

科幻电视剧《三体》的海外传播策略研究

姜梦瑶*

(南京艺术学院传媒学院, 南京 210013)

[摘要] 科幻影视作品以其独特的媒介属性, 连接社会、科技与文化, 反映国家影视工业与未来想象水平。刘慈欣的《三体》在影视化过程中面临跨文化传播与价值转译的挑战。两版电视剧《三体》通过跨媒介改编, 保留原著思想核心, 并针对国际市场进行调整, 增强了全球吸引力。其中, 腾讯版注重还原原著哲学深度, 凸显文化本源; 奈飞版以全球化视角和快节奏叙事实现国际化传播, 拓展了《三体》IP 的文化影响力与商业价值。《三体》的改编实践不仅展示了中国科幻作品的全球传播潜力, 也为跨媒介改编与国际传播提供了重要启示。

[关键词] 《三体》 跨媒介改编 国际传播 中国科幻电视剧

[中图分类号] G229; J905 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2025.02.011

中国科幻是文化软实力的重要载体, 其国际传播路径与策略已成为中国文化产业全球化的关键议题之一。近年来, 中国科幻影视通过工业美学升级与类型化探索, 逐步构建起全球化表达体系。在此背景下, 《三体》IP 的跨媒介改编成果——腾讯版与奈飞 (Netflix) 版电视剧——成为国产科幻剧海外传播的典型案例。两版本虽均以科幻题材切入国际市场, 但腾讯版侧重原著哲学深度的还原, 奈飞版强调国际化叙事重构, 两版改编共同推动《三体》IP 形成多层次、跨圈层的全球影响力。

为打破西方主导的文化壁垒, 推动平等的全球文化交流, 中国影视文化亟须提升国际传播能力。2023 年 7 月实施的《中华人民共和国对外关

系法》第四十四条明确提出, “国家推进国际传播能力建设, 推动世界更好了解和认识中国, 促进人类文明交流互鉴”。这为中国影视作品的国际传播提供了制度支持, 并强化了文化输出的战略布局。作为中国科幻文学的代表作, 《三体》通过跨媒介改编与全球化传播, 不仅提升了中国科幻影视在国际舞台上的影响力, 也助推了中国文化软实力的提升, 为中国科幻影视的未来发展积累了重要的实践经验和理论启示。

一、《三体》电视剧海外传播情况

(一) 传播基础分析:《三体》小说的成功输出

自 2003 年中国出版业实施“走出去”战略以来, 出版物的海外传播步伐逐渐加快, 中国当

*通信作者: 姜梦瑶, 南京艺术学院传媒学院研究生, 研究方向为艺术与传播、科幻电影等。bbai0814@163.com。

代文学海外传播热度持续走高，贾平凹、韩少功、毕飞宇、莫言、曹文轩、麦家、余华等作家先后斩获国际文学奖项^[1]。在这一背景下，科幻小说《三体》通过成功的多语言全球传播，拓展了中国科幻文学的国际影响力，为其后续的跨媒介传播奠定了基础。截至2024年末，《三体》小说三部曲输出38种语言，全球累计销量突破3000万册^[2]，成为中国科幻浪潮中的标志性作品。其中，英译本的传播尤其具有代表性并产生深远影响。2014年，《三体》第一部的英译版出版后至2015年2月全球销量超2万册^[3]，获得奥巴马（Barack Hussein Obama）、比尔·盖茨（Bill Gates）等名人的关注，并在2015年赢得雨果奖。

在《三体》的英译版发行和传播过程中，中国教育图书进出口有限公司（简称中国教图）、译者刘宇昆以及托尔图书出版社（Tor Books）扮演了核心角色^[4]。中国教图作为桥梁，协调了原著作者、译者与海外出版社间的合作，确保翻译质量，并最终选定刘宇昆和周华作为译者。刘宇昆具有多元文化背景，在国际科幻界有很高声誉，其翻译吸引了广泛关注，助推了《三体》在英语国家的传播。托尔图书出版社则凭借其资源，邀请科幻作家撰写书评，并在《华尔街日报》（*The Wall Street Journal*）、《纽约时报》（*The New York Times*）等主流媒体上推广，使《三体》吸引更多关注。

