

韩流电影对中国青年观众观影意愿的影响研究

孙瑞

新罗大学, 韩国 釜山 46958

摘要: 韩流电影凭借多元内容、精良制作及文化传播影响力, 对中国青年观众观影意愿产生重要影响。其题材创新、剧情设计、角色塑造等内容因素, 结合制作水平、品牌口碑等制作因素, 通过呈现韩国文化元素、利用文化接近性与差异性, 借助社交媒体、影视平台等传播渠道, 形成直接与间接影响机制。直接机制中内容吸引与制作水平推动观影决策、提升体验, 间接机制通过文化认同与社交口碑产生作用, 各因素相互关联, 共同促进青年观众观影意愿提升。

关键词: 韩流电影; 中国青年观众; 观影意愿; 影响因素; 影响机制

DOI: 10.63887/tfet.2025.1.5.2

引言

20 世纪 90 年代末以来, 韩流电影凭借振兴政策推动与工业化升级, 在全球范围形成文化影响力。中国青年观众作为电影消费主力, 其 18-35 岁群体成长于互联网与全球化浪潮中, 兼具开放文化接受度与情感共鸣需求, 对韩流电影的偏好值得深入研究。本文基于使用与满足理论、文化折扣理论等, 从内容、制作、文化、传播层面剖析韩流电影对中国青年观众观影意愿的影响因素, 构建影响机制模型, 为理解两者互动关系提供理论参考。

1 相关概念与理论基础

1.1 韩流电影概述

韩流电影是指凭借韩国电影产业体系制作发行, 在全球范围内形成文化传播影响力的影片。其发展以 20 世纪 90 年代末韩国电影振兴政策为转折点, 通过类型创新与工业化升级, 在商业类型片、艺术电影领域均取得突破。爱情片细腻的情感叙事、悬疑片精妙的情节架构、历史片对民族文化的深度挖掘, 构成韩流电影的核心竞争力。凭借成熟的制作体系与多元的文化表达, 韩流电影不仅在亚洲市场广泛传播, 更逐步渗透至欧美主流电影市场, 形成独特的文化输出现象。

1.2 中国青年观众群体特征

中国青年观众 (18-35 岁) 作为电影消费主力, 呈现鲜明的时代特征。他们成长于互联网与全球化浪潮中, 具备开放的文化接受度与强烈的情感共鸣需求, 热衷通过电影获取情感慰藉与文化认知。这一群体注重观影体验的个性化与社交化, 偏好通过短视频平台、社交媒体分享观影感受, 且受网络口碑、明星效应、文化潮流影响显著。同时, 他们兼具理性消费意识, 对电影的剧情逻辑、制作水准、文化内涵有更高要求。

1.3 相关理论基础

在理论层面, 使用与满足理论解释青年观众主动选择韩流电影以满足娱乐、情感、社交等多元需求; 文化折扣理论可分析韩流电影中文化差异对观影意愿的双重影响, 既因新鲜感吸引观众, 也可能因文化隔阂产生理解障碍; 而社会学习理论则能揭示韩流电影中呈现的价值观、生活方式如何潜移默化影响青年观众的行为认知。这些理论为剖析韩流电影与青年观众间的互动关系提供多维度视角。

2 韩流电影对中国青年观众观影意愿影响因素分析

2.1 电影内容因素

2.1.1 题材选择与创新

韩流电影在题材选择上敢于突破传统边界, 不断推陈出新, 满足中国青年观众对新鲜事物的探索欲。

例如灾难片《流感》，将病毒爆发与人性抉择相结合，以极具现实感的题材引发观众对公共卫生安全的思考；科幻片《与神同行》系列，创新性地将东方地狱观念与奇幻冒险相融合，打破观众对传统神话故事的认知框架。这些新颖题材凭借对社会热点与文化元素的重新解构，迅速抓住青年观众眼球，使他们在观影中获得独特的文化体验，进而提升观影意愿。

2.1.2 剧情设计与情感共鸣

精妙的剧情设计与强烈的情感共鸣是韩流电影吸引中国青年观众的关键。以催泪神作《我爱你！》为例，影片通过两对老年恋人的爱情故事，打破大众对黄昏恋的刻板印象，细腻刻画了老年人面对疾病与死亡时的深情与不舍。这种直击心灵的情感叙事，让青年观众在观影过程中产生强烈的情感共鸣，感受到爱情跨越年龄的纯粹与力量^[1]。此外，悬疑片《寄生虫》以层层反转的剧情揭露社会阶层的巨大鸿沟，引发青年观众对现实生活的深刻反思，其巧妙的剧情设计与深刻的情感表达，成功激发观众的观影兴趣与讨论热情。

2.1.3 角色塑造与演员魅力

韩流电影对角色的立体塑造与演员的出色演绎，同样深刻影响着中国青年观众的观影选择。在《分手的决心》中，汤唯饰演的宋瑞莱神秘又充满矛盾，朴海日饰演的刑警张海俊则在理智与情感间不断挣扎，两位演员凭借精湛演技将角色复杂的内心世界展现得淋漓尽致，让观众沉浸于角色的情感纠葛之中。而在《鱿鱼游戏》电影版中，李政宰饰演的成奇勋从落魄赌徒到游戏胜利者的转变，生动展现了人性在极端环境下的挣扎与蜕变，角色的成长弧光与演员的魅力结合，吸引大量青年观众关注，成为推动他们走进影院的重要动力^[2]。

