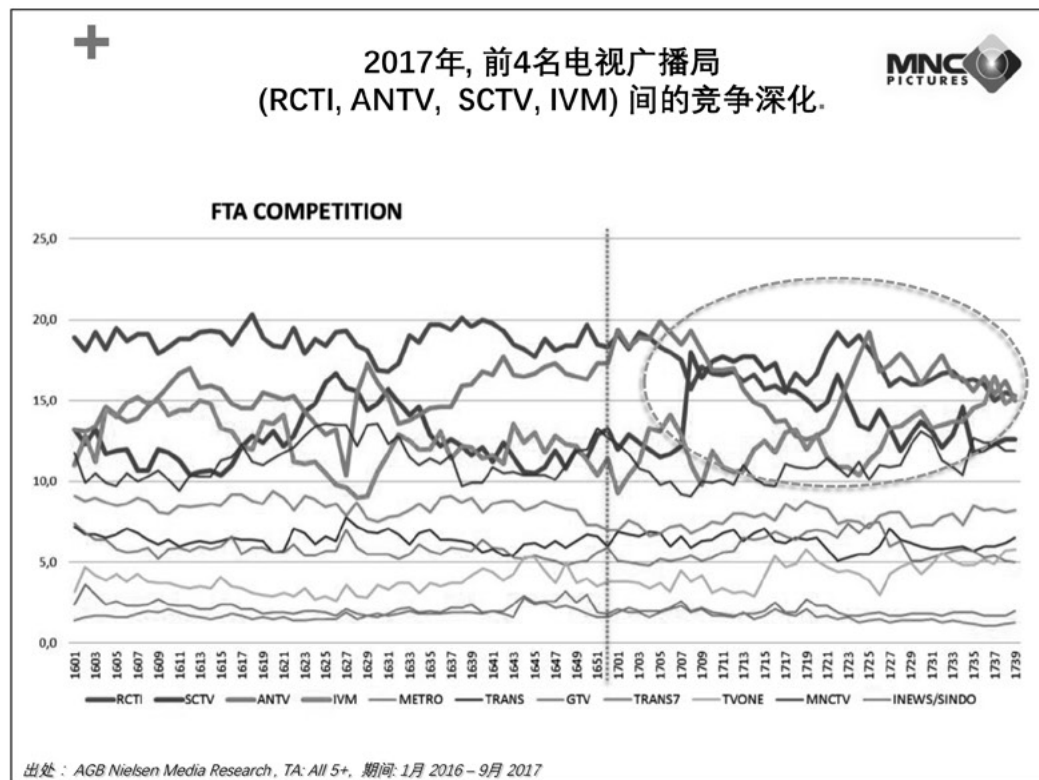
出处: Nielsen Consumer Media View June 2017



在印度尼西亚适用两种方式。



出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: 1月- 12月2016





印度尼西亚10个长寿电视剧.



No	Title	Total Episodes	Fact
1	Tukang Bubur Naik Haji	2,328	1 Season, aired 28 May 2012 - April 2017
2	Cinta Fitri	1,002	7 Seasons, aired 2 April 2007 - 8 May 2011
3	Tukang Ojek Pengkolan	907	1 Season, start aired 2 April 2015 - Current
4	Putri Yang Ditukar	676	1 Season, aired 20 September 2010 - 25 November 2011
5	Raden Kian Santang	611	1 Season
6	Islam KTP	558	1 Season
7	Dunia Terbalik	555	1 Season, start aired 5 January 2017 - Current
8	Anugerah	473	Aired 28 March 2011 - 15 January 2012 (1 Season)
9	Keluarga Cemara	412	Aired 6 October 1996 - 29 August 2004 (3 Seasons)
10	Pesantren & Rock N' Roll	389	Aired 14 February 2011 - 2 October 2013 (3 Seasons)

出处: MNC 集团资料



收视率最高的青少年电视剧.