小说《三体》以英译版为突破口，2016年后陆续推出多语种版本，形成全球传播的新阶段。《三体》德语版于2016年12月上市后引爆德国科幻市场，2017年2月荣登《明镜周刊》（*Der Spiegel*）畅销书榜第四名并连续11周霸榜；

法语版2016年起陆续出版，2017年获得法国幻想文学大奖提名；西班牙语版于2016年年末推出后，短短3天内跃居当地科幻畅销榜第2名，并接连获得凯文奖2016年度最佳国际科幻小说和2017年伊格诺特斯奖“最佳国外长篇”；2019年推出的日语版，首发日即登顶亚马逊文艺类榜首，同年获得日本图书日志奖读者票选第一，并在2020和2021年连续摘得日本星云奖海外长篇小说部门奖^[5]。几年来，《三体》从一部中国科幻小说跃升为具有世界级影响力的IP。小说《三体》以英译版为首的成功传播所积累的巨大声望和读者基础，成为象征资本的集聚点，吸引了出版机构、平台和读者的极大兴趣。这一成功也促进了后续包括腾讯和奈飞在内的企业购买版权，进行影视剧改编等跨媒介传播的发展。

（二）流媒体播放分析：多平台传播及差异化竞争

《三体》影视改编的全球化传播采取了独特的“双版本流媒体播放”模式，即腾讯版与奈飞版剧集依次面世，并在不同平台的传播策略上形成了鲜明的差异化竞争格局。二者虽同源，却在叙事、视觉与文化表达上各具特色。这种差异化的多平台布局和内容，旨在精准对接全球多元受众需求，提升中国科幻作品的国际影响力。

腾讯版《三体》的海外传播模式具有精细化特征，采取“货卖多家”与分区发行策略。2023年1月，自腾讯版《三体》电视剧开播以来，腾讯视频海外站（WeTV）和YouTube官方频道以普通话原声配外语字幕同步上线，覆盖全球大部分国家和地区。截至2024年2月，剧集在YouTube平台总浏览量超1000万，观看时长超260万小时^[6]。2023年4月，腾讯版《三

体》上线俄罗斯流媒体平台 OKKO，译制成俄语配音。2023 年 9 月，该剧在美国 PBS 频道 KCTS 9 全境播出，乐天 Viki 与 Prime Video 随后获得播映权，覆盖北美全境。腾讯版此次登陆美国电视频道不仅仅是发行通道的打通，也是中国科幻剧首次登陆美国主流媒体。同年 10 月，腾讯版在日本 WOWO 电视台首播，创下亚洲剧集最高收视纪录。据《2021 年世界科幻影视作品综述》显示，美国在全球科幻影视市场中占据 46% 的份额^[7]。腾讯版《三体》电视剧凭借科幻题材的优势成功“出海”，精准契合全球观众对科幻影视的偏好，有力地突破了传统古装剧主导的国产剧出海格局^[8]。

奈飞版《三体》则采取了截然不同的全球同步发行策略。该版本于 2024 年 3 月通过奈飞平台面向全球 190 多个国家和地区同步上线。依托奈飞强大且成熟的全球分发网络，该版本上线首个周末便吸引了 1100 万观众，累计观看时长高达 8170 万小时，位列 2024 年 3 月 18 日至 24 日全球收视排行榜第二，并在 93 个国家和地区跻身前十，充分彰显了其同步触达全球观众的强大平台优势与显著的国际影响力。

两个版本的先后推出与不同的发行策略，最终形成了显著的差异化竞争格局。腾讯版通过分阶段、多平台合作的精细化运作区域市场，逐步积累口碑与用户基础。奈飞版则凭借平台规模优势，追求全球同步上线带来的爆发式影响力。这一竞争态势在北美市场尤为凸显，2024 年 2 月，NBC 环球集团在奈飞版《三体》上线前，通过 Peacock 平台率先上线腾讯版《三体》。此举

