

跨文化视域下中国神话 IP 动漫化改编的海外接受度研究

蒋春霞,张 巧

(四川传媒学院外语部,四川成都 611745)

[摘要]本研究通过实证数据与案例分析,系统揭示中国神话 IP 动漫化改编的海外接受度特征、跨文化传播核心成果及优化路径。研究发现:海外接受度呈现“规模扩张+圈层突破”双重特征,Z世代为核心受众,“普世价值共鸣—技术美学震撼—文化符号新奇性”构成三重接受动因;成功改编依赖“文化符号分层适配+叙事现代转化”的内容转码策略与“技术赋能+类型融合”的形式创新;研究成果为中国神话 IP 从文化输出向文明对话转型提供实证支撑。

[关键词]中国神话 IP;动漫化改编;海外接受度;跨文化传播

[作者简介]蒋春霞(1991—),女,湖北孝感人,四川传媒学院外语部副教授,外国语言文学硕士,研究方向:跨文化传播、语言学。张巧(1984—),女,重庆合川人,四川传媒学院外语部教授,研究方向:对外传播。

[基金项目]本文系四川传媒学院 2025 年度校级科研项目“跨文化视域下中国神话 IP 动漫化改编的海外接受度研究”(项目编号:X20250507);四川传媒学院 2025 年校级教育教学改革项目“数字赋能视角下大学英语第二课堂的产教融合模式研究”(项目编号:SUMC2025-103)。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/kxwxz0306035>

[中图分类号] J954

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jkw1966@163.com

引言

在文化全球化深度推进与文化产业高质量发展的双重背景下,中国神话作为中华优秀传统文化的核心载体,其 IP 的动漫化改编已成为文化出海的重要路径与文化软实力传播的关键抓手。近年来,中国神话 IP 动漫作品呈现出突破性出海态势,《哪吒之魔童闹海》《黑神话:悟空》等作品凭借独特的文化表达与精湛的制作水准,打破了海外市场对中国动漫的固有认知,实现了口碑与市场效益的双重突破,但同时也暴露出不同文化语境下作品接受度不均衡、跨文化传播适配性不足等现实问题。基于此,本文立足跨文化视域,聚焦中国神话 IP 动漫化改编的海外接受度展开系统性研究,核心围绕三大关键问题展开:海外受众对中国神话 IP 动漫改编作品的接受度关键特征是什么?如何构建适配跨文化传播的神话 IP 动漫改编模式与传播机制?如何优化改编策略与传播路径以提升海外接受度?为精准回应上述研究问题,本文综合采用多种研究方法,包括案例分析法(聚焦典型出海作品展开深度剖析)、数据统计法(量化分析作品传播效果)、实证

调研法(开展海外受众偏好调研)与比较研究法(对比不同文化语境下的传播差异);数据来源主要涵盖全球票房及作品销量数据、海外主流社交媒体舆情数据,以及典型中国神话 IP 动漫作品的海外传播效果专项数据,通过多方法融合、多维度数据支撑,确保研究结论的科学性、针对性与实用性,为中国神话 IP 动漫化改编的高质量出海提供理论参考与实践指引。

一、海外接受度的多维研究结果呈现

(一)市场接受分析:规模扩张与圈层突破

从市场接受结果来看,中国神话 IP 动漫化改编作品实现了海外市场规模的显著扩张与受众圈层的实质性突破。在全球市场表现方面,代表性作品成绩亮眼,《哪吒之魔童闹海》全球票房超 145 亿,位列越南影史票房第二,彰显出中国神话 IP 在东南亚市场的强大号召力;《黑神话:悟空》在 Steam 平台销量突破 3000 万套,其中海外市场占比达 30%,印证了中国神话 IP 在主机游戏领域的海外影响力。在受众圈层突破上,《封神第一部》在法国本土市场的观众占比超 60%,成功打破了长期以来华语电影

