

数字时代中国文化产业的全球化战略研究*

——基于游戏《原神》的跨文化传播

吕梦娴**

目录

1. 引言
2. 数字时代中国文化产业的全球化趋势
3. 《原神》跨文化传播机制
 - 1) 符号层面：文化元素的转译体系
 - 2) 技术层面：数字技术赋能文化传播
 - 3) 产业层面：全球化的IP生态系统
4. 技术-内容-生态的数字文化战略框架
5. 结论

中文摘要

本研究以《原神》为例，探讨数字时代中国文化产业的全球化战略。随着全球化与数字化进程加快，数字文化产品成为中国文化“走出去”的重要载体。《原神》不仅通过对中国文化符号的“去边界化”转译实现跨文化共鸣，还在稻妻、须弥、枫丹等区域中借鉴并重构多元文化元素，构建出兼具地域特色与全球吸引力的叙事世界。技术层面上，依托自研引擎、云计算与AI，《原神》通过NPC智能交互、多平台无缝运行与多语言本地化，营造沉浸式体验，降低跨文化传播壁垒。产业层面上，米哈游以IP为核心，整合动画、音乐、衍生品与用户社群，形成全球化、多层次的传播生态。由此构建的“技术-内容-生态”整合战略，不仅增强了传播力与文化影响力，也揭示了跨文化传播中“文化普适性”与“文化在地性”的动态平衡。

* 本论文是中国文化研究学会2025年春季学术大会发表论文

** 중앙대학교 인문대학 아시아문화학부 중국어문학전공 시간강사

关键词：中国文化产业；数字文化产业；跨文化传播；原神；世界化战略；文化符号转译

1. 引言

在全球化与数字化的双重浪潮下，文化产业的国际传播已成为国家软实力竞争的重要维度。随着中国对文化产业的重视程度不断深化，中国文化产业“走出去”战略¹⁾逐渐从规模扩张转向质量升级，而数字技术的迅猛发展为这一进程提供了全新动能。以游戏、影视、网络文学为代表的数字文化产品，凭借其互动性、沉浸感和跨媒介叙事能力，成为中国文化世界化传播的前沿和主要载体。其中，米哈游公司²⁾开发的开放世界游戏(Open-World Game)《原神》³⁾作为现象级案例，通过系统融合全球多元文化符号与跨文化叙事策略：如角色设计、世界观架构与地域景观的国际化表达，并依托13种语言的本土化支持⁴⁾，成功实现对欧美、日韩等主流文化市场的深度渗透。据数据统计，其移动端上线首年全球收入突破20亿美元⁵⁾。这一成就不仅标志着中国数字文化产品国际影响力的突破，更折射出数字时代文化传播的范式变革。

1) https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm?sid_for_share=80 「中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定」，中华人民共和国中央人民政府，2024.07.21.

2) 上海米哈游网络科技股份有限公司(MiHoYo Co., Ltd.)成立于2011年，是一家以原创IP为核心、覆盖动画、漫画、游戏及小说等业务的二次元文化互联网企业。其海外业务由子公司“HoYoverse”统一运营，负责《原神(Genshin Impact)》等游戏的全球发行。

3) 《原神》(Genshin Impact)是由上海米哈游网络科技股份有限公司开发的开放世界角色扮演游戏，于2020年9月全球同步发行。

4) 截至2025年4月，笔者通过《原神》客户端内语言设置界面确认，游戏共提供13种本地化语言选项，包括英语、日语、韩语、法语、德语、西班牙语、俄语、葡萄牙语、印尼语、泰语、越南语、繁体中文及简体中文。

5) <https://www.pocketgamer.biz/genshin-impact-mobile-2-billion-year-one/> 「Genshin Impact generates \$2 billion on mobile in its first year」，pocketgamer, 2021.09.30.

中国学界的研究主要从跨文化传播理论、数字技术赋能逻辑、游戏作为文化传播载体等维度展开，并围绕《原神》等典型案例进行了多角度探讨，为本研究提供了理论支撑与实践启示。对于跨文化理论，有学者提出“解构文化—调适文化—重构文化”的杂糅路径，认为文化传播需通过技术赋能打破文化壁垒，实现多元符号的共生与创新。指出低文化折扣的翻译需平衡文化个性与普适性表达，通过简化语言和本土化叙事降低传播阻力⁶⁾。对于数字技术对文化产业的影响，5G、人工智能等技术需与文化产业基础设施深度融合，以支撑“云—网—端”协同的数字文化生态⁷⁾。此外，《国家文化数字化战略意见》提出，到2035年建成文化大数据体系，实现中华文化全景呈现与全民共享，这为技术赋能提供了政策导向⁸⁾。游戏作为文化传播载体的独特性的方面，有学者分析《原神》中的显性与隐性文化符号，认为其通过角色设计、场景叙事和戏曲元素实现了传统文化的创新转译⁹⁾。从大众传播游戏理论出发，构建了“游戏平台—文化背景—玩家反应”模型，指出《原神》通过低文化折扣策略激发海外玩家的主动传播行为，形成二次创作与社群互动¹⁰⁾。

