文化『新三样』乘风破浪

刘宗智 济南报道

文化艺术是超越国界的世界语言。曾几何时，美食、汉语、功夫让中国文化突破地域界限，在全球绽放异彩。而今，以网剧、网文、网游为代表的文化“新三样”迅速崛起，凭借数字时代的创新表达成为中国文化产业“弯道超车”、参与全球文化叙事生产力竞争的关键力量之一。“中国出品”的影响力范围不断拓展，“朋友圈”持续扩大。

微短剧的“中国风”

从“野蛮生长”到“精耕细作”，中国微短剧产业在两年间完成蜕变。2024年，我国微短剧市场规模已达到505亿元，首次超过电影票房规模，微短剧用户规模达6.62亿人，占整体网民的一半以上，超过网络外卖、网络文学和网约车用户数量。

随着国内市场渐趋饱和，不少制作方将目光转向国外，找寻新的发力点。越来越多的中国微短剧凭借其独特的内容魅力和创新的传播模式，在海外市场崭露头角，吸引了大量海外观众的关注，在欧美、日韩、东南亚、中东等地掀起“中国风”。

据《中国网络视听发展研究报告(2025)》显示，截至2024年12月，中国微短剧用户规模已达6.62亿，用户日均观看时长首破100分钟。而在全球下载量Top100视听应用中，中国以26%的下载占比、30%的营收贡献，将微短剧打造成文化出海的“轻舟”。其中中国微短剧应用占据八席，彰显出这一新兴业态的爆发力。2025年仅第一季度，微短剧出海收入便突破24亿元大关，下载量更是飙升至2.59亿次，实现了大幅度增长。

微短剧的成功出海，离不开精准的市场定位与内容策略，即根据海外市场的观众审美与文化背景进行本土化调整。欧美观众喜好狼人、吸血鬼等超自然题材，东南亚观众更偏爱苦情虐恋、豪门纷争等题材。内容输出从最初的直接翻译爆款成片、单一依赖投流向本地化改编、本土化摄制转变，平台机构积极探索生态化布局，利用各自优势资源，形成闭环。

短剧的全球化发展，也倒逼国内的短剧制作方们在选择题材时更多地考虑到“是否能够同步出海”，这是未来短剧厂商们在平衡中外选题全球化适配时需要重点关注的问题。借助文化传播、技术赋能、产业生态布局，中国微短剧显现出巨大的国际文化传播潜力。

网文“一键出海”

网络文学的“出海”规模同样逐渐扩大。《2024年度中国数字阅读报告》显示，2024年我国网络文学出海市场规模超50亿元，培育海外网络作家46万名，海外用户规模超3.5亿，覆盖全球200多个国家和地区，充分展现了网文强大的市场消费力和全球化影响力。从IP开发到出海生态，中国网文正撬动海外市场，推动中国文化的全球化表达范式持续升级。

优质的内容，迅速、准确的翻译，是中国网络文学走向世界的前提条件。在AI加持下，网文和剧集的翻译效率提升近百倍的同时，成本也降低超九成，为网文“一键出海”提供了技术支撑。2024年，起点国际新增AI翻译作品超3200部，占中文翻译作品总量近一半。中国网文翻译成西班牙语的作品数量同比增长227%，德、法、葡语的翻译出海市场均实现了从零到上百部的突破。借助多语种内容优势，中国网络文学在海外市场的用户规模迎来高速增长，其中，日本增长率高达180%，成为用户增速最快的新兴市场，希腊、西班牙、巴西、法国、德国等国家均位列海外增速Top10。

不仅如此，中国网文还构建起“全球共创IP”模式。阅文与瑞士合作，给IP形象赋予了官方的“旅游探路员”身份；大英图书馆也入藏了10部中国网文，并启动“数字时代下的文学”文化交流项目；由网文改编的《庆余年第二季》通过迪士尼实现全球同步发行，成为Disney+平台上播放热度最高的中国电视剧；网文改编手游风靡全球，其中《斗罗大陆·魂师对决》流水超100亿元。

