

# 从“文化折扣”到“文化增值”：中国短剧叙事元素在东南亚的融合与创新研究

高云柱

曲靖师范学院，云南曲靖，655011；

**摘要：**随着数字化视听消费兴起，中国网络短剧正成为文化出海的新载体。但由于叙事步调不对称及价值观错位，短剧在东南亚传播中面临显著的文化折扣问题。本文通过对典型短剧进行案例研究，分析中国式快叙事与东南亚慢审美的冲突，探讨内容输出转向文化增值的创新路径，研究发现通过语义补偿译制、叙事主权在地化让渡及多级传播矩阵构建可有效消解文化隔阂。结论指出，建立跨文化情感共同体与精细化运营是品牌长效增益的关键。本文以期为中国文化产业全球化叙事及路径优化提供参考。

**关键词：**中国短剧；东南亚；文化折扣；文化增值；跨文化传播

**DOI：**10.64216/3104-9672.25.04.038

## 引言

随着全球数字经济的崛起，短视频作为碎片化消费时代的产物，其衍生出的短剧成为中国文化出海的“新轻骑兵”。东南亚因为地理位置较为临近、华裔人口数量多且移动互联网普及率高，成为中国短剧出海的先行区。但中国短剧在落地中，经常受到语言编码失真、社会心理差异与审美范式错位等文化折扣问题的困扰，或者虽然具有强节奏、高反转等叙事优势，却因缺乏对当地宗教伦理、阶层观念与生活习俗的深刻认识而陷入传播障碍<sup>[1]</sup>。如何将中国式快节奏叙事与东南亚本土化元素打通化学反应，使文化差异带来的价值折损转化为赋能传播的文化增值已成为传播学研究的重要课题。本文将对叙事元素融合创新进行重点探讨，以求破解出海难题，提升中华故事的异域共鸣性。

## 1 中国短剧在东南亚传播中的“文化折扣”表征

### 1.1 叙事节奏与受众审美惯性的结构性偏差

中国短剧的精髓是“爽点”的高频爆发，通常都是在1到2分钟内完成了悬念、反击和逆袭的整个闭环。这种极度压缩的线性叙事模式正对应了中国一二线城市快节奏和高压力的碎片化消费需求。但东南亚地区的传统视听审美则更为偏向温情叙事、情绪渲染和情节空白。如泰剧擅长以舒缓的配乐、细腻的眼神交流和生活细节的铺陈来建构情感张力。如果极速反转的中国模式遇到追求慢艺术的本土审美，则会产生审美的不适。当地受众的体验反馈往往是剧情推进速度太快，缺少情绪

上的过渡，角色的行为逻辑单薄甚至突兀。这种不对称的叙事不仅是技术上的节奏失调，更是深层的时空观感知错位，直接导致了传播的语义损耗与审美疲劳<sup>[2]</sup>。

### 1.2 核心价值观与本土社会语境的错位冲突

中国短剧里提及的“职场内卷”“凤凰男上位”“婆媳斗争”或者“彩礼博弈”等剧情，具有典型的中国社会转型期特征，能够精准地直击闭环内的社会焦虑，而在奉行世俗宗教伦理或阶层固化逻辑的东南亚市场却很难引发共鸣。例如，在泰国、缅甸等佛教文化浓厚的地区，社会阶层的张力被宗教的“因果观”所中和，过分强调物质剥削或者残酷的商业竞争，会被当地的观众视为缺少人文关怀。同时，中国短剧里所强调的“拜金逻辑”或者“极端复仇叙事”又与当地倡导的家庭和睦、邻里温情的社会底色背道而驰，这种核心价值导向导致作品在精神内核输出上存在信号盲区，使得受众无法建立永久的品牌忠诚和情感归属。

## 2 叙事元素在东南亚的本土化融合路径

### 2.1 普适情感母题的深度挖掘与情感链接

跨越文化障碍的第一个方法便是从庞杂的社会现实中提取人类共有的情感最大公约数。在出海东南亚的过程中，成功的出海团队开始从题材搬运转向共性母题的开发。对家庭责任的终极守护、在困境中保持善良和勇气和对社会正义的质朴追求等这些情感在东亚与东南亚文化圈内都有着深厚的心理基础。比如将“赘婿”题材中的身份压抑转化为对个人尊严与家庭认可的渴

望，能够化解特定社会制度带来的认知困境。当叙事重心从物质报复回归到人性中最基本的爱、责任与成长时，短剧就具备了穿透地理边界的穿透力，这种对情感母题的降维处理与价值升华不仅弥补了文化折扣，还为作品增加了跨文化的精神溢价。

