

# 吃不着鱿鱼说鱿鱼酸

原创 王子君的碎碎念 王子君的碎碎念

2021-10-19  
18:15

本来不想用这么刺眼的标题，但最近有些自媒体对《鱿鱼游戏》的批判，看得人实在尴尬。

一边扭扭捏捏，以“不可否认”开头，谨慎地点几个数字，艰难地承认一下该剧在商业上的成功；

另一边则找尽角度，从创意抄袭到立意不深，试图全方位地将这部剧贬成平平无奇，路人之姿；

有的上头点的，还得奋力键政一把，将该剧的成功论述为韩国国家整体对美帝的屈从。最后欣然得出结论，“该剧越成功，韩国越没尊严”。

反正什么奇谈怪论都出来了，裹脚布和老咸鱼烂在一起，酸气冲天。

讲真，网飞进不了我们这做买卖，人家还主动屏蔽来自我们这的IP（代理的也很容易被屏蔽）。大陆用户除了残留的那点广告价值，其他时候在这类国际内容平台面前都是隐形的。

你整这么大的应激反应干嘛？

都2021年了，还在孤立看待影视作品本身的人，好比一个人咬了两口汉堡，然后疑惑地问：

“也不咋地，怎么肯德基麦当劳就这么牛逼？”

他们还不能理解现代传媒业也工业化了。

《鱿鱼游戏》有多成功，列几个数字就够了：

1.11亿网飞订阅用户观看了该剧，而网飞全球订阅用户数才2.09亿人；

投入2140万美刀，估计产生的商业价值在9亿美刀。Bloomberg认为该剧对网飞的投资回报率是41.7倍，网飞没有否认；

网飞的市值超过2500亿美刀，该剧拉动了7%的股价上涨。

对于一家开门做买卖的公司，这不叫成功，那我就不知道什么是成功了。

但更加成功的，是数字背后的意义。

胖友们可以仔细想一想：什么是好莱坞和美帝互联网内容产业向海外扩张的门槛？

资金么？他们有；技术么？他们也有；

政策限制么？像我们这么深沟高垒的没几个。

真正限制美帝内容产业的，是故事。

所有文化产品的本质，都是在讲故事。

从高度抽象的角度来说，我们能够和异国他乡的故事产生共鸣的，例如爱情，例如复仇，例如反抗。就像乔治普罗蒂的36种戏剧模式一样，绝大多数内容产品的叙事主体是相通的。

但这种抽象的逻辑并不能保证内容产品的畅销。从电影到歌曲，本地作品一定比外来的有优势，因为本地作品有更多易于理解的细节。

语言、场景的地点和时间、演员的种族肤色，这些是最直接的细节；如何表达爱恨情仇和人际互动，这是文化特征和社会结构，是更深层的差异。

这些繁琐的差异构成了故事与故事的差别，构成了葫芦娃和唐老鸭之间的壁垒。而这面看似最顺理成章的差别，就是最大的护城河。

因为好莱坞找不到几个懂中文配音、中国神话、中式绘画技法的，他们没有生产这种故事的产业链。

因此他们要么是不碰这类故事，要么是通过原始的投资来遥控一支在中国的团队。但这种遥控在运营效率上极低，往往会被淘汰。

《鱿鱼游戏》对网飞乃至美帝传媒业最大的价值，就是证明了“讲别人的故事”的可行性。

导演黄东赫，韩国人，一手包办。从拍摄的团队和取景地，到展现出来的文化特征，非常韩国。

《鱿鱼游戏》毫无疑问是个“韩国故事”。

但这么韩国的故事，投资来自于美帝的网飞，观看者虽然也是来自于全球，但都是在网飞这个平台上。

而且这些观看者都是订阅付费制，不是广告制。

于是，一个非常美妙的内容生产结构诞生了：

网飞掌握订阅用户、观看数据、投资款；

网飞把钱投给全球的内容制作团队，随便他们讲哪里故事都行。只有前期评估有收益，就投；后续看观看数据有赚头，就继续投；

网飞提供用户、投资和一定的制作指导（一般是关于法务和禁止内容的），制作则实质上“分包”出去了；

这等于网飞既是一个超大型的平台，又把对内容制作的干预降到了最低，让分包团队有足够的自主权来控制内容本身，还能给这些“生产部门”提供精准的用户反馈数据。

这个结构，网飞已经突破“故事”的壁垒了。

在我看来，这是《鱿鱼游戏》最可怕的地方。

网飞把美帝强悍的内容工业体系，和其他不同故事体系的内容生产者，打通了。

我以前因为工作原因，接触过DMG（合拍过钢铁侠的中资影视公司，后来成了妖股）和华策（阿里投的），举个比较粗暴的例子：

国内导演和制片人拿到一个剧本，只能凭经验；

好莱坞拿到一个剧本，可以开始融资，可以凭剧本去找导演演员，甚至可以给该剧本的拍摄上保险。

这是中国内容产业和美帝的一个代差，而且是资金效率这个核心代差。

网飞靠着互联网和金融的底子，资金效率比好莱坞还高；现在又能通过平台投资的形式，把这种资金效率赋能（唉我好讨厌这个词）到海外团队上。

这就是打通了。

这不仅会使得网飞极大地扩展了自身的故事种类，还会使得许多孤立市场都遭到挤压。两三千万美刀拍《鱿鱼游戏》和《全裸监督》，对网飞来说是小钱；对韩国日本来说，是本土顶级制作的两倍起。

狼来了。以后搞不好讲本国故事最溜的，反而是外国资本。

狼进不了我们这，勉强算半件好事。

但就此看不起狼的战斗力的，那简直是坐井观天，愚蠢值和带清有得一比。

我们的内容产业工业化连一半都没走到，打光这种基础工种还是学徒制；商业模式更是低级，依然以广告收益为主。

再加上一堆妙不可言的内容限制。

我实在看不出有什么可嘲讽《鱿鱼游戏》的。

弓箭就别去嘲笑排枪了。