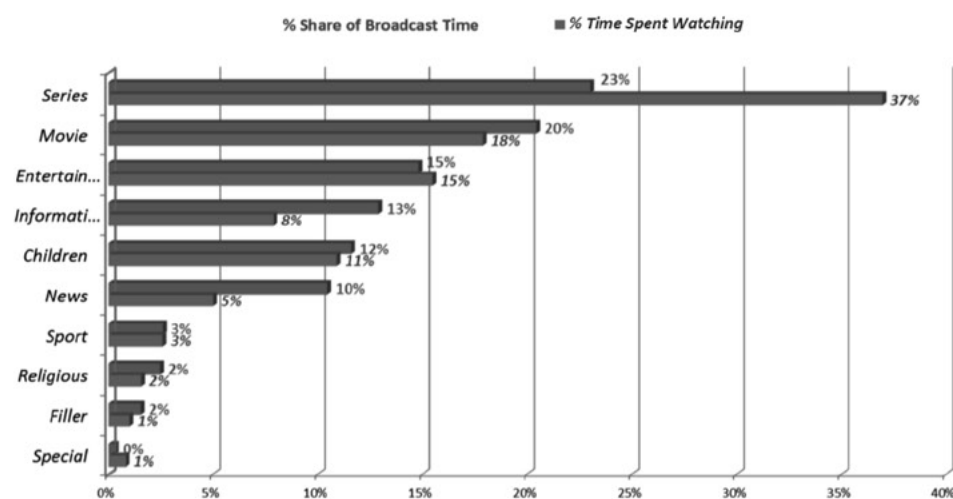


RANK	TITLE	CHANNEL	GENRE	(r) TVR	Share
1	ANAK JALANAN	RCTI	Teen Drama	7,2	31,8
2	PREMAN Pensiun 2	RCTI	Comedy Drama	4,3	24,3
3	TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SER	RCTI	Comedy Drama	4,0	17,5
4	7 MANUSIA HARIMAU	RCTI	Action Drama	3,6	17,6
5	PANGERAN	SCTV	Action Drama	3,6	16,1
6	MADUN SPC RAMADAN	SCTV	Comedy Drama	3,5	16,5
7	PEREMPUAN DI PINGGIR JALAN THE	RCTI	Family Drama	3,3	17,7
8	MADUN	SCTV	Comedy Drama	3,1	14,5
9	AISYAH PUTRI THE SERIES JILBAB	RCTI	Religious Drama	3,0	15,5
10	AKU ANAK INDONESIA	RCTI	Family Drama	3,0	14,6
11	KAU SEPUTIH MELATI	RCTI	Family Drama	2,9	15,7
12	SAMSON & DAHLIA	SCTV	Comedy Drama	2,9	14,5
13	CINTA DI LANGIT TAJ MAHAL	ANTV	Family Drama	2,9	13,4
14	GANTENG GANTENG SERIGALA	SCTV	Action Drama	2,9	13,3
15	DIAM-DIAM SUKA	SCTV	Teen Drama	2,8	13,0
16	SAMSON & DAHLIA SPC RAMADAN	SCTV	Comedy Drama	2,8	14,5
17	RAJAWALI	RCTI	Action Drama	2,8	13,7
18	TOP TUKANG OJEK PENGKOLAN	RCTI	Comedy Drama	2,8	18,4
19	PREMAN Pensiun 2(R)	RCTI	Comedy Drama	2,7	19,7
20	GGS RETURNS	SCTV	Action Drama	2,7	12,7
21	PREMAN Pensiun	RCTI	Comedy Drama	2,7	16,2
22	SAKINAH BERSAMAMU	RCTI	Religious Drama	2,6	16,6
23	ADA APA DENGAN D	IVM	Teen Drama	2,5	13,6
24	GANTENG GANTENG SERIGALA BSM P	SCTV	Action Drama	2,5	13,0
25	HEART SERIES(R)	SCTV	Teen Drama	2,5	12,7

出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: 2015



系列电视剧在印度尼西亚有无限的发展可能性.



出处: General Entertainment TV (8 National TV + 2 Networking TV) Exc. News Stations, 期间: 9月 2017



收视率最高的青少年电视剧.



RANK	TITLE	CHANNEL	GENRE	(r) TVR	Share
1	ANAK JALANAN	RCTI	Teen Drama	7,1	30,9
2	ANUGERAH CINTA	RCTI	Family Drama	5,8	27,8
3	TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SER	RCTI	Comedy Drama	4,7	20,8
4	TOP TUKANG OJEK PENGKOLAN	RCTI	Comedy Drama	2,9	17,6
5	MERMAID IN LOVE 2 DUNIA	SCTV	Teen Drama	2,9	12,1
6	PANGERAN 2	SCTV	Action Drama	2,8	11,1
7	3 SEMPRUUL MENGEJAR SURGA 4	SCTV	Comedy Drama	2,7	21,1
8	MERMAID IN LOVE	SCTV	Teen Drama	2,6	11,9
9	CATATAN HATI SEORANG ISTRI 2	RCTI	Family Drama	2,5	14,5
10	ADA APA DENGAN D	IVM	Teen Drama	2,5	11,3
11	KAU SEPUTIH MELATI	RCTI	Family Drama	2,5	15,3
12	PREMAN Pensiun 3	RCTI	Comedy Drama	2,4	17,7
13	SENANDUNG	MNCTV	Family Drama	2,4	10,3
14	AYU ANAK DEPOK CITY	MNCTV	Comedy Drama	2,3	9,6
15	ASISTEN RUMAH TANGGA	RCTI	Comedy Drama	2,3	17,3
16	BAM BETAPA AKU MENCINTAIMU	SCTV	Family Drama	2,3	13,2
17	CINTA YANG TERTUKAR	SCTV	Family Drama	2,3	9,6
18	DHUBBERS	SCTV	Family Drama	2,3	10,5
19	JAWARA	RCTI	Action Drama	2,2	17,2
20	ASISTEN RUMAH TANGGA 2	RCTI	Comedy Drama	2,2	13,0
21	GANTENG GANTENG SERIGALA(R)	SCTV	Action Drama	2,2	13,1
22	ROMEO & JUMINTEN	SCTV	Comedy Drama	2,1	10,0
23	PANDU	ANTV	Action Drama	2,1	16,6
24	GERHANA BULAN MERAH	SCTV	Action Drama	2,1	9,5
25	PANGERAN	SCTV	Action Drama	2,0	8,8

