

中国馆的叙事建构与传播景观研究： 以 2025 年大阪世博会为背景

常景皓¹

(1. 北亚利桑那大学, 美国 亚利桑那州 AZ 86011)

摘要: 2025 年大阪世博会中国馆以“中华书简”为主题, 将竹筒意象、书法符号与园林动线融合, 构建出集建筑美学与文化叙事于一体的传播性景观。本文基于艺术国别学视角, 探讨中国馆如何通过空间组织、材料选择与符号建构, 展现国家文化形象与时代精神。在强调文化厚度的同时, 逐步引入情感引导与数字技术, 为国际传播创造新的感知路径。文章主张, 通过构建叙事化参与机制与情绪联结结构, 展馆能够在保持文化自主性的基础上, 实现跨文化传播的延展性。结合评估模型构建与传播行为追踪, 中国馆在文化表达上具备持续优化的空间叙事潜能, 具备向国际共享叙事平台演化的条件。

关键词: 艺术国别学; 传播性景观; 艺术学; 文化叙事; 空间表达

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v1i8.1248

一、研究背景

2025 年大阪世博会以“构想未来社会”为主题, 聚焦科技、文化与生态三大议题, 成为全球主要国家展示国家形象与文化理念的重要平台。中国馆作为最早动工并面积领先的外国自建馆之一, 其设计理念“中华书简”自发布起便引发建筑界、传播学界与公众的持续关注^{[4][3]}。展馆外观以竹筒意象展开, 结构采用绿色钢架与竹材结合, 内部空间沿用传统园林“曲径通幽”式布局, 形成一个融合传统意象与当代传播功能的多维叙事空间。从空间形式、材料象征到文化符号的选择, 中国馆呈现出一种低调、沉静但张力充足的文化表达方式, 体现了中国在当前国际传播环境下的战略审慎与文化自信^[2]。

以往的世博会中, 中国国家馆设计曾长期处于被动迎合的“东方主义”表达结构中, 建筑风格往往以异域奇观或符号堆叠为主要视觉策略, 缺乏文化主体性与叙事深度^[10]。但近年来, 随着文化软实力战略的推进与国际传播体系的重塑, 中国在重大国际文化场域中的形象表达逐渐由“陈列”向“讲述”转变^[7]。中国馆不再仅仅展示过去的“中”, 而是通过构建具有情节性的空间路径、可辨识的文化符号与沉浸式体验机制, 传递正在发生的中国与可以共鸣的中国。

尽管中国馆在视觉风格与文化内容上呈现出高度统一的象征结构, 但从传播学角度观察, 其内部叙事仍较为抽象, 缺乏具象化情感锚点与角色路径。相比之下, 同期的日本馆通过“阿童木牺牲自我拯救人类”的 IP 故事, 以及“黑杰克医生研发人造心脏”的医学幻想叙事, 使建筑空间成为文化情节的传播媒介^[4]。阿童木与人造心脏的联动, 强化了视觉冲击与技术表达, 建立起生命哲学与国家愿景之间的情感桥梁。这类传播方式更容易激发国际观众的情绪共鸣与记忆固着效应, 也更符合当下数字传播时代对故事化表达的需求。

本研究将围绕中国馆如何在文化深度与跨文化传播效率之间实现更有效的叙事转换展开讨论。文章主张: 中国馆在建筑哲学与文化象征方面已具备坚实基础, 但在叙事结构、情感渗透与数字互动三个维度上, 仍存在可优化的空间。如何借助数字技术扩展空间的表达能力, 如何引入叙事角色激发观众情感参与, 如何在保持文化尊严的前提下实现具象转译, 构成本文的核心问题意识。

本文采用跨案例比较与传播理论建模相结合的方式。通过对日本馆等国际展馆的叙事策略、互动模式与传播机制进行剖析, 提取可供参考的实践路径; 结合中国馆当前设计内容与媒介结构, 从共情传播理论、文化符号传播、数字参与传播等角度进行分析建构。

