

龍象相向而行 中印外長會談達成 10 項共識和成果

香港文匯報訊 據央視網及新華社、中新社報道，當地時間8月19日，中印邊界問題特別代表第24次會晤在新德里舉行。中方特別代表、中共中央政治局委員、中央外辦主任王毅同印方特別代表、國家安全顧問多瓦爾就中印邊界問題和雙邊關係等進行了全面深入、富有成效的溝通。當地時間8月18日，王毅在新德里同印度外交部長蘇傑生舉行會談。雙方就共同關心的雙邊、地區和國際問題進行了積極、建設性、前瞻性討論，達成10項共識和成果。

王毅：兩大鄰國相互信任才是應有狀態

王毅表示，作為兩大鄰國、兩大發展中國家，中印理念相通，共同利益廣泛，理應相互信任、相互支持，這才是兩個新興大國的應有狀態。中方高度重視莫迪總理赴華出席上海合作組織天津峰會，期待印方為峰會成功舉行作出積極貢獻。

王毅強調，歷史和現實一再證明，中印關係健康穩定發展符合兩國人民根本利益，也是廣大發展中

國家的共同期待。雙方應按照兩國領導人戰略指引，秉持雙軌並進、相互促進、良性循環的思路看待和處理雙邊關係和邊界問題，通過對話溝通增進互信，擴大交流合作，共同推動在邊境管控、劃界談判、跨境交流等方面匯聚共識、明確方向、設定目標，妥善解決具體問題，取得更多積極進展，為兩國關係改善發展不斷營造有利條件。

莫迪將來華參加上合峰會

多瓦爾表示，當前國際形勢動盪不安，印中面臨一系列共同挑戰，有必要增進理解、深化信任、加強合作，這關乎兩國人民福祉與世界和平發展。印方一貫堅持一個中國政策。今年是印中建交75周年。莫迪總理期待赴華出席上海合作組織天津峰會，相信這將推動雙邊關係取得新的發展。印方支持中方作為上合組織輪值主席國辦好峰會。印方願同中方本着積極務實的態度，保持溝通對話，為最終解決邊界問題不斷積累條件。

雙方就邊界談判早期收穫交換了意見，重申將充分發揮特別代表會晤機制作用，按照2005年達

成的政治指導原則，本着相互尊重、相互諒解精神，探討公平合理和雙方均能接受的解決方案。與此同時，加強邊境常態化管控，共同維護邊境地區和平安寧。雙方商定明年在中國舉行中印邊界問題特別代表第25次會晤。

王毅在新德里同印度外交部長蘇傑生舉行會談，雙方達成以下10項共識和成果：

- 一、雙方強調，兩國領導人的戰略引領對中印關係發展發揮着不可替代的重要作用。雙方認為，一個穩定、合作、前瞻性的中印關係有助於充分釋放雙方發展潛力，符合雙方共同利益。雙方進一步認為，要認真落實兩國領導人達成的重大共識，推動中印關係持續健康穩定發展。
- 二、中方歡迎印度總理莫迪出席即將舉行的上海合作組織天津峰會。印方重申全力支持中方擔任上合組織輪值主席國工作，期待上合組織天津峰會圓滿成功，取得豐碩成果。
- 三、雙方同意相互支持辦好主場外交活動。中方支持印方主辦2026年金磚國家領導人會晤。印方支持中方主辦2027年金磚國家領導人會晤。

