海外「短劇迷」夢想成真 跑江湖進「宮廷」

老外來華當「大俠」浙江橫店過足戲癮

「我一直很喜歡中國的武俠小說，看過翻譯的書籍，這次能在橫店演一個大俠，對我來說是一段非常特別的經歷。」法國遊客馮克禮在浙江橫店影視城終於圓了自己的「武俠夢」。近年來，中國微短劇盛行海外，而橫店影視城針對遊客推出的「短劇拍攝」體驗項目，更讓外國觀眾的「追劇」從線上追到了線下，以戲中角色身份走進「宮廷」、「江湖」，當上劇集主角。

現場妝造，導演講戲，再配合中英文翻譯服務，即使聽不懂普通話的外國短劇迷，也能靠最低收費僅200元人民幣出頭的短劇拍攝體驗輕鬆過一把「戲癮」。數據顯示，2026年前三季度，橫店影視城入境遊遊客同比增長245%。從「看中國短劇」到「自己演短劇」，外國遊客在體驗短劇拍攝的過程中，對中國文化和影視製作的認知也更深了一層。

掃碼睇片

大公報記者 王莉





▲國慶假期期間，橫店影城的角色扮演工作人員與來自尼泊爾的遊客合影。 中新社

◀參與浙江橫店影視城「我在橫店當群演」體驗項目的外國遊客身穿古裝戲服，與影視城工作人員合照。 網絡圖片

走進橫店影視城主要實景拍攝點，明清宮苑的紅牆黃瓦下，身着清宮戲服的「娘娘」們正圍着「皇帝」鬧得不可開交；隔壁武俠片場，有遊客吊着威亞在空中比畫劍招……遊客僅需花費388元人民幣，就能挑選劇本、戲服，配上完整妝造，體驗導演說戲、攝影師掌鏡、場記跟拍，還有專業群演充當「戲搭子」，過一把「短劇癮」。「從妝造到拍攝完畢，只需要一個多小時，不耽誤遊客遊覽下一個景點。」橫店影視城微短劇導演吳藝卓介紹。

配英文翻譯 方便遊客隨時加戲

而對於許多靠觀看「C-Drama」（中國影視劇）、中國短劇而對中國文化、歷史產生興趣的外國遊客而言，橫店之旅無疑更是「夢想成真」。除了在橫店影視城內打卡《甄嬛傳》、《知否知否應是綠肥紅瘦》等古裝影視劇的實景拍攝點，短劇體驗中諸如械鬥、朝拜、捉拿疑犯等花樣百出的體驗，也能讓外國人「過足戲癮」。來自英國的遊客帕特爾就是一名中國微短劇和古裝劇愛好者。她身穿紅色明朝長袍，在鏡頭前飾演了一位善良的姐姐，而心機妹妹卻誣陷她打碎了母親的茶杯。「我想來看看這裏的建築，感受文化和歷史，四處走走，感覺就像穿越回了過去」。巴西遊客梅利莎雖然沒有在短劇中出鏡，但對短劇拍攝體驗印象深刻。她站在一旁看着同行的朋友參與表演，不時發出笑聲，她說：「像電視節目一樣。」

「針對外國遊客，我們還現場配備了專業的翻譯人員，導演團隊也會採用他們能理解的表達方式進行引導。」他說，「比如清宮戲，我們會類比成他們國家的國王和皇后，如果是演俠客，我們會拿類似佐羅這樣的故事進行對比，還有一些復仇的劇本，我們就以基督山伯爵為例來說戲。他們基本都能明白劇本的內容，有些遊客比我們想像的還會演，自己會加戲碼。」

中英文台詞「混搭」打破文化隔閡

「Three two one action！」隨着現場導演用英文一聲令下，反串飾演「皇后」的男演員一本正經地唸起了台詞：「你一定要向本宮告發熹貴妃……」「Your majesty，I accuse Xi Gui Fei of having an affair with……（皇后娘娘，臣妾要告發熹貴妃私通）」在視頻博主「Ryha瑞哈」發布的橫店短劇體驗成品裏，這段《甄嬛傳》的經典片段中文與英文台詞齊飛，「洋演員」的臉上滿是一本正經：「This crime is unforgivable！（罪不容誅）」語言的隔閡絲毫沒有影響他的入戲程度，反而形成了神奇的「文化混搭」效果。