作者简介: 常景皓(1999—), 男, 硕士研究生, 研究方向为区域文化与数字计算研究。

二、中国馆建筑设计传播策略的优势分析及优化路径探讨

本次大阪世博园中国馆国际展区，占地面积达到 3500 平方米，是外国自建馆中的较大规模建筑^[3]。展馆选址地块呈长条形，南侧紧邻主干道，西侧毗邻中央景观区域。建筑师利用场地特点，巧妙地将入口设计为统一大门，既解决了空间形态冲突问题，也突出了建筑外观的雄伟气势^{[3][5]}。

空间布局的优势还体现在室内参观动线的精细设计中。中国馆内部采用了传统园林的布局模式，通过曲径通幽、步移景异的空间叙事方式，创造了丰富的感官体验。观众在行进过程中能感受到空间的变化，文化记忆也因此更容易形成。这种空间布局策略与传播学的共情机制使得参观者能够更直接地与展馆的文化内涵产生互动。

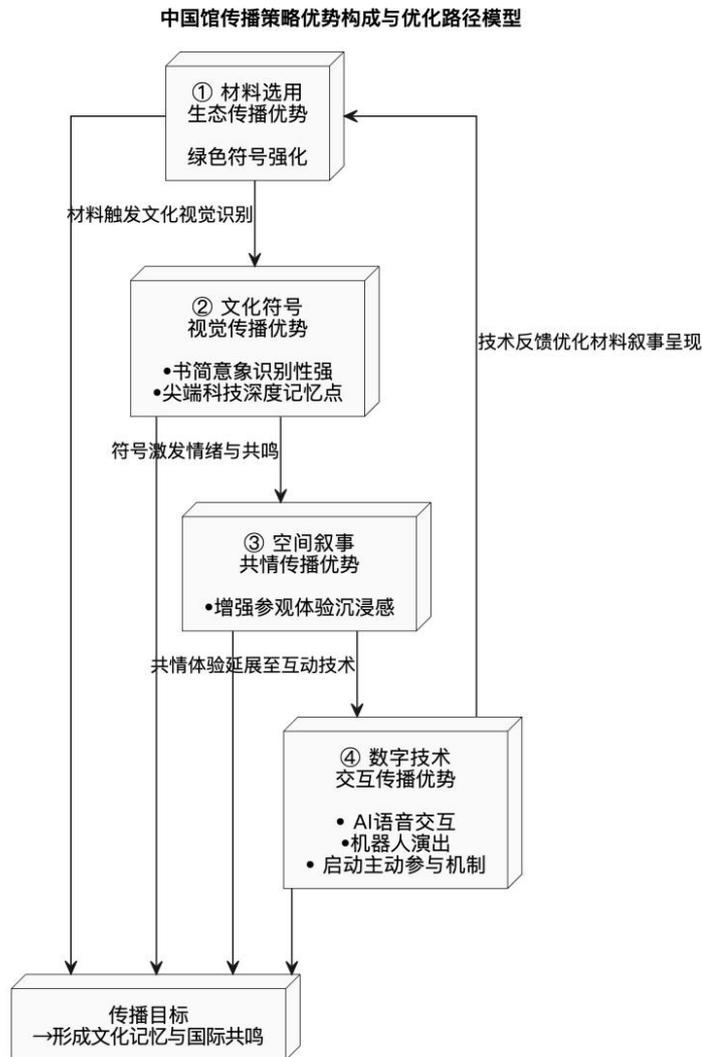


图 1 中国馆传播策略优势构成与优化路径模型

图 1 展示了上述策略在传播路径中的结构性整合，强调了四个优势维度之间的因果关联与协同效应，以及如何共同导向“再文化化”的传播目标。

1. 材料选用的生态传播优势分析

中国馆主体选用竹材作为外部装饰材料，强调了可持续发展的绿色理念。竹材不仅是中国文化的重要象征，还是环保、经济、可再生的建筑材料^[3]。这种材料的选择表达了中国积极应对全球气候变化问题的态度，突显了负责任的国家形象。