出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: 2016



最高等级的家族电视剧。



RANK	TITLE	CHANNEL	GENRE	(r) TVR	Share
1	ANUGERAH CINTA	RCTI	Family Drama	5,8	27,4
2	DUNIA TERBALIK	RCTI	Comedy Drama	5,5	23,7
3	TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SER	RCTI	Comedy Drama	4,9	19,7
4	ANAK JALANAN	RCTI	Teen Drama	4,9	23,0
5	ANAK LANGIT	SCTV	Action Drama	3,9	16,8
6	ORANG-ORANG KAMPUNG DUKU	SCTV	Comedy Drama	3,9	15,9
7	BOY	SCTV	Action Drama	3,6	14,9
8	CAHAYA HATI(A01)	RCTI	Family Drama	3,6	16,1
9	JODOH	ANTV	Horor Drama	3,5	17,5
10	TOP TUKANG OJEK PENGKOLAN	RCTI	Comedy Drama	3,3	16,1
11	PESANTREN & ROCKN ROLL 4	SCTV	Comedy Drama	3,2	21,2
12	BERKAH CINTA	SCTV	Family Drama	3,1	17,4
13	KECIL-KECIL MIKIR JADI MANTEN	ANTV	Comedy Drama	3,1	13,3
14	CANTIK-CANTIK KUCING DAPUR	ANTV	Horor Drama	3,0	13,2
15	AMANAH WALI	RCTI	Religious Drama	3,0	21,0
16	JODOH PENGANTAR JENAZAH	ANTV	Horor Drama	2,8	17,0
17	ANAK SEKOLAHAN	SCTV	Teen Drama	2,7	16,5
18	CINTA DARI SURGA	RCTI	Family Drama	2,7	15,4
19	AWAS, BANYAK COPET!	RCTI	Comedy Drama	2,6	15,3
20	JODOH PENGANTAR JENAZAH(R)	ANTV	Horor Drama	2,6	20,6
21	TUHAN BERI KAMI CINTA	SCTV	Family Drama	2,5	13,0
22	MERMAID IN LOVE 2 DUNIA	SCTV	Teen Drama	2,5	10,2
23	PUTRI TITIPAN TUHAN	SCTV	Family Drama	2,4	11,9
24	3 SEMPRUUL MENGEJAR SURGA 5	SCTV	Comedy Drama	2,4	16,9
25	CAHAYA CINTA	ANTV	Family Drama	2,4	10,8

出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: Q1-Q3 2017



MNC Pictures 系列电视剧的受欢迎度。



排名前20的系列电视剧

NO	TITLE	CHANNEL	(r) TVR	Share
1	DUNIA TERBALIK	RCTI	5,2	23,1
2	BOY	SCTV	3,6	14,9
3	CAHAYA HATI(A01)	RCTI	3,6	15,1
4	ANAK LANGIT	SCTV	3,6	15,5
5	JODOH	ANTV	3,5	17,5
6	PESANTREN & ROCKN ROLL 4	SCTV	3,2	21,2
7	TOP TUKANG OJEK PENGKOLAN	RCTI	3,1	15,2
8	KECIL-KECIL MIKIR JADI MANTEN	ANTV	3,1	13,3
9	CANTIK-CANTIK KUCING DAPUR	ANTV	3,0	13,2
10	AMANAH WALI	RCTI	3,0	21,0
11	JODOH PENGANTAR JENAZAH	ANTV	2,8	17,0
12	BERKAH CINTA	SCTV	2,7	15,7
13	AWAS, BANYAK COPET!	RCTI	2,6	15,3
14	JODOH PENGANTAR JENAZAH(R)	ANTV	2,6	20,6
15	NAKUSIA	ANTV	2,5	20,4
16	TUHAN BERI KAMI CINTA	SCTV	2,5	13,0
17	PUTRI TITIPAN TUHAN	SCTV	2,4	11,9
18	3 SEMPRUUL MENGEJAR SURGA 5	SCTV	2,4	16,9
19	JODOH YANG TERTUKAR	SCTV	2,3	10,8
20	MAHABHARATA	MNCTV	2,3	10,0

