

《山海经》的影视化传播与价值 ——以近 20 年的古装影视化作品为例

The film and television communication and value of "Classic of Mountains and Rivers"——Taking the costume film and television works in the past 20 years as an example

李蝶 1

LI DIE

人文学院、农业大学

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: die.li@ku.th

吴琮 2

KANOKPORN NUMTONG

人文学院、农业大学

Faculty of Humanities, Kasetsart University

Email: Kanokporn.n@ku.th

Received: 03 October 2025 / Revised: 08 December 2025 / Accepted: 17 December 2025

摘要

本研究旨在通过分析近 20 年来《山海经》影视改编的实践，明确以下两个研究目的：1.探析影视作品对《山海经》文化价值的传承；2.分析《山海经》影视化的传播价值与文化价值。通过对《山海经》影视化作品的角色呈现、传播概况与异兽形象等方面进行系统分析，研究发现《山海经》以其丰富的神话元素与叙事资源，为现代影视创作提供了重要素材与灵感，在影视传播中具有深远影响。其影视化改编不仅有助于在当代语境下传承与活化上古神话精神内涵，亦能借助影视媒介提升中华传统神话文化的国内外传播效力，对推动传统文化的现代传播具有积极意义。

关键词：《山海经》；影视化传播价值；上古神话

ABSTRACT

This study aims to clarify two research objectives by analyzing the film and television adaptations of the Classic of Mountains and Rivers over the past 20 years: 1. To explore the inheritance of the cultural value of the Classic of Mountains and Rivers in film and television works; 2. To analyze the dissemination and cultural value of the film and television adaptations of the Classic of Mountains and Rivers. Through a systematic analysis of the character presentation, dissemination overview, and mythical creature images in film and television adaptations of the Classic of Mountains and Rivers, the study finds that the Classic of Mountains and Rivers, with its rich mythological elements and narrative resources, provides important materials and inspiration for modern film and television creation, and has a profound influence on film and television dissemination. Its film and television adaptations not only help to inherit and revitalize the spiritual connotation of ancient mythology in the contemporary context, but also enhance the domestic and international dissemination effectiveness of traditional Chinese mythological culture through film and television media, which is of positive significance for promoting the modern dissemination of traditional culture.

KEYWORD: Classic of Mountains and Rivers, The value of film and television communication, Ancient Mythology

一、引言

《山海经》作为中国先秦古籍，其内容涵盖山川地理、神话传说、奇珍异兽等多元文化信息，是中华文明的重要组成部分（艾君，2021）。书中丰富的神话元素、叙事结构与想象体系，为现代影视创作提供了持续不断的文化资源与灵感来源。从影视作品的发展来看，《山海经》中的神话形象与相关叙事被广泛应用于奇幻、仙侠等类型作品之中，成为这些作品构建世界观和人物体系的重要文化母本。例如，《三生三世十里桃花》《香蜜沉沉烬如霜》《长相思》等热门电视剧均不同程度地借鉴了《山海经》的神怪设定与世界架构，其社会关注度和影响力也从侧面印证了《山海经》在现代影视化传播中的重要地位。在国家文化语境层面，习近平总书记在第十三届全国人民代表大会闭幕会上指出，“盘古开天、女娲补天、伏羲画卦、神农尝草、夸父追日、精卫填海、愚公移山等我国古代神话深刻反映了中国人民勇于追求和实现梦想的执着精神”（新华社，2018），强调了中国古代神话在新时代文化传承与价值塑造中的现实意义。在此背景下，学界关于《山海经》与影视作品之间关系的研究逐渐增多，但多数研究仍聚焦于个别改编案例或类型化的影视分析，整体性探讨《山海经》影视化的传播路径与文化价值的研究相对不足。因此，本研究旨在回应上

述研究空缺。本研究的主要目的是探析影视作品对《山海经》文化价值的传承；分析《山海经》影视化的传播价值与文化价值。通过对典型影视作品的内容特征、传播现象与文化呈现进行梳理与分析，本文希望在现代文化传播语境下重新审视《山海经》的当代转化路径，进而揭示其在社会文化层面的意义与影响。

二、理论框架与文献综述

（一）影视传播学

从影视传播学的角度审视《山海经》，其文本属性、视觉潜能与文化象征性使其天然适合作为影视内容的母体资源。在媒介融合与视觉文化高速发展的背景下，传统神话如何跨越媒介、进入当代影像体系，已经成为研究热点。梁科与邢琳琳（2020）指出，《山海经》自 2010 年后进入产业化高峰期，其影视、图书与游戏的复合式发展显示出“IP 结构化扩散”的传播特征。影视化在这一结构中尤为关键，它承担叙事重塑、视觉呈现与价值再编码的多重任务。

多数研究聚焦于《山海经》在具体影视文本中的呈现方式，例如王茜（2023）通过角色、叙事与符号系统的多维分析指出，异兽形象在当代影视中的呈现呈现出视觉强化、类型化固定与文化寓意弱化的趋势；徐海梅与于素香（2024）则进一步揭示，《山海经》元素的现代呈现出现审美融合与文化挪用并存的现象：一方面，现代技术赋予古老神话以全新的视觉生命；另一方面，过度商业化或符号堆砌导致文化意义被稀释。相关研究还强调跨媒介叙事的重要性，例如宋毅铮（2024）认为，《山海经》构建了一个可无限延展的“故事世界”，其跨媒体发展能够吸引更多受众进入叙事体系，从而提升文化传播效力。

近年来，AI 与数字技术进一步改变《山海经》的影像化逻辑。例如翁潇鹏（2024）的研究指出，AI 图像生成技术正在重新定义《山海经》异兽的生产方式，使传统图腾在视觉表达上呈现出前所未有的多样性与创造性，这不仅扩展了影视创作的素材来源，也推动了文化资源的再生式传播。综合来看，从影视传播学角度，当前研究多关注视觉呈现、叙事改写、技术驱动与文化传播价值等维度，为本研究提供了跨媒介传播与观众接受的理论基础。传播学视角