本研究与韩国学界近年来围绕《原神》展开的讨论形成深度对话。其一，服饰—符号视角，以璃月为样本，论证清末民初形制、传统纹样与“五行—五色”色彩体系与现代或幻想化设计的融合，揭示传统文化在数字语境中的创造性转化与外向传播¹¹⁾；其二，用户—社群视角，基于次文化受众与使用动机分析，

6) 吴佳明，「基于跨文化传播三步骤看国产游戏翻译——以《纸嫁衣1》为例」，《新闻传播科学》，2024年第4期。

7) 白雪，「数字经济推动黄河文化产业高质量发展的有效路径探索」，《产业创新研究》，2023年第15期。

8) 杨泽坤，李少建，凯丽麦，「全景与远景：数字人文与国家文化数字化战略——2022年中国数字人文年会综述」，《数字人文研究》，2023年第1期。

9) 史安斌，张自中，朱泓宇，「数字华流视域下国际传播的增效赋能：以《原神》为例」，《当代传播》，2024年第3期。

10) 王丽君，「传播游戏理论视角下国产游戏跨文化传播模式探究：以《原神》为例」，澳门城市大学硕士学位论文，2022年6月。

11) 양일나, 고희진, 「중국 온라인 게임 <원신>에 나타난 중국 전통복식 요소에 관한 연구」, 『한국브랜드디자인학회』, 2025.03.

指出玩家通过角色消费、同人创作与社区互动生成文化认同与社会联结,使《原神》成为身份建构与跨文化交流的媒介¹²⁾;其三,跨语际传播视角,经中-韩-英译本比较发现,韩译更侧重保留源语文化语境,英译趋向简化与普遍化,体现翻译作为受众适配与文化调解的策略性抉择¹³⁾;其四,产业-叙事视角,强调多层叙事与跨媒体矩阵(含多语配音与区域化音乐协作)的协同,并以“角色萌”为情感,作为商业枢纽,构建超越国界的叙事世界¹⁴⁾。整体上,这些研究从微观符号、社群实践、翻译策略到产业叙事,勾勒出《原神》在“文化-技术-市场”联动中的运作机制。

《原神》作为全球现象级游戏,其虚构国度“璃月”以中国文化为原型,成为传播传统文化的重要载体。本文以《原神》为研究对象,探讨数字时代中国文化产业的世界化战略路径。通过分析其跨文化传播机制,包括符号层面的文化元素转译、技术层面的数字赋能逻辑,以及产业层面的全球化IP生态构建,试图分析“技术-内容-生态”的数字文化战略框架。这一研究不仅有助于理解中国文化产业参与全球竞争的方法论,也为数字时代文化软实力(SOFT POWER)的构建提供理论参考与实践启示。

2. 数字时代中国文化产业的世界化趋势

在数字技术的推动下,文化全球化进入了一个新阶段。互联网、社交媒体、流媒体平台等数字媒介的普及,打破了传统的地域和文化壁垒,使得文化内容的跨国传播更加高效和广泛。人工智能技术则显著降低跨文化传播壁垒,

12) 변지선, 김지웅, 「서브컬처 게임의 사용자 분석: 원신을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회』, 2023.04.

13) 유일범, 마승혜, 「문화권에 따라 차별화되는 게임 번역 전략--게임 '원신'의 문화소 한국어 및 영어 번역 비교를 중심으로」, 『문화와융합』, 2023.02.

14) 류호현, 「중국 게임 <원신>의 트랜스-내셔널 스토리월드 구축」, 『글로벌문화콘텐츠』, 2022.08.

比如《原神》借助翻译系统支持13种语言实时切换。虚拟现实、全息投影等沉浸式技术赋予传统文化动态呈现能力。数字媒介不仅改变了文化产品的生产与消费方式，还重构了全球文化产业的竞争格局。

一方面，数字技术降低了文化创作和传播的门槛，使更多非西方国家的文化产品能够进入全球市场，也让中国文化以可感可玩可互动的方式进入全球市场，触达地区和用户群体显著扩大¹⁵⁾。另一方面，算法推荐、大数据分析等技术手段使得文化内容能够精准触达目标受众，进一步加速了文化全球化的进程。在此背景下，中国文化产业迎来了前所未有的国际化机遇，但也面临着如何平衡文化独特性与全球普适性的挑战。

中国文化产业的国际传播经历了从被动输出到主动布局的转变。早期，中国文化想要“走出去”的话，主要是依赖政府主导的交流项目。比如孔子学院、国际文化节等，内容多以传统文化为主，传播效果有限。随着市场化改革的深入，中国企业开始尝试商业化运作，例如影视剧、网络文学等逐渐进入海外市场，但整体影响力仍较为分散。

近年来，随着数字经济的崛起，中国文化产业逐渐形成了以市场为导向、技术为驱动的国际路径¹⁶⁾。以游戏、短视频、网络文学等为代表的数字文化产品，凭借其互动性、娱乐性和低文化折扣¹⁷⁾特性，成为中国文化“世界化”的重要载体。这一阶段的传播不再局限于单向输出，而是强调双向互动与本土化融合，从而更深入地融入全球文化消费市场。

中国文化产业的国际化战略正经历从“走出去”向“世界化”的范式转变。¹⁸⁾“走出去”战略侧重于将中国文化产品推向国际市场，实现物理空间的位移与初步

15) https://www.sdx.gov.cn/whql/nslt/202501/t20250102_15343661.htm 「中华文化“数字化”出海的立与破」，山东宣传网，2025.01.02.