四、雙方同意探討重啟各類政府間雙邊對話交流機制，加強合作並照顧彼此關切，妥善管控分歧。雙方同意2026年在印度舉行中印高級別人文交流機制第三次會議。

五、雙方同意繼續相互支持，辦好2025年中印建交75周年系列紀念活動。

六、雙方同意盡早恢復中國內地和印度直航航班，同時修訂兩國民航運輸協定。雙方同意為兩國從事旅遊、商務、媒體等活動的人員雙向來往提供簽證便利。

七、雙方同意2026年繼續開展印度香客赴中國西藏自治區神山聖湖朝聖並擴大規模。

八、雙方同意採取具體措施為兩國經貿投資活動提供便利。

九、雙方同意通過友好協商，共同維護邊境地區和平安寧。

十、雙方同意弘揚多邊主義，加強在重大國際地區問題上的溝通，維護以世界貿易組織為核心、以規則為基礎的多邊貿易體制，推動世界多極化，捍衛發展中國家利益。

十四五收官 之文化軟實力篇

過去五年，無數新潮的、傳統的中國文化乘着互聯網數字傳播大勢出海，創造了一波又一波風靡全球的「華流」文化。「全球頂尖文化符號」LABUBU在各國年輕人中掀起搶購熱、動畫電影《哪吒之魔童鬧海》登頂全球動畫電影票房榜、一曲嶺南風味說唱《大展鴻圖》讓全世界跳動中國節奏、《原神》《黑神話：悟空》等遊戲讓海外玩家着迷於中國文化……從「學漢語、包餃子、打太極」的老三樣，到如今「網文、網劇、網遊」新三樣甚至更多形式，中國文藝作品正以更加體系化、產業化、年輕化的姿態大勢出海，在傳統西方主導的全球文化版圖上開闢出新航道。

這五年是中國文化揚帆出海的五年，是重構世界對中國想像的五年，這五年將「十四五」發展規劃綱要中提出「加強對外文化交流和多層次文明對話，創新推進國際傳播，利用網上網下，講好中國故事，傳播好中國聲音」的要求落至實處。

●香港文匯報記者 李紫妍 廣州報道

TikTok等中國社交媒體平台的出海擴張，為新時代文化出海提供了核心渠道，文化軟實力的提升讓各領域紛紛爆發現象級出海文化作品，從曾經的功夫電影、古裝劇集一枝獨秀，到如今長劇網劇微短劇、音樂小說遊戲網文全面開花，吸引了全球Z世代年輕受眾，以更加平等、吸引人、多樣化的方式講述着中國故事，展示中華文化的多元魅力。

李子柒引外網嚮往中國文化

當李子柒沉寂三年回歸，新作品在海外平台5小時播放量破億、10分鐘收穫5,000多條評論，世界對中國傳統文化和生活美學的嚮往仍然熱烈；當現實主義題材劇集《山海情》播出至50多個國家和地區，Reelshort等微短劇App橫掃歐美市場，中國影視實現從「內容」到「渠道」的全方位出海；《黑神話：悟空》《原神》等遊戲作品用數字技術煥發傳統文化獨特魅力，並通過本地化、區域化等策略傳遞給全球市場；中國網絡文學更從小眾走向世界，成為全球用戶增速最快的新興市場，並支撐衍生出大量IP改編劇集，在海外進一步掀起「C-Drama」（中國電視劇，Chinese Drama）熱潮，延長文化傳播鏈……

有聲作品破海外播放紀錄

「十四五」規劃綱要提出，要開拓海外文化市場，鼓勵優秀傳統文化產品和影視劇、遊戲等數字文化產品「走出去」，近五年湧現的優質出海作品正是中國數字文化產業發展的結晶。據《2024中國網絡文學發展研究報告》顯示，2024年中國網絡文學出海市場規模超50億元人民幣，覆蓋200餘個國家和地區，全球用戶超3.5億人。以網絡文學為基礎，改編劇集、動漫、有聲、遊戲、實體出版等IP產業鏈各環節也在海外取得突破，以頭部網絡文學平台閱文為例，2024年，其作品簽約海外出版授權數同比增長80%；《退婚後大佬她又美又飒》單部有聲書的播放量達4.56億次，打破有聲作品海外播放紀錄；動畫作品在YouTube上的總播放量12.37億次，環比增長35.4%。

遊戲出海節奏正在加快

遊戲出海節奏也正在加快。2024年，中國自主研发遊戲在海外市場實際銷售收入達到185.57億美元，佔全球遊戲市場總規模的10%，2025年上半年這項數據達到95.01億美元，同比增長11.07%。歷經早期以端遊為先鋒探索海外市場，到移動時代手遊成為出海主力，再到近年來小遊戲成為增長引擎的不同



●《退婚後大佬她又美又飒》單部有聲書的播放量達4.56億次，打破有聲作品海外播放紀錄。 網上圖片

乘互聯網新平台出海 改寫世界版圖 數字「新三樣」闢新航道 中國文化重塑全球敘事



●3月14日，在日本東京，一名觀眾在《哪吒之魔童鬧海》日本首映式後與電影宣傳板合影。 資料圖片



●5月25日，加拿大多倫多，在北美動漫節上，一位動漫coser（角色扮演者）以中國國產遊戲《黑神話：悟空》的悟空形象現身，吸引動漫迷合影。 資料圖片

五年來中國文化出海亮點

國產劇掀全球追劇熱潮

《山海情》劇集先後被譯製成馬來語、西班牙語等20多個語種版本，在中國香港、北美、東南亞等50多個國家和地區播出；《藏海傳》更是掀起海外追劇熱潮，開播當日進入泰國、越南、馬來西亞、埃及、烏克蘭、印度等地Trends榜單，海外發行覆蓋15個國家和地區。