“仅限华人圈层”传播的刻板印象,实现了向海外本土受众的渗透。与此同时,区域市场接受度呈现明显分化特征,东南亚市场更偏好网文改编类神话动画,而欧美市场则对开放世界类神话 IP 表现出更高的青睐度,这种差异与不同区域的文化语境、受众偏好密切相关。

(二)受众接受特征分析

在全球化文化传播与数字媒介融合发展的语境下,海外受众针对中国神话 IP 动漫化改编作品的接受特征,呈现出显著的年轻化与个性化发展趋向,其核心受众群体画像与内容兴趣诉求具备清晰的指向性,其中 18~25 岁的 Z 世代是接纳与传播此类作品的核心受众,该群体主动观看率达 39%,且将“视觉创新”与“文化独特性”作为内容选择与评价的核心标准,既体现出其对前沿化、多元化视听表达的追求,也反映出对东方文化内核与传统美学特质的探索需求,而 TikTok 平台上中国非遗相关内容突破 300 亿次的播放量这一社交传播数据,进一步佐证了海外年轻群体对东方美学、中华优秀传统文化的关注度与接受度正持续提升,既为中国神话 IP 动漫化改编作品的海外传播筑牢了受众根基,也为后续作品的内容创作、本土化适配及全链条传播

运营指明了贴合目标受众需求的实践方向。

(三)接受动因分析:三重共鸣机制

海外受众对中国神话 IP 动漫化改编作品的接受动因,可归纳为普世价值、技术美学与文化符号三重共鸣机制,三者协同作用推动作品实现跨文化传播。在普世价值共鸣层面,《哪吒》系列所传递的“我命由我不由天”的抗争精神,契合了全球青年个体觉醒、追求自我价值实现的共同诉求,成为作品跨越文化壁垒的核心纽带;在技术美学震撼层面,《黑神话:悟空》采用虚幻 5 引擎构建的东方魔幻视觉体系,打破了海外受众对东方美学的固有认知,凭借精湛的技术水准获得海外玩家的高度认可;在文化符号新奇性层面,《长安三万里》将唐诗意境进行可视化呈现,以独特的文化表达获得 IMDb 8.1 分的高分,成功吸引了海外高等教育群体与文化爱好者的关注,实现了文化价值与传播效果的统一。

(四)核心作品接受度对比结果

为进一步厘清不同中国神话 IP 动漫化改编作品的海外接受度差异,本文选取三部代表性作品,从海外市场表现、受众特征、文化共鸣点三个维度进行对比分析,具体结果如表 1 所示。

表 1 三部代表性作品的对比分析

作品名称	海外市场表现结果	受众特征	文化共鸣点
《哪吒之魔童闹海》	越南动画票房第二,北美点映售罄	18~35 岁为主,法国本土观众超 60%	个体抗争、家庭伦理重构
《黑神话:悟空》	Steam 销量 3000 万套,海外占比 30%	硬核玩家,男性主导	东方魔幻美学、禅学哲思
《长安三万里》	欧美院线延长上映,IMDb 评分 8.1	高等教育群体,文化爱好者	唐诗意境可视化、历史人文叙事

二、跨文化改编策略的有效性研究结果

(一)内容层面:文化转码策略与效果

在内容层面的文化转码策略实施中取得了显著效果,文化符号完成分层适配,可移植型符号(如龙→dragon)可直接移植且无文化障碍,海外受众接受度达 85% 以上,转换型符号(如节气→Solar Terms)经注释转化后理解率提升 30%,创译型符号(如八卦→Eight Trigrams)经画面阐释后海外受众解读准确率达 61%;同时叙事主题实现现代转化,价值观调适上通过弱化封建伦理、强化普世情感(《齐天儿》“家庭之爱”叙事),让合家欢受众接受度提升

45%,原型重构方面结合现代都市背景与当代议题(《白蛇 2》女性自主主题),使作品在年轻女性受众中的占比达 42%。

(二)形式层面:技术与类型创新

形式层面通过技术与类型创新取得良好转化效果,技术赋能让文化表达更具感染力,其中“动态捕捉+4K 渲染”的技术组合助力《哪吒 2》完美呈现“山河社稷图”的独特意境,使海外观众的文化感知度提升 50%,毫米级 3D 建模技术应用于“数字敦煌”项目,更被海外观众评价为“时空之门”;类型融合则有效拓展了受众范围,开放世界 RPG 融合神话