与日本馆强调 CLT 循环经济材料不同，中国馆采用的竹材更具明确的文化符号价值。竹子这一元素易于形成视觉记忆，能够有效强化参观者的文化认知。竹材本身所传递的生态价值，也使文化传播更容易与国际社会广泛认同的环境保护议题产生联结。

2. 文化符号的视觉传播优势分析

国馆的设计采用“中华书简”为核心意象,建筑外立面刻有大量的中国古典名句,以书法的多样字体呈现。这一视觉符号设计有效地传达了中华文化的历史厚度和美学特质,提供了清晰的文化传播符号^[3]。

研究表明,清晰而具体的视觉符号在国际传播中更容易形成文化记忆点,并且能够在跨文化传播中实现更广泛的传播效果^[11]。中国馆通过竹简与书法的符号联结,不仅体现了传统文化的延续性,也突出了文化符号的现代传播适配性。

3. 叙事策略的共情传播优势分析

中国馆在设计中运用园林空间的曲径通幽模式与竹简书法的文化符号表达,巧妙地激发了参观者的文化共鸣感。根据共情传播理论,能够引发情感共鸣的叙事结构与视觉语言,往往具有更高的国际传播效能。

4. 数字技术应用的传播优势分析

数字技术在展览设计中的应用为国际传播提供了丰富的可能性。中国馆已初步涉及数字技术应用,人工智能互动展项的设置,为观众提供了新颖且互动性强的文化体验^[5]。具体表现为 AI 互动屏幕和语音识别等技术,这些技术的应用有效地增强了展览的互动参与度。

数字技术也广泛应用于世博会展馆中,提升了展览的视觉与互动体验效果。日本馆、葡萄牙馆等展馆均利用数字互动技术增强观众体验与文化记忆。

三、中国馆传播策略与国际案例比较

1. 日本馆的传播策略与启示

2025 年大阪世博会日本馆以“生命的循环”为设计理念,强调可持续发展的建筑形式与情感化的叙事路径^[4]。馆内采用了 CLT 循环建筑材料,通过明确的生态与生命哲学表达,吸引观众的关注。展馆设计融合动漫 IP 故事,结合阿童木与黑杰克 IP,以故事情节作为体验参观的重要线索,构成明确的情感联结。

这一策略的优势在于叙事的具体化与情感化,使观众在参观时更容易理解与接受展馆所传达的信息。阿童木 IP 通过自我牺牲的情节,触发参观者的情感共鸣,成功实现深度的文化传播。黑杰克 IP 则通过 IPS 细胞制造的人造心脏展项,以强烈的视觉冲击感突出展馆的科技与生命主题。

中国馆未来的优化策略可从该类成功案例中提取有益经验,重点在于增强展览内容中具象化、可感知的叙事元素。尽管中国馆并未采用动漫 IP 等视觉识别度高的文化符号,但仍可借助历史人物、科技成就等具备文化代表性与时代表意的素材,构建具有情节推进与情感张力的叙事结构。通过设定明确的情感触发机制,引导观众在文化理解与情感共鸣之间建立内在通路,从而提升展馆在跨文化传播中的感染力与记忆深度。

2. 叙事共情传播模式的构建

共情传播理论认为,文化传播的有效性取决于能否激发观众的情感共鸣与认知认同。动画电影《哪吒之魔童闹海》成功重构了传统神话的叙事,通过个体自主精神的现代表达,创造了明确的情感共鸣点^[7]。这种叙事模式使传统文化在国际范围内成功实现了跨文化传播。

作为一种可供借鉴的叙事模型,该模式强调通过具象化人物与情境构建增强情感共鸣的传播路径。在展览内容设计中引入具有人物主线的叙事结构,并赋予角色明确的主体性与当代表达价值,有助于激发观众的情感投入与文化认同。并且关注虚拟空间的交互机制。在展馆空间中嵌入虚拟社交平台与线上互动界面,可促使参观者在实体与数字之间建立持续性联结,从而提升观众的主动参与度与文化传播的多维延展性。