不仅是平台间竞争的体现，更是一次主动的差异化布局。平台借提前上线占据传播主动权，既在奈飞版播出前锁定科幻核心受众，又利用免费窗口期完成用户引流，同时以“中文原声 + 英文字幕”构建差异化内容生态，与奈飞版形成区隔。腾讯版与奈飞版的对垒，实质是中国科幻 IP 全球化传播效能的试验场。此次对垒式的北美播出不仅提升了《三体》IP 的国际知名度，更在于为中国文化的海外传播开辟了基于优质内容和市场竞合的新路径，充分证明了全球观众对科幻题材的热情及对高质量跨国内容的接受度。

（三）观众评分^①和榜单分析：差异化市场反馈

在评分网站数据和榜单情况中，两版《三体》电视剧的表现均凸显了其广泛的市场接受度和文化影响力。腾讯版在俄评分网站 Kinopoisk 上获得 7.7 分，积极评价占比 52.94%，奈飞版则获得 7.0 分，积极评价占比 21.74%。日本影视评分平台 Filmarks 中，腾讯版评分为 3.8 分，受众多为原著读者；奈飞版获 3.9 分，观众多基于对小说的好奇或首次接触。这一受众差异反映出两版剧集不同的市场定位，且不少日本观众在观看两个版本后认可各自特色，并对续集表示期待。烂番茄网站（Rotten Tomatoes）没有腾讯版评分信息，奈飞版在该平台获得 79% 的专业影评人评分和 76% 的观众评价指数，尽管未能达到《权力的游戏》（*Game of Thrones*）等爆款剧集 90% 以上的专业影评人评分，但凭借 5240 万次的观看次数，排名 2024 年奈飞播放量榜单第八，并成功登上 2024 年奈飞最受欢迎电视剧

^①本部分 Kinopoisk、Filmarks 与 IMDb 平台数据均截至 2025 年 5 月，其中 Kinopoisk、IMDb 平台满分为 10 分，Filmarks 平台满分为 5 分。

榜单。

IMDb 平台数据清晰揭示了两版《三体》电视剧观众的反馈差异。腾讯版《三体》获得 7.6 分，但观众评价呈现明显的两极化趋势，29.7% 的观众给予满分，展现出其在原著粉丝中的高认可度；4.4% 的观众打出 1 分。奈飞版在该平台获得 7.5 分的评分，14.3% 的观众给予 10 分，表现出对改编的认可，而 2.5% 的观众则给出 1 分。两版评分人数差距显著，腾讯版凭借对原著的还原赢得核心粉丝青睐，却也因叙事节奏和跨文化传播适应性（如英文剧本质量）面临传播局限；奈飞版虽以大众化改编覆盖更广受众，却因对原著的取舍引发争议。两版剧集的差异化竞争推动中国科幻影视国际传播路径的多元化拓展，为中国科幻影视提供“垂直深耕核心受众”与“横向打开大众市场”的双重策略参照。

（四）社交媒体分析：作品影响力的扩散

中西方在价值体系和文化观念上的差异形成了各自独特的赛博空间和科幻文化，对中国科幻电影的国际传播产生了影响。哈贝马斯（Jürgen Habermas）的“文化间性”概念指出，文化之间的对话会产生新的意义，而非简单复制原有文化。社交媒体在跨文化传播中发挥关键作用，为科幻作品提供了交流契机^[9]。两版《三体》电视剧在不同文化背景下传播，通过文化对话重构了作品的多层次意义，使其成为全球科幻文化的一部分。在推广腾讯版《三体》时，尽管社交平台 X 未设立专门标签，但关键词搜索仍揭示了广泛讨论。通过“Three Body”和“三体”等相关标签下的讨论可以看出，国际观众对原著哲学内核的还原与视觉美学呈现表达了赞