橫店影視城微短劇導演張金泉介紹，面對日益增長的短劇拍攝體驗訂單，現有的20多人團隊已遠遠不夠。已從「橫漂」（指在橫店參加影視劇拍攝的外地人士）中選了50多人，培訓他們做導演、攝影、場務、燈光、服化等。「下一步還將在室內推出吊威亞體驗，讓遊客每次來都有新發現。」



▲一名外國女遊客在橫店影視城拍攝「被官差帶走」的短劇情節。 視頻截圖

橫店體驗拍短劇 如何收費？

入門級

費用：218–388元人民幣

內容：基礎版218元包含劇本、戲服一套、拍攝、後期剪輯，不含化妝造型；單人完整版含化妝造型及NPC配角搭戲，拍攝時間短，成片速度快

進階級

費用：3000元人民幣以上

內容：多人共同參與體驗，每個人可獲分配不同角色、台詞，包含多個場景，成片規模相當於微電影

豪華級

費用：10000元人民幣以上

內容：精緻妝造、多套服裝，可根據需要修改現有劇本、多次重拍，配備完整燈光、攝像設備，拍攝時長5至6小時，成片時長可達10分鐘以上

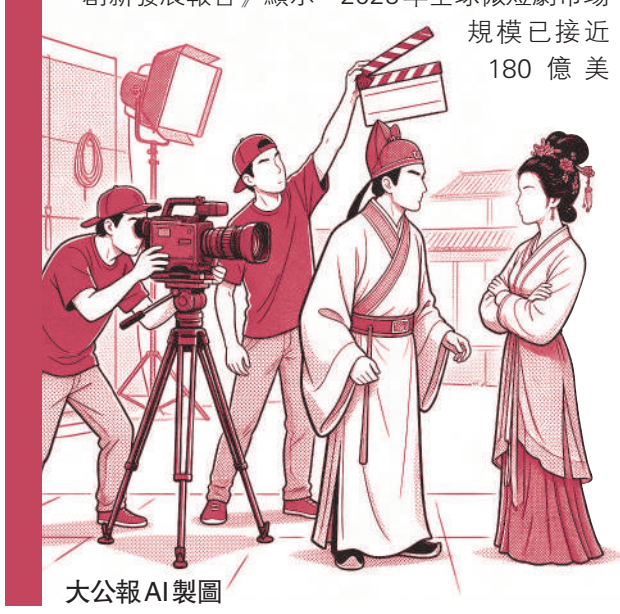
注意事項：

- 體驗劇本涵蓋宮廷類、穿越類等，豪華級體驗可在一定範圍內修改定製個性化劇本
- 短劇體驗支持多語言，可配備中英文翻譯

「短劇」的英文名叫「duanju」

話你知

近期，漢語拼音「duanju」（短劇）的說法在海外爆火出圈。社交媒體上，外國網友討論劇情時頻繁提及「duanju」，一些外媒也開始在報道中直接使用這一熱詞，甚至被維基百科收錄，使得「duanju」成為被廣泛承認的「短劇」一詞的英文翻譯。與之相呼應的，是中國微短劇在全球市場的亮眼成績單。據《AI驅動全球微短劇創新發展報告》顯示，2025年全球微短劇市場規模已接近180億美元，中國市場規模突破140億美元，佔全球市場的77.78%。在中國以外的國際微短劇市場上，中國企業貢獻了約90%的份額。同時，國家廣電總局發布的《中國—東盟微短劇國際傳播發展報告》也顯示，中國短劇正在成為繼美國電影、日本動畫、韓國電視劇之後的第四大全球性視聽產品形態。



