

# 文化“新三样” 出海正当时

伴随中国经济持续发展和年轻一代文化自信增强,世界对中国的关注度持续提升,中华文化出海迎来机遇期。中国以网络文学、网络游戏、网络影视剧为代表的文化“新三样”,正以海外用户喜闻乐见的方式,向全球生动展示中国的历史与现实、传统与创新、智慧与追求。

## 文化出海热潮涌动

从高中时期就开始网文创作的“90后”作家王誉蓉告诉记者,她创作的宋韵题材小说《上元欢》被海外出版社看中,目前已翻译成英文版本,在新加坡及北美等地发行,后续还将推出多语种版本的微短剧。

不仅是网络文学,我国的网络游戏、网络影视、动漫等数字文化产品加速出海,在全球市场展现出蓬勃生机与强劲竞争力。

据商务部统计,2024年我国文化贸易总额达1.4万亿元,其中网络游戏、网络视听等数字元素富集的贸易领域表现亮眼,规模超3700亿元,增速显著高于传统贸易。

中国音数协游戏工委发布的产业报告显示,今年上半年,我国自主研发游戏海外收入达95.01亿美元,同比增长超11%,领跑全球游戏市场的增

量赛道。2024年,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200多个国家和地区。

多个文化产品火爆出圈,印证了中国文化“新三样”的独特魅力。

《庆余年(第二季)》成为2024年迪士尼旗下流媒体平台有史以来播出热度最高的中国大陆剧,在欧美主流视频网站引发热议;《黑神话:悟空》《原神》等游戏登顶100多个国家和地区的下载榜单;阅文集团海外门户网站“起点国际”已上线10000部中国网文的翻译作品,覆盖多种语言,时常引发海外读者追更和催更。

从20多年前大陆热播电视剧火遍东南亚,到如今《庆余年》《黑神话:悟空》等作品成功推动中国创作模式与技术标准走向世界,在全球范围内



整合资源、运营IP,中国文化产品实现了从“作品出海”到“生态出海”的跨越。

依托互联网的“新三样”打破时空壁垒,既展现了中国文化产品的全球潜力,也体现了中国在跨文化对话中的积极作用,成为中外文明互鉴的重要载体。

## “视角转换”萌生新意 多项展览亮相敦煌

将织物与九色鹿故事拼接、用手工纸艺展现沙漠景观、以绚烂油彩反映热闹夜市……日前在甘肃省敦煌市举办的第八届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会上,多项展览通过“视角转换”让古老文化呈现新意。

夜幕低垂时,走进沙州夜市,只见灯火璀璨、人头攒动,一如千年壁画中酒坊食肆般热闹。这样的场景,被来自加拿大的艺术家捕捉,创作了布面油画《夜市》。

这幅画作,正是“青山行不尽——我的丝路故事”中外艺术交流展中的作品之一。来自中国、意大利、俄罗斯、加拿大、阿根廷等国的艺术家,将丝路风光与自己的文化表达相碰撞,创作了一批充满“视角转换”意趣的艺术作品。

“今年8月,我们组织中外艺术家在甘肃河西走廊等地采风。这里的历史底蕴和独特风貌,带给不同文化背景的艺术家很多创作灵感。”中国美术学院美术馆策展工作人员王洋说。

中外视角转换,古今视角联动。

甘肃文旅非物质文化遗产展格外受欢迎。面塑、陶瓷等各类文创产品,既保留了非遗的传统韵味,又兼具趣味性与实用性,让观众纷纷驻足购买。

毛茸茸的土拨鼠玩偶、图案多样的手工包包、配饰精致的布娃娃……走进肃南裕固族自治县萨尔玛非物质文化遗产发展有限责任公司的展台,浓浓的非遗风情扑面而来。

展台工作人员妥丽坤说:“我们用现代设计呈现家乡风貌、非遗传统。比如手工包包,沿用了裕固族传统图案和常用色彩,但用来编织的线是进口的,设计上也吸收了年轻化的元素,能斜挎,也能单肩背。”

