

影视“出海”风正劲

2024年春节档电影票房创造了同档期新的纪录，一系列影片也在海外收获了正面评价和热烈反响，这体现出中国影视产业的回暖复苏以及全球竞争力的持续提升。阅文集团旗下新丽传媒等出品，贾玲导演、主演的新片《热辣滚烫》名列今年春节档票房首位。日前，跨国公司索尼影业与新丽传媒达成该片的全球发行合作（不含中国内地及日本）。此前，索尼影业也购买了贾玲首次执导的电影《你好，李焕英》的英文版翻拍权。越来越多中国影视作品将呈现给全球观众，成为讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国的窗口。

打造精品内容

影视作品国际化传播提质增速的背后，离不开影视工作者对思想精深、艺术精湛、制作精良的不懈追求。今年春节档电影口碑与评分整体较高，作品共同选择了现实主义创作方向。领跑今年春节档的《热辣滚烫》讲述跌入人生谷底的女主人公杜乐莹，在经历种种生活挫折后重燃斗志，最终通过拳击重拾自信、找回自我的故事。该片以现实主义的叙事手法，用“爱自己，活出属于自己的精彩人生”的精神特质打动了观众。

为了展现人物蜕变历程，给观众以真实的力量，《热辣滚烫》用两年多时间打磨剧本，历经5次开机、5次杀青，拍摄整整一年时间。影片温暖的喜剧特质、生动的人物群像塑造以及饱含奋斗精神的价值内核，在引发国内观众共鸣的同时，还吸引了海外影视公司的关注。《热辣滚烫》成为索尼

寻求情感共振

中国故事要感动世界，不仅要“走出去”，更要“留得下”，能够和不同文化背景的观众建立情感共振与价值共识。作为一部现实题材电影，《热辣滚烫》将镜头聚焦个体价值的重塑和追寻。面对生活中的种种不如意，主人公仍然选择真诚地拥抱生活，用善意、乐观、向上的心态与自我和世界握手言和。个体就是时代精神的鲜活注脚。杜乐莹爱自己、做更好的自己，既是一种中国式的浪漫，更传递出一种全人类共通的价值内核。

跨文化交流与互动，深层是人与人之间的情感共振、心灵互通。无论是《热辣滚烫》的自我

加快“走出去”

近年来，国产影视作品“走出去”步伐逐渐加快，中国故事的传播版图加速扩大，题材类型更加多元，尤其是以IP为中心的独特产业生态初具规模。以阅文集团为例，其已向全球多地授权数字出版和实体图书出版1000余部，由其拥有的IP改编的动画作品在海外流媒体频道日均上线1集，年浏览量超过2.7亿。《庆余年》《赘婿》《斗罗大陆》《锦心似玉》等IP剧集在海外上线后取得了可观的收视成绩。

如今，影视产业国际化正从单纯的产品输出转向全面产业化布局。这不仅需要更多满足海外观众需求的优质作品，更需要各方力量的深耕细作。各大制播机构正在从更广维度尝试“出海”新举措，实现从借力“出海”到自建平台、从作品单打独斗到IP集成效应的跨越。优酷、爱奇艺、腾讯

影业首部未参与出品而购买全球发行权的中国内地影片。国产电影的此次“出海”，可被视为国外主流电影市场对《热辣滚烫》质量、市场潜力以及文化价值的认可，意味着国际电影公司认为该片在主题、故事内容、艺术表现等方面具有跨越文化和国界的吸引力。

近年来，一批优秀中国影视作品登上全球舞台。电视剧《繁花》带火了上海的地域文化，也在海外引发广泛关注与热烈讨论。科幻电影《流浪地球2》在海外数十个国家的数千家影院上映，影片具有震撼的视听效果和丰富的精神世界，其中蕴含的中国式家国情怀感动世人。电视剧《人世间》在温暖中国千家万户的同时，也被迪士尼购买海外发行权，向世界讲述中国波澜壮阔的改革发展史和普通百姓的酸甜苦辣、坚韧不屈。

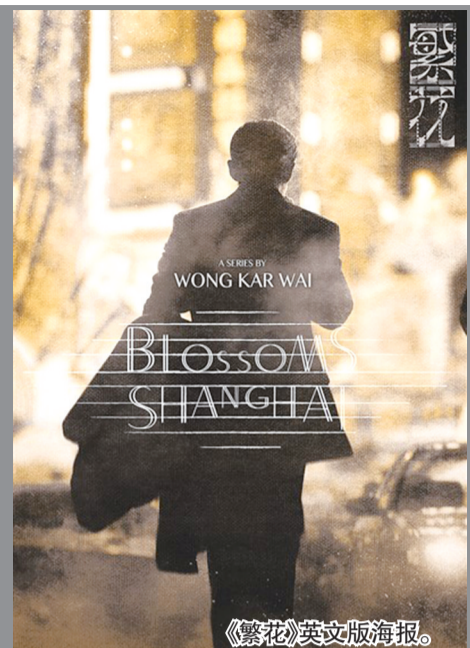
中国影视工作者坚守创作初心，用匠心和耐心输出了更多记录时代的中国故事，推动中国影视创作从“高原”迈向“高峰”，也为世界人民提供了更多更好的精神食粮。

价值肯定，《你好，李焕英》的母子情，还是《人世间》的亲情、友情和爱情，人类共通的情感是影视作品吸引全球受众的基础。当下，中国影视“出海”全面开花，武侠、科幻、悬疑等题材均获得海外市场关注，背后的推动力正是中国文化在情感及价值理念上所蕴含的跨文化共鸣与互通性。如《流浪地球2》中带着整个地球一起逃亡的叙事设定，用别样的家国情怀打动了海外观众。《封神第一部：朝歌风云》融入中国人对故家园和传统价值观的思考，书写了同样被海外观众喜爱的神话史诗。

在对外传播的过程中，艺术化地将中华文化中具有当代价值、世界意义的精髓提炼出来并加以表现，是助力国产影视加速“出海”的关键。只有做到以情动人，以情化心，才能传递深厚的中国文化内涵，向世界彰显中国的文化自信。

视频、芒果TV等中国头部视听平台通过自建海外平台，极大降低了影视内容“出海”的前期沟通协商成本，进一步挖掘视听IP在海外市场的潜力。阅文等内容制作平台对优质IP进行多品类、系列化开发，打通网文、影视、动漫、游戏等全产业链，并且与国际知名影视公司合作，通过其成熟的内容分发渠道，把国产影视作品发行到更多国家和地区，构建华语IP的“出海”梯队和全球品牌。多层次、立体式的传播渠道，成为讲好中国故事的重要抓手。

从“内容出海”到“组团出海”“IP出海”“平台出海”，国产影视的“出海”潮是对国内影视行业的鼓励和肯定，也激励着影视工作者不断提升内容制作力、平台传播力、IP影响力，积极向世界讲好暖人心、聚人心、得人心的中国故事。坚持精品化的创作思路，建立全球市场的优势品类，中国影视将逐步实现规模化、生态化的“出海”格局，为中国文化带来更多更具穿透力的“破圈”现象，让中国好故事传播到全世界。据人民日报海外版



《繁花》英文版海报。



《封神第一部：朝歌风云》英文版海报。



《热辣滚烫》海报。



《你好，李焕英》日文版海报。