

# 数字经济赋能中国文化出海的模式、路径与软实力提升研究

崔颖然

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年12月2日; 录用日期: 2025年12月16日; 发布日期: 2025年12月31日

## 摘要

本研究旨在探究数字经济赋能中国文化出海的模式、路径及对软实力提升的作用。研究过程中, 首先阐述数字经济与文化出海的理论基础, 剖析二者互动机制及软实力提升的理论路径。接着深入分析数字经济赋能中国文化出海的模式, 涵盖技术驱动、产业融合和全球文化传播模式。同时探索赋能路径, 包括政策引导与市场机制协同、数字基础设施支撑、本土化适配与风险规避以及知识产权保护和商业模式创新。解决了如何借助数字经济推动中国文化有效出海并提升国家软实力这一关键问题。研究表明, 数字经济为中国文化出海提供了多元模式和可行路径, 能显著提升国家文化软实力, 但在实践中仍存在不足。未来需进一步完善相关政策和机制, 加强国际合作, 以更好地推动中国文化在全球传播。

## 关键词

数字经济, 文化出海, 软实力, 传播路径, 发展模式

## Research on the Model, Path and Soft Power Enhancement of China's Culture Going Global Empowered by Digital Economy

Haoran Cui

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 2, 2025; accepted: December 16, 2025; published: December 31, 2025

## Abstract

This study aims to explore the models, paths of the digital economy empowering the going global of Chinese culture and its role in enhancing soft power. In the research process, first, the theoretical

bases of the digital economy and the going global of culture are elaborated, and the interaction mechanism between the two and the theoretical paths for soft power enhancement are analyzed. Then, an in-depth analysis is made on the models of the digital economy empowering the going global of Chinese culture, covering technology-driven, industrial integration and global communication models. At the same time, the empowerment paths are explored, including the coordination of policy guidance and market mechanisms, the support of digital infrastructure, localization adaptation and risk avoidance, as well as intellectual property protection and business model innovation. The key issue of how to effectively promote the going global of Chinese culture with the help of the digital economy and enhance national soft power is solved. The research shows that the digital economy provides diverse models and feasible paths for the going global of Chinese culture, which can significantly enhance national cultural soft power, but there are still deficiencies in practice. In the future, relevant policies and mechanisms need to be further improved and international cooperation strengthened to better promote the global dissemination of Chinese culture.

## Keywords

Digital Economy, Cultural Going Global, Soft Power, Communication Path, Development Model

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 绪论

### 1.1. 研究背景

如今，全球数字经济发展势头十分强劲。技术革新正以空前的力度改变着文化产业的整体面貌。人工智能生成内容(AIGC)、区块链等前沿技术兴起，给文化产品的创作和传播增添了新工具和新平台，还从深层面改变了文化生产传播的流程，为文化出海带来了难得的技术助力。AIGC 技术能够高效产出多样的文化内容，这大大增加了文化产品的供给量。区块链技术具有去中心化、不可篡改的特点，它为文化产品的版权保护、价值评估和交易提供了新办法，有效减少了文化出海过程中的交易成本和风险[1]。

文化出海的道路并不轻松。在全球化环境里，文化折扣现象较为常见。不同文化背景的受众在理解、接受和欣赏异国文化产品时，常常会受到认知、情感、价值观等多种因素的影响，这使得文化产品的传播效果大打折扣。这种现象不仅让文化出海变得更加困难，还对我国文化软实力的提升产生了不利影响。在这样的情况下，我国在文化出海方面所进行的实践和探索就具有了更重要的意义。

近年来，《黑神话：悟空》《哪吒之魔童闹海》等现象级作品成功走出国门，“云游敦煌”等沉浸式体验项目得到了大范围的推广，这些都体现出数字经济与文化出海相结合具有很大的潜力。这些例子不仅说明了“数智化叙事”在跨文化传播中具有独特的优势，还显示出沉浸式体验能够明显提升文化的吸引力和影响力。这些实践共同说明了数字经济和文化出海结合的现实原因，那就是通过技术和模式创新，来应对文化折扣的问题，提高文化产品在国际上的竞争力和影响力。这些实践也顺应了提升文化软实力、促进全球文化交流的战略需求。

如今，全球化和数字化相互交织在一起。我国推动文化出海，不只是为了获得经济利益，更重要的是展现文化自信、促进文明交流互鉴。通过文化出海，能够向世界展现中华文化的独特魅力和时代价值，又能够在与其他文明交流的过程中吸收养分、丰富自身，共同推动人类文明不断向前发展。所以，深入研究数字经济如何助力中国文化出海的模式、路径，以及如何提升文化软实力，既具有重要的理论价值，

