



2025, 老外追的那些“中国爆款”

最触动我的，是哪吒的精神

阿尔贝托（意大利）

我是意大利人，妻子是中国山东人。3年前，我决定来到中国生活，因为这里既有深厚的历史文化，又充满朝气。

年初，电影《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）刚上映，妻子就带着孩子到影院观看，赶上了第一波热潮。那时孩子刚满3岁，是他第一次走进影院。此前，他已在老家把第一部《哪吒之魔童降世》看了不下十遍。因此当他得知有哪吒的新电影时，每天都缠着妈妈问：“什么时候去看哪吒呀？”

孩子特别喜欢《哪吒2》。看完后的几个月里，他对任何哪吒周边产品都爱不释手。我们给他买了不少图书、衣服和卡片，他收藏的哪吒卡至今还摆在家里。我的妻子觉得这部电影的画面比第一部更震撼，情感表达也更细腻。母子俩都强烈推荐我去看。

后来，我和儿子在家一起通过视频网站看了《哪吒2》。他坐在我身边，不时为我讲解剧情，像个小解说员。作为外国人，我首先被影片极具想象力的视觉特效震撼，电影对神仙角色和打斗场面的描绘，与欧洲神话电影风格截然不同，充满了东方美感。然而，最触动我的，是哪吒反抗命运的精神。这种不愿被既定标签束缚、坚决做自己的态度，超越了文化隔阂。在意大利文学和电影

中，也常能见到类似的主题。陪孩子看电影时，我也借此机会，以哪吒为例和他探讨勇敢做自己的重要性。

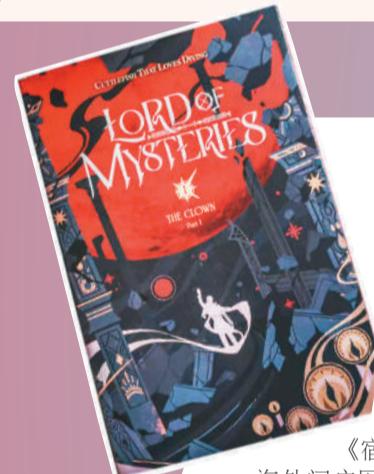
今年夏天，我回意大利探亲，很多朋友跟我提起《哪吒2》，说他们的孩子也很喜欢。我想其中原因，一方面是影片制作水准一流；另一方面，电影传递的情感，比如亲情、友情等，是共通的。我的朋友也说，虽然他们不熟悉中国神话的细节，但并不妨碍他们享受电影，还激发起他们了解故事背景的好奇心。

今年的另一部中国电影《浪浪山小妖怪》，也让我印象深刻。这些小妖怪不是天生不凡的英雄，却力所能及地守护善良。这种“普通人的英雄梦”格外动人。在意大利文化中，我们也常常颂扬普通人的坚持与勇敢。

现在，我在中国当老师，还是一名音乐人。我创作的歌曲《在名叫天津的地方》，获得了第二届“你好，天津”网络短视频大赛一等奖。每当看到自己的歌曲在地铁屏幕上播放，我都特别自豪。

今年，我参加了很多文化活动，还担任了中国欧盟商会晚宴的主持人；我的妻子成功邀请了一个意大利古典芭蕾舞团和两位意大利爵士音乐家来华演出。明年，我们将继续为意中两国的文化交流而努力。

（作者系天津外国语大学教师，本报记者赖睿采访整理）



打开网文“抽屉”，走进中国文化

查尔斯·德威（法国）

2025年，英语圈最受读者追捧的中国网文之一，就是《诡秘之主》及其续作

《宿命之环》。在阅文集团海外门户网站起点国际上，《诡秘之主》位列“翻译作品排行榜”第一名，有6970万点击量，评分高达4.89分（满分5分）。

“世界观很厚重”“伏笔像拼图”

“悬念推进强”……海外读者看后写下感受，同时也有人提到，这部作品前期信息量大、节奏较慢，但一旦进入状态就很容易沉浸其中，一路追下去。

《诡秘之主》是中国网络作家“爱潜水的乌贼”创作的西方玄幻长篇网络小说。作品融合了克苏鲁神话、维多利亚时代风情和蒸汽朋克等多重文化元素，构建了一个宏大而独特的世界。我觉得这是一部中西合璧、情感丰富的作品。尤其在精神层面，《诡秘之主》构建的那个平行、超验的“另一层世界”非常吸引人。作者把西方元素与很有中国网文特色的“成长/修行系统”结合起来，让人联想到道家文化，又包裹在偏西方的美学与叙事氛围中。

如此来说，《诡秘之主》受到英语读者热捧便不足为奇了。而动画改编更让这部作品“引爆”全球。2025年6月28日，2D动画《诡秘之主》上线美国流媒体平台Crunchyroll后，在互联网电影资料库（IMDb）拿下9.3分

