

在不负时代的青春奋斗中 中国故事融入全球Z世代青年的心里

本报记者 宣晶 汪苏诚 实习生 郑浩威 吴亦阳

他们是这座城里平凡普通的创业者，他们亦是互联网上“雏凤清声”的“故事员”，他们更是当下中国青年自信从容、昂扬奋进的缩影。“Z世代是互联网原住民的一代，也是自信的一代。”“在长卷中寻找知识彩蛋，让我们看到更广阔的世界，寻觅更有价值的人生。”“我想将更加立体、全面、真实的中国故事告诉全球粉丝。”“让更多网友理解中国人的幸福从何而来。”“为我喜欢的up主打call，为美好中国、为了不起的中国共产党打call……”在Z世代不负时代的奋斗中，在青春态与正能量聚合成的声音里，真诚感人的中国故事赢得了全球网友的心。

壮美山河落于笔端，勾勒“绿水青山就是金山银山”的新图景；精准扶贫开创奇迹，书写“脱贫致富一个也不能少，一个民族都不能少”的新征程。7月2日起，在上海市外宣办策划指导下，立足上海的青年插画创作团队与Z世代平台哔哩哔哩(B站)合作，携手推出“一个都不能少——长卷寻宝”融媒体产品，打造面向Z世代青年的网络正能量爆款，已吸引超过1.4亿网友关注互动。

这款“上海出品”的画卷生动着青年内容创作者的情，触动了无数Z世代网友的心。自发绘制“一个都不能少——长卷寻宝”的95后插画师们来自聚爱工作室，他们活跃在国际社交平台，用画笔生动描述互联网时代的中国故事。B站200位最具影响力的UP主，总粉丝数超过5000万，其中86%的头部UP主都志愿成为长卷寻宝“宝藏守护者”。最终入选的24位青年网络正能量爆款，已吸引超过1.4亿网友关注互动。



新西兰UP主“绿眼睛Andy”在上海生活了7年，已经把这座“未来之城”当成了第二故乡。他用视频记录在中国的生活，把生动有趣、充满人文色彩的故事分享给全球网友。作为专栏作家、纪录片制片人，Andy曾到访新疆、甘肃、宁夏等地，沉浸在中华文化的隽永魅力之中。“我喜欢游览喀什古城，一边吃着美食，一边感受古丝绸之路的历史沉淀。我所做的，就是把当地的故事讲给外国人听，去哪里旅游，看什么，吃什么……”Andy在新疆、甘肃了解了中国脱贫攻坚的真实情况，亲身经历促使他主动担任新疆画卷的“宝藏守护者”，并把“一个都不能少——长卷寻宝”活动分享到海外社交平台。“在人类历史上，这都是非常了不起的成就。我希望让更多网友理解中国人的幸福从何而来。”

看见真实的中国，理解中国人的幸福从何而来

“上海是一座好戏、好玩、厚重的宜居的‘未来之城’。”2014年，Andy作为交换生来到上海，大学毕业后继续留在上海工作生活。“我的家乡惠灵顿只有35万人，而上海有2000多万人。在这座城市里，来自世界各地的外国人既保留了原有文化又能找到融入感——上海就是我的第二故乡！”工作之余，Andy喜欢拿着相机，漫步在梧桐树下，将自己的新发现分享给海外网友。不久前，他刚去崇明体验豆腐的制作过程，品尝当地著名的崇明糕。“现代化都市还能拥有传统宁静的生活，太有意思了。”

“上海是外国人最喜欢的中国城市之一，但很多人并不了解这里真实的生活，更不了解在沪外国人的生活。”因此，Andy拍摄了《家在上海》系列短片，专访定居在上海的普通外国人，讲述他们的上海情缘。“有一位来自波兰的‘梁大爷’在筒子楼里住了33年，已经是一个地道的上海老大爷啦。”他也曾走进社区体验志愿者的工作，向全球观众介绍中国社区文化和基层治理

王骁，B站知识类UP主，担当“一个都不能少——长卷寻宝”西藏画卷的“宝藏守护者”。2018年，王骁在B站上开播《晓说一下》栏目，精准解读国际突发事件，引起网友关注；如今他开设“王骁Albert”视频号，切入Z世代青年最关心的各种话题，以真诚务实的方式剖析时事，粉丝数超过146万。“脱贫致富一个也不能少，一个民族都不能少！”充分展现了中国共产党的人情情怀。中国大地上的56个民族实现全面脱贫，让我内心澎湃，更希望为这份事业多尽一份力。”王骁认为，画面中蕴藏着大量知识信息，包括中国共产党的百年奋斗大事记、脱贫攻坚道路上的里程碑等等，可以让大家在“寻宝”过程中更了解自己的国家和各民族同胞。