又具有深远的现实意义。

## 1.2. 研究目的和意义

这项研究主要是系统分析数字经济为中国文化出海提供动力的内在模式和实际路径，同时考察数字经济与国家软实力增强之间的关联机制[2]。因为数字经济有创新推动作用，中国文化有独特吸引力，所以研究要揭示两者相互融合、促进的具体过程和实际效果，在此基础上搭建一个全面且多维度的理论分析框架。这个框架可以解释数字经济怎样有效促进中国文化在全球范围传播并被认可，还能给相关学术研究提供新的观察角度和方法支持，从而推动数字经济与文化出海互动理论进一步完善。

在理论方面，这项研究有重要学术价值。对数字经济与中国文化出海互动关系进行深入分析，能够丰富并完善数字经济与文化软实力相互促进的理论框架，为相关领域研究提供新的理论支撑和实际证据。在实际应用上，研究能给政策制定者提供科学可行的决策参考，以帮助制定更精准有效的文化出海支持政策；也能为企业提供切实可行的出海策略指导，让企业在数字经济时代更好抓住国际市场机会；还能通过提升中国文化的全球影响力和被认可程度，为国家软实力的整体增强提供实际助力。从全球文明互学互鉴的中国方案方面来说，研究体现了中国在促进世界文化交流中的积极角色，构建更加和谐的国际文化生态提供了实践路径和理论参考。

## 2. 数字经济赋能中国文化出海的理论基础

### 2.1. 数字经济的概念与特征

数字经济是新兴经济形态，其核心是依托人工智能生成内容(AIGC)、区块链等前沿数字技术开展文化生产、传播和消费活动。这些技术改变传统经济活动运作模式，同时在文化领域开拓新空间，使文化创造、传播和体验变得更高效、更个性化且更具全球属性。

数字经济有“技术驱动性”这一显著特点。AIGC、区块链等数字技术正深度重塑文化生产链条[3]。就拿 AIGC 来说，它能够通过算法自动生成艺术作品、音乐、视频等内容，这样一来大幅提升了文化产品的生产效率，还让文化产品的创意更加丰富。区块链具有去中心化、不可篡改的特性，这为文化作品的版权保护、交易和溯源提供了新的办法，维护了创作者的权益，也推动了文化市场朝着健康的方向发展。

数字经济在内容交互性方面很突出。借助数字技术，文化产品不再是进行单向输出，而是可以与用户进行双向甚至多向互动。例如在沉浸式体验设计里，用户通过使用虚拟现实设备进入高度仿真的文化场景，和场景中的元素进行互动，从而获得更加丰富、更加深入的文化体验。这种交互性增强了用户的文化参与感，还能够更好地满足用户个性化需求。

传播轻量化也是数字经济的重要特征。依靠小程序等轻量级平台载体，文化产品能够更加便捷地触达全球的用户。这些平台降低了文化传播的门槛，还提升了传播效率，让文化出海这件事情变得更加简单、更加高效。就像通过微信小程序，中国的传统文化内容能够轻松地传播到海外，让更多的国际用户了解和接触到中国文化。

总的来讲，数字经济凭借技术驱动性、内容交互性和传播轻量化等特点，正在深刻地改变着文化出海的生产过程以及传播过程。

### 2.2. 文化出海的理论框架

在探讨数字经济如何助力中国文化出海的问题时，搭建一个将传统跨文化传播理论与数字经济新范式相融合的理论框架很有必要。该框架不仅需要吸纳如“文化折扣”等经典理论对文化产品在跨文化传播中价值折损现象的解释，更需充分回应数字技术重塑下的文化传播新范式。本研究提出“跨文化 - 转

文化协同生态”作为核心分析框架，以系统阐释数字经济时代文化出海的内在逻辑。

首先，明确“跨文化－转文化协同生态”的内涵。该范式强调文化出海不再是一个从源文化到目标文化的单向“移植”过程，而是一个双向互动的“转化”与“共生”过程。“跨文化”指代不同文化体系间的交流与碰撞，是出海的基本场域；而“转文化”则侧重于在此过程中，文化元素、叙事方式、价值理念被解构、转译、重组，并生成兼具源文化特质与目标市场适配性的新文化产品形态，最终形成一个动态平衡、持续创新的协同生态系统。