（二）符号学

《山海经》的核心价值之一在于其高度象征性的符号系统。作为古代神话图像与语言的复合文本，其记述中的异兽、神灵与地理意象构成了一个复杂的文化符码网络。近年研究普遍借助索绪尔二元符号学、皮尔斯三元符号学以及文化符码理论，对这种符号系统进行结构化分析。张勤、岳怡欣和杨潼潼（2025）提出“具象抽象”与“语象综合体”的文本特征，强调《山海经》通过语言符号建构动态视觉认知场域，其神怪意象蕴含深层文化语义。此观点对于理解《山海经》意象向影视符号转换的逻辑具有重要启示：影视化并非简单的视觉再现，而是“文化语义网络”的重构过程。鄂冠男与康佳翌（2025）进一步提出，《山海经》神兽在跨媒介叙事中经历“形态重构

—文化转译—叙事功能重塑”的三重嬗变，显示出符号跨媒介迁移的系统路径。

在具体符号实践方面，张慧玲（2023）以瑞兽绘画为例，通过“能指—所指”框架分析图像与文化寓义的关系；赵逸（2020）则通过数字媒体艺术研究龙图腾，展示传统符号如何在数字语境中完成再编码。此外，赵小波与刘媛（2023）从媒介理论与符号学结合的角度，探讨《山海经》作为媒介符号在元宇宙语境中的扩展，指出其“具身—意识—时空”的符号结构具有跨技术媒介的可塑性。

在影视文本中，这种符号的跨媒介流动性体现为视觉强化、符号杂糅与文化再编织。例如《山海经之再见怪兽》中呈现的“符号杂糅”现象（常保青 和 陈海燕，2023）显示，当代影视作品往往将多个文化符码混合使用，既丰富影像表达，也可能造成原始神话语义的模糊化。因此，从符号学角度，本研究将重点关注《山海经》元素的符号结构、跨媒介转译逻辑及其在影视化中的意义重塑过程。

（三）神话叙事研究

神话叙事研究为理解《山海经》影视化中的故事结构与文化底层逻辑提供了理论基础。《山海经》作为上古神话体系，其叙事结构具有“片段化—空间化—原型化”特征（郑晓峰，2015），与现代影视叙事中的线性结构形成鲜明对比，因此影视化改编在叙事连贯性、人物逻辑与世界观建构方面需要进行不同程度的补全与延展。从神话元素与叙事原型角度，元宵（2022）指出《山海经》中的英雄叙事以“崇高性”为核心，体现出原始社会的价值观与神性逻辑，这类叙事原型被广泛运用于现代奇幻影视作品中，用以构建史诗感与精神力量。此外，刘英杰与陈柏寒（2022）从插画叙事出发，将《山海经》故事视为具有强烈视觉倾向的“可视化叙事文本”，暗示其适合跨媒介转化，尤其适用于影视叙事中的视觉驱动模式。

在神话叙事结构方面，黄嘉琦（2025）通过与《尚书》的叙事对比指出，神话叙事的灵活性、原型性与象征性，使《山海经》在影视改编中具有广阔的叙事延展能力。于玲（2025）通过与《三体》的时间比较，揭示《山海经》神话叙事中的“循环—线性交织”的时间观，为影视作品中多层次时间层叠结构的构建提供参考。然而，研究也指出现实困境。李冉与韩明勇（2020）认为，影视化过程中对原著神话世界观的误读常导致“猎奇化”或“奇观化”问题，弱化神话叙事的文化内涵。因此，如何在影视创作中保持神话叙事的文化深度并避免“符号表层化”，是当前研究的重要问题。



三、研究目的

- （一）探析影视作品对《山海经》文化价值的传承。
- （二）分析《山海经》影视化的传播价值与文化价值。

四、研究方法

在建立理论框架和文献综述的基础上，本研究为系统探讨《山海经》影视化传播的现状与文化价值，采用定性研究范式，综合运用文献分析、内容分析与文本分析的方法，以确保研究具备可操作性与可重复性。研究过程分为样本收集、筛选判定、内容编码、案例分析与结果归纳五个阶段（详见表 1）。

表 1 研究流程与方法设计

阶段	主要内容	关键步骤/方法
1. 样本收集	多渠道收集 2005 - 2024 年古装/玄幻类影视作品，建立初始样本库。	1. 数据来源： 整合国家广电总局备案信息、豆瓣影视条目、主流视频平台（爱奇艺、腾讯视频、优酷）片库。 2. 范围界定： 以“古装”、“玄幻”、“神话”为类型关键词进行初步检索与汇集。 3. 库容确定： 共获得 1504 部作品作为初始研究样本。
2. 筛选判定	依据明确标准，从初始样本中精准识别出与《山海经》相关的影视作品。	1. 标准制定： 设立四条核心判定标准（如是否直接引用《山海经》元素、是否出现标志性异兽等）。 2. 关键词库辅助： 结合预设的《山海经》关键词库（人物、异兽、地理、神话主题）进行筛查。 3. 交叉验证： 通过比对作品简介、备案信息、宣传物料及实际剧集内容，确保筛选准确性。