16) 王梦瑶、黄佩，「析中国网络游戏产业的国际化传播」，《重庆与世界(学术版)」，2015年第7期。

17) 文化折扣(Cultural Discount)：指因文化背景差异，国际市场中的文化产品不被其它地区受众认同或理解而导致其价值的减低。

18) <http://www.xinhuanet.com/culture/20250109/94902bda0f104386b4d582113ea00c78/c.html> 「2025北大报告：2025年度文化产业发展十大趋势预测」，新华网，2025.01.09.

的市场准入；而“世界化”则代表更深层次的战略升级，其核心在于中国文化产品需具备与全球多元文化语境对话的能力，既能体现文化独特性，又能通过普适性表达和在地化融合，与不同文化背景的受众建立深层次的情感连接和价值共鸣。这一转型的核心在于：第一，从单一的文化符号展示转向构建多元、包容的叙事世界，结合全球受众的审美偏好，打造兼具中国特色和世界表达的文化产品。第二，强化技术赋能¹⁹⁾，利用人工智能、云计算、虚拟现实等技术，提升文化产品的沉浸感和互动性，增强用户体验与文化感知深度。第三，注重生态构建，通过IP全产业链开发和全球化运营，形成可持续的文化输出与价值衍生模式，而不仅仅是单一产品的海外发行。

以《原神》为例，其成功不仅在于高质量的游戏内容，更在于其践行全球化的运营策略和跨文化融合能力，成为中国文化产业从“走出去”到“世界化”战略升级的代表性案例。这一转型为中国文化产业的国际竞争力提升提供了新的思路与范式。

3. 《原神》跨文化传播机制

作为中国数字文化产品全球化转型的典型案例，《原神》通过符号转译、技术赋能与产业协同的三维机制，形成了文化传播的多维度交互系统，实现了从中国文化的单向输出到融入全球化的升级。本章聚焦其跨文化传播的核心逻辑：符号层面，通过解构传统文化符号并重构为全球受众可理解的叙事语言，融合多元文化元素，形成“去边界化”的文化转译体系；技术层面，依托游戏引擎、云计算与人工智能技术，打造沉浸式文化体验场景，突破物理与文化隔阂；产业层面，以IP为核心整合全球产业链资源，形成了从内容创作到衍生品开发、再到用户社群运营的完整产业生态链，实现各环节的协同增值。这一多

19) 技术赋能(Technology Empowerment)是指通过先进技术的应用，赋予个人、组织、行业或社会更强的能力，以提升效率、解决难题或创造新的可能性。

维传播机制不仅为中国文化融入全球数字文明提供了新路径，更揭示了技术的驱动下文化互融的底层逻辑。本章基于符号学理论(Peirce, 1931)与跨文化传播模型(Hofstede, 2010)，从视觉符号、叙事符号、价值符号三个维度解析其转译机制。

1) 符号层面：文化元素的转译体系

作为中国数字文化产品全球化的重要案例，《原神》在符号层面上的文化转译实践体现出高度的策略性与创造性。通过对多元文化符号(既包括中国，也涵盖其他地区)的重构与再语义化，该游戏建立起一种去边界化的叙事体系，使中国文化在全球玩家中实现了“可感知、可理解、可共鸣”的传播效果。本节从视觉呈现、叙事转化与价值共鸣三个方面，分析《原神》在文化元素转译层面的核心逻辑与传播路径。

在视觉呈现的层面，《原神》运用传统文化符号进行跨模态转译，构建了具有文化辨识度与审美公约性的视觉系统。游戏将水墨山水、徽派建筑²⁰⁾(如游戏中的璃月地区的“渌华池”、敦煌飞天纹样，如游戏中“尘歌壶”装饰)等元素融入场景设计，通过3D建模与二次元画风的融合，将传统艺术符号转化为具有现代审美特征的视觉景观。例如，“望舒客栈”通过悬山顶、穿斗式结构等建筑细节，结合奇幻光影效果，既传递东方建筑美学，又符合开放世界探索的沉浸感需求。

《原神》在美术风格与角色设计中大量融合中国传统视觉元素，尤其体现在以“璃月”为代表的游戏区域设定上²¹⁾。璃月城整体采用浓厚的东亚建筑风格，建筑形式上明显借鉴了徽派建筑的白墙黛瓦、飞檐翘角，以及传统园林的布局

20) <http://www.zjlky.com/portal.php?mod=view&aid=279> 「游戏视角下的古代城建营造—以“原神”璃月港为例」，浙江旅游科学研究院，2022.08.18.

