



守护与重构：中日数字游戏中三国人物形象塑造差异与成因研究

苏 邦

(四川传媒学院融合媒体学院, 四川 成都 611745)

摘要：三国文化作为中华优秀传统文化经典符号，在数字游戏媒介中实现跨文化传播与重构。中日作为三国题材游戏核心创作主体，基于文化内核、审美取向与市场逻辑形成差异化人物形象塑造路径。本文以霍尔文化表征理论、何威“三境-三维”游戏传播框架为支撑，选取中日代表性三国游戏为样本，从视觉符号、叙事功能、价值观念三维度展开对比，深挖形象差异的文化机制。研究表明，中方游戏秉持历史本真守护型转译逻辑，日方遵循本土娱乐重构型改编逻辑，二者差异根植于历史认知、价值体系与产业生态的分野，既为三国文化数字化传播提供实证参考，也为国产游戏出海优化路径。

关键词：数字游戏；三国文化；人物形象塑造；跨文化传播；中日对比

收稿日期：2026年3月23日

中图分类号：J06

通讯作者：苏邦 四川传媒学院融合媒体学院

Guard and reconstruction: Research on the differences and causes of the characterization of the three countries in Chinese and Japanese digital games

Su Bang

(School of integrated media, Sichuan Media University, Chengdu, Sichuan 611745)

Abstract: The culture of the Three Kingdoms, as a classic symbol of Chinese excellent traditional culture, realizes cross-cultural communication and reconstruction in the digital game media. As the core creative subject of the Three Kingdoms Theme game, China and Japan form a differentiated characterization path based on the cultural core, aesthetic orientation and market logic. Supported by Hall's cultural representation theory and He Wei's "three environments - three dimensional" game communication framework, this paper selects the representative Three Kingdoms games of China and Japan as samples, and makes a comparison from the three dimensions of visual symbols, narrative functions and values, so as to explore the cultural mechanism of image differences. The research shows that the Chinese game adheres to the translation logic of historical authenticity, while the Japanese game follows the adaptation logic of local entertainment reconstruction. The difference between the two is rooted in the division of historical cognition, value system and industrial ecology, which not only provides an empirical reference for the digital communication of the culture of the three countries, but also optimizes the path for National Games to go to sea.

Key words: Digital games; Three Kingdoms culture; Characterization; Cross cultural communication;

* 基金项目: 本文系四川省社会科学重点研究基地诸葛亮研究中心 2025 年度项目《中日数字游戏中三国人物形象塑造的对比研究》(项目编号: 25ZGL15) 的研究成果。



Comparison between China and Japan

一、引言

三国文化依托正史积淀与《三国演义》的文学演绎，成为跨越东亚文化圈的经典IP，兼具历史厚重感与大众传播性。步入数字时代，电子游戏凭借沉浸式交互、可视化叙事、年轻化表达的独特优势，打破了传统媒介的传播局限，成为三国文化当代传承、跨地域流转的核心载体。中日两国作为三国题材游戏主要研发阵地，基于截然不同的文化立场、产业模式与受众偏好，对同一批三国人物进行了差异化编码塑造：中国游戏始终锚定历史文脉，侧重还原人物的历史风骨与文化本真；日本游戏则偏向本土化解构，以娱乐化、二次元化的方式重构人物形象，形成两种风格迥异的创作范式。

二、相关研究基础

从学界研究现状来看，现有三国文化研究多集中于文学文本解读、历史史实考证、影视戏曲改编等传统领域，针对数字游戏这一新兴载体的专项研究起步较晚，且存在明显短板^[1]。国内相关研究仅零散涉及国产三国游戏的形象设计、叙事表达，缺乏跨国对比视野，未能触及中日塑造差异背后的文化编码逻辑；国外研究中，日本学界侧重分析三国文化在日本的传播脉络与本土游戏产业规律，欧美研究多聚焦游戏商业运营，均未形成中日双视角的系统对比^[2]。整体而言，数字游戏视域下三国人物跨国塑造的研究仍存在载体局限、视角单一、理论支撑薄弱等问题，专项对比研究近乎空白，这也成为本文的核心研究切入点与创新空间。