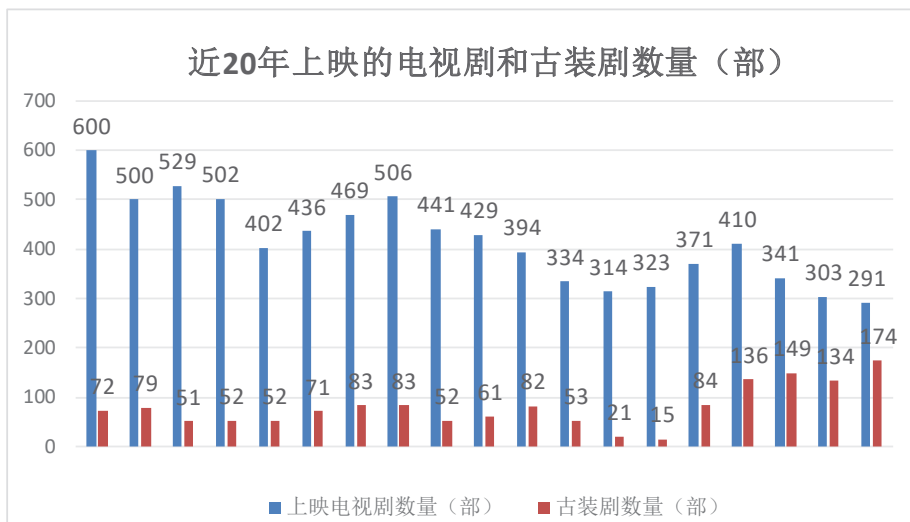
3. 内容编码	对筛选出的样本进行结构化分析，构建系统的分析框架。	<div>1. 框架构建：建立三级编码体系： ①影视化类型（如直接改编、元素借用、背景重构）。 ②呈现维度（角色、异兽、世界观、叙事结构）。 ③文化价值维度（传统承袭、现代转译、价值表达）。 2. 编码实施：由两名研究者独立编码，并进行信度检验，确保分析客观性。</div>
4. 案例分析	对典型作品进行深入剖析，揭示《山海经》元素的具体转化机制与文化意涵。	<div>1. 案例选取：从编码结果中，选取在不同维度具有代表性的作品作为深度分析对象。 2. 文本细读：综合运用叙事学、符号学等方法，重点分析其角色塑造、异兽符号运用、叙事结构创新及深层文化意涵。</div>
5. 结果归纳	整合研究发现，形成系统性结论。	<div>1. 层面总结：从影视传播规律（如何转化）、文化符号转化路径（转化什么）、现代价值表达（为何转化）三个层面归纳研究发现。 2. 理论提炼：探讨传统文化 IP 在现代媒介中的创新转化模式与普遍性启示。</div>

如表 1 所示，本研究遵循“样本构建-筛选判定-内容编码-深度分析-结论归纳”的逻辑链条，逐步推进。该方法设计兼顾了宏观量化分析与微观文本细读，既能通过大样本筛选揭示《山海经》影视转化的总体态势，又能通过编码与案例深描其具体的转化机制与文化意涵，从而保障研究发现兼具广度与深度。

五、研究结果

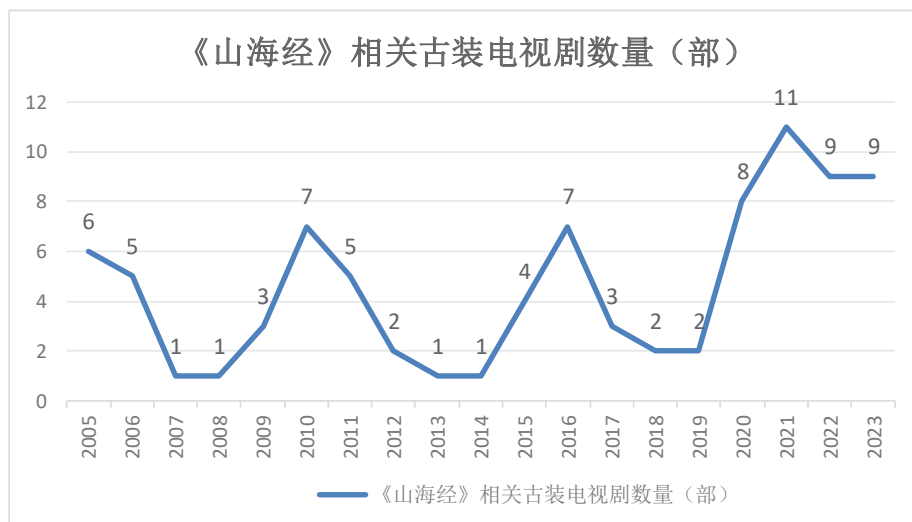
本研究通过对 2005-2023 年间中国已上映的 7900 余部电视剧进行梳理，共识别出古装剧约 1500 部（详见表 2）。

表 2 近 20 年上映的电视剧和古装剧数量（部）



在此基础上，进一步聚焦与《山海经》相关的影视化作品，共收集到 87 部（详见表 3），后续分析将基于此样本展开。

表 3 《山海经》相关古装剧数量图（部）



在与《山海经》相关的 87 部电视剧中，本研究从云合历史数据、优酷、腾讯、爱奇艺三大播放平台数据库中选取 12 部播放量较高、社交媒体传播较广的进行分析研究（详见表 4）

表 4 12 部所选电视剧作品网络播放量

剧名	年份	全网播放量	社媒传播热度
花千骨	2015	≈195.2 亿	抖音播放量≈109.8 亿
三生三世十里桃花	2017	≈280 亿	抖音播放量≈75.2 亿
香蜜沉沉烬如霜	2018	≈150.5 亿	抖音播放量≈116.6 亿
琉璃	2020	≈120 亿	抖音播放量≈74.2 亿



剧名	年份	全网播放量	社媒传播热度
古剑奇谭	2014	≈158 亿	抖音播放量≈28.1 亿
灵魂摆渡	2015	≈85 亿	抖音播放量≈108.3 亿
青云志	2016	≈282 亿	抖音播放量≈15.3 亿
仙剑奇侠传	2005	≈20 亿	抖音播放量≈100 亿
轩辕剑	2012	≈60 亿	抖音播放量≈9.1 亿
长相思	2023	≈120 亿	抖音播放量≈475.8 亿
精卫填海	2005	≈1-3 亿	曾发行至东南亚等地区，成为早期中国文化“走出去”的影视作品之一
女娲传说之灵珠	2011	≈3-8 亿	“前社交媒体时代”的电视台收视爆款

(一) 神话叙事体系的影视化再造

研究发现,《山海经》影视化呈现显著的叙事结构重组趋势。其中,大荒世界、昆仑虚、青丘、蓬莱等神话空间成为玄幻剧的核心场景;夸父、女媧、蚩尤等神话人物则被重新赋予情感线索与角色动机。影视作品通过“人物情感—世界观构建—叙事冲突”三要素的现代化改写,使古代神话具有当代可读性。

