

# 以《给阿嬷的情书》为例 谈中国电影国际传播策略

■文/江珊 赵硕

在中国电影国际传播的实践中,如何让本土故事跨越文化隔阂,被海外观众真正理解和接受,成为行业亟待破解的课题。成本仅1400万、“全员素人”的潮汕方言影片《给阿嬷的情书》,不仅在国内市场收获高票房和好评口碑,而且成功进入戛纳电影节市场单元,引发英国、法国、泰国、马来西亚等十余国发行商的关注。这部影片以“扎根本土、共情全球”为核心,构建了一套可复制、可借鉴的国际传播策略,为中国电影出海提供了全新思路。

## 路径策略: 从小城到世界、诉小情见大义

长期以来,中小成本电影出海常面临宣发资金不足、国际渠道匮乏的困境。《给阿嬷的情书》走出了一条本土验证、全国“破圈”、国际对接的梯度路径。

本土验证是传播的基石。自2026年4月17日起,影片率先在潮汕地区开启点映及路演,当地观众对工夫茶、英歌舞、骑楼等文化细节有天然的亲切感,对于传播家门口的文化感到无比自豪,自发在社交平台分享观影感受。点映场次票房超过1300万,领跑同档期预售,影片的场均人次始终名列前茅。

全国“破圈”为“出海”蓄力。影片于4月30日公映,首日排片不足4%,在五一档商业大片包围中几乎无人看好。凭借真实细腻的情感表达,影片口碑一路发酵,排片稳步攀升至34%以上;上映第17天(5月16日),单日综合票房达1.19亿元,连续两天单日破亿,成为2026年春节档后首部单日票房破亿的影片。豆瓣评分从开分的9.0涨至9.2,稳定在2026年国产电影口碑榜首。截至5月24日,累计票房突破10亿元,网络平台预测总票房直奔20亿元。国内票房与口碑成为影片出海的“硬名片”,极大降低了国际发行商的引进顾虑。戛纳现场多位发行商坦言,正是听说影片在国内的现象级表现,才专程前来观看。

影展对接实现精准突围。5月15日,影片凭借国内口碑与票房的双重实绩,在戛纳电影节市场单元完成放映。此次放映仅以市场放映的形式进行专业展映,但前来观影的观众依然排起了长队。这种以国内口碑撬动国际关注的模式,以最小宣发成本完成国际渠道突破,为相似的影片出海提供了可复制的路径参考。

## 内容策略: 从本地到全球、以共情架桥梁

跨文化传播的核心是解决“文化折扣”问题。《给阿嬷的情书》的关键突破在于,拒绝为迎合国际市场而去“本土化”,反而以坚守文化本真为基础,完成从文化符号到普世情感的精准转译。

文化符号的价值转译,是打破认知壁垒的关键。影片以世界记忆遗产“侨批”为核心,90%以上情节源自真实华侨往事。影片深挖侨批背后“跨越山海的信义与守望”,让陌生符号生长出全人类共同情感。与此同时,工夫茶、骑楼、英歌舞等潮汕民俗没有

堆砌为“异域风情”,而是融入日常叙事。这种克制表达让国际观众代入人物情感,而非看文化展览。正如导演所言,唯有让故事拥有世界性、普适性,才能让扎根本土的侨乡文化被更多海外观众理解、接纳。

方言的坚守成为情感放大器。影片全程保留潮汕方言原声,没有为海外市场改用普通话或英语。素人演员自带的生活质感、方言中蕴藏的市井温度,让国际观众无需完全听懂台词,就能从演员的神态、语气中读懂情感。正如英国发行商评价,真实的情感是无需翻译的世界语。方言没有成为传播阻碍,反而成为彰显影片真实性的独特标识。

叙事视角的精准适配打通了国际传播的切口。影片跳出传统侨乡故事的男性叙事,而是聚焦双女主互助的情感线。阿嬷叶淑柔半生守望,女性谢南枝代写家书四十余年,两位素未谋面的女性跨越山海完成了半世纪的守望与托举。这种“女性互助”的纯粹叙事,契合了国际市场对多元女性议题的关注,成为影片获得欧美影评人与发行商认同的关键。