为保障研究的科学性与系统性，本文搭建了完善的理论与实证研究框架，如图1所示。理论层面，以斯图尔特·霍尔的文化表征理论为核心，解析三国人物文化符号在跨语境传播中的编码、解码逻辑；融合北京师范大学何威教授提出的“三境-三维”游戏传播框架，将三国人物塑造拆解为视觉符号（符号境）、叙事功能（知识境）、价值观念（观念境）三大维度，构建针对性的对比分析体系；实证层面，依据市场影响力、文化代表性、类型多样性三大标准，选取中日各5款主流三国游戏为研究样本，中

国样本涵盖《王者荣耀》《率土之滨》《三国志·战略版》等作品，日本样本包括《真三国无双》系列、《三国志》系列、《三国 Blade》等经典IP^[3]。

研究方法采用参与式观察、文本分析与跨文化比较法相结合的方式，将三国人物细分为主公、武将、谋士、女性角色、特殊功能型五类，依托三维框架展开全方位对比，确保研究结论的客观性与针对性，如图2所示。

三、中日数字游戏三国人物形象塑造的三维对比

本文依托“视觉符号-叙事功能-价值观念”三维框架，结合五类人物的具体塑造细节，系统拆解中日游戏的差异化表达，每类角色均结合典型样本案例展开实证分析，凸显具象差异。

（一）视觉符号塑造：考据还原与日式解构的极致分野

视觉符号是人物形象的第一表意层，涵盖服饰形制、武器道具、体态妆容、色彩搭配等要素，直接反映创作主体的文化立场与审美取向，中日两国在该维度的塑造逻辑呈现截然相反的路径^[4]。

中国数字游戏坚守历史考据优先、礼制贴合的核心原则，视觉设计严格对标汉末三国服饰、器物史料与《三国演义》经典文本，拒绝过度玄幻化改编。主公类角色服饰参照汉代官服、冕服规制，纹样以龙纹、云纹等传统祥瑞图案为主，配色沉稳庄重；武将铠甲复刻汉代札甲、鱼鳞甲形制，武器还原文学与史料记载，无冗余特效；谋士形象偏向宽袍广袖、素色清雅，贴合文人风骨；女性角色妆容素雅、服饰保守，符合汉代女性着装规范；特殊角色如左慈、华佗，造型贴合道家、医者的传统意象。以《率土之滨》刘备为例，服饰还原汉代帝王冕服十二章纹，冠冕、绶带均符合礼制；《王者荣耀》关羽的青龙偃月刀无特效加持，铠甲贴合汉末武将装束，整体凸显历史厚重感与文化正统性。

日本数字游戏奉行本土审美重构、娱乐视觉优先的逻辑，彻底弱化历史考据，深度融入日式动漫、武士文化、二次元审美元素，甚至进行妖魔化、萌化改编。武将服饰混搭日式兜鍪、和服纹样与西洋铠甲元素，武器普遍附加电光、火焰、妖气



等玄幻特效，色彩艳丽浮夸；人物体态偏向日式二次元审美，男性角色俊美纤细、女性角色性感低龄化，张飞、吕布等粗犷武将赋予兽耳、魔化肢体等异化设计；主公、谋士形象打破传统定位，融入日系偶像、剑客等视觉符号；还原创张星彩、

吕玲绮等虚构女性角色，造型完全贴合二次元萌系风格。《真三国无双》关羽的青龙刀附带紫电特效，铠甲融入武士胴丸设计；《三国志》系列曹操造型偏向日式战国大名，妆容凌厉冷峻，彻底脱离历史原型的视觉框架^[5]。