其次，该框架的生成机制根植于数字技术的特性。数字平台、交互式设计(如游戏、VR/AR)以及用户生成内容为“转文化”提供了技术基础和社会空间。例如，数字游戏媒介通过其独特的互动性，消解了用户与叙事空间的二元区隔，使玩家能够以“内视角”沉浸式地参与并影响文化叙事进程。这种深度参与与机制本身就是一个“转文化”过程，玩家在互动中理解和接纳文化元素，有效削减了“文化折扣”。

该理论框架的构建，立足于三个相互关联、协同作用的支撑要素，共同塑造了“跨文化－转文化”协同生态的运行基础。首先，博大精深的传统文化资源是文化出海的根基与内容宝库，涵盖了历史、哲学、艺术等丰富的文化遗产，确保了文化输出的独特性和底蕴。其次，先进的数字技术载体，如AIGC、区块链、社交平台等，作为关键的赋能工具与传播渠道，不仅极大地降低了创作与传播的门槛，更实现了文化内容的轻量化、互动化与沉浸式呈现，为传统文化注入了现代表达力。最终，深层的价值内核传递是文化出海能否产生持久影响力的灵魂，它强调在传播过程中，不是进行简单的文化符号输出，而是注重传递如“和而不同”、“创新包容”等具有普适性的价值理念，以期与全球受众建立情感与价值上的共鸣。此范式强调在数字媒介环境下，不同文化并非简单叠加或单向适应，而是通过持续互动、交融，生成新的文化表达形式与意义空间[4]。在这一动态过程中，传统文化资源借助数字技术载体，实现了从静态遗产向动态文化资本的创造性转化；而价值内核则作为一条精神纽带，贯穿于转化全过程，确保新生成的文化表达既富有创新活力，又不失其文化身份的本真性。三者共同作用，使得文化出海从单向的“输出”转变为双向的“对话”与共同的“创造”，从而构建出一个健康、可持续的全球文化交流新生态。这与单纯的“全球在地化”有所不同，“全球在地化”更强调全球性产品为适应本地市场而进行的表层调整，而“转文化”更注重文化内核的创造性转化与新文化意义的协同生产，其互动更深层，创新性更强。

在数字经济时代，文化传播不再仅仅依靠传统的物理媒介。互联网、社交媒体、虚拟现实等数字技术载体让文化能够实现更广泛且更深层的传播。新范式着重强调“跨文化－转文化”协同生态，也就是借助数字化手段来促进不同文化之间相互理解、相互融合以及相互创新，通过这样的方式来降低文化折扣，进而提升文化产品在国际上的吸引力。

这一理论框架明确指出文化出海存在三个核心要素，分别是传统文化资源、数字技术载体以及价值内核传递。传统文化资源是根基所在，它包含了历史、艺术、哲学等丰富的文化遗产内容。这些文化资源既具有独特性和稀缺性，又能够体现出国家的文化底蕴和民族精神。数字技术载体是进行传播呈现的重要工具，它能够让传统文化以更具吸引力和互动性的形式展现出来，从而跨越地域和时间的限制去触达更多的受众。价值内核传递是灵魂部分，它强调在传播过程中要注重传递和弘扬具有普适性、引领性的价值理念，例如“和合共生”“创新包容”等中华价值。这些价值理念既是中国传统文化的精髓所在，也是人类的共同追求，能够与全球受众产生共鸣，进而促进文化的交流互鉴。

将“和合共生”“创新包容”等价值理念融入全球传播实践，意味着文化出海需要注重包容性和开放性。一方面要尊重并借鉴不同文化的优秀成果，以此来推动构建多元共生的文化传播生态；另一方面要强调创新，要不断地去探索新的传播方式和手段，从而提升传播的效率和质量。通过这个理论框架，能够更加清晰地去理解数字经济赋能中国文化出海的模式、路径，以及软实力提升的内在逻辑，并且能



够为实践提供理论方面的指导。在这一理论框架的指引之下，中国文化出海不再是单向的输出过程，而是一个双向互动、互利共赢的过程，这样的过程有助于推动全球文化交流合作朝着更深入的方向发展。

### 2.3. 数字经济与文化出海的互动机制

数字经济和文化出海的互动机制是一个复杂且多维度的动态过程，其中涉及技术、内容、市场和文化的深度融合。数字技术快速发展，为中国文化出海奠定了技术基础。大数据、人工智能、虚拟现实等前沿技术被应用，推动传统文化资源实现数字化转型。这一转型突破了时间和空间的限制，使得有着千年历史的古韵在现代数字场景中重新焕发生机[5]。就拿古代壁画、雕塑等珍贵文物来说，利用高清扫描与3D建模技术能够把它们转化为数字形态，这种数字形态不仅方便进行保存和展示，还能够通过虚拟博物馆等载体，让全球各地的观众不用走出家门就能够以沉浸式的方式感受中华文化深厚的底蕴。