## 2.2 角色设定与视觉符号的镜像化重塑

为了避免异文化引起的视觉排斥，全域本土化制作已成为共识。这不仅仅体现在聘用当地高颜值的本土艺人，还体现在对角色社会身份的精细定制。制作方开始将故事背景放在较有代表性的本土景区，比如曼谷创意园、雅加达现代写字楼、越南传统民居等。通过赋予主角符合当地社会认知的职业，比如泰国的旅游经理、菲律宾的海外劳务顾问等，在受众心目中形成镜像效应。观众在观看时不再觉得自己是一个被视为外来文化的旁观者，而是在审视被镜子所映射自己。此外，在重要场景中嵌入本土节日（宋干节、卫塞节）、本土服饰（奥黛、纱笼）、本土饮食（泰式冬阴功、印尼纳西戈伦）。这种视觉符号的嵌入式介入极大地消解了文化距离感，给中国式的快节奏叙事披上温润的本土外衣，在视觉和心理上实现文化增值<sup>[3]</sup>。

## 3 技术媒介赋能下的互动叙事与数据化精准迭代

### 3.1 社交算法驱动下的“参与式”审美重构

中国短剧在东南亚的成功发展也是数字技术与内容生产深度融合的必然结果。短剧依托 Tiktok、MoboReels 等平台的强交互属性，使原本的单一叙事被打破。观众通过实时弹幕、评论中的剧情博弈预测以及在社交媒体参与“结局由你定”的投票活动，也成为了叙事链条的主体。这种互动模式捕获了东南亚年轻观众，特别是数字原住民对于参与感和存在感的需求。这使得受众不再是单纯的流量数据，而是剧集口碑的主创者。基于社交媒体的算法逻辑，将受众的点赞、评论和分享转换为病毒式的传播能量，让短剧能够获得更多的曝光度和社区粘性，使短剧从传统的视听产品升级成线上社交货币。

### 3.2 大数据监测下的内容即时反馈与动态进化流

大数据推动的定制化叙事可以为文化增值提供科学依据。出海平台通过构建用户反馈监控系统，可以精准地判断东南亚受众对不同叙事方式的情绪起伏，例如

可能会发现泰国受众可能更喜欢悲喜剧交替的剧情，而印尼受众则更喜欢道德教化意义的结局。通过这种颗粒度极细的反馈，影片制片方能够在后续剧集连载的过程中随时调整后续剧情的走向，这种“边拍边播、以数定播”的快速创作模式使得短剧内容像互联网应用一样快速更新迭代，并且与受众心理需求始终保持同频共振。技术媒介带来的内容动态进化力，彻底改变了传统影视产品单一、固定的生产逻辑，以文化差异为驱动点转变为创新驱动<sup>[4]</sup>。

## 4 从折扣向增值转化的深层传播策略构建

### 4.1 语义补偿与二次编码：重构译制逻辑的深度对话

从符号学角度看，翻译是一种降噪和重构的过程。对东南亚观众而言，中国短剧需要有本国语言的翻译字幕或者配音，但翻译有可能带来文化折扣。在跨文化传播过程中，源语言（汉语）和目标语言（东南亚各国语言）在语义场上呈现出显著的不对称性，简单的字面对应可能使观众失去了语境，增加了对情节的理解难度<sup>[5]</sup>。深层传播的第一步是进行补偿语义，要求译制团队能够不仅要能够准确翻译字面意思，同时还要能识别出叙事的主要情绪点。通过利用本土文化的“强感知词汇”进行再编码，将源文本中的中国社会特色的心理动因转化为目标市场受众潜意识中熟知的道德逻辑或情感模板，使短剧能够由单纯“信息传达”上升为“情感共振”，实现传播价值的原始积累。

以中国短剧《重生之守护我的豪门》在越南的本地化为例。译制组并未将“豪门逆袭”直接翻译为“Rich people revenge”，而是充分考虑了越南受众对家族秩序和家门荣耀的高敏感度。在剧中主角回到家族面对旁系亲属的质疑一场戏中，翻译也摒弃了国内“看我怎么打你们脸”式的直白表述，而是引用越南语中关于家族尊严和命运轮回的俚语。当主角推门进入家中，越南版台词巧妙引用了越南民间诗歌中关于“燕子归巢，春回大地”的隐喻，以此表示权力的正统回归。在这种带有文学美感的语义补偿下，越南受众一听到对白，就能主动调取本土文化基因中的“正统观”和“英雄归来”的审美范式，从心理上大幅降低认知负荷，实现文化资本再生产。