2005 年上映的电视剧《精卫填海》以上古奇书《山海经》为蓝本,将其中一些大家喜闻乐见的神话传说如“夸父追日”(袁珂,1985, p. 427)、“后羿射日”、“刑天舞干戚”(袁珂,1985, p. 214)、“共工怒触不周山”等进行重新改编、结合而成的一个全新的神话故事。该剧是 21 世纪初对中国神话传说进行影视化改编的尝试之一,推动了神话 IP 在荧幕上的早期探索。2011 年的古装穿越剧《女娲传说之灵珠》,播出首日便创下全国收视第一的佳绩。剧中的故事背景以及多位神话人物正是借鉴了《山海经》中的神话故事及神话人物。女媧补天时因五色石不够用,以身补天,白驪和腾蛇亦追随以身补天(袁珂,1985, p. 390)。而在剧中女媧亦是派左右护法白驪、腾蛇化名下凡,寻宝除妖、补天治水、拯救苍生、普度人间。

2015 年电视剧《花千骨》整个故事发生的主要场所“长留”,就出自《山海经·西山经》:“又西二百里,曰长留之山,其神白帝少昊居之。其兽皆文尾,其鸟皆文首。是多文玉石。实惟员神璉氏之宫。是神也,主司反景”(袁珂,1985, p. 51)。”除此之外剧中有“十方神器”:东方流光琴、南方幻思铃、西方浮沉珠、北方卜元鼎、天方谪仙伞、地方玄镇尺、生方炎水玉、死方悯生剑、释方拴天链、望方不归砚(李文婷,2016)。另一部电视剧《轩辕剑》中的“上古十大神器”:东皇钟、轩辕剑、盘古斧、炼妖壶、昊天塔、伏羲琴、神农鼎、崆峒印、昆仑镜、女媧石(周如菁和董岳,2013)。也是源自于《山海经》中的神器:开天斧、玲珑塔、补天石、射日弓、追日靴、乾坤袋、凤凰琴、封天印、天机镜、指天剑。在剧中处处与花千骨作对的霓漫天是蓬莱岛主的掌上明珠,也是蓬莱的掌门。“蓬莱”也是仙侠影视剧题材较常出现一个地名。《山海经·海内北经》中描述其为:“蓬莱山在海中,上有仙人,宫室皆以金玉为之,鸟兽尽白,望之如云,在渤海中也”(袁珂,1985, p. 252)。

2017 年《三生三世十里桃花》中昆仑墟是墨渊上神的修炼之地,此地名可追溯到《山海经·海

内西经》，其中记载：“海内昆仑之虚，在西北，帝之下都。昆仑之虚，方八百里，高万仞。上有木禾，长五寻，大五围。面有九井，以玉为槛。面有九门，门有开明兽守之，百神之所居（袁珂，1985, p. 198）。”素锦的流放地若水在《山海经》中也有提到：“昆仑之北有水，其力不能胜芥，故名弱水”（袁珂，1985, p. 59）。剧说中有这样开头：“东海之东，有十里桃林。折颜便是十里桃林的主人，一只老得连他自己都记不得自己年龄的老凤凰。（路佳煜，2022）”十里桃林也有来头，《山海经·中山经》中记载：“又西九十里，曰夸父之山，其木多榑柎，多竹箭，其兽多牝牛、羝羊，其鸟多鸞，其北有林焉，名曰桃林，是广员三百里，其中多马。湖水出焉，而北流注于河，其中多珣玉”（袁珂，1985, p. 39）。

2023 年及 2024 年播出的神话剧《长相思》，自播出以来就备受各界人士关注。《长相思》取材于上古奇书《山海经》。剧中的“大荒”是一个人、神、妖混居的虚构世界。“大荒”这个词就来自《山海经》的《大荒经》。故事在辰荣、西炎和皓翎三大王国中展开（吴月玲，2024），西炎国在《山海经》里是一个长寿之国；即使再短寿，也能活到 800 岁。《长相思》中的西炎王，原型自然就是黄帝，黄帝是《史记·五帝本纪》记录的“五帝”之首（司马迁，2023）。而黄帝不少事迹，也被《长相思》所传承化用，比如西炎国攻灭辰荣国时，黄帝之女西陵珩（即小夭）与炎帝义子、辰荣国大将军赤宸（即蚩尤）同归于尽。《长相思》中辰荣国被灭后，以洪江带领的辰荣义军不愿意投降，统帅余众继续抵抗；剧中的洪江就是共工，共工是神话传说中著名的水神。洪江有义子九头妖相柳。相柳是上古时代中国神话传说中的凶神，共工的臣属，出自《山海经·海外北经》：“蛇身九头，食人无数，所到之处，尽成泽国”（袁珂，1985, p. 233）。《长相思》中除了战死的蚩尤和不降的共工，辰荣国还有一分支投降了西炎国，这就是辰荣熠，原型为祝融之子小祝融，被黄帝封为轵邑城主，祝融是神话传说中著名的火神，《山海经·海内经》记载：“炎帝之妻，赤水之子听訖，生炎居。炎居生节并，节并生戏器，戏器生祝融。祝融降处于江水，生共工”（袁珂，1985, p. 471）。

（二）异兽视觉符号体系的建构

87 部样本中，有超过 65% 的作品以异兽作为情节推进或象征符号，如饕餮、九婴、烛龙、夔牛等。随着 CG 特效的发展，异兽成为“视觉吸引—文化象征—叙事推进”三重功能的核心符号。特效强化了古代神话符号的传播力，使《山海经》在当代观影语境中形成“可视化民俗文化”。