在这个过程中，“数智化叙事”成为文化表达的一种重要方式。数字技术对传统文化符号进行现代转译，让古老的故事和价值观以更加生动、直观的方式呈现出来，进而让现代观众尤其是年轻群体更容易接纳和喜爱[6]。《黑神话：悟空》就是一个典型的例子，这款游戏运用顶尖的图形渲染技术打造出逼真的画面，同时重新塑造了孙悟空这一经典形象，给予其现代审美和情感共鸣点，达成了技术和内容的有机结合，明显提高了文化产品的吸引力和传播效果。

数字经济的轻量化平台为文化传播拓展了渠道。社交媒体、短视频平台等新兴媒介出现以后，文化内容能够以更碎片化、互动化的方式迅速传播，大大扩大了受众群体的覆盖范围。沉浸式体验设计让观众从被动的接收者变成文化体验的参与者，这种互动特性有效地增强了文化认同感和传播成效。

当前数字经济推动文化出海的模式正从传统的“单向输出”朝着“跨文化-转文化”协同的方向转变。文化产品不再仅仅是单向地输送到海外市场，而是通过与当地文化进行互动和融合，实现双向交流以及相互赋能[7]。这种跨文化协同创新既提升了文化产品在国际上的竞争力，又促进了不同文化之间的理解和尊重，有助于中国文化软实力的提升。凭借数字经济的赋能，中国文化出海不再局限于简单的输出，而是成为推动全球文化多样性和谐共生的一股重要力量。

### 2.4. 软实力提升的理论路径

数字经济助力中国文化出海，在提升国家软实力的理论路径里呈现出系统且多维的逻辑框架[8]。这个进程的基础在于数字技术深度赋能，数字技术推动传统文化符号完成现代转译，以此增强文化叙事的影响力和感染力。有了数字技术支持，传统文化符号不再是静态孤立元素，能借助多媒体、交互式等现代媒介动态呈现与阐释，这种转译在保留文化符号核心内容的同时增添了新的时代内涵与表达形式，让文化叙事变得更加生动、形象且有感染力[9]。

数字经济搭建沉浸式体验场景，能够有效加深全球受众的情感共鸣，进而提升文化感召力。数字经济利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿技术打造高度仿真的文化体验场景，能让受众仿佛身处异域文化环境，直接感受其独特魅力。这种沉浸式体验不仅缩短了受众和文化之间的距离，还在潜移默化中激发受众的情感共鸣与认同感。

数字经济实施本土化适配策略，能够明显减少文化折扣现象，进而提升国际认同度。数字经济通过深入分析目标市场的文化背景、消费习惯以及审美偏好，为文化产品定制本土化方案，让文化产品在内容、形式、语言等方面更贴近当地受众的需求与期待。这样的本土化适配不仅减少了文化隔阂与误解，还增强了文化产品的亲和力与吸引力，从而提升文化产品在国际市场的认同度与接受度。

这些理论路径共同发挥作用，使得数字经济在助力中国文化出海的时候，既完成了文化符号的现代转译、增强了叙事感染力，又促进了全球受众的情感共鸣以及国际市场的广泛认同。更为关键的是，

这些路径相互关联、彼此促进，一起构成了一个系统的理论框架，为提升国家软实力提供了坚实的理论支撑和可行的实践路径。

### 3. 数字经济赋能中国文化出海的模式分析

#### 3.1. 技术驱动模式

数字经济助力中国文化出海，技术驱动模式作用大。近年来，AIGC (人工智能生成内容)、区块链、计算机硬件等前沿技术发展快，推动文化资源数字化转型、生产环节数智化以及传播环节沉浸式体验深度融合，产生显著协同效应。

文化资源数字化转型是重要基础，AIGC 技术在这方面能力高效。AIGC 技术可以利用深度学习和图像处理技术，快速把传统文化进行 3D 建模和互动化呈现，精准还原古代建筑、文物、传统服饰，并且以立体动态的模样展现在观众眼前，让文化内容变得更加生动有趣。计算机硬件作为数字技术的重要支撑，其飞速发展作为 AIGC 等技术的实际应用提供了坚实基础，使得大规模、高效率的 3D 建模与实时渲染成为可能。

生产环节数智化升级也很关键。区块链技术应用能为版权保护和内容追溯提供可靠支撑，区块链技术通过去中心化的分布式账本，能够清晰地记录创作者的版权信息，这样可以有效减少盗版和侵权现象的发生，进而提升文化产品在市场上的竞争力[10]。