多彩展览吸引了中外游客前来参观。来自古巴哈瓦那大学的青年学者曼努埃尔·加西亚被琳琅满目的文创产品所吸引。“虽然中国和古巴在地理上相距甚远,但我们在文化遗产保护利用等方面的理念和措施是相通的。这真的很棒。”

敦煌文博会期间,还举办了敦煌研究院“典范”“高地”建设成果展等多项展览。数字壁画、VR展示等展览形式,多角度呈现了敦煌石窟的千年营造史、敦煌文化的百年传承史,以及近年来敦煌文物保护工作取得的新成果。

据新华社

## 技术赋能助力“全球共创”

今年4月,腾讯天美J3工作室研发的《三角洲行动》手游版在全球市场上线,随即登顶169个国家和地区苹果应用商店免费游戏榜。

“海外测试时,哪怕是很小的问题,我们都会立即排查,反复调试。”该游戏制作人郭智介绍,开发中大量采用真人动作捕捉,数十台相机同时工作,能够在几秒内采集上百张照片,并生成2000万面数的3D模型,以更好的沉浸感吸引海外玩家。

新技术正成为推动包括游戏在内的“新三样”稳步出海的重要驱动力。

AI技术辅助下,网剧和网文的翻译水平及效率大幅度提升。“起点国际”累计AI翻译作品总数已超7200部,占整体中文翻译作品总量约7成。今年上半年“起点国际”畅销榜Top200作品中,AI翻译作品约

占4成。

中国网剧出海也正在经历从“输出作品”到“输出制作能力”的改变。爱奇艺有关负责人介绍,通过在东南亚、北美等地设立本地公司、办事处,已向全球超190个国家和地区输出华语影视作品。

技术进步引领内容进步并改变了内容生产方式,实现“本地化”表达。这不仅是语言转换,更是文化适配与情感共鸣的深度实践。

某微短剧平台出海初期,直接翻译国内内容市场反响平平,后转为本土化制作并融入当地文化,全球日活跃数大幅增长;B站与日本富士电视台合作设立国创频道,推动《时光代理人》等IP进行日剧改编。B站副董事长李旎表示:“动画是基于幻想的艺术,而热爱幻想是全人类共有的天

性。这要求剧集从创作之初就必须具备全球视野。”

“全球共创”正在成为新趋势。阅文集团有关负责人介绍,正从三方面推动文化出海:一是打造精品内容,以全球化提升IP价值,例如《庆余年》第一季热播后,迪士尼预购第二季海外独家发行权;二是构建多元IP生态,通过出版、动漫、影视等形式扩大影响力;三是推行“内容输出+本地化”模式,已培养海外作家50万人,孵化原创作品77万部。

英国“90后”小伙卡文自2018年起迷上中国网文,尤其喜爱《斗罗大陆》。后来他签约网文平台,与偶像唐家三少成为“同门”。凭借大量阅读积累,融合东西方元素进行创作,过去几年来他的作品在“起点国际”上的阅读量已超9000万。

认可。大英图书馆继2022年首次收录16部中国网文作品后,去年又收录了《全职高手》《庆余年》等10部中国网文作品。

如今,相关领域从业者表示,网络文学、网络游戏和网络影视剧充分借助了互联网开放、共享的传播特性,凭借跌宕起伏的剧情、超凡的想象力和贴近生活的表达方式,成功向海外输出了亲情、梦想、成长等能引发共鸣的主题。

在杭州师范大学教授夏烈看来,文化出海“新三样”标志着中国近十几年来的网络文艺创作已具备世界的特征,世界大众文化来到了“中国时间”。

南京师范大学文学院教授李伟提出,文化出海是一场“持久战”,需以共鸣跨越差异、以匠心获得尊重。应支持兼具文化自信与全球视野的中国年轻一代,积极投入创作与传播,推动文化出海走向更广阔的“深海区”。

据新华社



网文小说《上元欢》英文版已在海外出版发行