更多感人的中国故事，值得Z世代挖掘与讲述

“Z世代是互联网原住民的一代，也是自信的一代。”王骁正通过自己的镜头，记录并讲述快速变革的时代下的中国故事。他发现，插画长卷中有许多理头苦干实干的基层党员、张桂梅老师、姜仕坤书记等令他记忆深刻。“这是一个有许许多多的他们，才能实现‘一个都不能少’的脱贫致富大目标。当年轻人充分了解这些动人故事，我们会变得更有自信。”

王骁曾在美国留学十年，取得爱荷华大学国际政治和历史双学位，毕业后入职观察者网成为国际新闻编辑。从那时起，他萌生了制作视频的想法，“最初只是想试水一下，没想到短视频逐渐改变了我的生活方式。”2018年，《晓说一下》栏目开播，王骁凭借广博的学识、幽默的谈吐深受网友喜爱，成为B站上知识类头部UP主。“用视频、动画等方式和网友互动，促使我们创作者不停去思考，探索新领域。”

2020年，新冠疫情突发，王骁第一时间内容创作者的情，触动了无数Z世代网友的心。自发绘制“一个都不能少——长卷寻宝”的95后插画师们来自聚爱工作室，他们活跃在国际社交平台，用画笔生动描述互联网时代的中国故事。B站200位最具影响力的UP主，总粉丝数超过5000万，其中86%的头部UP主都志愿成为长卷寻宝“宝藏守护者”。最终入选的24位青年网络正能量爆款，已吸引超过1.4亿网友关注互动。

王骁在美国留学十年，取得爱荷华大学国际政治和历史双学位，毕业后入职观察者网成为国际新闻编辑。从那时起，他萌生了制作视频的想法，“最初只是想试水一下，没想到短视频逐渐改变了我的生活方式。”2018年，《晓说一下》栏目开播，王骁凭借广博的学识、幽默的谈吐深受网友喜爱，成为B站上知识类头部UP主。“用视频、动画等方式和网友互动，促使我们创作者不停去思考，探索新领域。”

2020年，新冠疫情突发，王骁第一时间内容创作者的情，触动了无数Z世代网友的心。自发绘制“一个都不能少——长卷寻宝”的95后插画师们来自聚爱工作室，他们活跃在国际社交平台，用画笔生动描述互联网时代的中国故事。B站200位最具影响力的UP主，总粉丝数超过5000万，其中86%的头部UP主都志愿成为长卷寻宝“宝藏守护者”。最终入选的24位青年网络正能量爆款，已吸引超过1.4亿网友关注互动。



UP主照片均周俊超 本报记者 陈龙摄

“我习惯用短视频和社交平台感知世界，我建议他们可以多多到当地旅行，多交一些朋友，了解真实的情况。”“我们怀着同样的希望和梦想，有着同样的情感与热爱。如果没有隔阂、充满理解，这个世界就会更加美好。”在Andy看来，向世界讲述中国故事的最大挑战在于跨文化的沟通与理解。这种理解不仅包括语言的相通，更包括不同文化视角下的共情。他仍在探索尝试新的方法，以获得更多外国观众的信任，让更多网友能够了解正在中华大地上发生的、真实而有意义的事。他制作的短视频《听说中国全面脱贫了？我自己已跑去最贫困的地方看个究竟》播放量已经超过110万。“真诚、感人的故事是赢得全世界认同的关键。”

专家观点

严怡宁（上海外国语大学新闻传播学院副院长、教授、上外中国国际舆情研究中心研究员）

不断更迭的数字技术推动信息传播冲破国界，中国故事传播体系的内外国限早已模糊。互联网科技赋权使得亿万网民手持“麦克风”，传播主体具有泛化为每个普通人的可能性。当我们大步跨入“人人都是故事员”的新时代，中国故事也赢得了在海内外网际传播的契机。在Z世代青年自信的过程中，形成了对长卷的个性化地讲述中国故事，在“润物细无声”中让青年一代读懂了中国故事。“长卷寻宝”融媒体产品以Z世代的青春态语言解读脱贫攻坚的时代命题，集趣味性、知识性和思想性于一体，参与游戏的过程也是Z世代青年感受中国、理解中国、建立文化自信的过程。故事之“没入”了扶贫攻坚之中，形成了对长卷的不同感悟与理解。这种独特体验往往会促使他们产生分享冲动。无形之中，玩家们通过“故事员”的责任，长卷也就有了在海内外进一步扩散传播的机会。在全球互联网传播中，以视觉、互动、游戏为特性的融媒体产品更易跨越语言和意识形态的樊篱，其道途之文化折扣相对较为微小。笔者接触的某一名上海外国语大学的学生，他曾运用其中一幅长卷插图，回应了国际网友社区Quora上的热门问题：“What is the difference between China in your impression and real China?”以视觉形象的方式告诉国际网友，什么才是中国最真实的样子。一名日本留学生则在Ins账号上分享了“长卷寻宝”活动，希望让更多朋友通过新鲜有趣的方式了解美丽中国。他们于社交媒体上的个人化分享和叙事，引起了世界各国青年网民的共鸣。