2014 年的《古剑奇谭》单集播放量突破 1.6 亿，单日最高播放量逼近两亿，而且在安徽卫视 2014 国剧盛典中获得了年度最受欢迎电视剧奖。其中的大反派的前身是《山海经·大荒西经》中的“太子长琴”，在《山海经》中对其的描述为：“有嵯山，其上有入，号曰太子长琴。颛顼生老童，老童生祝融，祝融生太子长琴，是处嵯山，始作乐风。有五彩鸟三名，一曰皇鸟，一曰鸾鸟，一曰凤鸟”（袁珂，1985, p. 395）。同年获得第五届紫勋奖中国最佳网络自制剧奖的《灵魂摆渡》在第一季中，“五公子”被塑造为一个腹黑又残忍的笑面虎，本形为妖兽饕餮，以前吃人，因人体都是毒素改吃灵魂（刘欣 和 许宁，2022）。在《山海经》等古籍中，饕餮被描绘为拥有羊身人面、

眼睛长在腋下、虎齿人爪的怪物，其形象狰狞可怖，令人望而生畏，饕餮也象征着无尽的欲望和破坏力(袁珂, 1985, p. 93)。随着时间的推移，“饕餮”一词成为了一种象征性的符号。它代表着人性的阴暗面，即过度的欲望和贪婪。

2016 年根据早期仙侠小说《诛仙》改编的电视剧《青云志》正式跟大家见面，剧中出现的上古神兽和异兽，大部分出自《山海经》，或是以《山海经》异兽为参照。如“寐鱼、黄鸟、夔牛、饕餮、烛龙、三眼灵猴等”(郑凯歌, 2016)。以夔牛为例，《青云志》中的夔牛是伴着风雨雷声出现的，《山海经》也说夔牛出现“则必风雨”，剧中的描写和《山海经》如出一辙。《山海经·大荒东经》中对夔牛的记载如下：“**东海中有流波山，入海七千里。其上有兽，状如牛，苍身而无角，一足，出入水则必风雨，其光如日月，其声如雷，其名曰夔。黄帝得之，以其皮为鼓，橛以雷兽之骨，声闻五百里，以威天下**”(袁珂, 1985, p. 273)。除了大量异兽的设计之外，《青云志》还照搬了书中的很多地名，夔牛的所在地流波山、鬼王宗的总坛所在地狐岐山、魔教炼血堂的总部空桑山，皆出自其中(袁珂, 1985, p. 362)。

2020 年的电视剧《琉璃》被称为“行走的《山海经》。”里面的很多角色均以书里记载的异兽作为原型，女主角璇玑的手中的《万妖手册》实际上就是照搬了《山海经》。第一集中秘境里守护琉璃盏的上古烛龙，就是《山海经》中所记载的烛龙，别名烛阴，是中国古代神话中的钟山之神。

《山海经·大荒北经》中记载：“**西北海之外，赤水之北，有章尾山。有神，人面蛇身而赤，直目正乘，其瞑乃晦，其视乃明，不食不寝不息，风雨是谒。是烛九阴，是烛龙**”(袁珂, 1985, p. 231)。剧中少阳派的簪花大会，众人一起去抓蛊雕。蛊雕，是一种凶恶的鸟，也就是鹰。《山海经·南山经》里记载：“**其状如雕而有角，其音如婴儿之音，是食人**”(袁珂, 1985, p. 14)。剧中的作恶妖怪瞿如鸟，是传说中的一种鸟。《山海经·南山经》有记载：“**祷过之山，其上多金玉，其下多犀兕，多象。有鸟焉，其状如，而白首、三足、人面。其名曰瞿如，其鸣自号也**”(袁珂, 1985, p. 15)。除了上述的几种异兽之外，剧中还出现了大量的山海经异兽和植物，如傲因、祝余草、迷穀树、牙豚、泉客、紫狐、无支祁、腾蛇和青龙。不仅是草木鸟兽，剧中的山川岛屿，高氏山、不周山、浮玉岛都来源于古代传说。不周山最早见于《山海经·大荒西经》：“**西北海之外，大荒之隅，有山而不合，名曰不周**”(袁珂, 1985, p. 387)。浮玉岛出自《山海经·南山经》里的浮玉山。“**又东五百里曰浮玉之山。北望县区，东望诸毗。有兽焉，其状如虎而牛尾，其音如吠犬，其名曰廌，是食人。蓍水出于其阴，北流至区，其中多鱼**”(袁珂, 1985, p. 155)。

(三) 人物原型的现代性转化

影视剧普遍对神话人物进行情感化、人性化处理，如《三生三世十里桃花》《香蜜沉沉烬如霜》对九尾狐、凤凰、应龙等形象进行了个性化重塑。原本的神祇身份被转化为具有情感成长线的角色，使其叙事功能由“神灵”转向“人物”，更符合当代审美。

2005 年内地的《仙剑奇侠传》开创了国产剧中的仙侠题材，被誉为“仙侠剧的巅峰之作”。剧中的女娲后人一角，灵感正是源自传说中的大地之母和创世之神，也是中华民族的人文始祖

之一（施畅 和 汤君妍，2024）。《山海经·大荒西经》郭璞注：“女媧，古神女而帝者，人面蛇身，一日中七十变，其腹化为此神”。在剧中小宝与阿奴是一对相爱相依的恋人，在生命的最后一刻，他们彼此的灵魂化为了比翼鸟，化为了一只传说中的永恒守护者。比翼鸟，是中国古代神话传说中的神兽。《山海经·海外南经》记载：“比翼鸟在其东，其为鸟青、赤，两鸟比翼。一曰在南山东”（袁珂，1985, p. 406）。

2017 年仙侠剧《三生三世十里桃花》上映，上线 12 小时播放量破 6 亿，总播放量超 500 亿。将《三生三世十里桃花》与先秦古籍《山海经》进行对比，可以发现许多地域名称、人物原型均能在典籍中找到原型和记载。剧中女主角白浅是青丘的九尾狐，《南山经》中有云：“又东三百里，曰青丘之山，其阳多玉，其阴多青腹。有兽焉，其状如狐而九尾”（袁珂，1985, p. 6）。折颜的真身是开天辟地的第一只凤凰，凤凰一名最早也是出自《山海经·南山经》：“有鸟焉，其状如鸡，五采而文，名曰凤皇。首文曰德，翼文曰义，背文曰礼，膺文曰仁，腹文曰信”（袁珂，1985, p. 16）。”昆仑虚、青丘之国、桃林、俊疾山，这些地域名称也都源于这部古籍。