高评，成为该平台首个评分人次过万的中国动漫。动画在Crunchyroll评分也高达4.9分（满分5分），成为备受瞩目的中国动漫爆款。

《诡秘之主》的成功不是孤例，就我多年的阅读和观察来看，中国网络文学受到世界各国读者喜爱，是因为其文化魅力。当你真正走进一部网络小说，就像走进一座神秘的宅邸：里面有很多抽屉。那些上了锁的抽屉里，可能藏着老物件、逝去的记忆，也藏着故事。有些人打开抽屉，就会被吸引进去。他们自己做功课，查资料，甚至想去中国旅行，把那份好奇补充完整。

也因此，我希望将热爱中国网络文学的人聚合在一起。2017年，我与朋友创办了元气阅读平台，至今它已是法语区最大的中国文学爱好者社区。每月有数十万级的法语读者访问网站，且访问量多年来保持至少10%的年增长。

前不久，我参与了《网文中国》纪录片的录制，与许多中国知名网络作家对话。一些外国读者看了纪录片，留言表示感谢。每个人在阅读过程中，都会从作品里“拿走”他最在意的部分，或是主人公的成长道路、秉持的价值观，或是某个细节。但不管拿走哪一块，它都会在读者心里留下回音：那是一种“中国的故事”。

对我而言，中国网文的价值之一，就是让人们更多感受中国文化，也重新想象中国的未来。

（作者系元气阅读平台创始人，本报记者张鹏禹采访整理）

▼《藏海传》剧照。
网络图片

看中国剧集，让我的世界更有趣

桑纳比亚（哥斯达黎加）

我在哥斯达黎加大学学历史，同时也学中文，中文名字叫李雪佳。我对中国的兴趣开始得很早。7岁时看《功夫熊猫》，我就觉得熊猫生活的那个地方很酷。现在，我喜欢在YouTube和Viki上找中国电视剧看。

最近，我一直在关注电视剧《藏海传》。说实话，最开始是因为肖战。听说他在剧里演一个叫藏海的营造师，我就很想看。因为在我的专业里，了解古代城市的布局以及古代人如何管理国家、解决困难，是非常有意思的事情。

剧中有不少让我目不转睛的镜头。比如那些精致漂亮的衣服。我以前不知道中国古代的衣服有那么多层，而且对官员来说，不同的颜色代表不同的官阶。更让我惊讶的是，藏海解决问题的方式。和西方电影里的超级英雄不一样，他不用拳头，他用大脑和那些复杂的木头机关。看到那些不用钉子就能拼在一起的榫卯建筑，我觉得简直是一种古老的几何魔法。这部剧的音乐也很特别。当二胡、古琴的声音响起来，那种优美空灵，甚

至有点孤独感的音乐，让我彻底沉浸在故事里。这部剧的中式美学和侠义精神也让我着迷。中式美很特别，讲究优雅和意境。戏里的衣服颜色雅致，建筑对称又大气，看起来不喧闹，却有一种安静的力量和历史感。它让人用心去感受，而不是只用眼睛看。

这种美感，又和中国的“侠”文化连在一起。我一直在思考剧中的“复仇”主题。在很多西方故事里，复仇就是消灭坏人，但藏海是在学习如何“放下”与“守护”，更像一个“文人侠客”。这比简单的报仇故事更深刻，也让我更敬佩。

在哥斯达黎加，我和几个朋友有时会聊到中国的影视节目。当我给他们看一些中国演员照片时，他们都会惊叹：“他们很有特点，笑容太迷人了！”

《藏海传》等中国剧集让我的世界变得更有趣了。我现在最大的愿望是去中国学习，获得文化和历史方面的硕士学位，亲身去感受中国传承了几千年的历史，亲眼看看那些让人着迷的古建筑。

（作者系哥斯达黎加大学学生，本报记者苗春采访整理）



国产动漫电影《哪吒之魔童闹海》登顶全球动画电影票房榜，潮玩Labubu在世界多地掀起抢购潮，歌曲《大展鸿图》引发海量外国观众模仿，网络文学《诡秘之主》受海外网友追捧，电视剧《藏海传》在190个国家和地区播出……2025年，中国文化正以多元姿态跨越山海，“圈粉”全球。

时至岁末，我们邀请5位外国朋友讲述他们眼中的“中国爆款”。让我们跟随他们的讲述，一起感知中华文化历久弥新的吸引力。

——编者

不只是潮流玩具，更是开放的符号

胡灵月（匈牙利）

我一开始注意到Labubu，是在北京的潮流商圈和社交媒体上。我的中国同学和留学生们经常分享一些有趣的短视频，其中就有人展示自己收藏的造型各异的Labubu玩偶，还相互讨论“抽隐藏款”“换新衣服”等话题。