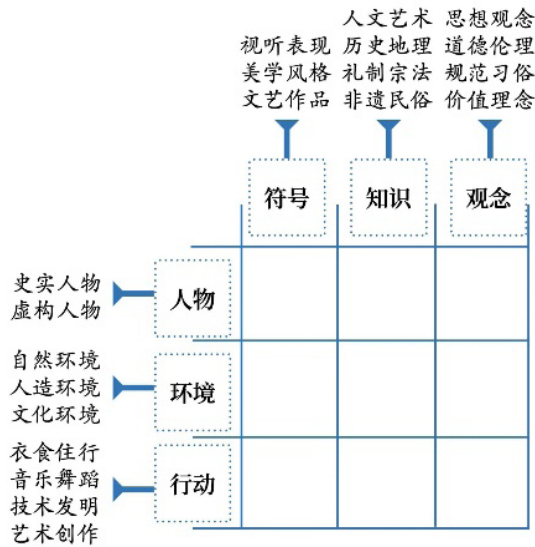


图1 数字游戏传播中华优秀传统文化的“三境-三维”矩阵式框架

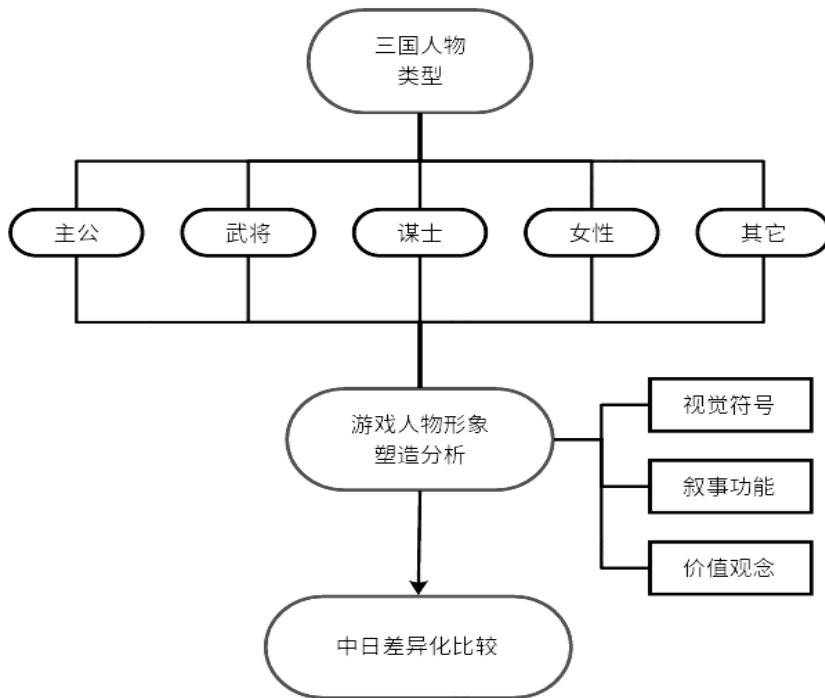


图2 本文研究框架图

(二) 叙事功能塑造：史实锚定与娱乐架空的核心差异

叙事功能决定人物在游戏剧情、玩法体系中的定位与作用，是平衡历史真实性与游戏娱乐性



的关键，中日游戏在叙事层面的差异，本质是对三国 IP 的文本利用逻辑不同。

中国数字游戏以三国正史与文学经典为叙事骨架，人物功能严格贴合历史定位，核心桥段、人物关系、性格逻辑均遵循原著，叙事服务于文化传承。主公角色核心功能是政权经营、仁德驭下，刘备的“仁德”、曹操的“枭雄”特质贯穿剧情，任务线围绕官渡之战、赤壁之战等经典战役展开；武将角色核心功能是战场征战、忠义践行，关羽“温酒斩华雄”“过五关斩六将”、赵云长坂坡救主等桥段完整还原，人物行动紧扣忠义内核；谋士角色是战局核心智囊，诸葛亮草船借箭、空城计等谋略桥段成为剧情关键，主导策略玩法；女性角色承担政治叙事、家国悲情功能，貂蝉连环计、甄宓乱世飘零等剧情贴合原著，无低俗化、娱乐化改编；特殊角色如华佗、左慈，承担医者济世、道家奇幻的辅助叙事功能，不偏离历史文本框架。国产 SLG 游戏中，人物叙事与阵营玩法深度绑定，所有剧情节点均锚定三国历史时间线，杜绝架空改编。

日本数字游戏以玩法体验为核心、弱化史实束缚，采用架空叙事模式，人物功能完全服务于娱乐性与受众偏好，历史桥段仅作为背景板。主公角色淡化政权治理、民生谋略，强化个人魅力与战斗属性，曹操、刘备沦为战斗单元，而非政权核心；武将角色彻底剥离忠义叙事，核心功能是战场割草、战斗爽感，赵云、吕布等角色以“无双战力”为核心标签，剧情无历史逻辑，仅为战斗场景铺垫；谋士角色谋略功能大幅弱化，多数转为战斗辅助、增益 buff 提供者，诸葛亮的“智绝”特质被淡化；女性角色彻底脱离政治叙事，沦为颜值担当、恋爱支线对象，貂蝉、甄宓成为玩家可攻略角色，虚构角色张星彩则主打亲情、友情线；特殊角色被赋予超能力、奇幻技能，叙事脱离历史语境，沦为玩法工具人。《真三国无双》系列全程以战斗为核心，历史剧情被碎片化拆解，人物无完整成长线，仅作为战斗载体存在。