赏，并主动对比两版剧集的叙事策略差异。奈飞版上线后，短视频平台 TikTok、社交平台 X 与 Instagram 以标签“3BodyProblem”为话题中心，进一步扩散原著影响力，并且腾讯版因其忠于原著的改编再次受到关注，进一步印证了跨媒介改编的成功。

中国科幻研究中心和企鹅有调发布的《“三体”IP 出海观察报告》覆盖了 2014 年至 2024 年 5 月的数据，揭示了在不同时间和地区，“三体”IP 的搜索热度变化等情况（图 1）。数据显示，2014 年至 2023 年，“三体”的全球搜索热度呈现波动上升趋势，并在腾讯版《三体》电视剧上线的 2023 年达到峰值，反映了观众对这一 IP 的高度关注。

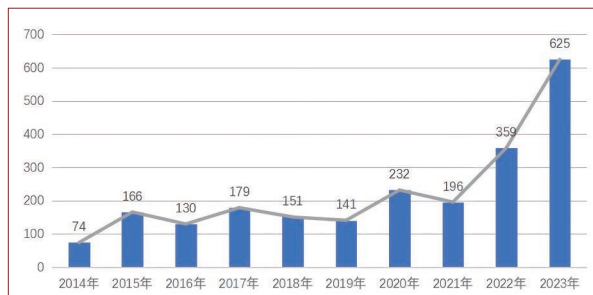


图 1 2014—2023 年“三体”海外互联网搜索热度趋势^[10]

报告进一步揭示了海外受众画像及观看动因（图 2）。数据显示，5 个国家（美国、英国、法国、澳大利亚、日本）的受访者中，美国受访者的观看比例最高（36.8%），日本最低（11.2%）。海外受众年龄集中在 21 至 40 岁，学历层次以本科为主，其中高学历（硕士及以上）占比较国内更高。观看《三体》的海外受众主要由科幻迷组成，“对中国科幻感兴趣”和“宣传引发兴趣”是主要观看动因。此外，近三成受访者表示，希望通过观看腾讯版《三体》电视剧了解中国文化及社会。然而，“思维逻辑难以理解”

和“对中国历史文化缺乏了解”成为海外观众的主要观剧困扰。

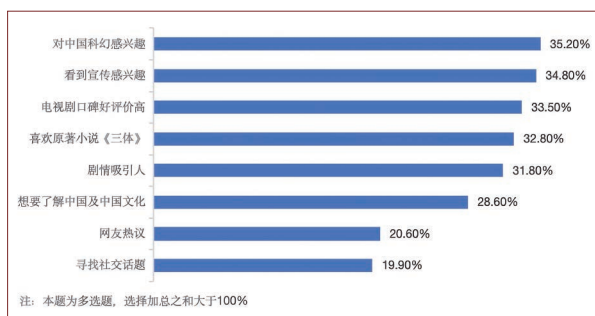


图2 海外五国（美国、英国、法国、澳大利亚、日本）受访者观看腾讯版《三体》的动因^[10]

观剧后，海外观众表现出进一步了解中国的浓厚兴趣，“中国文化旅游”和“中国历史”占比45.5%，并列海外观众希望了解的内容首位，“中国科技发展情况”紧随其后（43.5%）。从国家来看，美国与澳大利亚观众更关注“中国科技发展”，而日本与英国更倾向于了解中国历史，法国则对“中国文化旅游”表现出更感兴趣。这种差异体现了不同文化背景下受众的偏好，也为针对性传播策略的制定提供了依据。社交平台X上，奈飞版《三体》引发的中国元素讨论热度攀升，印证了科幻IP对文化传播的驱动作用。两版剧集的热播不仅获得全球认可，更成为中国文化与价值观输出的重要载体，这一现象与哈贝马斯提出的“文化间性”理论相呼应。

