

从《八仙!》看 中国文化出海新逻辑

截至8月23日15时许(上映第37天),猫眼专业版数据显示国产动画电影《八仙!》内地累计票房17.33亿元,跻身中国影史动画片票房榜前十。片方宣布,影片于8月13日起陆续登陆澳大利亚、新西兰、北美、英国等多个市场。电影在海外上映后收获良好口碑,不少海外观众表示,影片加深了他们对中国电影和中国文化的兴趣。

从《哪吒之魔童闹海》登顶全球动画电影票房榜,到游戏《黑神话:悟空》风靡全球,再到此次《八仙!》“漂洋过海”,中国文化产业正多路并进,叩开全球市场。这释放出一个清晰信号:海外市场正从中国文娱企业的“可选项”变为“必选项”,由“增量补充”上升为重要增长引擎。

国产作品何以“出圈”海外?

据业内机构统计,2026年上半年,国产出海影片数量已超20部。《年会不能停!》《欢迎来到龙餐馆》等影片也已启动全球上映或发行工作。喜剧、现实、动画等多元题材组团出海,向世界立体、鲜活地展现新时代中国风貌。

梳理近几年在海外走红的国产作品,一个共性特征清晰可见:不再简单依赖东方符号的展示,而是以全球受众共鸣的叙事语言和高品质制作水准,完成对本土文化的“转译”与“再造”。

《八仙!》的改编策略颇具代表性。影片取材自中国民间传说,但将故事设定在八仙还是凡人时,讲述了八个普通人如何凭借智慧与勇气战胜强敌的故事。这一叙事重构,消解了地域文化壁垒,精准击中全球受众对平凡英雄的情感共鸣。更具启示意义的是,出品方没有采取字面直译的方式,而是根据故事内核重新命名为“All Wishes Come True”。这种“先解码、再输出”的模式,打破了“文化搬运”的粗放式出海误区,有利于实现中国故事的有效传播、深度触达。

如果说《八仙!》实现了叙事逻辑的国际化升级,《哪吒之魔童闹海》则展示了视觉美学层面的系统突破。影片将中国传统水墨的留白、晕染技法融入三维动画。元素设计也借鉴了文物原型。这些东方元素没有停留在符号展示,而是与角色性格、情节推进融为一体,形成了独特的“中国风视觉语法”。

跳出神话叙事的宏大框架,现实题材同样在海外收获受众。《给阿嬷的情书》以“侨批”为主线,讲述老一辈华侨与家乡亲人守望相助的故事。该影片登陆了新加坡、马来西亚、澳大利亚等多个海外市场,票房稳步上涨。这表明中国故事的国际吸引力不限于神话奇观,扎根现实、引发共情的作品同样能跨越国别边界。

此外,国产微短剧以轻量化叙事和快节奏剧情,开辟了文化出海的另一条路径。据机构统计,2025年中国以外微短剧市场规模达36亿美元,中国企业贡献约90%份额。咨询公司弗若斯特沙利文预计,2029年全球海外短剧市场规模将突破1208亿元,中国企业的市场占有率将达76%。

企业加快布局提升全球竞争力

内容端的持续突破,背后是上市公司在产业链各环节的系统布局。

在微短剧赛道,中文在线2025年境外销售收入较上年同期增长约124%,占总收入比重提升至40.98%。公司自建横琴国际短剧拍摄基地,拍摄成本较美国本土低30%左右,逐步从单一内容公司向具备全球内容供给能力、全产业链运营能力的科技公司转型。在动画电影赛道,光线传媒依托《哪吒》系列的IP影响力,系统推进“中国神话宇宙”系列开发,后续将围绕《山海经》《封神演义》等传统神话进行开发,并持续加大技术研发投入,提升工业化制作水平。在流

媒体平台领域,爱奇艺海外业务正成为“第二增长曲线”。2025年爱奇艺海外全年会员收入同比增长超30%,全年会员规模创新高。近些年,公司先后启动了中东北非站、印尼站,并与马来西亚、泰国、北非等地头部媒体合作推出专属华语频道,形成了覆盖东南亚、中东及北非的多元化传播矩阵。

整体来看,国内文娱上市公司的布局逻辑清晰且扎实:上游夯实IP孵化、内容创作、工业化制作能力,中游搭建自主分发渠道,完善本地化运营体系,下游探索多元变现模式。全链条布局正在重塑文化出海的产业底座,让文化传播从“靠运气出爆款”变为“靠实力稳增长”。