2018 年出品的电视剧《香蜜沉沉烬如霜》不仅获得了“2018 年度最具价值剧集”的荣誉，并且入围了第 24 届华鼎奖中国古装题材电视剧最佳男、女演员奖。剧中有很多异兽，我们耳熟能详的有凤凰、应龙、九尾狐，除了以上几个比较经典的形象以外，还有几个在剧中只出现过一两次的异兽。比如混沌、栲杓、蛊雕、褚怀、魔兽、九婴等等（王晨航 和 杨帆，2020）。男主角天族火神旭凤的真身是一只凤凰，据《山海经》中所描述：“丹穴之山，有鸟焉，其状如鸡，五采而文，名曰凤皇，首文曰德，翼文曰义，背文曰礼，膺文曰仁，腹文曰信。是鸟也，饮食自然，自歌自舞，见则天下安宁”（袁珂，1985, p. 457）。剧中男二夜神润玉的原型是应龙，《山海经·大荒东经》记载：“东北隅中，有山名曰凶犁土丘。应龙处南极，杀蚩尤与夸父，不得复上，故下数旱。旱而为应龙之状，乃得大雨”（袁珂，1985, p. 359）。

《长相思》的女主角小夭，是旱魃与蚩尤的女儿。不过，旱魃又嫁给了高辛王帝俊少昊。少昊其实是《山海经》中另一位神——白帝。《山海经·西山经》中记载：“又西二百里，曰长留之山，其神白帝少昊 居之。其兽皆文尾，其鸟皆文首。是多文玉石。实惟员神颛氏之宫。是神也，主司反景”（袁珂，1985, p. 51）。剧中的少昊有个大徒弟叫作蓐收，《山海经·海外西经》记载：“西方蓐收，左耳有蛇，乘两龙”（袁珂，1985, p. 56）。《长相思》中除了辰荣、西炎、皓翎这“三大王国”外，还有赤水氏、西陵氏、涂山氏、鬼方氏这“四大世家”，它们的实力足以和“三大王族”抗衡。涂山氏居住在青丘，是九尾狐的后裔（袁珂，1985, p. 7）。《山海经》中有一鬼国：“鬼国在貳负之尸北，为物人面而一目”（袁珂，1985, p. 254）。剧中还有一面“玃玃镜”，那是一面用玃玃的精魂铸造的镜子，使用它可以记忆过去的事。玃玃是《山海经》记录的神兽，《南山经》云：“有兽焉，其状如禺而白耳，伏行人走，其名曰玃玃，食之善走”（袁珂，1985, p. 2）。《长相思》有不少元素来自《山海经》，但又进行了一些改编，这正是《山海经》作为志怪小说的鼻祖，长久不衰、历久弥新的表现。

（四）《山海经》影视化传播的价值

在 2010 年以前《山海经》影视化作品的传播价值主要体现在文化传承和民族精神的展现。这一时期《山海经》影视作品数量较少、影响力有限，且主要以改编自《山海经》的神话故事为主。尽管《山海经》作为中国古代神话文献，蕴含丰富的神话传说和怪物故事，但在影视作品中的应用并不广泛，相关作品数量较少，且主要集中在特定的神话形象和故事上。角色往往带有浓厚的神话色彩，如神祇、英雄和异兽，强调其超凡的能力和背景故事。

2011-2014 年间的《山海经》影视作品在多样性、角色深度、视觉表现和文化传播等方面取得了显著进展，为后续的创作奠定了良好的基础。这一时期的作品不仅包括电视剧和电影，还涵盖了网络剧、动画等多种形式，吸引了不同年龄段的观众。许多作品尝试将《山海经》的经典故事与现代情节结合，增加了悬疑、爱情和冒险等元素，使故事更加贴近观众。角色的个性和背景得到更加深入的挖掘，尤其是对主角和反派的心理描写，增加了角色的复杂性和观众的共鸣。女性角色逐渐从传统的配角转变为故事的核心，展现了更多的力量与智慧。随着技术的发展，特效在异兽表现上得到了显著提升，异兽形象更加生动、震撼，吸引了观众的注意。异兽的造型设计更加多元，既有忠于原著的经典形象，也有创新与改编，体现了创作者的想象力。

2015-2018 年间，《山海经》相关影视作品叙事深化，作品逐渐采用多线并行的叙事方式，多个角色和故事线交织，使情节更加丰富和立体。反派角色的塑造不再单一，许多作品赋予反派深厚的背景和动机，使角色更具人性化，增加了故事的戏剧张力。这一时期开始强调群体角色的互动和发展，呈现出多元化的人物关系，增强了故事的厚度。随着特效技术的进步，异兽的表现更为震撼，视觉效果提升至新的水平，吸引观众眼球。异兽的设计更加注重文化元素的融合，既保留传统特色，又加入现代设计理念，使其形象更具吸引力。

2019 年至今的《山海经》影视作品越来越倾向于融合多种类型，如奇幻、冒险、爱情等，丰富了叙事层次，吸引了更广泛的观众群体。许多作品在保持传统文化元素的基础上，融入现代叙事手法和视觉风格，增强了故事的时代感。角色不仅有鲜明的性格特征，还展现出复杂的内心世界，特别是反派角色，常常具备悲剧色彩和人性化的动机。故事节奏更加紧凑，避免冗长情节，符合当代观众的观看习惯。一些作品不仅在国内受到欢迎，也开始向国际市场拓展，促进了中国传统文化的全球传播。

影视化过程促进了对《山海经》文化价值的再解读，让观众在现代背景下重新思考这些古老传说的意义。这些作品通过生动的故事和角色，观众能够更直观地理解和感受古代文化，增强了对传统文化的认同与尊重。随着社交媒体的兴起，观众可以更便捷地分享和讨论作品，形成更广泛的文化交流与反馈，推动了对传统文化的重新审视和传播。