3. 生态传播策略的国际经验

在国际传播领域,生态可持续发展已成为展馆设计的重要方向。日本馆的 CLT 材料使用、厨余垃圾处理与再利用的生态系统设计,体现了明确的生态传播理念^[4]。这种生态传播策略体现了对环境保护议题的全球共识,有利于提高展馆传播的国际接受度。

中国馆在生态理念的呈现上已建立起初步的传播优势,尤其在竹材材料的选择与绿色发展理念的视觉转化方面,展现出明确的象征性表达。为了进一步提升生态传播的深度与参与度,展馆设计可强化互动性维度,通过可操作的装置或数字展示系统,呈现竹材在其生命周期中的环保特性与应用路径,使观众在动态体验中深化对可持续发展理念的认知。

在文化传播层面,中国馆的“中华书简”主题具备鲜明的视觉识别特征与高度的文化记忆触发力。通过对书法

形态与竹筒意象的现代转译，展馆实现了传统文化元素在视觉语言中的有效嵌入，彰显出文化自信与形式创新的融合能力。然而，面向国际受众的未来传播策略仍有进一步拓展的空间，尤其是在互动性机制的构建方面。若能结合数字媒介、虚拟现实或触感反馈等技术手段，使观众在书写或解码竹筒内容的过程中形成身体参与与文化沉浸，将有助于提升传播效果的情感深度与文化理解的具体性。

四、文化传播的可衡量性与系统性

1. 从设计成果到传播表现的转化逻辑

中国馆的空间设计、美学语言和材料选取已经构建出较为完整的文化表达系统。但在国际传播语境中，展览行为的意义不止于展示形式本身，还包括观众对展览内容的接受、理解与记忆。这种从设计者视角转向观众视角的评估逻辑，使传播不再停留于输出，而必须关注传播是否真正被接受、被记住、被再现。

当代文化传播的核心不再是信息密度的叠加，而是情节性结构与情感触发机制的建立。对中国馆传播策略的理解，也应超越建筑美学层面的判断，进入传播效能的动态分析领域。这就需要有一个既能捕捉文化接受强度，又能记录传播轨迹的多维评估机制。

2. 有效传播的核心标准：情感联结与文化记忆的建立

传播是否有效，不能仅以人流数量或馆内装置复杂程度衡量。在当前的国际文化竞技场中，真正构成传播力的，是文化符号能否在人群中留下记忆，能否激发观众自发分享与再讲述的愿望。这意味着中国馆需要被置于一个可追踪、可比较、可解释的传播指标体系中，重新界定影响力核心。

情感共鸣成为其中的关键维度。传播过程中的情绪触发点是否明确、参与式体验是否自然、文化内容是否被观众转化为个体叙述，都是可评估的传播指标。而文化符号的记忆强度。

3. 系统化评估模型的构建思路

已有研究表明，多维指标体系可以有效辅助世博会传播效应的分析与改进。TOPSIS 方法已被用于历届世博会传播影响力评估，其核心在于排除主观赋权，用综合指标还原真实效应^[12]。这一模型提供了参考基础，但其真正意义并非数据的排名，而是通过数据捕捉文化传播中“哪些机制被激活了，哪些机制未被触发”。