面对世界百年未有之大变局，习近平总书记强调新时代讲好中国故事和传播好中国声音的重要性。那么在国际格局和传媒环境发生巨变的今天，我们应如何让世界深入了解中国发展的伟大实践和成功经验，如何让国际受众感知丰富的中国文化，如何有效构建多元立体的中国形象，如何在中外交流中讲好中国故事，让中国智慧引领国际舆论？从某种意义上而言，传播者更多元、表现形式更丰富、结构互动更频繁的国际互联网和社交平台，带给网友更多国际参与和社交互动，促成了新的“破圈突围”——突破传统传播方式的圈层，但如何进一步深挖互联网和国际



- ① | ② | ③
④ | ⑤ | ⑥

- ①新疆画卷
- ②长三角地区画卷
- ③云南画卷
- ④粤港澳大湾区画卷
- ⑤粤港澳大湾区画卷
- ⑥西藏画卷



UP主照片均周俊超 本报记者 陈龙摄

“一个都不能少——长卷寻宝”融媒体产品就是让每个参与者，尤其是Z世代青年共同拥有和参与的深情描绘，加上24位头部UP主“宝藏守护者”的真情感白，天然吸引了大量流量。Z世代社交平台的年轻玩家，“长卷寻宝”展现出了常规叙事空白，以Z世代喜爱的插画形式构建视觉吸引力，在互动游戏中引导他们的好奇心与好胜心，UP主与主流媒体则将与流量导向中国脱贫攻坚的动人故事……“What is the difference between China in your impression and real

专家观点

严怡宁（上海外国语大学新闻传播学院副院长、教授、上外中国国际舆情研究中心研究员）

不断更迭的数字技术推动信息传播冲破国界，中国故事传播体系的内外国限早已模糊。互联网科技赋权使得亿万网民手持“麦克风”，传播主体具有泛化为每个普通人的可能性。当我们大步跨入“人人都是故事员”的新时代，中国故事也赢得了在海内外网际传播的契机。在Z世代青年自信的过程中，形成了对长卷的个性化地讲述中国故事，在“润物细无声”中让青年一代读懂了中国故事。“长卷寻宝”融媒体产品以Z世代的青春态语言解读脱贫攻坚的时代命题，集趣味性、知识性和思想性于一体，参与游戏的过程也是Z世代青年感受中国、理解中国、建立文化自信的过程。故事之“没入”了扶贫攻坚之中，形成了对长卷的不同感悟与理解。这种独特体验往往会促使他们产生分享冲动。无形之中，玩家们通过“故事员”的责任，长卷也就有了在海内外进一步扩散传播的机会。在全球互联网传播中，以视觉、互动、游戏为特性的融媒体产品更易跨越语言和意识形态的樊篱，其道途之文化折扣相对较为微小。笔者接触的某一名上海外国语大学的学生，他曾运用其中一幅长卷插图，回应了国际网友社区Quora上的热门问题：“What is the difference between China in your impression and real

面对世界百年未有之大变局，习近平总书记强调新时代讲好中国故事和传播好中国声音的重要性。那么在国际格局和传媒环境发生巨变的今天，我们应如何让世界深入了解中国发展的伟大实践和成功经验，如何让国际受众感知丰富的中国文化，如何有效构建多元立体的中国形象，如何在中外交流中讲好中国故事，让中国智慧引领国际舆论？从某种意义上而言，传播者更多元、表现形式更丰富、结构互动更频繁的国际互联网和社交平台，带给网友更多国际参与和社交互动，促成了新的“破圈突围”——突破传统传播方式的圈层，但如何进一步深挖互联网和国际



UP主照片均周俊超 本报记者 陈龙摄

“一个都不能少——长卷寻宝”融媒体产品就是让每个参与者，尤其是Z世代青年共同拥有和参与的深情描绘，加上24位头部UP主“宝藏守护者”的真情感白，天然吸引了大量流量。Z世代社交平台的年轻玩家，“长卷寻宝”展现出了常规叙事空白，以Z世代喜爱的插画形式构建视觉吸引力，在互动游戏中引导他们的好奇心与好胜心，UP主与主流媒体则将与流量导向中国脱贫攻坚的动人故事……“What is the difference between China in your impression and real