### 4.2 叙事主权的让渡与异域奇观的在地化消解

文化增值的本质是消除外来文化的入侵感，需要制作者在叙事逻辑上做主权让渡。传统的出海方式强调“原汁原味”，但是放在具有强大的本土文化自信的国家（如泰国），容易引起观众的心理防御。消除这种入侵感的根本策略是把原本具有“中国特有奇观”色彩的事情置换为符合当地阶层交互逻辑、生活礼仪和宗教信仰的内容，这种让渡的核心不是否定中国叙事，而是通过“局部微手术”让中国的骨架长出本土的皮肉。当受众在日常经验中发现反常的戏剧冲突时，这种“熟悉的陌生感”就会具有很强的吸引力，让本来因“文化生疏”产生的折扣变成了“新鲜刺激”带来的增益。

以中国某知名平台在泰国曼谷实地取景拍摄的职场微短剧为例。制作方聘请了泰国本土编剧团队，对剧本中涉及社交博弈的情节进行了大规模的“在地化消解”。原本中国原著中典型的“反派在公司大堂当众拉扯、大声辱骂主角”的冲突点，被泰国编剧认为极度不符合泰国民众爱面子和追求社交体面的文化天性。于是，该场景被修改为在曼谷极具现代感的高空酒吧内，反派通过一种充满泰式黑色幽默的“软性言语交锋”和在社交媒体（Instagram）上的“点赞暗示”来实施打压。同时，主角逆袭的动机也从“个人暴富”被修正为“为了积攒功德，给在清迈养老的母亲举办一场盛大的入寺祈福仪式”。当泰国受众看到主角身着本土设计师品牌、遵循泰式礼仪进行博弈时，内容便从“外来的猎奇表演”成功进化为一种能够反衬自身社会现实、提供情绪宣泄出口的“心理镜像”。

### 4.3 多级传播矩阵与本土文化资本的融合增益

现代传播是点对点的输送和场域对场域的能量流动。深层传播主张建立基于本土文化资本流动的多级传播矩阵，要求短剧内容不能独立存在，而必须成为当地流行文化生态的接口。通过与当地亚文化人群、社交媒体意见领袖和传统文化符号进行联姻，短剧可以利用本土资本的背书，实现从植入到共生的转变，借助本土文化资本的杠杆实现传播半径的几何倍数增长。

以一部“民俗异闻+现代都市”短剧在菲律宾推广为例，平台没有直接依靠硬广进行宣传，而是依托于和马尼拉当地的“灵异现象博主”和“二次元 Cosplay 社群”的合作，在他们的个人频道内将剧中的中国“驱邪符咒”与菲律宾本土古老的“Anito”（祖先神灵）信仰和“Babaylan”（萨满祭司）传统进行趣味化的对比解

说。这样的深度内容合作迅速在当地年轻人群体中引发了对“东亚民俗对比”的热议。而在印尼市场，制片方也聘请印尼知名音乐人对剧中的“洗脑神曲”进行二次创作，引入印尼的国宝级音乐“甘美兰”（Gamelan）的金属打击乐元素。这样的方式使短剧从单一的视觉产品转变为一个本土受众利用自己的经验“众筹解构”的文化接口，极大增强影响力，扩展了覆盖的深度。

### 4.4 情感社区的精细化运营与品牌出海的长效增益

数字化生存时代的跨文化传播最终是以“流量获取”到“情感锚定”为目标。深层传播的最后一环是对于“跨国界情感共同体”的维护。通过在社交平台上建立高活跃度的垂直粉丝社群，制作者能够获得受众的情感阈值变化，并将受众的审美权力直接引用到创作中。这样的基于互联网的粉丝共创模式使品牌具有极强的人格化特质，使中国短剧在东南亚形成了类似“养成系”的互动感。长效增益本质，是使受众在消费内容的同时投入自身的社交资产和情感期待，形成无法被竞品替代的心理粘性。

以某短剧 App 在东南亚的粉丝运营为例，在 Facebook、Telegram 上，该 App 为泰国、印尼等国受众建立了专属的官方小。比如一部独立女性成长的短剧，运营团队在社群里围绕这个主题展开了情境讨论，发起了名为“如果是你，面对重重阻碍会选择原谅还是离开？”的话题探讨。接收到来自泰国受众的大量个人生活经验的评论后，平台很快捕捉到了当地受众对“绝不回头”结局的强烈需求。随后制片方将剧本原本定义的“破镜重圆”改为“主角开始新的人生，反派完全溃败”的结局。这样快速的反馈和对受众意志的尊重让泰国观众感受到了前所未有的叙事参与权。受众不再只是消费者，而是内容走向的影子合伙人，这样的营销经营不仅积累了海量的铁粉，还使得品牌在当地形成了一种“共同体”归属感，为中华文化软性输出打下了长期稳固的民意基础。