这个长着尖耳朵、露出狡黠笑容的精灵形象，不像我以前认知中的那些可爱玩偶，强烈的反差感让我一下子就记住了它。

在我看来，Labubu 不只是一个潮流玩具，它更像是一个开放的文化符号。每个拥有它的人，都可以通过它讲述自己的故事、展示自己的个性，高度的参与感和互动性让它更有魅力。Labubu就好像一条“社交纽带”，成为世界各地年轻人相互交流的文化媒介”。

首先，它“丑萌”的形象，打破了人们对于玩偶的传统印象，让年轻人觉得真实、有性格，更容易产生情感共鸣。其次，它擅长“入乡随俗”，就像一位友好的文化使者，让大家先喜欢上这个形象本身，继而注意到它来自一个充满创意的中国公司。面向泰国市场，它穿上泰国传统服饰；和卢浮宫合作，它就化身名画人物，让大家在“玩”的过程中，自然感受到一个玩偶背后承载的文化活力和包容性。

过去，一提到中国文化，我们经常想到的是丝绸、瓷器，或者书法、中国画。它们很美、很有韵味，不过偶尔也会让人觉得与现实生活“有点距离”。通过Labubu，我感受到当代中国鲜活、灵动且充满自信的文化创造力。

作为一名留学生，我今年参加了不少文化交流活动，包括参加首届“国际青年长江行”活动、在世界互联网大会乌镇峰会圆桌论坛交流发言、在2025“留学北京”回顾暨国际学生“北京之夜”活动中与北京5所高校的国际学生共同出演情景朗诵节目《回信里的成长》等。

未来，我希望继续扮演好“文化体验者”与“故事分享者”的双重角色。我计划更加系统地将自己在中国的所见、所感、所思，通过更生动的社交媒体记录和更深入的文化交流活动，分享给匈牙利以及欧洲的朋友们。

希望通过自己的亲身经历，让更多人看到一个真实立体全面的中国。

（作者系首都师范大学留学生，本报记者黄敬惟采访整理）



到现场，才知道这首歌曲有多火

柯桑德（荷兰）

说起今年火爆全球的中国音乐，一定绕不过《大展鸿图》《八方来财》等说唱歌曲。大概从2月开始，我就刷到过相关音乐片段。后来，在抖音、TikTok平台上，全球网友的翻唱、跟跳让这些歌彻底出圈了——在抖音，“大展鸿图”话题播放量超43亿次，“八方来财”话题播放量超66亿次。现在，大量外国网友发布自己在中国旅游的vlog，或是与中国相关的短视频时，常常用这两首歌作为BGM（背景音乐）。我还刷到过一位拥有530多万粉丝的瑞士网红用中文翻唱《大展鸿图》的视频。

说实话，此前我对中国说唱并不了解。当大佬来法国巴黎演出时，我和朋友从荷兰驾车，直奔演出现场，想看看他的歌曲到底有什么魔力。

当天，现场涌入了500多名歌迷，外国歌迷占了半数左右。全场一共15首歌，大多数歌曲都引发了全场大合唱。我还注意到，观众席前排就坐的几位外国朋友，一直在用中文跟唱，真的很厉害。

在现场，我采访了很多歌迷。有的歌迷对“我送阿叔茶具”的歌词很有共鸣，他说“在东欧，我们也会给亲戚带礼物”；有的歌迷虽然不会讲中文，但是对融入中国音乐素材的孟菲斯说唱很上头；有的歌迷很喜欢《八方来财》的祝福，会用中文喊出“来财”；还有的歌迷自己

整理了一个中文歌单，经常拿出来听……不论是因为什么原因喜欢这些歌曲，大家都表示，会继续了解中国文化和中国音乐。

我做过“请外国音乐人给中国写歌”的系列视频，觉得音乐的确是一个增进理解的窗口。就像《大展鸿图》将中国广东方言与岭南文化植入歌词，对传统戏曲进行创造性采样，我邀请的外国音乐人，也会在作品中加入“长城”“少林武功”这些代表性的中国元素，还会在歌词里写到中国人“善良大方”“温暖和爱意从不隐藏”。

从说唱《大展鸿图》到潮玩Labubu，再到“甲亢哥”在中国的直播之旅，今年社交平台上关于中国的热点话题层出不穷。这些话题也让全球网友在西方媒体单调、片面的报道之外，看到中国的精彩、开放和多元。

我在中国深圳生活了近20年，在这里长大，中国也是我的家。作为一名短视频博主，我一直希望用影像讲述中国故事。在中欧建交50周年之际，我的一部短视频作品获得了“中欧五十年，携手向未来”主题创意大赛一等奖。我会继续分享我在中国的亲身感受，用影像架起沟通、交流的桥梁。

（作者系短视频博主，本报记者徐嘉伟采访整理）

统一策划：张意轩 罗兰
统稿：郑娜
制图：石瑞禾



▶ 网友跟跳《大展鸿图》。视频截图