## 市场策略: 从地域到全球、分众群定渠道

国际市场的文化语境、受众需求存在显著差异。《给阿嬷的情书》针对不同市场特点制定差异化的传播重点,实现精准触达。

针对东南亚市场,主打侨乡乡愁,激活华人集体记忆。泰国、马来西亚等国拥有大量潮汕华侨,影片精准抓住“祖辈下南洋”的集体记忆。一位泰国发行商观看后表示,在泰国讲泰语,听中文哭了好几次。这部影片能教育和引导年轻一代理解自己的根脉与文化遗产。马来西亚发行商则表示,年纪大的人看后真的会有共同感受,因为以前资讯太不发达了,造成很多误解,看的时候很难受。这些真实反馈表明,侨乡乡愁是打开东南亚市场的关键钥匙。

针对欧美市场,主打全人类共同情感,对接主流观众需求。针对欧美市场,影片重点推广“跨越半世纪的承诺”“女性互助的温情”等共通主题。英国发行商评价,在西方世界,几乎没有人真正了解这段历史,能看到这样珍贵的故事,我相信它能在世界各地引起共鸣。法国发行商也表示,作为一个外国人,我很喜欢这部电影,它让我了解了那个时代中国人的生活与牺牲。这说明,越是陌生历史背景中的故事,越能激发国际观众的好奇与情感认同。

在内容适配方面,保留本真,轻量

化转译。海外发行全程保留潮汕方言原声,仅搭配对应语言的字幕,既坚守文化本真,又避免配音带来的情感损耗。针对“侨批”这一核心文化符号,在字幕与宣传物料中做轻量化背景解释——例如用“Overseas Chinese Remittance Letters”或简单说明“海外华侨寄往家乡的信件与汇款”即可让国际观众快速理解,既不影响观影节奏,又有效解决了文化认知障碍。

## 行业启示: 中国电影出海应“小而美”新路径

《给阿嬷的情书》的出海成功,打破了中国电影出海的两个常见误区:要么是大制作商业片试图用特效打通全球市场,却往往因缺乏情感内核而难以引发共鸣;要么是文艺片刻意迎合西方对中国的刻板想象,反而失去本土文化的本真。

这为中小成本电影出海提供了清晰的启示:核心不在于“大制作”,而在于真情实感与真文化。扎根自身文化根脉,挖掘本土故事中的人类情感公约数,才是打破文化壁垒的关键。

策略的可迁移条件包括:一是有明确的地域文化根基——潮汕文化作为载体,提供了独特的故事场景与文化厚度;二是能提炼出全人类共同情感内核——“情义”与“信守承诺”是全人类共通的情感底色;三是可有激活的海外社群——东南亚侨胞作为天然“种子用户”,为出海传播提供了信任背书。此外,“本土验证、全国‘破圈’、影展对接”的三步流程本身具有通用性,不依赖特定题材,任何一部具备情感浓度的地域题材影片,都可以借鉴这一路径,以最低成本完成国际渠道的突破。

更长远意义在于中国电影的国际传播,本质上是将中国文化翻译给世界听。翻译不是讨好,也不是简化,而是找到一种既不失真、又能让人理解的方式。正如该片导演蓝鸿春所说,真善美从来都不只是中国人的追寻,更是全世界人类共通的底色。潮汕文化是载体,情义与亲情才是内核。

在文化自信不断提升的今天,中国电影出海已进入多元化时代。《给阿嬷的情书》提供的范式是:中小成本影片可以凭借精准的路径规划、优质的内容转译、差异化的市场适配,实现低成本高效出海。未来,更多扎根本土、兼具情感温度与文化深度的中国电影,将像这封“给阿嬷的情书”一样,跨越山海,抵达世界,让全球观众真正读懂中国故事、感受中国温度,推动中国电影国际传播迈向更高质量的发展阶段。(作者单位:中国传媒大学)



# 从一封“情书”读懂深圳文化影视生态

■文/刘莎莎

没有顶流明星,没有铺天盖地的宣发,深圳原创出品小成本电影《给阿嬷的情书》凭借极致的真诚与口碑书写奇迹——上映27天票房突破11亿,豆瓣评分9.2高居年度榜首。

这封来自深圳的“情书”,不仅叩开了无数观众的心门,更以其现象级的突围,生动折射出深圳独特而富有活力的文化影视生态。

透过这部作品,可以清晰地看到深圳近年来在原创精品、文化双创、文艺生态等方面的系统布局与显著成效。

## 原创精品迭出, 源自长期主义深耕

原创是文艺创作的灵魂,精品是文化高峰的标识。深圳近年来文艺精品呈井喷之势,从《咏春》到《给阿嬷的情书》,并非偶然的“爆款”运气,而是一场以“长期主义”为底色、以制度创新为抓手的必然结果。