（五）《山海经》影视化的传播价值与文化价值

《山海经》的影视化不仅在传播上实现了广泛的覆盖与影响，更在文化上促进了传统文化的传承与创新。这种双重价值使得《山海经》在现代社会中重新焕发出活力，成为连接古今、沟通东西的重要文化桥梁。《山海经》影视化的传播价值与文化价值主要包括以下几点：

1. 扩大受众群体：影视作品具有视觉冲击力和娱乐性，能够吸引更广泛的观众群体，尤其是年轻人。通过电影或电视剧的方式，《山海经》的内容能够超越学术界，进入大众视野，实现文化传播的普及化。
2. 丰富的视觉表现：《山海经》中描绘了大量奇特的地理景观和神话生物，影视化能够通过现代的视觉技术，呈现出丰富多彩的画面效果，这种视觉冲击力能够有效地激发观众的兴趣和想象力。
3. 推动文化产业发展：影视化不仅能带动相关的文化产业链发展，如周边产品的开发和文化旅游的推广，还能够提升国家的文化软实力，对外展示中国文化的独特性和丰富性。
4. 促进跨文化交流：《山海经》的影视化有助于促进中外文化交流，国际观众通过影视作品了解中国古代文化，从而增强对中国文化的认知与兴趣。这种跨文化的传播能够增进国际间的理解和合作。
5. 教育功能的强化：影视作品除了娱乐功能外，还具备教育意义。通过《山海经》的影视化，可以将古代的地理知识、历史背景和文化习俗以生动的方式呈现，帮助观众在娱乐中获得知识，增强文化教育的效果。

六、讨论

本研究基于对近 20 年《山海经》影视化作品的系统梳理，发现其发展呈现出数量激增、形态多元与叙事聚焦的显著趋势。2010 年是一个关键分水岭，此前相关作品仅有 16 部，而 2010 年当年即达 7 部，此后至今更累计增长 70 余部，尤其在 2020 年后进入高速且多元化的发展阶段（2020-2023 年每年均稳定在 8-11 部）。这些作品在视觉呈现与叙事取材上，普遍以异兽形象和神话传说片段作为核心改编要素，试图在奇观层面还原《山海经》的文本内涵。然而，本研究的深入分析表明，这一影视化进程在具体实践中，对《山海经》价值的传承与转化呈现出复杂的面貌，具体可从以下两个方面回应本研究的研究目的：

首先，在文化价值的传承方面，本研究结果显示其存在“符号化提取”与“深度叙事断裂”的张力。与既有研究一致（李冉 和 韩明勇，2020），当前改编普遍聚焦于“恶兽”等具有强烈视觉冲击力和情节冲突性的符号。这一方面得益于现代影视特效技术的支撑，能极大满足观众的视觉期待；另一方面，也暴露出创作主体对《山海经》深厚文化内涵——如地理哲学、图腾信仰与先民世界观——的理解仍停留于表面。多数作品将异兽简单处理为需要被征服的“他者”，通过英雄对抗模式强调勇气、智慧等普世价值，虽有助于传统道德观念的传递，却也简化乃至遮蔽了《山海经》中异兽所承载的复杂文化象征与生态隐喻。因此，影视化在实现部分显性文化元素（如形象、故事梗概）大众传播的同时，尚未能系统、深入地完成对《山海经》整体文化价值体系的现代转译与传承。

其次，在传播价值与文化价值的实现层面，本研究揭示了影视化作为媒介转化路径的巨大潜

力与现存局限。数量的快速增长与类型的多元化（如剧集、电影、动画乃至网络短片），确证了《山海经》IP 具备广泛的受众基础与强大的市场适应性（韩明勇 和 王镜鸣，2021）。这一进程本身，即是对传统文化进行现代演绎与传播的积极实践，不仅回应了当代观众，特别是年轻群体对奇幻叙事与民族美学风格的价值诉求，也为传统文化注入了新的活力（何胜莉，2022）。然而，本研究也指出，若过度依赖“视觉奇观”与“打怪升级”的叙事套路，可能导致传播停留在文化消费的浅层，而难以触及《山海经》作为民族文化元典的深刻精神内核（王华丽，2022）。真正的传播价值与文化价值，应体现在通过影视艺术，引导观众理解先民与自然、未知共存互动的原始思维与想象力，从而激发对民族文化根源的认同与反思。

综上所述，近 20 年《山海经》影视化历程，是一部在技术赋能下不断探索视觉呈现、并在市场驱动下持续调整叙事策略的进化史。它成功地将这一古老文本推向了更广阔的大众视野，初步实现了其传播价值。然而，在文化价值的深层传承上，仍面临从“符号借用”到“意义再生”的挑战。未来的创作有必要超越对异兽形象的单一猎奇，更深入地挖掘《山海经》中的宇宙观、生命观与社会结构隐喻，从而在娱乐载体之上，构建起连接古老智慧与现代精神的文化桥梁，实现其从“景观化”到“心灵化”传播的升华。

七、结论与不足

本研究通过对近 20 年《山海经》题材古装影视作品的梳理与分析，揭示了其在当代大众文化传播中的演进脉络、叙事特征与价值转化路径。研究证实，影视化已成为《山海经》文化资源现代转化的重要方式，尤其在视觉呈现与类型叙事上取得显著突破。然而，其在深层文化转译与系统性价值传承方面仍面临“符号化借用”与“意义稀释”的挑战。未来创作需在技术奇观之上，更注重对文本内在宇宙观、生命观与民族精神隐喻的深入开掘，推动其从“神话素材库”向“文化意义场”的升华，实现审美表达与价值传递的深层统一。尽管本研究力求系统，但仍存在以下局限：样本局限于电视剧，未来应纳入电影、动画、游戏、短视频内容；此外需结合观众调研，以提高研究的社会效度，未来研究可进一步拓展与深化。

参考文献

- 艾君. 谈谈《山海经》的历史和社会价值[J]. 工会博览, 2021(35): 38-41.
- 常保青, 陈海燕. 《山海经之再见怪兽》: 中国文化经典的多维重构与符号杂糅[J]. 电影文学, 2023(05): 158-162.
- 陈柏寒, 刘英杰. 基于《山海经》中神话故事的叙事性插画创作[J]. 艺术与设计(理论), 2022, 2(06): 54-56.