2.2 电影制作因素

2.2.1 制作水平与视听效果

韩流电影凭借卓越的制作水平与震撼的视听效果，显著提升中国青年观众的观影意愿。如灾难巨制《釜山行》，在丧尸题材中脱颖而出，离不开其精良的制作。逼真的丧尸特效，通过细腻的化妆与特效技术，将丧尸狰狞可怖的形象展现得淋漓尽致；紧张刺激的

列车追逐场景，凭借精妙的镜头运用与剪辑节奏，营造出窒息般的压迫感，让观众仿佛置身于危机四伏的列车之中。此外，电影中对人物情感的细腻刻画，搭配极具感染力的配乐，从视觉与听觉上全方位冲击观众感官，使青年观众沉浸其中，极大地增强了观影吸引力^[3]。

2.2.2 品牌效应与口碑传播

韩国电影公司的品牌效应及影片良好口碑，也深刻影响着青年观众的观影选择。CJE&M 公司作为韩国影视行业巨头，出品的《寄生虫》斩获奥斯卡多项大奖，其品牌背后代表的高品质与创新性，吸引着众多青年主动关注其作品。同时，口碑传播的力量不容小觑，《分手的决心》上映后，在豆瓣、知乎等平台收获大量好评，观众对导演朴赞郁独特的叙事风格、汤唯细腻的演技赞不绝口，这种“自来水”式的口碑传播，让影片的热度持续攀升，许多青年观众因口碑推荐将其纳入观影计划，品牌与口碑共同推动韩流电影在青年群体中的影响力。

2.3 文化因素

2.3.1 韩国文化元素的呈现

韩流电影通过对韩国传统文化与现代生活的细腻展现，为中国青年观众打开了解韩国文化的窗口。在电影《阳光姐妹淘》中，传统韩式校服、街边小吃炒年糕、充满生活气息的釜山方言，以及韩国校园特有的社团文化，共同构建出极具韩国特色的青春图景。影片中姐妹们在 KTV 用韩语高歌经典老歌的场景，不仅让观众感受到韩国流行文化的魅力，更使中国青年对韩国年轻人的生活方式产生浓厚兴趣，激发观影欲望^[4]。

2.3.2 文化接近性与认同感

中韩两国同属东亚文化圈，相似的文化背景让中国青年在观看韩流电影时极易产生共鸣。电影《请回答 1988》中，邻里间相互扶持的温情、家庭成员围坐吃晚餐的场景、父母含蓄的爱，都与中国家庭文化高度契合。剧中双门洞邻里共同庆祝中秋佳节，一起准备传统美食、玩传统游戏的情节，让中国观众仿佛看到自己的生活缩影，这种文化接近性带来的认同感，使观众更愿意选择韩流电影，从中寻找情感寄托与文

化认同。

2.3.3 文化差异性与新鲜感

韩国文化中独特的部分又为中国青年带来新鲜的观影体验。奇幻爱情电影《鬼怪》中，将韩国神话传说里的鬼怪、阴间使者等元素与现代生活结合，构建出充满神秘色彩的世界观。鬼怪身着华丽韩服行走在现代都市，阴间使者用手机处理亡魂事务等设定，打破观众对传统神话的认知。这种文化差异性带来的新鲜感，极大满足了中国青年对未知文化的探索欲，吸引他们走进影院，体验与众不同的视听盛宴，进而提升了韩流电影的观影意愿。

2.4 传播因素

2.4.1 社交媒体的传播推动

社交媒体已成为韩流电影在中国传播的核心阵地。微博上，#韩国电影寄生虫获奖#等话题常登上热搜榜，相关讨论量超百万，用户通过“自来水”式分享剧情亮点、经典台词，引发群体共鸣。抖音、小红书等平台上，电影精彩片段、幕后花絮的二次创作短视频层出不穷。例如《分手的决心》中汤唯与朴海日的对手戏剪辑，凭借氛围感拉满的镜头语言，在抖音获得超2亿播放量，评论区网友热烈讨论剧情走向，激发更多人观影兴趣。社交媒体的裂变式传播，让韩流电影迅速破圈，精准触达潜在观众^[5]。

2.4.2 影视平台的推广策略

影视平台的推广策略直接影响韩流电影的曝光度与观影转化率。腾讯视频在《鱿鱼游戏》爆火后，推出“韩影悬疑特辑”专题，集中展示《信号》《消失的夜晚》等同类型佳作，并通过算法推荐推送给喜爱悬疑题材的用户，专题页面日均访问量增长300%。爱奇艺则采用“会员专属超前点播+线下主题观影会”的组合模式，为《黑暗荣耀》打造专属观影通道，吸引大量会员用户提前观看，并通过弹幕互动增强观影沉浸感，有效提升用户粘性与观影积极性。