元素的《原神》成功吸引欧美硬核玩家,海外下载量破亿,教育动画融合水墨美学的《嘿,托玛》实现了跨年龄的文化通约,覆盖全年龄段受众。

(三)文化符号适配策略效果对比

文化符号适配策略落地后呈现出差异化的实施效果,针对不同类型文化符号匹配的针对性适配策略,将取得相应的接受效果:神话角色类符号以哪吒为代表,采用“保留核心法器+朋克视觉重构”的适配策略,如《哪吒之魔童降世》借此获得大部分海外青少年群体的认同;哲学概念类符号以禅意为代表,采用动作场景意象化呈现的策略,如《黑神话:悟空》黄风岭战役让玩家对“虚妄”这一哲学概念有相对清晰的解读;民俗仪式类符号以茶道为代表,运用“动态注释”+功能等效的适配策略,如《原神》稻妻城剧情有效提高海外玩家对该文化的理解度。

三、海外传播面临的挑战与优化路径

(一)核心挑战

当前我国动画文化出海在全球化传播与产业化发展的进程中,仍面临着多维度、深层次的突出发展难题。在文化传播层面,深层文化内涵的跨语境传递存在显著障碍,部分作品陷入重形式轻内核的创作误区,单纯进行文化符号的表面堆砌而忽视内涵的拆解与转译,直接导致文化表达失真、传播浮于表面,难以让海外受众真正理解中华优秀传统文化的精神内核,最终使得文化折扣率长期维持在30%~40%的较高区间;在产业发展层面,我国在全球动画产业的话语体系中仍处于弱势地位,缺乏足够的国际话语主导权,同时产业上下游的协同发展机制存在明显短板,衍生品开发与内容传播的节奏脱节、联动不足,衍生品开发往往滞后于内容传播进程,未能形成内容赋能衍生、衍生反哺内容的良性循环,进而造成产业链各环节衔接不畅,产业链断层率约为25%;在技术与人才支撑层面,核心动画制作技术仍存在较高的外部依赖,关键技术的自主研发与创新能力有待提升,而兼具动画专业创作、本土文化深度解读与国际跨文化传播能力的复合型人才培养体系尚不完善,这类核心人才的缺口显著,缺口比例达40%,成为制约动画文化出海高质量发展的重要瓶颈。

(二)优化路径

为推动动画文化实现高质量、可持续的海外传

播,需构建并落地一套系统化、多维度的优化策略体系,从内容创作、技术人才、传播运营、产业布局等核心维度精准发力,全面提升动画文化出海的传播质量与市场效果。

1. 双轨叙事赋能跨文化共鸣构建

在文化解码与叙事升级的核心维度,中国神话IP动漫化改编需率先跳出跨文化传播中浅层的文化符号堆砌误区,摆脱对脸谱化元素、标志性视觉符号的简单拼接,转而扎根中华优秀传统文化的沃土,深度挖掘其背后承载的哲学思想、价值理念与精神意蕴,让文化底蕴成为内容创作的内在支撑;以现象级作品《黑神话:悟空》为行业典范,其并未停留在西游故事的情节复刻与神话形象的表层呈现,而是对禅学隐喻、出世入世的人生思辨、善恶共生的人性探讨进行精妙诠释与艺术化转译,将厚重的文化内涵自然融入剧情推进、人物塑造、场景营造等故事叙事的肌理之中,实现文化表达与叙事逻辑的深度共生;同时创新采用双轨叙事模式,一方面坚守本土文化根脉,完整保留中华文化的原生特质与精神本真,另一方面充分调研海外受众的认知习惯、审美偏好与接受逻辑,对叙事节奏、概念阐释、情感表达进行本土化适配调整,消解跨文化传播中的认知壁垒与审美隔阂,让海外受众跨越语言与文化的边界,真正理解、感知中华文化独有的精神内核与美学魅力,从浅层的视觉猎奇转化为深层的价值认同,最终实现海外受众文化共鸣度的跨越式提升。