出处: AGB Nielsen Media Research, TA: All 5+, 期间: Q2-Q3 2017, 体裁: 系列电视剧



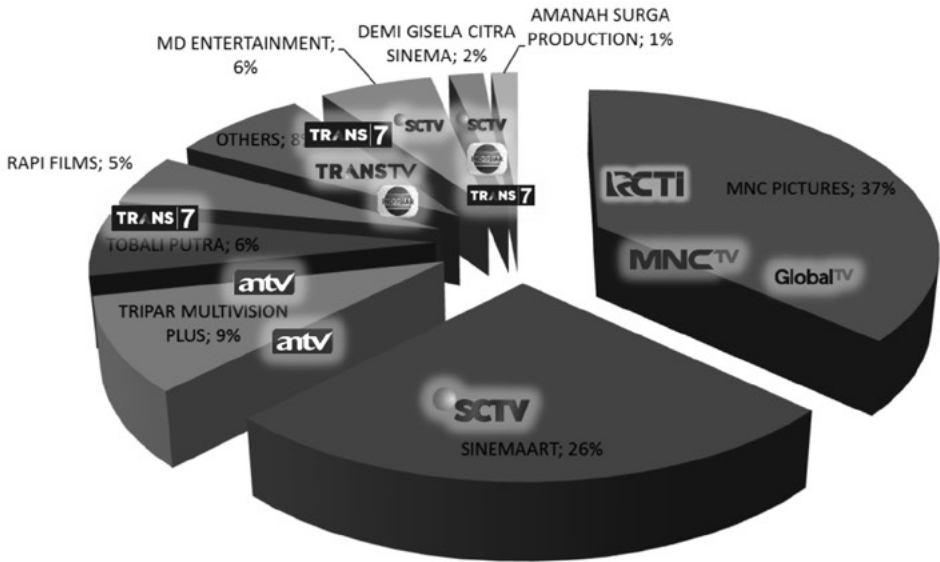
喜剧连续三年最具一贯性的电视剧体裁。



类型	2015	2016	2017
喜剧	9	8	8
动作剧	6	6	2
家庭剧	4	7	7
青少年电视剧	4	4	3
宗教电视剧	2		1
恐怖电视剧			4
	25	25	25



制作公司和电视广播局有垄断签约的倾向。

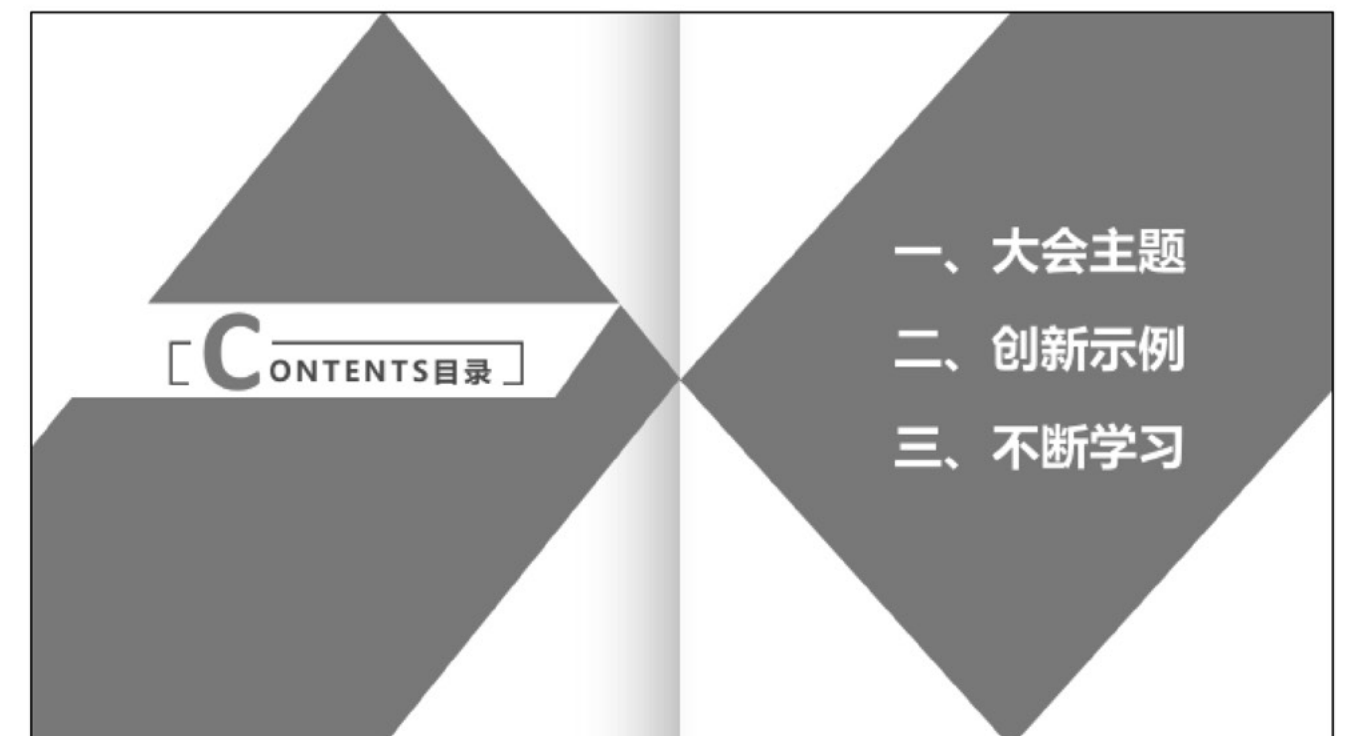


出处: Lembaga Survey Film, 期间: 2季度-3季度 2017

Session 6：中国编剧

电视剧《国民大生活》故事，情感，人物仍是电视剧表达的主要元素

鲁琦







人物

韩国以女编剧为主的题材

有很多优秀作品：《人鱼小姐》《花火》《浪漫满屋》

中国首部女编剧题材作品：《国民大生活》

剧本创作中，最开始打动我们的是里面的人物，尤其是女一号，她的职业是个编剧，她的身上有很多王老师以及我们这些编剧的亲身经历，也有一些美好的幻想。这些经历或者幻想，都由心而生，人物也就从我们的心里长了出来。