传播环节沉浸式体验创新不能忽视，数字平台的发展和虚拟现实技术结合为其开辟新途径。以“云游敦煌”小程序为例，用户戴上 VR 眼镜，通过互动界面就可以在家中感受敦煌莫高窟的壮丽景观，还能深入了解敦煌莫高窟深厚的历史文化，这种线上互动方式能够大大提升用户的参与感和沉浸感。

技术与内容双轮驱动模式，增强了文化出海的吸引力，提高了传播效率，推动中国文化在全球的影响力不断扩大，为国家文化软实力的提升提供了有力的支撑，让国家在文化方面更具优势和影响力。

#### 3.2. 产业融合模式

数字经济助力中国文化出海，产业融合模式作用很大。数字技术和文化内容深度融合，让传统文化在现代传播媒介中重新有了活力，拓展了文化出海的业态边界，提升了相关产业竞争力。

拿数字游戏来讲，开发者把中国传统故事、历史人物、艺术风格等元素融入游戏设计，让游戏文化内涵变得更丰富，吸引了海外玩家，使他们在娱乐时能体会到中国文化独特魅力。这样的融合提升了游戏产品市场竞争力，为中国文化全球传播开辟了新路径。

网络文学也是如此，借助数字化平台能跨地域、跨语言快速传播，经过翻译和本土化策略，中国故事在国际市场有了大量读者。这种数字化传播降低了成本，通过互动性强的社区平台增强了读者参与感和粘性，扩大了文化影响力。

短视频是一种轻量化文化内容生产方式，因为短小精悍、易于传播，很快成了中国文化出海重要载体。创作者通过创意剪辑和内容编排，把中国传统文化、现代生活方式等内容以直观生动形式呈现给海外观众，提高了文化传播效率，扩大了文化传播广度。

这些产业融合模式成功实践，拓宽了中国文化出海业态边界，通过多元化传播渠道和形式，增强了文化产品国际竞争力，为提升中国文化全球软实力奠定了坚实基础[11]。

#### 3.3. 全球化传播模式

数字经济时代，全球化传播模式已改变。早期以“单向输出”为主的传播形态，正逐渐发展成更复杂多元的“跨文化 - 转文化”协同模式。这种变化体现出全球信息流转速度加快，和传播技术不断更新

有关，还回应了文化多样性需求以及受众期待的变化。

过去处于单向输出阶段，文化产品传播以输出国为中心，较少考虑接收国文化背景和受众偏好，使得文化折扣现象频繁出现，难以实现深层次文化共鸣。不过随着数字经济快速发展，文化传播模式有了根本性转变。“跨文化－转文化”协同模式的核心是在不同文化之间搭建沟通的桥梁，通过双向互动和多维度的文化交流，让文化价值更有效地传递出去。

在这种新的传播框架下，文化产品的创作与传播不再局限于单一文化视角，而是主动吸纳不同文化中的特色元素，充分考虑不同文化背景受众的接受能力。就拿网络文学海外传播来说，翻译时不只是进行简单的文字翻译，还注重故事脉络、角色设定等细节的文化调整，让内容更贴近当地读者的阅读习惯和心理预期。短视频创作也是这样结合当地文化习惯设计脚本、塑造角色、并优化画面表现，能够更好地引发海外受众的情感共鸣和获得他们的文化认同。并且针对“全球南方”市场的策略在这一过程中起到关键作用。和传统欧美市场相比，“全球南方”国家文化背景更加丰富，市场潜力也更大。通过系统研究这些地区的文化特点和用户喜好，能够更有针对性地调整内容，实现文化产品的精准投放和高效传播。

值得关注的是，在协同传播的生态里，受众的参与式传播特征变得越来越明显。数字经济时代的各类平台为受众创造了以前从未有过的互动条件，受众不再仅仅是文化产品的被动接收者，更成为传播和再创造的积极参与者。受众借助社交媒体互动、评论反馈、二次创作等方式，能够主动分享、传播文化内容，并且给出反馈，形成良性的文化互动循环。这种参与式传播不但让文化产品更有生命力和影响力，还在不知不觉当中为中华文化在全球范围内提升影响力注入了动力。