“黑神话”出圈

网游为传播中华文化打开了新的窗口。2024年我国自主研发的游戏在海外市场的实际销售收入为185.57亿美元，以我国首款游戏技术与中华文化深度融合的3A游戏产品《黑神话：悟空》为例，该款游戏一经发售就在全球引起巨大的关注与反响，并且仅发售一个月就在全球最大游戏平台Steam创下高达9.61亿美元的销售额，获得了现象级的爆火，实现了产品“出圈”与文化出海的双重效益，使中华文化在国际社会产生广泛且深刻的影响。

《黑神话：悟空》通过数字再造的方式融贯中华文化，将中华文化中的经典小说、特色景观、哲学思想、审美艺术等进行数字再造，向全世界展示了中华文化的独特魅力，让海外玩家体验了一场全身心沉浸的文化盛宴。内容主题上，《黑神话：悟空》以中国古典名著小说《西游记》为故事载体，通过数字技术把《西游记》中的历史背景、人物角色、时空环境、情节线索、情感脉络等文化元素加以创意性改造和现代演绎，以此搭建《黑神话：悟空》的文化背景。场景设置上，《黑神话：悟空》利用先进的技术将中国的古刹、宝塔、牌楼、大殿、雕塑、石窟等经典建筑复刻到游戏场景中，打造了一个具有中国气派、中国特色、中国风味的拟真文化空间。四川的安岳茗山寺、重庆的大足石刻、杭州的灵隐寺、山西的玉皇庙等特色景观在《黑神话：悟空》中得到了立体且真实的数字化呈现，给海外玩家带来了一场视觉盛宴。

此外，《黑神话：悟空》灌注了众多的中国哲学思想，充分展现了道家和佛家的思想、理念、智慧和追求等。游戏配乐使用了大量的古琴、笛子、琵琶、陕北说书曲艺等中国传统音乐元素，打造了丰富的听觉体验，为游戏营造了具有中国特色的浓郁氛围。除简体中文和繁体中文版本外，还有英语、日语、韩语、法语、意大利语、西班牙语、葡萄牙语、德语、俄语、波兰语等版本，形成面向世界不同群体的多种语言游戏版本，有效满足了海外玩家群体的需要。

《哪吒2》的意义

以文化人，更能凝结心灵；以艺通心，更易沟通世界。依托于我国超大规模的用户市场、深厚的文化资源积淀，以及日益强大的数字化和智能化技术创新能力，我国文化产业在国内国际市场上均展现出蓬勃的发展活力，成为推动全球文化领域革新与增长的关键力量。

春节档上映的动画电影《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)屡破纪录。截至目前，《哪吒2》，已在美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡等上映，全球票房已经突破158.47亿元，刷新了近20年来华语片海外票房纪录，位列全球影视票房榜第五名，并登顶全球动画电影票房榜。不仅体现了中国动画电影工业的新高度，更深刻映射出传统文化IP在当代中国的蓬勃复苏。当然，相比在中国本土市场所燃爆的百亿票房“红莲真火”，《哪吒2》的海外票房只能算是一朵明亮的火苗，但在业内人士看来，“《哪吒2》至少在全球范围内获得了公共性的话题度，这个意义并不比它创下票房纪录的意义小”。

越来越多中华优秀传统文化IP正加速走向全球，助力提升中国文化国际影响力。中国的非遗在海外持续“圈粉”，彰显文化魅力；短视频博主李子柒和她的生活纪实短视频也用镜头记录下那些即将被遗忘的传统技艺，让世界看到了中国文化的博大精深；舞剧《红楼梦》海外巡演场场爆满，衣袖蹁跹间引起世界对东方美学的赞叹；“数字敦煌”资源库迎来来自78国的2300万次“云端朝圣”……更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化乘风而起，逐浪前行。“又踏层峰望眼开”，当下正是中国文化出海的黄金时代。