从摘得“五个一工程”奖的原创新舞剧《咏春》,到以小成本撬动亿级票房的电影《给阿嬷的情书》,再到精品短剧集《奇迹》、广播剧《我从湾区来看你》、歌曲《一路生花(2024特别版)》等,深圳原创精品持续涌现。2025年,深圳文艺“深军”全年荣获国家级和国际性奖项86项,沉甸甸的奖项有力证明了深圳文艺创作的实力。

深圳不追求立竿见影的短期回报,而是通过系统化的制度设计,为原创生长提供持久养分。以电影为例,针对小成本影片“找钱难、把关难、发行难”的普遍痛点,在市委宣传部统筹协调下,深圳自2019年起率先发起小成本电影扶持计划,建立了一套贯穿剧本路演、拍摄制作、后期送审的全流程孵化机制。

近年来,深圳更出台《深圳市推动数字创意产业高质量发展的若干措施》等系列针对性强的影视扶持政策,为文艺影视精品创作提供了坚实的制度保障。这一系列机制如同“护航编队”,为有梦想的年轻创作者提供专业的“把关人”和“护航者”。

在人才引育方面,深圳同样坚持“长期主义”。蓝鸿春导演扎根深圳多年,从一名普通纪录片编导成长为深圳影视业的青年领军人才。

他是深圳重点关注、长期扶持的青年导演之一,深圳市宣传文化发展专项资金对其系列影视作品均给予了扶持。其创办立春影业是深圳市影视企业联合会副会长单位,他本人也已成为深圳市影视产业联合会副会长。

从《潮汕三部曲》的《爸,我一定行的》《带你去见我妈》到如今的《给阿嬷的情书》,蓝鸿春的每一步成长,都是深圳“全周期陪伴”的生动写照——不追求立竿见影的回报,而是着眼于构筑长远的人才基石。

事实证明:真正的精品,需要时间来酿造;真正的原创力,需要制度来守护。

## 文化双创实践, 贵在激活传统基因

如果说“抓原创”解决的是“出什么作品”的问题,那么“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”回答的则是“如何让作品拥有

持久的生命力”。深圳虽然没有老城古都的厚重遗存,却凭借移民城市特有的开放性与创造力,成为传统文化的“转化器”与“放大器”。《给阿嬷的情书》与《咏春》正是这一理念的标杆实践。

《咏春》将咏春拳与香云纱“双非遗”融入现代舞蹈语汇,用当代舞台美学激活传统武术魅力,让古老技艺与世界观众产生情感共振,全球巡演超300场,成为首部登上莫斯科大剧院等世界顶尖舞台的中国原创舞剧。

《给阿嬷的情书》则以世界级文化遗产“侨批”为载体,将极具地域特色的潮汕乡愁提炼为全体华人共情的家国情怀——菜碟的清香、出花园的仪式,不再是地域的壁垒,而成为直抵人心的温情纽带。影片讲述的是潮汕故事,却打动了全国观众,这背后正是深圳海纳百川的独特城市气质。

在一声春雷影业负责人宁敬武导演看来,蓝鸿春团队的创作路径,本身就是深圳“务实”精神的生动体现——不追逐风口,不贪大求全,而是专注细分内容领域,向内深挖,始终关注那些能够感动人、治愈人的故事。这种沉下心来、深耕细作的定力,正是深圳这座移民城市给予创作者的独特养分。

从“双非遗”到“侨批”,深圳的“双创”实践不是对传统的简单复刻,而是用当代的视角,现代的复元,重新激活那些沉睡在血脉中的文化基因,让传统文化不再是博物馆里的陈列品,而成为可感知、可共情、可传播的鲜活力量。

## 热带雨林生态, 成于无界共享机制

优秀的作品需要深厚的土壤,健康的产业生态则是文艺硕果迭出的根本保障。《给阿嬷的情书》的“破圈”,正是深圳多年来着力构建“热带雨林”式文化产业生态的一次集中检阅。在这个生态中,政府不再是唯一的“供给者”,而是转型为“平台搭建者”和“生态服务者”,形成了“政府引导、市场主导、社会参与”的良性循环。