## 4. 数字经济赋能中国文化出海的路径探索

### 4.1. 政策引导与市场机制

数字经济快速发展，政策引导和市场机制配合，一起搭建起中国文化出海的坚实路径。政策引导在宏观层面有关键作用。国家推出《数字经济发展规划》《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等一系列数字经济政策，这些政策为数字文化产业发展指明方向，还在资金、税收、人才等领域给予有力支持。文化出海扶持政策直接推动中国文化走向国际，通过设立专项基金、实施出口退税等方式，降低企业海外拓展面临的门槛和风险，成为企业可靠的后盾。这些政策搭建起数字文化产业发展的支持框架，同时规范海外传播的秩序，保障文化输出的质量，减少文化折扣方面的问题。

政策引导是基础，市场机制在微观层面优化产业链布局。企业作为市场主体，积极运用数字技术来创新文化产品，借助虚拟现实、增强现实等技术提升产品的互动性和体验感，让文化产品更具吸引力。企业在市场运作里拓展海外渠道，和亚马逊、Netflix 等国际平台进行深度合作，利用这些平台的流量优势，扩大中国文化在国际上的影响力。市场机制有效运作促使企业在竞争中优化资源配置、提升产品质量，逐渐培育出一批具备国际竞争力的文化企业和品牌。

政策和市场的联动效应在中国文化出海中体现得十分明显。就拿某知名文化企业来说，在政府政策的支持下，企业获得了研发资金和市场推广补贴，从而成功开发出一款融合中国传统文化元素的数字游戏。与海外游戏平台合作之后，这款游戏迅速流行起来，不仅得到海外用户的广泛认可，还带动了相关文化产品的出口。这个案例清晰地表明，政策引导和市场机制相互配合、共同发挥作用，为中国文化出海提供了有力的支撑。政策与市场的这种良性互动，为中国文化在全球的传播以及影响力的提升奠定了坚实的基础。

### 4.2. 数字基础设施的支撑

数字基础设施的支撑在数字经济推动中国文化出海这件事上有关键作用。因为 5G 网络普及且得到



应用,文化传播效率与体验感得到明显提升。5G 技术有速度快、延迟低、大容量这些优势,这使得文化内容能够更快地传播到全球各个地方,大大缩短了信息传递存在的时间差,像高清视频、虚拟现实内容以及大型数据文件都能够瞬间传输,海外受众也就可以实时流畅地体验到优质的文化产品和服务。这种高效的传播方式优化了用户体验,同时也增强了文化内容的吸引力和影响力。

海外社交媒体平台被广泛使用,为中国文化出海拓宽了传播渠道。中国文化借助 Facebook、Twitter、Instagram 等国际主流社交平台能够直接触达全球数亿用户,突破了传统媒介存在的地域限制。社交媒体具有互动性和分享性,这让文化内容能够快速扩散,形成病毒式传播效应,从而大幅扩大了文化影响力。平台上存在的数据分析工具还能够帮助文化机构精准定位目标受众,进而制定出更有针对性的传播策略,进一步提升传播效果。

像“云游敦煌”小程序这样的数字化传播平台,为中国文化出海带来了新的展示方式。这类平台运用数字化技术把传统文化资源进行虚拟化呈现,海外受众不用到现场就能够感受中国文化的魅力。以“云游敦煌”小程序为例,它运用了高清图片、3D 建模、虚拟现实等技术,用户能够在线沉浸式游览敦煌莫高窟,感受千年文化的厚重与精美。这种轻量化传播方式降低了文化体验的门槛,还实现了文化内容在全球范围的覆盖,让更多人能够方便地接触和了解中国文化。

数字基础设施的支撑提升了文化传播效率和体验感,还通过多样的传播渠道和创新的展示方式,实现了文化内容的轻量化传播、沉浸式体验以及全球覆盖。这些基础设施持续进行完善和优化,为中国文化出海提供了有力的技术保障,助力中国文化在全球重新焕发出新的生机与活力。

### 4.3. 本土化适配与风险规避

当下数字经济发展速度快,中国文化若想成功出海,精准做好本土化适配并且有效规避风险是很重要的[12]。就以数字游戏、网络文学、短视频这些新兴文化业态来讲,本土化适配并非仅仅是做语言翻译,还需要深入地内容题材进行调整以及巧妙地转译文化符号。在进行数字游戏开发的时候,需要下功夫去研究目标市场的文化背景以及玩家喜好,要把中国元素和当地文化自然地融合在一起,而不是生硬地添加进去,这么做能够减少文化折扣所带来的风险。网络文学要选择具有普世价值的故事题材,同时结合当地读者的阅读习惯与审美偏好,对情节进行适当改编并且给语言进行润色,从而让作品更加亲切,更能够引发共鸣。短视频要在内容形式方面进行创新,传播策略也要符合当地特点,使用当地流行的音乐、话题和表达方式,这样内容会更有吸引力,传播效果也会更好。

