

数字内容出海如何促进中国与东南亚国家文化交流

2024 年 9 月 27 日

许庆琦，新亚洲战略研究中心理事长

各位嘉宾、各位朋友，大家下午好。

首先我要感谢亚太日报的邀请，出席今天的“数字内容和数字生活方式出海：人文交流和文化传播新载体”分享会。

1994 年，中国全面接入国际互联网，成为这个没有时间和空间限制的虚拟世界大家庭的第 77 个成员。过去 30 年里，互联网对中国产生了巨大和深远的影响，而中国也凭据本身的优势，反过来推动互联网的发展，重塑了全球互联格局。

中国地域辽阔，人口众多，依托北斗导航和 5G 技术，构建了全球领先的网络基础设施，实现了天地和时空的紧密结合。

中国拥有世界上最大的互联网用户群体，网民达 10.92 亿。这庞大的用户基础不断生成海量数据，为数字技术的发展提供了可持续和有力的支撑。

在政府政策的支持下，加上充沛的科技人才储备和完善的数字产业链，中国迅速从互联网技术的追随者转变成为推动者，并在技术创新能力不断增强的基础上，成为全球数字技术应用创新的引领者。

在全球化和数字化浪潮的背景下，文化交流也从传统的实体形式转向虚拟、数字化，数字内容出海成为促进跨文化交流和提升国家软实力的重要途径。

东南亚国家是中国的近邻，人文交流源远流长。从古代的海上丝绸之路，至如今的“一带一路”倡议，中国与东南亚的文化互鉴、经济合作和民间交流从未间断，一直是与时俱进，蓬勃发展。

随着互联网的广泛应用与发展，中国的影视、游戏、音乐、文学等数字内容通过了社交媒体、流媒体平台和电子商务等渠道传递到东南亚，成为新时代中国文化“走出去”的重要方式。

数字内容是科技时代传播文化的有效载体，这些内容传播了中国的文化符号和价值观，深刻影响了当地的文化生态。例如，短视频平台抖音（TikTok）在东南亚迅速流行，用户分享日常生活，从中接触到丰富的中国文化内容，如美食、音乐、文学和舞蹈等。

大约从 2010 年代开始，中国的数字内容逐步进入东南亚国家。2017 年后，随着“一带一路”倡议下数字经济合作的不断加深，数字文化交流也日益频繁。特别是移动互联网和智能手机的普及，抖音（TikTok）、快手、腾讯的游戏以及阿里巴巴的电商平台在东南亚市场快速扩张。

腾讯出品的《王者荣耀》在 2016 年进入东南亚市场，特别是在泰国和越南取得了巨大成功。2018 年，腾讯与韩国蓝洞合作推出的《PUBG Mobile》，迅速成为东南亚的热门游戏。早期龙渊网络出品的 MOBA 游戏《自由之战》也在多个东南亚国家上线，且深受欢迎。

字节跳动于 2016 年推出的短视频平台抖音国际版 (TikTok)，在多个东南亚国家的年轻用户中取得了巨大成功。而快手国际版 (Kwai) 也在 2017 年左右开始布局东南亚市场，吸引了大量本地创作者和用户，特别是在泰国和印尼。

阅文集团旗下的国际版网络文学平台“起点国际” (Webnovel) 于 2017 年进入东南亚市场，将中国的网络小说翻译成多种东南亚语言，另一家网络文学平台“纵横文学”也通过第三方渠道将其作品引入东南亚。

视频流媒体爱奇艺自 2019 年起推出国际版，进入东南亚，提供中国影视剧和综艺节目的本地化版本，在马来西亚和泰国特别受欢迎。腾讯视频的国际版 WeTV 同年在泰国和印尼上线，主打中国热门电视剧和综艺节目。除了爱奇艺与 WeTV 之外，优酷、芒果 TV 等平台均推出了海外版，自建海外流媒体平台。

如今 WeTV 在东南亚地区的社媒粉丝超过 7000 万，超过东南亚人口的百分之 10，其内容覆盖了东南亚国家 30%左右的年轻人。占 2023 年上半年东南亚地区各平台优质视频点播服务市场百分之 7。

值得一提的是，随着中国综艺团队制作实力和原创能力的不断提升，越来越多海外平台和制作公司开始关注中国原创综艺。中国综艺从过去仅售出播放版权，逐渐转变为授权海外平台制作本土化版本，由当地制作公司按照原创节目的流程进行制作。长远看来，这是中国流媒体在东南亚国家取得成功的一个重要因素。

直播经济也是数字内容出海的一种渠道，电商通过直播带货的形式，将内容化购物模式引入东南亚市场。Lazada、Shopee 等阿里巴巴和腾

讯旗下的平台，大量运用内容营销和直播带货，形成了内容与电商结合的模式。

这种方式提供了娱乐、购物和教育等多样化体验。许多中国主播通过直播推广传统工艺、美食和旅游文化，东南亚观众可以实时互动，深入了解中国文化。这种“实时”文化交流毫无疑问的增强了中国与东南亚国家之间的文化亲近感。这是另类的‘润物细无声’的文化传播，让受众在不知不觉中，接受了中华文化。

中国数字内容的出海打破了语言和文化的壁垒。以网络文学为例，许多中国小说在翻译后进入东南亚，吸引了大量读者。这些故事让东南亚读者了解中国的传统价值观和社会风貌。

中国有着 5000 年的文明历史，传统价值观已深深融入中国人的基因。在文化交流中，数字内容不仅是娱乐的载体，也是传播文化价值的重要工具。例如，中国影视剧在东南亚广受欢迎，不仅让观众了解中国的风土人情，还传递了家庭观念、社会责任感等传统价值观。

许多中国网红与东南亚创作者共同创作内容，形成跨文化联动效应。这种共同创作的形式，不仅增进了文化的互学互鉴，也促进和加深双边的友谊和了解。

数字内容出海不仅为中国与东南亚国家的文化交流开辟了新路径，还搭建了一个共创文化繁荣的平台。在数字化和全球化的背景下，文化交流已不再是单向传播，而是多向互动的共享。中国与东南亚国家在文化上互学互鉴，相互尊重，积极推动了文化的多样性与创新。

展望未来，数字科技创新与人工智能 AI 的发展，将有助于创造更加多姿多彩的数字内容，通过各种数字平台进一步深化中国与东南亚国的文化交流，而没有时间与空间限制的数字文化交流也必将迈向新高度，携手共同创数字时代的文化繁荣。

谢谢

2024 年 9 月 27 日北京亚太日报主办“数字内容和数字生活方式出海：人文交流和文化传播新载体”分享会演讲稿