二、腾讯版与奈飞版《三体》的对比分析

（一）人物与剧情改编策略的比较

1. 对原著的忠实程度

腾讯版《三体》通过忠实还原原著，为粉丝提供了丰富的细节对照与深入讨论的空间，充分满足了原著受众对思想深度和叙事完整性的

期待。腾讯版保留核心人物关系与情节结构，角色以华人演员为主，贴近原著文化本源与叙事逻辑。在改编中，通过镜头语言直观呈现三体问题、智子等核心科幻元素，并以高质量的特效与场景设计，成功构建了三体行星的壮丽景观和虚拟游戏世界，显著增强了观众的沉浸体验。此外，剧集通过为配角增添背景故事以及设定原创角色，深化了人物塑造，优化了叙事结构，并强化了情感表达，进一步丰富了剧情层次。例如，在原著中，作为汪淼的引路人，申玉菲是一个以其死亡推动潘寒与降临派故事的功能性角色，但在电视剧中，她却拥有了更加丰富的情感世界和鲜明的人物弧光。剧中增加的原创角色慕星，起到了缓和与丰富剧情的作用，将原著中的旁白人物化，对主角汪淼外的剧情进行补充。

相较之下，奈飞版则在强化戏剧冲突与情节张力的同时，通过叙事调整和删减内容尝试平衡全球观众的需求与原著精神的呈现。奈飞版重构了角色背景与动机，大部分角色被设定为多种族背景，仅保留叶文洁和杨冬等少数华人角色，由华裔演员出演，突出国际合作与人类危机叙事主题，展现更国际化的视角。在叙事结构上，奈飞版进行了显著改动，以紧凑的节奏重构时间线与人物关系，将原著中汪淼与史强的调查情节改为主角团的集体追查模式。“牛津五杰”的小团体叙事模式在提升戏剧张力的同时，重构了原著人物关系并增加新的情感维度，使角色行为逻辑更加明确和直观。奈飞版在前5集中完成了原著第一部的核心情节，并在后3集为续集埋下伏笔。这种紧凑的叙事节奏增强了剧集的戏剧性，并尝试将原著中相对单一的人物塑造改进为更具层次感的表现。然而，这一改动也引发争议：原

著中关于人类命运共同体的宏大叙事被压缩为以“牛津五杰”为核心的局限化情感叙事。由于剧集时长的限制,部分角色(如叶文洁)的复杂性与深度未能得到充分展现,“牛津五杰”中除程瑾外,其他角色的刻画仍显不足,使得人物塑造在一定程度上失去复杂性和深度。

腾讯版与奈飞版改编策略的差异,展现了跨文化传播背景下在忠实原著与吸引国际市场之间寻求动态平衡的一种可能。

2. 叙事重点的选择

腾讯版《三体》聚焦于原著中的哲学思考与技术细节,在科幻类型创作中注入中国电视剧的现实主义美学,通过具有现实感的角色、社会关系与生活情境的具象化建构,凸显本土科幻的文化特质。其改编通过“家国共同体”的价值书写,在宏大叙事中重构超越个体与种族维度的文明危机命题。在刘慈欣的原著中,虽然包含对独立思考与个体行为的赞美,例如章北海与托马斯·维德等角色的塑造,但其核心仍指向全人类共同应对危机的集体智慧。腾讯版以科幻形态承载现实议题的创作路径,在改编过程中实现了对大文明格局的哲学审思与全人类命运共同体的影像化呈现^[1]。

奈飞版《三体》选择以个体英雄主义与个人情感为核心叙事重点,试图通过塑造角色的个人经历与情感联系,与观众建立更强的情感共鸣。该版本在改编中强化了个体英雄主义,将其与家庭纽带相结合,符合好莱坞惯用的叙事逻辑,即将英雄行为的动因和目标聚焦于家庭的保护与团圆。这种“主角团”式叙事模式,将原著中不同时代的代表性人物设计为一个彼此熟悉的小团体,从而简化了人物关系,降低了观众的理

