



正午陽光如何打造精品劇？

侯鴻亮：堅守本心 專注做內容



香港影視娛樂博覽

「正午出品，必屬佳品。」憑藉「內容為王」的製作方針，內地知名影視製作公司「東陽正午陽光」（簡稱正午陽光）於數年間快速崛起，成功推出《琅琊榜》、《知否知否應是綠肥紅瘦》等一部又一部膾炙人口的佳作，不止在內地大受歡迎，在海外平台也成功吸納大批觀眾。精品劇是如何打造的？東陽正午陽光董事長侯鴻亮日前現身「亞洲影視娛樂論壇」，從項目策劃到內容生產全方面為業界剖析劇集的成功之道——在內容與商業間，他專注創作，時刻創新，也摒除誘惑，勇於抉擇，率領正午陽光堅守本心，打造精品，走向國際。

文：香港文匯報記者 張岳悅 攝：香港文匯報記者 黃金源

侯鴻亮自2015年起攜正午陽光於香港國際影視展（FILMART）設立展台，當年僅4平米的展台無阻他與世界各地的業內人士建立聯繫的熱情，「從那時開始，我們就每年都來香港參展，經歷3年的疫情後，我特別開心現在可以再次見到老朋友，也結識新朋友，希望我們未來有更多的合作，也希望我們的行業能夠向更好的方向去發展。」

內容創新促國劇出海

從1996年開始擔當製片人，到2014年加入正午陽光至今，侯鴻亮一路走來經歷了內地電視劇的數次轉折，但他對「內容」的追求始終不變。他坦言自己早年總覺得電視劇的最大的市場在內地，在國際發行方面並沒有投入特別的關注，或許當年來港參展也正助力為正午陽光打開了面向國際觀眾的大門。而正如資深製片人、也是今次論壇的主持人王戎所說，不同國家的市場有不同的好惡，觀眾也有不同的選擇，中國劇集出海應去往何方？海外觀眾是否只對中國古裝劇情有獨鍾？侯鴻亮回應道：「我們去年有一部懸疑題材的網劇《開端》，在內地反響很好，沒想到在國際發行上也不次於之前的古裝劇，在很多國外平台播出的數字都很好，有韓國的電視台也簽下了翻拍權。這給了我們一個信心，也提醒我們要不斷創新內容，讓觀眾有新鮮感，以此打破觀眾對類型劇的固有判斷。這個開端給了我們啟發，我們之後的很多項目除了保持傳統，還堅持要有更多創新的內容。」

機遇與挑戰總是並存，侯鴻亮憶述早年常組織公司骨幹去荷里活各大製片廠和影視公司交流學習，「荷里活對每個影視人來說，都是一個符號性的地方，但因為文化和語言的差異，特別難達成合作，我覺得當時投入了很多的熱情，卻沒有獲得相應的回報。」於是他轉變思路，也意識到中國文化走出去是國家層面的大規劃，「我們和兩個女演員跟隨國家廣播電視總局帶着《歡樂頌》去了非洲，沒想到在機場居然有當地粉絲來找她們簽名，非洲觀眾可能不見得足夠了解中國文化，但真的有很多人會喜歡我們的影視劇。對我們來講，那或許不是真正的市場，因為我們把片子以低價賣給非洲電視台的時候並不能獲得相應的版權價值，但這對逐步培育中國劇集的海外市場具有重要意義。」

數年間，侯鴻亮帶着正午陽光的劇集跟團去了東南亞的很多國家，這也引發了他更多的思考，「我個人認為，走出去也並不是如理想般的順利，我們肯定要付出更長的時間，拿出更好的創作，就像韓國這

幾年的《魷魚遊戲》等劇集獲得全球化的成功，讓全球的觀眾和平台都認同了韓國的製作，中國劇集出海還任重道遠。」

侯鴻亮加入正午陽光之前是山東影視製作的總經理，也是這段體制內的經歷使他結識了孔笙、李雪等導演，這三人組成的「鐵三角」，可謂持續拔高正午陽光廠牌價值與國劇精品化高度的助推器。回憶起那段時光，他說：「在正午陽光的團隊中，很多同事都是我在山影（山東電影電視劇製作中心）的時候認識的，孔笙是我在1993年拍《白眉大俠》時的老師，我做攝影，我做攝影助理，後來拍《偽裝者》的導演李雪也是畢業後去了山影，大家就變成了同事，也是家人一樣的關係，在一起無論是談笑還是創作，都能做到心照不宣。」當年，幾位導演成立正午陽光公司是為方便影片後期製作，直到2014年侯鴻亮正式加入後，才將其重組轉型為包括前期策劃、後期發行、娛樂營銷等板塊的全產業影視公司。

「斷捨離」只為保持純粹

2017年，正午陽光放棄了藝人經紀人板塊的業務，謝絕直播、短視頻及大量非必要商務活動，數次上市機會的誘惑也從未令侯鴻亮動搖本心。他以「木桶理論」來形容自己做這些「斷捨離」時的心路歷程：「一開始的時候，我希望木桶的每一片木板都在，但最短的一片木板決定了木桶的水位，當我明確了正午陽光的方向是要做專注內容創作的公司，最後決定有些影響我們精力的木板不見得要保留。我不否認做公司一定要盈利，但分別是通過好的內容盈利，還是通過各種手段來盈利。我很難做到同時兼顧那麼多方面，所以還是希望能做一個相對純粹的、好的內容公司。」