大公報AI製圖

曾出演中國微短劇的法國演員文森特·馬蒂爾表示，中國微短劇的出海不僅是內容輸出，更是價值觀與生活態度的傳遞——蘊含奮鬥、勤勉、重視家庭等價值觀的中國微短劇，不僅為一些迷茫的歐洲年輕人提供精神參照，也有助於打破西方媒體對中國社會的片面認知。



▲外國遊客身披盔甲扮演中國古代士兵。 網絡圖片

做好文化適配 互相尊重加深了解



▲專家建議「短劇拍攝」服務提供者做好文化適配工作。 網絡圖片

專家解讀

「『duanju』被收錄為專有英文名詞，是一種中國文化輸出、中國敘事被國際認可的最有效例證。」浙江傳媒學院副教授楊吉認為，中國微短劇出海看似只是一種大眾娛樂方式的傳播，事實上對於中國文化、中國社會經濟發展現狀的國際傳播都有舉重若輕的作用。

謹慎處理敏感內容題材

楊吉表示，同樣道理，橫店影視城推出的微短劇拍攝體驗服務，能讓一些來中國旅遊的外國遊客感受其中，「走進」中國文化裏，既是一種創新的獨具中國特色的文旅項目，同樣也是一種以點帶面的文化宣傳。他指出，「尤其是有過體驗的外國遊客將他們自己的拍攝經歷、成片效果通過社交媒體傳播，他們的『社交關係』就會有更多的機會窗口去了解中國風情、中國文化乃至一個生動鮮活的中國形象。」

他提到，早在2024年，國家廣電總局曾啟動「跟着微短劇去旅行」創作計劃，旨在推動微短劇內容創作與文旅資源的深度耦合。橫店的這一做法可以理解為是此類創作計劃的拓展與延伸。

不過，他也建議，對於外國遊客來說，最好能開發出一些適合他們認知的劇本類型，而不是「千人一面」的將國產劇腳本交給他們去飾演。「因為他們既不懂中國式的『婆媳關係』，也不會理解中國式的『霸道總裁』。總之要做好文化適配，同時尤其要注意一些涉及到他國民族、宗教方面的敏感內容，要做好必要的審查與合規處理。」

文旅新體驗「當一回中國人」

記者手記

近年來，「China Cool」在海外社交平台頻頻出圈，外國遊客來華旅遊正從「清單式打卡」向「沉浸式體驗」轉變。浙江橫店作為老牌影視拍攝基地敏銳捕捉到這一趨勢，將專業的影視製作能力打包，推出微短劇拍攝體驗項目，不僅是文旅融合的創新，更是中國文化國際傳播的生動實踐。

當外國遊客不再是旁觀者，而是穿上戲服、走進故事，在「當一回中國人」的過程中，切身感知中華文化的溫度與魅力。這種從「看中國」到「演中國」的轉變，讓真實、立體、充滿煙火氣的中國形象，通過他們的鏡頭和社交網絡，自然而然地走向世界。

然而，在這場文化出海的熱潮背後，亦能看到時代浪潮下的轉型陣痛與自救智慧。隨着AI技術的狂飆突進，大量低成本、高效率的AI微短劇湧入市場，傳統真人劇劇組數量銳減，橫店一度面臨攝影棚空置、群演無戲可拍的「寒冬」。面對生產工具的顛覆，橫店沒有故步自封，而是選擇主動破局。從「賣場地」到「賣體驗」，橫店的轉型之路，折射出中國傳統產業在AI衝擊下的韌性。技術可以替代部分生產環節，但無法替代人與人之間真實的情感共鳴，也無法替代身臨其境的文化體驗。

當外國遊客在橫店圓了「主角夢」，當老牌影視基地在危機中找到新的增長曲線，我們看到的不僅是一個景區的自救，更是中國文化與中國產業在時代變局中，向世界遞出的一張充滿活力的新名片。



▲外國遊客在橫店影視城體驗古裝劇集拍攝，感受中國影視文化魅力。 網絡圖片

責任編輯：王夕子 美術編輯：蘇正浩