先爱上笔下的人物，才生发出的故事

人物
灵魂

故事
核心

情感
推动力量

故事



女一号
积极向上
拼搏进取

男一号
向往慢生活
专注于内心

当代年轻人的迷茫和成长，以及对自我的认知



故事

故事创新：

- 运用编剧的技巧
- 对于生活的观察
- 对于社会新思想的敏锐思考

对于生活的观察、对于社会新思想的敏锐思考

年轻人讨论话题的变化

- 十年前 ---- 如何留在一线城市
- 现在 ---- 如何回归，回归到简单的生活

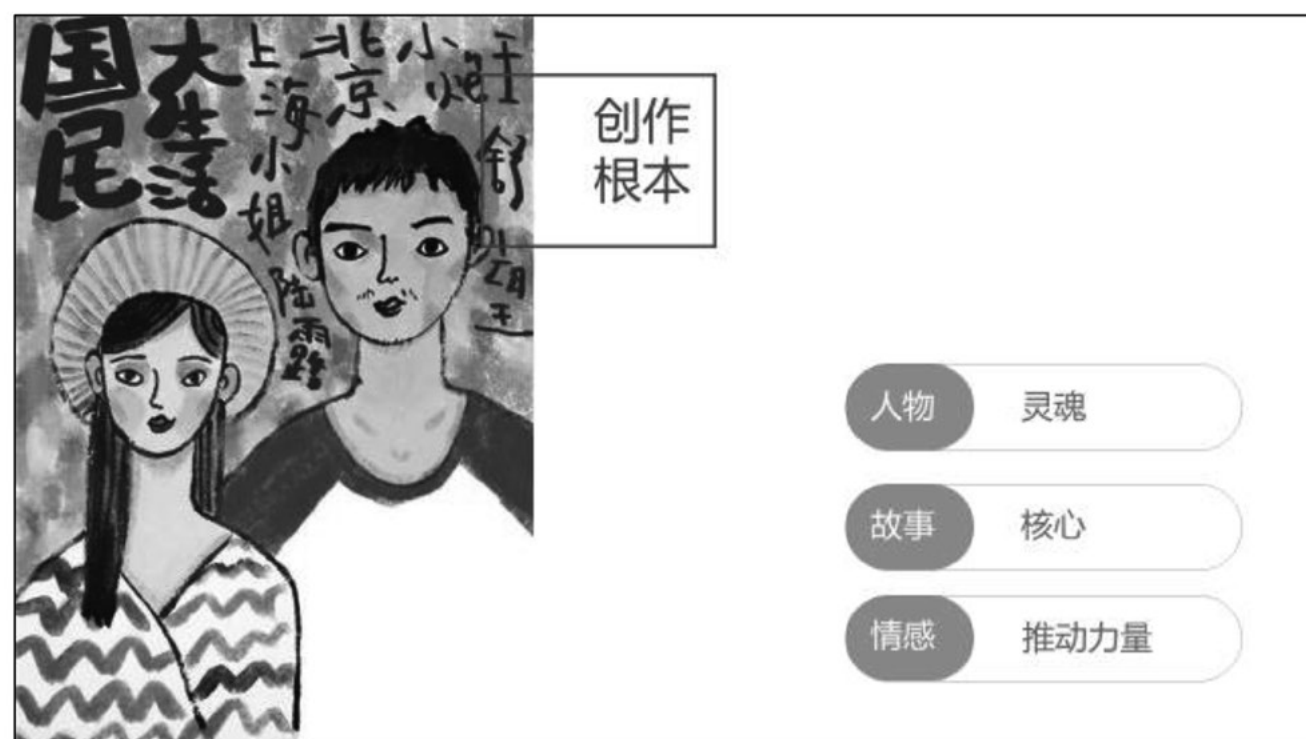
情感



爱情 亲情 友情 同事情 师生情

对人生充满情感
打动观众

编剧的慈悲心
笔端常有人生真相，
下笔却饱含慈悲，不
肯赶尽杀绝



Session 7：日本编剧

电视剧《不能结婚的男人》：韩版和日版的共同点与不同点

Masaya OZAKI

我写的剧本《不能结婚的男人》于2006年制作成电视剧，获得了一致好评，收视率也很高。3年后，接到了韩国方面的翻拍提议。韩国方面当时问我：“翻拍时您还需要确认剧本吗？”我说：“全权交给你们了”。因为我认为剧本应理所当然的符合韩国口味，所以我应该全部交给他们。因为这次的主题是“超越国境”，所以我比较了《不能结婚的男》的日本版和韩国翻拍版，想要谈一谈共同点和不同点。

首先，对于电视剧的长度来说，日本版每集45分钟，共12集，韩国版60分钟，总共16集。所以韩国翻拍版增加了故事情节，有必要延长时间。一会儿我会整体给大家介绍一下，首先看看日本版内的场面，韩国版是如何表现的。先欣赏一下影片。

※ 日本版视频再现，韩国版视频再现

看了之后有何感想？两者既有共同点也有差异点。我认为，韩国和日本的国民性及观众的喜好不同，韩国版和原版不同是理所当然的。但是看过韩国版之后，我的想法和之前不同，情节出乎意外的没有变化。