深圳探索出的“共享型城市文创新生态”,其核心在于“无界”与“共享”。这套生态彻底打破了传统“供给型”模式的桎梏,构建了一个“共创、共治、共享”的无界闭环。

在空间上,文化资源如水电般下沉:福田区创新布局的105个嵌入式新型文化空间,如同城市肌理中的“文化干细胞”,见缝插针地点缀在商圈、园区、绿道乃至社区里;遍布街头的智能琴房与24小时书吧,共同形成“10分钟文化生态圈”。

在身份上,创作者与消费者的边界正在消融——通过《奇迹》等项目“央地共创”及“我就是奇迹”创作大会,以“不论资历、不限专业”的开放姿态面向全球征集精品中短剧剧本,普通人也成为时代的记录者,全民皆可成为文艺家。

在产业上,文艺作品不仅是精神食粮,更成为激活文旅消费的“流量引擎”,实现了文化与城市品牌的双向奔赴。

这种生态的底气源于务实的机制托举。

2019年首创的“深圳小成本电影实施规划指挥部”,开创性地实行

“艺术把控+发行护航”的双轨制帮扶。

正如电影《给阿嬷的情书》总制片人兼编剧郑萱轩所言,早在项目孵化之初,她就笃定这部电影会票房破亿,“当时身边人都觉得我疯了,但我知道观众内心极度渴求真挚的情感共鸣。”而这种笃定之所以能落地,正是源于深圳开放包容、因热爱就能相聚干事的大氛围,以及对文艺幼苗的“全周期呵护”。

从剧本孵化到宣发支持,深圳用“保姆式”的陪伴为小成本电影撑起保护伞,打破了文化资源“中心化”的垄断,构建起“泛在化”的共享网络,让每一颗真诚的种子,无论出身、不论背景,都能在这座城市找到破土而出的缝隙。

## 城市书写奇迹, 归于普通人被看见

《给阿嬷的情书》证明了一座高度市场化、科技化的年轻移民城市,同样能孕育出直击人心的电影作品。这本身就是“奇迹”——不是大制作、大宣发的奇迹,而是小成本、小人物、真情感的奇迹。它的成功揭示了一个朴素真理:在这个时代,一部作品最大的“特效”,是一颗真心与亿万颗心的双向奔赴。

深圳一直在做“精品策源地”。这座城市将“来了就是深圳人”的口号转化为可操作的创作准则,鼓励用最真诚的方式讲述那些能够触达人类共通情感的“中国故事”。更值得关注的是,深圳本身就是一座取之不尽的文学与艺术富矿。

蓝鸿春在采访中透露,他不仅深耕潮汕题材,更早已将目光投向深圳本土,早在2021年就写过一个关于深圳90年代的故事。“我生活、工作在深圳,我写的就是深圳的故事和潮汕的故事。我的整个生活体验,就是这两个地方。”

这番话揭示了一个重要事实:这座改革开放的前沿城市,四十多年来积累了无数值得书写的奋斗传奇、城市变迁与人间烟火。从“三来一补”的工厂轰鸣,到科技创新的浪潮奔涌;从百万务工者的青春梦想,到无数创业者的跌宕人生——深圳本身就是一座蕴藏着无限创作矿藏的文化宝库。

从精品短剧集《奇迹》面向全球征集1500多个平凡人的真实故事,到“我就是奇迹”创作大会的启动,再到《给阿嬷的情书》让普通潮汕阿嬷的情感穿透地域与圈层,深圳正在用行动证明:真正的“大片”,不是投资的堆砌,而是无数普通人被看见、被讲述、被共鸣。

从《咏春》的世界巡演到《给阿嬷的情书》的全国“破圈”,深圳正在以开放的姿态,通过作品向世界讲好深圳故事、大湾区故事,在全球化坐标下重新定义属于自己的文化话语权。这座城市不追求孤峰突起的爆款,而是致力于让每一颗真诚的种子都有破土的可能。

从这个意义上说,深圳不仅贡献了一部现象级电影,更在引领中国文艺进入一个“内容回归”与“生态制胜”的新时代——在这个时代,每一个小成本、小人物,都有机会创造属于自己的奇迹。这张深圳交出的跨时代电影答卷,正在为这个时代写下最生动的注脚。

(来源:深圳特区报)

广告

## 《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联·民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国

邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236