21) 唐汉一，王琳，「网络游戏《原神》“出海”背后的中国文化传播」，《汉斯期刊：社会科学前沿》，2023年第12期。

逻辑,如九曲桥、假山水池等空间符号的重组,不仅高度还原了中国江南山水城市的意境,同时又通过色彩与结构的调整,兼顾了国际玩家对“东方幻想”的美学期待。这种视觉呈现并非简单复刻,而是对中国传统文化视觉符号的“游戏化”再现,使其既保持文化原真性,又具有全球用户友好的审美转译。

角色设计方面,如角色“香菱”“刻晴”等不仅在服饰、武器、动作设计中引入中国元素²²⁾,比如汉服形制、中华武术、传统乐器等,还在角色背景设定中融入节气文化、民俗节庆等内容,增强文化的叙事性和沉浸感。这种通过角色建构实现的文化可视化,使玩家在游戏过程中实现对中国文化的无感性接受与潜移默化的认同。

《原神》并未将中国文化元素以“他者化”的方式呈现,而是通过构建完整的世界观与角色故事,赋予传统文化新的语义和生命²³⁾。例如,在璃月区域的剧情中,借助“仙人”“契约”“神明”等文化母题,巧妙地融合了道教神话、山海经传说与儒家社会伦理,形成具有文化内涵的叙事框架。同时,类似“仙人隐居山林”“人神共治”等桥段既贴合中国文化背景,也符合全球神话叙事的普遍想象,达成了跨文化的语义共通。

此外,游戏剧情常以节奏缓慢、细腻描写的方式展开,强调人与自然、人与历史的关系,这种叙事风格与传统中国文化中的“天人合一”“历史循环”等哲思形成深度契合。例如,璃月港的设定不仅体现出强烈的商业精神与契约文化,也在潜层逻辑上展现了儒家治理理念与东方式秩序观²⁴⁾。这种文化的“故事化”转译,赋予传统符号以角色动机、情节推进与情感冲突,使其具备全球语境下的可理解性与文化感染力。

《原神》文化转译策略的核心在于其“多文化共生”的世界观架构,这超越

22) 양일나, 고희진, 「중국 온라인 게임 <원신>에 나타난 중국 전통복식 요소에 관한 연구」, 『한국브랜드디자인학회』, 2025.03.

23) 周世豪, 王诗怡, 「国产游戏文化输出的新模式探索——以《原神》为例」, 『汉斯期刊: 社会科学前沿』, 2023年第2期。

24) 甘丽华, 任执政, 欧阳敏, 鲍娟, 「作为跨文化传播新载体的中国游戏: 基于玩家的考察」, 『跨文化传播研究(第七辑)』, 2023年。

了单一文化输出，是其实现“世界化”战略的关键。游戏虚构的提瓦特大陆由多个风格迥异的国度组成，每个国度都深度借鉴并幻想化重塑了现实世界中的不同文化圈层²⁵⁾。这种设定本身就体现了强烈的跨文化融合意图。

《原神》不仅在“璃月”地区中展现了中国传统文化的转译，更在稻妻、须弥、枫丹等非中国文化区域中，通过借鉴日本、南亚、中东、欧洲等文化母题并进行幻想化改造，实现了真正意义上的多元文化共生。

例如：稻妻(Inazuma)以日本近世至近代转型为灵感²⁶⁾，神社、和风园林等意象与“永恒—变革”的母题并置；稻妻地区的游戏角色在和服、甲冑与刀剑元素的综合中引入“禅意化”的设计，形成独特的“稻妻美学”²⁷⁾。须弥(Sumeru)取材南亚和西亚及部分东南亚文化²⁸⁾：雨林和沙漠的生态、宗教建筑母题相结合；叙事围绕“智慧—知识—梦境—文明兴衰”，将多元宗教与学术传统转译为可普适的现代议题²⁹⁾。枫丹(Fontaine)以法语圈近代都市想象为蓝本：欧式城市、水工体系与歌剧场域相互嵌套³⁰⁾，主题聚焦“正义—审判—表演”；人物造型基于欧陆古典服饰的视觉范式进行符号化解构与转译³¹⁾。这一跨文化的多元设计，避免了对中国文化的单一过度依赖，从而更符合《原神》“世界化”的战略逻辑。

在文化传播中，价值与情感的连接机制是实现“有效传播”的关键。《原

25) 史安斌, 张自中, 朱泓宇, 「数字华流视域下国际传播的增效赋能: 以《原神》为例」, 『当代传播』, 2024年第3期。

26) <https://kotaku.com/genshin-impacts-biggest-update-yet-adds-japan-inspired-1847258905> 「Genshin Impact's Biggest Update Yet Adds Japan-Inspired Region」, Kotaku, 2021.07.09.

27) HoYoverse. 角色: 雷电将军/一心净土(Plane of Euthymia)设定说明, 2021.09.01.

28) <https://sg.news.yahoo.com/genshin-impact-completely-fictional-fantasy-world-not-realistic-154715370.html> 「Genshin Impact a 'completely fictional fantasy world', not a realistic one, say devs」, Yahoo News, 2022.10.06.

29) <https://www.hoyoverse.com/en-us/news/102755> 「Akasha Pulses, the Kalpa Flame Rises」 Version 3.2 Update Details」, HoYoverse, 2022.11.02.

30) <https://genshin.hoyoverse.com/en/news/detail/112690> 「As Light Rain Falls Without Reason」 Version 4.0 Update Details」, HoYoverse, 2023.08.16.

31) <https://genshin.hoyoverse.com/en/news/detail/113484> 「Character Teaser - "Furina: Member of the Cast" | Genshin Impact」, HoYoverse, 2023.11.05.

