

国产都市爱情剧海外受关注

中国式爱情
全球观众共情

《早春晴朗》中文海报。（出品方供图）



《爱你》英文海报。（出品方供图）



《当爱抵达时》中文海报。（出品方供图）

9月9日，奈飞公布新一期全球非英语剧集周榜：优酷自制都市情感剧《早春晴朗》蝉联第二。此前该剧以240万次观看、2150万小时观看时长位列奈飞上期全球非英语剧集周榜第二，创国产剧在该榜单的历史最高排名。该剧于8月26日在优酷和奈飞同步播出，开播两日内，便冲至奈飞全球日榜第六，进入54个国家和地区日榜前十，在新加坡、越南、泰国、印尼及中国香港、中国台湾地区登顶，列巴西日榜第二。

《早春晴朗》海外爆红并非孤例。近几年，从《偷偷藏不住》《难哄》《爱你》《双轨》等长剧，到《那年冬至》《当爱抵达时》等微短剧，中国都市爱情剧在海外不断取得好成绩：《爱你》成为2025年爱奇艺国际版年度播放量最高的华语剧集；《双轨》拿下爱奇艺国际版20多个国家和地区人气热播榜第一，还登顶北美流媒体平台Viki的全球剧集榜，TikTok多语种话题播放量累计达35亿次；《那年冬至》《当爱抵达时》等海外播放量均破亿。曾经被韩剧定义的亚洲爱情剧消费市场，格局正被悄然改写。

爆款来自长期投入

国家广播电视总局发展研究中心国际传播研究所所长朱新梅介绍，2025年中国电视剧（含网络剧）出口额达约1亿

美元，现当代题材电视剧的出口额占比从2020年的不足40%提升至2025年的近60%，其中都市爱情剧是重要力量；谷歌搜索趋势数据显示，“Chinese drama（华剧）”的全球搜索热度自2024年下半年加速攀升，2025年在多个时间节点超过“Korean drama（韩剧）”。这一变化被业界视为华剧影响力的全球性拐点。

数据之外，更值得关注的是制造爆款的机制——这背后，平台与出品方在内容判断、创作者扶持和精品制作上进行了长期投入。

优酷相关负责人表示，从《偷偷藏不住》《难哄》到《早春晴朗》，平台长期坚持精品化战略、挖掘并满足用户审美需求、持续扶持创作者。《偷偷藏不住》导演李青蓉、《难哄》导演瞿友宁、《早春晴朗》导演蒋继正都是中国港台地区资深导演。《早春晴朗》编剧高小娴同时担任总制片人，于2023年加入优酷并成立千予工作室。优酷相关负责人认为，这样的机制让创作人才保有足够主导权，也为剧集的成功提供了更稳定的条件。

爱奇艺都市爱情出海主力剧目包括《爱你》《轧戏》《双轨》等，突显题材差异化。《爱你》融合中医治愈叙事，《轧戏》采用悬疑剧常用的多线叙事，服务人物成长与情感推进；《双轨》叠加赛车、拳赛等强视觉元素，

并在泰国实景拍摄、启用当地演员，跳出单一甜宠模式。爱奇艺希望通过持续的精品内容供给，让海外用户形成稳定的追剧习惯，实现华语都市爱情剧稳定、持续、可复制的海外破圈。

微短剧同样是一支重要力量。听花岛副总裁臧楠介绍，公司依托自有海外短剧平台FlickReels实现全球发行，覆盖200多个国家和地区；《当爱抵达时》《那年冬至》等剧聚焦当代青年婚恋观与成长，进行多语种字幕本土化适配，在东南亚夯实口碑后，进入欧美、拉美市场，形成长尾传播。

提供“未来镜像”效应

人们常说，爱情是跨越世界的语言。如今，为什么“中国式爱情”能让全球观众共情？

朱新梅认为，中国经济发展为“中国爱情故事”提供了内在的传播势能。东南亚、中东、拉美观众看中国都市爱情剧，本质上是在通过爱情故事观察一个快速发展的超大型经济体的日常生活，这种“未来镜像”效应，成为中国都市爱情剧出海的时代红利。在她看来，中国都市爱情剧带来扎根现实的亚洲现代都市叙事，提供了“非西方”视角下的现代生活经验，更深耕熟龄爱情、女性成长等细分题材。她指出，全球化时代，现代性体验的接近正在超越文化传统的接近，成为跨文化传播更核心的驱动力。

《早春晴朗》引发全球共鸣的关键，优酷相关负责人认

为首先是该剧具有扑面而来的日常感和大都市的肌理——城市通勤、合租、广告职场、朋友间的相互托举等。剧集通过主人公尚之桃与栾念成熟克制、彼此照亮的关系，探讨如何在爱情中保有自我，在不确定的生活里守住值得珍惜的人，“这个关于爱情与自我的命题，放在北京、东京、纽约、里约都同样成立，从而把具体的当代中国生活，转化为全球观众能共情的共同经验”。

臧楠认为，在短剧这一新兴赛道，中国已经取得产业主动权。在她看来，国产爱情短剧用“笨功夫”换生活质感，更多把矛盾收束在人物内心并推动其自我成长，从而切中海内外观众对低内耗、可代入、能共情关系的想象。

从单点热度到长效影响力

爆款之后，如何把单点热度转化为长效影响力？

朱新梅将中国视听内容的出海路径概括为“自建平台+借船出海+短剧渗透”，三者分层递进、互为支撑：“自建平台攒家底，借船出海打品牌，短剧渗透铺基本盘。”她认为，国产剧集出海想从“赚快钱”走向“赚长钱”，需要进一步加强品牌建设，持续扩大海外影响力，分层进行本地化译制，实现跨文化共情，同时做好版权保护、多元开发与IP长效运营。

爱奇艺正在从“借船出海”“造船出海”向“生态出海”扩展，除自建国际版平台外，

还通过海外本土渠道合作和数据分析，持续了解不同区域用户偏好，如爱奇艺国际版以华语内容为核心流量支柱，与马来西亚Astro、阿联酋电信等当地运营商合作，依托全球热播剧集的表现沉淀用户偏好，用于不同市场的内容宣发和落地。此外，爱奇艺持续携手中国演员出海，通过“星舰计划”“iJOY悦享会”等，组织主创团队赴海外开展见面会和会员活动，提升华语内容的海外关注度及影响力。此前《双轨》在印尼举办见面会，TikTok相关话题播放量十分可观。

政策也在提供支撑。朱新梅介绍，广电总局《进一步丰富电视大屏内容 促进广播电视内容供给的若干措施》简化优化审批流程，鼓励创作模式创新，扶持现实题材创作；“视听中国”等工程遴选优质节目走出去，专项资金支持多语种译配，鼓励长视频平台建设海外版App、微短剧企业拓展全球市场。

中国都市爱情剧的出海，正在从一部剧单点走红，变成内容、平台和运营多方面共同推进的长期过程。对于创作者而言，重要的是把中国人当下的生活拍得具体，把人物之间的感情讲得真切，让更多海外观众从剧中看见当代中国人的生活，也看见不同文化背景下共同的情感体验。“语言不同但人性相通，把自身生活拍扎实，海外观众便觉得讲的也是他们的事。”臧楠说。（苗春）

· 公益广告 ·

10.18
农历 九月初九

重阳节

关爱空巢老人，让温暖回家



中宣部宣教局 中国文明网

《名城早報》编辑部 宣