解门槛,同时使叙事更加流畅易懂。这一叙事模式的优点在于通过建立亲密互动的小团体,将原著中几条核心故事线并行推进,并在时间线上实现整合。这种处理方式为后续情节带来了更大的戏剧冲突,例如在第一季结尾,程瑾与其男友(原型为章北海)之间不同派别理念的分歧初现端倪,增加了人物间的情感张力与冲突,为观众提供了更强的代入感和情绪共鸣。然而,这种改编也显著缩小了故事的叙事范围。虽然有助于提升部分观众的观影体验,却在一定程度上淡化了原作中全人类命运共同体的核心主题及其跨文化的普适价值,取而代之的是更私人化的情感叙事。

(二) 剧集时长和集数对观众体验的影响

1. 叙事节奏的对比

腾讯版与奈飞版在叙事节奏层面呈现显著差异。腾讯版《三体》在叙事结构上沿袭原著的多线并行策略,通过历史时段、文明进程与宇宙演化等多维度线索的交织呈现,构建出复杂的时间网络结构^[12]。腾讯版《三体》电视剧采用30集长篇叙事,通过循序渐进的情节发展和细致的背景交代,还原原著的深度与哲学思考。该版以2008年前后的北京为背景,从汪淼的视角出发,缓慢推进核心情节,通过详尽描写物理学家死亡、“火鸡与农场主”概念、杨冬的闪回和汪淼的家庭背景,提供沉浸式体验。剧情直到第五集才进入倒计时和宇宙微波背景辐射阶段,叶文洁的形象亦仅初步展现。

相比之下,奈飞版《三体》以8集的紧凑叙事快速推进情节,通过多线并行的网状结构整合原著三部曲分散的时间线,涵盖近一半原作情节,以快节奏和悬念感吸引观众,突出戏剧冲

突与情感投入。奈飞版的叙事采用两条主线交替推进：前期以“红岸计划”和“科学家离奇死亡调查”为主，当红岸线逐渐明晰、观众理解叶文洁的动机后，逐步引入“三体游戏”线，与调查线形成新的叙事循环。此设计减轻了观众记忆负担，让节奏更紧凑、更容易理解，但以牺牲原著中的智力刺激和哲学深度为代价。例如，线上“三体游戏”与“倒计时”事件被拆分为两个角色分别推进，阶梯计划与云天明的故事被整体提前，与“古筝计划”及“面壁计划”形成叙事高潮呼应，从而提高了信息浓度并填补叙事空白。在节奏上，奈飞版通过高密度信息流快速切换情节，从“宇宙闪烁”到“三体游戏”“ETO 线下聚会”，再到“古筝计划”和“面壁计划”，每个节点的演绎时间不超过两集，呈现出类似《鱿鱼游戏》(『오징어게임』)的紧凑节奏和高强度叙事模式。

2. 观众接受度及关注点的差异

腾讯版与奈飞版《三体》在国内与国际观众群体中的反馈呈现出显著的分化。这种差异不仅源于两个版本不同的改编策略，也深刻反映了不同文化背景观众的接受偏好。从聚焦国内观众声音的代表平台豆瓣来看，2024 年 3 月奈飞版上线同期，腾讯版豆瓣评分 8.3 分（五星及四星占比 86.6%），其忠实还原原著的叙事策略、视觉特效与文化符号表达被视作国产科幻剧里程碑；奈飞版评分 6.7 分（五星及四星占比 49.8%），评论多聚焦于特效水准、选角安排、剧情压缩及概念简单化等方面^[13]。例如，奈飞版将叶文洁的复杂动机简化为复仇逻辑，削弱了原著对文明伦理的思辨。

转向代表更广泛国际观众声音的 IMDb 平台，对两部剧最高点赞的 25 条影评高频关键词词云图（图 3）进行分析，可以进一步揭示其关注点差异。腾讯版影评聚焦“original”“book”“read”“plot”等关键词，强调剧集对原著的严谨复现，以及观众对剧集节奏和发展的高度关注。关键词中，中国元素的频繁出现则显示了观众对中华文化的浓厚兴趣。相比之下，奈飞版则高频出现“character/characters”“adaptation”“science/scientist”等词汇，反映国际观众对其角色塑造、科学元素呈现与独立剧集质量的关注。总体来看，两个版本影评都普遍将剧集与原著进行对比，但在剧情节奏、文化背景呈现以及科学元素和国际化视角上存在差异。这些异同揭示了海外观众对两个版本的不同需求与接受度，也展现了科幻影视跨文化传播的复杂性与潜力。