神》并未单纯以民族文化的“展示者”自居，而是在游戏机制中注重构建普世价值的共鸣通道。无论是角色命运的选择、人与神之间的张力，还是玩家在游戏中所面临的伦理选择与情感牵引，都指向人类共有的情感体验与价值认同³²⁾。例如，璃月主线剧情中关于牺牲与守护、传统与现代之间的矛盾处理，不仅是中国语境中的文化议题，也是在全球化时代广泛存在的文化经验。

游戏通过构建高度情感化的叙事场景，使玩家在沉浸式体验中与角色产生情感共振，从而对其文化背景产生兴趣与好感。这种以情感为载体的文化转译，不再是“他者文化”的展示，而是一种可共感、可共鸣的文化体验，中国文化元素以温和、自然、渐进的方式被全球玩家接受、认可和欣赏，从而实现其文化价值的传播和转化，而不是以生硬、突兀、令人排斥的方式强行植入游戏中。

总体而言，《原神》在符号层面上的文化传播策略，展现出从“符号挪用”到“语义重构”再到“价值共鸣”的传播逻辑。它通过对中西方及其他地区文化的视觉、叙事与情感三重路径，构建起一个融合本土文化与全球语境的多维文化转译体系。这一机制不仅提升了中国传统文化在全球数字平台中的可见度与认同度，更为跨文化传播提供了一种可复制、可扩展的新范式。

2) 技术层面：数字技术赋能文化传播

在全球数字文化产品竞争日益激烈的背景下，技术不仅是文化产品传播的基础平台，更是文化内容再造与传播方式创新的驱动引擎。《原神》作为一款融合开放世界设计与沉浸式叙事体验的游戏，其跨文化传播能力在很大程度上依赖于其背后的数字技术体系。通过游戏引擎、云计算与人工智能等核心技术的协同应用，《原神》实现了文化传播的空间拓展、语境适配与体验升级。本节将围绕“技术平台构建”、“沉浸场景营造”与“智能互动优化”三个维度，解析

32) <https://cngoesglobal.com/brand/4782.html> 「米哈游：跨界营销打造现象级游戏IP」，中华文化国际传播网，2025.03.14.

《原神》如何借助数字技术赋能文化传播。

技术平台构建与文化可达性，《原神》采用米哈游自研引擎与Unity引擎深度融合的方案³³⁾。该技术平台支持高质量的3D图像渲染、动态天气系统与复杂的物理交互，为呈现璃月的山水意境、稻妻的雷暴海域、须弥的雨林生态等多元文化景观提供了技术基础。更重要的是，其强大的跨平台能力(PC、主机、移动端同步运行)极大地拓展了用户覆盖面，使不同设备条件的全球玩家都能接触到游戏内容，显著提升了文化可达性(Accessibility)。文化传播的“低门槛”首先依赖于技术平台的广泛覆盖。本地化(Localization)是降低跨文化传播壁垒的核心技术环节。这种大规模、高质量的本地化工作(包括文化适配性翻译)是确保叙事、角色对话和文化背景信息能被全球玩家准确理解的基础。技术在此不仅指翻译本身，还包括多语言版本的管理、同步更新和平台适配。

借助云计算与大数据技术，《原神》构建了一个连续性强、细节丰富、反应灵敏的开放世界。该游戏世界不仅体现在地理空间的无缝连接，更在于文化空间的纵深延展。在璃月等区域的设计中，玩家可通过探索地貌、解锁任务与互动剧情，逐步揭示与中国文化密切相关的传说、习俗与哲学观念。这种虚拟世界的建构，不再是简单的“信息载体”，而是一种“文化场景”，使玩家在自主探索中实现对文化内涵的深度感知。

云计算技术还使得服务器能够根据玩家行为动态生成事件与反馈，从而提升游戏的个性化体验³⁴⁾。这种“动态叙事”机制让文化内容不再是静态的符号展陈，而成为可互动、可参与的体验旅程。玩家通过与虚拟世界中的文化交互，不仅获得娱乐快感，更在过程中实现文化的“沉浸式吸收”。

人工智能技术的引入，尤其体现在自然语言处理、路径规划、NPC行为模拟等方面，为《原神》的文化传播注入了新的交互活力³⁵⁾。例如，游戏中大量

33) <https://news.qq.com/rain/a/20250415A06KJ900> 「Z Waves | 700亿身家的“中二少年”再出发，原神之父蔡浩宇二次创业，押注AI原生游戏革命」，腾讯网，2025.04.15.

34) <https://developer.baidu.com/article/detail.html?id=2129593> 「网游云计算：云计算技术在网络游戏中的应用」，百度开发者中心，2023.10.14.