當短視頻和手遊佔領大眾的娛樂休閒時間，他認為未來長視頻的發展仍面臨危機，也冀業界多打造如《狂飆》般吸引觀眾沉浸觀看的劇集。同時，他對中國影視市場的發展持順其自然的態度，「很多事情都可以交給市場去處理，如果現在To B的方式可以讓大家獲取感興趣的劇集，這個模式就可以延續很長時間，當To B走到一定階段阻礙影視產業的發展，To C自然就會出現。其實我們現在面臨的最大問題是，市場在繁榮，但能夠打破限制的優質內容並沒有特別多。」



◆侯鴻亮（右）為業界剖析劇集的成功之道。



◆《歡樂頌》曾於緬甸仰光舉辦觀眾見面會，吸引近百位緬甸年輕人出席。



◆《歡樂頌》阿拉伯語版2018年在埃及舉行播映儀式。

聆聽 創「光合計劃」求解編劇創意危機

對侯鴻亮而言，「正午出品，必屬佳品」的讚譽是壓力也是動力，「這就意味着別的公司拍一部戲得到60分及格，我們最低也要做到80分，我們享受了觀眾的關注和支持，也要承擔相應的責任。每部戲都很难做，每個環節也都很重要，其實我們的劇並不是某個方面做得特別極致，而是可能每個環節都不是那麼差，整體風格是統一的，也沒有那麼多露怯的地方，所以給大家留下了一個好的印象。」他補充道，「我們首先要將每部戲做到自己滿意，當然其中也許會有疏漏，但當時也是竭盡全力去做更好的、更創新的內容。」

若將完成一部劇集的項目比作建樓，劇本便是如地基般的關鍵部分，個人創意總會枯竭，正午陽光便以「光合」作用煥發「新生」之名，推出了一項旨在挖掘故事、培養編劇人才的計劃——光合計劃。侯鴻亮稱：「以一個公司之力來做這件事，我一開始並沒有抱特別大的希望，只是覺得這個行業需要一些新鮮力量，也需要更多機會給新人練習。於是我們面向社會徵稿，沒想到收到680多份投稿，後來我們投資拍攝了12部，最後能播出的有8部。我覺得這8部戲是我們和年輕創作者的一次溝通，這些年輕人有的有電影學院的研究生，也有業餘愛好者，大家都投入了特別大的熱情，這讓我們很感動。」



◆《琅琊榜》廣受觀眾歡迎，成為電視劇經典。



◆《知否知否應是綠肥紅瘦》曾於TVB晚間黃金時段播出。



◆東陽正午陽光的展館設計具科技感。

紮染藝人張翰敏 跨界咖啡店傳承非遺技藝

用赭石色的咖啡渣作為染料，進行反覆多次浸泡染色，同時添加普洱茶一起着色，一條紮染的小絲巾在張翰敏手中，短短半小時就製作完成。

近日，39歲的女手藝人張翰敏帶着阿爸阿媽和大兒子來到上海，在星巴克非遺概念店，推廣雲南大理的國家級非物質文化遺產——白族紮染技藝，同時也向上海的咖啡愛好者介紹咖啡渣和普洱茶的另類染色固色功效，演繹了一番別致的紮染與咖啡的「交響」。

紮染技藝融合環保文化

紮染古稱「絞纈」，是中國古老的紡織品染色技藝，張翰敏的老家周城村被譽為「紮染之鄉」。在雲南省大理市喜洲鎮周城村，她帶頭開設的藍續環保文化發展工

作室，經過約十年發展，已經壯大起來，在喜洲鎮、大理市中心、昆明市等地都設有店舖，並有20多名全職員工，兼職員工多達168名。

站在星巴克非遺概念店內，張翰敏身着精美的民族服飾，現場展示了咖啡紮染技藝，手把手教咖啡愛好者體驗傳統手工藝。雲朵、珍珠花、魚鱗紋等精美紋樣，很快紮染而成。

張翰敏說，工作室用「藍續」起名，是希望將記憶深處的「大理藍」傳承下去。「從小照看我的奶奶離世之後，奶奶家那個落滿灰塵的織布機提醒着我，如果年輕人加入，這項技藝可能就斷代了。我心中有一種非常強烈的緊迫感。」她說。

大約一年前，星巴克中國公司與中國相關公益機構合作，啟動「星繡未來」鄉村



女性經濟賦能與非遺傳承項目，助力非遺文化傳承和鄉村發展。這讓張翰敏有機會奔走於全國各地，更好地推廣大理白族紮染技藝。



◆張翰敏與上海的咖啡愛好者互動，分享環保生活理念。

「我們不僅用馬藍等植物進行紮染，還可以用蘇木染出粉紅色，用梔子果、洋葱皮、姜黃等染出黃色，用石榴皮染出黃綠色，用核桃皮染出褐色，用咖啡渣和普洱

茶葉染出淺褐色。這樣製成的紮染絲巾，不僅漂亮，而且能傳遞出促進循環和可再生的環保生活理念。」她說。

◆文、圖：新華社