（三）价值观念塑造：集体忠义与个人武勇的文化对立

价值观念是人物形象的精神内核，折射中日两国的文化底色与价值取向，这一维度的差异是

中日三国人物塑造分歧的核心根源。

中国数字游戏根植于儒家文化与传统家国情怀，凸显集体主义、忠义伦理、家国大义的价值内核，人物价值通过集体功勋与文化担当体现。主公角色以“安天下、济苍生”为核心追求，注重阵营凝聚力与百姓福祉，强调团队协作；武将角色以“忠”“义”为最高准则，关羽的“千里走单骑”、张飞的“当阳拒敌”，均是对忠义价值观的具象化诠释，个人利益服从于家国与阵营；谋士角色秉持“鞠躬尽瘁、死而后已”的信念，诸葛亮为兴复汉室鞠躬尽瘁，凸显家国情怀；女性角色虽身处乱世，仍坚守气节，承载家国悲情的价值表达；整体价值导向强调集体利益高于个人，三国人物是传统文化精神的具象符号^[6]。

日本数字游戏深受武士道精神、个人英雄主义与二次元文化影响，推崇个人武勇、自我实现、个性解放的价值取向，弱化家国大义与集体观念。主公、武将角色以个人战力、战斗成就为核心价值，“一夫当关、万夫莫开”的个人英雄主义成为核心表达，阵营、集体利益被边缘化；谋士、女性角色的价值依附于个人魅力与战斗能力，传统伦理、气节观念被彻底淡化；《真三国无双》的“无双系统”让单人可破千军，极致放大个人能力，忠义、仁德等传统价值仅作为背景设定，不影响人物行为与核心玩法；甚至部分角色打破正邪边界，以“个性”“战力”为评判标准，彻底脱离中国传统文化的价值框架。

四、中日数字游戏三国人物形象塑造差异的深层文化成因

中日数字游戏对三国人物的塑造分歧，并非单纯的美术风格或玩法设计差异，而是历史认知积淀、价值审美内核、产业生态导向、受众需求分层等多重因素交织作用的结果。每一层因素都深度影响创作主体的文化编码逻辑，最终形成“守护”与“重构”两种截然不同的创作路径，下文结合文化传播规律与行业实际，展开深度剖析。

（一）历史认知：文化原生者的敬畏传承与域外接收者的本土化消解

中国作为三国文化的原生发源地，三国历史早已融入民族集体记忆，《三国演义》作为四大古典名著之一，更是全民通识性的文化经典，这种



原生文化身份赋予了创作主体天然的敬畏感与传承责任。在国产三国游戏研发中，研发团队普遍将“还原历史本真”作为核心准则，无论是角色设定、剧情架构还是视觉设计，均以史料与文学文本为蓝本，拒绝随意颠覆经典人物形象，避免文化内核的失真与消解。这种创作逻辑本质是对本土文化根脉的守护，也是国产文化创意产品承担文化传播使命的必然要求。

日本作为三国文化的域外传播地，其对三国文化的认知始于江户时代的文学译本，历经数百年本土化改造，三国文化早已脱离原生历史语境，成为日本民众眼中的“异域传奇IP”，而非严肃历史。日本游戏研发者无需承担三国文化的原生传承责任，仅将其作为可供改编的娱乐素材，可根据本土审美与市场需求随意解构人物形象、重构叙事逻辑。这种“旁观者”式的文化认知，使得日本游戏能够彻底摆脱历史束缚，将三国人物改造为贴合本土受众喜好的娱乐符号，这也是日式三国游戏人物形象偏离历史原型的核心历史根源^[7]。

（二）价值审美：儒家集体伦理与日式个体美学的底层分野

中国传统文化以儒家思想为核心根基，历经千年积淀形成了“重集体、崇忠义、讲礼制、守本分”的价值体系，这种价值内核深刻映射到三国人物塑造中。儒家倡导的“忠义礼智信”成为三国人物的核心精神标签，集体利益、家国大义高于个人得失，人物形象端庄厚重、符合传统礼制审美，无论是武将的忠义、谋士的气节，还是女性的温婉，均贴合儒家文化的道德规范与审美取向。这种审美逻辑决定了国产三国游戏必然走“守正统、传文脉”的路线。