35) 「热点透视 | 从游戏《原神》海外走红，思考新时代中国文化的传输路径」，『西安交通大

的非玩家角色(NPC)不仅拥有基于AI驱动的行为模式,还具备一定的语义识别能力,可根据玩家选择作出个性化回应。这种人机互动的智能化处理,使玩家获得更具现实感与情感黏性的交互体验,从而增强对文化背景的情感认同。此外,AI还被用于玩家数据分析与内容推荐系统中,根据用户行为偏好,推送定制化剧情、角色活动与文化相关任务,提升文化内容的匹配度与接受度。这种“技术-内容-用户”三位一体的联动机制,不仅提升了游戏粘性,也增强了文化传播的深度与广度。

这些具体机制表明,“技术”并非抽象的背景,而是塑造玩家文化体验的直接条件。《原神》通过对自研引擎、云计算与人工智能等核心数字技术的综合运用,构建起一个支持多平台、跨语境、强交互的技术传播体系。这不仅拓展了数字文化产品的传播边界,也为中国文化走向全球提供了技术路径上的新范式。

3) 产业层面：全球化的IP生态系统

在全球文化产业融合与数字内容深度开发的背景下,知识产权(IP)成为文化产品价值延展的核心资产。《原神》通过构建全球化IP生态系统,实现了从游戏产品到文化品牌的跃升。该系统涵盖内容创作、技术支撑、运营服务与用户社群,形成系统性产业机制。本节从IP整合战略、产业链协同与用户生态建设三个方面,探讨《原神》如何在全球文化市场中构建起一套系统性、可持续的产业机制。

《原神》的成功离不开其对IP价值的高度战略化运作。游戏初期即通过精致的世界观设定、角色系统与叙事逻辑,为IP的发展奠定了坚实的内容基础³⁶⁾。随后,米哈游不断拓展IP边界,从主线剧情扩展至角色传记、漫画、动

学：新闻与传播研究所」, 2023.02.08.

36) <https://www.jiemian.com/article/6998500.html> 「《原神》为2021年的游戏产业,带来了什么影响?」, 界面新闻, 2022.02.10.

画预告、音乐专辑等多种形式的跨媒介叙事，使其文化内容实现了从游戏文本到多模态文本的跃迁。这种以IP为核心的内容构建方式，不仅增强了用户黏性，也为后续衍生品开发、跨界合作与国际化推广提供了坚实支撑。在品牌形象打造方面，《原神》注重文化身份的构建与传播策略的本地化协同，分别与日韩、欧美等地区的文化平台、艺术家与社群展开深度合作，增强了IP的全球辨识度与市场亲和力³⁷⁾。

《原神》所展现出的全球产业整合能力，是其作为中国文化产品实现全球化的重要标志³⁸⁾。在制作层面，米哈游整合了包括中、日、美等多国配音演员、美术设计师与音乐团队，使得游戏内容具备较强的跨文化包容性与审美融合度。与非中国地区的在地化合作也凸显其全球化战略逻辑，例如在日本与知名声优团队合作，在欧洲与交响乐团协作音乐制作，并在北美展开跨界品牌联动。这种产业链的深度协同与全球化整合，不仅支撑了商业运营，也增强了《原神》的文化亲和力。在供应链与运营环节，米哈游通过全球化的服务器布局、本地化运维团队、差异化活动策划，实现了内容供给与服务体验的双重适配。同时，围绕《原神》IP的衍生品开发、品牌联名与线下活动不断拓展，为文化产品的增值与传播打开了更多维度的商业通路。

用户是IP生态的核心驱动力，《原神》高度重视全球玩家社群的建设与运营。用户不仅是文化消费的终端，更是IP生态的重要组成部分。《原神》高度重视全球玩家社群的建设与运营，通过搭建官方社区平台、举办创作比赛、激励同人作品等方式，构建起一个高度活跃的全球玩家生态圈。这种用户参与的共创机制，不仅丰富了IP的内容表达形式，也使得文化传播从“单向输出”走向“多向互动”。海量的UGC内容成为《原神》文化传播最活跃、最广泛的渠道，极大地拓展了IP的影响边界和生命力。

《原神》通过构建以IP为核心的全球化产业生态系统，实现了从游戏产品

37) 随汉青，「网络游戏出海营销传播中的文化混搭策略研究——以《原神》为例」，北京外国语大学硕士学位论文，2024年5月。

38) 王文佳，「国际传播中如何打造“元软实力”——以《原神》带动中国文化出海为例」，《上海广播电视研究》，2023年第4期。

到文化品牌的跃升。通过精致的世界观和角色体系奠定IP基础，并以动画、音乐、漫画等跨媒介叙事扩展世界观；同时依托“HoYoverse”及区域化合作(声优、艺术家、社群平台)，强化全球辨识度与本地文化认同。

综上所述，《原神》作为中国数字文化产品出海的典型案例，展现出一种高度复合化的跨文化传播机制。从符号层面的文化转译体系、技术层面的沉浸体验构建，到产业层面的IP生态运作，三维机制互为支撑、协同演化，共同推动了中国文化在全球数字语境中的有效传播。特别是在“去边界化”的传播逻辑下，《原神》不仅突破了文化差异带来的理解障碍，也实现了文化符号、技术系统与产业逻辑之间的深度耦合，推动了中国文化从“可见”走向“可感”与“可共鸣”。在IP整合、产业协同与用户共创等环节的协同运作下，游戏所承载的多元文化内涵得以在全球范围内展开有效传播与持续增值。这种高度组织化、全球化的产业逻辑，既体现了中国数字文化产业转型升级的成果，也为全球文化IP的运营提供了重要参考。如何在保持文化原创性的基础上深化全球传播力、如何在商业成功与文化责任之间寻求平衡、如何在全球用户中建立更加持久的文化认同，均是值得进一步探讨的重要议题。

4. 技术、内容、生态的数字文化战略框架

《原神》作为中国数字文化产品“走出去”的案例，其背后的成功逻辑远不止于一款游戏产品的出圈，更体现了一个系统化的文化战略模式。这一模式以技术驱动、内容引领、生态支撑为三大核心，构建出一个“从底层技术到顶层叙事，再到外围生态”的闭环式文化传播体系，展现出中国数字文化产品从单一传播向系统性全球运营的战略跃迁。所体现的框架，共同推动文化在全球语境中的深层流动与价值认同构建³⁹⁾。

39) <http://www.rmlt.com.cn/2024/1223/719973.shtml> 「加快推动数字文化出海高质量发展」，人民论坛网，2024.12.23.