刚刚放映的视频前半部分在家吃饭的场景几乎没改，但具体的台词更换了。但本质部分并没有改变。但在后半部分，女性因生气而外出后发生了翻天覆地的变化。原版中男性在录像带租赁店向女性道歉的情景较为平静，但韩国版却转变成了在夜店男性走向跳舞的女性。另外，男性动作部分也转到下一集中。日本版录像带租赁店的场面不太显露感情，是一个非常平静的场面。另外，最后的场面也很平淡。这是这部作品的特色，日本大部分的电视剧都不是这样的。这一点得到了观众们的好评。我觉得很难将这种氛围原封不动地搬到韩国版。把故事的剧情连接到下一集中，日本电视剧也经常使用，这并不能看作韩国与日本的区别。

通常，比起日本人，韩国人的感情更为激动。在刚刚开始时展示给大家的场景中，女性生气离家出走后，哭泣的场面比日本版更加强烈。但是日本电视剧中也有哭得很厉害的场面，所以只拿这个比较的话，不能说韩国电视剧比日本电视剧的感情更为激动。除了此场面外，再看了翻拍版之后，我也没有感觉到韩国版感情激动的部分。

但是正如最初所说的那样，与日本版为12集相比，韩国版增加到16集。日本版以两位主人公的交往作为结尾，但是韩国版重新添加了后面的场景。韩国版作品虽然添加了后面的故事，但是也会夸大了中间的故事情节。

根据不同的素材，将舞台搬到其他国家去翻拍是非常困难的事情。但这部剧是现实作品，描述的是在城市生活的人，因此，国境因素的差异并不明显，而且把日本的东京变成韩国的首尔也不会那么困难。比如说把这部作品搬到中国荧屏上制作的话，很想问下中国朋友会怎么做。

希望以后能制作出更多超越国境的翻拍作品，呈现更有意思的电视剧，也希望各国的联合共同制作能够有更大的可能性。我的发表到此结束。

Session 8：韩国编剧

电视剧《好医生》在美国能够翻拍的原因

Jaebeom PARK

大家好，我是韩国电视剧《好医生》的作家朴才范。能够在亚洲各国著名作家，编导和各位相关人士面前发表，倍感无限光荣。并对超越国界给我带来灵感和感动的亚洲各国电视剧表示深深的敬意。

最近几年，从电视剧到综艺和教养所有部门，各国间的原创和制式正在实现共享。韩国也在陆续翻拍美国和日本的电视剧，因为题材的稳定性有所保障，所以翻拍作品有望继续增加，不仅韩国，其他各国的制作人也像翻拍星探一样，越过国界，全力寻找优良的题材项目。特别是最近，韩国电视剧也反过来成为其他国家制作人翻拍的“优秀选拔对象”，很多作品已经完成翻拍签约，还有很多已经完成制作和放映的作品。正如此，韩国电视剧的威望正在提高，作为韩国电视剧的作家，我深深地感受到自豪感和责任感。今天所要演讲的是和电视剧《好医生》的美国翻拍相关的内容。

众所周知，《好医生》被美国 ABC 翻拍并正在放映中，更有意义的是《好医生》是第一个在美国电视台正规时段黄金时间上映的韩国电视剧翻拍作品。剧本角色由医学电视剧《豪斯医生 House》的创作者兼“大卫·萧尔”的作家担任，制作由丹尼尔·金的“3AD”，大卫·萧尔的“Shore Z”，李东勋的“Entermedia”和“Sony Pictures Television”担任。另外弗莱迪·海默（查理和巧克力工厂，八月迷情，贝茨旅馆）出演韩国周元担当的“施温”角色。9月25日开播的《好医生》第一集，18~49岁的收视率达2.2%，第二集收视率上升为2.4%，这是ABC周一电视剧21年来取得的最高收视率。特别是第二集共1920万人收看，比曾在公共电视广播NBC排名第一的《我们这一天》的观众人数还多。随着成功的发布，很多相关人士和记者们对美国制作人和我投来同样的疑问“您认为《好医生》能够在美国成功翻拍的原因是什么呢？”首先，引用丹尼尔·金的话说“因为电视剧中的感情丰富又强烈，美国电视剧从没有描写过的主人公角色”。我的答案概括起来说因为“独特的主人公设定和全世界人有共鸣的人道主义”。但是仅用几句话来表达是很不足的，单纯的从“感情、独特、人道主义”来说明的话很抽象，会导致误解，因此在这里我做更详细更有说服力的理由解释。首先声明，演讲内容不含别的任何参考资料，全部由作为原创作者的我来分析。真心地希望通过我的演讲，能够给正策划类似作品的作家们和制作人们带来些许帮助。

1. 策划的开始和冒险

进入正题之前《好医生》先说一下策划当时的幕后故事。《好医生》是2012年开始策划，2013年KBS电视台放映的20集电视剧。患有自闭症的少年，克服周围的偏见和传统观念，成为小儿外科专业医生的人情剧。放映时同一时间段，整部电视剧20集的收视率都为最高，并成功结束全部放映。和成功的结果相反，开始却需要巨大的勇气和冒险。剧本纲要结束后，正式发布的可能性并不乐观。直到前几年，韩国还禁止拍摄主人公是残疾人的电视剧，因为电台的负责人认为残忍人主人公会给观众带来不适，而且认为会对收视率造成不好的影响。但是制作人和我都认为韩国也应该出了这种主题的故事以后再做评判，因此强行策划，然而很快就发生了意外情况。