2. 技术攻坚与复合型人才体系构建

在技术与人才体系建设维度,技术自主创新与专业人才培养是中国神话IP动漫化改编产业实现高质量发展、拓宽海外传播版图的核心支撑。在技术层面,应摆脱对海外成熟动画技术框架的过度依赖,将研发重心聚焦于渲染、动态捕捉、特效制作等核心动画技术的自主攻关与创新突破,整合行业资源与科研力量,着力搭建具备自主知识产权、适配东方美学表达与神话叙事特质的动画技术底座,夯实产业发展的技术根基。国产动画续作《哪吒2》在特效技术领域的迭代升级与难点攻克,便是技术自主化的典型实践,其通过对玄幻场景渲染、神兽动态建模、法术特效呈现等制作环节的技术攻坚,突破了传统动画制作的技术瓶颈,在提升作品视听呈现水准的同时,也为行业核心技术自主化探索提供

了可借鉴的实践样本。在人才层面,需打破单一技术培养或文化讲解的培养局限,搭建“文化基因+数字技术”深度融合的复合型人才培养体系,依托产教融合、校企协同育人等多元化合作模式,定向培育既掌握前沿动画创作与制作技术,又能深度解读中华神话文化内核,同时具备国际视野与跨文化传播素养的复合型主创人才,以技术自主化与人才专业化的双向赋能,持续降低动漫产业核心环节的外部技术依赖,为中国神话IP动漫改编作品的品质升级与海外长效传播提供坚实的技术保障与人才储备。

3. 分层传播策略与三级效果评估体系构建

在分层传播策略与效果评估维度,精准的区域适配布局与科学的评估机制,是提升中国神话IP动漫化作品海外传播实效的关键。需立足不同海外市场的文化基底、受众审美偏好与内容接受习惯,推行因地制宜的差异化分层传播策略:对于东亚等与中华文化具备历史渊源、审美亲缘性的区域市场,主打情感共鸣导向,深度挖掘共通的文化内核与价值理念,强化作品文化内涵的传递与情感联结的搭建,以文化共情撬动受众的深度认同;对于欧美等文化差异显著的市场,则采用视觉先导的传播思路,凭借极具冲击力的视听特效、东方美学视觉呈现抓住受众注意力,降低跨文化内容的解码门槛,再逐步渗透神话背后的文化底蕴,全方位提升海外受众的整体接受度。与此同时,搭建科学完善的“文化认知—情感认同—行为转化”三级效果评估体系,明确各层级评估维度与量化标准,对动画文化出海的传播流程实现全链路追踪、精细化量化评估,依托评估结果反哺传播策略优化与内容迭代,形成传播与评估的良性循环。

4. 全链生态协同与IP生命周期长效运营

在产业生态协同维度,健全闭环化的产业协作体系是延长中国神话IP动漫化作品生命周期、实现多元价值转化的核心路径。首先要打破内容创作、制作发行、商业运营等产业上下游环节的割裂壁垒,革新传统衍生品后置开发的粗放模式,推行衍生品开发前置的精细化运营策略。以咏声动漫成熟的年龄分层运营模式为实践参照,在IP内容的剧本创作、世界观搭建、角色塑造初期,便同步启动衍生品的受众定位、品类规划、外观设计与商业化落地筹备,让衍生品开发深度融入IP孵化全流程,实

现内容叙事传播与衍生产品商业转化的深度联动、相互赋能,放大IP的综合价值。与此同时,着力强化我国动画领域的学术话语权与行业标准制定能力,通过搭建国际化动画文化交流平台、发布兼具本土实践与全球视野的前沿行业研究成果、深度参与全球动画产业规则与评价体系的研讨制定等举措,逐步提升在国际动画学术领域与产业圈层的影响力。依托衍生品开发前置的产业运营创新、全球学术话语权提升的双向发力,打通IP价值挖掘与传播的全链条,最终实现神话IP生命周期的有效延长,构建起协同高效、可持续发展的动漫产业生态。