技术作为基础支撑平台：先进游戏引擎(Unity/自研)是构建庞大、精美、可交互的多文化虚拟世界(内容载体)的技术基石，支撑了文化景观的视觉呈现、物理交互与沉浸式体验。强大的跨平台能力(PC/主机/移动)极大拓展了用户覆盖面和文化可达性。多语言本地化技术与AI(在翻译管理、性能优化、NPC互动、潜在个性化推荐中的应用)显著降低了语言和文化理解的门槛，保障了全球用户的顺畅体验，是文化“无障碍”传播的基础设施。云计算与分布式服务器技术则支撑了全球同步运营、大型线上活动(如海灯节)的开展，营造了全球共享的文化节日氛围。

内容作为价值内核与情感纽带：游戏将多元文化元素(中国、日本、中东、欧洲等)深度嵌入角色塑造、场景构建、剧情叙事与世界观价值观之中。其核心在于第一，保持各文化源头的文化辨识度与精神内核；第二，通过精妙的叙事转译(幻想化、普适主题包装)实现对全球玩家共通情感和价值的呼应(如璃月的“契约”精神、稻妻的“永恒”困境、须弥对“智慧”的追寻)；第三，持续更新的模块化内容(新区域、新剧情)不断注入活力，保持用户粘性。高质量、持续演进的内容是吸引用户、引发共鸣、支撑生态的绝对核心。

生态作为可持续运营与价值放大的战略支点：围绕核心IP，构建涵盖游戏本体、官方衍生内容(动画、音乐、漫画)、衍生品开发、品牌联名、线下活动(音乐会、展览)、以及最关键的——全球玩家UGC社群的跨媒介、多业态生态矩阵。这个生态的意义在于延长IP生命周期，实现文化影响力的长尾效应；拓展文化触达的维度和场景(从线上到线下，从游戏内到社交媒体)；将用户转化为积极的传播者和共创者(UGC)，形成自生长的传播网络；通过商业成功反哺内容研发与技术投入，形成良性循环。

该架构通过技术赋能、内容驱动与生态反哺的三元协同，构建了“价值创造—用户反馈—系统再生”的闭环机制。三者形成自生长的耦合系统，以技术为基座、内容为内核、生态为放大器，实现全球文化IP的可持续演化与规模扩张。

《原神》的实践跳脱了“打造单一爆款产品”的传统思维，走向了构建可扩展、可复制的文化系统⁴⁰⁾。构建出一个全球文化传播与运营的“操作系统”，超越了传统

文化产品“出海—落地—变形”或影响力昙花一现的困境，初步实现了“文化本体独特性保持”与“全球在地化适应”的相对平衡。

《原神》的战略逻辑与机制实践为中国文化全球传播提供了可借鉴的范式启示：

第一，从产品输出到系统构建：文化产品的全球化需着眼于构建可持续演进、用户深度参与的生态系统，而非依赖单一爆款。系统具备动态延展性（如模块化更新）和生态生命力（如UGC驱动），是保持长期影响力的关键。

第二，从文化展示到价值共鸣：文化传播的核心在于构建深层次的情感连接与价值共识。需超越符号堆砌，通过普适性叙事主题、丰满的角色塑造和情感化叙事，引导不同文化背景的用户产生共鸣，从而实现文化认同。

第三，从技术工具到体验基石：技术需从底层架构层面就考虑文化表达的需求、跨文化适配性以及用户沉浸式体验的构建。技术不仅是载体，更是塑造文化感知方式和传播效果的关键变量，需与内容、生态深度整合设计。

总之，《原神》所代表的技术-内容-生态整合战略不仅重塑了中国文化产品在全球语境中的竞争方式，更提出了一个面向未来的文化传播命题：如何以技术为驱动底座、以内容为价值核心、以生态为可持续保障，构建一个能够被世界理解、接受乃至共同参与和创造的全球化中国文化数字IP体系。这是中国文化“世界化”从“策略性尝试”向“体系性能力”转变的关键一步。

5. 结论

通过对《原神》跨文化传播机制及其“技术—内容—生态”整合框架的考察，可以看到，中国数字文化产品在全球化传播中的独特路径正在逐渐成形。它的成功不仅在于单一产品的出圈，更在于其背后所体现的系统化文化战略模

