

这些年来逐渐兴起的短剧、短视频，更是一路出海、闹海——九州文化旗下的 App “99TV” “ShortMax”，在全球覆盖了 230 多个国家和地区，累计下载量有一个多亿，微短剧每天赶着拍都来不及供应旺盛的需求。

或许是东亚孩子的童年有所相似吧，这款游戏在日韩极受欢迎。和《黑神话：悟空》一样，打动玩家的不只是游戏的精彩画面与机制，也是游戏背后所蕴含的与“天命人”或“平凡人”的情感共鸣。

“赛博对账”消除刻板印象

今年贺岁档，《哪吒之魔童闹海》真算是在海外闹了个翻天覆地——它一举打破全球动画电影票房纪录，目前已经排上了全球电影票房排行榜第七的位置，并仍在向前方发力。海外上映时，它也引发多国民众排队抢票，竞相一睹真容，还有奥斯卡奖评委表示一定要把自己那一票投给它。

其实由光线出品的另一部动画片《深海》，去年也获得了奥斯卡奖的入选资格，代表中国出征。《哪吒2》中最后那一场让人印象深刻的“洪流大战”里运用到的“粒子水墨”技术，早先就是《深海》团队开发的。《深海》当时也登陆了北美院线，票房不俗，“烂番茄”网站的新鲜度超过 80 分，叫好又叫座。就连好莱坞顶级特效公司都对其独创的“粒子水墨”技术进行了调研。

国内观众爱看的连续剧，出了海也一样被追捧——腾讯视频和 Disney+ 达成战略合作后，腾讯出品的《庆余年2》也在 Disney+ 流媒体平台同步播出，引发全球追剧潮。剧中有一个“范闲殿前斗诗”片段，范闲对着朝堂上一众帝王将相，将醉未醉地，从李白的“君不见黄河之水天上来”，一直背到陈子昂的“念天地之悠悠，独怆然而涕下”，在国内播出时就引发了中国观众的诗

词血脉觉醒，到了海外也在 TikTok 上引起不少对“中国诗”的讨论。

优酷白夜剧场热播的悬疑剧《新生》，登上流媒体平台 Netflix 后，很快就超过了霸榜多日的韩剧《眼泪女王》成为日冠。中国的古装、仙侠剧，由于服化道精美，细节丰富，一直都广受海外观众欢迎；而现代悬疑剧因为节奏紧凑、情节高能，也是出海的大赢家。

这些年来逐渐兴起的短剧、短视频，更是一路出海、闹海——九州文化旗下的 App “99TV” “ShortMax”，在全球覆盖了 230 多个国家和地区，累计下载量有一个多亿，微短剧每天赶着拍都来不及供应旺盛的需求。幸好在 AI 加持下，翻译效率大大提升，人工智能帮助推波助澜，文化出海也更加顺风顺水。

去年年底，“网红鼻祖”李子柒复出，新片 5 小时点击破亿。而在海外，她的人气也一直居高不下，过千万点击的视频比比皆是。

年初还发生了一件大事：因为 TikTok 在美国被禁，自称“TikTok 难民”的海外网民开始大举“移民”小红书，使得小红书一度登顶美区 App Store 免费榜首位。大批“TikTok 难民”的涌入，也开启了小红书“英语角”的新功能——外国人在小红书学上了中文，请中国网友帮忙起个中文名字，互相交流养宠物的经验，还有中外汉服博主互相切磋……

出海的不仅是文化，也有平台，这就好像在茫茫大海中有了自己的立足点，吸引大小船只靠拢，也有了一个依托。而“移民”小红书之举，又给了中外网友一次意想不到的“赛博对账”机会——大家一对账，才发现曾经对彼此的刻板印象，原来不存在的。🇺🇸