补齐短板方能行稳致远

当然,行业发展的短板与瓶颈不容忽视。内容层面,全球头部电影公司已形成成熟的类型片创作体系,能够针对不同区域市场,灵活调整叙事节奏与情感表达方式。我国虽已涌现一批精品力作,但部分出海内容仍存在同质化问题。产业层面,迪士尼、华纳等巨头已将业务从电影票房延伸至主题乐园、衍生品授权、实景娱乐等多个领域。一部成功影片的IP价值可以在此后数十年持续变现。相比之下,国内部分企业仍集中于内容制作、流量变现等环节,产业链盈利结构较为单一。渠道层面,国际影业巨头依托成熟的全球发行体系和本土化运营网络,能够将影片同步推送至全球主流院线和流媒体平台。而我国自主可控的

全球传播网络尚未完全成型,大量中小内容方仍依赖海外第三方平台分发,在流量规则、传播控制权、收益分配权等方面受约束较多。

短板即是潜力,差距亦是空间。如果说上一阶段中国文娱企业的核心任务是“走出去”,那么下一阶段的目标就是“走进来”,实现文化认同、价值共鸣与品牌扎根。内容层面,要强化叙事能力建设,打造兼具东方特色与全球共情的佳作。产业层面,要形成从IP孵化、内容制作到全球发行、衍生开发的完整产业链,鼓励头部上市公司发挥引领作用,提升行业集约化水平。渠道层面,要持续搭建自主传播矩阵,掌握传播主动权。

据新华社

北京国际音乐节 将举办惠民公益活动

记者日前从第二十九届北京国际音乐节新闻发布会上获悉,本届音乐节以“京华·协奏”为主题,将汇聚国内外顶尖音乐家与艺术团体,呈现涵盖歌剧、交响乐、室内乐及跨界演出等十余场高水准演出,为首都观众献上一场融汇古典精粹与当代创意的音乐盛会。音乐节期间还将举办青少年乐团展演、大师面对面、歌剧导赏、午间音乐会等系列惠民公益活动,让音乐之美触手可及。

据悉,本届音乐节开幕音乐会以“琴键抒怀·罗马映声”为题,由指挥大师夏尔·迪图瓦执棒北京国际音乐节节日乐团。闭幕音乐会则以“古典摇滚”为题,由指挥家杨洋执棒北京交响乐团,上演一场跨界狂欢。

音乐节期间还将呈现《魔笛》与《朱利奥·凯撒》两部歌剧经典,让观众感受不同风格的歌剧魅力。

第二十九届北京国际音乐节将于10月9日至20日在北京举行。

据新华社

《玛纳斯》歌舞剧 亮相比什凯克



在比什凯克,演员在舞台上表演。

新华社比什凯克8月23日电 《玛纳斯》歌舞剧日前在吉尔吉斯斯坦首都比什凯克国家音乐厅上演,来自中国新疆克孜勒苏柯尔克孜自治州歌舞团的演员为两国上千名观众倾情演绎了这部传奇史诗。

吉尔吉斯斯坦国务秘书科伊奇耶夫在活动中致辞说,文化是连接不同民族、促进民心相通的坚实桥梁。这类文化活动有助于密切两国文化交流,增进吉中人民友谊和相互了解。他表示,相信史诗《玛纳斯》能为进一步巩固双方友好关系提供助力。

中国驻吉尔吉斯斯坦大使刘江平表示,史诗《玛纳斯》是中吉两国共同的文化瑰宝,是双方人文交流的重要桥梁,是两国人民友谊的生动见证。她表示,千百年来,一代代玛纳斯奇以雄浑的歌声和动人的旋律,让这部恢弘史诗穿越岁月,历久弥新,唤起不同国家、不同民族人们的情感共鸣,焕发出跨越时代的生命力。

演出现场气氛热烈,气势恢宏的音乐、动听悠扬的歌声、灵动飘逸的舞蹈……精彩的表演赢得观众阵阵掌声和喝彩,不少人长时间举着手机拍摄。

当地观众乌梅塔利耶娃告诉记者,演员们高超的演技和华美的民族服饰给她留下深刻印象,“真是令人叹为观止!”她说,希望以后能看到更多这样的演出。



观众手持影片海报在美国洛杉矶一家影院参加《八仙!》北美首映礼。



影迷在成都一影城观看《八仙!》预告片。