日本文化则兼具武士道“强者崇拜”、二次元“视觉至上”与西方个体主义思潮，形成了以“个性张扬、感官体验、个人能力极致化”为核心的审美体系。武士道精神推崇个人武勇与自我实现，弱化集体伦理与家国大义；二次元文化追求视觉冲击、萌系美感与个性化表达，对传统历史形象的包容性极低。这种审美底层差异，使得日本游戏研发者更倾向于将三国人物打造成“战力超群、外形俊美、个性鲜明”的娱乐符号，彻底剥离原生文化的伦理束缚，这也是日式三国游戏人物偏

向二次元化、个人化的核心审美原因。

（三）产业生态：文化责任导向与商业盈利导向的路径分歧

中国游戏产业起步较晚，三国题材作为中华优秀传统文化的核心IP，被赋予了文化传播与价值引领的社会责任，行业监管导向、市场舆论环境均要求游戏产品尊重历史、正向传播。国产三国游戏研发需兼顾文化遗产与商业盈利，且文化责任优先级高于单纯的商业收益，研发团队必须投入大量精力进行历史考据、把控价值导向，避免低俗化、失真化改编，这也使得国产游戏的人物塑造始终围绕“历史本真”展开^[8]。

日本游戏产业发展成熟，市场化、商业化程度极高，三国题材游戏的核心目标是抢占市场、获取收益，研发逻辑完全围绕“受众喜好、流量变现”展开。日本游戏行业拥有完善的分级制度与成熟的商业化模式，为了提升玩家粘性与付费意愿，研发团队会刻意加入二次元萌系、恋爱养成、战斗爽感等商业化元素，不惜颠覆历史形象、弱化文化内核。此外，日本游戏产业的IP改编逻辑更注重“本土化适配”，外来IP必须彻底贴合本土市场规则，这也推动了三国人物的娱乐化、商业化重构。

（四）受众需求：文化认同诉求与娱乐体验诉求的需求分层

中国游戏受众对三国IP抱有深厚的文化情怀与身份认同，核心诉求是通过游戏重温历史、感受传统文化魅力，对历史失真、低俗恶搞类改编的接受度极低。年轻玩家群体虽追求游戏趣味性，但仍看重人物形象与剧情的“原著贴合度”，这种受众需求倒逼国产游戏研发团队坚守历史底线，以文化认同为核心打造人物形象^[9]。

日本游戏受众对三国文化缺乏原生情感联结，接触三国题材游戏的核心诉求是获取战斗爽感、视觉愉悦与情感陪伴，对历史还原度无硬性要求。日本二次元受众群体庞大，更偏爱外形俊美、个性鲜明、玩法多样的角色设定，对历史厚重感的关注度极低。这种受众需求分层，使得日本游戏必须以娱乐体验为核心，将三国人物改造为贴合本土受众偏好的娱乐载体，进一步加剧了人物形象的本土化重构。

五、研究结论与实践启示



（一）研究结论

本文通过视觉符号、叙事功能、价值观念三维度对比分析,明确了中日数字游戏在三国人物塑造上的两种核心路径:中国游戏秉持“历史本真守护型”转译逻辑,以史料考据与文化遗产为核心,人物形象贴合历史文脉、价值内核坚守儒家伦理,实现了三国文化的正统化传播;日本游戏遵循“本土娱乐重构型”改编逻辑,以本土审美与商业盈利为核心,对三国人物进行二次元化、个性化解构,实现了IP的本土化落地。

两种塑造路径的差异,本质是中日两国历史认知、价值审美、产业生态、受众需求四重因素叠加的结果,且各有优劣:中国游戏守住了三国文化的原生内核,实现了传统文化的数字化传承,但存在娱乐性不足、国际化传播适配度低、文化折扣明显等问题;日本游戏提升了三国IP的娱乐性与全球传播度,贴合年轻受众喜好,但存在文化内核消解、历史形象失真、价值观偏离等缺陷。整体而言,中日两国的差异化塑造,既展现了三国文化跨语境传播的强大生命力,也印证了传统文化数字化传播中“守正”与“创新”平衡的重要性。

（二）实践启示

1. 优化国产三国游戏出海策略,破解跨文化传播困境

国产三国游戏出海需打破“重考据、轻适配”的局限,在坚守忠义、家国等核心文化价值的基础上,适度借鉴日本游戏的视觉表达与玩法设计,优化人物形象的国际化呈现方式。针对海外受众偏好,弱化晦涩的历史礼制细节,强化人物个性与玩法趣味性,建立中日文化价值术语对照体系,化解“忠义”“仁德”等核心词汇的语义偏差,降低文化折扣。同时,可结合海外平台用户画像,推出轻量化、二次元化的人物皮肤与支线剧情,兼顾文化本真与海外受众接受度。