电台负责人全体一致决定给我们编排。
我想说的是，对主题意识持有共鸣，甘愿抛弃一部分商业利益也要传递社会信息的电台的意志。
就这样所有的条件都协调后，开始了制作，因此才取得这样好的结果。

2. 区别点

现在开始正式的给大家介绍一下我对“翻拍的理由”的个人见解，核心理由便是从区别点引起的。
《好医生》和现有的医学电视剧有三个重要的不同点。

第一点是主人公既是医疗行为的主体，同时又是医疗行为的客体。
主人公“朴施温”虽然是医生，但同时也是带有自闭倾向的患者。
虽然知识渊博，但只有 10 岁儿童的感情和表达能力；虽然是出众的医生，但同时也是经历并克服所有痛苦要接受治疗的患者。
在这种矛盾中，主人公领悟到“人间的爱”、“治疗的本质”、“爱情”和“真正的医生的定义”后得到成长。
如果主人公“施温”是英雄似的很男人的医生的话，焦点就将会由“一个人的成长”变为“成功的医疗行为”。
在这儿想说的这点便是“自闭症医生”这个人物素材的特殊性并不是单纯的只为有趣而创造的，“单纯地只为特殊”的话，那么这部电视剧将会是失败的，不是把重点放在“什么医生”上，而是把故事的重点放在“那个医生处于什么境况？我们希望那个医生怎么做”这个点上，引领故事主题的发展。
通过这个过程，这部电视剧不是单纯的人物设定，而是可以变为有明确信息存在的电视剧。
只有超越单纯的人物设定才能向观众们充分地传递人类的创伤和痛苦，让观众们真心地为主人公加油助威的东西才是真正的核心。

第二个区别点是《好医生》没有把重点放在医疗行为上，而是放在医生和患者间的，医生和医生间的交流沟通上。
更准确地说，治疗的本质不是艺术而是交流沟通。
在韩国，大多数观众认为“医学电视剧=手术场面和紧急的状况”，当然这些的确是医学电视很重要的要素成分。但是一种要素成为一种“惯例”，为了戏剧性效果，也有展示不必要的刺激性手术场面的情况。当然为了真实性也是需要展示的，但是这些要素为了增加趣味而过度描写的话那就和动作电影没有什么区别了。因为就像等待动作电影里枪机场面一样，观众们也习惯于等待手术场面。这一点并不是医学电视剧所希望的。
假设有人接受心脏手术住院三周，包括手术时间或许医疗行为时间共计 10 小时左右，另外 20 天的时间便是医生和患者的交流，同时医生间的交流也是存在的，《好医生》正是要展现这种交流沟通的重要性。
通过这种交流沟通，也迂回婉转的批判机械化的医疗行为。多种多样的交流沟通方式便是《好医生》具有的最大的优点，也是武器。
这样的优点使得翻拍版的表达更有意思，作为原创作者我很满足。

第三个区别点是对待疾病的观点有所不同。
一般的医疗电视剧，作为主人公的医生经历重重苦难，治疗成功的过程是主要的，也就是说理说应当的治病行为被描述为客体。
但是《好医生》的焦点是“如何和患有疾病的人共存下去？”，展现的是疾病虽然是治疗的对象，但同时也可能成为共存的对象。
主人公施温是带自闭倾向只有 10 岁感情的非社会性人物，但是通过和周围人们共存的意识，病情好转，施温得到成长。
通过这点想要表达的是治疗虽然也很重要，同时要活下去的意志也是重要的治疗方法。施温最后的台词正说明了这点。

“我明白了想要成为好人，就要经历很多创伤；
想要理解体会别人的痛苦，就要自己先知道痛苦是到底是什么；

因此我才要每天每天痛苦。
即便那样也没关系，我也将在人群中…
因为我正从某人那儿收到满满的爱”

3. 结论

以上便是对翻拍的理由的详细说明。
再说一次《好医生》不是单纯的展现素材的作品。
超越素材，我和制作人们不管经历什么苦恼都希望能够传递主题意识，哪怕一点点。
结论是具有不同文化的两个国家的电视剧实现良好的匹配。
美国常常通过电视剧或电影，唤起对社会弱者和少数人的问题的注意。这种美国文化和《好医生》的故事情节很合拍，韩国国内有几位制作人又向我抛来别的疑问。
“掌握好美国这样的取向再策划的话，是否会创作出《好医生》第二部？”
我的回答是“不知道”。
《好医生》刚开始策划的时候，被翻拍并在美国上映的事儿连想都没敢想。当时我只是想做一部有常识有正当的感情无刺激，男女老少都能舒舒服服的看的电视剧而已。