文化展览传播评估系统四模块模型

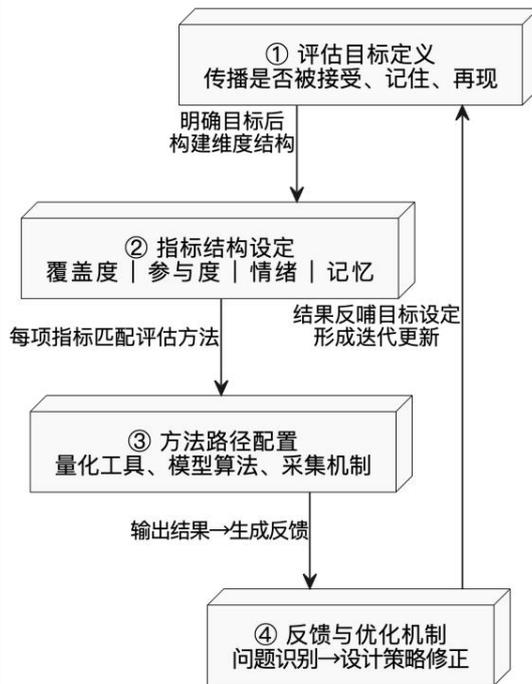


图 2 文化展览传播评估系统四模块模型

该四模块模型的起点是“评估目标定义”，其明确传播是否引发接受、记忆与再现，从而构建出清晰的叙事意图结构。在此基础上，通过“指标结构设定”，将传播过程分解为覆盖、参与、情绪与记忆四类变量，这些指标为后续分析提供具体操作路径。“方法路径配置”则匹配了数据采集与量化方式，确保模型的可运作性。最终，整个系统以“反馈与优化机制”形成循环，通过观众回应推动叙事策略的再设计，完成文化传播的二次激活。

构建评估模型的关键，不在于套用复杂算法，而在于厘清传播目标、观众路径与叙事策略之间的关系。“参观人数”可体现传播覆盖面，“互动频次”反映参与深度，“情绪关键词”揭示情感触发点，而“内容记忆点”则是最终的文化留存效应。这些变量共同构成传播过程的立体剖面，有助于将叙事性展览从美学事件转化为传播学现象。

传播效果评估并非为了证明展馆的得失，而是为传播行为建立一个开放式反馈结构。在多元观众共处、符号接受差异巨大的国际博览会场域中，评估机制不仅是传播科学化的基础，也是一种文化对话方式。它提醒设计者从观众角度重新审视符号的意义生成过程，也为后续文化表达提供了数据支持与经验积累。

从这个角度看，评估模型并非一种技术附属品，而是整个文化传播系统的重要组成部分。通过评估，传播行为获得了“被回应”的机会；通过回应，文化叙事获得了“再讲述”的可能。这正是国家文化从陈列走向故事、从展示走向共鸣的转变逻辑。

五、 可持续的国家叙事机制

中国馆不是孤立的建筑项目，而是国家在全球场域中进行文化表达的一次发声。在当前国际传播格局加速演化的背景下，文化输出不再以“形式展示”为中心，而以“叙事持续性”“观众参与性”“符号感染力”作为衡量标准^[7]。评估机制的建立，不是为了框定一次展览的边界，而是为了开启国家叙事的新阶段。

中国馆在构建视觉美学与文化哲思的同时，更需要一个能延续文化影响力的传播逻辑。这种逻辑不以展期为限，不以空间为界，而是在被感知、被共鸣、被记住之后，持续延展于各类传播渠道之中。这条传播链路的启动装置把一次性的视觉经验，转化为持续性的文化记忆，完成从国内叙事向国际话语转译的全过程。

六、 结语

本研究围绕 2025 年大阪世博会中国馆的传播策略展开分析，提出了具体的传播优化建议与实施路径。研究发现，中国馆在空间布局、材料使用、文化符号表达、叙事结构和数字技术应用等方面，已初步展现出较为明显的国际传播优势。特别是在文化符号运用上，“中华书简”与竹简书法的视觉化表达，使文化内涵清晰易懂，更容易形成文化记忆点。

通过国际案例的比较分析，日本馆在 IP 故事叙事、生态材料使用与情感化互动设计上，提供了经验与启示。中国馆未来可以从具体叙事元素、互动技术应用与生态传播互动设计等方面进一步优化，以提高展览的文化共鸣与国际传播效能。特别是共情传播理论的引入，为展馆设计提供了明确的优化方向，有利于提高观众的文化参与感与情感联结效果。

本研究认为，当前中国馆的传播设计已体现出一定程度的国际传播意识，在符号构建与视觉表达上具备鲜明的文化辨识度。然而，整体跨文化传播效果在互动性营造与情节性叙事的构建方面仍有提升空间。

未来研究可围绕观众情感响应、数字互动技术应用与国际展馆传播策略比较三方面展开，重点在于提升展览叙事的情境沉浸与文化共鸣效果，从而为中国馆等国家展馆提供更具实效性的跨文化传播路径与设计指引。为中国馆等未来国家展馆的设计提供多元文化语境下的理论支点与实践范式。通过上述研究的纵深拓展，有助于进一步明确文化展馆在全球传播体系中的战略定位，增强叙事导向的传播效能。构建具有跨文化传播效能的中国叙事体系，进而有效促进我国文化软实力的可持续增长。

