



粤产剧《兰香如故》在海外平台掀起追剧热潮

近年来,岭南文化在海外网络空间的“能见度”持续提升:广东惠州歌手揽佬的歌曲《大展鸿图》让世界听见粤剧和中国说唱,粤产游戏《鸣潮》带着醒狮、洪拳风靡全球,改编自网络小说的粤产剧《兰香如故》在海外平台掀起追剧热潮……广东发达的互联网平台和数字技术,不断拓宽传播边界,让文艺作品以更加轻量、日常的方式进入世界不同国家和地区的文化生活。

新大众文艺,正成为中国文化“渡海”的新舟。

互联网技术和新媒体改变了文艺形态,催生了一大批新的文艺类型,也带来文艺观念和文艺实践的深刻变化。网文、网剧、网游、数字音乐等人们日常接触的文化内容,成为互联网时代新大众文艺的重要组成部分。技术赋能之下,文艺生产和传播突破圈层壁垒,更多普通人从文艺的消费者成为创作者、传播者,让大众生活、情感与想象获得更多表达和传播的可能。

作为数字文化产业大省,广东拥有成熟的互联网平台、游戏、音乐、影视等产业基础,也拥有岭南文化开放包容、兼收并蓄的传统。数字技术与文化创意的结合,为岭南文化提供了更多当代表达的可能,也为中国文化走向世界提供了丰富的实践样本。

好作品才能走向世界

文化出海,首先要靠作品说话。由广东省星莲影视文化有限公司出品的粤产古装剧《兰香如故》改编自网络小说,在国内播出时取得不俗成绩,在海外市场同样收获高热度。该剧登陆腾讯视频海外版WeTV,曾登顶越南、日本、新加坡、菲律宾、马来西亚、泰国、印尼、美国等地点播量榜首;在Disney+,也曾位居北美、越南、西班牙、葡萄牙、日本等地热播剧点播量第一。

该剧通过细腻的人物刻画,讲述主人公许兰香自强不息、女性之间相互扶持的故事。剧中无处不在的温润古朴的东方美学、修身齐家的儒家文化,也让海外观众感受到独特的中国审美、中国气派。在Reddit、TikTok等海外社交平台,不少观众自发讨论剧情,甚至专门开通WeTV会员追剧。

《兰香如故》正是新大众文艺出海的缩影:不必刻意阐释中国,一个动人的故事、一个有感染力的人物,往往就能成为海外观众理解中国文化的入口。

这样的逻辑同样发生在音乐领域。随着互联网和数字音乐平台的发展,一批贴近大众生活的中国原创歌曲在海外走红,并被当地音乐人重新填词、演绎。在印尼,由酷狗音乐推动出海的《一路生花》印尼语改编版,由当地歌手Putri Ariani(阿雅妮)演唱,本土播放量超过5000万次,并登上Spotify、Res-so、TikTok等平台榜单。

腾讯音乐娱乐集团副总裁、广州酷狗计算机科技有限公司董事长傅鸿城在接受《思想耀岭南》栏目专访时,分享酷狗音乐热歌出海的心得。在他看来,中国音乐出海的关键首先是“好听”,“语言的尽头是音乐,音乐是无国界的”。

在游戏领域,由广州库洛游戏研发并发行的《鸣潮》自2024年全球上线后获得全球玩家关注。2025年12月更荣获“游戏界奥斯卡”TGA2025“玩家之声”奖。接受《思想耀岭南》栏目专访时,库洛游戏董事长刘胜认为,能够获得全球玩家认可,是因为团队始终在做“自己内心中真正认可的好游戏”。在他看来,只有不断挑战自我,提升作品品质,才有可能在全球市场找到自

己的位置。

让传统文化抵达年轻人

好作品打开了文化交流的大门,如何让传统文化进入当代人的生活,则需要新的表达。今天的广东,越来越多创作者正在把传统文化融入新大众文艺形态,实现中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