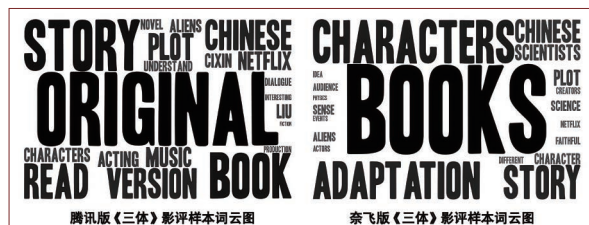


图 3 IMDb 平台上腾讯版与奈飞版《三体》25 条高赞热评词云图对比^①

观众接受度差异源于改编策略的深层张力。腾讯版《三体》注重通过故事叙述与视听语言的调整来缩短文化间的理解鸿沟。通过还原原著的哲学深度和文化内涵，实现了对本土观众情感的高度贴合。奈飞版《三体》以高密度情节与个体英雄主义重构危机叙事，适配西方观众对情感驱动的类型化需求，使其更趋于传统美式科幻剧的叙事风格。

总之，两版《三体》电视剧通过跨文化改编

^①数据来源于 IMDb 互联网电影数据库，统计截至 2025 年 5 月。

和全球传播策略，均展现了中国科幻作品在国际舞台上的潜力和影响力。其成功经验表明，科幻影视作品在国际传播中，应通过宏大的叙事视野和跨文化表达，平衡本土特色与全球化诉求，从而在全球观众中建立情感共鸣，构建文化交流的纽带。

三、结语

腾讯版《三体》不仅提升了科幻剧集在国内多元内容中的存在感，还为国产剧集类型化探索发挥了重要作用。而奈飞版则更注重面向其全球庞大会员群体提供娱乐性内容，旨在通过紧凑的叙事让观众获得强烈的观影快感，忠实原著并非首要目标。奈飞版《三体》导演曾国祥曾明确表示，这一版本面向国际观众，以英语叙述强调全球化视角，而非为中国观众量身定制的作品^[14]。这一策略显著提升了《三体》的国际吸引力，奈飞版的播出显著扩大了原著的国际受众范围，让更多观众对《三体》小说及其文化背景产生兴趣并进一步参与讨论。作为中国近年来最具价值的IP之一，《三体》的奈飞版与腾讯版分别代表了全球化与本土化的不同改编尝试。这些探索不仅彰显了中国科幻IP在国际市场中

的传播潜力，也为如何在文化表达与市场接受之间找到平衡提供了重要经验，助力中国文化“走出去”战略的持续推进。

在当前全球化的大背景下，中国科幻电影及电视剧产业面临着新的发展机遇和多样化的挑战。《三体》作为中国科幻文化的标杆，其跨媒介改编和海外传播策略不仅展示了文化产品的国际化潜力，也反映了中国科幻界在全球文化市场中的竞争力和影响力。通过借鉴西方科幻产业的成熟经验，并结合中国独特的文化与叙事方法，《三体》IP运营策略以全媒体传播与跨媒介叙事为核心，创新国际传播路径。在强化知识产权管理的同时，搭建起贯穿创意、生产、流通与消费全链条的渠道体系，延长IP生命周期，拓展版权市场“出海”的影响力^[15]。

《三体》电视剧在海外市场的成功播出，不仅为该IP的全球知名度和影响力的提升做出了贡献，而且通过高质量的制作和改编，成功吸引了大量国际粉丝的关注和追随。这种成功的国际传播为《三体》IP在全球范围内的进一步开发和扩展奠定了坚实的基础，从而为未来的衍生品开发、版权销售和其他相关商业活动提供了广阔的市场前景和多样化的商业模式。