最近几年，乘着“韩流”热风，韩国的文化商品扩展延伸到海外。电视剧占据“核心商品”地位，正被积极开发并输出到国外。
这样来看《好医生》也算是“韩流电视剧企划的好例子”，但是我认为“企划韩流”本身是毫无意义的。
“韩流”只是经济发展的最终产物罢了。
如果从策划阶段就开始只应和“韩流”焦点的话，就会有只迎合着相应国家口味制作作品的危险性，作品性就会消失。
与此相反，韩国文化产业工作者有句经常说的话，“最具韩国性的就是世界性的”，但这句话也是有问题的，因为不是引起共鸣，而是强行把韩国传统和色彩加入作品展现出来，弄不好就会外国观众带来反感。
“韩国式的，世界的”或许电视剧的企划来说是不必要的概念，因为电视剧企划的本质在于作家的创作意图和主题意识。

通过《好医生》的翻拍，我感觉到了很重要的一点，那就是“普遍的正当的人类的感情才是世界性的”，围绕常识性的正常普遍的感情进行的故事，不用加任何色彩和刺激，对全世界所有人都是通用的，这是不争的事实。
这虽然是特别简单的结论，但是作为作家去实现这个并不容易，这也是需要继续解决的课题，说到这个课题，参加会议的各位的作品和忠告对我带来很大的帮助。
希望今后通过亚洲电视会议这个媒介，相互交流更加活跃。
相信这次会议对提升亚洲电视剧的地位将起到前哨基地的作用。真心感谢大家的长时间倾听。

好医生(Good Doctor)剧情简介

朴施温曾是患有自闭症的少年，但是现在已经好转了很多。
施温患有自闭症的同时兼有学者症候群，学者症候群的意思是自闭症患者在特定领域具有过人才能的意思，施温则是具有超强的默记能力和空间感知能力，具有这种能力的施温的梦想是成为一名医生，经过哥哥的死亡，施温想成为治病救人的医生。
施温刻苦努力，后来出现了待施温如儿子的监护人，那便是韩国最有名盛元大学附属医院的崔宇锡院长。
施温经过不懈努力顺利从医科大学毕业，面临实习，崔院长想要推荐施温到盛元大学附属医院实习，因为对施温来说能够克服这个，不仅仅是对施温，而且对所有的自闭症患者都能带来希望和可能。可是医院理事会一致反对，自闭症外加只有 10 岁人格的发育障碍，会给患者带来致命的危险。尽管崔院长强烈推荐但其他人几乎都反对，施温几乎无望被采用。但是施温救助因地铁站玻璃破裂而受重伤孩子的事迹在 YouTube 上传遍全世界，因此理事会不得不临时任用了施温，条件是如果施

温的能力不能得到认可或做了有损医院名义的事情时，将会当即解雇施温，而且崔院长也必须降职，崔院长以自己的生命护卫施温。

施温成为小儿科实习生，这和小儿科最具权威的金道翰产生了严重的矛盾。金道翰是完美主义，认为施温就是个定时炸弹。

不过施温的前辈车允书把施温当作弟弟保护他，施温对诊断有过人的能力，只在脑袋里暗算就能做出正确的判断，对手术床上难题也能很快做出对策。

道翰说“虽然认可施温的能力可那不是全部”。

正如道翰预测的一样，施温在小儿外科会给患儿和患者家属带来不安，而且随着时间流逝会越来越恶化。每当这样的时候，允书都会安慰施温，施温得到允书的安慰后更加努力的做实习医生。

就这样，作为医生必备的品德，施温慢慢的一个一个的都领会到了。

一直冷静看待施温的道翰对施温的改变感到非常吃惊，但依然认为施温仍有太多不足之处。

随着时间不知不觉的流逝施温治疗很多患儿，施温成了最为理解患儿内心需求的医生，因此不仅可以给患儿病痛的身体给予治疗而且给患儿的内心带来安慰。因为心理年龄只有 10 岁的施温的感情和孩子们完全心心相通，这完全是有可能的事情，在这样的过程中施温作为医生作为成人得到更多的成长。

而且通过允书领悟到了爱情的意义，之前从未体会过的爱情…青涩笨拙的对允书表达了自己的感情，允书对施温意料之外的告白感到惊慌失措，允书拒绝了施温的心意，认为虽然当时会让施温痛苦难过但那是为施温好。

施温接受了允书的拒绝但很心痛，但是正是在那种痛苦中得到了更多的成长，生来第一次领会到了“爱的方法”，允书看到施温改变的模样，觉得施温非常了不起，更被施温的单纯所感动，慢慢地允书自己也不自觉的对施温产生了男女之情，从此以后两人开始了单纯的爱情。

默默静观施温成长的道翰，认识到了施温具有的可能性，开始像亲弟弟一样爱惜施温，对施温有时施以温暖，有时给予严格的教训，一遍帮助能够施温顺利的完成实习过程。

施温则以真心对待曾经是自己“敌人”的医院内部的其他人，以致他们最终都成为自己的支持者，从此敌军变我军，都开始帮助施温。

有一天，施温在紧急状况下主刀手术并非常成功地完成了手术，从那以后施温以成熟医生的姿态对待患者，同事之间也和睦相处，从此医院的所有人都认可施温，认为施温有足够的医生资格。

最终医院里的所有人一致同意正式聘用施温，与此同时和允书的爱情也结出了果实。

现在已成为真正医生的施温，在手术室前对道翰提出了疑问：

“您认为的好医生是什么样的医生呢？”

道翰微笑着回答：“全世界所有医生都在苦恼究竟什么样的医生是好医生呢？”