2. 平衡历史传承与娱乐创新,提升国产游戏传播力

国产三国游戏应坚守文化底线,拒绝低俗化、恶搞式改编,同时打破“唯历史论”的固化思维,在考据还原的基础上创新叙事与玩法。借鉴日本游戏的娱乐化表达经验,通过沉浸式剧情、互动式

玩法、个性化角色设计提升游戏趣味性,让年轻玩家在娱乐体验中感知三国文化魅力。例如可在保留核心历史桥段的基础上,增加人物成长支线、情感羁绊剧情,丰富人物层次,实现“守正”与“创新”的有机统一,让传统文化真正走进年轻群体。

3. 联动文旅与文创产业,拓宽三国文化传播场景

依托游戏中的三国人物形象与叙事IP,推动数字文化与实体文旅、文创产业深度融合。针对四川武侯祠、湖北赤壁、河南许昌等三国文化地标,复刻游戏经典场景与人物互动环节,打造沉浸式三国文旅体验;开发游戏IP衍生文创产品,将三国人物视觉符号融入文具、潮玩、服饰等产品,扩大文化传播覆盖面。同时,可推出三国文化科普类游戏模块,将历史知识与游戏玩法结合,实现传统文化的趣味化、数字化普及。

4. 构建跨文化创作机制,打造国际化三国精品IP

整合中日游戏产业的优势资源,搭建跨文化创作团队,兼顾中国的文化本真与日本的娱乐化表达经验,打造兼具文化底蕴与全球传播力的三国游戏IP。深入研究全球受众审美偏好,提炼三国文化中普世性的精神内核(如勇气、智慧、忠义),摒弃文化差异较大的礼制细节,打造既能传承中华文脉,又能适配全球市场的三国人物形象,推动三国文化真正走向全球舞台。

六、结语

数字游戏为三国文化的跨地域、跨时代传播提供了全新载体,中日两国的差异化塑造路径,既是文化差异的具象体现,也是传统文化数字化转型的有益探索。未来三国文化的数字化传播,需坚守文化本真、兼顾跨语境适配,在守正与创新中找到平衡,既要避免文化失真,也要拒绝固步自封,让三国文化这一经典IP在全球范围内焕发新生。本文研究仍存在样本覆盖面有限、受众实证调研缺失等不足,后续可扩大游戏样本范围、开展玩家访谈与问卷调查,进一步深化跨文化传播规律研究。

参考文献:

[1] 裴玉林. 电子游戏中的三国人物形象研究[D]. 中央美术学院, 2019.



- [2] 刘天玮. 中日动漫与游戏中的三国人物形象分析 [D]. 西北大学, 2016.
- [3] 范笑竹, 孙晓蓓, 何威. “三境 - 三维” 理论视域下《黑神话: 悟空》助力中华优秀传统文化“两创”研究 [J]. 北京文化创意, 2024 (05): 4-13.
- [4] 梁满仓, 渡边义浩, 孙前进, 等. 中日“三国文化”交流与合作——梁满仓研究员、渡边义浩教授访谈录 [J]. 湖北文理学院学报, 2024, 45 (12): 5-10.
- [5] 吉田宽, 张莹, 路洁. 作为美学新领域的数字游戏研究——东京大学吉田宽教授访谈录 [J]. 中国美学, 2024 (02): 251-264.
- [6] 孔德罡. 跨文化语境下的中国文化“提喻法”——“三国”在电子游戏中的国际媒介形象 [J]. 艺术评论, 2023 (09): 55-65.
- [7] 晏晓东. 游戏《三国志》叙事研究 [D]. 扬州大学, 2018.
- [8] 李玥, 牛雪莹, 何威. 国产数字游戏传播中华文化路径、现状与认知 [J]. 数字出版研究, 2024, 3 (02): 18-29.
- [9] 罗飞霞. 历史文化元素在我国网络游戏开发中的运用——以网络游戏《三国杀》为例 [J]. 人文论谭, 2013 (00): 268-273.

作者简介: 苏邦 (1995-), 男, 汉族, 云南昆明人, 硕士, 四川传媒学院融合媒体学院讲师, 研究方向: 游戏研究、青年文化。