40) 随汉青, 「网络游戏出海营销传播中的文化混搭策略研究——以《原神》为例」, 北京外国语大学硕士学位论文, 2024年5月。

式：以先进技术为基础、以高质量内容为核心、以生态构建为支点，形成了一个自我循环、自我增值的文化传播体系。

首先，《原神》通过符号层面的“去边界化”转译体系，成功实现了双重目标：一方面创新性地输出中国文化元素，另一方面有效融合全球多元文化资源，构建了一个具有普适吸引力的幻想世界。其精心设计的文化符号、叙事结构、角色设定及多文化区域架构，以全球受众能够理解与共鸣的方式呈现，促进了跨文化的情感连接。其次，数字技术的针对性赋能使得《原神》成为深度文化体验的构建者。游戏引擎、云计算与AI等技术的应用，提供了沉浸式、个性化、低门槛的文化传播体验，是支撑其全球触达与感知深度的关键基础设施。

在产业层面，《原神》通过建立全球化的IP生态系统，完成了从内容创作到品牌扩展、从游戏体验到衍生品开发与用户共创的全面布局。这种产业链的深度协同与全球化整合，不仅成就了《原神》的商业与文化成功，也为其他中国数字文化产品的全球运营提供了系统化借鉴。全球玩家社群的活跃与UGC共创机制，使得《原神》成为一个文化认同与价值共享的动态平台，实现了文化传播从单向到双向、多向的质变。

总结来说，《原神》所体现的“技术-内容-生态整合”战略框架，打破了传统文化输出的局限，为中国文化乃至更广泛的数字文化全球传播提供了全新范式。其经验表明，成功的关键在于系统性地整合技术创新、高质量且包容性的内容生产以及可持续的全球化生态运营。未来，随着数字技术的演进与全球文化市场的变动，中国文化产品的全球影响力提升空间巨大。《原神》所探索的战略模式，特别是其在多元文化融合、技术沉浸体验构建和用户共创生态方面的实践，将为更多中国文化产品乃至全球文化产业的跨文化传播提供宝贵的借鉴与启示。

參考文獻

- Jesper Juul, 關萍萍, 「遊戲、玩家、世界:對遊戲本質的探討」, 『文化藝術研究』, 2009年5月第3期。
- Shengjie Yang, 「Research on the Development Strategy of Chinese Second-Dimensional Mobile Games - A Case Study Based on Genshin Impact」, 『Advances in Economics Management and Political Sciences』, 2024.05.
- 류호현. 「중국 게임 <원신>의 트랜스-내셔널 스토리월드 구축」, 『글로벌문화콘텐츠』, 2022.08.
- 유일범, 마승혜. 「문화권에 따라 차별화되는 게임 번역 전략-게임 '원신'의 한국어 및 영어 번역 비교를 중심으로」, 『문화와융합』, 2023.02.
- 변지선, 김지웅. 「서브컬처 게임의 사용자 분석: 원신을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회』, 2023.04.
- 陳凱強, 「淺論電子遊戲的跨文化傳播」, 『新聞研究導刊』, 2017年10月第20期。
- 胡鈺, 朱戈奇, 「網絡遊戲與中華優秀傳統文化的當代傳播」, 『南京社會科學』, 2022第7期。
- 劉若涵, 「數字遊戲對傳統文化的表達與海外文化傳播效果——以《原神》為例」, 北京師範大學碩士學位論文, 2022年6月。
- 王夢瑤、黃佩, 「析中國網絡遊戲產業的國際化傳播」, 『重慶與世界(學術版)』, 2015年第7期。
- 彭毅, 「中華文化在手游《原神》的呈現及海外傳播效果分析」, 成都理工大學碩士學位論文, 2023年6月。
- 隨漢青, 「網絡遊戲出海營銷傳播中的文化混搭策略研究——以《原神》為例」, 北京外國語大學碩士學位論文, 2024年5月。

Abstract

A Study on the Globalization Strategy of China's Cultural Industry in the Digital Age

– Focusing on the Cross-cultural Communication of the Game Genshin Impact

Lyu Mengxian

This study examines the globalization strategies of China's cultural industry in the digital age, with Genshin Impact serving as a representative case.

Amid the accelerating processes of globalization and digitalization, digital cultural products have emerged as vital vehicles for promoting Chinese culture internationally. Genshin Impact achieves cross-cultural resonance through the transcultural translation of Chinese cultural symbols, while simultaneously incorporating and reconstructing diverse cultural elements in regions such as Inazuma, Sumeru, and Fontaine, thereby constructing a narrative world that is both locally distinctive and globally appealing.

On the technological front, the game relies on its proprietary engine, cloud computing, and artificial intelligence to provide immersive experiences through NPC interaction, seamless multi-platform integration, and multilingual localization, effectively lowering barriers to cross-cultural communication.

At the industrial level, MiHoYo adopts an IP-centered strategy, integrating animation, music, derivative products, and online communities to establish a global, multi-layered communication ecosystem. The resulting “technology-content-ecology” framework not only enhances the dissemination capacity and cultural influence of Chinese digital products but also illustrates the dynamic interplay between cultural universality and cultural locality in the context of cross-cultural communication.

Key words : China's cultural industries; digital cultural products; cross-cultural communication; Genshin Impact; globalization strategies; cultural symbol translation

투 고 일 : 2025. 7. 10. / 심 사 일 : 2025. 7. 15. ~ 2025. 8. 15. / 게재확정일 : 2025. 8. 20.