游戏《鸣潮》在动作设计和人物塑造中融入大量中国传统文化元素:角色凌阳的设计融入醒狮、洪拳元素,鉴心的拳法则带有太极特色。传统文化成为玩家能够亲自操作、反复体验的内容——岭南醒狮如何腾跃,中国武术如何出招,都有了游戏语言的诠释。

打开海外短视频平台,“大展鸿图”“来财”成为外国人熟悉的中文之一。来自广东惠州的歌手揽佬将岭南文化与孟菲斯说唱结合,凭借《大展鸿图》《八方来财》等作品在海外数字音乐平台获得广泛关注,海外巡演同样如火如荼。

“任何文化要立得住、行得远,要有引领力、凝聚力、塑造力、辐射力,就必须有自己的主体性。”面对差异巨大的全球市场,文化走出去并不意味着要改变自己,而是在保持自身特色的同时,以开放的姿态与不同文化交流互鉴。这也是广东创作者共同的自觉。

揽佬不刻意做英文歌——比起改变创作语言,他更在意自己想表达什么、听众能不能听懂。对国外听众而言,熟悉的音乐律动与陌生的文化意象彼此碰撞,反而成就了揽佬独特的辨识度。库洛游戏董事长刘胜更坦言,做全球市场,很难合所有人口味。但库洛游戏年轻的创作者有自己的坚持:“第一,首先要保持自己的产品特色;第二,会在不同的版本中尝试融入各种不同的文化符号;第三,虽然大家文化背景不同,但我们相信有一些积极向上的价值观是全球各种文化都认可的,我们也在尝试传递类似的价值。”

人人都是创作者

在互联网与AI技术驱动之下,亿万大众也从文艺接收者、享用者变为创作者。

“音乐创作已不再是少数人的专利,而是每个人都能做的事情。这是真正的全民创作时代——人人都是音乐人,人人都是文化传播者。”傅鸿城说。截至目前,在酷狗音乐使用AI唱歌和做歌的用户已超过1000万,发表作品接近2000万首。AI改编歌曲《目纵纵歌》就是其中的典型例子:音乐人甄臻仅凭一人、一台电脑,耗时3周,对一首老歌《目纵纵歌进行曲》进行改编,作品被酷狗音乐发掘后走向大众,全网播放量超过37亿次,更掀起外国网友的翻唱和翻跳热潮。

这种大众参与的创作生态,也体现在网络文学领域。阅文平台广东签约作家、驻站作家约50万人,位列全国第一,全省拥有白金、大神作家43人。大量创作者持续生产故事,再通过翻译、出版、漫画、短剧、有声等形式进入更广阔的市场。2025年以来,广东省网络作协会员年度产出短剧、AI漫剧超过5000部。

创作者数量的增长,也带来了文化产品出海的新可能。《长风渡》《长公主》先后入选“中国网络文学影响力榜”海外传播榜;《首辅娇娘》《将军,夫人喊你种田了》畅销韩国,并拓展短剧、出版、漫画、有声及海外电子书翻译版权;《超神机械师》海外连载总阅读次数达4000余万次,常年位居海外榜单前列。

让文化出海走得更远

今天的广东,文化出海已经不只是单个作品寻找海外市场,而是在逐步形成支撑文化产品走出去的产业能力。

新大众文艺出海 让世界看见立体广东

羊城晚报记者 胡广欣 龚卫锋 陈旭泽 梁善茵



《鸣潮》亮相2026 CIGF×AGF 广州动漫游戏盛典

《鸣潮》微博

【样本】一款广东游戏,如何赢得全球玩家的喜爱

在《鸣潮》的游戏世界里,岭南醒狮有了新的模样:醒狮、洪拳元素融入角色凌阳的设计,化作玩家可以操控的招式;角色鉴心则使出一套带有太极特色的拳法。随着这款广东研发的游戏走向海外,这些中国玩家熟悉的文化元素,也被不同语言、不同文化背景的玩家看见、接触和体验。