## 5 实践意义、现实评价与跨文化前景展望

### 5.1 市场表现验证本土化策略的实效性

通过对叙事元素、角色背景及传播链路的系统性改造，中国短剧在东南亚市场的表现呈现出爆发式增长态势。不仅在应用商店下载排行榜上长期霸榜，更在用户付费意愿上展现出显著优于本土传统影视剧的活力。数

据证明,经过深度本土化打磨的内容,其用户生命周期价值(LTV)远高于未经调适的搬运内容。这种市场反馈清晰地表明:文化差异并非不可逾越的障碍,只要能够精准识别并对冲“折扣”,利用好文化差异带来的“异域感”与“共鸣点”,就能在海外市场创造出巨大的商业增量与文化溢价。

## 5.2 叙事范式重构对文化出海的启示意义

降低中国文化元素以迎合东南亚观众的思路是舍本逐末不可取的,因为缺失了中国文化元素,传播中国文化就无从谈起。而中国短剧能在东南亚成功推行,标志着中国文化出海完成了从“输出产品”到“输出叙事范式”的转变,向全世界展现了中华文化具有数字基因和动态调节能力。这种以技术为支撑、以情感为纽带、以本土文化为载体的融合模式,不仅适用于短剧,还适用于游戏、网文等其他产业。未来将随着AI同传技术的跨越式进步与全球受众消费习惯的碎片化,中国短剧的“文化增值”效应将得以进一步扩大。中国短剧不仅是娱乐产品,更是连接亚洲甚至全世界民众的微观情感的数字设施。通过在这一赛道的耕耘,中国短剧将有望在未来的国际传播格局中获得定义权,为建构亚洲乃至人类命运共同体提供情感连接手段<sup>[6]</sup>。

## 6 结语

综上所述,中国短剧在东南亚的传播经历了从被动的文化折扣对抗到主动创造文化增值的博弈过程。尽管存在语言逻辑差异、审美偏好偏差和社会价值观错位等问题,但是通过对普适情感母题的挖掘、本土角色背景的镜像重建、以及数字媒介交互特性的利用,完全可以把文化差异转化成有利于传播的增量动能。实现文化增值的核心关键是,在坚持叙事逻辑的“爽感”与核心灵魂的“中国化”的同时,确保叙事外壳与表现细节的在地化;在通过算法将物理分发“精准化”的同时保证情

感内核输出的普适化。未来,随着制作工业化的发展和对东南亚细分市场研究的精细化,中国短剧将不只是碎片化的互联网快消品,而是连接亚洲不同文化经纬和重塑区域文化认同的重要社交媒介和精神载体。这不仅有利于中国影视文化产业建立在全球分工中的关键地位,更有助于中国在国际传播竞争中赢得话语阐释权,也为亚洲多元文化的共同繁荣做出深远的贡献。

## 参考文献

- [1]陈林. 中国网络微短剧海外传播中的“文化折扣”及其规避途径[J]. 视听, 2024, (05): 102-105.
- [2]孙佳山,肖一. 网络微短剧出海:动因、困境与前景展望[J]. 艺术评论, 2024, (03): 24-34.
- [3]姚林,曾一. 跨文化视角下中国微短剧海外传播的现状、困境与突破[J]. 传媒, 2023, (24): 63-65.
- [4]李智,张梦圆. 全球化视野下中国网络微短剧的海外传播策略分析[J]. 现代视听, 2023, (12): 71-76.
- [5]高晓天,张稳. 中国电视剧在东南亚跨文化传播中的文化折扣问题与传播平台的建构研究[J]. 声屏世界, 2021, (06): 74-75.
- [6]刘胜枝,付子璇. 融合与共生:中国网络微短剧的海外传播路径研究[J]. 电视研究, 2024, (01): 44-47.

作者简介:高云柱(1981年—),男,汉族,黑龙江省通河县,硕士研究生(博士在读),副教授,毕业于广东外语外贸大学,就职于曲靖师范学院,研究方向:应用语言学,区域国别学,爨文化译介与传播。基金项目:本文系教育部高等教育司2024年产学研合作协同育人项目(项目编号:231100309282545);教育部高等教育司2025年产学研合作协同育人项目(项目编号:250502193304503);2025年曲靖师范学院产教融合教改项目(项目编号:2025CJRH03)的研究成果。