2.4.3 线下活动与粉丝经济

线下活动与粉丝经济为韩流电影注入强劲传播动力。电影《与神同行》系列在中国举办主创见面会时，主演河正宇、车太铉亲临现场，吸引数千粉丝到场，活动直播观看量破亿，相关话题登上微博热搜榜。粉

丝不仅自发组织观影团，还通过制作应援手幅、海报等周边产品，在社交媒体上进行二次传播。此外，韩国旅游发展局联合影院推出“观影送韩国旅游优惠券”活动，将韩流电影与韩国旅游深度绑定，观影人次较活动前增长40%，实现电影传播与文化旅游的双赢。

3 韩流电影对中国青年观众观影意愿的影响机制构建

3.1 直接影响机制

3.1.1 内容吸引-观影决策

韩流电影凭借多元且极具吸引力的内容，直接推动中国青年观众做出观影决策。以《寄生虫》为例，其以阶级矛盾为核心，用黑色幽默与荒诞情节展现社会现实，底层家庭“寄生”于富人家庭的故事设定新颖独特，直击当代青年对社会阶层问题的关注。电影中地下室秘密、暴雨夜突袭等戏剧冲突情节，通过社交媒体广泛传播，引发青年好奇，使其主动选择观影一探究竟。这种对现实题材的深度挖掘与创新表达，让韩流电影在内容层面具备强大的吸引力，成为影响青年观影决策的关键因素。

3.1.2 制作水平-观影体验

精良的制作水平为观众带来优质观影体验，提升青年观众观影意愿。《鱿鱼游戏》凭借震撼的视觉效果与紧凑的剧情节奏，在全球掀起热潮。剧中“一二三木头人”“玻璃桥”等游戏场景，通过逼真的特效与美术设计，营造出紧张刺激的氛围，让观众身临其境。同时，演员精湛的演技将角色的恐惧、贪婪等情绪刻画得入木三分。这种高水准的制作，从画面到表演全方位满足青年观众对观影品质的追求，直接影响他们对韩流电影的选择与喜爱。

3.2 间接影响机制

3.2.1 文化传播-文化认同-观影意愿

韩流电影通过文化传播引发中国青年的文化认同，进而影响观影意愿。《请回答1988》以家庭、友情、爱情为主题，展现了韩国80年代的生活风貌与传统文化，邻里间的温暖互助、家庭中的亲情羁绊，与中国文化中的家庭观念、邻里情感有诸多相似之处。这种文化共鸣使青年观众产生认同感，从而更愿意主动观

看相关电影，感受相似文化情境下的情感故事。

3.2.2 社交传播-口碑影响-观影决策

社交传播带来的口碑效应间接影响青年观影决策。在微博、抖音等平台，《黑暗荣耀》相关剧情讨论、角色分析的内容广泛传播，用户的“自来水”式推荐与热烈讨论形成良好口碑。许多青年观众因看到身边朋友或网络达人的推荐，被影片复仇主题与精彩剧情吸引，将其列入观影清单。这种基于社交关系的口碑传播，让韩流电影在青年群体中获得更高关注度与观影可能性。

3.3 综合影响模型构建

韩流电影对中国青年观众观影意愿的影响是多种因素相互作用的结果。直接影响机制中的内容吸引与制作水平，直接作用于观众的观影决策与体验；间接影响机制里，文化传播引发文化认同，社交传播形成口碑效应，两者共同作用于观众的观影意愿。在综合

影响模型中，各因素并非孤立存在，而是相互关联、相互促进。例如，优质的内容吸引观众后，观众会通过社交平台分享观影感受，进一步扩大电影口碑，吸引更多人观影；文化认同也会促使观众更关注韩流电影的内容与制作，形成良性循环，共同推动中国青年观众对韩流电影的喜爱与观影意愿提升。

结语

韩流电影对中国青年观众观影意愿的影响是多维度因素协同作用的结果。内容创新与制作水准直接吸引观众，文化共鸣与社交传播间接推动选择，各因素形成良性循环。未来，韩流电影若持续深化题材挖掘、强化文化融合创新，并借助新兴传播渠道拓展影响力，有望进一步巩固在青年群体中的市场地位。同时，该研究为中国电影产业发展提供借鉴，启示其需关注观众需求，提升内容品质与文化传播力。

参考文献

- [1]陈晓霞. 韩流电影中的情节讲述与观众情感共情分析[J]. 电影评论, 2023(02), 82-90.
- [2]王丽华. 韩流电影角色塑造对我国青年观众择片行为影响研究[J]. 北京电影学院学报, 2022(03), 45-53.
- [3]李晓峰, 杨柳. 韩流电影视觉效果与观众观影体验的关系研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023(06), 92-98.
- [4]赵瑞东, 郭柳艳. 中国观众对韩流电影中的韩国文化元素接受度研究[J]. 当代电影, 2022(03), 86-94.
- [5]曹逊. 社交媒体对韩流电影传播的影响研究——以《寄生虫》为例[J]. 传播学刊, 2022(04), 88-95.

作者简介：孙瑞(1994.06-), 男, 汉族, 山东临沂人, 学历：新罗大学艺术融合专业博士在读, 研究方向：戏剧与影视