2024年5月23日,库洛游戏研发的《鸣潮》全球多端同步上线,随后登顶107个国家和地区的App Store免费榜。2025年,该游戏获得由全球玩家投票选出的TGA“玩家之声”奖。2026年2月,3.1版本更新后,它又一度登顶日本、韩国等市场iOS游戏畅销榜。从上线时受到关注,到持续更新后仍有大批玩家追随,这款作品逐渐在海外站稳脚跟。

面向世界的作品,该保留怎样的特色?在《思想耀岭南》系列视频采访中,库洛游戏董事长刘胜谈到,创作者应当从自己的文化经验和对世界的认识出发,勇于表达。团队也会在创作流程中专门留出空间,让创作者自由发挥。面对不同市场,他们选择保持作品特色,同时尊重当地文化差异,为玩家提供更多选择。

【观察】从“文化出海”到“人心相通”

一首歌、一部剧、一篇网文、一款游戏,今天的岭南文化正借助互联网和数字技术,奔向更广阔的世界。文化出海的意义,也在发生变化:它不只是把更多中国作品推向海外,更是让中国与世界的大众建立起新的连接。

这种连接,首先建立在文化自信之上。文化出海,不意味着迎合,而是让世界看见一个真实而鲜明的中国。

岭南文化自古就有面向海洋、开放包容、兼收并蓄的传统。进入数字时代,这种文化品格获得了新的表达。游戏《鸣潮》将醒狮、洪拳、太极等传统文化元素融入当代游戏语言和音乐表达;古装剧《兰香如故》自信展现国风之美;揽佬用最地道的岭南文化图景征服世界歌迷……这些例子都说明,越是有鲜明辨识度的文化表达,越有可能在世界文化交流中找到自己的位置。

而新大众文艺带来的另一重变化,就是

这种创作思路,需要细致的制作来完成。角色的一套招式,既要流畅,也要符合人物特点。为此,研发人员需要制作不同状态下的动作,再反复调试、修改。刘胜说,这件事没有捷径。从二维到三维,从引擎更换到多平台发行,库洛经历的技术调整,最终都要落实到玩家眼前的画面、手中的操作上。

游戏之外,新的交流也在发生。据企业统计,截至3.6版本,《鸣潮》已在日本、韩国等多个海外地区举办超30场线下活动,人气和口碑双丰收。当地品牌积极与游戏IP联动,主题市集、周年庆典、快闪活动以及演唱会巡演等相继落地,覆盖餐饮、零售、交通、娱乐等多个线下场景。中国游戏从业者设计的角色与故事,正在逐步走入海外玩家的现实生活。

这家从珠海起步、后来到广州发展的企业,背后连接着广东的人才和产业配套。研发、发行有本地企业参与,周边设计和生产也能在附近完成。如今,这些在广东完成的创作,正被世界各地的玩家体验、讨论。岭南文化如何融入角色,一段旋律如何打动听众,中国文化的海外表达,就在这些具体的创作中不断展开。

让这种交流变得更加平等和直接。中国民众的生活、情感与想象,通过互联网直接走进世界另一端普通人的日常。不同国度、素不相识的普通人,因共同的故事及旋律而彼此共鸣,这正是民心相通、文明互鉴最日常也最持久的纽带。

这或许正是新大众文艺“渡海”的独特意义:它让文化传播不再只是一次远行,而变成无数普通人的相遇。岭南文化开放、包容的传统,在数字时代拥有了更加轻盈的“船”——既载着中国文化的根脉远行,也让不同文化背景的大众有机会在同一片文化海洋中彼此看见、彼此理解。

以文渡海,渡出去的是作品,连接起来的是人;保持的是文化自信,打开的是交流空间。让世界看见一个真实而鲜明的中国,也让中国与世界的大众更加自然地交流,这或许就是岭南文化扬帆出海最值得期待的新图景。