UP主照片均周俊超 本报记者 陈龙摄

“一个都不能少——长卷寻宝”融媒体产品就是让每个参与者，尤其是Z世代青年共同拥有和参与的深情描绘，加上24位头部UP主“宝藏守护者”的真情感白，天然吸引了大量流量。Z世代社交平台的年轻玩家，“长卷寻宝”展现出了常规叙事空白，以Z世代喜爱的插画形式构建视觉吸引力，在互动游戏中引导他们的好奇心与好胜心，UP主与主流媒体则将与流量导向中国脱贫攻坚的动人故事……“What is the difference between China in your impression and real

专家观点

严怡宁（上海外国语大学新闻传播学院副院长、教授、上外中国国际舆情研究中心研究员）

不断更迭的数字技术推动信息传播冲破国界，中国故事传播体系的内外国限早已模糊。互联网科技赋权使得亿万网民手持“麦克风”，传播主体具有泛化为每个普通人的可能性。当我们大步跨入“人人都是故事员”的新时代，中国故事也赢得了在海内外网际传播的契机。在Z世代青年自信的过程中，形成了对长卷的个性化地讲述中国故事，在“润物细无声”中让青年一代读懂了中国故事。“长卷寻宝”融媒体产品以Z世代的青春态语言解读脱贫攻坚的时代命题，集趣味性、知识性和思想性于一体，参与游戏的过程也是Z世代青年感受中国、理解中国、建立文化自信的过程。故事之“没入”了扶贫攻坚之中，形成了对长卷的不同感悟与理解。这种独特体验往往会促使他们产生分享冲动。无形之中，玩家们通过“故事员”的责任，长卷也就有了在海内外进一步扩散传播的机会。在全球互联网传播中，以视觉、互动、游戏为特性的融媒体产品更易跨越语言和意识形态的樊篱，其道途之文化折扣相对较为微小。笔者接触的某一名上海外国语大学的学生，他曾运用其中一幅长卷插图，回应了国际网友社区Quora上的热门问题：“What is the difference between China in your impression and real

面对世界百年未有之大变局，习近平总书记强调新时代讲好中国故事和传播好中国声音的重要性。那么在国际格局和传媒环境发生巨变的今天，我们应如何让世界深入了解中国发展的伟大实践和成功经验，如何让国际受众感知丰富的中国文化，如何有效构建多元立体的中国形象，如何在中外交流中讲好中国故事，让中国智慧引领国际舆论？从某种意义上而言，传播者更多元、表现形式更丰富、结构互动更频繁的国际互联网和社交平台，带给网友更多国际参与和社交互动，促成了新的“破圈突围”——突破传统传播方式的圈层，但如何进一步深挖互联网和国际



以色列UP主高佑思联合创办“坚果仁研究协会”，用短视频、视频直播的方式讲述中国故事，目前在B站拥有400万粉丝，在微博有近600万粉丝。“去年底第一次去云南，今年又去了两次。”担任云南画卷的“宝藏守护者”，高佑思对当地的风光、艺术与美食念念不忘。独特的风土人情让人陶醉，云南人民的生活变化更令人印象深刻——交通基础设施越来越完备，连最偏远的农村都通网、通路……高佑思说，亲眼看到中国脱贫攻坚了不起的成就，让他更理解了一个“一个都不能少，一个民族都不能少”的意义。

将更加立体、全面、真实的中国故事告诉全球

2007年12月31日，高佑思第一次来到中国，活力与繁荣是他对这片古老土地的第一印象。当新年钟声敲响，13岁的他被香港盛大的烟花表演迷住了。“在以色列，我从未见过如此大规模的庆典！”“全世界都在关注中国的发展、中国的未来。”最初，高佑思在B站上学中文，当中文逐渐熟练，他便跃跃欲试计划拍短视频，希望将更加立体、全面、真实的中国形象传播出去。如今，高佑思已经去过中国的许多地方，真切感受到“中国的国际化与开放的力量”。无论何时将目光投注到中华大地，日新月异的变化都让他兴奋赞叹、印象深刻。

近期，他不仅探访了云南文山州，还前往新疆，向全世界的观众介绍当地人民的生活状况，回应外媒对新疆毫无根据的指责。相关视频在海外视频平台发布后，引起极大反响。“中国是一个拥有14亿人口的大国，政府对每个民族都很关心，他们有平等的发展机会，他们的孩子有受教育的机会，他们的生



