

流行元素+创新表达+传播载体 中国文化海外“圈粉”



“霸总”题材微短剧、“科目三”舞蹈、《原神》游戏……越来越多的“中国制造”文化产品走红海外。

记者调查发现，中国文化产业正通过更多流行元素、更多创新表达、更多传播载体“出海”。

游戏世界里的“中国风”

“曲高未必人不识，自有知音和清词；红缨猎猎流星，直指怒潮洗海清。”这段歌词来自国产原创游戏《原神》。游戏中角色“云堇”表演了京剧唱段《神女劈观》，在海内外掀起一波学习中国戏曲的热潮。

游戏是我国文化产业出海的生力军，逐渐成为海外年轻人了解中华文化、聆听中国故事的重要载体。

“很多海外游戏玩家可能听不懂汉语，却十分喜爱中国传统音乐。”上海米哈游网络科技股份有限公司公共事务总监夏文婷说，“我们曾在欧洲办过《原神》交响音乐会，深切感受到听众对中国文化、中国音乐的热情。”

自2020年上线以来，《原神》游戏连续三年保持中国游戏出海收入第一。

2023年，米哈游又推出《崩坏：星穹铁道》，其中包含与中国传统文化密切相关的仙舟“罗浮”的主线剧情。剧情演出中“龙王开海”动画及全中文版歌曲《水龙吟》在日本、美国等全球主要市场深受玩家喜爱。

“反恐精英亚洲邀请赛”是由完美世界电竞主办的一项以《反恐精英：全球攻势》(CS)为竞技比赛内容的国际性电竞赛事。在2023年的开幕式上，中国戏剧梅花奖得主赵杨武带来的秦腔，引来满堂喝彩。

完美世界集团高级副总裁伊迪告诉记者，这首以秦腔为基础的《花脸》，是反恐精英游戏中首款中文音乐盒，诞生于完美游戏电竞推出的“非遗计划”。上线后，受到100多个国家和地区4000多万玩家的喜爱。

电竞产业是游戏产业的下游，电竞赛事已成为全球最受关注的体育文化现象之一。2023年，《英雄联盟》《王者荣耀亚运版本》等7个电竞项目在亚运会上亮相。根据售票方案，电竞项目决赛最高档票价达1000元，成为最贵的亚运观赛门票之一，也是唯一需抽签才能购买门票的项目。

中国音数协发布的《2023年度中国电子竞技产业报告》显示，2023年，我国电竞产业继续拓展海外市场，在东南亚等地区举办的赛事影响逐年扩大。部分赛事在印尼、菲律宾等国家已成为当地最受欢迎的电竞赛事之一，头部赛事的单场观赛人数峰值超过506万人。

“我们在创作中专注中国名著典籍，展示中国的文化内涵。”杭州电魂网络科技股份有限公司联合创始人、副总经理郝杰表示，2023年“入亚”的《梦三国2》就是通过电竞和体育向世界展现中国文化的故事。

中国流行文化海外“圈粉”

进入2023年，中国微短剧在海外“突然爆火”。

“目前海外市场一个月的充值在1000万美元左右。”九州文化海外业务负责人刘金龙说：“预计3~5年后，全球短剧市场能做到百亿美元以上的市场规模。”

中文在线旗下短剧应用ReelShort主打海外本土原创剧，围绕海外观众偏爱的题材创作剧本，邀请国外演员参演。截至2023年10月31日，该应用在海外累计获1100万下载量。美国是其最大市场，下载量份额为31%，其次为菲律宾、印度。

斯洛伐克小提琴家菲利普·杨希克通过B站了解到唢呐和古筝。他邀请一位中国UP主，共同完成了小提琴和唢呐合奏的短视频《孤勇者》。

过去的一年，很多海外观众们被“科目三”这类来自中国的充满魔性的短视频刷屏，英国流量博主、拉丁舞世界冠军、俄罗斯皇家芭蕾舞团演员等都有“科目三”的视频表演在网站上传播……