参考文献:

- [1] 藤田美術館. 藤田美術館について[EB/OL]. [2025-07-11]. <https://fujita-museum.or.jp/about/>
- [2] 赵君香. 博物馆视觉信息的传播研究[D]. 山东大学, 2019. DOI:10.27272/d.cnki.gshdu.2019.000345.
- [3] 鲁小波, 王爽, 戴鑫靖, 等. 东北亚区域旅游一体化的潜力研究[J]. 海洋经济, 2025, 15(02): 79-89. DOI:10.19426/j.cnki.cn12-1424/p.2025.02.008.
- [4] 韩恺. 一切从身体出发——论日本丰岛美术馆的设计哲学[J]. 艺术博物馆, 2025, (Z1): 112-118.
- [5] 仓方俊辅, 曲闻. 使流动性成为可能的稳固性之形日本大阪中之岛美术馆[J]. 时代建筑, 2024, (06): 74-81. DOI:10.13717/j.cnki.ta.2024.06.074.

- [6] 空间生产:美术馆的城市赋能和价值传播 论坛综述[J].艺术当代,2024,23(04):102-105.
- [7] 唐镰大辅,宋刚,刘泽儒.日本廉价化[J].21世纪商业评论,2024,(08):80-85.
- [8] 徐晓语.赴日本游客更青睐 廉价出行 ? [N].解放日报,2024-06-02(004). DOI:10.28410/n.cnki.njfrb.2024.002416.
- [9] 孙芳冰.观众拓展视角下的美术馆公共教育模式研究[D].河南大学,2024.DOI:10.27114/d.cnki.ghnau.2024.003281.
- [10] 潘小多.日本的现代艺术馆为何总在 偏远之地 [N].环球时报,2024-04-22(013). DOI:10.28378/n.cnki.nhqs.2024.002440.
- [11] 刘青梅.日本 观光外交 战略的推行模式、成效和困境[J].日本问题研究,2024,38(01):11-21.DOI:10.14156/j.cnki.rbwtj.2024.01.002.
- [12] 段邦禹.美术馆弹性空间设计研究[D].中央美术学院,2015.
- [13] 李宁.场所精神营造研究[D].中央美术学院,2014.
- [14] 李鸿儒.当代美术馆互动式体验空间构成初探[D].中央美术学院,2014.
- [15] 杨源弘.论建立中国民营跨国视觉艺术机构的必要性[D].中国艺术研究院,2012.
- [16] 俞文君.上海都市博物馆研究[D].华东师范大学,2005.
- [17] 胡晚君.现代性视觉机制下的主体危机[D].福建师范大学,2022. DOI:10.27019/d.cnki.gfjsu.2022.001167.

Narrative Construction and Cultural Communication of the China Pavilion: A Case Study of Expo 2025 Osaka

JingHao Chang¹

¹ Northern Arizona University, Flagstaff, USA

Abstract: The China Pavilion at Expo 2025 Osaka adopts the theme of “Chinese Bamboo Scroll,” integrating bamboo symbolism, calligraphic motifs, and garden-inspired spatial sequences to construct a communicative landscape that merges architectural aesthetics with cultural narration. This paper, grounded in the framework of art-based national studies, examines how the pavilion conveys national identity and contemporary values through spatial design, material selection, and symbolic expression. While emphasizing cultural depth, the pavilion also introduces emotional guidance and digital interaction, creating new pathways for cross-cultural perception. The study suggests that by incorporating narrative participation structures and affective linkage mechanisms, the pavilion can extend its communicative function while preserving cultural subjectivity. With the support of evaluative models and trajectory-based communication tracking, the pavilion demonstrates narrative flexibility and potential for integration into a globally resonant storytelling framework.

Keywords: art area studies; communicative landscape; art theory; cultural narration; spatial expression