中国boy创作的短视频涉猎广泛，涵盖游戏、生活等多个领域，引领Z世代青年挑战新鲜事物，展现青春风采，在B站上吸引了720多万粉丝。参与“一个都不能少——长卷寻宝”活动，中国boy担任了长三角（沪苏浙皖）的“宝藏守护者”，深刻感受到其中蕴含的力量。“身处今天的上海，回看100多年前的红色建筑和故事，还能深深地感到先辈们的创业激情，让人不由自主地想到跟随他们的脚步，把红色基因传承下去。”

真诚讲述中国故事，Z世代青年要踏出关键一步

“中国故事既是你的故事，也是他的故事，更是每一个中国人的故事。讲好中国故事，最重要的态度是真诚。”中国boy认为，只有深度的、经过不断打磨的作品才能留存下来。

2016年，“中国boy”来到上海，开始了UP主生涯。“我有很多朋友都在上海，有些人原本不住在上海，但最后选择了到上海发展。上海聚集了全国最优秀的视频内容创作者，周边朋友会相互影响我们的创作方式和方向。”在中国boy看来，城市环境与文化生态对视频创作者来说尤为重要。“我在上海结交了许多朋友，他们会跟我分享人生的见解，扩展了自己的知识面。”

“海纳百川”是中国boy对于上海最重要的感受之一，“上海尊重每一种个性表达”。未来，中国boy计划深耕在上海的事业，申城文创产业的独特区位优势对他颇具吸引力。“许多新政策

在上海落地，上海是很多领域‘第一个吃螃蟹的人’。同时，上海日新月异的变化也给了中国boy创作灵感，‘这座充满活力的城市总有数不清的新鲜事，让我的视频有了更多新题材。’

“UP主必须不断学习进步，原地踏步会被时代淘汰。”视频平台发展迅猛，中国boy认为观众的审美水平在不断提高，内容创作者的竞争优势会越来越激烈。“原创视频首先要让自己满意，观众可以看清一件作品的用心程度。”中国boy经常回顾几年前的旧作，剖析瑕疵，总结收获，寻找可以改进的地方。

在中国boy看来，Z世代青年应该踏踏实实完成本职工作，如果有创新意识，就要勇于实践。“最关键是要迈出从‘说’到‘做’的这一步，一定要行动起来！”中国boy说，只有放手实践，才能发现问题并不断修正，最终实现目标。



年轻人了解这些动人故事会变得更自信

专家观点

严怡宁（上海外国语大学新闻传播学院副院长、教授、上外中国国际舆情研究中心研究员）

不断更迭的数字技术推动信息传播冲破国界，中国故事传播体系的内外国限早已模糊。互联网科技赋权使得亿万网民手持“麦克风”，传播主体具有泛化为每个普通人的可能性。当我们大步跨入“人人都是故事员”的新时代，中国故事也赢得了在海内外网际传播的契机。在Z世代青年自信的过程中，形成了对长卷的个性化地讲述中国故事，在“润物细无声”中让青年一代读懂了中国故事。“长卷寻宝”融媒体产品以Z世代的青春态语言解读脱贫攻坚的时代命题，集趣味性、知识性和思想性于一体，参与游戏的过程也是Z世代青年感受中国、理解中国、建立文化自信的过程。故事之“没入”了扶贫攻坚之中，形成了对长卷的不同感悟与理解。这种独特体验往往会促使他们产生分享冲动。无形之中，玩家们通过“故事员”的责任，长卷也就有了在海内外进一步扩散传播的机会。在全球互联网传播中，以视觉、互动、游戏为特性的融媒体产品更易跨越语言和意识形态的樊篱，其道途之文化折扣相对较为微小。笔者接触的某一名上海外国语大学的学生，他曾运用其中一幅长卷插图，回应了国际网友社区Quora上的热门问题：“What is the difference between China in your impression and real

面对世界百年未有之大变局，习近平总书记强调新时代讲好中国故事和传播好中国声音的重要性。那么在国际格局和传媒环境发生巨变的今天，我们应如何让世界深入了解中国发展的伟大实践和成功经验，如何让国际受众感知丰富的中国文化，如何有效构建多元立体的中国形象，如何在中外交流中讲好中国故事，让中国智慧引领国际舆论？从某种意义上而言，传播者更多元、表现形式更丰富、结构互动更频繁的国际互联网和社交平台，带给网友更多国际参与和社交互动，促成了新的“破圈突围”——突破传统传播方式的圈层，但如何进一步深挖互联网和国际



UP主照片均周俊超 本报记者 陈龙摄