“新的全媒体传播时代，需要我们不断地应对新的文化传播形态，这是时代的要求。”著名编剧、中国电影文学学会副会长汪海林说。

中国文化创新表达

近年来，我国在海外受到好评的优秀文化作品大多体现了中国文化的创新表达，不仅赢得了海外广大受众喜爱，也得到了专业评审认可。

“出海”成功的作品往往有以下共性特征：

——既有“中国风”，又有“共通点”，容易引发共情。

“怎么能用国际话语体系讲好中国故事，我觉得这是核心的一点。一旦有了能够被国际所认知认同的情感共鸣的内容出来，好的影片出来了，我想它才具备了走出去的根本。”中影集团董事长傅若清说。

电影《流浪地球2》中“流浪”的设置，是独属于中国的不抛弃不放弃的浪漫。在地球“流浪”的数十年中，中国人依然坚守中国传统节日等，潜移默化浸润了国际观众。

神话故事是中华优秀传统文化的瑰宝。《中国奇谭》系列之《小妖怪的夏天》是基于《西游记》而虚构的故事。故事讲的是山野妖怪，而普通人看到的是职场生态。

海外用户在弹幕中留言感叹：“完全被《中国奇谭》所震撼，这些故事讲得太美了。”

——既有传统文化“软实力”，又有科技赋能“硬实力”，以质取胜。

精良的制作、优秀的故事、充满中



《中国奇谭》系列之《小妖怪的夏天》

国文化特色的细节，成为海外观众选择中国文化作品的主要原因。

国内一位电影发行人士认为，近年中国电影的类型越来越多元，海外观众的期待更加多样，品质过硬的电影给海外发行带来良性发展趋势。《“十四五”中国电影发展规划》明确提出，在2035年建成电影强国的发展目标。作为新时代国际交流的重要载体，电影在“出海”环节正提质增速。据《瞭望》新闻周刊

精制影视作品海外赢得口碑

近年来，我国多部精制影视文化作品在海外斩获多个奖项。

中国剧集出口额在快速增长，不仅面向亚洲等市场本地化发行，还通过国际流媒体平台覆盖欧美市场。

国家广播电视总局发展研究中心《2023中国剧集发展报告》显示，2021

年，国产剧全年出口总额5683万美元，2022年达8274万美元，同比增长45.6%，占全国节目出口总额的64%。其中，发行到东南亚和东亚的剧集占86.3%，日韩占比最高。

亮眼的不仅是数据，中国制作的部分剧集在全球范围内都收获了不错的口碑和播放量。

《漫长的季节》2023年10月5日上线美国流媒体Netflix；《山海情》在全球50多个国家和地区播出，在YouTube平台有数亿播放量；《三体》播出后，YouTube平台观看人数超700万；《去有风的地方》在海外主流剧集专业评分网站MyDramaList上的评分达8.7分……

近年来，中国电影在海外战绩不俗。

2021年，Netflix以八位数价格买下游戏改编真人电影《真·三国无双》海外版权。去年，索尼影业获得中国喜剧《你好，李焕英》的英文翻拍权，原版导演贾玲将亲自担任监制。《流浪地球2》《封神第一部：朝歌风云》《消失的她》等影片也相继“出海”。

记者从科幻电影《流浪地球2》出品方中国电影集团获悉，该片已在除中国以外的全球42个国家和地区上映，累计票房超1亿元人民币。

在北美市场，《流浪地球2》打破了华语片在华人聚集区上映的惯例，在主流影院上映，成为近15年来华语影片首映日票房冠军，在英国也成为近15年来票房最高的华语片。



A FRANTGWO FILM
WANDERING EARTH II
流浪地球2

分类信息 刊登热线 6630888

地址：北大街54号烟台日报社一楼大厅 按行收费1行9个字 60元/次 3.6x1cm 180元/次

生活广场
刊登热线：6630888

家政服务

搬家服务

恒誉家政 13953528652
擦玻璃、家电维修清洗、水电暖维修
疏通下水道、小时工、护工、保姆、月嫂、保洁

海港搬家 6268899
二十年老字号

欢迎刊登
分类信息

小小投入 一呼百应
刊登热线：6630888