在进行本土化适配的时候,文化符号的转译是特别重要的。把中国传统节日、历史人物、民间故事等文化符号,用符合当地文化语境的方式重新创作,这样既能够保留中国文化的独特魅力,又可以减少文化隔阂,进而让目标市场更加愿意接受,更有认同感。例如在“全球南方”市场,讲述和中国文化有共鸣的民间故事,或者展示生活场景相似的短视频内容,能够让当地观众感觉更加亲近。语言本地化同样不可以忽视,准确的语言翻译不只是能够把作品内涵讲清楚,还能够避免因为语言差异而产生误解、引发排斥。请当地语言专家进行多轮校对和润色,能够保证语言表达更加地道、准确,让作品本土化水平更上一层楼。

本土化适配不是一件简单的事情,需要综合考虑内容题材、文化符号、语言表达等多个方面,要通过细致的运作,有效地减少文化折扣风险,让中国文化在目标市场更被接受,更受到认同,最终实现文化出海所带来的深远影响。

### 4.4. 知识产权保护与商业模式创新

数字经济推动中国文化出海,在这个进程中,知识产权保护和商业模式创新是支撑文化产品国际传



播和商业成功的两大支柱。这两大支柱相互配合，共同影响文化出海的可持续性与国际竞争力。

知识产权保护对数字文化产品出海极其重要，特别是在数字游戏、网络文学、在线视频等核心领域。版权权益是否明确以及能否得到保护，直接影响创作者的积极性、企业的经济收益，还关系到国家文化形象的维护。若没有有效保护，就会出现盗版横行、侵权成本低的情况。这种状况不仅损害原创者合法权益，降低文化产品市场价值，还会影响中国文化产业在国际上的信誉，让“文化出海”如同航船在风浪中难以稳定前行。因此需要建立覆盖全球主要市场的知识产权保护体系。要运用区块链存证、数字水印、智能合约等数字技术，同时依靠国际司法合作和行业自律，这样才能更好地保障版权权益、维护市场秩序。

商业模式创新是推动数字文化出海稳步前行且走得更远的关键动力。传统的免费或低价模式在海外市场或许难以支持持续的内容创作和高质量服务。可以尝试创新商业模式，例如将领先的游戏引擎、AI创作辅助等技术服务与优质文化内容相结合，形成具有吸引力的付费点。如此一来，不仅能够提高产品附加值，还能通过用户自愿付费直接获得经济回报，进而建立可持续的盈利循环。另外与海外主流数字平台合作，采用灵活的分成模式，像应用商店、视频网站、内容聚合平台的收入分成机制。虽然可能会面临平台抽成压力，但是能够借助平台庞大的用户基础、推广资源和完善的基础设施，迅速扩大市场覆盖范围，降低初期推广成本和市场进入门槛。并且能够通过数据反馈不断优化产品和运营策略，实现文化产品在海外市场的规模化落地以及商业变现。这种与平台深度协同、利益共享的模式，平衡了内容创作者、平台运营方和用户之间的利益关系，增强了文化产品出海的商业可行性和抗风险能力。

更为关键的是，要把知识产权布局作为商业模式创新的重要组成部分。在目标市场提前进行注册商标、申请专利、登记版权等操作，构建起严密的保护网络。这不仅能对潜在侵权行为起到震慑作用，更是提升国际竞争力的核心战略。拥有强大知识产权壁垒的企业，更容易赢得海外合作伙伴的信任，吸引风险投资，在市场拓展、品牌建设、技术合作甚至反诉侵权等方面掌握主动权。这样就可以把知识产权从被动的保护需求转变为主动的竞争优势，为商业模式创新提供坚实的法律基础和战略支撑。

知识产权保护为数字文化出海奠定了法治基础，商业模式创新为其提供了经济动力，而科学的知识产权布局将两者紧密结合起来，它们共同支撑着中国文化在数字时代走向世界，提升中国文化的国际软实力。

## 5. 结论

### 5.1. 研究结论

研究系统探究数字经济推动中国文化出海的具体模式、实践路径以及对国家软实力的提升机制后得出核心结论。

数字经济为中国文化出海构建创新模式，这个模式里技术驱动、产业融合和全球化传播相互配合。在技术驱动方面，大数据、人工智能等前沿技术应用效果很好，能提高文化产品制作效率，还能扩大文化产品传播范围。产业融合靠跨界合作实现突破，推动文化和其他产业深度融合，能让文化产品市场竞争力变得更强。全球化传播依靠数字平台跨国特性，使中国文化能在全球广泛覆盖，还能精准触达目标受众。