微短劇海外呈現象級爆發

自2023年破圈至今，微短劇在北美、東南亞、中東等海外市場迅速擴張。ReelShort、FlexTV、GoodShort等微短劇App異軍突起，開創了全新的內容出海模式和商業模式。

國產遊戲參與全球競爭

2024年中國自主研发遊戲海外市場實際銷售收入185.57億美元，同比增長13.39%，其規模連續五年超千億元（人民幣，下同）。《黑神話：悟空》更是破盡紀錄，上線4天銷售超1,000萬份，獲得TGA兩項大獎。

國產電影全球熱映

《哪吒之魔童鬧海》《流浪地球2》《封神2》等國產影片紛紛赴海外上映，其中《哪吒之魔童鬧海》累計總票房154.4億元，位列全球影史票房榜第5位、全球影史動畫片票房榜冠軍。

網絡文學海外爆火

2024年網絡文學出海市場規模超50億元，培育海外網絡作家46萬名，海外用戶規模超3.5億，覆蓋全球200多個國家和地區。其中日本市場用戶規模激增180%，成為全球用戶增速最快的新興市場。

階段，中國遊戲出海形成了多品類協同、頭部大廠與中小廠商並肩的格局，通過傳統與創新並重、輕量與深度互補的立體化產品體系，打造更具競爭力的出海產品矩陣。

全球掀「China Travel」熱潮

這場文化出海浪潮的另一面，是中國文化影響力愈發深入人心。中國文化作品在海外大流行，備受海外民眾追捧，越來越多外國受眾因此走近中國、了解中國、愛上中國文化。例如近年來「中文熱」持續升溫，中國教育部數據顯示，全球已有85個國家將中文納入國民教育體系，國際中文學習者和使用者累計超過2億人。加上過境免簽等便利政策，親身來到中國、探索中國的外國人也在全球範圍內掀起一股「China Travel」熱潮，他們或許循着文藝作品中的文化線索，用腳步、用味蕾、用鏡頭與中國產生真實的連接，為中國文化出海熱潮續寫着「雙向奔赴」的故事，彰顯了中國文化的獨特魅力，更令「提升國家文化軟實力」「提升中華文化影響力」等「十四五」規劃綱要條文走向現實。



●李子柒視頻作品在海外平台引發世界對中國傳統文化和生活美學的嚮往。 網上圖片

專家解讀

數字化成「文化出海」生力軍

在當今數字化時代，數字「文化出海」已成為中國國際傳播的主要載體。專家認為，面對世界高速創新的變革與全球形勢的變化，由科技推動和形成的數字文化產業不僅是中國當代文化發展的重要內容，其高質量發展也是在全球競爭格局中提升文化軟實力的關鍵手段。

在全球範圍內掀起「華流」熱潮的網文、網遊、網劇等新數字文化業態，已經成為新時代中華文化「走出去」的生力軍，推動了中華文化的數字化表達和全球化傳播。

清華大學新聞與傳播學院副院長張鈺認為，全球傳播格局的多極轉向和全球性的數字消費文化生態，為中國數字文化產品的對外傳播提供了有利條件，全球用戶對多種媒體信息形態的需求，也為中國依託數字技術所形成的文化產品的對外傳播提供了新的賽道。文化秩序的重組和技術變革的累積，為

中華文化「走出去」的存在形態和發展路徑提供了新的空間和格局，基於數字技術的「文化出海」已成為時勢所趨和時代所需。

提升細分領域出海能力

浙江大學傳媒與國際文化學院教授洪宇指出，隨着基於互聯網的數字媒介與數字文化的繁榮發展，中國數字文化業態遵循着產業經濟的基本規律，經歷了從版權出海到借船出海再到平台出海與資本出海的歷程，在多維度上延伸、豐富、增強傳播效能，源於中國的內容產製、平台生態、在地關係或許將賦予廣大國際社會新的傳播機遇與發展可能。洪宇認為，強化文化屬性，豐富科技體驗，進一步提升各類細分領域出海平台集聚各方資源、中介化公共傳播、生成社會關係的能力，應該成為數字「文化出海」下一步努力的方向。

●香港文匯報記者 李紫妍