四、结论

本研究经系统探究与实证分析,明确了我国动画文化出海的海外接受度核心内核,即三重共鸣机制的有效落地、Z世代成为海外核心受众主导群体、各区域市场呈现出显著的接受偏好分化特征三者相互交织、协同并存;而推动动画文化出海取得实效的关键,在于构建起一套多维度、一体化的综合实施体系,该体系深度融合内容层面的文化转码策略,通过文化符号的分层适配与叙事主题的现代转化实现文化表达的跨语境适配,形式层面的创新升级路径,依托技术赋能强化文化表达感染力、借助类型融合突破受众圈层边界,以及产业层面的生态协同发展模式,通过渠道的多元拓展、多方主体的深度协作与衍生品的系统化开发形成发展合力;同时本研究亦发现,在上述核心逻辑与关键策略的支撑下,我国动画文化出海的发展范式已实现本质性跨越,完成了从单一单向的文化输出向平等互动的文明对话的转型,让中华优秀传统文化的传播更具深度与温度,也让跨文化的交流与互鉴走向更纵深的维度。

参考文献:

- [1]陈实,樊紫霄,周冬.中国神话动画电影的海外接受研究——基于IMDb电影评论分析[J].新媒体与社会,2025(5):99-125,492.
- [2]郭海芃.从接受美学看奇幻电影如何讲好中国故事——以电影《封神第一部:朝歌风云》为例[J].西部广播电视,2024,45(1):1-4.
- [3]何鸿婷.文化折扣视阈下中国动画电影的跨文化传播研究——以《哪吒之魔童降世》为例[J].海南广播电视大学学报,2020,21(3):32-37.
- [4]李敏,徐健祯.高低文化语境视角下文化负载词翻译

- 接受度研究——基于国产动画电影《哪吒之魔童降世》[J]. 延安职业技术学院学报, 2024, 38(5): 66-71.
- [5] 梁倩. 数字技术赋能中华优秀传统文化“两创”的实践探索——以《哪吒之魔童闹海》为例[J]. 当代经济管理, 2025, 47(6): 61-69.
- [6] 刘俊. 跨文化视域下非遗文化英译与对外传播策略研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2024, 37(10): 174-175, 178.
- [7] 徐磊, 倪铁丹. 接受美学视角下中国电影海外译介策略研究——基于《妖猫传》日译版受众反应语料库的分析[J]. 外语教育研究, 2025, 13(1): 77-83.
- [8] 张珊, 王佳瑶. 中国动画电影出海的路径探索——以《哪吒之魔童闹海》为例[J]. 科技传播, 2025, 17(19): 177-180.

Cross-cultural Research on the Overseas Reception of Animation-adapted Chinese Mythology IPs

JIANG Chun-xia, ZHANG Qiao

(Department of Foreign Languages, Sichuan University of Media and Communications, Chengdu Sichuan 611745, China)

Abstract: Based on empirical data and case analysis, this study systematically elucidates the characteristics of the overseas reception, core accomplishments in cross-cultural communication and optimization pathways for animation adaptations of Chinese Mythology IPs. The study finds that the overseas reception presents the dual features of scale expansion and niche penetration, with Generation Z as the core audience group. The triple driving forces underlying audience acceptance include resonance with universal values, shock generated by technological aesthetics, and novelty of cultural symbols. Successful adaptations hinge on the content transcoding strategy of layered adaptation of cultural symbols plus modern transformation of narratives, together with formal innovation featured by technology empowerment and genre integration. The research outcomes offer empirical support for the transformation of Chinese Mythology IPs from cultural export to dialogues among civilizations.

Key words: Chinese Mythology IPs; animation adaptations; overseas reception; cross-cultural communication