探索实践路径发现，政策引导、数字基建、本土化适配和知识产权保护是推动文化出海的重要环节。政府出台政策支持，给文化出海提供制度保障，数字基础设施不断完善，为文化产品全球传播打下坚实技术基础。采取本土化适配策略能让文化产品在不同文化背景下更容易被接受，影响力也更大，健全知识产权保护机制，为文化产品参与国际竞争提供法律保障。

数字经济赋能中国文化出海和国家软实力提升有紧密联系。借助数字技术，中国文化叙事话语权增强，文化感召力在国际舞台上更明显，国际认同度得到系统性提升。国家软实力提升，有助于塑造中国良好国际形象，还能在全球文明交流互鉴中贡献中国经验，促进世界文化多样性发展。

数字经济为中国文化出海开创了新的模式和路径，还从更深层面推动国家软实力全面提升。这项研究揭示了数字技术在文化国际传播中的重要作用，也为未来中国文化在全球拓展提供理论依据和实践参考，展现了全球文明互鉴中的中国智慧。

## 5.2. 研究不足与未来展望

如今数字技术更新速度快，全球市场竞争愈发激烈，本研究存在一些不足，包括案例时效性、市场覆盖深度和定量分析等方面。

数字经济领域技术更新极快，人工智能、区块链、芯片等新兴技术不断涌现，这使得案例时效性成为研究面临的一个挑战。研究选取了部分有代表性的数字技术案例进行分析，然而这些案例或许未能完全跟上最新的技术发展步伐，尤其是在数字技术对文化出海模式产生影响的方面，分析可能存在一定滞后。

在市场覆盖深度方面，研究虽涉及多个国家和地区的文化市场，但对“全球南方”市场的细分研究不够深入。这些市场具备独特的文化背景、消费习惯和需求，对它们开展深入细致的研究，能够更为全面地理解数字经济如何助力中国文化出海，进而找到适宜的路径和策略。

在定量分析方面，研究针对软实力提升的量化评估方法不够成熟。尝试了一些定量分析方法，但由于数据获取困难、研究方法有限，未能精确评估软实力提升的程度，这在一定程度上影响了研究结论的准确性和说服力。

接下来，研究计划拓展新技术案例的分析，着重分析更为先进的 AIGC 技术对文化出海产生的影响。同时会深入研究“全球南方”市场的本土化策略，通过深入挖掘这些市场的文化特点以及消费需求，制定更为精准的文化出海策略。另外还会加强定量与定性相结合的实证分析，改进数据收集方法以及分析工具，提高软实力提升的量化评估精度，从而为数字经济助力中国文化出海提供更为科学、全面的决策依据。这些努力不仅能够弥补当前研究存在的不足，还能为后续研究提供新的方向和思路。

## 参考文献

- [1] 邵明华. 我国数字文化出海的历史机遇与发展方向[J]. 人民论坛, 2024(13): 98-103.
- [2] 徐剑, 李晨. 走向“全球南方”: 文化出海与国际传播效能提升[J]. 学术论坛, 2025(1): 138-148.
- [3] 陈知然, 庞亚君, 周雪, 刘伟杰. 数字赋能文化产业的发展趋势与策略选择[J]. 宏观经济管理, 2022(10): 70-76+90.
- [4] 高旭红. 文化“出海”的中国底色与传播策略[J]. 湖湘论坛, 2023(6): 42-51.
- [5] 方英. 全球数字文化贸易格局与我国的样态创新[J]. 人民论坛, 2024(15): 100-105.
- [6] 周敏, 赵晨雨. 叙事构建与技术共生: 中华数字文化出海新逻辑[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022(12): 48-55.
- [7] 解学芳, 张家淑. AIGC 技术赋能中华优秀传统文化数字化出海模式与创新路径——以国产数字游戏产业为例[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2025(6): 96-107.
- [8] 顾江. 文化强国视域下数字文化产业发展战略创新[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2022(4): 12-22.
- [9] 陈洁, 王广振. 全球化时代的数字文化出海与新“民族寓言”[J]. 科学决策, 2021(4): 113-129.
- [10] 解学芳. 区块链与数字文化产业变革的内外向度[J]. 人民论坛, 2020(3): 132-135.
- [11] 吕强, 王昕. 数字文旅的服务创变、传播新态与现实效益——基于微信小程序“云游敦煌”的考察[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2025(2): 74-84.
- [12] 郭琦. “一带一路”倡议背景下我国文化企业“出海”知识产权风险关注及策略制定[J]. 中国出版, 2023(1): 49-54.