参考文献

- [1] 马新强. 多维视角下的中国文学海外传播策略[J]. 上海翻译, 2020(2): 87-91.
- [2] 林雪琪. 试论科幻小说《三体》在日韩的传播与启示——以“5W”模式为视角[J]. 科普创作评论, 2024, 4(4): 67-75.
- [3] 许晓青, 姬少亭. 中国科幻小说《三体》英文版全球销量逾2万[EB/OL]. (2015-02-05) [2024-12-15]. http://www.xinhuanet.com/world/2015-02/05/c_11114272177.htm.
- [4] 袁继慧. 从文本到声音:《三体》的跨媒介传播研究[D]. 青岛: 青岛大学, 2023.
- [5] 吴瑾瑾. 中国当代科幻小说的海外传播及其启示——以刘慈欣的《三体》为例[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2021(6): 172-184.
- [6] 付子豪. 剧版《三体》春节上线美国NBCU旗下Peacock平台[EB/OL]. (2024-02-07) [2024-11-23]. <https://www.chinanews.com.cn/cul/2024/02-07/10160825.shtml>.
- [7] 任朋. 2021年世界科幻影视作品综述[M]//王挺, 主编. 世界科幻动态年刊. 北京: 中国科学技术出版社, 2022: 57-64.

- [8] 重磅发布 | 《中国电视剧海外传播影响力研究报告 (2021—2023)》在杭发布 [EB/OL]. (2023-11-30) [2024-12-15]. <https://mp.weixin.qq.com/s/Fj5KeQtxDSUjJFm21ry1Ng>.
- [9] 尤尔根·哈贝马斯. 交往行为理论 [M]. 曹卫东, 译. 上海: 上海人民出版社, 2005.
- [10] 中国科幻研究中心. “三体” IP 出海观察报告 [EB/OL]. (2024-06-07) [2024-11-23]. http://khyjzx.crsp.org.cn/cgzs/khcybg/art/2024/art_e9c402db1876425c93ad2546535e88d5.html.
- [11] 李芳芳, 汤天勇. 宏大叙事、现实指向与人性审思——评电视剧《三体》[J]. 当代电视, 2023(8): 43-46.
- [12] 崔俊峰. 科幻叙事尺度到生活经验的复归——从电视剧《三体》说起 [J]. 电影评介, 2024(4): 103-108.
- [13] 猫飞电影: 网飞版《三体》豆瓣开分 6.7, 魔改的口碑反噬? [EB/OL]. (2024-03-28) [2024-12-18]. <https://news.qq.com/rain/a/20240328A051NC00>.
- [14] 钟菡, 张熠. 奈飞版《三体》“抢走”了中国故事? [N]. 解放日报, 2024-04-25(005).
- [15] 唐润华, 李小明. 国际传播中 IP 运营的效能提升价值及实现路径 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2022, 44(7): 54-63.

(编辑 / 齐钰 许艺琳)

Overseas Dissemination Strategies of the Science Fiction TV Series: *The Three-Body Problem*

Jiang Mengyao

(School of Media Arts and Communication, Nanjing University of the Arts, Nanjing 210013)

Abstract: Science fiction film and television works connect society, science and technology and culture through their unique medium, reflecting a nation's filmmaking industry and its capacity for future-oriented imagination. In its screen adaptation, Liu Cixin's *The Three-Body Problem* faced significant challenges in cross-cultural communication and value translation. Both TV adaptations successfully navigated these issues through cross-media strategies, preserving the core philosophical themes while making adjustments for the global market to enhance their international appeal. The Tencent version prioritized the faithful recreation of the novel's philosophical depth and cultural origins, whereas the Netflix version achieved international reach with a global perspective and a fast-paced narrative, thereby expanding the cultural influence and commercial value of the *The Three-Body Problem* IP. The adaptation of *The Three-Body Problem* not only demonstrates the global potential of Chinese sci-fi but also offers key insights for cross-media adaptation and international communication.

Keywords: *The Three-Body Problem*; cross-media adaptation; international communication; Chinese science fiction TV series

CLC Numbers: G229; J905 **Document Code:** A **DOI:** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2025.02.011