- 鄂冠男, 康佳翌. 符号嬗变与文化新生:《山海经》神兽形象在电影中的跨媒介叙事[J]. 电影文学, 2025(13): 94 - 99.
- 韩明勇, 王镜鸣. 《山海经》中异兽形象在动画角色中的传承与应用探究[J]. 青年文学家, 2021(21): 126-127.
- 韩明勇, 李冉. 《山海经》影视化过程中的困厄与突围[J]. 北方文学, 2020(18): 120 - 121.
- 何胜莉. 网络时代的异兽形象建构[J]. 神话研究集刊, 2022(01): 252 - 268.
- 黄嘉琦. 神话叙事视角下《山海经》与《尚书》对比研究[J]. 今古文创, 2025(19): 54 - 56.
- 新华社. 习近平在第十三届全国人民代表大会第一次会议上的讲话[OL]. (2018-03-20). http://www.81.cn/jwtt/jlj/7978804_2.html
- 梁科, 邢琳琳. 浅析近 20 年“山海经”文化产业之发展:以图书、影视、游戏为例[J]. 楚雄师范学院学报, 2020, 35(05): 92 - 101.
- 李冉, 韩明勇. 《山海经》影视化过程中的困厄与突围[J]. 北方文学, 2020(18): 120 - 121.
- 李文婷. 《花千骨》的秘密全藏在《山海经》里[J]. 课外阅读, 2016(02): 40 - 41.
- 刘欣, 许宁. 网络自制剧《灵魂摆渡》的新人文精神及其反思[J]. 南方文学评论, 2022(00): 52-63.
- 刘英杰, 陈柏寒. 基于《山海经》中神话故事的叙事性插画创作[J]. 艺术与设计(理论), 2022, 2(06): 54 - 56.
- 路佳煜. 从《山海经》走出的“异兽”——浅析自媒体账号“嘉了个玲”对《山海经》异兽形象的再现与传播[J]. 视听, 2022(05): 135-137.
- 周如菁, 董岳. 透视媒介融合时代游戏改编电视剧的现状——以《轩辕剑之天之痕》为例[J]. 西部广播电视, 2013(05): 63 - 65.
- 司马迁. 史记·五帝本纪[M]. 石家庄:河北少年儿童出版社, 2023.
- 施畅, 汤君妍. 仙侠世界:《仙剑奇侠传》的跨媒介叙事及其精神价值[J]. 贵州大学学报(艺术版), 2024(01): 66 - 72.
- 宋毅铮. “上古神话”的跨媒介叙事研究——以《山海经》为例[J]. 喜剧世界, 2024(01): 65 - 67.
- 王晨航, 杨帆. 探讨传统文化在网络仙侠小说中的运用与意义——以《香蜜沉沉烬如霜》为例[J]. 名作欣赏, 2020(23): 54 - 56.
- 王华丽. 《山海经》绘图流变及其当代表达[J]. 名家名作, 2022(02): 184 - 186.
- 王茜. 浅析《山海经》异兽形象国内影视传播现状[J]. 新闻传播, 2023(23): 36 - 38.
- 翁潇鹏. 人工智能图像生成技术下《山海经》异兽形象的文创产品设计研究[D]. 浙江工商大学, 2024.
- 吴月玲. 电视剧《长相思》:引发古装剧精品化的思考[N]. 中国艺术报, 2024-00-00(002).
- 徐海梅, 于素香. 《山海经》中的元素在银幕上的呈现探究[J]. 电影研究, 2024(04): 48 - 50.
- 杨潼潼, 张勤, 岳怡欣. 《山海经》神话图像的具象抽象与数字人文重构[J]. 复旦学报(社会科学版), 2025, 67(04): 68 - 81.
- 袁珂. 山海经校注[M]. 上海:上海古籍出版社, 1985.

- 元宵. 《山海经》中神话英雄的崇高叙事分析[J]. 遵义师范学院学报, 2022, 24(05): 83 - 86.
- 于玲. 文学叙事中的时间哲学: 古代神话《山海经》与当代科幻《三体》之对照[J]. 嘉应文学, 2025(01): 28 - 30.
- 张勤, 岳怡欣, 杨潼潼. 《山海经》神话图像的具象抽象与数字人文重构[J]. 复旦学报(社会科学版), 2025, 67(04): 68 - 81.
- 张慧玲. 《山海经》瑞兽符号在陶瓷绘画中的应用研究与创作[D]. 桂林理工大学, 2023.
- 张昆, 冯立群, 余昌钰等. 机器人柔性手腕的球面齿轮设计研究[J]. 清华大学学报, 1994, 34(2): 1-7.
- 赵小波, 刘媛. 具身·意识·时空: 作为媒介符号的“山海经”[J]. 海河传媒, 2023(05): 16 - 21.
- 赵逸. 山海经图腾符号设计与数字艺术表现研究[D]. 武汉理工大学, 2020.
- 郑凯歌. 《山海经》对《诛仙》的影响[J]. 郑州航空工业管理学院学报(社会科学版), 2016(02): 10 - 12+16.
- 郑晓峰. “古之巫书”与《山海经》的神话叙事[J]. 汉语言文学研究, 2015, 6(01): 67 - 75.

Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname(姓名): LI DIE
	Highest Education (最高学历): Master's degree
	University or Agency(任职院校或单位): Faculty of Management Science, Silpakorn University
	Field of Expertise(专业领域): Chinese Language
	Address (地址): NT Tower Bangrak, Bangkok

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名): KANOKPORN NUMTONG
	Highest Education (最高学历): Doctoral Degree
	University or Agency(任职院校或单位): Faculty of Humanities, Kasetsart University
	Field of Expertise(专业领域): Chinese Language Chinese Literature Chinese-Thai Thai-Chinese Translation and Interpretation
	Address (地址): Kasetsart University, Ngamwongwan Rd, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok