

文化数字化发展研究

国家文化和旅游部研究基地
清华大学文化创意发展研究院
清华大学新闻与传播学院元宇宙文化实验室

2023年11月11日

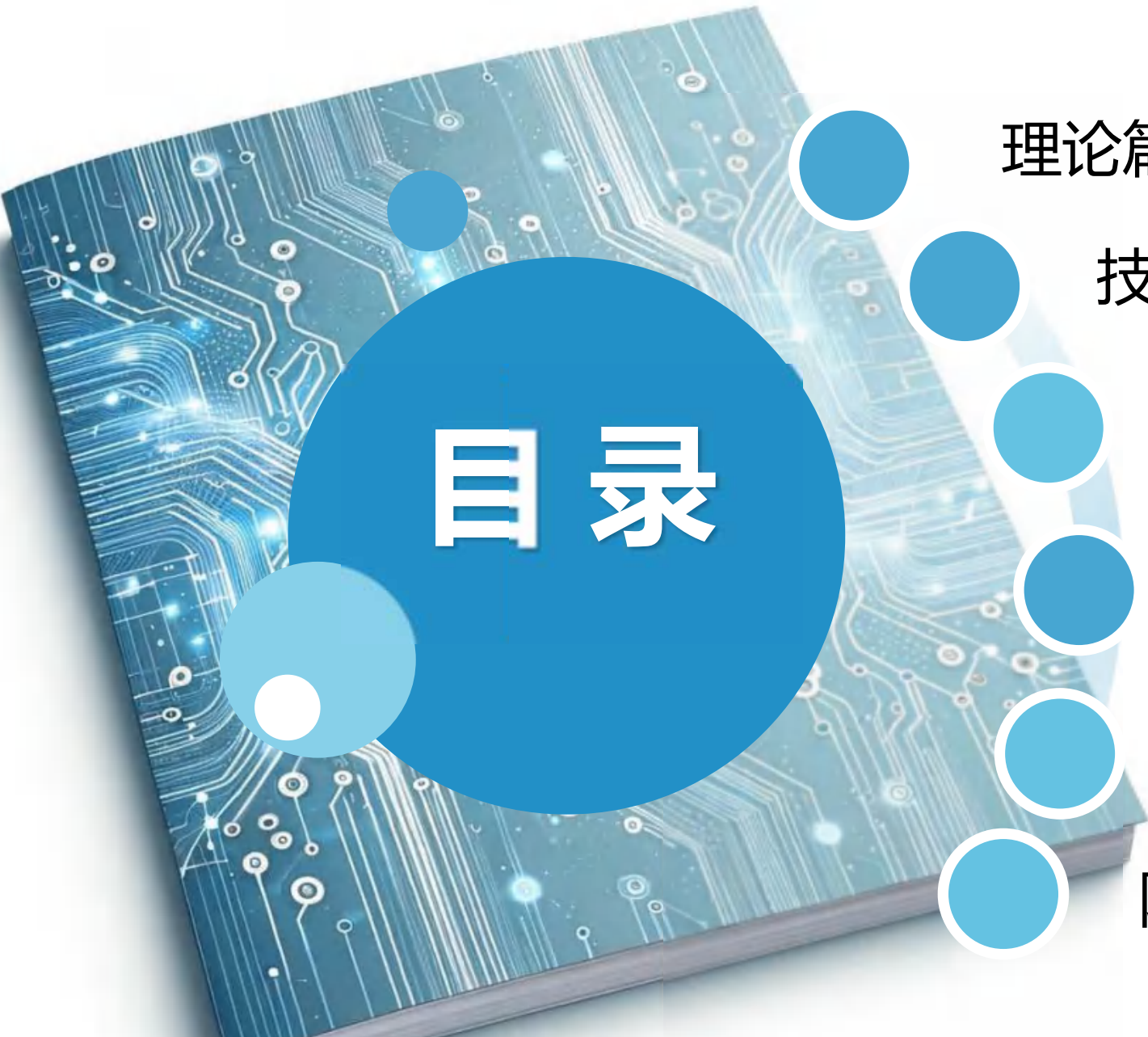
更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费



目录

理论篇

技术篇

产业篇

舆论篇

未来篇

附录

文化数字化

文化数字化：立足文化科技融合的背景，以数字化技术融入文化的创作、生产、展现、传播和消费全过程，实现文化数字化生产力快速发展，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。

数字经济发展 传统文化复兴

文化产业

数字文化产业

文化创意产业

创意产业

文化事业

数字文化事业

公共数字文化

公益性数字文化

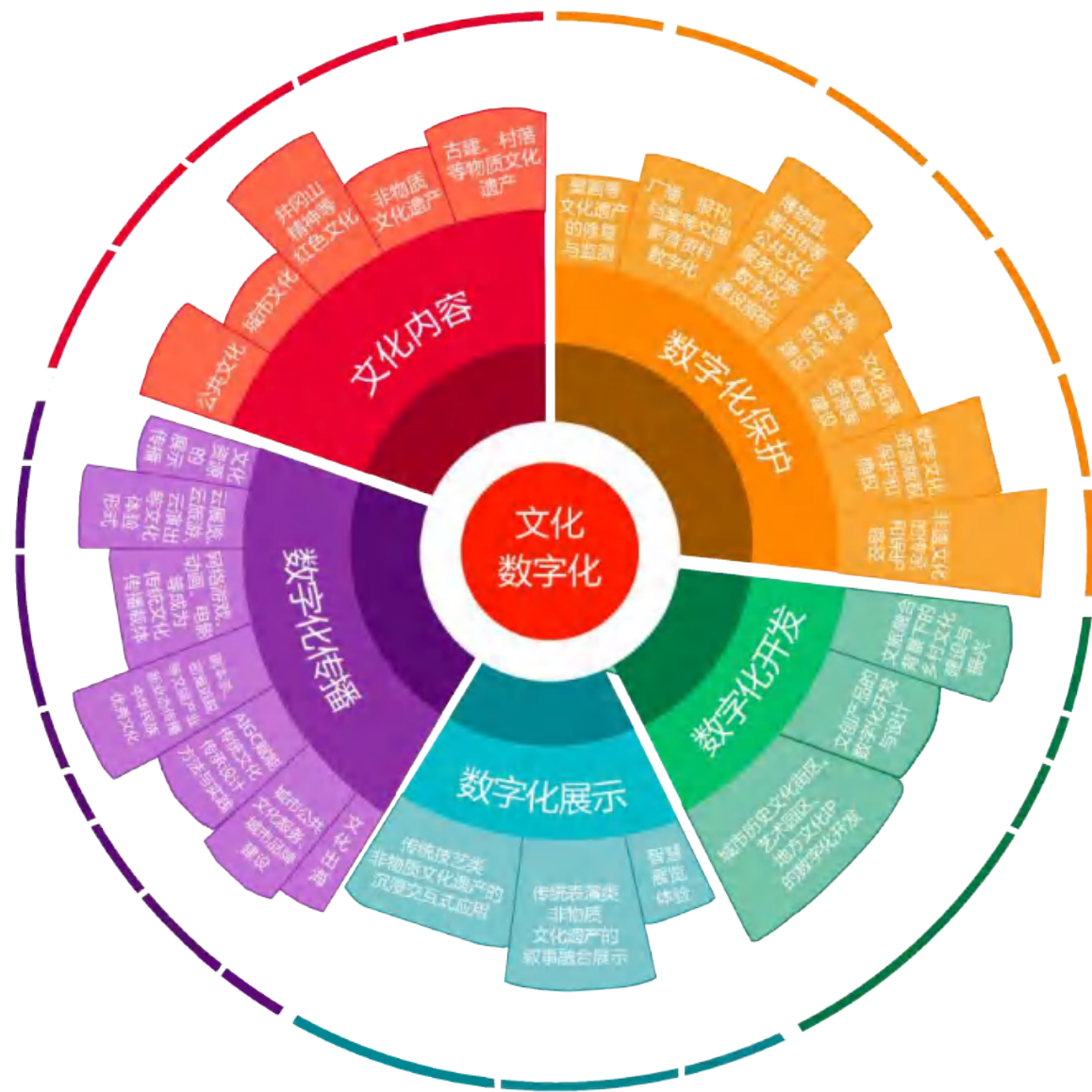
文化产品和服务数字化

文化企业管理流程数字化再造与商业模式数字化升级

文化消费者的消费行为和精神体验的数字化

文化产业内外部各产业通过数字技术重塑价值链

文化管理部门和整体社会公共服务部门的协同治理



文化数字化研究热点

理论篇

思想理论：凝聚中国力量 推动文化发展

中华文化全景呈现

文化财富

“**文物和文化遗产**承载着中华民族的基因和血脉，是不可再生、不可替代的**中华优秀传统文化资源**。要让更多文物和文化遗产活起来，营造传承中华文明的浓厚社会氛围。”——习近平总书记在中央政治局第三十九次集体学习中发言（2022）

文化创意

“要坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持百花齐放、百家争鸣，**坚持创造性转化、创新性发展，不断铸就中华文化新辉煌**。”——习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告（2017）

文化形象

“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，**展现可信、可爱、可敬的中国形象**。”——习近平总书记在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告（2022）

中华文化数字成果全民共享

文化消费

“要推动文化产业高质量发展，健全现代文化产业体系和市场体系，推动各类文化市场主体发展壮大，**培育新型文化业态和文化消费模式，以高质量文化供给增强人们的文化获得感、幸福感**。”——习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话（2018）

公共文化服务

“要**推动公共文化服务标准化、均等化**，坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享，**完善公共文化服务体系**，提高基本公共文化服务的覆盖面和适用性。”——习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话（2018）

文化素养

“育新人，就是要坚持**立德树人、以文化人**，建设社会主义精神文明、培育和践行社会主义核心价值观，**提高人民思想觉悟、道德水准、文明素养**，培养能够担当民族复兴大任的时代新人。”——习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话（2018）

文化安全

“坚定**文化自信**，是事关**国运兴衰、事关文化安全、事关民族精神独立性**的大问题。”——习近平总书记在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话（2016）

思想理论：科学指导 深入贯彻

文化遗产的保护与传承

要发挥好博物馆保护、传承、研究、展示人类文明的重要作用，**守护好中华文脉，并让文物活起来，扩大中华文化的影响力。**

——习近平总书记在考察汉中市博物馆时的讲话（2023）

文物和文化遗产承载着中华民族的基因和血脉，是不可再生、不可替代的中华优秀传统文化资源。**我们要积极推进文物保护利用和文化造产保护传承**，挖掘文物和文化造产的多重价值，传播更多承载中华文化、中国精神的价值符号和文化产品。

——习近平总书记在中央政治局第三十九次集体学习中发言（2022）

发展数字文化建设

要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，**加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，提高质量效益和核心竞争力。**

——习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上的讲话（2022）

宣传思想文化工作事关党的前途命运，**事关国家长治久安，事关民族凝聚力和向心力**，是一项极端重要的工作。

——习近平总书记在全国宣传思想文化工作会议上的讲话（2023）

文化
保护

文化
基建

文化
交流

文化
创新

中华文化的国际传播

深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，让中华文化展现出永久魅力和时代风采。

——习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告（2017）

增强中华文明传播力影响力。坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。

——习近平总书记在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告（2022）

中国将更好发挥北京作为历史古都和全国文化中心的优势，加强同全球各地的文化交流，共同推动**文化繁荣发展、文化遗产保护、文明交流互鉴**，践行全球文明倡议，为推动构建人类命运共同体注入深厚持久的文化力量。

——习近平总书记

文化的创造性转化和创新性发展

要运用现代科技手段加强古籍典藏的保护修复和综合利用，深入挖掘古籍蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范，**推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。**

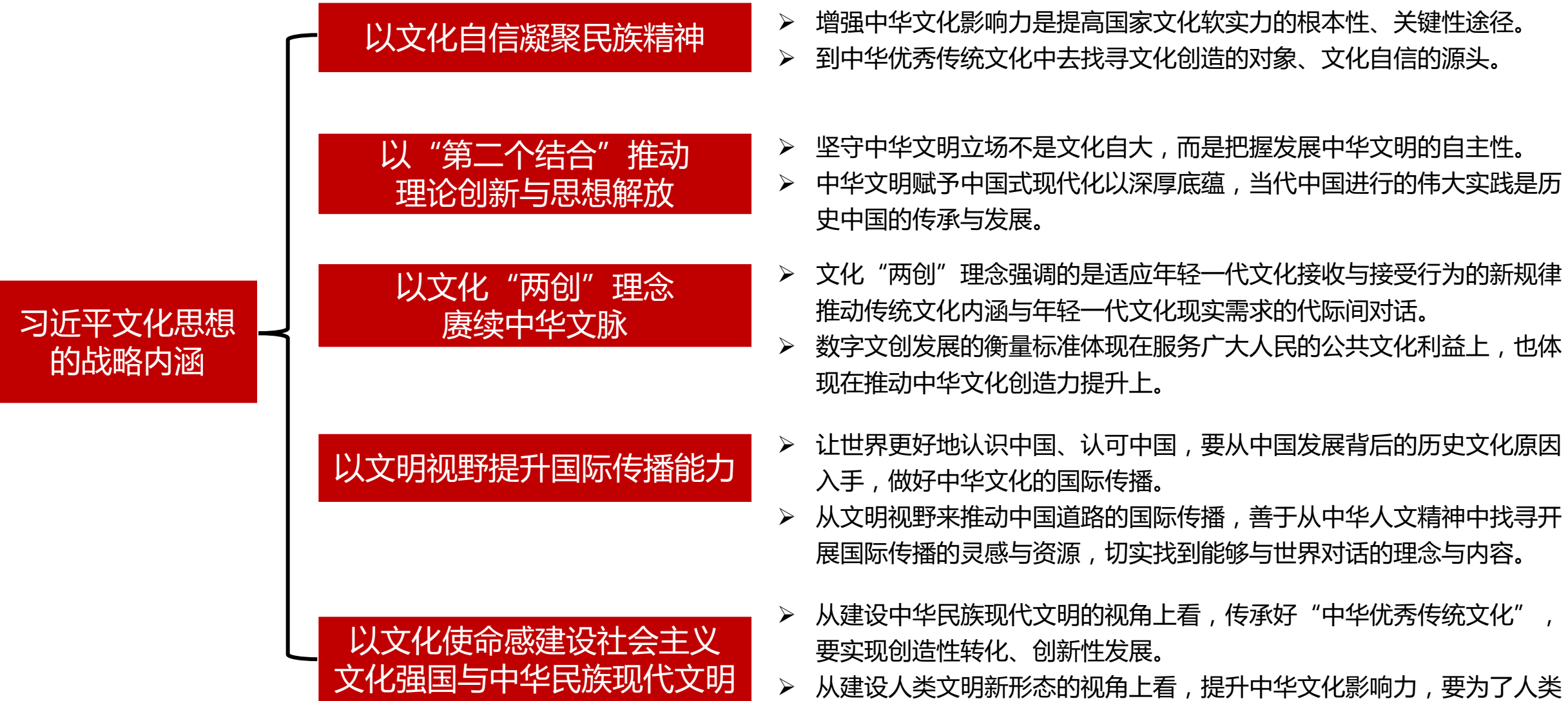
——习近平总书记在中国人民大学考察调研时的重要讲话（2022）

中国文化源远流长，中华文明博大精深。只有全面深入了解中华文明的历史，**才能更有效地推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展**，更有力地推进中国特色社会主义文化建设，建设中华民族现代文明。

——习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话（2023）

思想理论：习近平文化思想的提出

2023年10月7日至8日，全国宣传思想文化工作会议在北京召开，首次提出**习近平文化思想**。



研究聚焦：数字技术、文化产业与公共文化服务

技术：文化资源的数字化转型

产业：文化生产的数字化再造

公共文化服务：文化财富的全民共享

“采集—转换—展现”技术路径

采集：倡导开放包容与专业标准并存；

转换：注重对“本真还原”的理性追求和语义设计层面碎片化的客观认知；

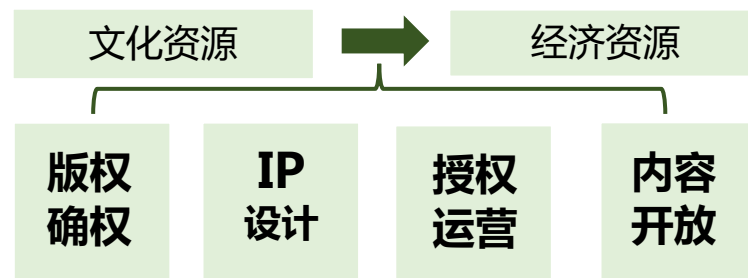
展现：重视非遗与现代社会文化因素的内在关联，规避与传统文化存续语境的割裂。
(韩美群、周小芹，2022)

数字技术支撑高质量文化产品供给

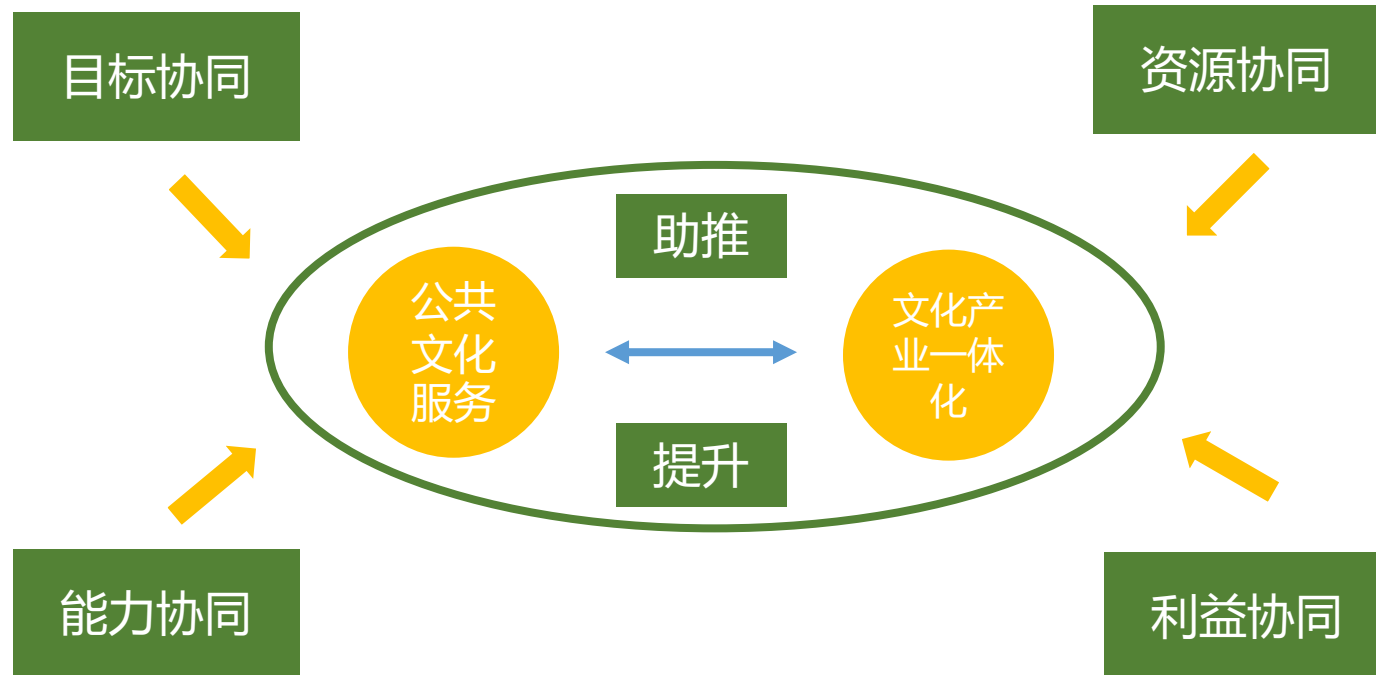
场景融合 5G网络、数据中心等新型基础设施，区块链、XR、云计算等技术手段为场景融合提供基础。

虚实融合 VR云上书店、5G+VR景区慢直播、虚拟偶像全息演出推动文化提供更多丰富的产品和服务。

产业融合 数字文化企业与金融、物流、教育、体育、电子商务等现代服务业融合发展。



文化数字化战略的提出，公共文化服务和文化产业的相辅相成成为保障公民的基本文化权利和提升公民素养的基本措施，有利于我国发展中华民族现代文明，推动社会主义文化的建设。



趋势研判：激活中华文化创造力

数字时代是当代社会发展中的突出特征，文化科技融合是当代文化产业发展中的突出特点。不进入数字世界的文化内容是边缘的，而没有文化内容的数字世界则是乏味的。（胡钰，2022）

文化自信更加突出

中华人文精神。中华优秀传统文化积淀着多样、珍贵的精神财富，如求同存异、和而不同的处世方法，文以载道、以文化人的教化思想，形神兼备、情景交融的美学追求，俭约自守、中和泰和的生活理念等，是中国人民思想观念、风俗习惯、生活方式、情感样式的集中表达，滋养了独特丰富的文学艺术、科学技术、人文学术，至今仍然具有深刻影响。

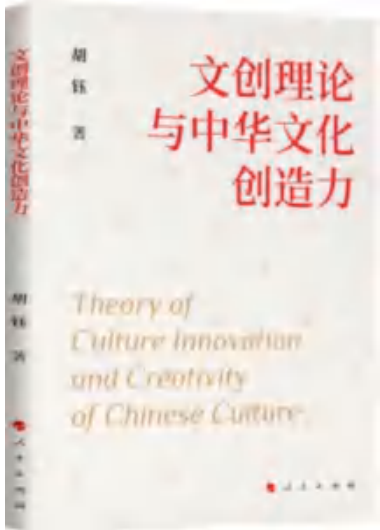
——《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》

文化事业更加繁荣

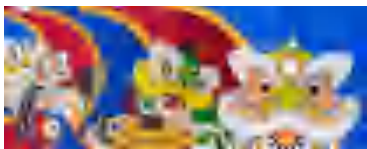
图 7：2012-2022 年全国人均文化和旅游事业费及增速情况



图片来源：
《中华人民共和国文化和旅游部2022年文化和旅游发展统计公报》



文化产业更加强劲



动漫、游戏、电影等成为传播优秀传统文化的载体。

文化创造更加活跃

以“90后”“00后”为代表的新生代人群正为国潮品牌发展注入新动能。从追捧洋品牌到国潮兴起，是我国消费品品质满意度和品牌认可度稳步提高的有力证明。……运动鞋、自行车、美妆产品不仅国内热销，也成为海外“爆款”，老百姓对“国潮”品牌认可度明显提升。

——《国潮引领消费升级产业实力显著增强》，《经济日报》2022年10月3日



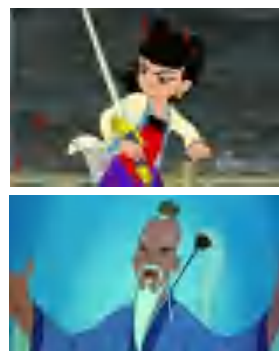
文创理念：推动当代中国文化创造的新观念

文创理念基础在“文”，即文化；关键在“创”，即创造性转化、创新性发展。

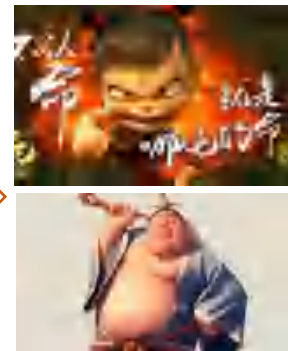


创意视角

创意视角是一种个性化视角，重点关注文化发展的内容创新。没有创意的文化是重复的，没有文化的创意是单薄的。



享受共性
与
发扬个性



科技视角

科技视角是一种现代化视角，重点关注文化发展的形式创新。没有科技的文化是边缘的，没有文化的科技是乏味的。



生活视角

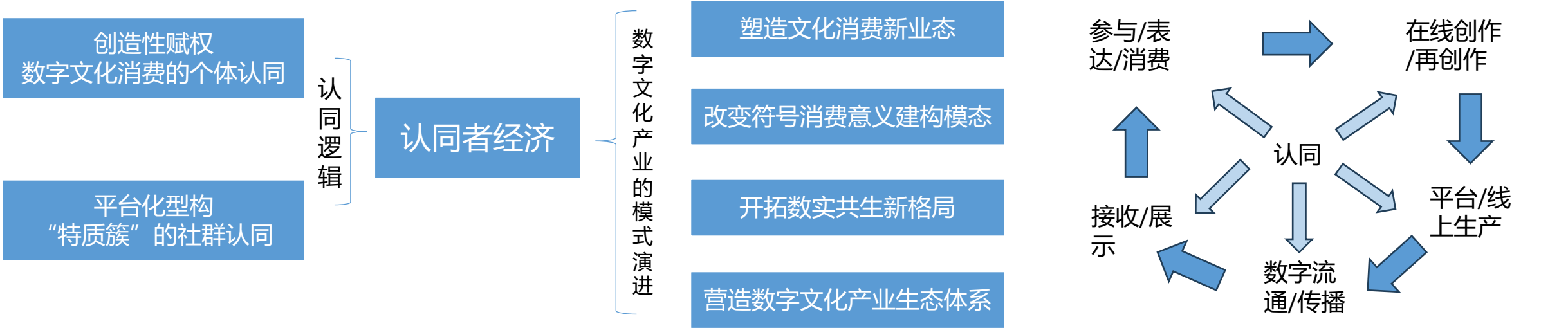
生活视角是一种社会化视角，重点关注文化发展的应用创新。没有文化的生活是无趣的，没有生活的文化是无力的。



认同者经济：产消合一 数实共生

从职业创作者扩展至消费者，标志着数字文化产业进入到“产消合一”的创意者经济时代。

逻辑	实质	核心	目标	
创意者经济	生产者逻辑	以内容生产者为主体，强调创作者的创意生产赋能文化经济	重生产行为、重生产者、重生产结果	为有创造力的人提供获得经济回报的机会
认同者经济	产销者逻辑	以泛化的产销者为主体，强调需求侧身份认同搭建数字文化产业的链条	重生产力的来源、重认同建构与确认	搭建身份认同机制，从需求端侧重用户的消费与再生产行为



数字文化产业的“认同者经济”模式

时代意义：建设社会主义文化强国

文化强国战略

数字化支撑

推动文化繁荣 建设文化强国

坚守价值体系，推动**社会主义核心价值观**广泛传播
加强精神文明建设，将文化转化为**推动经济发展**的强大动能
强化以文化人的时代人物，推动中华民族文化基因**同当代社会相协调**
将马克思主义基本原理同中国具体实践、同中华优秀传统文化相结合

- 1 中华优秀传统文化 任人唯贤、天人合一、自强不息、厚德载物、讲信修睦、亲仁善邻等
- 2 社会主义先进文化 以培养“四有公民”为目标，体现民族性、科学性、大众性、开放性有机统一的现代文化体系
- 3 革命文化 以爱国主义为核心的民族精神和以共产主义为奋斗目标的崇高理想

信息化、现代化、创意化

数字文化是数字中国的重要组成部分，要以信息化推进中国式现代化

推动传统文化与现实文化相适应，有效提升中华文化的现代化水平，提升我国的文化生产力

推动文化资源转化为创意资源

提高社会文明程度

- 推动公民道德建设
- 加强国家科普能力建设，推动全民数字化阅读
- 数字化展示先进模范的优秀事迹

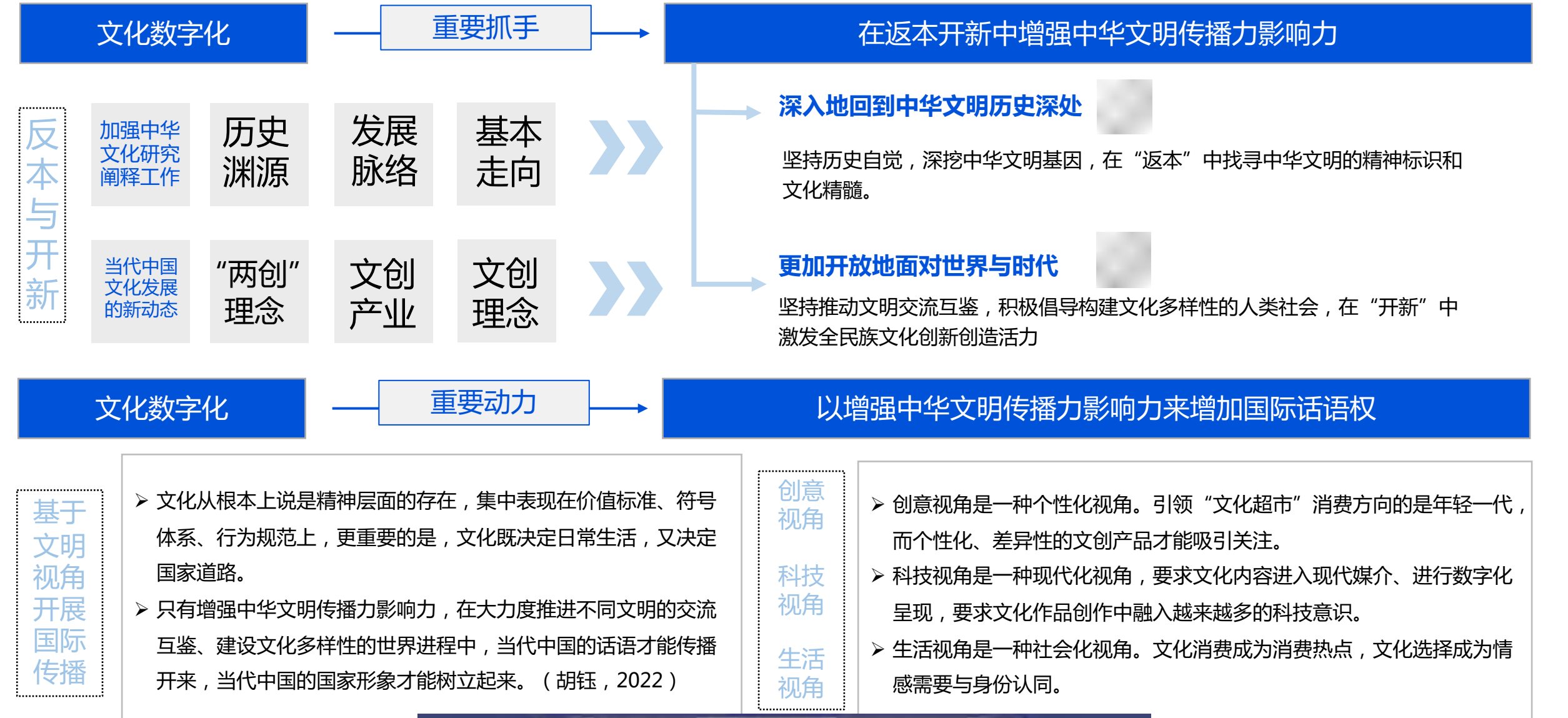
提升公共文化数字化水平

- 博物馆、图书馆等公共文化服务数字化建设
- 搭建公共文化数字化服务平台,将阅读推广、群文活动、旅游信息等服务搬上网端

健全现代文化产业体系

- 数字技术变革、数字经济发展以及数字社会建设等为文化治理的创新发展注入新内涵

时代意义：讲好中国故事



时代意义：打造中华民族现代文明

中华民族现代文明

文化数字化助力中华文化的体系研究



打造中华民族现代文明

利用好**中华文明探源工程成果和历史研究成果**，统筹整合各类各级文化资源数据库，关联形成中华文化数据库，打造数字文化资源的共建共享平台。
——《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》

基于中华文明突出的**连续性、创新性、统一性、包容性、和平性**打造中华民族现代文明。



人类文明新形态

20世纪是“民族国家”的时代，21世纪将是“文明型国家”的世纪

可持续发展目标以“文化和创造力”为支撑

为人类文明新形态的形成贡献中国声音



17个联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals，简称SDGS）

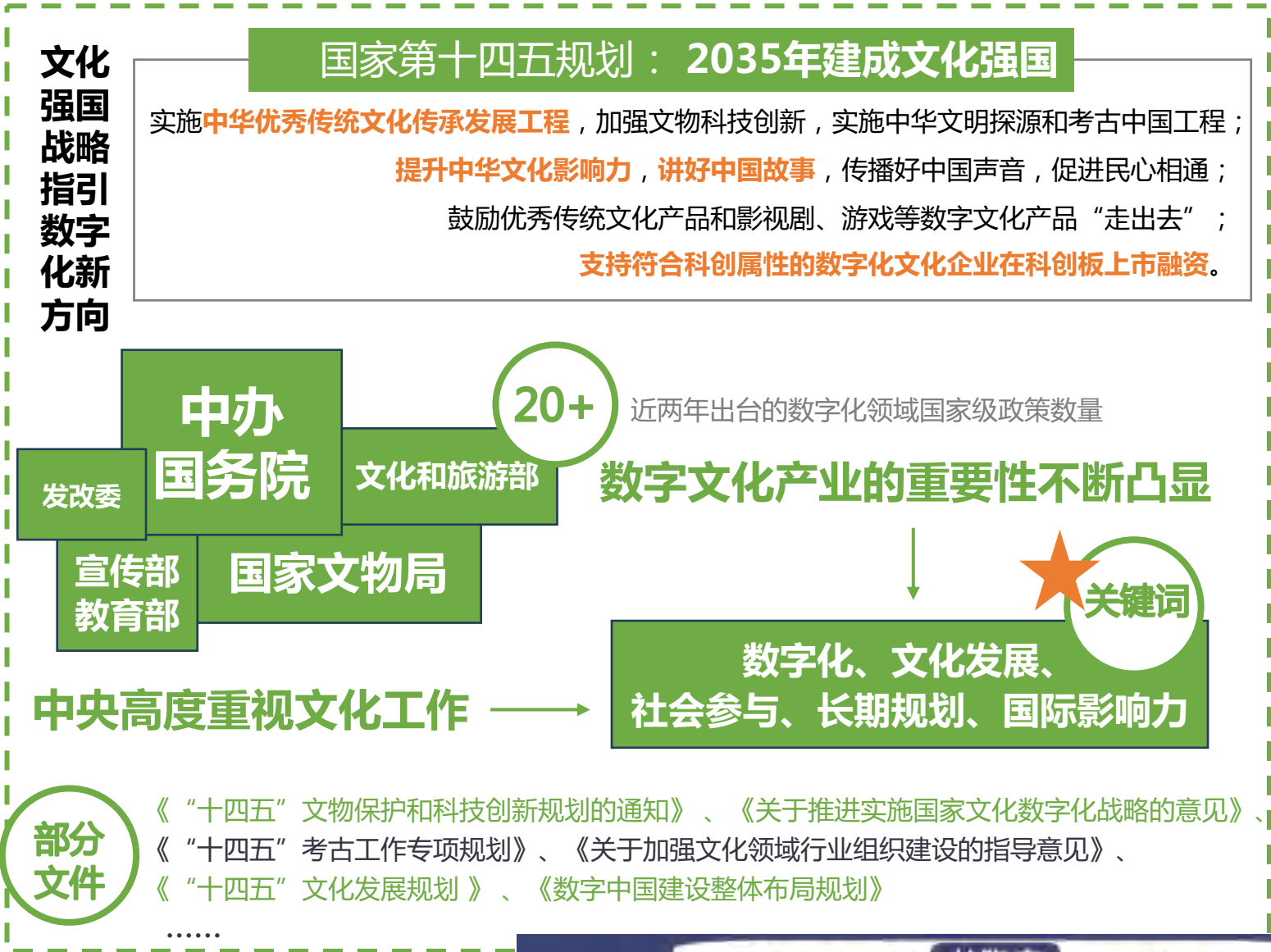
2022年世界遗产公约50周年主题：
“下一个50年：作为韧性、人类与创新之源的世界遗产”，**数字化转型**是关键主题之一

“和平、和睦、和谐、和合”是中华民族贡献给全世界的文化智慧。共同维护世界和平与安全是中国式现代化的本质要求，也是推动人类社会发展的共同关切。（向勇，2023）

中华民族现代文明既要是中华民族的又要是现代的，前者要求返本开新，实现优秀传统文化的创造性转化；后者则要求加强文明之间的交流互鉴。（彭刚，2023）



政策路径：宏观把握 方向引领

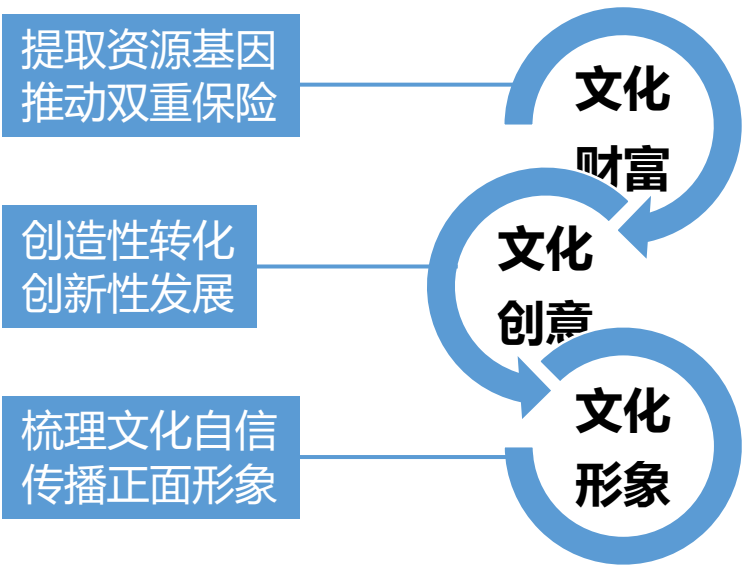


发展目标：全景呈现 全民共享

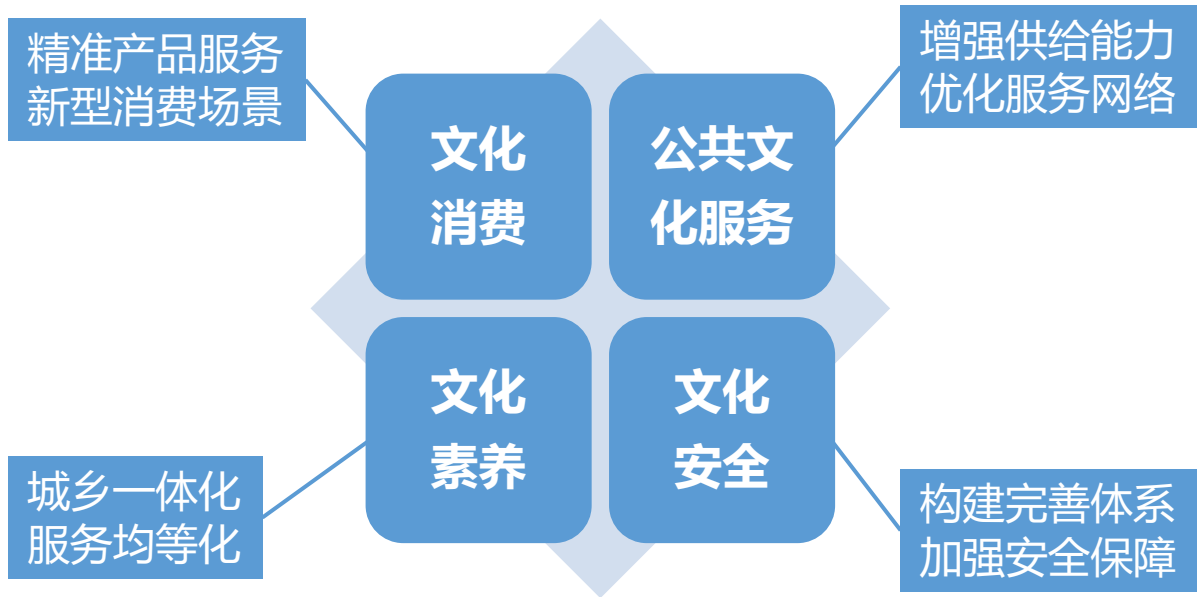
《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》

“到2035年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，**中华文化全景呈现**，**中华文化数字化成果全民共享**。”

中华文化全景呈现



中华文化数字成果全民共享



愿景：通过数字化途径，全方位呈现和推广中华文化，使其丰厚底蕴与创新活力得以充分展现，实现文化成果的普及和共享，并在国际上树立积极、开放的中华文化形象。

文化财富：提取资源基因 推动双重保险

全面梳理中华文化资源，提取文化基因，推动文化资源实现**实体保存和数字保存双保险**，增加文化财富。

观点

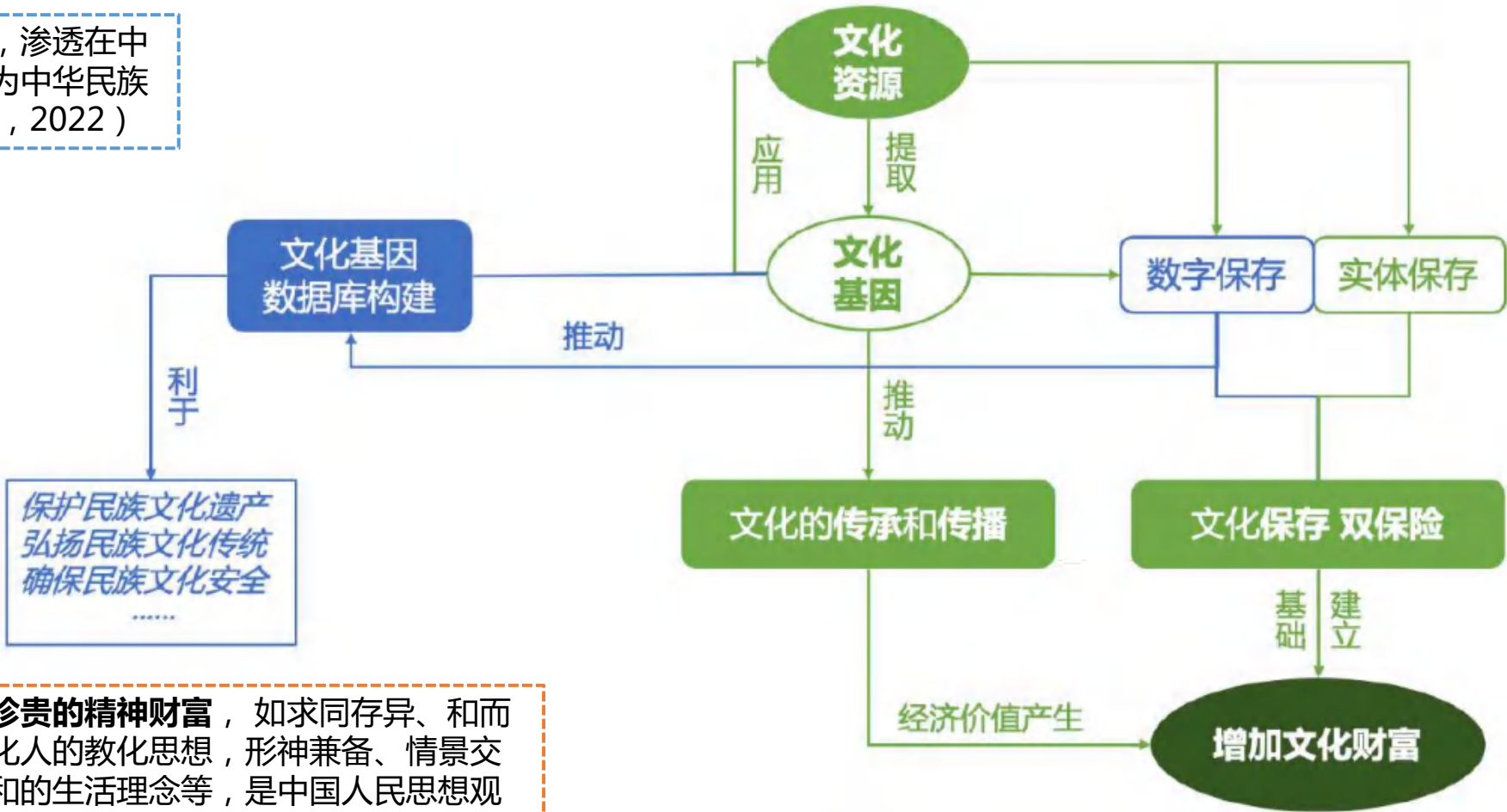
“人文精神是中华文化的文化基因，渗透在中华文化的内在理论与外在表现，成为中华民族的共同意识与价值取向。”（胡钰，2022）

观点

数字化是焕活文化遗产、赋予其时代新意的最佳路径，建设中华民族现代文明离不开数字技术的赋能。通过社会合力，实现文化遗产的数字化，让历史文化与现代生活融为一体，才能实现中华优秀传统文化的永续传承，铸就社会主义文化新辉煌。（张铮 朴政安，2023）

政策

“中华优秀传统文化积淀着多样、珍贵的精神财富，如求同存异、和而不同的处世方法，文以载道、以文化人的教化思想，形神兼备、情景交融的美学追求，俭约自守、中和泰和的生活理念等，是中国人民思想观念、风俗习惯、生活方式、情感样式的集中表达，滋养了独特丰富的文学艺术、科学技术、人文学术，至今仍然具有深刻影响。”
——《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》（2017）



文化创意：创造性转化 创新性发展

推动**中华文化的精神标识和文化精髓**的创造性转化和创新性发展。

观点

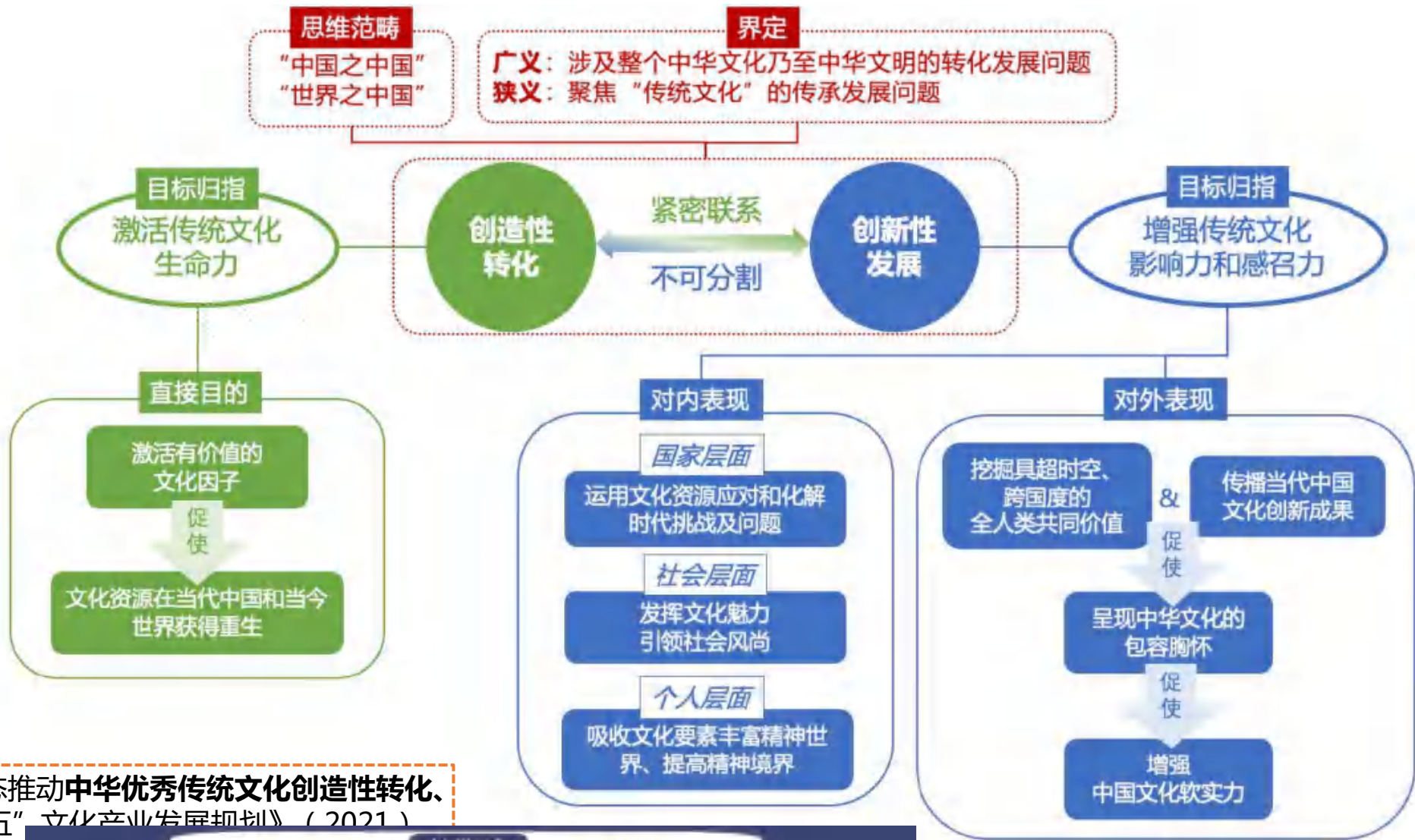
“推动中华优秀传统文化实现**创造性转化、创新性发展**，广泛吸纳其他文明的有益成果；将社会主义意识形态建设与文化大发展大繁荣、文化事业与文化产业全面发展相结合，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化，满足人民日益增长的精神文化需求。”（邱勇，2022）

观点

文创产品要突出一个“创”字，**基于传统的土壤，推动中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展**。今天的中华文化发展，不能是简单的文化复制，更不能是陈腐的文化复古，而要以**时代之眼发现传统之美，以创意之力活化传统之韵**。（胡钰，2022）

政策

“充分运用**数字文化产业**形态推动**中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展**”——《“十四五”文化产业发展规划》（2021）



文化形象：树立文化自信 传播正面形象

塑造及树立民族文化认同、文化自信，传播可信、可爱、可敬的中华民族文化形象。



AI视角下国家形象五维图景

观点

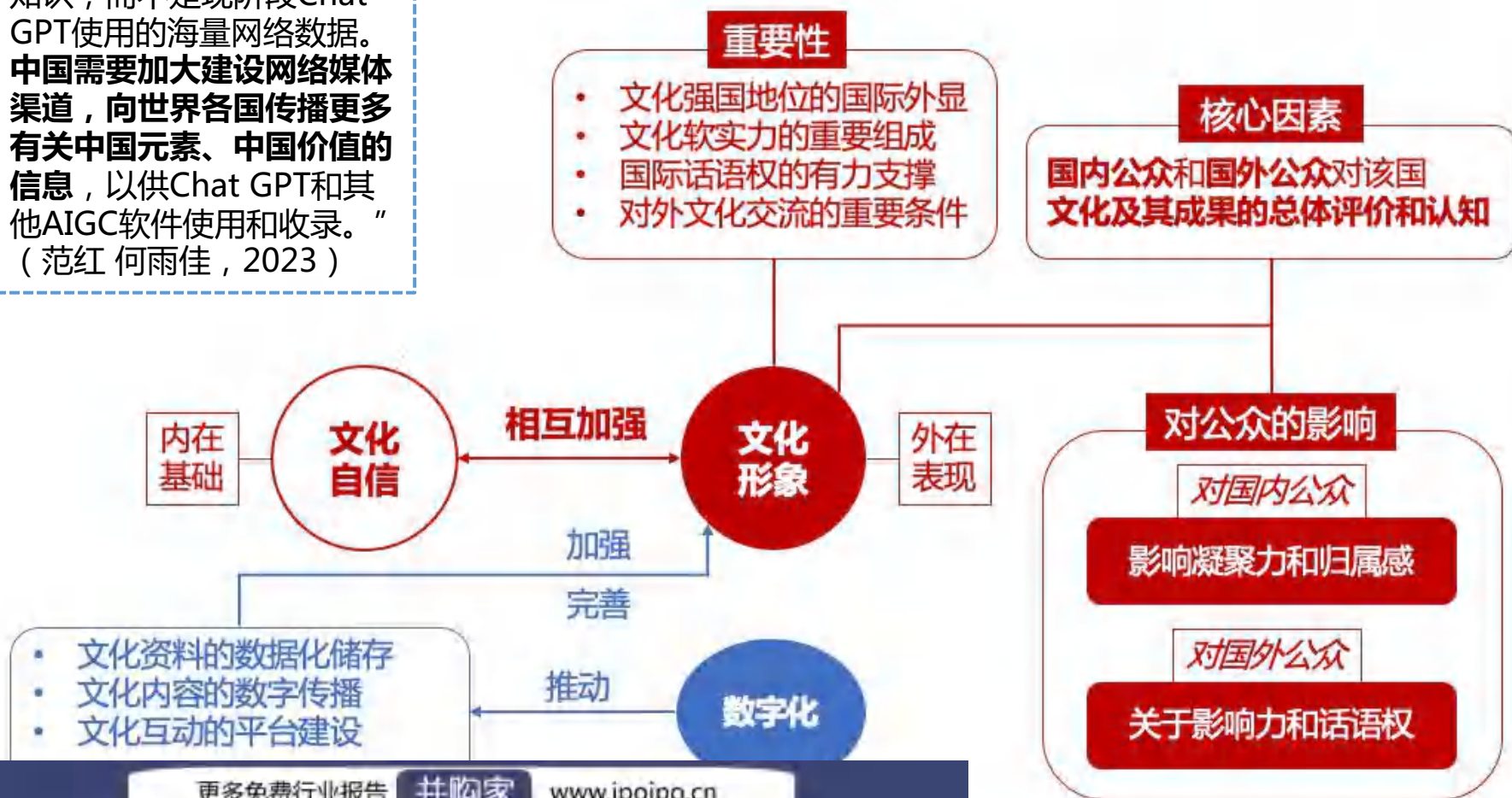
“塑造真实的中国国家形象需要更多优秀、中立的专家集体为Chat GPT提供专业知识，而不是现阶段Chat GPT使用的海量网络数据。中国需要加大建设网络媒体渠道，向世界各国传播更多有关中国元素、中国价值的信息，以供Chat GPT和其他AIGC软件使用和收录。”
(范红 何雨佳，2023)

政策

“坚定中华文化立场和文化自信，深入开展各种形式的人文交流活动，以文载道、以文传声、以文化人。面向不同国家和地区，搭建开放包容的文明对话平台，促进文明互学互鉴、共同发展。”
——《“十四五”文化发展规划》(2022)

观点

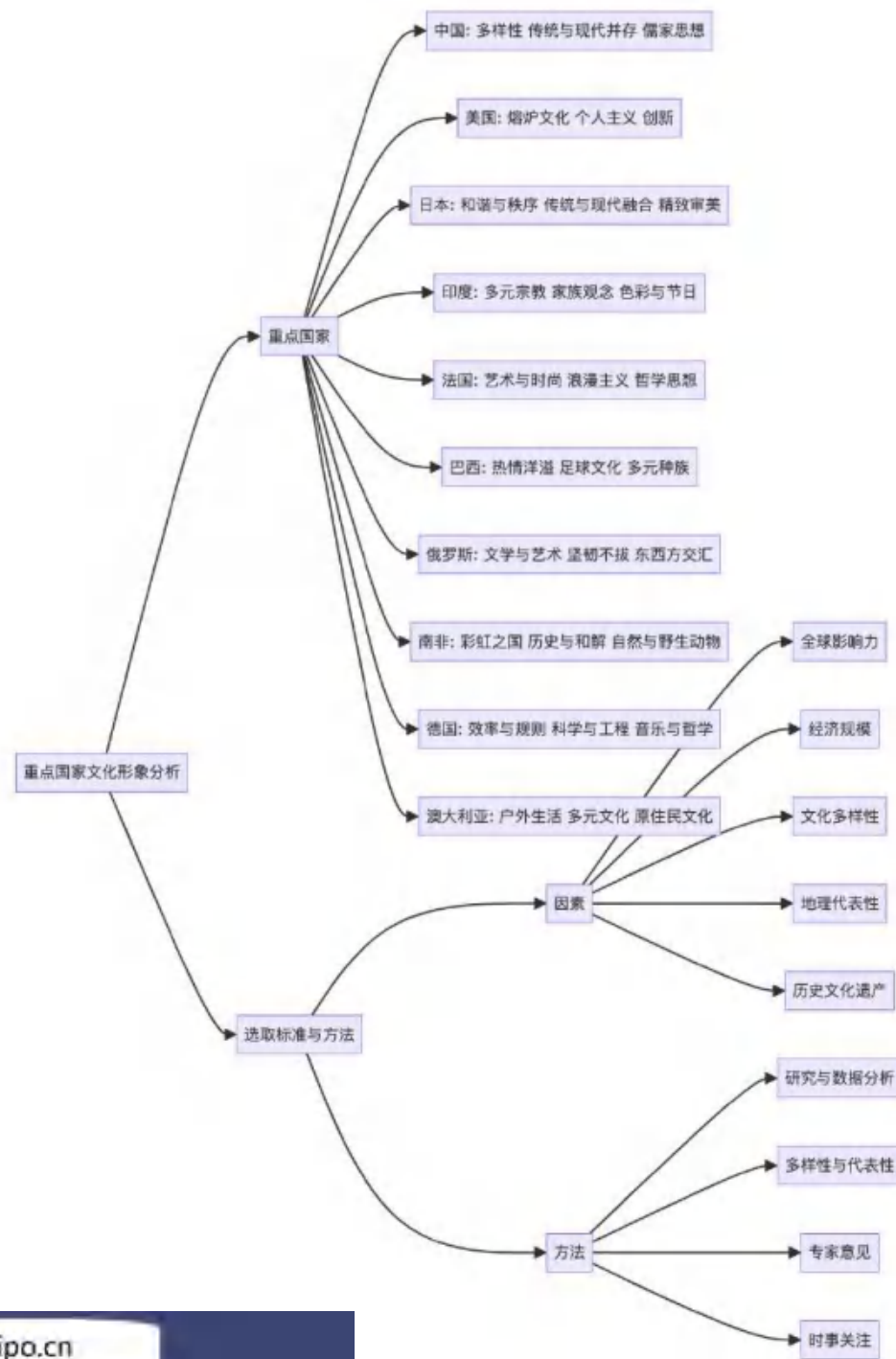
“文化形象是文化强国的国际外显，其生成是一个自塑与他塑、自解与他读的互动过程。西方的中国文化形象在国际上起主导作用，而中国文化形象在西方的传播正遭遇壁垒。”
(王敏 李雨，2022)



AI新工具：国家文化形象分析

1	选取10个重点国家并分析其国家文化形象
2	国家的文化形象是一个综合的概念，它涵盖了一个国家的历史、艺术、宗教、价值观、传统、饮食、社会习俗等方面。以下是10个重点国家文化形象的关键分析：
1. 中国：	- 文化多样性：中国是一个拥有数千年历史的文明古国，有56个民族，文化多样。 - 传统与现代并存：中国的城市，如北京、上海和深圳，展示了高科技和现代化的风貌，而长城、故宫和其他历史遗址则见证了其深厚的历史文化。 - 儒家思想：强调社会和谐、尊重长辈、集体主义和谦逊，对中国社会有深远影响。
2. 美国：	"熔炉"文化：美国是一个由不同背景、种族和文化的移民组成的国家，有着多元文化并存的特点。 - 个人主义：强调个人自由、独立和个人权利。 - 创新和企业家精神：硅谷、好莱坞等象征着创新和梦想的标志。
3. 日本：	- 和谐与秩序：日本社会强调团队合作、社会秩序和遵守规则。 - 传统与现代的融合：从武士道到科技产业，日本文化展现出传统与现代的完美融合。 - 精致的审美：无论是在日常生活还是传统艺术中，日本文化都展现出对细节和精致的追求。
4. 印度：	- 多元宗教：印度是一个多宗教国家，主要宗教包括印度教、伊斯兰教、基督教和锡克教。 - 家族观念：强烈的家族纽带和对长辈的尊重在印度社会中占据重要位置。 - 色彩与节日：印度拥有丰富的文化、艺术和节日活动，充满活力和色彩，如排灯节和洒红节。
5. 法国：	- 艺术与时尚：法国，尤其是巴黎，被视为艺术、时尚和美食的中心。 - 浪漫主义：浪漫文化常与法国联系在一起。 - 哲学与思想：法国历史上有许多著名的哲学家和思想家，如笛卡尔、萨特和福柯。
6. 巴西：	- 热情洋溢：巴西文化以其音乐、舞蹈和狂欢节而闻名，展现了一种生活的热情。 - 足球文化：足球在巴西有着重要地位，是国民的重要娱乐活动。 - 多元种族：巴西是一个种族多样性国家，有着丰富的文化融合。
7. 俄罗斯：	- 文学与艺术：俄罗斯以其世界级的文学、芭蕾舞和古典音乐而闻名。 - 坚韧不拔：历史上经历了许多困难和战争，展现了俄罗斯人的坚韧精神。 - 东西方交汇：地理位置使其文化既有欧洲的影响也有亚洲的特点。
8. 南非：	"彩虹之国"：多种种族和文化的融合使南非有了"彩虹之国"的称号。 - 历史与和解：种族隔离和纳尔逊曼德拉的和解精神是南非文化的重要组成部分。 - 自然与野生动物：壮观的自然风光和野生动物是南非的重要文化象征。
9. 德国：	- 效率与规则：德国以其效率、精确和对规则的遵守而闻名。 - 科学与工程：德国拥有悠久的历史和技术领域的领先地位。 - 音乐与哲学：贝多芬、巴赫、康德和尼采等人物代表了德国在音乐和哲学上的深远影响。

10	澳大利亚：
11	为什么及如何选取这10个重点国家？
12	选择这10个国家作为重点分析对象的原因可以基于多种标准，但绝不限于国际影响力。地理和文化多样性、经济力量、这些国家在全球范围内各有其独特的地位和贡献，代表了不同文化传统和发展水平，因此成为了分析的重点。
13	全球影响力和地缘政治重要性：美国、中国、俄罗斯等国家在全球经济、政治和军事方面具有重大影响。它们在国际事务中的决策和行动对全球格局有着重大影响。
14	经济规模：国家如美国和中国不仅在经济上有影响力，而且还是世界上最大的经济体。它们的经济政策和状况对全球经济稳定和增长具有深远意义。
15	文化多样性和影响力：国家如印度、巴西、南非等因其独特的文化遗产、多元种族和语言而在全球范围内具有文化影响力。它们的音乐、电影、艺术和传统在全球范围内传播，影响着其他国家和地区。
16	代表不同地理区域：这10个国家分布在不同的大陆和地区，代表了不同的地理和文化区域。例如，法国代表欧洲，巴西代表了美洲，澳大利亚代表大洋洲。这有助于我们从不同角度和背景来理解各种文化。
17	历史和文化遗产：国家如日本和德国有着丰富的历史和文化遗产。它们的传统、艺术、科学和技术成就对全球文化和知识产生了深远影响。
18	如何选取这些国家则是一个综合考虑的过程。
19	研究和数据分析：通过收集和分析在政治、经济、文化等方面的数据和研究报告进行分析，找出在各个领域具有代表性或影响力的国家。
20	多样性和代表性：确保选取的国家能够代表不同的地理位置、发展阶段、政治体制和文化背景，以便提供一个全面的视角。
21	专家意见：咨询地缘政治分析师、经济学家、文化学者等领域的专家意见，以确认哪些国家对于当前的国际事务、全球经济或文化交流具有关键影响。
22	时事关注：考虑国际新闻和时事中提到的国家，这些国家往往在全球事务中扮演重要角色，或者因特定事件而成为全球关注的焦点。
23	通过上述方法和标准，我们可以选取出在不同标准和维度上具有重要性的国家进行文化形象分析。



AI新工具：塑造国家文化形象的挑战和应对

中国在塑造国家文化形象方面面临什么挑战？如何应对？

中国在塑造国家文化形象方面面临多方面的挑战，这些挑战源于内部的社会文化变迁、外部的国际政治环境、全球公众对中国的认知和理解等多个层面。以下是一些主要的挑战及应对策略：

1. 国际政治环境的复杂性：

- 挑战：在复杂多变的国际政治环境中，中国的外交政策、贸易实践以及在全球事务中的角色经常受到关注和评议，有时这些因素可能影响到国家文化形象的传播和接受度。
- 应对：通过加强公共外交，积极参与国际合作，以及在全球议题上发挥建设性作用，可以有效地展现中国作为负责任大国的形象。同时，透明和积极的国际交流能够帮助改善国家形象。

2. 文化差异和误解：

- 挑战：由于历史、语言和文化差异，国际社会对中国的传统文化、价值观和社会实践可能存在误解或偏见。
- 应对：加强国际文化交流项目，如孔子学院的推广、艺术展览、文化节庆活动等，可以帮助外国公众更直接、多元地了解中国文化。此外，鼓励学者、艺术家、公众人物进行国际交流，也有助于增进理解和接受。

3. 媒体报道的偏颇：

- 挑战：国际媒体对中国的报道可能存在偏颇，有时候聚焦于负面新闻，这可能影响到公众对中国的整体印象。
- 应对：通过建立更加开放、专业的国内媒体环境，提供多元、全面的新闻报道，以及积极参与国际媒体交流，可以逐步改善这一状况。同时，利用社交媒体等平台，鼓励民间的国际交流，让世界听到更多来自中国普通民众的声音。

4. 国内外政策与文化形象的一致性：

- 挑战：中国在国内的政策，如人权、言论自由、少数民族问题等，可能会影响国际社会对其文化形象的看法。
- 应对：政府需要在保持社会稳定和发展经济的同时，逐步推进公民自由度等方面的内部改革，以确保国家的内外政策一

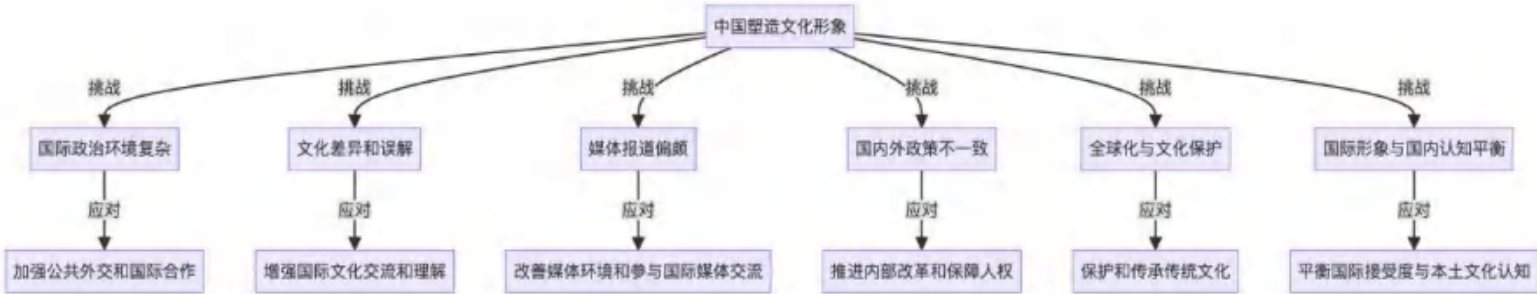
5. 全球化与文化保护：

- 挑战：全球化可能导致文化同质化，中国独特的传统文化面临保护和传承的压力。
- 应对：加强对传统文化的保护和传承工作，例如非物质文化遗产的保护、传统节日的推广，以及对传统艺术形式的扶持等。同时，通过教育体系弘扬国学经典，让年轻一代了解和传承传统文化。

6. 国际形象与国内认知的平衡：

- 挑战：在塑造国际文化形象时，需要平衡国际社会的接受度和国内对传统文化、价值的认知。
- 应对：在推广国家文化形象时，既要考虑国际接受度，也要忠实于本国的文化根源。可以通过多种渠道和方式，讲述中国故事，传播中国声音，展现一个全面、真实的中国。

通过上述方式，中国可以在保持文化根基不变的同时，有效地向世界传播其丰富多彩的国家文化形象。



文化基建：形成专网 搭建平台

到“十四五”时期末（2025年）

文化
新基
建成
为国
家级
战略

基本建成文化数字化基础设施和服务平台，基本贯通各类文化机构的数据中心，基本完成文化产业数字化布局。

➤ 夯实文化数字化基础设施，依托现有**有线电视网络设施、广电5G网络和互联互通平台**，形成国家文化专网。

➤ 鼓励多元主体依托国家文化专网，共同**搭建文化数据服务平台**。

到2035年（远景目标）

文化
产业
与科
技的
深度
融合

建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现等。

➤ **鼓励和支持各类文化机构接入国家文化专网**，利用文化数据服务平台，探索数字化转型升级的有效途径。

建设国家文化大数据体系



学者观点

中国传媒大学教授 视听技术与智能控制系统文化和旅游部重点实验室主任 蒋伟

针对沉睡在“大馆”“大院”的优秀文化资源进行数字化，通过供给侧的数字化为后续需求侧的数字化提供基础的前瞻性的工作。



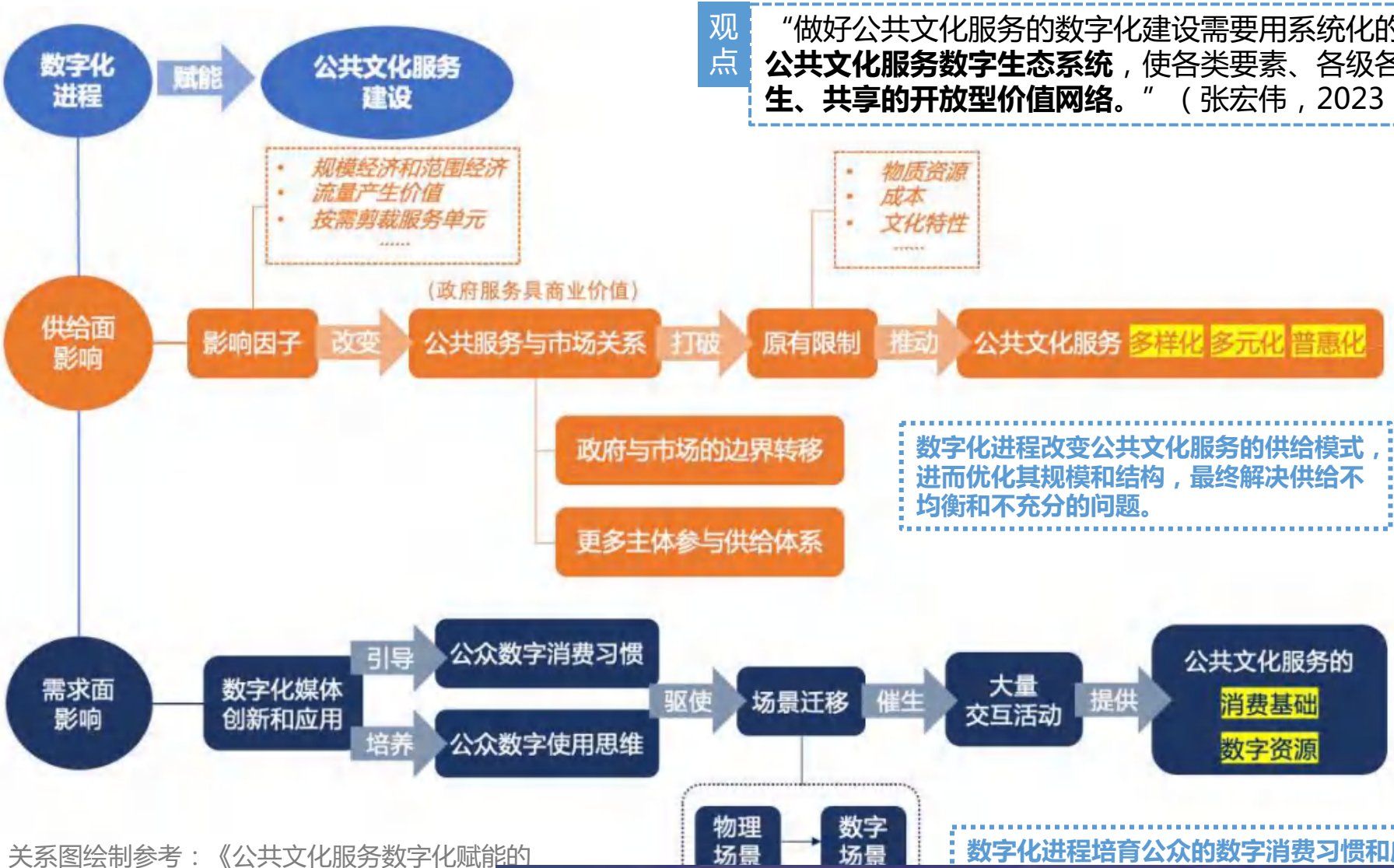
学者观点

清华文创院学术委员会主任 杨永恒

数字技术从**内容建设、展示方式、传播途径、交互手段**等方面丰富了用户的文化体验，使数字文化生活日益融入人民群众生活并成为一种需要，而且越来越多地呈现**线上线下一体化、在线在场相结合**的新特征。

公共文化服务：增强供给能力 优化服务网络

增强公共文化数字内容的供给能力，优化基层公共数字文化服务网络，增强人民群众获得感。



观点

“做好公共文化服务的数字化建设需要用系统化的战略眼光进行统筹规划，建构良好的公共文化服务数字生态系统，使各类要素、各级各类主体之间形成协同共建、共创、共生、共享的开放型价值网络。”（张宏伟，2023）

政策

“推动公共文化服务数字化、网络化、智能化建设”——《“十四五”公共文化服务体系建设规划》（2021）

政策

“推进公共文化数字化建设，促进基层文化设施布局优化和资源共享，扩大优质文化产品和服务供给，支持文化产业发展。”——《2022年政府工作报告》（2022）

政策

统筹推进国家文化大数据体系、全国智慧图书馆体系和公共文化云建设，增强公共文化数字内容的供给能力，提升公共文化服务数字化水平。——《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》（2022）

（关系图绘制参考：《公共文化服务数字化赋能的影响逻辑和发展面向》张宏伟，2023）

数字化进程培育公众的数字消费习惯和应用思维，顺利实现从物理场景到数字场景的服务的数字化打下基础并提供数据支持。

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

文化保护：关联技术 数据互通

文化数字化 上升为国家战略 ↑ 《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》 - 到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。 - 到2035年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。 - 统筹利用文化领域已建或在建数字化工程和数据库所形成的成果，关联形成中华文化数据库。 ① 关联形成中华文化数据库 ② 国家文化大数据体系 ③ 中华文化数字化成果全民共享	加快文化产业 数字化布局 ↑ 《“十四五”文化发展规划》 - 深入实施中华优秀传统文化传承发展工程，加强中华文明探源和考古研究成果、中华文化典籍等全媒体传播，提升博物馆、纪念馆和文物保护单位展陈教育水平。 - 树牢保护历史文化遗产责任重大的观念，增强对历史文物的敬畏之心。全面加强考古工作，健全“先考古、后出让”制度。 - 推进世界文化遗产申报、保护管理和展示宣传。加强不可移动文物和馆藏文物保护修复。加大流失文物追索返还工作力度。 ① 加强弘扬中华优秀传统文化 ② 注重推动文化数字化建设 ③ 科技赋能文化产业	标志着数字经济 被放到更重要的位置 ↑ 《数字中国建设整体布局规划》 - 到2035年，数字化发展水平进入世界前列，数字中国建设取得重大成就。数字中国建设体系化布局更加科学完备，经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域数字化发展更加协调充分，有力支撑全面建设社会主义现代化国家。 - 大力发展网络文化，加强优质网络文化产品供给，引导各类平台和广大网民创作生产积极健康、向上向善的网络文化产品。 - 推进文化数字化发展，深入实施国家文化数字化战略，建设国家文化大数据体系，形成中华文化数据库。 ① 数字文化建设跃上新台阶 ② 打造自信繁荣的数字文化 ③ 深入实施国家文化数字化战略
--	--	--

专家视角

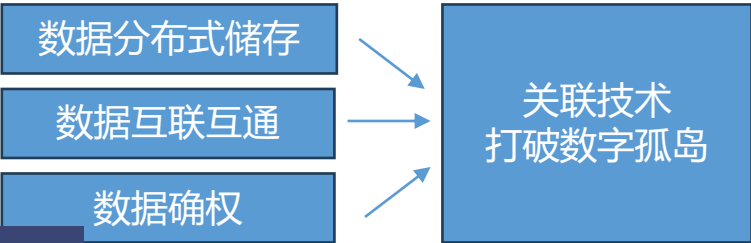
■ 敦煌研究院党委书记、学术委员会主任委员 赵声良

对于文化遗产要始终把保护放在第一位，把保护工作做好，再花功夫去研究它，把它的价值挖掘出来，介绍给更多的人，让全社会能够弘扬、传承以敦煌文化为代表的中华优秀传统文化，让中国文化深入人心。

媒体解读

■ 人民日报（2023年04月04日05版）

近年来，我国已组织开展多次全国性文化资源普查，形成海量文化资源数据，为全面梳理中华文化资源、呈现中华文化全景奠定基础。下一步，按照统一标准关联不同领域、不同形态的数据，关联文化数据源和文化实体，有助于打通“数据孤岛”，让文化数字化成果更好得到应用。



文化创新：全新场景 焕新体验

方向指导

八项重点任务

形成中华文化数据库

夯实文化数字化基础设施

搭建文化数据服务平台

探索数字化转型有效途径

发展数字化文化消费新场景

增强公共文化数字化水平

推动文化产业数字化布局

构建文化数字化治理体系

大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。

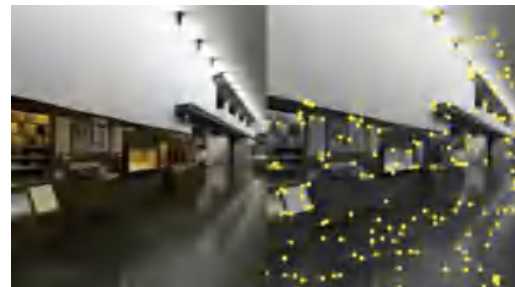
统筹推进国家文化大数据体系、全国智慧图书馆体系和公共文化云建设，增强公共文化数字内容的供给能力，提升公共文化服务数字化水平。

加快文化产业数字化布局，在文化数据采集、加工、交易、分发、呈现等领域，培育一批新型文化企业，引领文化产业数字化建设方向。

关键技术

厘米级空间计算

全天候全场景：厘米级定位与一度以内定姿支持高精度AR导引，支持POI全息标牌，支持数字大屏等算。



高精度3D识别

毫米级3D识别周围的环境与世界，支持3D地标物（外滩铜牛、陈毅雕像等）识别，支持文物、壁画故事讲解等。



高真实感渲染

高真实感：数字内容与真实世界的高真实感融合，逼真的虚实遮挡，虚拟物体在真实世界的光影一致。



打通零散分布的文化资产，依托全国有线电视网络设施，打造国家文化专网，进行文化数据资产的打通、确权和交易。

文化交流：讲好故事 展现形象

数字化赋能文化交流

清华大学文化创意发展研究院副院长 张铮

优质的互娱产品可以连接个体从而助推人的发展、**连接文化内容从而助推文化繁荣**、连接硬件节点从而助推科技善用、连接孪生场景从而助推数实共生。

中国艺术研究院文化发展战略研究中心副研究员 孙佳山

新时代文化“走出去”要**将传统文化与当代价值观结合，借助互联网等“高维媒介”**实现“阳春白雪”与“下里巴人”的兼得。

中国动漫集团发展研究部主任 宋磊

中国动漫产业要进入世界消费市场，仅仅凭借猎奇性是不够的。除了本土文化的朴素表达、本土文化的创新表达之外，还要从《花木兰》《功夫熊猫》等外国优秀作品中吸取经验，**在他国文化中表达中国的理念，在作品中融入中国的价值观。**



构建具有鲜明中国特色的战略传播体系

坚守中华文立场加强国际传播能力建设

具体手段

- 依托已经建立的数据库，形成中华文化的数据库
- 依托文化产权交易所搭建的数据超市，进行数据交易
- 依托现有的有线电视网络设施，形成国家文化专网

- 依托现有文化机构和科技机构，搭建数字化文化生产线，生产文化资源数据和文化数字内容



最终目的

- 中华文化全景呈现，通过努力让中华文明数字化成果全民共享，随处可见

文化安全：构建完善体系 加强安全保障

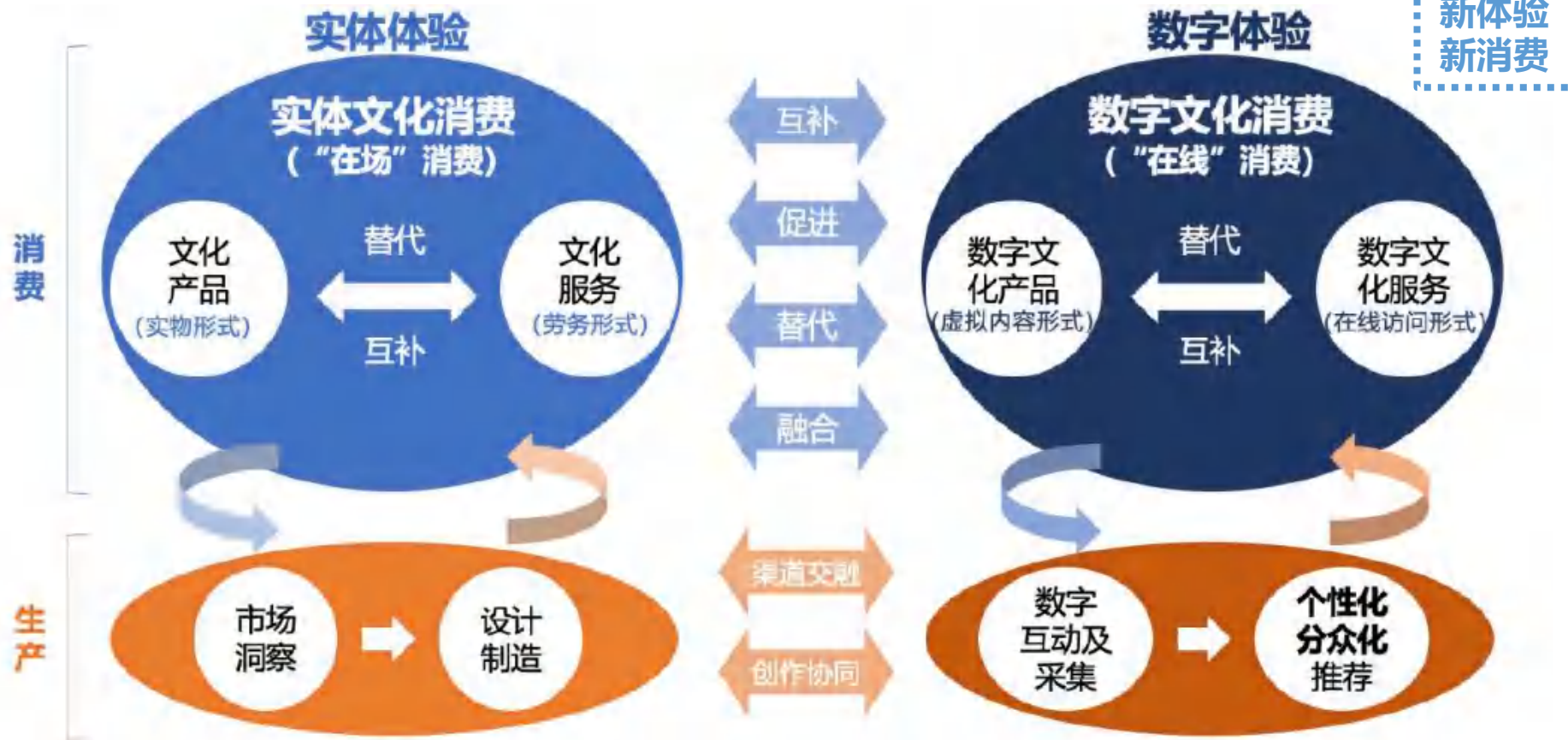
构建与文化数字化建设相适应的市场准入、市场秩序等政策法规体系，加强文化数据安全保障。



（关系图绘制参考：《数字文化产业与国家文化

文化消费：精准产品服务 丰富精神世界

提供个性化、分众化的文化产品和服务，发展数字化文化消费新场景。



新应用
新体验
新消费

政策 “把支持线上线下融合的新业态新模式作为经济转型和促进改革创新的重要突破口”——《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》（2020）

政策 “营造现代时尚的消费场景，提升城市生活品质”——《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（2021）

政策 “发展数字化文化消费新场景，大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验。”——《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》（2022）

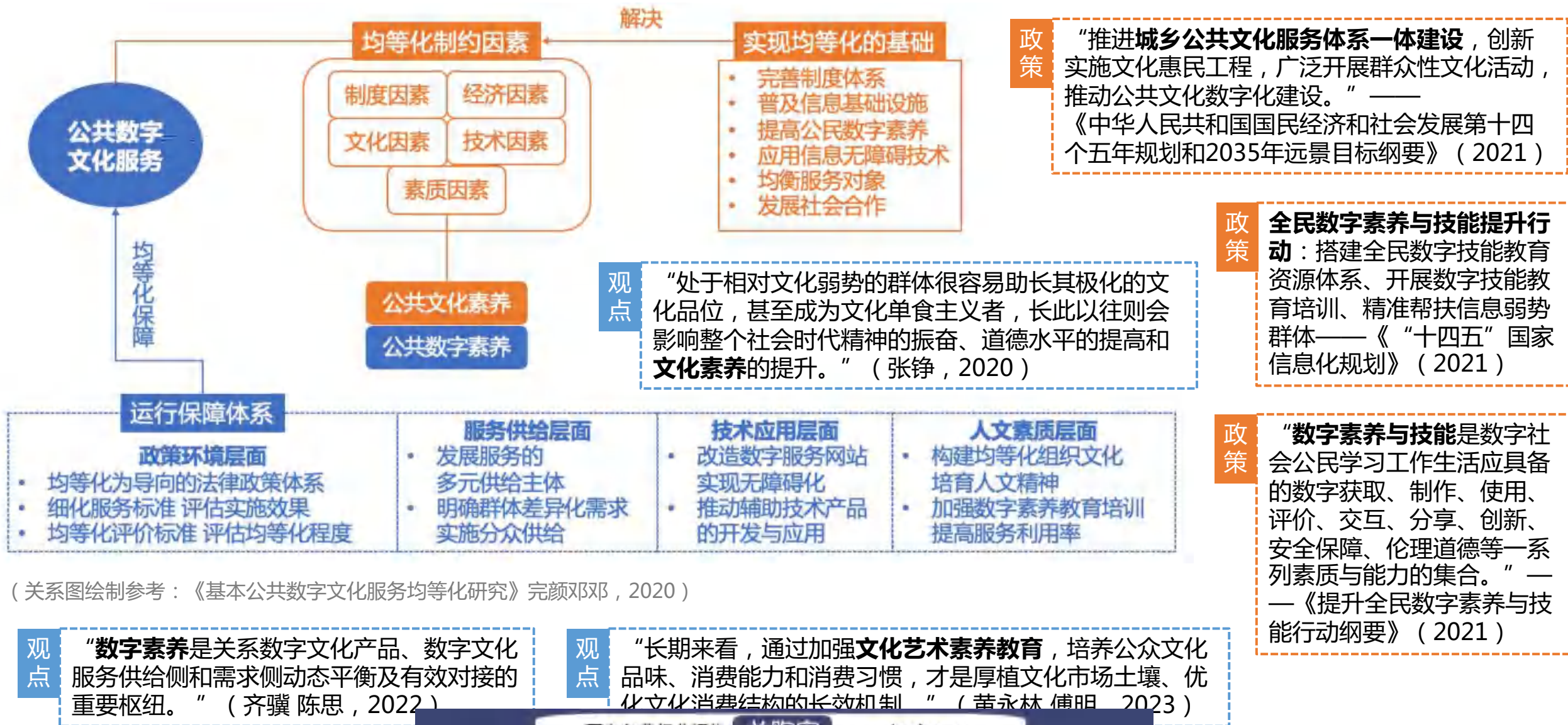
观点 “消费是经济发展的重要引擎，正确引导文化消费，积极促进数字文化消费升级，成为推进数字经济健康和可持续发展的着力点。”（黄永林，2022）

观点 “数字化文化消费新场景以优质内容提升文化素养、以便捷通道重构消费范式、以智能和智慧服务人的全面发展，成为更好服务和引领人们精神文化生活的有力载体。”（文婧 陈用，2022）

观点 文化消费有能力给消费者带来更强的实时体验，更逼真的具身交互，更奇观的感官沉浸。从“上线”到“到场”体验，消费者真切感受到“身未动，心已远”，身心体验不断升级。（张铮，2021）

文化素养：城乡一体化 服务均等化

促进城乡公共文化服务一体化发展，加强面向困难群体的公共数字文化服务，提升人民文化素养。



（关系图绘制参考：《基本公共数字文化服务均等化研究》完颜邓邓，2020）

技术篇



技术发展：数字演进 文化纪元

古代手稿的数字化

早期的数字化尝试开始于对古代手稿和文献的扫描与数字化，保护文化遗产并提高其可访问性。

数据库和索引技术的发展

计算机技术的发展，研究者们开始创建数字数据库和索引，使文化资料的储存和检索更为高效。

多媒体技术的应用

20世纪90年代，多媒体技术使得文化内容得以以音频、视频和交互式展示形式被保存和传播。

网络技术的广泛应用

互联网的普及使得文化数字化内容得以在全球范围内共享，实现了文化的跨区域交流。



开源软件与云计算的利用

开源软件的推广和云计算技术的应用，进一步降低了文化数字化的门槛，提升了数据储存和处理能力。

大数据和人工智能的集成

大数据分析和人工智能技术，研究者们能够更深刻地理解和挖掘文化内容，实现了文化知识的创新传播。

元宇宙技术的应用

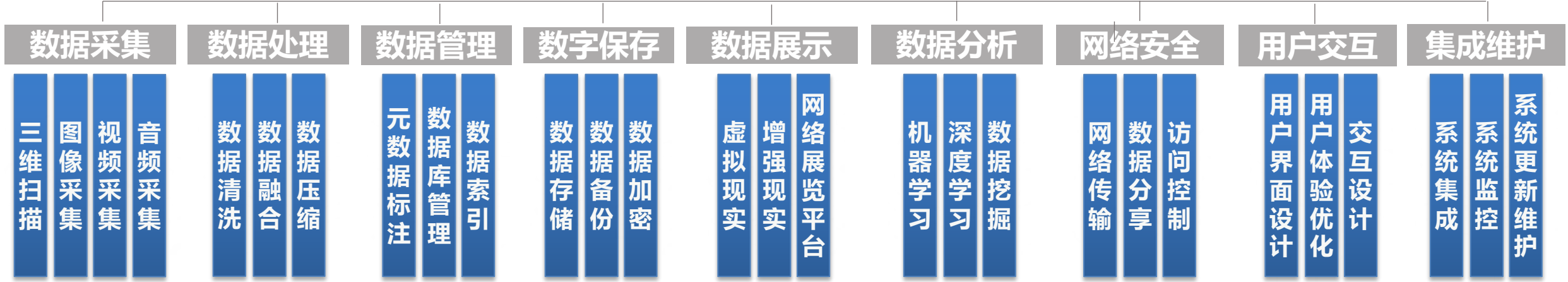
VR和AR技术的引入，为文化遗产的数字化展示和交互提供了新的可能，丰富了人们的体验。

区块链技术的尝试

一些项目开始尝试使用区块链技术来确保文化资产数字化过程中的版权保护和溯源验证。

技术体系结构：多元聚合 高效协作

文化数字化技术体系



关键技术



技术引擎：基底推动 科技融合

数字基础设施技术

利用5G、大数据、云计算和物联网推动数字文化产业的高质量发展，孕育新型文化业态如线上演播、数字创意、数字艺术和沉浸式体验。



互动沉浸技术构造器

应用虚拟现实VR和增强现实AR创造沉浸式文化体验。例如，“云游敦煌”微信小程序让用户通过设备探索敦煌莫高窟。



文化融媒体变革机

数字化推动了短视频、直播、游戏、动漫和网文等内容形式的发展。文化大数据、媒体融合、智慧文旅、人工智能和数字文博等成为新的产业融合热点。

文化遗产和教育桥梁

运用数字技术进行传统文化的传承和创新，使古老文化以新的形式呈现，连接历史与当代，实现社会效益和经济效益的统一。

3D扫描与建模：古今映射 遗迹重生

- 3D技术为文物、艺术品与建筑的数字化复制铸造了精确桥梁，赋予文化遗产新生命，提升其互动展现的维度。

数字博物馆



2022年7月26日，故宫博物院、东京国立博物馆、凸版印刷株式会社联合主办“**故宫的世界特别数字展**”。

数字展览



2023年5月，浙江首个“**数字文化矩阵**”开放。长达12米的《壮游严州数字图卷》由“严州人文星谱”和“数字长卷”两部分组成。

古建筑数字测绘



2023年，云南即将启动《石林景区“**数字石林**”》项目。

数字存储与云技术：数据智理 存取无界

文化云仓库

利用云技术为文化资产提供的数字化存储空间，实现文化数据的集中管理、保存与分享。

数字遗产保护

依赖数字存储技术，对文化遗产进行数字化保护，延长其生命周期，减缓物理磨损。

虚拟博物馆

通过云技术和数字存储，实现博物馆藏品的数字化展示，为公众提供在线文化体验。

云端文化传承

借助云技术，实现文化教育资源的无缝分享与传播，推动文化传承与创新。



智能文化分析

利用云计算能力，对大规模文化数据进行智能分析与挖掘，助力文化研究与创新。

多媒体文化库

通过数字存储，构建多媒体文化资源库，实现文化多媒体的高效存储、检索与应用。

文化大数据

利用云技术集中处理与分析文化领域的大数据，以发掘新的文化现象和趋势。

元宇宙：空间体验 实景再现

01

虚拟博物馆和展览

VR和AR技术可以创建富有吸引力的虚拟展览，使观众能够亲身体验到传统文化和历史遗迹，即使在物理距离上相隔甚远。

03

文化教育和体验

通过AR和VR，可以将教育内容以更生动、直观的方式呈现，让学习者能够更加深入地理解和感受到文化的精髓。

05

全球文化交流

元宇宙作为一个全球性的平台，有助于跨文化交流和理解，促进不同文化之间的交流和共享。

02

数字艺术创作与展示

艺术家可以在元宇宙中创建和展示数字艺术，用户可以以新的方式体验艺术。

04

历史重现

AR和VR技术可以用于文化遗产的数字化保护和修复，通过创建文化遗产的三维数字模型，有助于保存珍贵的文化资源。

06

创意市场和经济活动

元宇宙为创意产业和文化商品提供了一个新的市场和交易平台，促进文化和创意产业的发展。



AIGC：艺术革新 创绘迸发

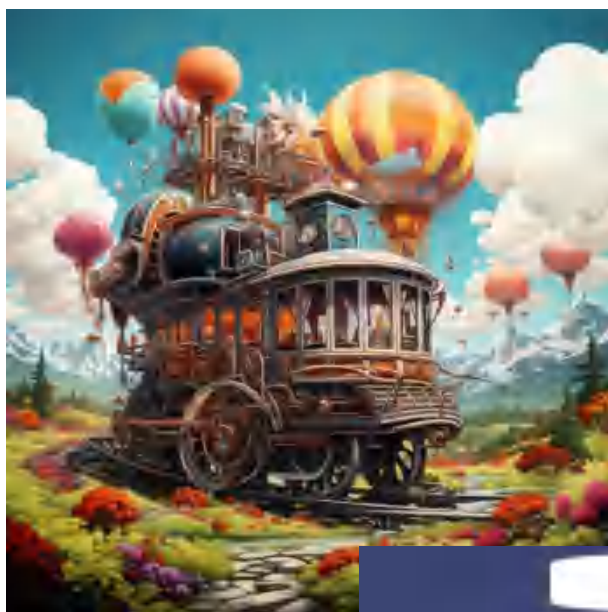
内容创建与拓展

◆ 风格重绘-哈尔的移动城堡

原始



AI生成



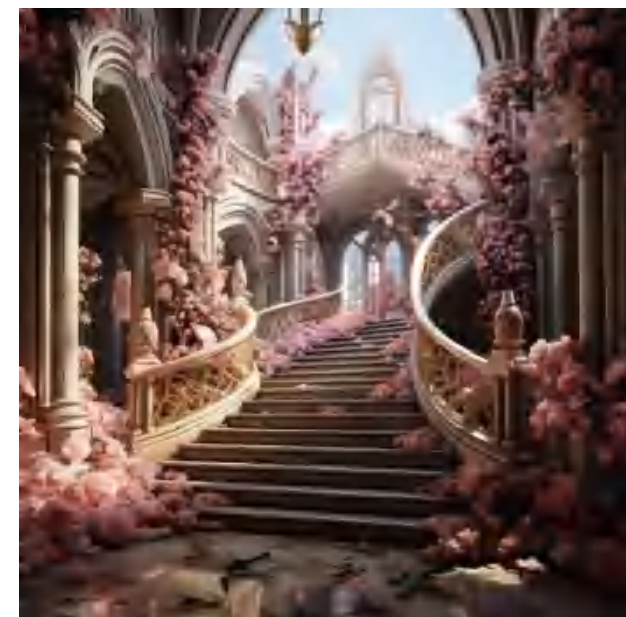
数字修复与保护

◆ 文物修复-古代壁画



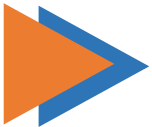
虚拟现实与增强现实

◆ 实景再创-帕杜拉教堂阶梯



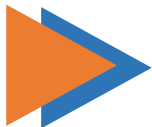
边缘计算：实时文脉 挖掘解读

数据捕捉与边缘预处理



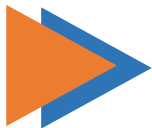
捕捉文化资料，进行初步的清洗、标注和预处理，为后续的深度分析奠定基础。

实时传感与反馈



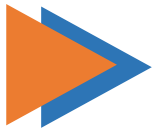
实时监控文化资料的采集状态，通过边缘分析快速反馈异常或重要事件，确保数据质量与实时性。

边缘分析与智能识别



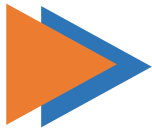
利用快速响应能力，对捕获的文化资料进行实时的分析和智能识别，发掘其中的重要信息和模式。

边缘学习与模型优化



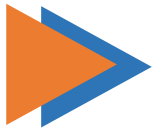
对本地数据进行模型训练与优化，持续提升文化资料处理的准确度和效率。

云边协同与数据同步



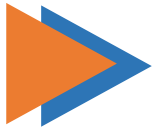
将边缘设备的分析结果与云端数据中心同步，实现文化资料的集中存储和进一步分析。

安全与隐私保护



在数据源头实现安全控制和隐私保护，确保文化资料的安全传输与处理。

边缘视觉与展现



实现文化资料的实时视觉展示和交互体验，让观众能立即感受到文化的魅力和价值。

应用创新与实践延伸



开启文化资料处理与应用的新纪元，推动文化数



区块链：保护资产 版权溯源

登记注册

创建一个不可篡改的、时间戳记的文化资产登记注册系统。通过将文化资产的数字指纹（例如哈希值）存储在区块链上，可以清楚地证明特定时间点上资产的存在和所有权。

版权交易与转让

实现版权的快速、透明和安全交易。区块链记录每次交易，确保版权转让的合法性和追溯性。

收益分配

自动按照事先设定的规则，将由文化资产产生的收益公平、透明地分配给所有利益相关方。

版权证明

时间戳功能可以为文化资产的创作时间和创作者提供确凿无误的证明，为法律纠纷提供依据。

智能合约

自动执行版权许可和收费，降低版权交易和执行成本，同时确保版权持有人的利益得到保障。

反盗版和内容溯源

帮助追踪和验证数字文化资产的分发，通过分析区块链数据，可以发现并防止非法复制和分发。

跨界合作

促进不同机构和个人在文化资产保护方面的合作，形成统一的标准和操作流程。



物联网IoT：万物互联 互动传承

01 智慧展览

文化资料的动态展示和交互式体验，比如通过传感器与观众的互动，实时改变展示内容或提供个性化解说。

02 环境监控

部署多种传感器监控展览环境的温湿度、光照等，确保文化资料在适宜的环境下得到妥善保护。

03 智能防盗系统

利用IoT设备如摄像头、震动传感器等，构建实时监控与警报系统，保护文化资料免受盗窃和破坏。

04 虚拟导览

结合IoT与增强现实(AR)技术，为观众提供虚拟的文化资料导览服务，丰富展览体验。

05 数字典藏

采集文化资料的多维度信息，构建数字典藏库，实现文化资料的长期、安全存储。

06 实时解说

实时音视频解说服务，增强文化资料的传播与教育功能。

07 远程监管

实现文化资料保护与展示的远程监管，提高管理效率与效果。

08 智能交互体验

构建智能交互平台，使观众能更直观、更深刻地理解和体验文化资料。

09 数据分析与优化

采集展览过程中的各类数据，通过分析优化展示方案，不断提升文化资料的展示效果和保护水平。

10 社区云协作

连接文化机构、专家和公众的社区云平台，实现文化资料保护与展示的协作与创新。

资料自动化：大模型赋能 辅助分类整理

1

特征提取

机器学习算法提取文化资料的关键特征，如图像的色彩、形状、文字、声音等。

2

监督学习

已标注的文化资料训练分类模型，使其能够识别和分类未标注的文化资料。

3

无监督学习

通过算法自动寻找文化资料中的隐藏模式或群体，进行聚类分析。

4

深度学习

深度神经网络对大量文化资料进行自动分类和整理，同时发现资料间的深层次联系。

5

自然语言处理 文本生成与编辑

识别和理解文化资料中的文本信息。自动生成或编辑描述性文本，博物馆藏品标签、解说词。

6

图像识别与处理 版权检测

分析文化资料的图像信息，辅助分类和整理。自动检测文化资料的版权信息，帮助避免侵权问题。

7

语义网和知识图谱

从大量文化资料中提取关键信息，构建可搜索的数据库或知识图谱，实现资料间关系的发现和整理。

8

交互式标注系统

建立交互式标注系统，通过用户反馈不断优化机器学习模型，提高分类和整理的准确性。

古文化资料无损检测分析

光学检测

利用光学技术（如光学显微镜、红外摄像、X射线荧光分析等）对古老文化资料进行表面和内部结构的无损检测。

X射线和CT扫描

无损检测文化资料的内部结构和成分。

多光谱分析

通过多光谱成像，分析文化资料的材质、颜色和隐藏信息，比如隐写或下层绘画。

数字成像

通过高清数字成像技术捕捉文化资料的图像，用于分析和比对。

3D扫描与建模

构建文化资料的三维模型，以便对其形状、尺寸和细节进行深入分析。

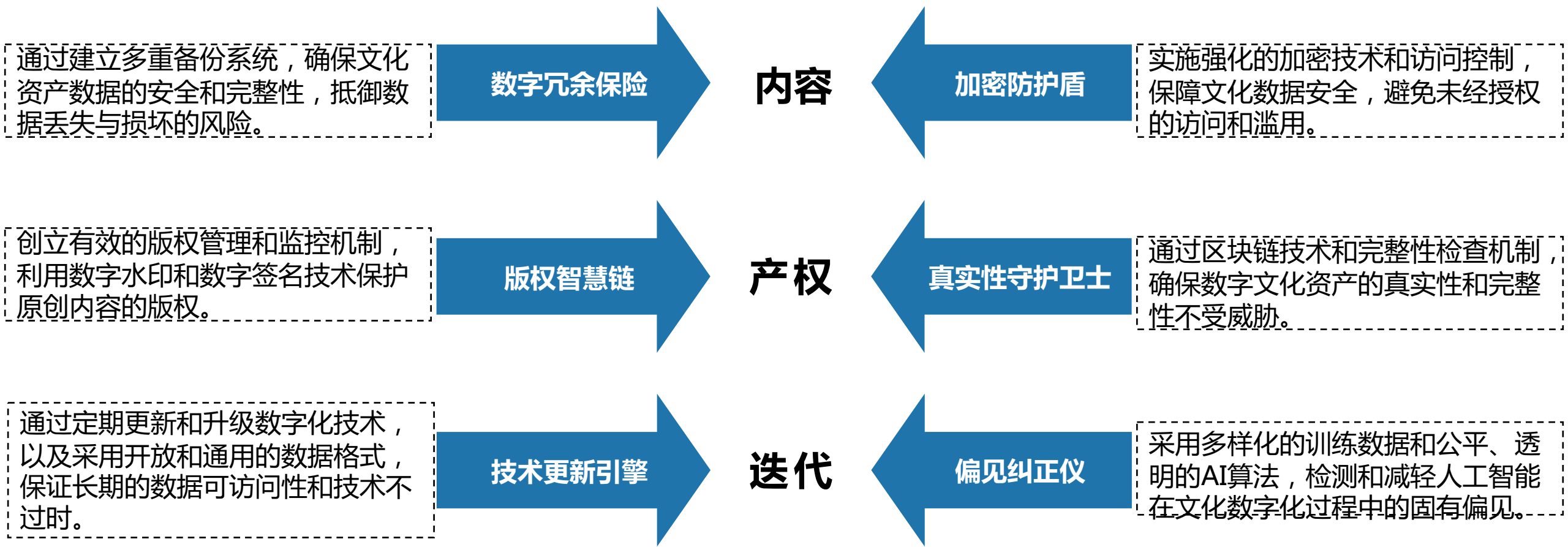
声波和超声波检测

评估文化资料的物理属性和可能的内部损伤。

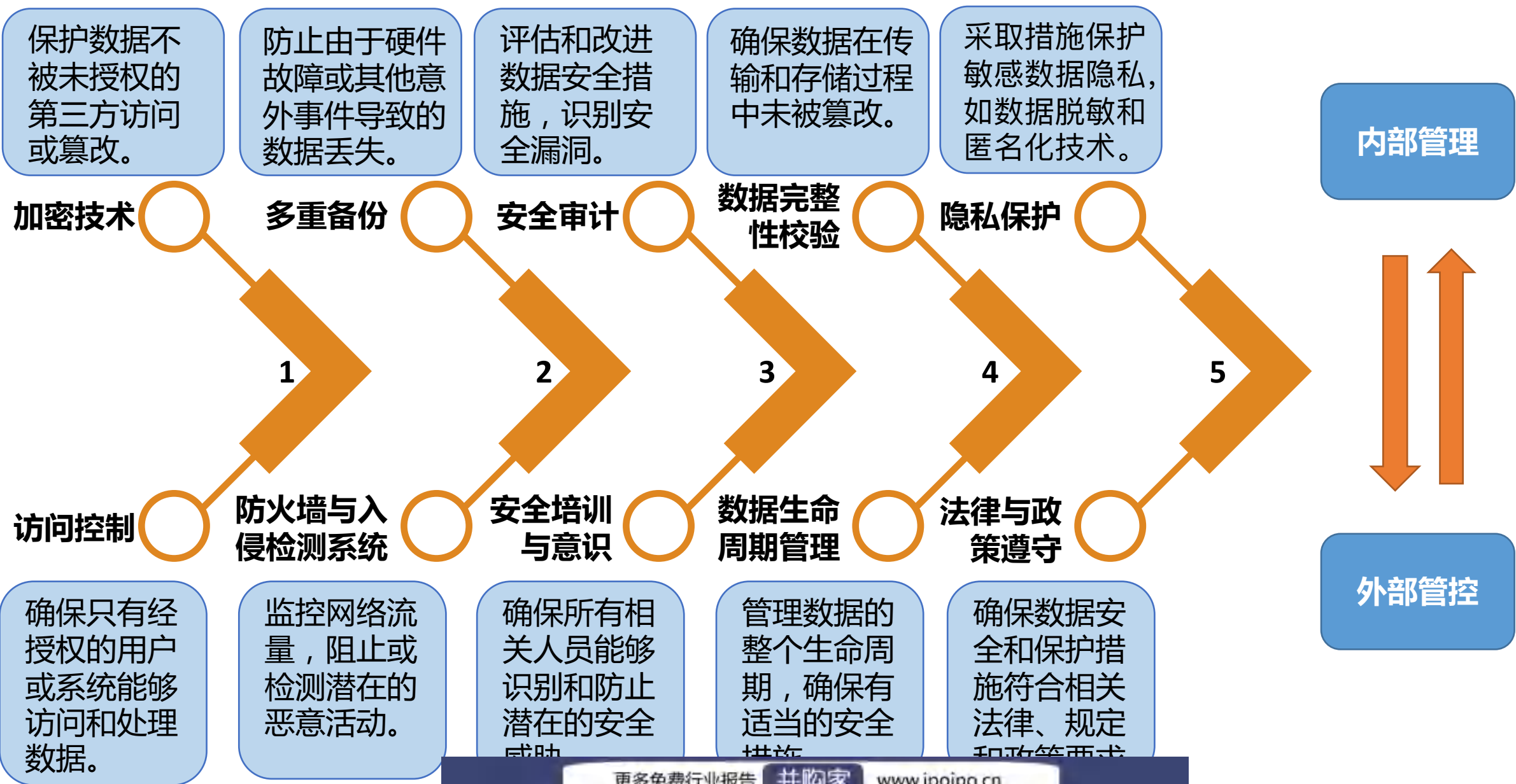


技术的脆弱性与保护

在数字化转型过程中，须构建政治方向明确、内容专业化、技术先进的全媒体数字生态系统。



数据的安全性与防护



技术的持续性与可持续发展

创造性转化

未来适应框架

以预测未来可能的技术变化为基础，构建灵活、可适应的技术解决方案。

兼容连接器

保障新老技术之间的顺畅对接，确保数据和系统的连续性。

维护易行系统

创建易于维护和升级的技术体系，保证长期的稳定运行。

开放式技术纽带

通过开放和通用的技术标准，构建可扩展、持久的技术网络。

时光保险库

长期保存和管理文化资产，确保历史和知识的传承不受时间侵蚀。

技术的持续性



可持续发展性

创新性发展

绿色技术叶

采用环保效高技术，减少碳足迹，推动环境友好的文化数字化进程。

循环创新轮

促进技术设备和资源的循环利用，减少废弃物，实现循环经济。

社会融合网

通过技术降低文化资源的获取门槛，推广文化多样性和社会包容性。

智慧传承桥

通过教育和培训，传递可持续发展的技术知识，构建知识传承的桥梁。

合作共创空间

搭建开放的合作平台，促进跨领域的资源共享和文化创新。

技术发展风险：迭代失控 文化异化

文化同质化

文化产品更容易被复制和传播，这在一定程度上导致了文化的同质化，使得本地文化的独特性和多样性受到挑战。

知识产权侵犯

数字化技术使得文化产品更容易被复制和分享，这也带来了知识产权的侵犯问题，如盗版问题。

文化的商业化

为了适应数字化时代的需求，文化产品越来越商业化，导致文化的内涵和价值被稀释。

信息过载

随着数字化技术的发展，人们能够接触到大量的文化信息，但这也使得人们容易感到信息过载，难以辨别信息的真实性。

职业就业问题

人工智能的应用可能会取代一些传统的工作岗位，导致失业问题。

技术难点：挑战巨大 任重道远

硬件层

伦理数字化

通过硬件的限制和设计，确保数字化过程中的伦理考虑。

五感捕捉

开发能够捕捉细微情感、触觉和气味的传感器。

技术跨界化

需要硬件支持，如多功能传感器和融合设备，来同步整合多模态数据。

交互层

时间态保真

保留物品的历史和时代特点，提供动态的互动体验。

多模态融合

同步整合不同模态数据，如视觉、听觉和触觉。

虚拟现实化

利用VR技术真实再现文化体验，为用户提供沉浸式互动。

应用层

感知数字化

将不易量化的主观感受转化为数字数据，为用户提供真实体验。

深度学习解读

用AI技术提取解释文化资产中的深层信息，为用户展现文化内涵。

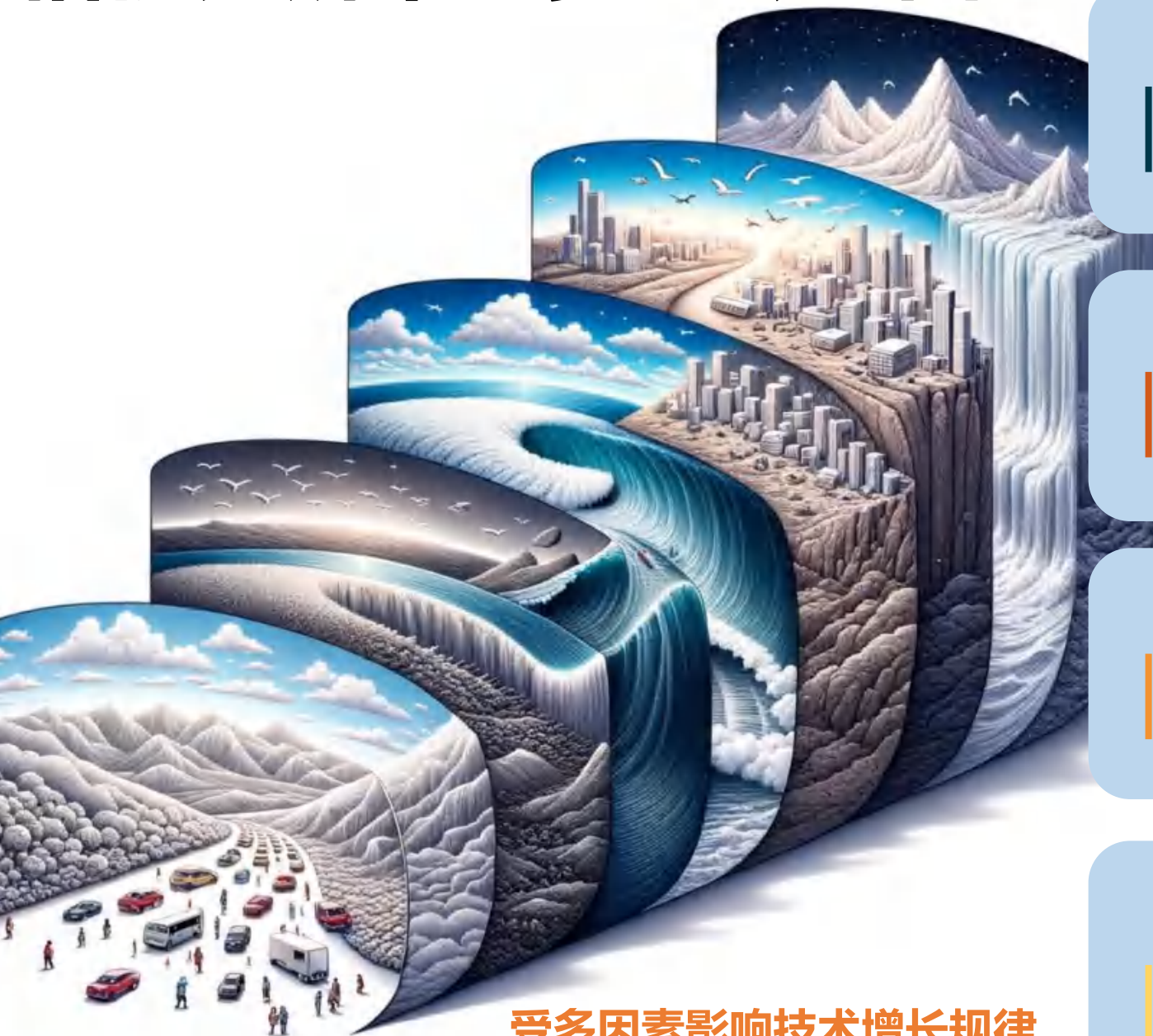
文化上下文识别

为内容加入物品的文化和历史语境，增强用户的理解和体验。

适应性体验

提供针对不同背景用户的个性化文化体验。

相机分辨率：多重影响因子



受多因素影响技术增长规律

探索期 数字文化萌芽

1975-1987年：主要以原型机和卡片机为主，技术尚处于初步阶段。索尼于1981年发布第一台真正的数码相机Sony Mavica。像素从1万到几十万，最高约百万。

固化期 电子文化库

1988-2000年：数码相机开始正式面市，而且存储介质和相机形态得以确立。从130万像素飞越至600万像素，佳能和尼康开始推出数码单反相机，像素竞赛正式开始。

专业化期 文化超链接

2000-2008年：2002年，佳能发布全画幅单反1Ds，像素1110万。像素在2015年飙升至5060万，与中画幅入门相当。2007年尼康和索尼推出全画幅，佳能、尼康、索尼最高像素均超过2000万，数码相机真正意义上进入高像素时代。

像素爆炸期 沉浸式文化体验

2012至今：135相机达到5000万像素。2017年，佳能、尼康、索尼像素超过4000万。现阶段，3000-5000万像素已到2亿像素。

色彩深度：绚烂度提升

4 位色彩（ 16 色 ） 色彩启蒙

早期电脑艺术和动画的诞生，图像具有基本的颜色区分。

在早期计算机图形中使用，尤其是在8位计算机如CGA显卡上，提供了基本的16种颜色。

16位色彩（ 高彩 ） 高彩跃进

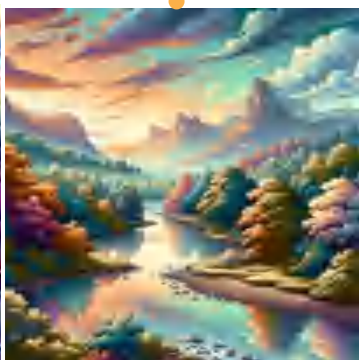
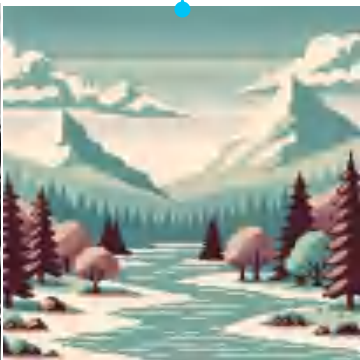
更丰富的电脑游戏、视频和初级图像编辑。

支持5位红色、6位绿色和5位蓝色，总共可以显示约6.5万种颜色。

32位色彩 透明革命

透明度和图层的控制，为设计师提供了创新的图像编辑和设计工具。

除了24位的真彩色外，额外增加了8位的透明度通道（Alpha通道），以实现图像的透明和半透明效果。



数码雏形 单色与黑白（ 1 位 ）

最早的计算机图形形式，每个像素只能是两种状态：开或关，通常表现为黑或白。

基本的文档和图像扫描，主要为存档和记录。

彩界探索 8 位色彩（ 256 色 ）

VGA卡在1980年代晚期开始流行。

多彩的图形用户界面

真彩纪元 24 位色彩（ 真彩色 ）

显示超过1600万种颜色，足以满足人眼识别的颜色范围。

高品质的数字摄影、电影和图像编辑，更接近真实的颜色体验

色域进阶 高位深度色彩 （ 48 & 64 位 ）

每个颜色通道有更多的位数，通常用于RAW图像格式。

专业的图像处理、高动态范围摄影精细的色彩控制。

扫描速度：多模态智能

自动化



智能化



多模态集成式

数字化工作是孤立和零散的，主要面向少量、特定的目标文档。

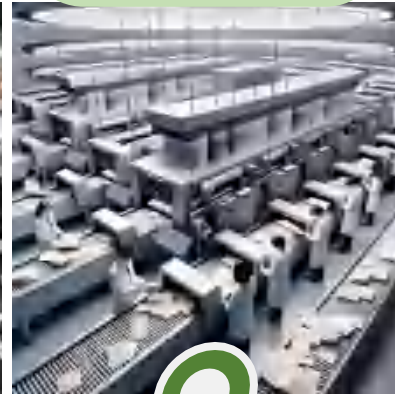
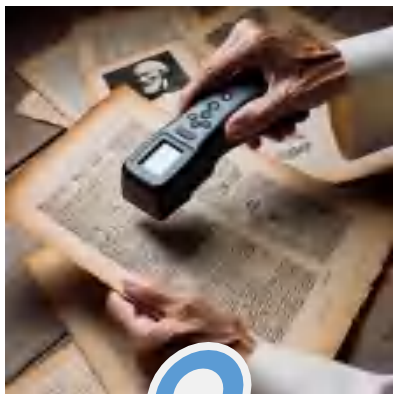
扫描仪逐渐进入日常办公和家庭环境，但大规模的文档数字化仍然困难。

办公室和学术研究的大量文件开始被系统地数字化，存档和分享变得更容易。

商业和政府档案部门开始大规模地进行数字化，为公共访问和数据分析奠定基础。

博物馆、画廊和文化机构开始高精度地数字化其珍贵藏品，以高分辨率和高色彩深度呈现。

大型档案和图书馆项目能够持续、高效地进行，将更多的文化遗产转化为数字格式。



初代手动扫描

台式单页扫描仪

自动纸张馈送扫描仪

高速批量扫描仪

专业图像和艺术
品扫描仪

持续性实时扫描

数码摸索



桌面起步



流水线自动化



批量生产



精细展现



规模突破

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

音频技术：音质飞升 使用便携

立体声与高保真 沉浸真趣

代表技术：**立体声黑胶唱片、FM广播、磁带。**

声音的质量得到显著提高，音频体验更加丰富。

电子放大与无线广播 电波传声

代表技术：**无线电广播、电子放大器、早期麦克风。**

电子技术的引入使声音传输距离更远，无线广播开始流行。

机械录音与回放 声音实物化

代表技术：**留声机、蜡筒、黑胶唱片。**

首次能够录制和回放声音，但音质有限。

数字音频与CD 数码纪元

代表技术：**数字音频带、CD、MIDI。**
声音转化为数字格式，音质进一步增强，CD开始取代黑胶唱片。

音频压缩与移动音乐 随身音符

代表技术：**MP3、AAC、便携式MP3播放器、iPod。**

数字音频文件压缩技术的出现使音乐的存储和共享变得更加容易。

流媒体音乐与云服务 云端乐章

代表技术：**Spotify、Apple Music、高解析度音频。**
音乐开始从云端流式传输，提供了几乎无限的音乐库。

存储效率
分辨率
空间表现力

1950s-
1960s

1980s

1920s-
1930s

1990s-
2000s

19世纪末
20世纪初

2010s至今

数据传输：稳定持续 体量升级



未来技术：品质造极 精益求精



细腻视界 超亿级像素相机 相机分辨率接近人眼，可以捕捉到极其细腻真实的图像，照片质量达到新高度。	精致色域 100bit色彩深度 极大地提升画面的细腻度和真实感，使图像能展现更为复杂和细微的色彩变化。	运动显微镜 秒扫十万帧 能够捕捉到极其细微的运动变化，提供更为精准的分析能力。	高品还原 全频段无损音频 带来极其真实和细腻的听觉体验，使音频信号能够更好地还原现场的音乐表演和声音环境。	光速传导 光量子传输 极大提升数据传输的速度和安全性，大量数据在瞬间传输完成，量子加密技术也将确保数据传输的绝对安全。
微观记忆 十亿级像素相机 捕捉到非常细腻的图像细节。在医学、科研、艺术等领域发挥重要作用。	极致色彩 200bit色彩深度 迎来色彩表现的极致，可以精准捕捉和呈现几乎所有的色彩信息，使图像的真实感	时空凝视 秒扫百万帧 彻底革新图像捕捉技术，能以前所未有的细节和精度观察运动变化，甚至能够捕捉	声波美学 3D环绕声波投影 能够在空间中准确地投射声波，形成立体的音场环境，使人们能够更为真实地感受	心灵通道 意念传输 将人的思维直接转化为数据并传输的技术，这将彻底改变人与人之间的沟通方式，使沟通变得更为直接和高效。

异感世界：技术交融 虚实和谐

- 由人工智能技术快速发展和普及所塑造的社会-技术现象，**人们对AI的高级能力、不可预测性和与现实界限的模糊感到不安、好奇或混淆**。这一现象不仅影响人们与技术的互动方式，还在伦理、工作、社会结构和人类自身价值观方面产生深远影响。

现实-虚拟连续体

现实与AI生成的虚拟内容之间的界限，以及这种界限如何影响人们的认知和行为。

黑箱与白箱相容性

在AI决策过程的不透明性与人们对透明性和可解释性需求之间找到平衡。

人工伦理适应性

主张需要建立动态的伦理框架来适应不断发展的AI技术，以解决由此产生的道德和伦理问题。

社会认知振荡

AI如何在快速改变社会观念和行为规范方面起到“催化剂”的作用，进而影响社会的整体稳定性。



技术变迁逻辑：演进之道 迭代交融

融合期 文化数据智能

技术要点：

- 智能分析
AI-driven内容推荐与解读
- 语义网络
深度语义搜索与索引
- 感知技术
物联网设备整合与应用
- 数据可视化
高级数据呈现与交互设计

交互期

多维文化体验

技术要点：

- 沉浸式技术：
AR/VR内容创建
- 云计算
云端资源共享与同步
- 社交融合
数字内容的社交化分享

普及期

广域电子馆藏

技术要点：

- 图像优化
增强型图像/音频压缩
- 数据管理
关系型数据库
- 用户界面
初级数字展览

初探期

初步数码档案

技术要点：

- 图像捕获
 - 像素扫描
 - 数据管理
- 单一数据存储策略
基础数据结构

- 中国大运河博物馆



内容质量与交互效果评估

◆ 以千里江山图为例

➤ 真实感

- 色彩深度：对比数字版与原作，色彩的饱和度、对比度、色调一致。
- 纹理传达：纸张纹理、墨迹的流动性、画笔的起笔与落笔之处有真实的感觉。
- 3D模拟：阴影、纸张的凹凸、墨迹的浓淡有三维的深度感。

➤ 交互性

- 分区放大：局部放大到单个山石、树木或水流。
- 元素解读：每个元素（如山、水、树、船）上点击有相应的历史、文化、技术解释。

➤ 增强体验

- 音景融合：与画面相应的水流声、风声、鸟鸣是否清晰，增强沉浸感。
- 历史背景播报：提供声音解说，介绍画作背景、历史时期等。
- VR导览：提供360度虚拟现实中的“千里江山图”体验，让人仿佛身临其境。

➤ 知识传递

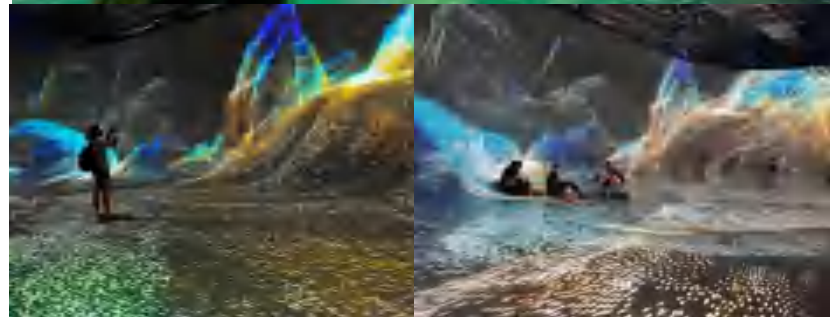
- 技术分析：如何描述使用的画技、墨色混合方法、纸材选择等。
- 文化解读：解释画中隐含的文化意涵、风景代表的历史事件或人物。

➤ 可访问性与分享

- 多设备适应性：在移动设备上的显示效果一致优良。
- 分享接口：一键分享至社交媒体、电子邮件或直接链接。
- 用户评论与交互：允许用户留下评论、解读或与其他用户讨论。

➤ 个性化体验：

- 学习模式：根据用户的学习进度和兴趣点进行个性化推荐。
- 互动游戏：基于画作的小游戏，如找出画中的某些元素，增强用户的参与度。



文化数字化艺术价值评估指数

AI打分制评估文化数字化艺术作品**文化数字化艺术价值评估指数**，
使用各类人工智能技术量化数字艺术的鉴赏水平，用于评估数字艺术品的价值和影响。

一级指标	二级指标	评测方法	打分制
技术性	分辨率清晰度	使用图像质量评价模型，如SSIM（结构相似性指标）评估	各项指标 (100/100)
	色彩深度与准确性	利用色彩直方图和色彩聚类技术评估色彩的复杂性和准确性	
	动态范围	HDR评估模型，分析图像的明暗部分以及整体对比度。	
	数据压缩损失	使用图像质量评价模型，PSNR（峰值信噪比）评估	
艺术性	情感与表达力	深度学习模型分析图像特征，结合色彩和构图评估	
	构图与平衡	使用预训练的CNN模型评估	
	线条与形状	使用边缘检测和图像分割技术评估	
创新性	技术应用新颖度	使用图像检索技术与现有图像库进行对比，查看相似度	
	艺术表现手法	使用深度学习模型识别并评估作品中采用的特定艺术手法	
	文化元素创新融合	语义分割和目标检测模型识别后通过NLP技术对元素融合进行分析	
	交互性与体验	通过用户行为分析、眼动跟踪等技术评估	
文化背景	文化元素的展现	使用目标检测或图像语义分割模型来识别和评估	
	历史与传统的融合	通过预训练的深度学习模型，识别和比较图像中的元素	
	故事叙述	结合自然语言处理模型，分析作品中的文本内容，并与图像元素关联起来评估	

敦煌壁画再创：彩绘复兴 经典重塑

➤ 参考文化数字化艺术价值评估指数，以“敦煌壁画”为例重构文化数字化作品。



● 敦煌壁画原作



● DALLE3数字艺术作品



● MidJourney5.2数字艺术作品

➤ AI生成同一Prompt：

A high-resolution illustration captures the ethereal beauty of a celestial maiden inspired by the Dunhuang murals. She gracefully dances amidst the deep blue sky and billowing white clouds. Her vibrant rainbow dress, adorned with intricate gold threads and radiant gemstones, ripples as she moves. Holding an ancient zither, its melodious notes seem to enchant the small animals nearby, who dance in tandem with her. The artwork skillfully combines the rich cultural heritage with contemporary artistic techniques, resulting in a masterpiece that bridges the past and the present.

网络数字化现象：互动演化 信息融通

社交互动 日常记录

- **打卡**: 健身打卡、阅读打卡等，激励自己并得到他人的鼓励。
- **挑战活动**: “冰桶挑战”等，通过完成任务引起关注或募集资金。
- **日常分享**: 分享餐饮、旅行等日常生活瞬间。

数字化表达 与沟通

- **表情包**: 自制、流行文化、段子来源等。
- **短视频**: TikTok、抖音等平台内容，快速传达信息和娱乐。
- **语音消息**: 替代文字输入，更加方便直接。

社交展示 与分享

- **朋友圈分享**: 分享生活照片、心情等。
- **直播**: 购物直播、游戏直播、日常生活直播等。
- **Blogs/Vlogs**: 文字或视频形式分享生活、旅行、技能等。

数字化礼仪 经济交互

- **微信红包**: 传统节日、生日、特定场合的送礼。
- **网上筹款**: 众筹平台或为特定目的筹款。

消费推荐 社交影响

- **种草**: 推荐商品、服务或体验。
- **开箱视频**: 展示并评价新购买的商品。
- **影评/书评**: 分享对电影或书籍的看法。

数字化学习 与成长

- **在线课程**: Coursera、Udemy等平台。
- **知识分享**: 知乎、知识星球等平台的问答和分享。
- **健身App**: 记录锻炼、饮食等。
- **健康监测**: 智能手环、健康App记录和分析身体数据。

行为模式

人们通过数字方式在广泛的网络空间中建立归属感和深化情感联系的行为。

高效、直观的信息交换，强调时间的珍贵与沟通的实时性。

分享生活和消费方式，强调个体在社会中的独特地位和价值观。

传统礼仪和经济互动融入现代数字文化中，形成新的社会互动模式。

社交媒体对消费者决策的影响，突出社交认同在消费决策中的权重。

教育资源被数字化和分享，利用数字工具来管理、跟踪和改进健康状况。

行为逻辑

数字情感纽带

速效沟通哲学

自我品牌塑造

文化数字迁移

注意力经济

体学无界化

视觉沟通艺术：视感传达 画意对话

表情包的演化

表情包从静态图像演化为动态短视频、3D模型、甚至虚拟现实形式，使沟通更为生动和富有表现力。

超短视频与微电影

随着人们对内容消费的需求逐渐碎片化，超短视频和微电影可能会成为主流，这些内容通常时长短，创意密集，能快速吸引受众的注意。

语音与AR交互

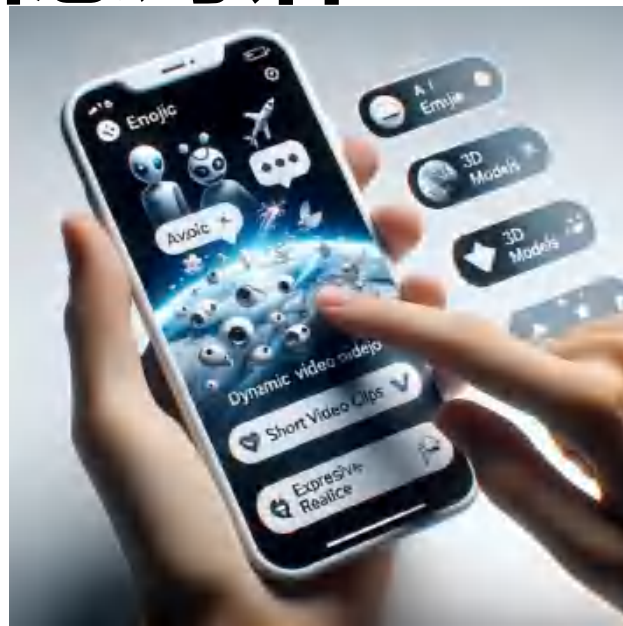
语音消息可能会与增强现实技术相结合，用户通过语音控制虚拟元素与现实世界互动，提供更为丰富的沟通体验。

文化表情的个性化

未来的表情包可能更为个性化，用户可以根据自己的喜好和文化背景，定制个性化的表情包。

AI驱动的社会体验

人工智能技术应用于社交平台，提供更为智能的社交体验，比如基于用户行为和兴趣的内容推荐、聊天机器人等。



个人影响力时代：自媒品牌 繁荣传播

打卡文化的智能化

随着位置识别和增强现实技术的发展，未来的打卡可能不仅仅是拍照上传，而是可以通过虚拟现实的方式，实现在线打卡，使其他人能够实时体验到打卡地点的风景和文化。



直播的专业化

未来的直播可能会更加专业和分众化，直播内容不仅局限于娱乐和生活，还会涉及更多的专业领域，比如教育、科技、艺术等，使直播成为个人品牌塑造的重要工具。



Vlog的多元化

未来的Vlog可能会更加多元和创新，内容不仅包括日常生活，还包括专业知识分享、文化探索等，使Vlog成为展示个人特色和价值的重要平台。



自媒体的融合

未来的个人媒体可能会更加融合，人们可以通过不同的平台和形式，全方位地展示自己，塑造自己的品牌形象。

感官体验创新经济：智造价值 魅力突破

种草文化的升级

未来种草不再是单纯的图文或视频分享，而是通过AR/VR等技术，让受众身临其境地体验产品或服务，从而提升种草的效果。

开箱体验的互动化

开箱视频融入更多的互动元素，比如直播互动、虚拟试用等，使受众在观看开箱视频的同时，也能体验到实际使用产品的感受。

影评文化的多元化

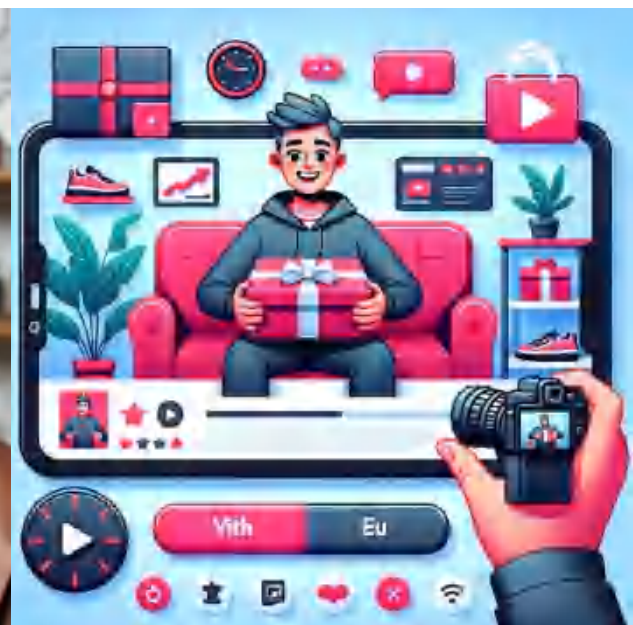
未来的影评会更为智能和个性化，系统可以根据用户的口味和兴趣，推荐相应的电影和影评，甚至可以通过语音合成技术，生成个性化的影评。

购物分享的社群化

未来购物分享会更加社群化，人们不仅在社交平台上分享购物体验，还可能在元宇宙虚拟社群中共同参与购物活动，比如虚拟集市、线上拍卖等。

艺术评论的可视化

未来的艺术评论将通过虚拟展览、3D重建等技术，使受众在阅读评论的同时，也能直观地欣赏到艺术作品。



数字文化大模型：清华产学研项目



- **数据分析与洞察**：分析事件传播效果、实时生成图表。
- **元娲虚拟人生生产力服务平台**



- **虚拟人物开发**：构建与用户互动的虚拟个体。
- **学习与适应**：通过机器学习提供个性化内容和体验。

➤ 先问模型

- **内容生成引擎**：基于开源的650亿级参数模型，接入了全网实时数据。



- **AIGC全流程平台**：可几分钟内一条龙完成故事创意-小说正文-剧情脚本-图片-短视频-字幕配音配乐。



- **用户界面 (UI)**：易于导航和操作的界面。
- **内容管理系统 (CMS)**：管理数字内容后台系统。

(本页面案例均由@新旗沈阳团队研发)

短剧脚本AI创作：智创五阶法

网络微短剧代表了一种**数字时代的叙事经济学**，它通过最小化时间投资来最大化情感回报和观念传达，同时考验创作者在有限的空间内展示故事**能力**的极限。

- ① **想** — 灵光闪，构思想，思海扬。
- ② **构** — 情节搭，剧架构，脉络长。
- ③ **塑** — 人物雕，形象塑，性情详。
- ④ **绘** — 画面绘，场景映，特效精。
- ⑤ **优** — 字句磨，情节优，美感强。



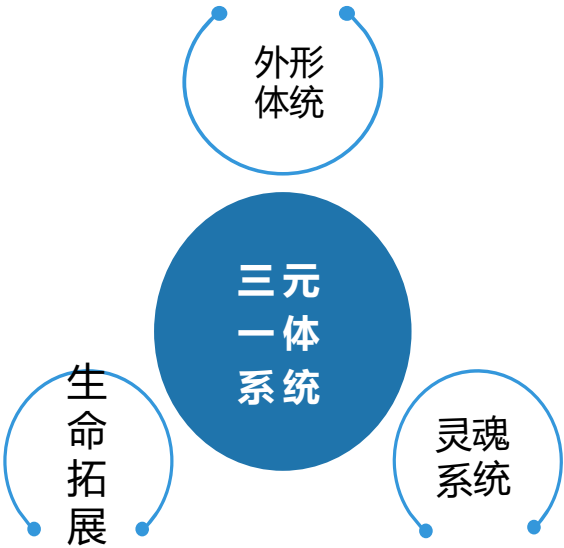
- **创效合一**：AI以其超高效率，缩短创作周期，实现从构想到成品的快速转化，赋能剧本创作与时间效益的双赢。
- **灵感矩阵**：借助AI的跨界思维，微短剧涵盖多元创意，突破人类思维局限，铺展无限想象的灵感画布。
- **精准共鸣**：AI深度挖掘观众数据，定制个性化叙事，精准触达观众情感，打造心灵共鸣的叙事艺术。
- **文化智渡**：AI跨语言文化的创作能力，为微短剧提供全球化的视角，促进文化交流与智慧融合。
- **迭代智慧**：AI在创作中的自我学习与迭代优化，提升剧本内在逻辑，激发作品的深层思想潜力。

三元一体：分身互动 忙闲有致

高仿人机器人（本页样例均由@新媒沈阳 团队研发）

能说粤语的虚拟人

真身复刻、形象升维



元宇宙世界中，自然人通过三元一体引擎，实现自然人与虚拟人、机器人在外形、交互、行为、认知层面的一体化生存。例如某名人在离世前，可通过三元一体的方式，将其在世时的动作习惯、语音、思想复制给其对应的虚拟人与机器人，由此实现自然人、虚拟人、机器人的三元一体。无需人类表演的AI驱动、穿戴设备惯性驱动、纯摄像头视觉驱动，组成了当下元宇宙虚拟人驱动的主流模式（朱旭琪，2022）。虚拟人制作引擎的技术底层是**形貌表情系统、骨骼行为系统、灵魂认知系统**，而核心逻辑是人工智能。通过外形共用、交互共通、行为同一、认知共享这四个层次，实现“三人无缝交流”。

时尚文创服装大模型：风格多样 千奇百变

< 创作生成

选择性别

成年女性

成年男性

无性别

尺寸

运动

小号

大号

常规

苗条

选择风格

先锋主义

选择类别

请选择类别

选择材质

请选择材质

设计师风格

请选择设计师风格

选择颜色

请选择颜色



woman,
woman,
formal,
Giorgio
Armani ,
Business.
design,
brown
sweater,
runwa ,
Fantastical
and
grotesque,maximalism,
naturalism,a
super
elegant and
charming
fairy angel
model
wearing an
elaborate
gown and
wings, big
eyes plush
lips, she has
charming



产业篇



产业发展全览：多维一体 突破拓展

战略引领

大数据体系：文化产业“新基建”

构建目标：打造“四端一网两翼”，规范产业体系
标准先行：文化大数据安全保障
持续推进：国家文化大数据体系大有可为

传统焕活

数字赋能：文化遗产“活”起来的新策略

“永生”共享：数字技术赋予文化遗产新形态
创新性发展：Z世代和新媒体平台扮演重要角色
创造性转化：国潮风催生文化产业新形态

科技前沿

数智引领：数字文化消费新形态

数字虚拟人：多元身份，智能互动
数字藏品：即时体验，跨时共享
AIGC赋能：文化产业的新契机
大模型时代：文化产业的新走向

产业转型

沉浸体验：数实融合的新方向

“云微宅”新赛道：后疫情下的文化产业经济
共享经济：共享“使用权”，利用“闲置资源”
数字增收：技术创新文化产业的盈利模式
智慧景区：一种旅游资源高效管理的手段

机制革新

持续探索：增进文化数字化未来发展

数字帮扶：公共文化服务数字化
适老化改造：公共文化服务贴近银发群体
人才培养：需求导向下清华文创的机制革新制度创新：
文化数字化赋能文化产业的实践探索

文化大数据：产业体系“新基建”

构建国家文化大数据体系是新时代文化建设的重大基础性工程，是文化产业的“新基建”，是贯彻国家大数据战略、推进文化和科技深度融合的有效举措。特别是在智慧文旅、智慧广电、公共文化服务等产业领域，文化大数据体系建设将释放出巨大动能，从而为整个产业带来颠覆性的巨变。

1

概念提出

- 2019年公开征求意见的《文化产业促进法（草案）》中提出，推动文化资源数字化，需要**建设文化大数据服务体系**；
- 科技部、中宣部等六部委发布的《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》特别提及要加快国家文化大数据标准体系建设，构建**物理分散、逻辑集中、安全可信的文化大数据体系**；

2

建设现状

- 2022年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，明确提出，到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的**文化服务供给体系**；
- 截至2023年9月，已有多次大型**国家文化大数据体系建设成果展**顺利召开。

3

未来建议

- 在国家层面推出统一的文化大数据技术平台。打造可联通、可流动的国家文化大数据体系，连接、整合各省份、各机构、各组织的文化大数据体系建设成果。
- 制订文化大数据产权指导意见，明确文化资源数据的持有权、使用权和经营权，推动公共文化机构的文化资源数据面向市场开放。提升文化大数据服务平台的经营效益，实现文化数据资源市场化，助力可持续发展。

产业体系：“四端一网两翼”

构建国家文化大数据体系需要基于供给端、需求端、云端、生产端、国家文化专网、认证翼和监管翼，做好“四端一网两翼”的主题构建，打造**国家文化大数据产业生态闭环**。

● 体系架构

供给端

由**中国文化遗产标本库**、**中华民族文化基因库**和**中华文化素材库**构成。

生产端

通过采集、清洗、标注、关联、解构和重构等方式，进行**文化资源的数据加工**，形成**资产化的关联数据**和**数字文化内容**。

云端

文化资源数据和文化数字内容的**运营平台体系**，同时承担文化数据资产的交易、支付、结算、清算和监管等工作。

需求端

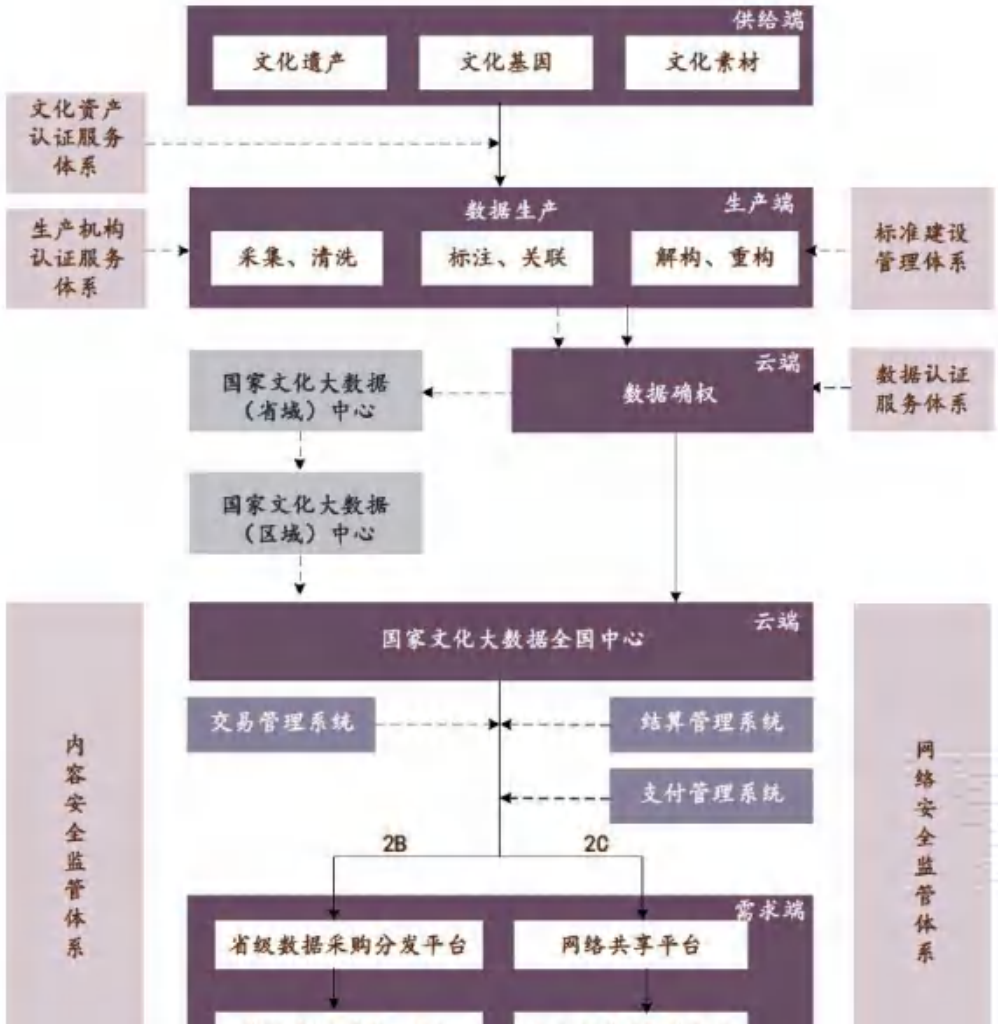
文化数据资源的消费环节，从云端交易平台获取文化数据资产的**使用权**，向用户提供文化体验服务和文创素材服务。

专网

依托全国有线电视网络设施，打造由国家文化大数据全国中心、区域中心和省域中心三级中心组成的**国家文化专网**。

认证翼和监管翼

认证翼以数据为主线，构建国家文化大数据认证体系，对**文化资产、文化数据生产的机构和文化内容**进行认证。
监管翼以数据应用为主线，建设国家文化大数据监管体系，对经质量认证后进入国家文化大数据体系的应用数据，进行**全流程监管**，防篡改。



数据体系：核心资源 全面萃取

构建国家文化大数据体系，核心要素是**供给侧文化大数据**，即从文化资源中“萃取”的数据。供给侧文化大数据主要来自于公共文化机构、高校科研机构和文化生产机构。数据“萃取”环节包括数据采集、存储、关联、解构和重构等。随着文化资源数字化进程加快，文化大数据越积越多，从而矗立起三座数据“金山”。

中国文化遗产标本库

将**国家历次文化资源普查**所获取的数据导入国家文化大数据体系底层关联集成系统，对普查数据作标准化、结构化处理而后形成。

中华民族文化基因库

主要是对**革命博物馆纪念馆以及国家一级博物馆收藏的珍贵文物**进行高精度数据采集，导入国家文化大数据体系底层关联集成系统，标注、关联，提取中华文化的元素、符号和标识，形成中华民族文化基因库。

中华文化素材库

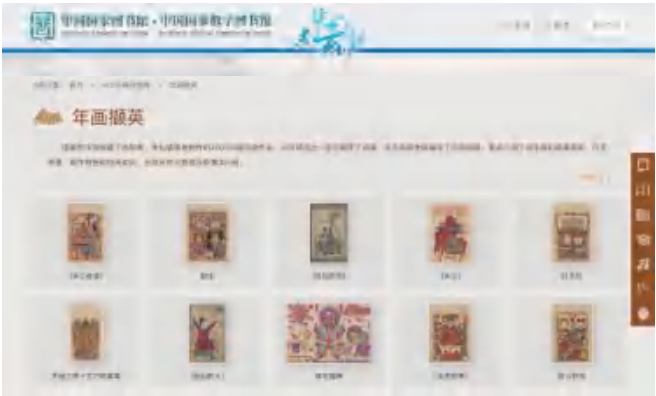
主要以**文化遗产数字化成果**为原料，集成运用各种新技术，萃取中华文化要素，分门别类标签化，得以形成。



全国文化和旅游数字资源库



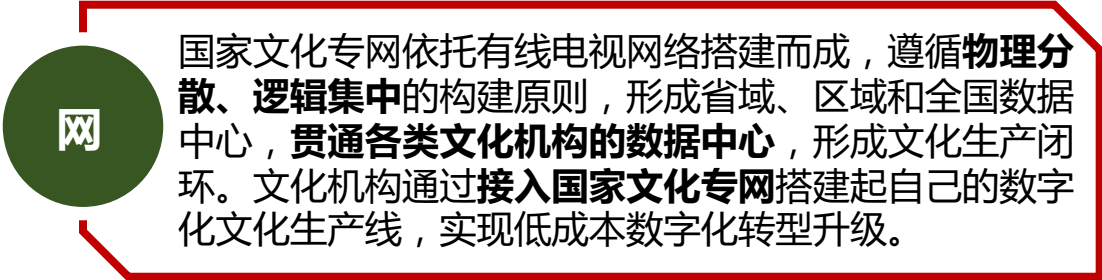
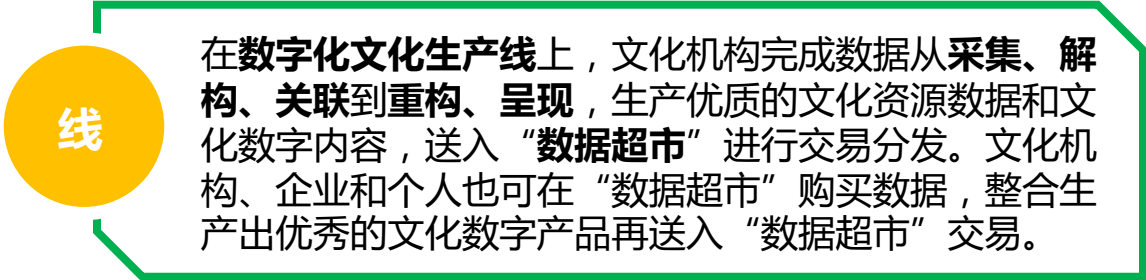
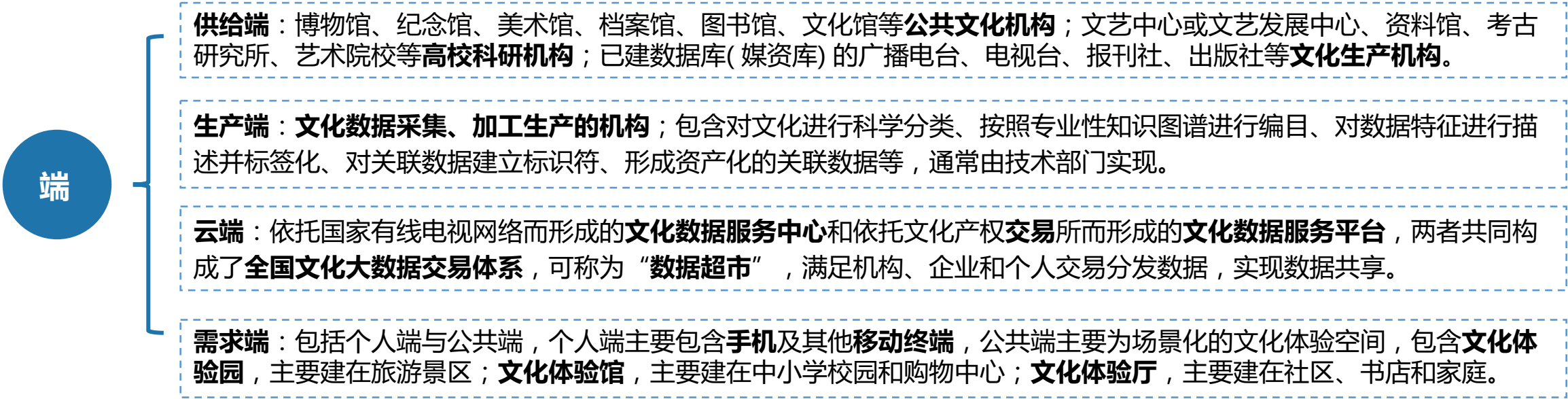
中华民族文化基因库



国家图书馆特色素材库

生产体系构建路径：端、线、网 集合贯通

国家文化大数据体系从**供给侧文化大数据挖掘**到**需求侧场景化文化体验和文化产品购买**，从供给端到生产端到云端再到需求端，搭建起**数字化文化生产线**，通过接入**国家文化专网**，真正构建起文化大数据的体系架构，并催生出贯通“数据孤岛”、文化事业与产业联动、体制内外互动、行动市场驱动的现代化文化生产体系。



数据安全：标准先行 三闸保障

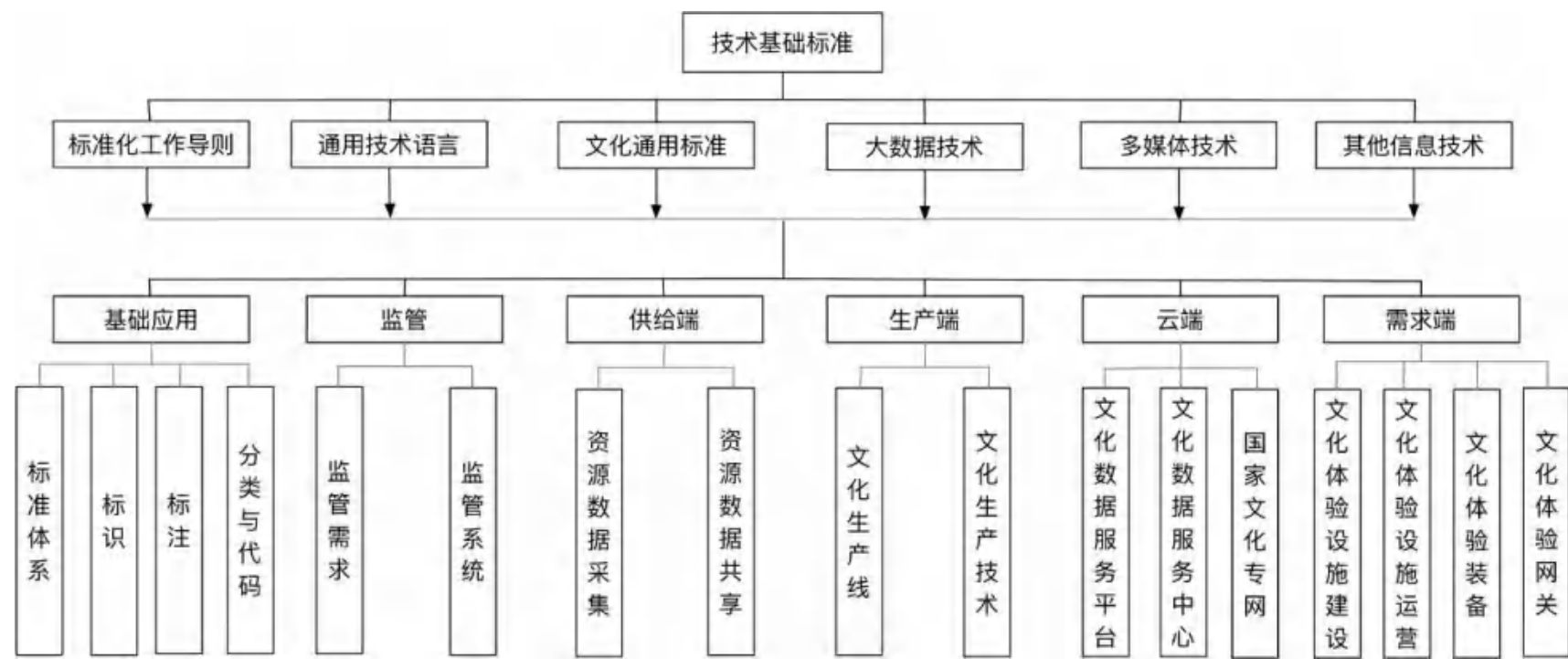
文化数字化的首要标准就是数据安全标准。**安全可信**的国家文化大数据体系需要大数据标准体系的建设保障，用于有效指导标准化工作的有效开展。2021年1月25日，国家文化大数据产业联盟发布了国家文化大数据标准体系，从基础应用标准、监管标准、供给端标准、生产端标准、云端标准、需求端6个方面提出具体技术要求，确保文化大数据安全。这一标准体系还在持续完善中。

- 数据安全三闸门

- 第一道 – 闭环的国家文化专网
文化专网与公网物理隔离；

- 第二道 – 分布式数据存储
文化数据保存在文化机构各自的数据中心，实现**分布式**存储；

- 第三道 – 标识解析可溯源
在**区块链**技术的支持下，资产化的文化资源和数字文化内容拥有自己的标识符，数据可溯源可查证，版权交易可信任，隐私数据可加密，可实现分布式存储数据交易的安全性。



国家文化大数据标准体系架构

中国国家版本馆：传承路径 资源整合

1

版本数据资源互联互通

使用高清扫描、OCR等技术将馆藏的书籍、文献、艺术品等实物资料转化为数字格式，便于在网络环境下传播和利用。

典藏版本资源的数字化转化

2

建设国家版本数据总库

在完成数字化转化后，需要将这些数字资源存储在一个统一的资料库中，以使用户能够方便地检索和使用。

构建数字资料库

3

版本呈现与时代科技相融合

通过AIGC技术，将数字化的资源进行进一步的整合和创新，生成新的内容。将不同版本的古籍进行对比分析，挖掘其文化价值和历史意义。

融合AIGC技术

4

交互体验革新

为了让用户更方便地使用数字资源，我们需要构建一个强大的检索系统，利用人工智能技术提供精准的搜索结果。

优化检索系统

5

开展中外文明交流互鉴

利用数字化的资源开展线上展览和教育活动，让更多的人了解中国文化和历史。

开展线上展览和教育活动



● 国家版本资源总库和**中华文化种子基因库**，中国国家版本馆于7月30日开馆，中央总馆（文瀚阁）和西安分馆（文济阁）、杭州分馆（文润阁）、广州分馆（文沁阁）共同构成“一总三分”的中华版本保藏体系。

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

套，涵盖十大类版本类型。

持续推进：国家文化大数据体系大有可为

- 01

国家文化专网建设
- 02

文化大数据交易平台建设
- 03

文化大数据标识体系建设
- 04

文化大模型研发
- 05

体系标准的编制和发布
- 06

红色基因库建设
- 07

文化数字化骨干人才培养
- 08

各类专题座谈会、论坛及展览



文化遗产“活化”：数字赋能文化遗产新策略

前沿科技 X 文化遗产

文化资源数量庞大、种类繁多

《世界遗产名录》显示，截至2023年9月17日，中国已有57项世界文化和自然遗产列入《世界遗产名录》，其中世界文化遗产39项、世界文化与自然双重遗产4项、世界自然遗产14项。

政府部门推动与社会配合

2019年以来，在国家文物局指导和科技部的支持下，“文化遗产保护利用”专题任务先后启动了36个项目。2022年5月两办印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》是推动实施国家文化数字化战略、建设国家文化大数据体系的框架性、指导性文件。

关键技术与技术突破

虚拟现实、3D建模、光栅投影、人工智能、摄影测量等技术进一步成熟并深入产业。

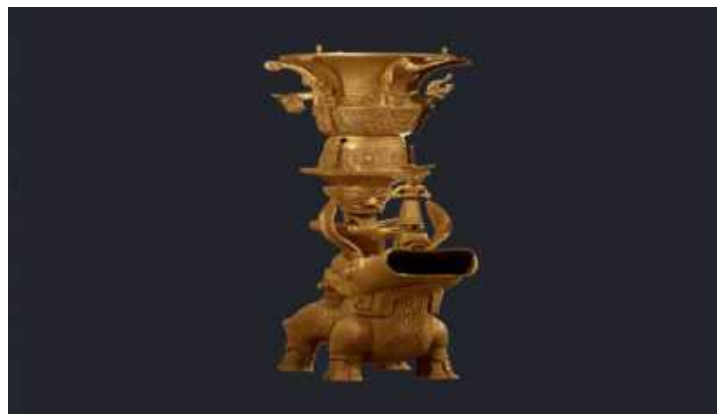
文化遗产保护：精准修复手段升级

结合传统文物保护技术，当前AI（人工智能）等数字技术的应用已经应用于**遗址探源、文物针对性修复、文化遗损伤预防**等领域，进一步提升文化遗产保护工作质量与效率

缩短修复周期、避免二次伤害、
提高修复精度

1

数字化扫描、AI辅助文物修复



案例：人机协同模拟拼接三星堆青铜器

文物防灾减灾，
确保文物长期安全

2

人文、气象数据监控防范文物损伤

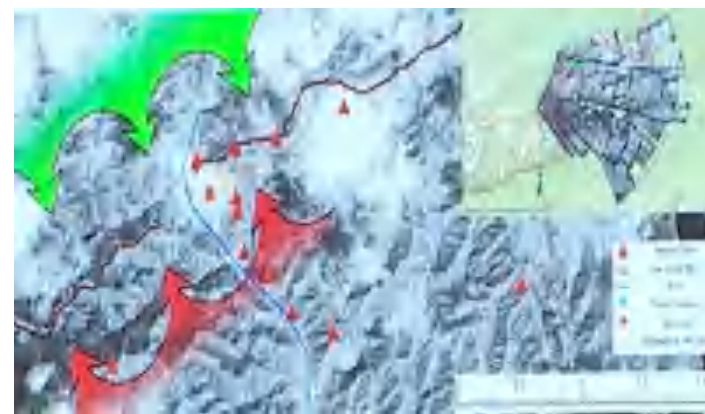
故宫养心殿明瓦缓蚀保护：
运用光学显微镜、扫描电镜及微区能谱、光纤光谱仪等分析仪器对明瓦的病害机理进行研究，并通过试验给出缓蚀处理方案。

佛光寺东大殿漏雨保护：
应用气象站和微环境监测设备及对环境及建筑室内的温湿度进行监测，提出针对性保护措施。

精准还原位置与形态，
补充历史信息

3

深度学习智能识别文物遗址



案例：历史航片中烽火台位置的自动检测

文化遗产新形态：数字赋予 永生共享

实现路径

文物数字化采集

利用数字化的手段多维扫描文物获取文物信息，并记录建档，从而实现文化遗产“数字孪生”，带来文化遗产“永生”。

文化遗产数据共享和高效利用

文化遗产数字化促使文化事业单位和文创企业之间的信息交互共享，让高质丰富的数据资源以生产要素形式进入更多行业，扩大了优质文化产品供给。

版权保护

智能计算引擎与区块链技术等为在线数据使用、离线数据版权识别提供了保障，为解决文化遗产数据开放共享中数据利用率低、数据共享风险大等问题作出贡献。



行业案例：“数字敦煌”项目

数字化采集

经过30年的发展，截至2021年底，已经完成268个洞窟的数字化采集，164个洞窟的图像处理，45身彩塑、146个洞窟、7处大遗址的三维重建，形成了数字化摄影采集、洞窟三维重建、洞窟全景漫游等海量数字化资源。

数字共享

上线“数字敦煌开放素材库”“数字藏经洞”平台，打造出“一站式”的敦煌文化共享共创模式。

文化遗产智能传播：拥抱大众 业态助推

文化遗产的最好的保护不是束之高阁、与世隔绝，而是让它“活起来”走进人们的心中。数字化存储和智能展示为文化遗产的活化利用与转化提供了契机，促进文化遗产消费线上线下相结合。

A

数字展示：提升多感官互动

大数据、人工智能（AI）、三维动态（3D）、数字沙盘、影谱科技等技术实现非遗内容的数字可视化以及情感可视化，提升文化遗产可读性与易读性。

数字场景：深化沉浸式体验

B

- 通过搭建APP、小程序等，开辟数字展示渠道，如线上博物馆、3D云游等，让受众足不出户就可观赏到非遗成果；
- 通过多重展示渠道例如直播等与大众进行深度互动。

C

联合互动：线上线下一体呈现

案例：北京市文物局与腾讯可持续社会价值事业部的“数字中轴”项目



腾讯开放游戏引擎技术、物理仿真技术，以及云游戏技术等，通过高清数字照扫及多种游戏技术的结合，将对7.8公里的核心遗产区进行建模，精细再现先农坛、钟鼓楼、万宁桥等遗产点，将中轴线上十五个主要构成要素地标数字化展现，让数字中轴“可见、可感、可体验、可触摸”。

数字焕活文化遗产：瓶颈突破 持续供能

关键环节：物理形态——数字化采集——保护修复——内涵挖掘——智慧管理——活化利用

传承中华优秀传统文化，赋予历史文化时代内涵

平衡传统保护与创新应用，平衡产业开发与价值增值

提振文化自信自豪，促进文化遗产社会触达与感召

创新历史文化传播形态，历史文化与现代生活融合

强大动能

1 发挥国家政府的核心领导力，统筹全局调控资源配置，以实现高水平、全均衡发展

2 加强大众教育，完善相关立法，营造积极的保护文物社会风气与网络环境

3 教育行业提振“美育”，培养复合型人才为文化遗产数字化保护输送劳动力

措施

制约瓶颈

技术与人才成本高

“资源孤岛” 鸿沟大

沉浸体验感受不强

市场交易机制不健全

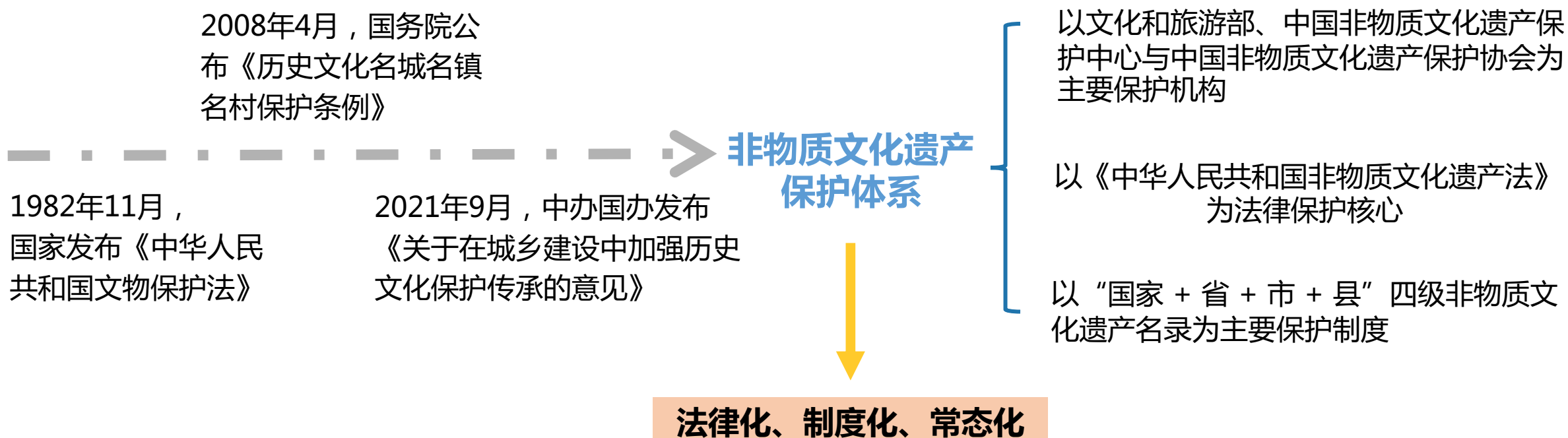
数字化成本高难度大

版权保护问题显著

非遗文化重要组成要素：地方特色 紧密结合

地方文化的形成离不开本土的地域环境、自然条件、生活方式、民俗礼仪、风土人情。正由于这些因素,才构成具有民族性、地域性的独特的地方文化。地方文化是一地民众在经历了历史岁月之后沉淀下来的各种精神、文化、气质、生活方式的总和,包括但不限于历史文化、方言、节日习俗、饮食文化、特色手工艺技术等。

在中国, **非物质文化遗产**是指各族人民世代相传,并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式,以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。



非遗保护机制：永葆活力 持续创新

“合理利用、传承发展”是保护非遗的指导方针。在商品经济时代，非遗商业化开发利用不仅能够增强其生命力与传承活力，而且还是改善非遗项目生存状况、增强全社会保护非遗意识、提高古老传统文化弱势地位的重要环节。

非遗保护的基本机制

确立政府主导地位，明确政府职责，
建立科学合理的政府管理模式。

建立“国家+省+市+县”非遗代表作名录体系，
动态保护传统文化生态群。

增强非遗代表性传承人传承活力。

积极推动联合国教科文组织
相关遗产名录申报与保护工作。

非遗保护的三个维度

保护维度

主要包括确认、立档、研究、保存、保护

传播维度

主要包括弘扬、宣传

发展维度

主要包括传承（特别是通过正规和非正规教育）和振兴

技术介入：续写传承 共创新生

- 随着通讯技术与传播技术的进一步发展，非物质文化不仅得到了系统性保护，也在创新性发展中被赋予了新的时代内涵，寻找到文化机制、经济价值与社会治理价值共存的发展模式。



- 新人群
- 新需求
- 新技术
- 新平台
- 新审美
- 新热潮
- 新消费
- 新风尚

非遗新表达：样态创生 繁荣共存

抖音中的非遗文化：

- 2022年抖音上国家级非遗项目相关视频播放量达3726亿
- 抖音视频覆盖的国家级非遗项目达99.74%
- 非遗项目直播场次同比增长642%，
- 濒危非遗视频播放量同比增长60%。

最受关注的濒危非遗：岳家拳
最受关注的美食非遗：柳州螺蛳粉
00后最爱的非遗：相声

抖音非遗盘点



非遗+5G技术：短视频、直播



AR、VR、AI：沉浸式体验

- 此外，AI技术已经深入到非遗文化的传承与保护中，例如机器学习文图生成简历非遗数据库、AI非遗创作等。



非遗+区块链：非遗数字藏品

- 非遗数字藏品：用区块链技术进行唯一标识的非遗文创商品，具有社交价值、科普价值、商业价值、艺术价值等广泛价值。



非遗+3D建模立体剪裁



AI互动皮影戏



无锡惠山泥人创建IP “NaniMomo”，并发行上万份数字藏品。



剪纸3D打印技术

经典出新：非遗文化智能化的创新实践

皮影

- **AI人工智能打造数字皮影藏品**：2022年1月1日，山东省艺术研究院联合济南皮影戏传承人、支付宝“超维空间”推出的**全球首款AI人工智能打造数字皮影藏品**。济南皮影戏以《西游记》剧目中7个经典角色为蓝本，借鉴图像风格迁移算法，使AI自主完成对每个形象的色彩创作，呈现出数字技术与国潮文化的惊艳跨界。



图为用户定制视角观看京剧

- **中国戏曲扮相脸谱数据库**：该数据库由浙江图书馆编，赵达雄、陈晔主编，旨在网罗我国历代绚丽多姿的古装戏曲扮相和脸谱，构建便于广大受众快捷观赏的良好平台。该数据库确立戏曲人物名称、简介（含剧情梗概）、扮相脸谱图形、扮演者、剧种、剧目、脸谱名称、资料来源等条目并设置为检索点，收录戏曲人物约2913位，图像一万三千余幅。
- **沉浸式京剧**：世界非遗京剧首部VR系列专题片《京剧人生》依托5G优势，借助“8K+VR”等多重技术手段，打破实体剧场空间局限，为用户定制个性化观赏视角，通过“CG特效+巡演实拍”的方式，让观众能够沉浸地感知京剧文化，全面诠释京剧艺术的魅力。

戏剧

非遗文化与品牌IP：助力传承 融合效应

影视推广地方非遗，
带动文旅产业



《去有风的地方》

不仅展现了云南的风景、美食，更是让丰富多彩的非遗项目走入了观众的视野。剧中一个小小的古镇村庄里就汇聚了这么多大理特色的非物质文化遗产，吸引着观众前往探索。

非遗路线

云南省文化和旅游厅就充分整合全省非遗资源，推出了“滇西·丝路云赏之旅”“滇西北·茶马古道之旅”“滇西南·逐味茶香之旅”等10条非遗线路，涵盖了省内国家级历史文化名城，国家级、省级文化生态保护区，拥有大量可体验的省级以上非遗项目。

精卫女神

2022年初，自贡灯会中有着一头蓝色爆炸头的“精卫女神”在网络上刷屏，不仅给人带来了一种强烈的视觉冲击，更引发一种令人敬畏的神圣之感。

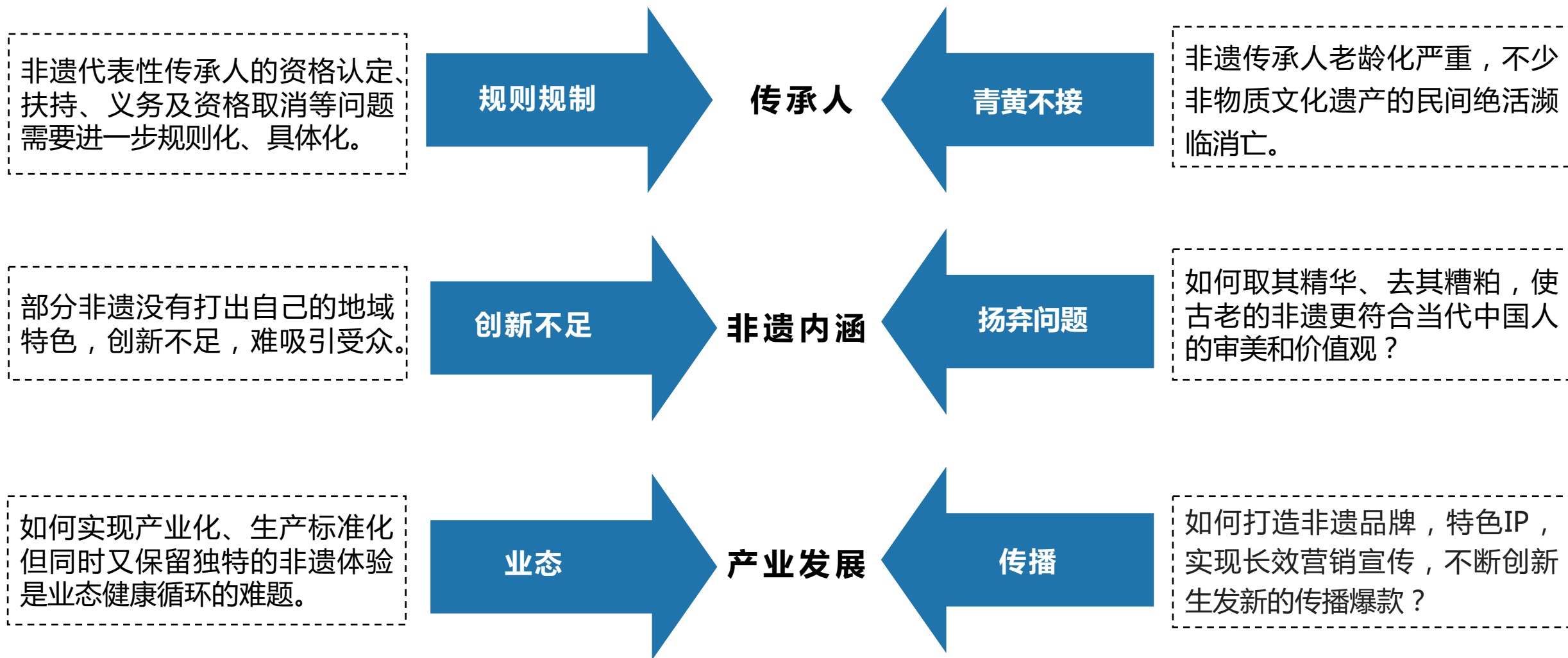
自贡灯会

自贡灯会在近年来更加注重打造地方特色，持续推介自贡以及四川在地文化，形成独有的地方品牌。例如去年的高空熊猫盖碗茶，大熊猫趴在盖碗茶边缘探头探脑，一副被茶香吸引住的样子，既抓住了观众游客的“萌点”，又宣介了四川当地的熊猫特色和茶文化。



非遗深度融合地方文化，
形成品牌效应

非遗保护现实困境：承脉匮乏 推陈出新



创新性发展：新媒体和Z世代扮演重要角色

“**创新性发展**，就是要按照时代的新进步新进展，对中华优秀传统文化的内涵加以补充、拓展、完善，增强其影响力和感召力。”

“Z世代”是文化创新性发展的生力军。

跨界合作与商业化运营

平台与传统文化的传承者、艺术家、专业机构等进行跨界合作。

多元化传播渠道

借助信息流、推荐列表、热搜等多元化的传播渠道，将相关内容精准地推送给目标用户。



大数据驱动的精确定位与内容创新

平台通过收集和分析用户数据，了解用户的兴趣点和需求精准定位。

UGC模式下的文化创意与互动

鼓励用户上传和分享自己创作的与中国传统文化相关的短视频图片、文字等内容，通过创意和互动激发更多人的兴趣和热情，同时也提高了平台用户的参与度和粘性。

抖音：全民参与 跨界互动

“抖转新遗”活动

2021年由抖音发起，邀请各领域非遗传承人及抖音上的创意达人，用非遗元素创作短视频，旨在传承与创新非遗文化。



非遗技艺人+文化大咖联动

来自全国的39位非遗“守”艺人在抖音平台记录和传播传统技艺，涵盖彩塑“兔儿爷”、京西皮影、洛阳三彩、青铜编钟制作技艺、粤剧、蜀绣、道明竹编等。

平台特点

全民性
电商模式完善

发挥电商模式优势，实现商业价值转化

非遗传承人发布视频、直播收获粉丝，借助广告、直播、流量分成、商品或演出销售等多种方式变现，通过内容、技术和流量，扶持非遗传承人、非遗从业者和老字号品牌，助力传统文化创新性传播。

非遗技艺转化为文创产品

抖音文创团队借非遗项目，打造中秋月饼礼盒、非遗元素服装、手机壳等文创产品。



中秋夜灯皮影戏月饼礼盒

快手：老铁文化 多维破圈



“老铁时装周”

2023年9月15日，一场“含铁量”十足的时尚秀登上了2024春夏中国国际时装周的舞台。据悉，此次主题为「铁定有范儿」的时尚大秀是快手与中国国际时装周一次大胆创新的跨界合作。



“乡村超级碗”

2023年10月14日，快手泛娱乐与快手直播联合举办的大型村歌竞演活动——“快手乡村超级碗”在贵州黔东南肇兴侗寨启动。把散落在山川湖海的乡村好声音搬上舞台，唱响属于新时代的乡村文化民族自信。



“国艺传承计划”

该计划面向快手全站曲艺、戏曲、民族乐器、民间技艺等各品类主播，通过千万流量扶持、线上活动运营、线下高光舞台、业内名家导师加持等形式，帮助他们实现更好的成长和跃迁。

小红书：种草文明 传统人文

跨界合作，“老品牌焕新”

2023年为癸卯兔年，小红书邀请的潮流艺术家对荣宝斋典藏的刘继卣作品《枇杷小兔》原作进行二创，将传统写意笔墨与法海寺壁画中的重彩相融合，以年轻人喜爱的飞盘为载体，推出“兔飞盘”，让传统文化艺术在年轻人中流行起来。



《枇杷小兔》刘继卣
荣宝斋木版水印作品



兔飞盘

平台特点

本地生活探索
种草文化盛行
共享生活社区
传播生活方式

“文房四潮”

年轻人擅长把互联网的娱乐精神融入传统文化，书法、香道、篆刻、文玩等传统文化融入到日常生活中，把书法写在蛋糕或者衣服上，在水果上篆刻，把菩提盘出时尚感……



“文化潮流从未消失，新一代给了它新活力”。

哔哩哔哩：Z世代方式 讲中国故事

国创动画：

B站一直致力于国产原创动画的推广与生态维护，并打造了沪语动画片《上海故事》、科幻动画《三体》、动画短片集《中国奇谭》等近500部颇具影响力的国创作品。



平台特点

社区氛围浓厚，用户参与感强
发展自制内容，丰富平台供给
优质二次元内容，含“青”量高

优质纪录片：

《我在故宫修文物》《历史那些事》
《风味人间》广受好评，以生动、有趣的叙述方式呈现了中华优秀传统文化的魅力和价值。



UP主“梦幻联动”：

热门up主跨界合作，将原本不熟悉或不感兴趣的观众引入传统文化领域，手工区up主复刻三星堆黄金面具、美妆区up主化国风妆容、鬼畜区up主吹唢呐等，吸引更多年轻观众了解并爱上传统文化。



自制综艺：

B站持续拓展自制综艺，《哔哩哔哩花好月圆会》《哔哩哔哩上元千灯会》等国风晚会呈现戏曲文化精神内核；国风舞蹈节目《舞万里》以舞为媒，展现传统服饰、礼仪、诗词、风俗文化。

中文在线：数字出版开创者 多模态提升生产力

中文在线集团，2000年成立于清华大学，为中国数字出版的开创者之一。2015年登陆深交所创业板，成为“中国数字出版第一股”。

➤ 一主多元原创内容生产平台

全品类平台+垂类平台的多维度方式

17K小说网
中文在线旗下网站

核心原创内容生产平台

中宣部认定

“网络文学重点园地”

点击量过亿IP **100部+**

注册用户 **1亿+**

四月天
—4YT.NET—

古风女频原创小说网站

驻站作者：15万+
作品数：20万+

万更书城

精品付费原创内容网站

全保底签约
全渠道分发
作品轻衍生同步开发
专业编辑团队

奇想宇宙

科幻站

中文在线旗下科幻厂牌，以科幻IP培育和帮助作者商业变现为目标

谜想计划
—MYSTERY PROJECT—

泛悬疑站

中文在线旗下悬疑内容兴趣站。已推出“谜想故事奖”、“谜X档案”等项目。

中文逍遥

xiaoyao.col.com

➤ 2023年10月13日，中文在线集团股份有限公司重磅发布**全球首个万字创作大模型——“中文逍遥”大模型**，用AI释放内容生产力，为创作者提供全创作周期的智能辅助。**更懂中文创作者的AI创作大模型。**

超低创作门槛

用一句话或一张图，几分钟生成2万字小说

更强文字控制力

通过大纲和简单交互控制故事走向，生成内容连续的10万字小说

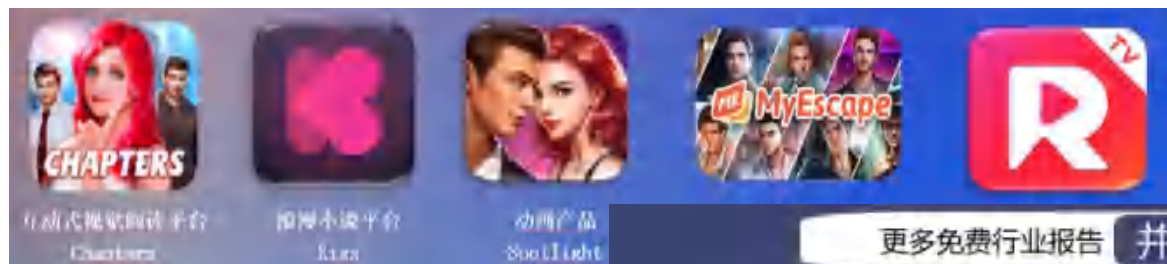
角色附体

与你笔下的角色聊天，探究角色的心理；让你的角色们自己互动起来，一起聊出500字的小说段落

作家助理

5大专业技能帮你提效，画插图、代笔描写、角色设定、脑暴起名、剧情诊断

➤ 海外公司CMS推出多款APP风靡全球



更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

创造性转化：国潮风催生文化产业新形态



国潮不仅是国货之潮，也是国力之潮，更是国运之潮。

“国潮 = 中国货 + 时尚潮”

——清华大学 胡钰

中华优秀传统文化与当代潮流
相结合的文化风尚

对中华优秀传统文化的再书写

中华优秀传统文化的
创造性转化的生动实践

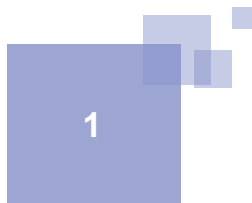
国潮新产业
/国风新产业的特点

文化产品带有鲜明的、识别度
高的“本国”特征

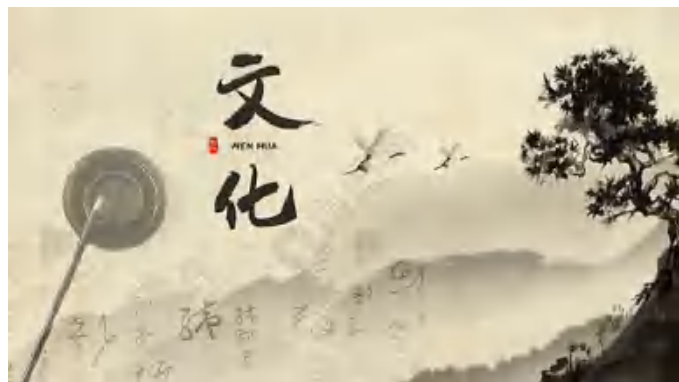
具有显著的创造力、
生命力和文化活跃度

新技术应用深入发展

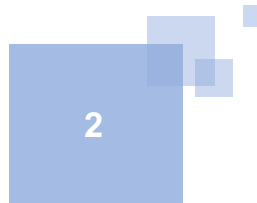
新产业三元素：国潮国风 新秀消费



文化



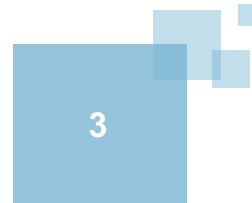
文化是内核。文化指中华优秀传统文化，不仅包括形式上的文化元素（如中国图案的叠加），还包括内容上的文化元素（如以中国诗词为主题的文化产品）。



新消费群体



Z世代是原动力。作为数字原住民，Z世代更加追求个性与自由，喜欢尝试新鲜玩法，并追求精神满足。Z世代推动了国风国潮新产业的发展。



数字媒体技术

技术是支撑。通过对智能技术的应用实现了中华优秀传统文化表达方式的创新，为用户带来全新的视听体验。

《国家宝藏展演季》中“AI+VR+裸眼3D”等技术的运用就为观众带来更“亲见”的视觉体验。



新产业发展驱动力：精神底气 国潮/国风

01

经济发展

中国制造升级

近年来，中国逐渐从中国速度转向中国质量，从中国制造转向中国创造，自主创新水平稳步提升。

02

传统文化

文化自信基因觉醒

国家的快速发展让青年人拥有了高度的文化认同感和民族自豪感，这种底气促进了文化基因的觉醒，让他们积极热情地向世界传播自己热爱的文化。

03

政策红利

文化强国战略提供机遇

党的十九届五中全会明确提出了到2035年建成文化强国的远景目标，对“十四五”时期推进社会主义文化强国建设进行了战略部署。

04

技术赋能

智能技术加持产品体验

ICTs技术的应用能够让中华优秀传统文化最大限度地可知可感，为用户提供了高互动性、高沉浸性的产品体验。

影视IP：古典元素 兴盛崛起

电 影



国潮/国风电影是以本土文化、艺术为基础，融合年轻消费者的需求，建立中国的电影品牌的电影类型。

国潮电影主要包括动漫电影和幻想类电影。两种类型电影根据独特的中华元素吸引了相应的观影群。

国潮电影以高度工业化的生产模式，实现了对中华优秀传统文化的现代化表达。



网 剧



国潮/国风网剧主要以古装剧为主，包括朝代剧和架空剧等。

朝代剧

2022年，《梦华录》凭借着精美的服化道、高质量的演员、对宋朝文化的还原，在市场上获得了强烈反响。

架空剧

《苍兰诀》、《长相思》也凭借着精美的制作获得了较高的讨论度。

综 艺



国潮/国风综艺主要以“明星+传统文化IP”为基本模式。

国潮综艺主要分为文化类综艺、体验类综艺和旅游类综艺等。

2023年，《邻家诗话》第三季、《2022清明奇妙游》、《年年有戏》等表现突出，中华优秀传统文化催生了全新的文化表达形式，提升了文化的生命力和活跃度。

动漫/游戏：视觉赋能 国韵植入

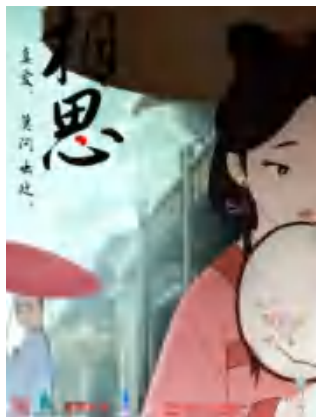
动漫



国潮/国风动漫主要分为动漫电影和动漫番剧。

动漫电影

2023年，《长安三万里》以18.24亿的总票房打破了多项纪录，这部影片展现了全景式的大唐绘卷，更通过群像人物的塑造对优秀传统文化创造性转化。



动漫番剧

《中国古诗词》（原名《中国唱诗班》）为代表产品，每一集都以不同的传统文化为内容，画面精美，细节丰富。

游戏

国潮游戏不断拓展类型领域，包括格斗游戏、剧情游戏、经营游戏和乙女游戏等。

作为兼具娱乐性和文化性的新产业，国潮游戏自诞生起就成为了传播好中国声音、讲好中国故事的载体。

在游戏中应用中华优秀传统文化元素，比如原神《神女劈观》剧情唱段在海外平台播放超500万次；



以中华优秀传统文化为基本内容，比如《永劫无间》。它们通过对中华优秀传统文化的创新应用，展示了中华风采，扩大了中华文化的全球影响力。



消费新形态：数智引领



- 以交互性、融合性和沉浸式为特点的短视频正逐渐引起大众的广泛关注和情感共鸣
- 在后疫情时代数字化技术形塑社会的背景下，抖音、快手、微信视频号等短视频平台，以高质量发展为要求推动着数字文化产业的可持续发展



短视频时代文化消费发展的新形态

“碎片式”文化氛围：

- 愿意为满足碎片化时间需求的优质服务体验付费

“沉浸式”文化体验：

- 逼真的视觉影像技术与实时的交互设计满足体验、互动需求

“社交式”文化消费：

- 强调消费过程中对人及所在社群的情感、归属等社交需求的满足

短视频/直播：分众参与 差异化策略

差异化引导用户参与，唤醒日常生活的文化记忆

- 短视频和直播等能够**引导用户积极参与到文化场景中**来，从而唤醒用户的特定文化记忆。
- 短视频与直播平台以**技术创新重构传统文化传播方式**，以**形式创新推动传播文化多样转化**。
- 不同的特色文化也会在不同特色的短视频平台中**得到不同的支持和推广形式**，这让大众随时随地都可以接触和领略到**有特色、有差别**的多元文化的魅力。



“童谣里的潮汕”视频号主页



“银匠雪儿”短视频中的情景短剧

虚拟数字人：多元身份 智能互动

虚拟数字人是指具有数字化外形的虚拟人物。根据驱动方式的不同，虚拟数字人可分为真人驱动型和算法驱动型，后者是近年来多模态技术和深度学习技术发展的集大成者。

➤ 多维技术叠加：虚拟数字人迈入新阶段

在杭州亚运会闭幕仪式上，在开幕出现过的数字火炬人带着他正式的名字——“弄潮儿”返场。“弄潮儿”主要利用了数字建模、增强现实、动作捕捉这三大技术。他的两次亮相标志着我国虚拟数字人技术迈入了新阶段。



➤ 打造虚拟 IP 形象，构造用户互动桥梁

数字人小财娘通过多样化的运营方式，将平安小财娘IP塑造成一个独立的IP。

该IP通过一些列活动，比如视频投稿、热点舞蹈翻跳等，深刻发掘了年轻用户的个性化需求，孵化了自有IP粉丝，实现了运营闭环。

数字藏品：即时体验 跨时共享

数字藏品是一种基于区块链技术的数字资产。区块链技术为数字内容的产权问题提供了新的保障。将文创产品转型为数字藏品，不仅是文创产品生产上的新突破，而且有利于中国文创产品的国际化传播。

➤ 加速虚实融合，线上线下同步互动

三星堆博物馆携手新华数藏联合推出《古蜀传奇》系列数字盲盒。购买任意一款数字藏品，即可获得同等价值的手办一个。



《古蜀传奇》系列数字盲盒



“大唐开元”系列数字藏品

敦煌场景数字藏品

➤ 打造稀缺数字藏品，发挥地方文化优势

蚂蚁链宝藏计划上线了“大唐开元”系列数字藏品。藏品最大限度地还原了古建筑形态与设计细节。每个数字藏品共发行10000份，上线后数秒即全部售罄。

敦煌美术研究院推出鲸探首款敦煌场景数字藏品。藏品利用数字技术以动态化数字洞窟的表现形式，跨越时间和空间，再现敦煌壁画。

AIGC：产业契机 文化革命

人工智能生成内容（Artificial Intelligence Generated Content，简称 AIGC）即利用 AI 技术记性内容的自动化生产，是继 PGC（专业生产内容）、UGC（用户生产内容）之后的一种新型互联网内容生产方式，相较于前两类生成方式，AIGC 有着成本低、效率高的优势，目前已初步应用于区块链、元宇宙、人工智能等场景。

细分领域

文旅产业

AIGC改变了旅游体验中的文化感知、知识获取的方式，提升了游客的沉浸感。

艺术产业

AIGC提高了艺术作品生产的效率，解放了艺术生产力，但同时也面临着版权纠纷、缺乏艺术性等问题。

影视产业

AIGC赋能影视制作，提升了创作者的语言表达能力、美术视频能力和创意发散能力。



SeeSeeGo网站首页



由Mid Journe绘画的图片



典型案例

文旅：SeeSeeGO

该APP以AI旅行助手为核心功能，然后衍生出“GOGO旅行”“盲盒旅行”“社交旅行”“AR剧本游”“AI行程定制”等六大功能。

艺术：Mid Journey

Midjourney是一款AI人工智能绘画软件，用户输入语言指令即可自动生成各种风格的绘画图片。Midjourney功能强大、使用方便，支持各种尺寸的图片输出。

影视：《碟中谍7》

2023年7月上映的《碟中谍7》一方面在制作的过程中使用了AI技术，另一方面，在情节的设计中也将AI作为最终BOSS。

大模型时代：机器学习 多元路径

- 大模型是指**模型具有庞大的参数规模和复杂程度的机器学习模型**。在深度学习领域，大模型通常是指具有数十亿参数以上的神经网络模型。
- 我国已有的AI大模型包括百度的文心一言、腾讯的混元AI大模型、华为的盘古AI大模型等。

大模型助推非遗保护

百度文心大模型通过学习文化资源数据，实现个性化生成美术和音乐产品的功能，创新文化产品生产方式，提高生产效率；已被用于补全《富春山居图》残卷，生成音乐短片《启航星》，支撑开展“我造”创作大赛等活动。



由文心大模型复原的《富春山居图》

大模型助推文旅数字化

众信旅游背靠阿里人工智能大模型。阿里巴巴大规模语言模型“通义千问”支持多轮交互及复杂指令理解、多模态融合以及外部增强 API，正在着力构建数字虚拟人直播、景区数字孪生平台等数字化文旅项目。



众信旅游LOGO图

大模型助推文化IP发展

大模型能够推动文化IP及相关故事的开发，甚至能够自主学习进行智能创作。同时，大模型也可以根据用户的喜好进行调整进行个性化创作。
Eg.会说话的汤姆猫IP运用大模型升级



会说话的汤姆猫

AI创作小说：国内首例摘得科幻作品大赛二等奖

- 10月17日，清华大学沈阳教授团队使用AIGC写作的科幻小说以“硅禅”为选手名参加了第五届江苏省青年科普科幻作品大赛，大赛由江苏省科普作家协会举办。
- 该团队的参赛作品名为《机忆之地》，全部内容、包括笔名、标题和配图都是由AI生成。在提交参赛时，该作品并未标明其出自人工智能，与其他人类作者的作品一同进入评选。据了解，此次大赛的六位评委中有五位并不知情该作品的AI背景。

值得注意的是，《机忆之地》的文学风格被设计为卡夫卡风格。团队在创作过程中给出关键提示词，引导AI初步生成内容，随后根据反馈再次给出提示，经过5次不连续对话和66次生成，形成了约43061个字符，从中复制出5915个字符，最后形成了机忆之地3.0版。此外，利用软件的图片生成功能，团队还为该小说制作了配图。

据悉，这是文学史上第一次，也是AI史上第一次出现AIGC作品与人类一起参赛并获奖的案例。沈阳团队整理了详细创作过程，期望更多的人能深入了解、学习，并在AI协助下打造更精彩的作品。**该文的对话创作过程，可以在公众号“清新研究”后台索取。**



移动游戏：世界级影响力 供需转向

供给

- 参与者众多，产品众多，竞争加剧。
- 参与者按营收可分为3个梯队：
第一梯队：腾讯控股、网易、米哈游、三七互娱等；
第二梯队：完美世界、哔哩哔哩、昆仑万维、吉比特、神州泰岳等；
第三梯队：友谊时光、巨人网络、汤姆猫等。
- 截至2022年3月，中国移动游戏累计上线超2000款新手游。

需求

- 中国移动游戏正不断拓宽海内外用户边界。
- 2021年，中国移动游戏用户规模达6.56亿人，用户年龄层分布逐渐丰富。
- 截至2021年6月，中国游戏开发商在海外市场份额超过23%，在美、日、韩，按用户支出计算的市场占有率也分别达到了21%、22%和23%。

政策环境

《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》

《“十四五”数字经济发展规划》

《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》

《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》

研运一体化

全球化布局

云游戏业态

用户群细分

跨界融合

短剧“出海”：中文在线ReelShort实践

现状

- “出海”成为新**盈利**手段；
- “出海”目的地多以**东南亚**为主；
- “出海”短剧包括直接将国内短剧进行**翻译**，以及由目的地的本土演员参与拍摄的**“本土化定制”**两种形式。



实践

- 2022年8月，中文在线旗下短剧**“出海”应用**ReelShort上线；
- 鉴于美国的电视付费节目习惯，以及旗下互动小说Chapters在美国市场积累的用户优势，将市场瞄准**美国**；
- 为匹配市场的快节奏观剧习惯，单集**时长缩短**到了1分钟左右；
- **单集收费**模式。



效果

- 上线后近1个月的流水已超过 200 万人民币，其中**美国用户收入贡献超过八成**。
- 2023年7月，ReelShort当月收入超过了470万美元，月下载量达到了260万次。

以Chapters小说（图左）为剧本拍摄的短剧《Marry Me, Mr. White》（图右）

沉浸式娱乐：虚实体验 全新形态

定义

沉浸式娱乐是指通过故事设计赋予玩家虚拟身份，营造虚拟世界，并以“解谜”为线索提升玩家的感官、认知体验，使玩家在深度沉浸中获得真实、兴奋的情感体验的娱乐类型。典型代表有“剧本杀”与“密室逃脱”。

案例：博物馆剧本杀《法门梦影》

《法门梦影》剧本灵感源于“**地宫宝藏——法门寺唐代宫廷文物精粹特展**”。故事发生在唐会昌年间，因“唐武宗灭佛”，朝廷派出密探寻找舍利。玩家“穿越”回唐朝，分别扮演保守派护宝人、开放派学者、大唐密探，在由展厅加上实景搭建的空间中根据线索完成各自任务，即可通关。



《法门梦影》博物馆剧本杀项目

案例：密室逃脱《The Break-in》

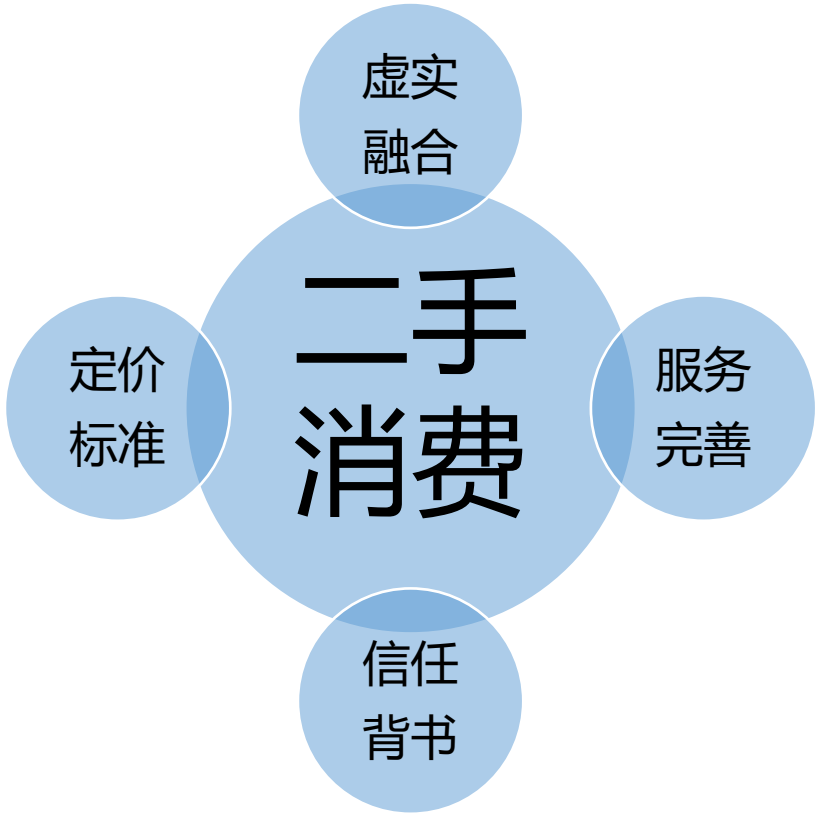
The Park Playground借助**生成式AI**，推出《The Break-in》项目。该项目以虚拟的克朗普顿银行为故事背景，抢劫案是主线，玩家需通过解决谜题、找到钥匙卡和激光导航来找到丢失的艺术品。过程中玩家通过使用**HTC VIVE FOCUS 3头戴式设备**，可在完全不受约束的冒险过程中合作，完成挑战。



《The Break-in》密室逃脱项目

二手文化消费：绿色氪金 闲置交易

《中国闲置二手交易碳减排报告》显示，2020年国内二手消费市场已超过万亿规模。同时该报告预计，到2025年中国的闲置物品交易有望突破3万亿元，整个市场规模及发展前景都远超欧美国家。



二手书交易平台“多抓鱼”
在北京市三里屯设置**实体书店**，书店共三层，零售各类书籍、画册，同时具有**二手交易、购书、社交**等多元属性

¥15 全新未拆封
4人喜爱 · 0购买

初音未来 miku16周年限定 青丘文创#潮流盲盒手办

miku单肩包55
miku收纳包38
miku春日花语 花束55
miku化妆箱60
miku玻璃水杯75
初音盲盒（锦鲤款）39

品牌 青丘文创 状态 全新未拆封 数量 1/1



二手交易平台上闲置文创产品流转

城市更新：盘活资源 焕新形象

城市更新是一种将城市中已经不适应现代化城市社会生活的地区作必要的、有计划的改建活动。城市更新的目标包括对存量空间增效激活、对既有业态改造提升，对现有建筑的最大化利用，对生态环境的保护和治理，对历史文化的保护和传承等等。

城市更新典范：北京石景山首钢园

首钢园在城市化进程中积极转型。一方面，它通过保护和利用工业遗址打造了大型创意产业园区。另一方面，首钢园也在积极探索新的发展方向，例如，发展文化创意产业、旅游业等。该转型使得首钢园兼具了历史气息与现代风格，吸引了大批游客前往参观。



文化数字化 在城市更新中的作用

“城市骨架”——公共基础设施建设完善

“城市本底”——生态环境系统保护修复

“城市动力”——产业转型升级和商业激活

“城市单元”——居住社区升级改造

“城市保障”——城市运营及管理

“城市灵魂”——文化传承与保护创新

网红城市：短视频助推城市文化数字化

在社交媒体营造的新鲜感快速过期的情况下，城市对自身形象的打造，也要从“爆款”思维，走向IP思维。

——清华大学 张铮

“网红城市”若想一直“红”下去，是对城市整体能力的全面考验。

——清华大学 沈阳

短视频具有塑造城市品格、传播城市底蕴的内生性优势，**吸引城市文化消费，打造鲜明的城市名片**。通过短视频和直播能够营造出**沉浸式场景**，为城市品牌文化的推广提供**基础性平台**。

Q 淄博烧烤的热度能持续多久

热搜

Q 淄博烧烤后厨有多忙

热搜



抖inCity系列活动



“好看中国——在微信视频号里打卡好看中国”活动

虚拟城市：线上旅行 孪生景观

定义 能够实时地将虚拟模型或场景与现实环境融合的街区，游客可在虚实融合的景观和互动中获得“1+1>2”的乐趣。

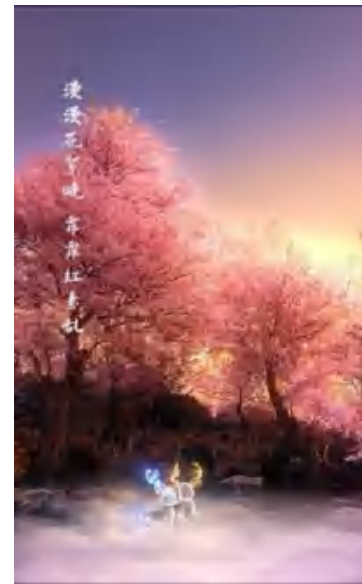
游览辅助：前滩太古里AR导航小程序

基于视觉定位和空间计算技术，AR导航通过手机摄像头捕捉周边环境信息后确定位置。导航中也融入了商铺、卫生间、母婴室、停车场等服务设施。



融合景观：无锡拈花湾元宇宙沉浸式实景体验

利用AR、5G高新视频、数字孪生等技术，以景区地标拈花塔、鹿鸣谷为现实背景，将虚拟与现实融合。游客来到景区，只需戴上MR眼镜，便可观赏视频中的场景。



数智乡村：“三农”建设 产地直通

农业大数据：数据采集和智慧管理

温州移动以5G信息技术为支撑，构建智能传感器、无人机、5G农业智能网关等农业基础设施网络，依托卫星、无人机遥感以及气象传感器等手段建设农业大数据平台，实现气候气象、农作物、土地、土壤以及病虫害等数据采集和智慧管理功能，实现全生命周期的“无人化”精准种植，全方位帮助农户精准耕种。



农村淘宝：数字力量连通农村电商

淘宝天猫积极响应农业农村部丰收节助农号召，通过淘宝天猫、天猫超市、淘宝买菜等涉产、加、销全产业链的业务，开展“直采助农”、“营销富农”、“科技强农”、“人才兴农”四大行动，联动全国超百个产业带，把数字化的力量和温度带到更多乡村，更多老乡身边。

沉浸体验：线上五分钟 人间一小时



沉浸的前身概念：心流

“心流即一个人完全沉浸在某种活动当中，无视其他事物存在的状态。”

——米哈里·契克森米哈赖 积极心理学奠基人之一

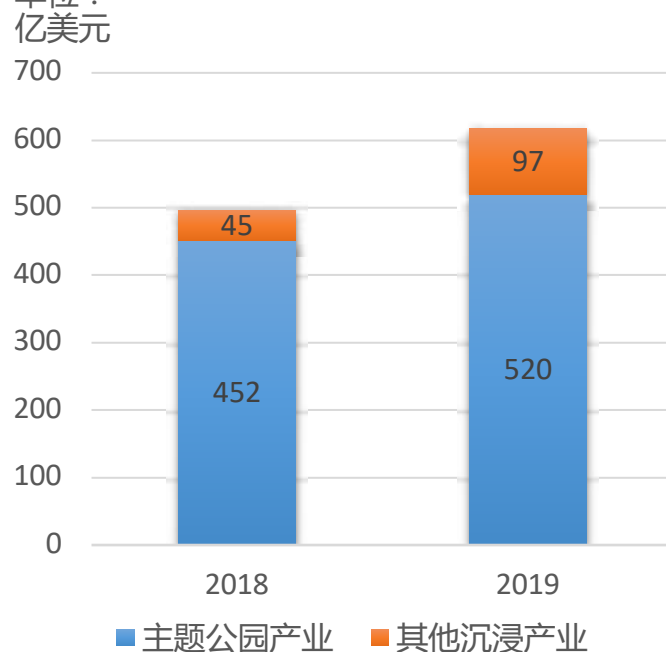
互动式	临场感	沉浸感	超越现实	情感联系	具身体验
“实时互动，乐趣无穷”	“身临其境，欲罢不能”	“参与者忘却时间流逝”	“逃避人间世，醉梦”	“同呼吸，共振动”	“映射身体，共构空间”

沉浸产业：数实融合 大有可为

全球行业现状

- 2018年，全球沉浸式娱乐行业估值达497亿美元（其中主题公园价值452亿美元）
- 2019年，行业继续保持强劲增长，估值提升至618亿美元（其中主题公园市场价值520亿美元）

单位：亿美元
全球沉浸产业市值



中国已成为全球沉浸式产业最为发达的市场之一

截至2019年末，我国的沉浸产业：



48.2亿

估算总产值



12大

细分产业



34类

业态



1100个

项目

沉浸 + 文化，数字技术与实体经济深度融合

充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎

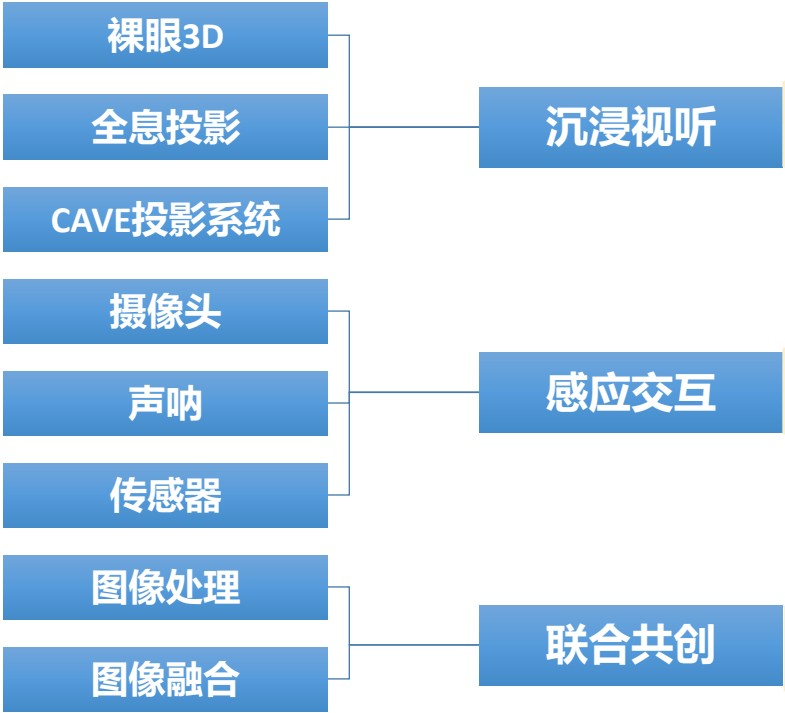


沉浸式展览：光影交汇 视觉视界

定义

沉浸式展览是一种借助声光电等新兴技术的帮助，让观众穿行在一个沉浸空间里，惊叹于其中的艺术性与精彩景观的展览。

技术支持下的
数实融合与沉浸体验



案例：teamLab无相艺术空间

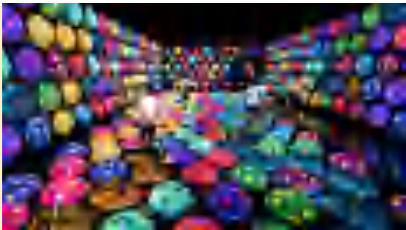
teamLab无相艺术空间位于北京朝阳大悦城顶层，展馆总面积约10,000平方米，是目前teamLab全球最大规模的美术馆。通过与艺术装置进行互动，游客在超越了物质概念的世界中全身心沉浸，用身体感受，使身体与之相融。

展览内的艺术装置：



花与人的森林：迷失、沉浸与重生

大型空间的地面和墙面都进行了投影，配以精心设计的音乐，让观众沉浸式感受花朵随着一年四季变化所经历的从诞生到死亡的过程。



毛虫小屋里的快速旋转跳跳球

人们踩在球体上时，球体就会发光。伴随着不同的踩踏顺序，球体会从色彩和图案上做出不同的反应。



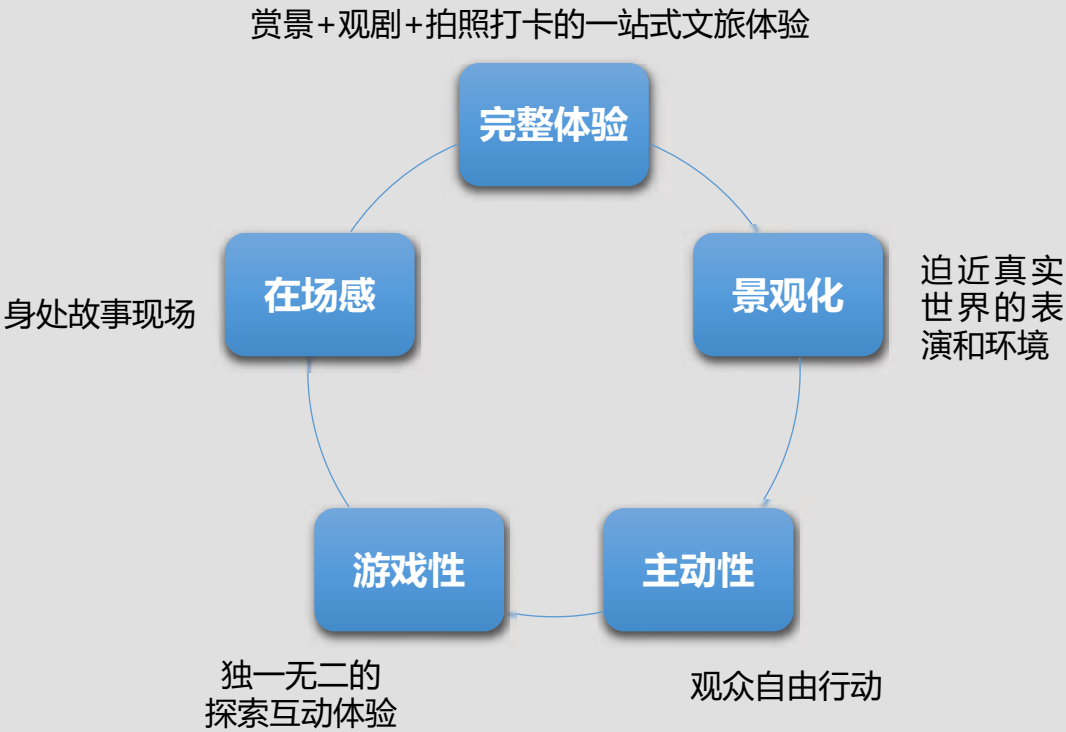
涂鸦自然 —— 鼓动的洞穴，红色名录

游客创作独一无二的生物并将其投射在墙面上，游客甚至可以通过触摸、踩踏等方式，与自己绘画的图案进行互动。

沉浸式演艺：故事场景 科技塑造

定义

不同于传统的戏剧或演出，沉浸式演艺利用声、光、电、特制道具等综合性科技手段塑造故事场景，观众可以在戏剧和舞台场景中自由穿梭和探索，近距离观看表演，甚至与演员进行一对一互动。



案例：《不眠之夜》上海版

改编自莎士比亚经典悲剧《麦克白》，故事背景设定在20世纪30年代的上海。观众带上白色面具，在五层楼的建筑中探索，感受现场的鬼魅、巫术和杀戮，90个大大小小的房间、3000多个抽屉中蕴藏着诸多惊喜。



案例：《知音号》

该剧的表演载体是一艘120米长的真实轮船。游客可以换装后选择一个登船口登船，从不同视角观看船上的故事，也可以选择吧台小酌、在甲板观景。诞生六年以来，《知音号》在城市衍生品、文化演出、戏剧教育、婚典、大型活动、艺术资源引进等多方面创造品牌，打造了具有武汉特色的IP产业集群。



智慧博物馆：数字体验 智能管理

智慧博物馆是基于博物馆或博物馆群，依托先进的科技手段和数字化技术建立的智能生态系统。智慧博物馆是以业务需求为中心，创新科技为手段，结合线上线下运作的新型发展模式，形成资源的系统化的连接。

1

沉浸体验

大运河数字非遗体验馆通过智能视音频打造数字文化空间，设计新的非遗“现场”，开放非遗内容供所有人消费、使用和重新解释，从而产生新的参与深度和新的文化价值。

2

数据共享

浙江美术馆研发出了集采集、共享、查询、管理和利用于一体的“美术馆藏品数字资源共享平台”，实现近3万件藏品的数字资源在平台中实现共享管理。

3

智慧服务

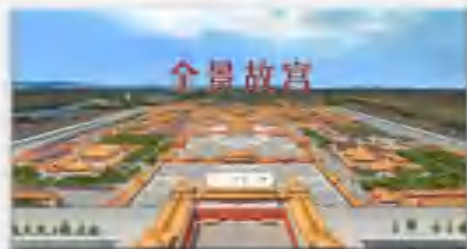
国家自然博物馆开展了虚拟展厅的建设。该展厅拥有内容检索、视频播放、路线选择等功能，提供给受众更为全面的观看体验，让知识的获取既生动又深入。

4

虚实结合

故宫互动解谜游戏书通过实体书、道具、APP三方互动展开以故宫历史为背景的探案故事，特别结合故宫实地线索，为用户的故宫游览增加趣味性。

故宫博物院：融合经典 创新案例



馆藏赏析数字化

将院内实景、馆藏文物等以VR形式再呈现，打造线上故宫游览功能。并配以背景配乐、季节变化、游戏互动分享功能，增添沉浸式体验与游览互动性。



线上馆藏教育

利用学习鉴赏栏目《故宫讲坛》、定期线上“主题虚拟特展”为文物设计工艺、历史脉络进行解说，让受众透过线上加深对故宫了解，并达到自身推广中华文化使命。

活化
现有资源，
藏品数字化



线上主题再创作

以故宫文物、故宫历史为再创作主题、线上为平台，推出系列相关衍生系列产品。如；以故宫南迁历史为主题的漫画-《故宫回声》、故宫文物为主题的手机壁纸。



融入移动终端生活

为迎合当前移动终端普及化时代，截至2023年10月故宫已推出超过10款APP，内容包含文物赏析、主题日历、历史主题游戏等。同时，也推出故宫主题输入

活用相
关文化，
线上主
题再创

文旅元宇宙：虚实交融 一站链接

文旅元宇宙的核心便是运用数字孪生技术编制与现实文旅目的地 1:1 复刻的虚拟文旅场景，将虚拟物体与现实文旅场景相融合，以创造更为真实的感官体验。

国外

Travel world VR 公司通过对全球各大著名旅游地如巴黎的埃菲尔铁塔、埃及金字塔等地进行数字建模，用户可以在线上通过 VR 设备，一站式虚拟浏览。

• 张家界星球

2023 年，全球首个景区元宇宙平台“张家界星球”测试版在湖南张家界正式发布。

“张家界星球”是首个运用XR融合互动技术，可沉浸式观赏元宇宙万千奇峰的平台。平台应用5G、UE5游戏引擎、云端GPU实时渲染等多项融合技术，通过数字孪生构建张家界景区虚拟世界，还原了张家界武陵源景区的万千奇峰。

• 西安曲江

采用“VR+AR+元宇宙”的手段，“文创IP数字化到数字形象延伸”的形式。

如通过“VR+无人机”的形式让受众能透过操作无人机的形式云游景点；“AR眼镜+裸眼3D平板”修复文物，进行数字文物展览；以及线下利用“全息投影”演绎“霓裳羽衣舞”带给受众沉浸式视觉体验。

国内

国内外典型案例

景区游戏化：实地取景，移植游戏场景

米哈游×张家界：从驻足到远行

米哈游在《原神》中提出了“游戏 PLUS + 文旅”概念，通过取景张家界，为自己的“中国风场景”赋予灵魂。《原神》旨在打破线上游戏与线下旅游社交的次元壁垒，吸引玩家来到现实中的美景游览打卡，让其所倡导的“探索开放大世界”的精神理念从游戏走到生活之中。



恋与制作人×天坛：联动历史文化地标

《恋与制作人》与天坛联动，在游戏中绘制了精美的天坛地图，使玩家能够沉浸式感知天坛之美。在游戏中，玩家有机会参观祈年殿、神乐署、斋宫、百花亭、皇穹宇、回音壁等历史文化地标，不仅能够欣赏其壮观景致，还可以深入了解有关这些建筑的历史和文化背景，感受天坛蕴含的人文魅力。

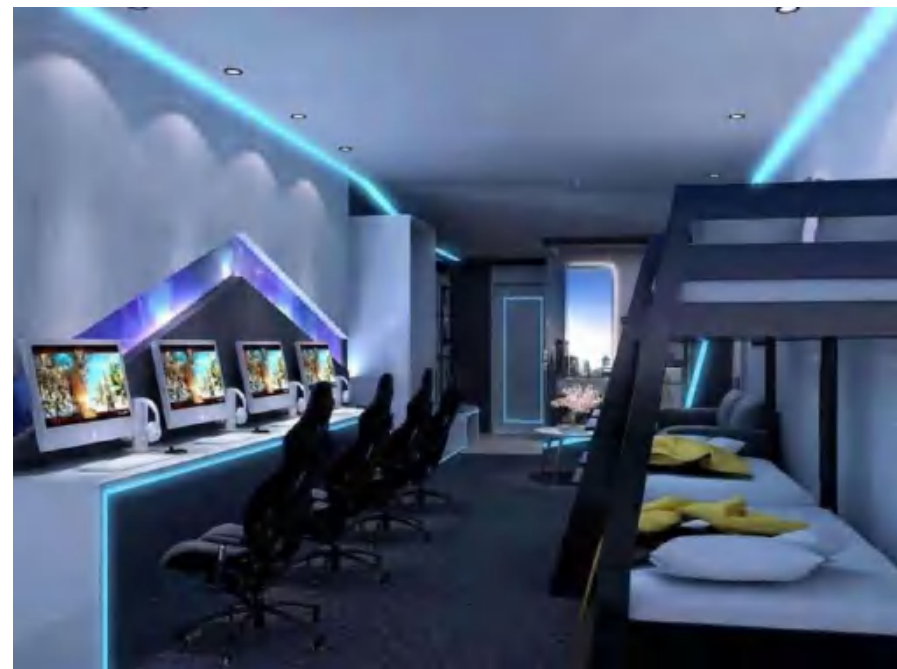


电竞宾馆：游戏风格 科技实感

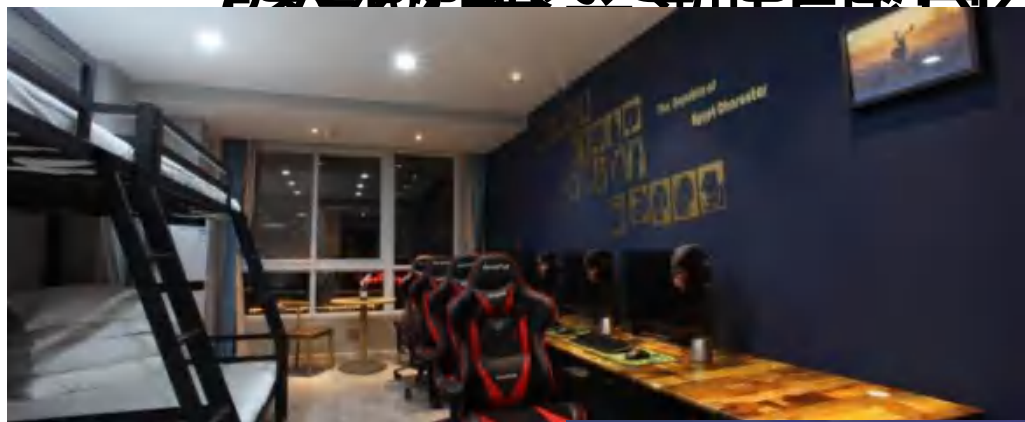
随着电子竞技的大众化，电竞酒店也在国内发展势头强劲。电竞酒店的本质是游戏用户的消费升级。与传统酒店房间相比，电竞主题房主打电竞概念，在设备、房型、主题布置等方面突出游戏风和科技感，更加注重为年轻人创造舒适的社交场所。

中国旅游饭店业协会与同程旅行联合发布《2022电竞酒店市场研究报告》：

全国电竞酒店数量
电竞酒店的核心客
预计2023年将突
破1000家，电竞
酒店将成为电竞产
业的重要一环。

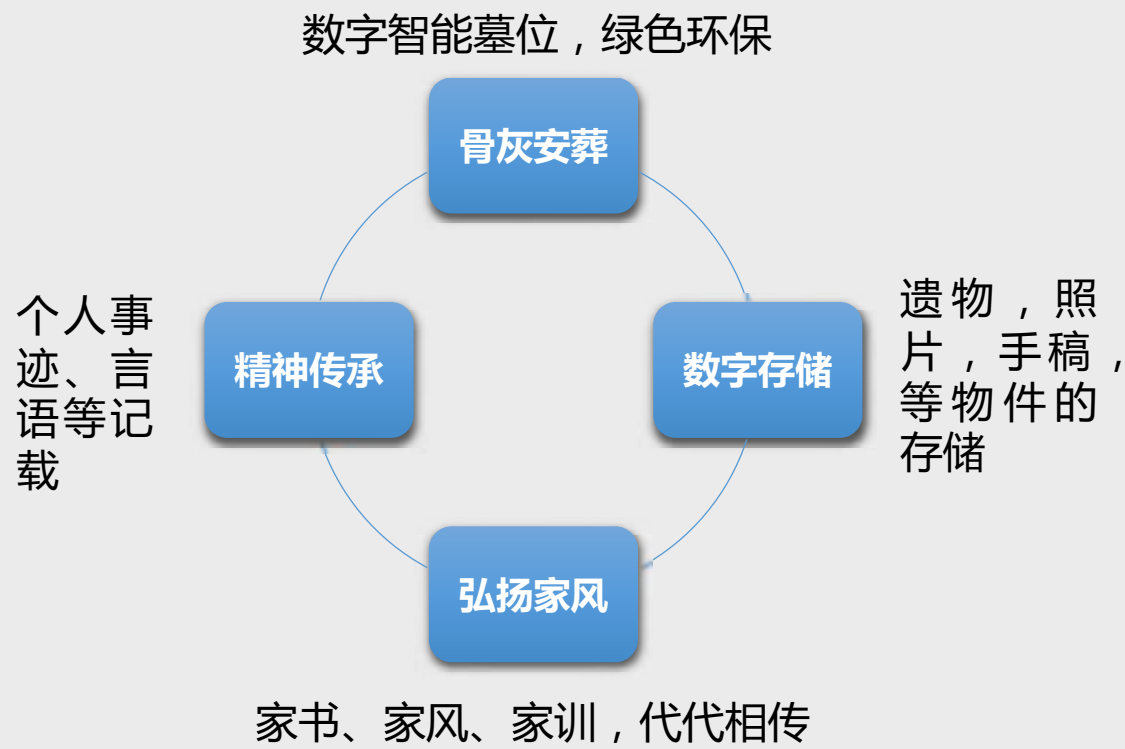


融合“酒店+电竞”两种业态，为消费者提供高品质电竞体验、同时满足消费者住宿社交需求的新型跨界产品。电竞酒店是住宿业态向内容服务衍生的一种探索，属于电竞产业链的消费和衍生端。



数字殡葬+云扫墓：安葬纪念 弘扬精神

“数字殡葬”是指利用网络、多媒体技术，融合声光电等科技手段，集安葬、礼仪、祭扫为一体的新型安葬与纪念方式。不同于虚拟的“网上灵堂”，数字科技殡葬不但有“实体”，而且能保留骨灰。



“云扫墓”是指用户通过互联网平台进行数字祭扫、祭拜等活动来缅怀已逝之人、寄托哀思。

民政部在3月21日召开的2022年清明节祭扫工作电视电话会议中提到，各地要创新祭扫服务载体，大力推广网络祭扫、鲜花祭扫、家庭追思等文明低碳祭扫方式。



“云微宅” 新赛道：后疫情下文化产业经济

商业运作“云”模式

虚拟交易方式的出现创新了商业运作模式，把消费体验由实地实景扩展到虚拟场景的现实可感体验。



内容创意“微”模式

鼓励内容创作者利用碎片化时间展现“微生活”，推出“微作品”。研发微产品、微应用，让文化产品无缝接入个人日常生活。

文娱营销“宅”模式

“出门少了，休闲娱乐并没有少。”打造线上休闲文娱产品成为文化产业经济新动能。家庭影院、在线音乐、视频、文字等知识付费项目、网络游戏迎来增长契机。



家庭影院

共享经济：多方使用权 利用闲置资源

共享经济模式下的消费，既满足了消费者的物质需求，却又不改变产品本身所有权的新模式，消费者更看重过程中的消费体验，是一种颠覆传统的消费观念变革。究其根本，共享经济的本质在于对“使用权”的共享和对“闲置资源”的优化配置。



文化消费体验和共享经济叠加生成新模式：

- 1. 通过数据化分析用户心理和习惯，为其定制个性化服务，从而激发文化消费欲望，促进文化产业转型为体验经济。
- 2. 网络普及化、手机功能平民化、电子终端消费多样化，推动了O2O、分享经济等新模式、新业态发展，也为相关文化产品的生产企业带来了巨大利润。

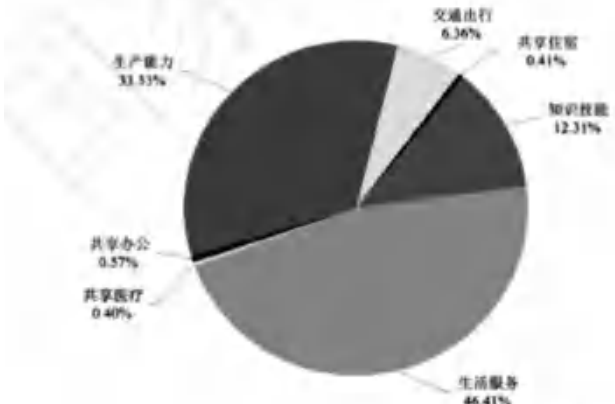
案例：

网上广播平台“喜马拉雅”借助于音频的技术、低成本特性，已经和140多家出版社、阅文在内的网文巨头以及多位文化名人签约，同时在知识付费方面吸引了吴晓波、龚琳娜、乐嘉等3000多位知识网红入驻，推出了涵盖有声书、外语、情感、音乐、商业等16个类目的超过1万节付费课程。

表 1 2020-2021 年我国共享经济发展概况

领域	共享经济市场交易额（亿元）		
	2020 年	2021 年	2021 年同比增速
交通出行	2276	2344	3.0%
共享住宿	158	152	-3.8%
知识技能	4010	4540	13.2%
生活服务	16175	17118	5.8%
共享医疗	138	147	6.5%
共享办公	168	212	26.2%
生产能力	10848	12368	14.0%
总计	33773	36881	9.2%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

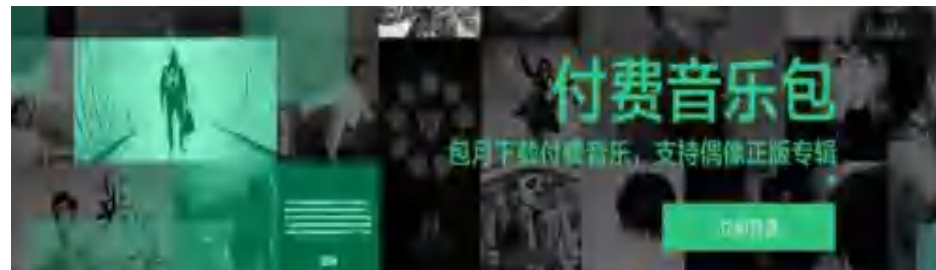


数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

盈利模式：数字增收 企业管控

➤ 数字技术拓展文化产业盈利模式

现代数字化科技介入文化产业，使文化产业的整体盈利模式发生转变，使创意经济价值得以最大化。



➤ 付费消费成为数字文化产业的主导型盈利模式

随着移动互联网的普及，用户为高质量产品服务付费的意愿和能力也在提升。当今，人们已经习惯为自己所喜欢的文化产品和服务付费，花钱订阅资讯的人越来越多，知识付费备受追捧。



➤ 网络文化付费平台建立有效的盈利机制

基于移动互联网技术和网络产品的付费习惯，一些文化企业建立了网络文化付费平台，实现了企业和平台对接的用户需求，在同用户的良性互动中建立了有效的盈利机制。

智慧景区：旅游资源高效管理手段

智慧景区定义

运用新一代信息技术，为满足游客的个性化需求，提供智能化的高满意度服务，促进景区的可持续发展。

1

智慧景区内涵

智慧景区的建设和运营主体是政府、企业和景区管理人员；核心技术是物联网、云计算、移动终端设备、人工智能等。

2

智慧景区本质

基于新一代信息技术在旅游业中的应用，以满足游客需求、丰富游客体验、提高游客满意度为目标，以景区资源的智能化、有效化利用为途径。

3

智慧景区案例

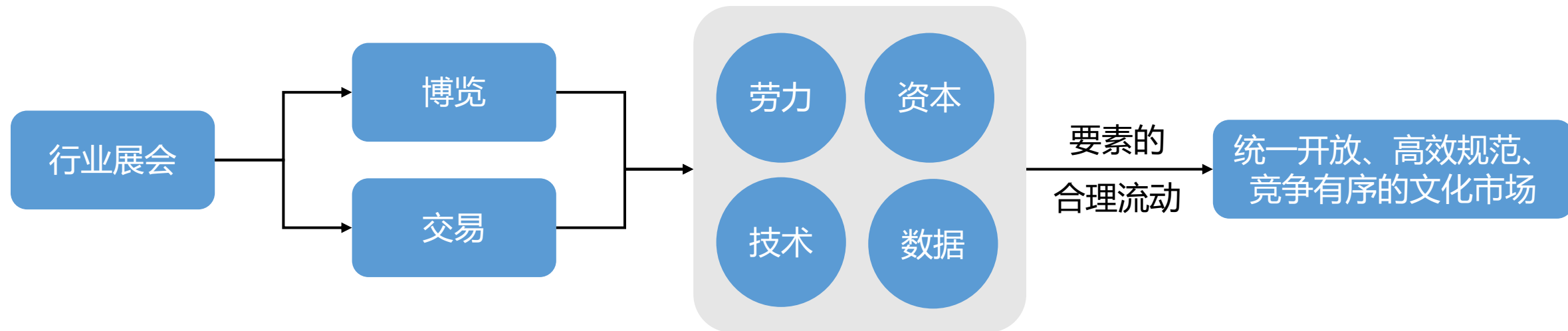
智慧泰山景区管理部门基于3D - GIS技术打造了景区信息集成平台，成功地运用于景区内虚拟旅游体验、游客流量监管、多项灾害监测等方面。

4

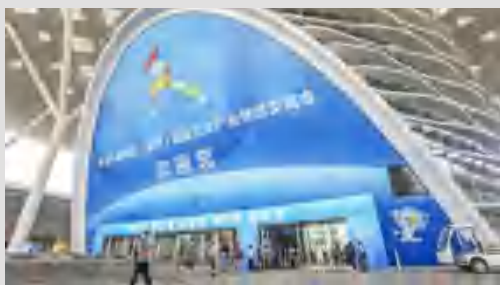


智慧泰山景区客流热力图指挥系统

行业展会：文化要素 流动载体



文博会



以博览和交易为核心，全力打造中国
文化产品与项目交易平台，促进和拉
动中国文化产业的发展，积极推动中国
文化产品走向世界。

北京文化论坛



打造**文化领域**的全国性品牌论坛：文
化建设成果的重要展示平台、文化建
设经验的重要交流平台、文化创新发
展的重要合作平台、讲好中国故事的
重要传播平台。

ChinaJoy



数字娱乐领域最具知名度与影响力的
年度盛会之一，涵盖游戏、动漫、互
联网影视、互联网音乐、网络文学、
电子竞技、潮流玩具、智能娱乐软件
及硬件等领域。

特色活动：旧貌新颜 焕发活力



汉服节



王者荣耀灯会



- 游戏王者荣耀四周年活动，流行手游+灯会文化
- 非遗传承人定制王者版洛阳宫灯，纸雕艺术家创作王者荣耀主题花灯

两大园区夜间灯会

• 上海豫园 重庆山城巷

5座城市主题活动

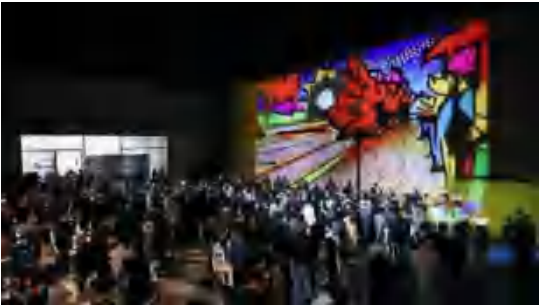
• 洛阳 安徽 杭州 丽江 成都

三大平台主播实地游

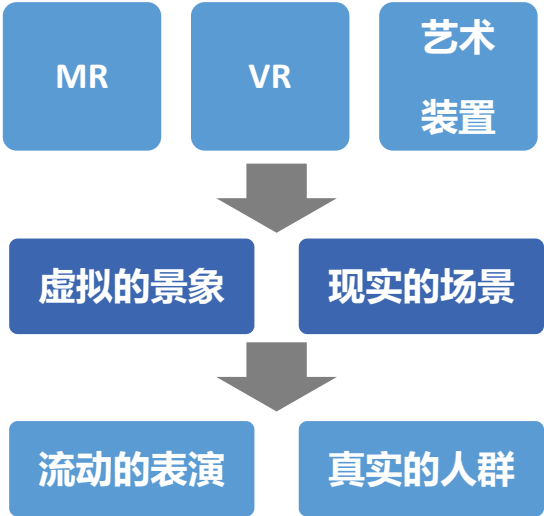
• 斗鱼 虎牙 企鹅电竞

表演艺术形态：交融蝶变 颠覆传达

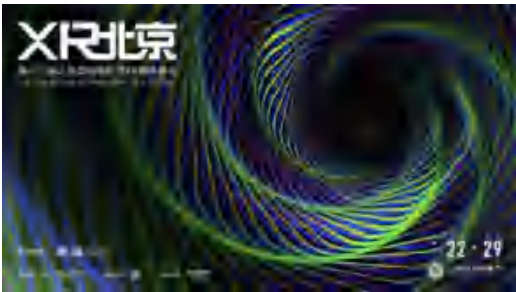
元宇宙 + 戏剧艺术 斯芬克斯元宇宙戏剧节



借助新技术的表现手段，
实现超强的戏剧艺术感染力



VR + 视听艺术 北京国际电影节XR单元



跨越
多个
领域

影视

戏剧

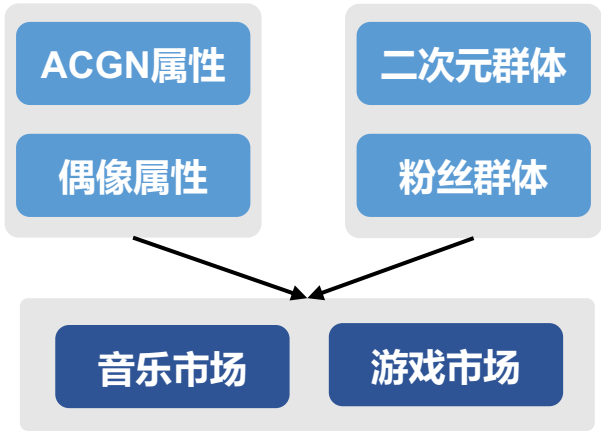
音乐

游戏

14部作品呈现XR技术发展的最新样态：

- 传统影像基础上探索VR语言的180°、360°作品
- 眼神交互、手势互动为特色的交互类作品

全息投影 + 舞台艺术 虚拟偶像演唱会



- 新技术效果巩固受众粘性，新潮文化助力新文化活动强势破圈
- 有助于跨次元品牌代言，新技术为提升文化商业价值赋能

公共文化服务数字化：关怀帮扶 适老助残

数字帮扶 指的是运用数字媒体技术帮助数字弱势群体，为特定群体平等参与社会生活创造更多可能性。近年印发的《关于推进信息无障碍的指导意见》《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》等文件，指导众多常用网站和APP完成适老化和无障碍改造，助推自动读屏、一键叫车、“关怀模式”等新功能在适老助残方面发挥积极作用。



上海：“数字伙伴计划”

Hello老友亭

“Hello老友亭”通过数字化技术助力数字化服务向弱势群体的家门口延伸。该设施具有一键叫车、养老金查询、AI相机馆、免费充电等功能。



新泾五村

“老破小”变身“AI社区”

位于上海长宁区的北新泾街道是一个老旧小区占比高、人口老龄化趋势明显等特征集于一身的居住型社区，但有了各类数字资源的加持，现在这个社区已经成为网络上知名的“AI社区”。

适老化改造：银发群体 公共服务

近年来，各地区各部门以适老化改造为抓手,积极打造老年宜居环境,老年人的获得感、幸福感、安全感不断提升，老年友好型社会建设迈出积极步伐。

轻松
上网

工信部指导1735家老年人常用的网站和手机APP完成适老化改造并通过评测

- 1 老年人常用APP推出“长辈模式”，页面简洁，操作简单。
- 2 特色助老功能：AI智能看护、方言识别、5G视频客服尊老热线
- 3 三大运营商承诺65岁以上老年人拨打客服电话时将不再需要经过语音菜单可直接进入人工客服服务



智能终端产品：屏幕显示、音频控制、远程辅助

可穿戴设备：智能老年手环、智能守护腕表

智慧养
老产品

清华文创院：革新文创人才培养机制



清华大学文化创意发展研究院
Institute for Culture Creativity,
Tsinghua University

清华大学整合跨院系、跨学科资源成立文创院，搭建高层次、高水平的文化领域重大理论研究、人才培养和产业实践平台。

人才培养机制革新

为保证文化产业人才的培养适应文化数字化的发展要求，必须建立人才培养的内外机制，即人才培养的调节适应机制和主动发展机制。

复合型人才需求

文化数字化发展对文化人才结构的丰富性有较高要求。既懂技术前沿、又懂文化艺术的复合型人才才是当今人才培养的重点。

跨学科研究合作

高等院校鼓励学生涉猎不同领域，特别是人文、社会科学和自然科学之间的交叉，提升未来文化人才的创新思维和解决问题的能力，更能适应文化和科技融合的大背景。

制度创新：文化产业特派员制度实践探索

- 2020年起，清华大学文创院与浮梁县委县政府共同探索以“乡创特派员”制度为核心的浮梁乡创模式，积累了县域实施文化产业赋能乡村振兴的前期经验，为“文化产业特派员”制度的实施提供了重要参考。
- 2022年3月，文化和旅游部、国家乡村振兴局等六部门联合发布《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》明确提出：探索实施文化产业特派员制度。
- 2023年1月，文化和旅游部等五部委出台《关于开展文化产业赋能乡村振兴试点的通知》，提出积极探索推动“文化产业特派员”等创新制度。逐步确认“文化产业特派员”制度在全国试点。



清华大学新闻与传播学院元宇宙文化实验室：行业前瞻 理论开拓 研发创新

- **国内高校最早一批成立的元宇宙实验室，国内首个带有文化属性的元宇宙实验室。**清华大学14个专业的教师参与实验室研究。
- **中文在线是实验室产学研的支持单位**，在未来媒体技术发展、元宇宙文创、元宇宙指数、虚拟数字人指数等元宇宙领域展开研究。
- **实验室提供了数十个体验环节。**截至2023年8月底，元宇宙文化实验室已接待**1742**拨访客，共计约**7869**人次，涵盖中央和地方新闻媒体、各级政府机构、学界研究人员、研究学会、高校师生，业界知名互联网企业、中小型科技创新企业。



近年来，团队共承担研究项目**32**项，其中**国家社科基金重大项目1**项，纵向课题**10**项，横向课题**21**项。



“快乐长沙”：地铁艺术 地标魅力

- 长沙溁湾镇地铁站2000平米换乘空间，在“数字人文”作用下转变为充满科技感和潮流感的艺术空间。
- 艺术馆由**6个大型钢结构立体LED艺术装置构成**，所有展出内容均通过双8K的分辨率进行动态化呈现，首次展览以**“快乐长沙”为主题**，将五一路、红辣椒、岳麓书院等代表长沙的概念符号与快乐、幸福等元素结合起来，以抽象化的数字媒体艺术形式进行呈现。
- 现场还陈列了《绘长沙》系列展览，展出内容包括以像素插画形式截取的**长沙的历史街区、城市节点等场景片段**，以及“爱心红绿灯”“粉红斑马线”等**长沙网红大事件摄影作品**。

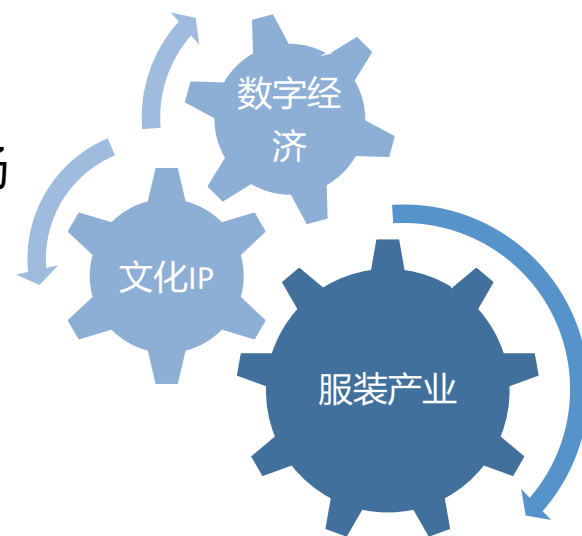


武汉“时裳”：产业荟力 跨界融合



□ “2023武汉时装周产业荟”围绕“数智时裳，链动江城”主题整合产业链供应链资源，旨在促成**服饰产业与数字经济、文化IP深度融合、跨界合作**，通过新特色、新内涵的植入，推动作为湖北传统支柱产业的纺织服装产业高质量发展。

□ 爱米科技与爱帝集团、湖北省博物馆与三楚风文创、新金珠宝与金步摇高定旗袍3场联名，实现了**时尚与科技、传统与现代、“老字号”与国潮**跨界联动，打破圈层文化和固有风格，赋予服饰更多内涵和特色，为推动产业升级开辟了新道路。



台湾典藏：两岸交流 开拓新机

开放博物馆成立于2018年，其核心理念为“促进文化资产开放近用”。目前拥有58个主题博物馆，451个主题展示，259415件藏品。

打破GLAM机构隔阂，藏品可自由流通

向会员开放藏品及展览的诠释权

开源架构，无偿提供平台服务

多藏品展示类型、多设备浏览

创新架构设计，使藏品较易被检索到

积极跨界合作，营销推广自身



沉浸式探索：掌上上的数位宇宙

以动态宇宙作为背景底版，数位宇宙作为主题，贯穿多类目主题展览，提供给用户进行**沉浸式探索数字典藏体验**。



线上线下特展：「為己而來 被史家耽誤的女人」

将研究成果转译成AR，结合开放博物馆现有平台**线上展览、连接Youtube宣发、线下设立交互式影音互动**。



节日借势：518国际博物馆日

联动多个台湾本土文化机构在博物馆节日，透过**线上展览搭配游戏形式增强展览趣味性**。

英国数字展演：大英博物馆直播

- 大英博物馆试图通过社交媒体进行博物馆文化直播。使用Facebook Live将观众带到幕后，并在开放时间之外探索永久性画廊体验。大英博物馆试图为每个展览做一次现场直播。
- 2017年博物馆邀请了艺术历史学家西蒙·沙玛(Simon Schama)与策展人一起，在Facebook上直播“美国梦:流行到现在”的展览。在巡展过程中，他们挑选具体的作品进行讨论，并邀请观众进行评论和提问。
- 经过数字直播展演，大英博物馆的直播间(Facebook Lives)已经收到了来自90个国家的评论（Kate Carter，高级数字营销经理）。



Key stats



100 thousand views



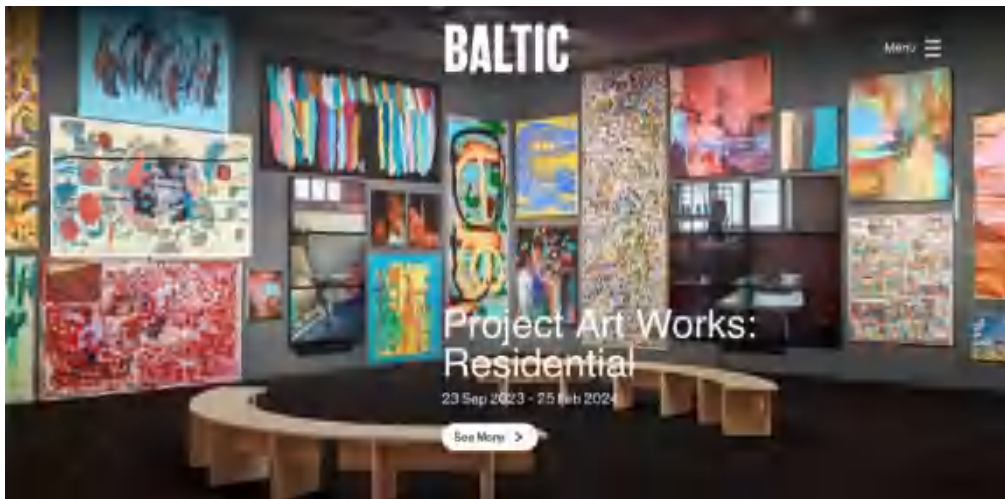
1.1 thousand reactions



238 comments

英国：谷歌街景 数字地图

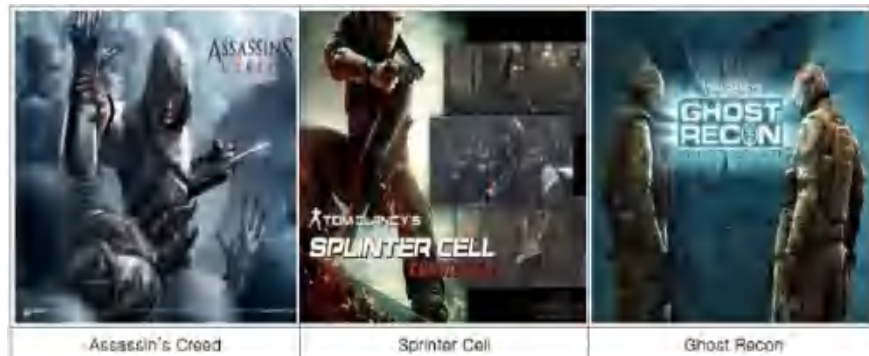
- 自2003年以来，BALTIC艺术中心已经创建了一个在线视频档案，提升并更新自己的数字形象。在与谷歌进行多次合作后，他们与谷歌艺术进行文化领域的合作，绘制了波罗的海画廊所有四层的“谷歌街景”（Google street view）。
- 在数字地图构成的画廊中，艺术家奖展览(两年一次的奖项，颁发给四位由当代艺术领军人物组成的小组选出的新兴艺术家)展出了四件装置作品。
- 谷歌提供了工作人员进行数字展品地图的拍摄，并提供了所需的专业设备，用作“谷歌街景”镜头。这种提供360度进入画廊的形式，意味着那些因任何原因不能参观的人可以随时随地看到艺术品，同时延长了临时展览的寿命。



法国：政府助推 多模数字

- 法国政府和文化部提出的法国文化产业数字化方向显然与美国的文化价值观和文化产业体系背道而驰。法国可以说是一个正在迅速实现文化产业集体数字化的国家，同时也在捍卫自己的文化价值观和文化产业模式。

● 产业案例



● 法国政府支持游戏产业发展的政策 -Ubisoft游戏

- 法国政府将游戏作为提高本国文化自豪感并进行推广的工具之一。
- 在法国的企业基于法国历史或文化进行游戏开发，政府将提供资金支持。
- 对于制作成本超过10万欧元的项目，政府以税收抵扣的形式提供1/3的资金支持，对于不符合税收抵扣资格的小规模开发项目，也提供额外的支持。



● RECTO VRSO – Art&VR畫廊

Recto VRso International Digital Arts Festival: 在虚拟的在线平台上举行的庆典上，观众们可以与自己的网上化身一起观看谈话、展示和演出等。

日本：数字觉醒 加速迈进

“数字本能觉醒的日本Web3” 日本采取独特策略，从中心化数字发展进化到Web3

日本加速向Web3时代迈进
日本正在改进区块链和Web3战略，并设立了相关机构，展现了在数字化转型方面坚定的意愿。日本正迈向超越数字时代的潮流，直接迈向Web3的去中心化。

数字化转型背景
政府管理方面仍在使用过时的技术，但迅速采取战略性的选择，以跨越下一个阶段。Covid-19大流行以后，ICT和文化数字化转型趋势正在蔓延，成为了时代的任务。

数字遗嘱、医疗保险证与非现金交易
日本正在推动引入具有法律效力的数字遗嘱，计划于2024年秋废除纸质医疗保险证，并引入“我的数字号码卡”等措施。此外，2022年非现金交易，包括信用卡、QR码和借记卡，在日本结算的金额也创下历史新高。

3D城市模型以及智慧城市发展
未来计划发展私企参与的3D城市模型应用，促进智慧城市的民管合作。日本政府正在构想的Super City包括自动驾驶、无现金支付、一站式行政处理、远程教育、远程医疗等，综合覆盖了居民的生活文化各个方面，并计划引入先进技术，预计在2030年左右实现。

出版业的数字化转型迹象
卡多卡瓦（Kadokawa）将一些在韩国著名的漫画转化成Webtoon并在平台上发布，同时日本公司也开始将传统出版的漫画数字化为Webtoon格式。

朝向Web3的文化产业变革
基于Web3的数字化转型预计将为文化产业带来快速的变革，值得密切关注相关产业的发展方向和速度。

Web3时代迈进

数字化转型背景

数字化转型 I

数字化转型 II

数字化转型 III

文化产业变革

韩国：文化战略 全力推进

- 最新政策：文化体育观光部确定了2023年4月发表的《第一次文化数字创新基本计划2025》各年度履行计划《2023年文化数字创新实施计划》



展望

具有新价值和经验的文化数字化日常

目标

实现文化数码创新力量水平飞跃

享受数字化文化的经验
75.5% → 85%

员工数码创新能力水平
50分 → 70分

推进战略

三大推进战略

九大重点课题

创造新价值的
K-文化产业

- 1) 培育以数字新技术为基础的文化产业
- 2) 激活创作-制作开放为民环门环资源
- 3) 扩大文化技术研发

享受新体验的
数字K-文化

- 4) 享受数码文化平台多边化
- 5) 文化设施配套融合服务
- 6) 沟通——没有移动限制的数码文化环境

体现新行政的
组织文化

- 7) 数码积极行政与营造安全文化
- 8) 营造高效的智能型工作环境
- 9) 构建数字创新管理体系

文化数字化创新实施计划是为了支持“大韩民国数码战略(22年9月)”、“数字平台政府实现计划(23年4月)”等政府的数字化战略，强化全世界瞩目的K-文化的竞争力而制定的。

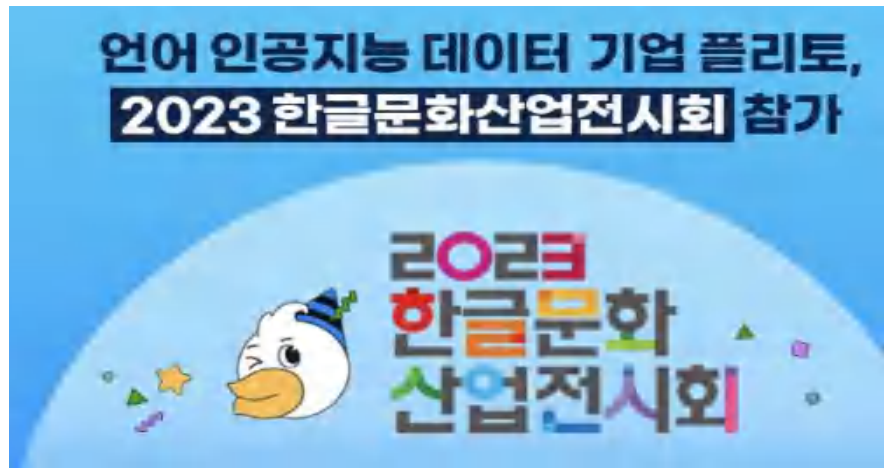
今年计划投入3,277亿韩币，培育基于数字的K-文化产业、为公众提供新的文化体验以及实施科学管理支持。

《2023年文化数字化创新实施计划》提出了促进K-文化产业发展的战略。

通过数字化融合以及49个细分项目，培养跨领域的人才和产品，支持民间领域的创作生态系统。扩大对超大型人工智能和数字平台领域的投资，培育新的文化产业，以多样化文化产业并确保全球竞争力。

此外，通过开放文化资源和大数据等措施，支持平台、促进创作和服务，并投资于内容平台领域的技术开发和版权保护，以支持数字K-文化产业的稳定增长。

韩国：领域开放 政策支持



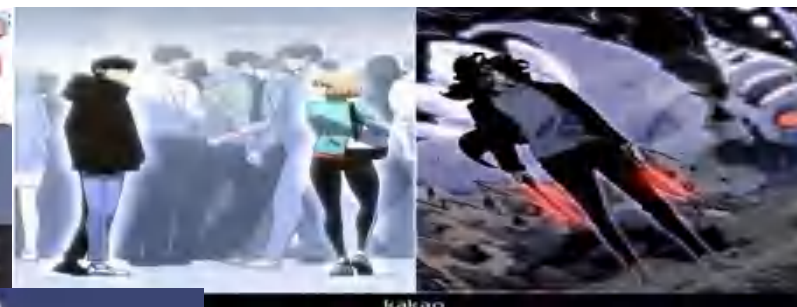
韩语数字文化产业发展

将韩语文化与韩文产业数字化整合的展览：语言、聊天机器人、机器翻译、教育和出版以及韩语等领域的代表企业将提供各种方案。



文化旅游体育部支持的多领域文化产业开放

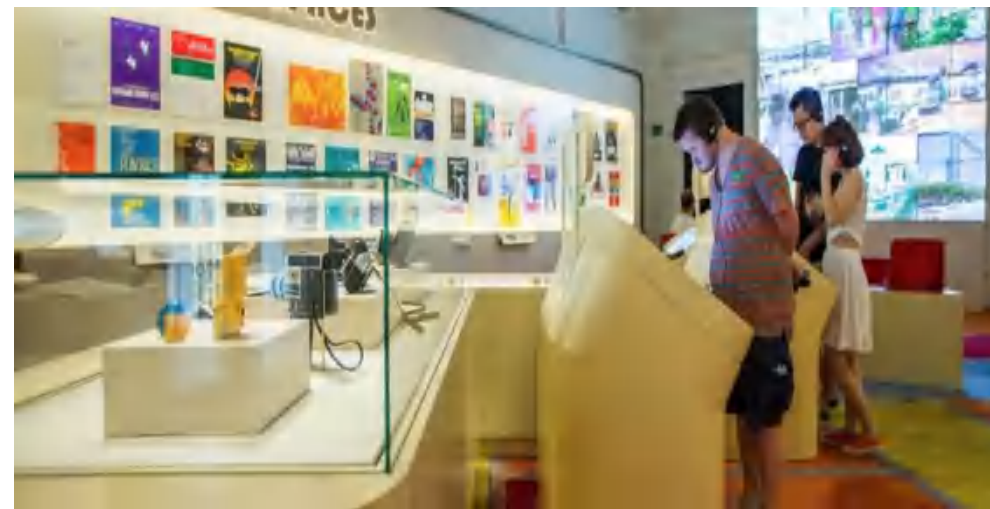
- 在三年内培养和发掘6.6万名数字融合与聚合人才，利用数字技术为文化、旅游、体育等领域的企业提供服务，并开放40多万种数字文化资源，包括网络动漫、电视剧、传统童话等数字源资源，以促进现实元数据内容的创作，以及人工智能所需的130个韩国语料库（10亿字）。
- NFT等数字内容的数字资产化及形态变化（网络小说→网络漫画、电视剧）通过平台扩散增加数字资产价值。



新加坡：“DigiMuse”：数字博物馆计划

新加坡国家博物馆（Singapore National Museum）于2006年重新对公众开放，并设有“实验电影院”（cinematheque）和剧院。作为一项国家政策与文化政策，2018年，新加坡国家博物馆正式将数字化议题放置于博物馆这一文化基础设施的发展上，提出“DigiMuse”（数字博物馆）概念。

- DigiMuse计划是新加坡国家博物馆的一项新举措，旨在建立一个充满活力的文化部门，用于投资于数字创新。
- DigiMuse寻求与更广泛的数字技术产业合作，鼓励文化空间中的创造性实验。该项目邀请艺术家、技术专家和文化专业人士共同创作数字项目，并提供干预措施，旨在展示文化与技术融合的可能性。



新加坡：文化全球化 国际化战略

数字化和全球化的扩展和融合带来了机遇和挑战，人与人、国与国、企业与企业之间的联系日益加深。作为一个“跨境数据流的规模和价值快速增长”的过程，包括软件和硬件、服务和支持系统，它开辟了多向流动，挑战西方对媒体和创意文化产业的统治地位(Thussu, 2018: 55)。



数字基础设施的作用至关重要

民族国家及其公民的经济和生活质量的基础

全球企业的敏捷性和用户体验的核心

观点



艺术特别是博物馆中呈现的艺术内容影响着平台和经济指标，无意中优先考虑了后者，并倡导了一种基于平台资本主义的新金融模式(Srnicek, 2017)。

新加坡学者Audrey Yue (2022) 强调数字化艺术战略无疑为创造力披上一层数字美学的外衣，捍卫数字全球化的经济简化主义。

埃及：数字考古 文物保护

数字技术助力埃及考古研究、文物保护、博物展览

数字化基础设施：政府推出“数字埃及”计划，建设埃及最大的国际数据中心，可以访问埃及现已接入的所有全球海底电缆系统以及位于地中海和红海海底的10个电缆登陆站，助力埃及成为连接亚非欧的国际数字走廊。



2022年，埃及考古学家首次以数字化方式“解封”了古埃及法老阿蒙霍特普一世的木乃伊，并公布其面部特征、年龄等相关信息。这得益于X射线技术、CT扫描、组合3D视图等技术的发展。

近年来，**数字技术在埃及考古领域的应用越来越普遍**。“**扫描金字塔**”是埃及旅游和文物部、开罗大学以及法国有关机构于2015年合作开展的一项考古项目。考古人员运用射线照相、红外热成像、摄影测量法、3D扫描重建和无人机等现代技术和设备，研究和测量了多座金字塔的内部构造，以检测是否存在未知的内部结构，从而进一步了解金字塔的施工过程和技术。除此之外，**探索水下古城的远洋机器人、重现古代生活的声音数字技术、展现虚拟社区的VR（虚拟现实）技术、揭示木乃伊原型健康状况的蛋白质分析技术、揭示古代雕像本色的成像技术等数字装备和科技**，也在其他考古项目中得到应用。

埃及：文化遗产 基础设施

在文物保护方面，数字技术同样发挥着重要作用。位于卢克索的门纳墓拥有3500年历史，为加大保护力度，工作人员运用**拉曼光谱法、比色法等无接触测量技术，制作出高分辨率的平面图**，帮助考古学家、艺术史学家进行深入研究。在埃及帝王谷，工作人员使用传感器全天候收集各类环境参数，如温度、湿度、气压、风速和风向、降雨量和太阳辐射等，以实时监测山谷的地质状况。

2020年11月，埃及旅游和文物部与通信和信息技术部签署协议，**积极推进考古和文物保护领域的数字基础设施建设**，包括开发考古技术、建立考古遗址和旅游景点的地图管理系统项目等。



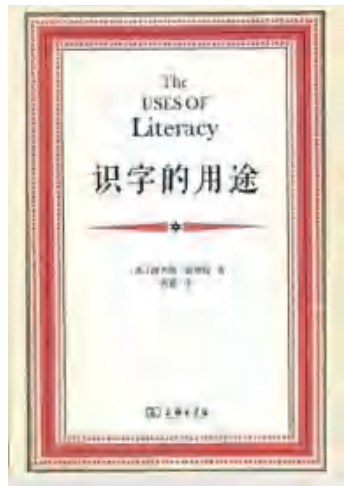
← 埃及-卢克索-贵族墓，
门纳墓 3D 立体剖面图

个埃及-卢克索-贵族墓，门纳(Menna)
墓(TT69) (TT69) (3D模拟游览)

传播篇



传播语境：技术发展 生活变迁



随着数字技术的发展，“要我读”进化成了“我要看”，又进一步变成了“我要写”。文化研究学者哈特利在《数字时代的文化》这本书中探讨了普通人如何通过电子平台完成个人的叙事。随着媒体技术的发展，文化研究需要考虑更广泛的社会和历史语境，数字化不仅改变了传统文化的保存和发展形式，也激发了更多元的大众文化的形成，如今我们探讨文化数字化的传播语境也离不开当代数字化的大众文化。

数字媒体发展：在数字媒体的背景下，文化不再是单向的传播，而是变得**双向，交互和参与性的**。受众不再是被动的接收者，而是能够参与并自主生成内容的创作者。

数字文化场域：在数字时代，内容自制已经成为公共生活的一部分。但这种文化需要相应的公共教育和投入，提升大众正确和高效利用数字媒体的能力，与其仅仅看到数字技术带来的娱乐表达，更重要的是如何形成清朗的数字文化场域，**如何培养公众的数字素养和智能素养，形成以先进文化为导向的数字时代文化。**

数字原生文化：在数字媒体环境下，**大众充分发挥主动性和创造性而形成一种数字化生活方式**，借助数字技术，当代中国的大众文化日益丰富多彩，以各种方式满足人民群众的精神需求，包含记录生活、展示技艺、分享经验、享受娱乐等等。

数字知识生产：虽然数字时代赋予了受众更多的表达机会，但哈特利强调不是所有的表达都是平等的。他引入波普尔的语言层次，强调前两个层次（自我表达和沟通）属于主观知识，而后两个层次（描述和论证）产生客观知识。在数字时代，**重要的是如何引导大众进入后两个层次，为人类的知识体系作出贡献。**

数字化传播呈现的是当下的日常传播实践，已成为一种基本传播行为。当今世界已经处于深度媒介化的时代，一个被媒介网络化联结的时代，社会建构的基本要素已经根植于媒介化的过程中。深度媒介化是这个过程的高级阶段，在这个阶段，**社会世界的所有元素都与数字媒体及其应用基础设施有着错综复杂的关系。**（罗昕，2022；陈昌凤，2022）

传播渠道：宏观引领 全媒发展

深度媒介化的时代，文化数字化将充分利用媒介和技术的多样性，对中华优秀传统文化及其他各类文化的发展模式转型升级。在国家文化数字化战略引领下，发动广大群众参与优秀传统文化的生产，推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

➤ 融通多媒体资源，综合运用各类载体

• 传统媒体与在线平台合力举办文化类活动

国风大典是**中国青年报社与抖音集团**共同主办的活动，集16家汉服品牌与数百名国风模特、歌手等国风人物于线下舞台，结合国风焕新夜直播与短视频剪辑、平台话题的线上推送，获得超40亿的曝光量。该活动迄今已举办四届，展现**传统媒体与互联网平台的协同合力**。

• 央视及各省级卫视等电视媒体打造文化类节目

2017年实施**中华文化电视传播工程**以来，央视及各大卫视组织创作生产一批传承中华文化基因的纪录片、综艺栏目和庆典晚会，如河南卫视依靠春节唐宫夜宴出圈，此后的端午奇妙游、七夕奇妙游和中秋奇妙夜，均获得8.5以上的豆瓣评分。

• 优爱腾等网络视听媒体推出文化类综艺

近10年来，网络平台生产播出了诸如《国风美少年》《邻家诗话》等**弘扬优秀传统文化的网络综艺节目**，也有平台与卫视联合制作，如河南卫视与优酷、B站分别联合推出的《新民乐国风夜》《舞千年》国风节目。



➤ 助力产消者创作，协同共享社会媒介化

微信、抖音、快手、小红书、B站等社交媒体平台为广大网民个人的文化生产提供了**短视频和直播展示舞台**，TikTok、YouTube等海外平台的内容传播也显示重要作用，**用户创作和线上社交助力中华文化的数字传播**。以非遗文化传播为例，抖音发布的《2022非遗数据报告》显示，2021年，抖音上国家级非遗项目相关视频播放总数达3726亿，获赞总数为94亿，1557个国家级非遗项目的视频覆盖率为99.74%。

网络热词：微观呈现 多维触达

“万物皆可国风”，在数字时代演绎传统文化成为了一种生活习惯和审美方式，体现出国家文化数字化战略在微观层面触达人民群众的多重可能。

➤ #文博热

民众对文物和博物馆产生持续热情 and 高度关注，逛馆观展的文旅消费成为一种经济现象和文化景观，随暑期研学掀起新讨论热潮

➤ #新中式

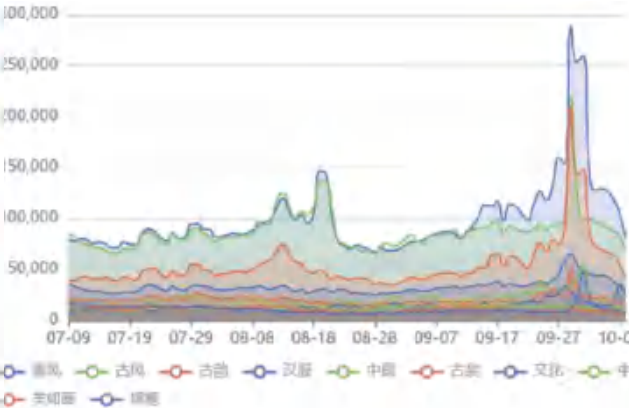
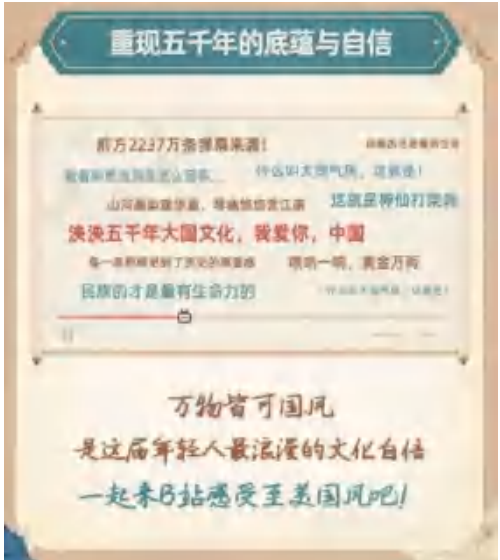
中国传统风格文化在当前时代背景下发展出当代中国设计风尚，当前网络热潮包括新中式造型、穿搭、点心、茶饮等流行趋势

➤ #国潮风

中国文化与现代潮流碰撞而成的风格，一般以中国风格与中国品牌的结合为标志，满足新时代人群的个性化消费需求

➤ #国货之光

随着民族自信心和自豪感增强，出现一批消费者青睐的国产品牌，包含家电，服装、美妆、日用品等。新国货带来了新的市场活力，促进国内和国际双循环。在当前消费升级的背景下，消费者对于国潮品牌的选择趋于理性，关注品质、价格与体验等多维因素



公共文化：全民乐享 实效服务

➤ 公共文化服务看实效

公共文化数字化经过二十余年的演进，已成功解决初始的“有无数字化”的问题，但在现今面对解决“数字化质量”的挑战时，必须采用**新的机制和评估方式**。此时，数字化服务的配置已不再是唯一反映数字化水平的关键因素，而是应当侧重于**数字化手段的有效利用程度、数字功能的成熟度，以及数字应用场景的贴切程度**。公共文化数字化进入新阶段的核心评价指标是项目的实际成果和效益，即数字化的实际落地效果，人民大众喜闻乐见的程度。

➤ 年度十件大事，见证公共文化发展

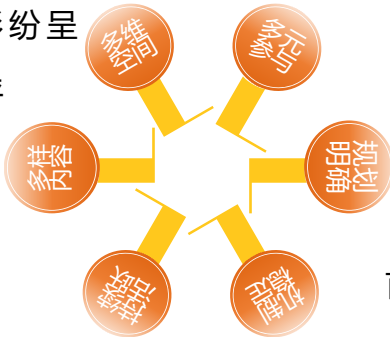
北京冬奥会和冬残奥会开闭幕式文艺演出精彩纷呈

“奋进新时代”主题成就展受到群众广泛好评

中国国家版本馆中央总馆在京落成

京杭大运河京冀段全线62公里实现旅游通航

全国首个科幻产业集聚区整体亮相



“首届全民阅读大会”成功举办

“大戏看北京”成为首都文化新品牌

万寿寺等一批文物古建融入城市生活圈

“何以中国”展览引发广泛关注

首届兰花奖评选等活动推动文明交流对话

➤ 用优质服务与口碑 造公共文化流量场

结合历史文化和名人效应，优质的公共文化服务地点能够成为热门的“网红打卡地”，通过创造文化吸引力，形成文化“流量场”。例如，鼓楼内一场“时间的故事”展览以沉浸式数字展、交互体验带领观众聆听“暮鼓晨钟”的历史回响，在丰富鼓楼内涵的同时形成了文化汇聚的广泛影响。



国潮文化：国力之潮 国运之潮

➤ “理解国潮，可以用一个简单的公式：国潮=中国货+时尚潮。” “国潮从消费行为逐渐演变成为一种具有引领性的文化现象，从实体产品到文化创意，成为了激发中华文化创造力的标识性内核，体现了国家精神力量的蒸蒸日上，也极大地增强了文化自信，改善了国家形象。”
——新闻与传播学院党委书记 文化创意发展研究院执行院长 胡钰

表象：时尚传播

2018年2月，李宁以国产运动服装参加纽约时装周，成为中国首个登陆纽约时装周的运动品牌，并打出了“国潮来袭”的文案和宣传海报，这一事件被视为开启当代国潮的标志性事件。



2018
国潮元年



2023
国货抱团出圈

未来：遵循规律 持续之潮

一方面，消费者在意民族文化元素；另一方面多具有较强的国际视野，不会因为“贴标签”式的民族文化符号就产生购买力和忠诚度。内生矛盾成为制约国潮健康持续发展的重要因素，决定了国潮是成为“持续之潮”还是“倏忽之浪”。

2019
国潮崛起

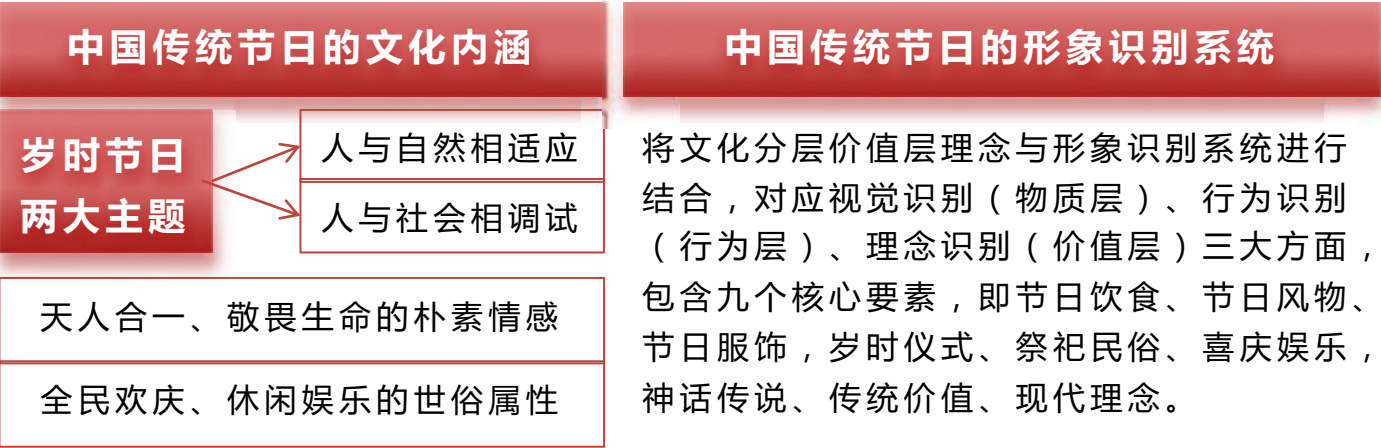


深层：国力上升 文化自信
故宫、敦煌焕新登场，百雀羚等传统国货品牌将品质与故事结合，众多东方美学新品牌也乘势而来，彰显深厚的文化积淀与原创力、文化自醒力，体现出时尚传播与国力之强弱的密切关联

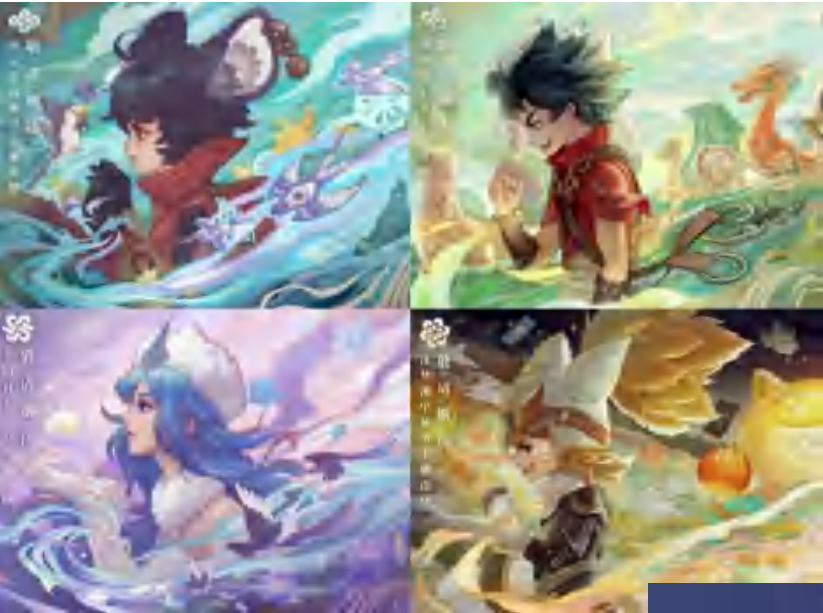


节庆文化：内涵丰富 体系完整

➤ 中国传统节日是中华优秀传统文化的重要组成部分，对于塑造积极的国家形象至关重要。我国具有完整的传统节日体系，蕴含丰富多彩的节日符号、节俗仪式与价值理念。在国家形象建构中，**需要建立清晰、系统的传统节日符号表征体系,通过大众媒介实现现代框架下传统节日的符号升级与意义重构。**
——清华大学新闻与传播学院教授 范红



子层级	核心要素	节日符号(以春节为例)	主题归纳
视觉识别(物质层)	节日饮食	年夜饭、饺子、腊八粥、灶糖、年糕、枣糕、馒头、鱼、糖瓜、春卷等	辞旧迎新 敬天祭祖 祈福纳祥 团圆喜庆
	节日风物	红包、压岁钱、中国结、春联、福字、窗花、年画、红灯笼、鞭炮等	
	节日服饰	以红色为主、唐装、旗袍、汉服、头花、吉祥纹饰等	
行为识别(行为层)	岁时仪式	扫尘、驱傩、守岁、贴春联、春晚、春运、家人团聚等	
	祭祀民俗	祭神、迎神、接财神祭祖、国家公祭等	
	喜庆娱乐	春晚、庙会、灯会、舞龙舞狮、灯谜等	
理念识别(价值层)	神话传说	年兽、门神、财神、灶神、土地神等	
	传统价值	自然崇拜、天人合一、和合等	
	现代理念	和谐、关爱、团结、礼敬先贤等	



《王者荣耀》传统节日主题游戏皮肤



生产、互动、消费：创新创意赋能，数字技术重塑

传统节日体系为建构叙事提供了丰富素材，与节日相关的神话传说、节俗故事、家庭亲情、幸福欢乐等均可延伸叙事主题，具有全球共同价值的跨文化属性。例如，国产动漫《历师》对中国节日相关的神话IP进行挖掘。利用数字技术重塑传统节日的庆祝形式、庆祝内容、庆祝习俗等，遵循当代人们的媒介使用习惯与生活方式，**创造性地建立依托于数字媒介的节俗景观，如微信红包、数字贺卡、云拜年、电子鞭炮、年货节、集五福等。**在日常交往中，依托社交媒体通过普通民众进行国家品牌的塑造与传播，将成为提升国家形象的突破口，在无形中对中国文化、中国形象建立更多深切的感知。

(范红 & 周鑫慈, 2022)

文化出海：格局重构 效能提升

现实境遇

· 全球传播格局：逆全球化趋势的变局与深度数字全球化的重构

技术变革所带来的全球化互联与网格化互通推动人类社会的信息传播转变为全球流通的格局，社会空间的超地域化联结使得全球市场为人类创造了一个虚拟的共同体，人员、资本、商品、信息、文化在这个共同体里高频地流动。从文化的角度来看，反叛性全球化运动趋势下信息网络社会中的权力依然是传播权力，**重构传播网络的数字文化产业是国家软实力对外着陆的重要内容。**

· 技术转向：主体对复合信息的需求和传播的“去人化”

在大众传播向智能传播的演进过程中，技术内嵌于信息传播主体并成为其有机组成部分，人类越来越难以剥离技术而独立在社会网络发挥作用，传播也第一次真正意义上成为人类社会的关键基础设施。文化与技术产业将走向更加复杂、深入的融合。**数字化的文化产品全方位嵌入进人类的日常生活，人类对信息的需求也转向全时、随地的复合信息形态。**

· 文化转向：本土文化的再生产和数字消费的盛行

新阶段的本土文化再生产从文化产品生产的初始就将不同文化混杂在一起，**生产者与消费者所代表的本土文化在呈现出来的文化产品中“你中有我，我中有你”**。全球数字消费主义的盛行为数字文化“出海”创造了经济上盈利的可能，数字文化消费更是通过跨地域的文化建构增进消费群体之间的亲密度，**在文化产品的符号意义和情感消费中建立对传播者的认同感和归属感。**

发展逻辑

· 数字文化产业：文化与科技相遇催生的巨量产业

数字文化产品具有文化价值和商品价值的双重属性，即集社会价值观导向的意识形态属性和经济利益获取的商品属性于一体，但其背后**技术与文化的融合突破了时间和空间的限制，极大提高了文化产品的生产效率和覆盖范围。**

· 文化与科技融合的价值意涵与中国的文化坚守

在我国文化产业体系逐步健全的趋势下，**高质量的数字文化产业具有鲜明的中国特色，既在全球信息流通体系中彰显中国立场的文化坚守，更是助力中华文化在新的历史方位中成为世界主导文化形态之一的“高势能”文化。**

“全球传播格局的多极转向和全球性的数字消费文化生态为我国数字文化产品的对外传播提供了有利条件，全球用户对多种媒体信息形态的需求也为我国依托数字技术所形成的文化产品的对外传播提供了新的赛道。**文化秩序的重组和技术变革的累积为中华文化“走出去”的存在形态和发展路径提供了新的空间和格局，基于数字技术的“文化出海”已成为时势所趋和时代所需。**”

——清华大学新闻与传播学院副院长 张铮

(张铮&方诗敏, 2023)

海外传播：腾云而起 气象万千

➤ 互联网和社交媒体的快速发展极大地促进了**中华文化数字化的海外传播**，实现了成本效益高、速度快、覆盖广的文化交流。这种深度数字整合提升了中华文化对全球受众的吸引力，减少了传播过程中的文化折扣，增强了国际对中华文化的理解和认可。

增强中华文明传播力对构建中国特色传播体系和提升国际影响力起到至关重要的作用，人工智能、数字媒体等技术的发展为展现传统文化魅力和感召力提供了技术基础。新兴媒介技术对增强中华文明国际影响力的三种潜在应用策略：利用生成式AI生产适应多元文化背景的传播素材，助力传统文化影视剧的海外传播；利用平台化媒介优势，吸引对中国传统文化感兴趣的海外受众；通过游戏建构虚拟社区，在设计叙事中融入传统文化的视觉要素及文化价值观。

——清华大学新闻与传播学院副院长 张莉

数字化的国际传播

中华文化生动呈现

短视频气象万千 促进中华文化元素的社交分享



Tik Tok中的中华文化元素短视频

短视频增加了中华文化的**可观性、可感性**。较低门槛的艺术创作加上社交分享属性，使不少包含中华文化元素的短视频海外社交平台上被海外用户了解、喜爱，甚至进行再创作，包含场景化和生活化呈现传统元素；通过个性化的诠释表达新的现代态度；以专业且有趣的方式培养海外兴趣群体；强调传统文化精神，引发情感共鸣。

数字技术活化文物 推动传统文化精髓的沉浸体验



《唐宫夜宴》的海外传播

以敦煌飞天为蓝本打造的虚拟数字人“天好”

以5G和XR为代表的数字技术，成功在多媒体中**将中华文物活化，从而展现瑰丽之处，为海外传播提供了有效路径**。新技术使观众能够以更深入和多维度的方式欣赏文物，将文化呈现更加生动和引人入胜。虚拟数字人等新形态融合东方古典内涵和现代科技元素，进一步丰富了文化传播的形式和内容，使中华文化在国际舞台上更具吸引力和影响力。

网络直播拓展边界 实现跨国文化活动的腾云而起



中国绳结技艺海外直播

网络直播技术的快速发展拓宽了**中华文化的国际传播边界**。这种发展使传统艺术形式如京剧、昆曲、民乐、书法、泥塑等得以获得更广泛的关注和传播。此外，**直播电商成为中华文化传播的重要推动力**，跨越了时间和地域限制，培育了新的文化传播主体，并催生了新的文化消费模式，多主体的网络直播共同推动了中华文化在国际舞台上的展现。

(翟慧霞,2021)

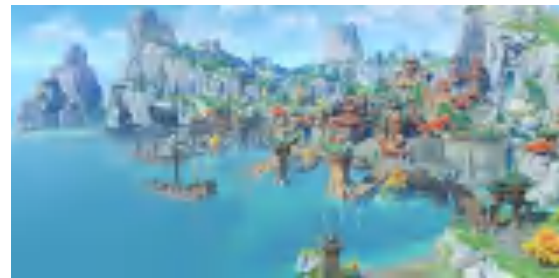
数字华流：多维破圈 系统效应

➤ 作为中国国际传播的“生力军”，以Tik Tok、起点国际、米哈游、SHEIN等“四小花旦”为代表的中国数字媒体平台出海。民间企业在网络空间掀起了一股“数字华流”，为推动中国国际传播的转型升级开辟了新的有效路径。从整体、宏观和历史的视角来把握从“数字媒体平台”上升至“数字生态系统”的深刻变化。

——清华大学新闻与传播学院副院长 史安斌



数字媒体国际化应坚持文化融合共生原则，既展现本土文化特色，又探求与全球文化的交汇，打破传统的全球/本土、东/西对立，推动文化的流动性和互惠互鉴。如《原神》整合中国传统如京剧、古建筑与现代游戏元素，打破东西方界限，成功吸引全球玩家。



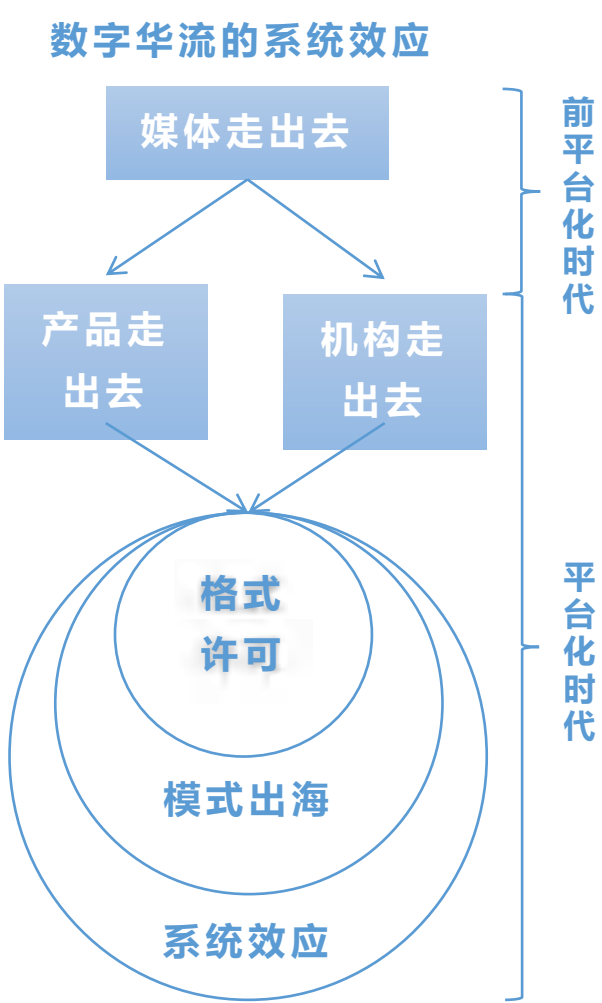
原神璃月港:参考凤凰古城和山西悬空寺等



技术发展推动中国数字媒体平台国际化，通过建立“格式许可”框架，利用平台的基础设施角色和网关属性适应多文化需求，推进全球传播的标准化和普及。通过提供多文化多语种的数字产品，影响全球用户生活，塑造多元文化融合的新型国际传播模式。如网络文学领域的“起点国际”采取了标准化的人工智能机器翻译技术来实现建构“格式许可”的出海条件，招募其他语种高质量作家，有力回击长期以来“爆米花文学”的批评声音，促进不同文明的交流互鉴。



从历史上看，“反向回流”是相较于从西方中心到“非西方”边缘国家和地区的媒介文化“支配性流动”而出现的新趋势。“数字华流”可被视作“反向回流”的延续，但构建了更为强大的传播渠道和技术手段，成为重塑更为公正、公平和普惠的全球传播新秩序的重要力量。



(史安斌&朱泓宇, 2022)

游戏社区：实时互动 直观体验

- 网络游戏不仅是虚拟叙事空间，也是虚拟文化空间，既可以是传统文化的传播载体，又可以是基于传统文化进行二次创作的生产场域。事实上，推动传统文化与网络游戏的深度融合，愈发成为趋势，对二者的发展都具有显著的推动作用。
——清华大学新闻与传播学院党委书记 胡钰
- 近年来，国产游戏在海外市场成绩斐然。2022年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达173.46亿美元，同比十年前增长了约30倍。其中，有许多现象级的大热门游戏，都在游戏中融入了大量中国传统文化元素。
——清华大学新闻与传播学院副院长 张莉

在强互动性、高直观性的游戏中 融入中国传统文化元素

游戏相比于其他媒介形式，具有更强的互动性，相比于影视剧，能够让观众更加直观地探索游戏所呈现的环境，快速建立对新兴事物的认知。例如，《剑与远征》不仅在游戏角色中设计了木兰、武松、孙悟空等传统英雄，更是在全球宣发的视频中让玩家进一步了解角色的性格特征，以及故事中所隐含的**忠孝、侠义等中国传统文化价值观**，让全球玩家在虚拟世界里也感受中华文化之美。（张莉 & 叶旻尔，2023）

游戏空间： 从虚拟叙事空间到虚拟文化空间

“再现”：传统器物的数字化还原

“凸现”：传统艺术的创意性展示

“活现”：传统精神的融入性体验

在高还原感、强参与感的画面中 吸引对场景与历史的关注

游戏画面对于现实的还原程度与玩家的参与感息息相关，越是生动逼真的视觉效果，越能够吸引更多的注意力，进而让玩家模仿游戏角色的行为并认同其价值观。随着游戏开发技术、硬件设备以及网络带宽的更新升级（如云计算、实时渲染等），精美的视觉画面总是成为吸引玩家的重要因素。《明日方舟》作为一款充满“赛博朋克”科幻感的游戏，在游戏中设计了以敦煌壁画九色鹿为灵感的特别版角色。

游戏玩家： 虚拟文化空间中的文化传播主体

作为体验的主体：
“虚拟自我”的出现与主导

作为传播的主体：自发的分享与“二创”

在虚拟社区和二次创作互动中 保留中国文化的独立性

通过创建虚拟世界并参加游戏内的社群活动，培养了玩家跨文化交友能力，有助于第二语言习得，对多元文化的心态更加开放，对培养现实世界的跨文化素养提供了一个思路。在中国“出海”游戏中，“中国风”的角色都可直接使用拼音命名，甚至一些专有名词也不一定要采用翻译的名字，而可与中文保持一致。这在语言符号上不仅保持了中国文化的独立性，还激发了海外玩家学习拼音的兴趣。

游戏为媒：传统文化的“国际化”与“青春度”

游戏文创：创意、科技、生活的视角

作为创意资源的传统文化

作为数字呈现的传统文化

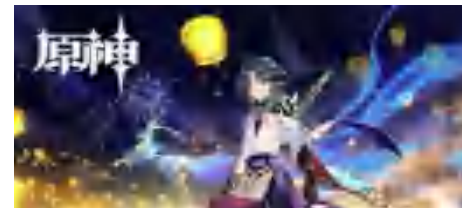
作为生活体验的传统文化



《明日方舟》九色鹿角色



《剑与远征》与京剧、皮影领域的非遗艺术家合作联名推出国风皮肤和英雄



《原神》角色魈登上多国twitter热搜“xiao”让全球玩家学起中国话

数字身份：空间流动 认同重构

➤ **数字空间的兴起冲击了传统身份认同理论，在新闻传播实践中分化出传统身份认同和数字身份认同的冲突性融合。**全球数字空间通过传统身份叙事的再制度化和技术认同的主动连接形成数字身份的利益共同体。伴随时空观念的压缩重组，数字身份认同的不确定性流变，使得经典的想象共同体再难以复制。

——清华大学新闻与传播学院院长 周庆安

数字空间的兴起与演变

全球数字空间中的“虚实共存”正在通过技术革新重塑个人和集体身份

数字空间身份认同构建

随着数字与现实空间的融合，数字身份认同在全球数字空间中逐渐形成，通过技术重塑了新闻传播生态，个体参与变得更加个性化和碎片化。这一过程中，个体在非制度化的数字媒介环境中与传统身份认同发生融合和冲突，创建了新的认同和叙事路径。

数字身份认同特征

- 多元性与流动性
- 技术赋权与自我表达
- 情感价值与自我认同
- 政治生态与叙事演变
- 数字分裂与社会区隔
- 重新结构化传统身份



重构秩序：从身份的革命到身份认同的革命

数字技术引发了身份认同的革命，由全球国家革命中的权力建构转向个体自我建构的历史进程。随着现实与数字空间的融合，传统身份遭遇现代性的解构和数字身份的崛起，影响了个体与集体的认同。数字身份在全球化和西方主导的政治经济秩序中重新构建，挑战着民族国家的认同。在新的传播秩序下，身份认同的自由选择并未消除不平等，甚至增加了分裂。全球数字空间正在重塑政治经济体系，推动身份认同的再分配，促进一个多元、丰富、混乱的新全球共同体的形成。

数字艺术：惊艳呈现 生动韵律

➤ “传统文化赋予现代艺术以精神内涵，现代技术则助力传统文化重获新生。”

——清华大学美术学院教授 王之纲

➤ 艺术是全人类共情的语言，而数字艺术尤其是年轻人喜欢的一种时尚语言，将在文化传播和教育领域中发挥着非常重要的作用。从满足人民群众的需求和推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展来看，数字创意的手段是最能够较大程度吸引受众注意力，引发其兴趣和好奇心，强化认知和传达的效果，激发情感和共鸣。“沉浸式体验线上线下载、虚实融合，为在地在场的文旅体验开启了全新的想象空间。”

——清华大学美术学院副教授 张烈

数字艺术让中国文化故事
惊艳呈现在世界眼前

“以‘数字科技’为载体，以‘传统与创新结合’为立意，视觉艺术向世界讲述新时代的**中国文化故事**。”在2022年北京冬奥会开幕式上，巨型“雪花”形主火炬台和前所未有的8K超高清地面显示系统吸引了全世界的目光。熊熊圣火唤醒的是巨幕光华，亦是与时俱进的文化印记，讲述着一个从古至今不断革新的故事。“不仅是一个美学上的艺术品，更接近一项多学科交叉的工程。”据悉，三个赛区的火炬台均由清华大学美术学院党委书记、教授马赛带队设计。



冬奥“大雪花”和清华艺术博物馆相关展览

数字艺术有效实现文物的
数字化保护、传播与推广

8K与AI技术的融合，助力画质修复，赋予《紫禁城》纪录片以超高清新生。慈禧、溥仪、李鸿章……历史的风云人物与故宫往昔风貌，通过200幅珍稀照片的AI修复，宛如穿越时空的4K复苏。即便是110寸大尺寸电视也清晰可见，**观者于家中巨屏前，即可沉浸式体验那一段尘封的华彩篇章，通过艺术再现赋能文物的数字化传播与推广。**



大型纪录片《紫禁城》利用8K超高清摄制技术

数字艺术塑造生动美育氛
围，实现美育实践创新

数字艺术透过技术创新拓宽了美育的边界，不仅限于传统画廊的审美培养。**利用算法、显示和XR技术，艺术作品赋予新韵律，激发观者的创新灵感与审美悟力。**美的教育不再囿于物理空间，随着智能产品的普及，多种场景美育中能够实现线上线下体验结合，随时沉浸在世界艺术瑰宝之中，任何时刻都能享受培养美感的环境。



大型文化节目《诗画中国》实现“诗画合璧”

注：上述内容摘自清华大学新闻与传播学院和清华大学文化创意发展研究院主办的文创发展前沿讲座《当文化艺术邂逅显示科技》，主持人张铮副教授，主讲人为京东方科技集团股份有

更多免费行业报告

井购家

www.ipoipo.cn

U-AIGC创作：创新转化 情感共鸣

AI+用户创意 凝聚共同记忆

感知共频

优质的UGC创作实现了信息共享和感知共频，在共同身份下将中国的历史文物与文化符码进行合理的创意传播

情感共鸣

以独特的艺术载体和贴近时代的视角重塑了中国优秀传统文化的灵光，以即时互动深化连接了情感共鸣

文化共织

通过个性地数字化再现博物馆等共同文化记忆场景，将抽象的文化内涵具象为可感叙事，唤醒文化共识和记忆传承

算法共用

互联网共享的算法和大数据也助力重现时间偏向的媒介记忆，AI助力将创意从幕后推介到台前，从小众推广到大众，借流量实现文化传播



自媒体博主承诺兑现网友创意，投入创作出**具备自身思考和文化价值的短剧《逃出大英博物馆》**。随大英博物馆馆藏藏品失踪的社会话题热度发酵，更新一周后该剧集抖音播放量达2.7亿，B站播放量1505.9千万，小红书获赞1524.5k，得到CCTV6、人民文娱、中国青年网等央媒好评。

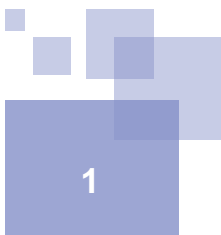
内容接力传播 需秉初心真情

在对海外流失文物的关注被唤起后，#逃出大英博物馆仿妆#、#文物拟人#等话题批量出现，真人仿妆、二次元手绘，AI绘画……精心制作的UGC创作中也出现了大量同质化的煽情台词内容。UGC创作**需要秉持文化传承初心，尊重文物和相关历史，避免将注意力转移至变装主体，带来过度娱乐化、审美疲劳以及信息传递的失实风险。**



网潮群聚：主题集结 分享互动

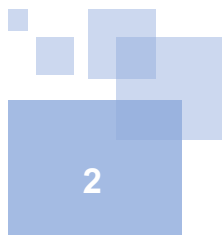
- **网潮群聚现象**：围绕特定主题、话题或行为展开协作、创作和分享内容。这些行为通常在社交媒体或网络平台上迅速扩散，形成一种传播景观，当前常见的文化数字化传播现象如短视频挑战、网红打卡、种草拔草等。
- **社交比较心态**：人们通过观察其他人在新媒体上的表现来评估自己的社会和个人价值，形成接力传播之势。



短视频挑战：虚拟社交认可



短视频平台抖音发起“我为‘非遗’打call”等旨在传播优秀传统文化的用户挑战赛，8000万人次参与用户发起的“糖画挑战赛”，作为达人**获得点赞、评论、分享等虚拟社交认可**，提高网民对于相关话题的关注度与认同感，进而**转化为参与挑战的实际行动**。短视频挑战的主题多样，贴近生活，成为一种集结式景观。

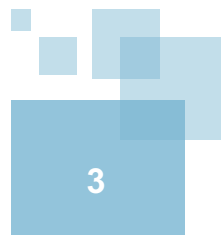


种草拔草：关系信任依赖



种草一个对学生很友好的手账本，不知道咋样 这个本的...

社交媒体不断打破用户间的交往屏障，拉近数字时代人与人的关系，通过在线人际互动**形成口碑评价与信任依赖**，借助他人有意或无意的产品服务体验分享，产生**种草（推荐购买）或拔草（不推荐购买）**的文化景观。自媒体博主以真诚实在的经验分享维护关系信任，品牌方也通过寻找合适的KOL实现种草营销。



打卡标记：互动空间转化

当前，用户参与网红地标和流量景观的打卡已经成为一种文化现象，通过**转换实体化的互动空间来彰显自身在社交媒体中的独特地位**，追求线上线下结合的风尚趋势与社交体验。



故宫打卡北京故宫博物院



打卡故宫真的太多美丽细节



打卡故宫博物院——珍宝馆

草根文化：平凡精彩 凝聚共识

文化传播中的“扫地僧”故事



2023年10月，颐和园最强“扫地僧”火了，保洁班长张旭一个“贯口”的介绍视频在网上刷屏。10月6日，游客在颐和园后山使用《颐和园志》辨认建筑，张旭热心地指出建筑名和历史和美学。对古建筑感兴趣，张旭自学相关知识，对颐和园的各个细节如数家珍。日复一日的劳动中，坚持对传统建筑的热爱，对平凡工作价值的探寻与追求，是对失去各种外在光环的普通劳动者也能发光发热的正向激励。半年前“三星堆火锅背后的扫地僧”上热搜，73岁的陶器修复师曾卷炳，曾作为工人参与考古工作，后来在实践中掌握修陶，以精湛的技艺修复三星堆遗址的陶器，被尊称为“曾院士”。“扫地僧”引共鸣，反映了文化数字化传播中对草根叙事的共情，对普通人真实故事的喜爱。

“草根”文化与社会心态

社会分层 01

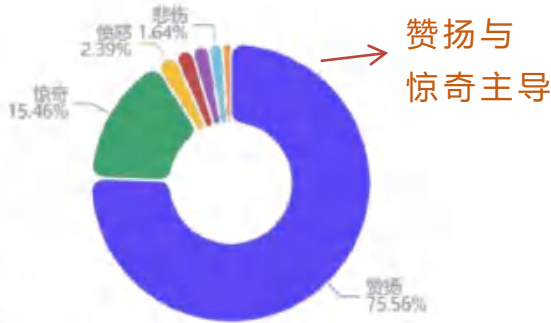
草根群众、底层群体
规模庞大、结构复杂

向上流动 02

改革发展、流动潜能
信念价值、技术赋能

文化认同 03

自我投射、情感投入
文化传播、精神认同



知媒并重：信息获取 价值塑造

➤ 网络知识媒介的变迁

门户网站

20世纪90年代末至21世纪初

一站式新闻和信息网站
如新浪、搜狐和腾讯等

知识社区

2000年代末到2010年代初

点对点的知识分享平台出现，如百度贴吧、知乎、博客、播客等知识社区

在线教育

2010年代

在线教育平台提供专业化、结构化的学习方式，如学堂在线、Coursera

搜索引擎

2000年代中期

百度等搜索引擎成为查找特定信息的流行工具。

社交媒体

2010年代

用于社交的平台出现，严肃知识分享的文本和视频内容，如微信公众号和抖音短视频

AIGC +

2020年代

AIGC进入大语言模型和多模态阶段，通过搭载AI进行信息获取，如new-bing

➤ 民众信息素养提升 对专业知识情境化解读的需求

在短视频平台上，一些考古文博从业者使用创新的内容形式（如口播、段子、剧情等）普及知识，被称为**科普“网红”**，其中不乏社科院考古教授用轻松的语言讲述严谨的知识，用有趣、有料、有理、有梗的视频为人们揭开上古中国的神秘面纱，不仅引发了大众对这门“小众”学科的关注，也让人们看到了那些带着“神秘色彩”的考古人可爱的一面。短视频和直播这种极具“亲和力”的传播方式，**让一些原本“高冷”的专业知识“热”起来，以更贴近生活、润物无声的方式走进更多人的视野**，使科普成为一种休闲甚至娱乐，也让越来越多的青年人更便捷地获取优质的学习资源。



➤ 智能技术发展前进 知识的整合获取效率得到提升



当前，**人工智能可以提高工作效率**，例如医疗图像识别，为专业人士节省时间，腾出精力探索更多未知领域。其次，**人工智能为大众提供更直接的知识获取方式**，通过知识库和知识图谱整合各种信息，并提供智能交互工具，如New-bing结合搜索引擎更精确的答案和信息。这些技术正在不同领域广泛应用，为人们获取知识提供了更高效的途径。但是，**人工智能无法通过感官体验在实践中形成原创的知识，也无法通过情感共鸣展现个性化的社会关系与经验积累**。在人工智能的辅助下，作为生产行为的信息获取变得不再困难，而在知识爆炸的时代，更重要的是如何坚持以人为本的价值理念，为人的全面自由发展创造更多可能。

文化纪录片：精细制作 人文情怀

互联网+，享受学习获得感

2023年第二季度，近半数的优秀国产纪录片是历史文化类。在B站，历史文化纪录片如《山海经奇》和《河西走廊》获得高播放量，分别达到800万和2500万。这类纪录片正在改变其“严肃”的形象，受众也逐渐从精英化、小众化、熟龄化，变成平民化、大众化、年轻化。。随着人们的生活整体呈现数字化，电视纪录片搭上互联网+的新载体，**通过多媒体观看文化纪录片来获取有价值的知识和信息**，真实严谨但不枯燥地学习传统文化成为一种新的生活方式。

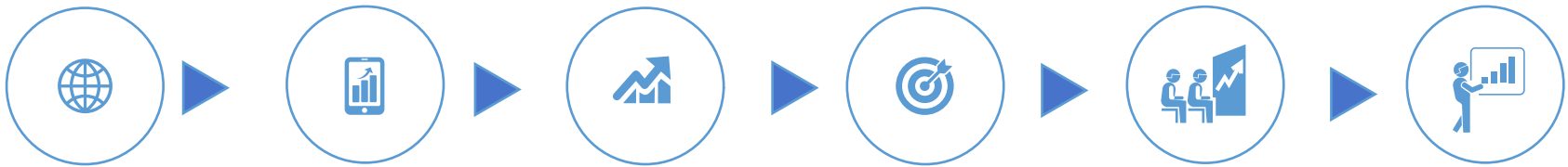


记录文化细节，真实打动人心

2016年初，纪录片《我在故宫修文物》在央视首播，豆瓣评分高达9.4，随后在B站走红，**点击量超200万，累计有逾6万条弹幕评论，平均一分钟有200条**，呈现出网播热议的火爆景象。该片通过年轻化、细节化、生活化的方式，纪录了故宫书画、青铜器、宫廷钟表、木器、陶瓷、漆器等领域的稀世珍宝的修复过程，用镜头讲述着背后这些殿堂级的文物修复者们的工作和生活。通过纪录片的真实展现，传统文化及文化工作者的亲近感打动着人们的心。此后还出现了《如果国宝会说话》（2018）和《但是还有书籍》（2019）等现象级文化纪录片作品，**用精细制作将阳春白雪转化为真实生动的故事，实现人文情怀的传播和数字化的文化传承**，网友纷纷发送弹幕表达情感，“安利”和“二刷”成为文化传播的生动注脚。

文物拟人化：古今皆然 栩栩如生

➤ 文物拟人化是一种将文物赋予生命、人格和情感的创意表现方式，旨在通过新兴技术和创意手法，让人们更加亲近和理解文物的历史文化内涵。



人格赋予

将文物视作具有情感、动机和特质的实体，以增强其个性化和人性化

情景呈现

将文物置于具体的历史或当代文化情境中，以便观众能够在特定环境中感知文物

故事活化

将文物的文化内涵以引人入胜的叙事和表现方式呈现出来，从而吸引观众的兴趣

情感连接

赋予文物情感特质，引发人们情感共鸣，更容易与文物产生情感联系

价值认同

通过拟人化传递文物所代表的文化、历史和共同记忆，产生价值观的认同感

互动参与

与拟人化的文物进行交互，参与社交仪式并赋予共同意义，深化认知度与参与感



故宫文创：IP活化，二次创作

故宫文创在2014年《雍正：感觉自己萌萌哒》将古画中的皇帝拟人化，例如四款折扇产品，讲述其从宠爱到处决年羹尧的故事：

“朕亦甚想你”、“朕即福人矣”、“朕心寒之极”、“朕生平不负人”。



如果国宝会说话：文物聊天，亲切生动

摄制组走访了近百家博物馆和考古研究所，五十余处考古遗址，最终从300多万件珍贵文物中精选了100件国宝予以拟人化。

“国宝留言持续更新中，请注意查收！”拟人化的处理方式拉近了文物与观众的距离，用数字化技术和现代感叙述实现创新性发展。



陕西博物馆：简介单薄，引发争议

2019年，陕西博物馆为西汉鎏金铜马标注拟人化简介，引发了“平易近人”还是“有失严肃”的争论，拟人化的同时要合理化，兼具生动趣味与严肃知识。



《此画怎讲》：古画新讲，借古喻今

文物拟人化微纪录片《此画怎讲》选择了中国美术史上著名的14幅人物古画作为背景，通过演员最大程度地还原人物服饰和道具，演绎古画中的场景，以幽默风趣的方式向观众介绍历史知识。不仅提供了一种现代技术的数字化表达，还以古人的视角审视当下年轻人的生存状态，探讨社会现象和热门社会议题，引发观众的共鸣，在豆瓣获得8.2分。。

文旅官方号：活化叙事 亲民表达

文旅局长出圈：平等交流互动 传播特色文化



□ 抖音数据显示，文旅局长带动的“文旅局长说文旅”“文旅局长卷起来了”各类话题讨论，累计播放超4.26亿次，获赞超660万个，评论近100万个，分享超119万次，全国各地文旅局长纷纷“应战”，将“文旅局长出圈”的话题热度持续。文旅官方账号的主体代表主流政府形象，而各地文旅局长放下架子、贴合实际，在个人账号用网民喜闻乐见的方式诉说地域民俗文化，展现当地风景特色。社会媒介化的时代为地域特色文化宣传提供了新方式，可亲可感的叙事表达与实实在在的服务举措，成为带动文化和旅游的新活力。

博物馆“官方整活”：内容更接地气 形式与时俱进

① 满足公众需求的关键在于内容，需要将娱乐性与知识的严谨性有机融合，以激发公众共情和共鸣，实现文化价值的传播。博物馆等文旅官方账号对简短通俗故事进行艺术加工，利用各种技术手段进行呈现，从而受到受众的青睐，成为重要的碎片化学习和娱乐方式。



② 用短视频把严谨的文物简介转换为趣味活泼的符号，运用动画特效和卡点音乐等对内容进行包装，才能在短时间内吸引观众兴趣，激发其转发和评论欲望，达到破圈传播效果。



③ “破圈”文化认同
年龄认同：00后“上岗整活”，热词展现官号年轻化表达，严肃向科普兼顾多元需求
地域认同：在家乡和外地博物馆视频下互动，借助IP属地进行参与解读，表达家乡归属和友好交往
文明认同：文博内涵传播，中华文明认同，彰显文化自信



□ 2023年，抖音邀请全国博物馆加入“抖in博物馆”话题，获得6.2亿次播放，各地博物馆官方账号融入网络群众路线，关照不同年龄、学识、职业的人群，面向多元化的对象和多元化的需求，破除精英文化的诠释模式，用接地气的内容和与时俱进的形式，将传统与现代融合，实现文化价值的传播。

文旅数字化：最新成果 实效卓然

➤ 2023年10月，文化和旅游部公布文化和旅游数字化**创新示范“十佳案例”**和34个**“优秀案例”**，集中示范推广文化和旅游领域数字化创新的最新成果。示范案例聚焦文化和旅游数字化共性问题，充分应用人工智能、虚拟现实等数字新技术，在**引领、支撑文化和旅游行业发展**方面取得实效。

数字技术

“一是重在以数字**技术传播中华优秀传统文化**，坚持守正创新。二是重在以数字技术**扩大公共文化服务覆盖面**，推动服务普惠应用，满足人民群众文化需求。三是重在以数字技术**推进模式创新、业态创新、方式创新**，赋能文化和旅游高质量发展。”
——文化和旅游部科技教育司

赋能文化艺术创作生产



百度文心大模型创新文化产品生产方式，
上图为补全《富春山居图》残卷



沉浸式戏曲《黛玉葬花》应用虚拟现实技术，将虚拟越剧表演与真实舞台装置有机结合、叠加显示，创新观演模式

助力公共文化服务水平提升



“永乐大典高清影像数据库”应用三维复原技术，沉浸式展示《永乐大典》40册75卷内容



“文管在线”系统应用智能识别技术，实时监测网络主播，提高文化和旅游市场监管执法效能

驱动文化和旅游业态创新



抖音直播打造云上演出场景，构建“线上线下融合，演出演播并举”的“双演”模式



《红楼环境》数字展以10亿级超高清像素数字化采集还原的《全本红楼梦》图册画面，创新传承经典

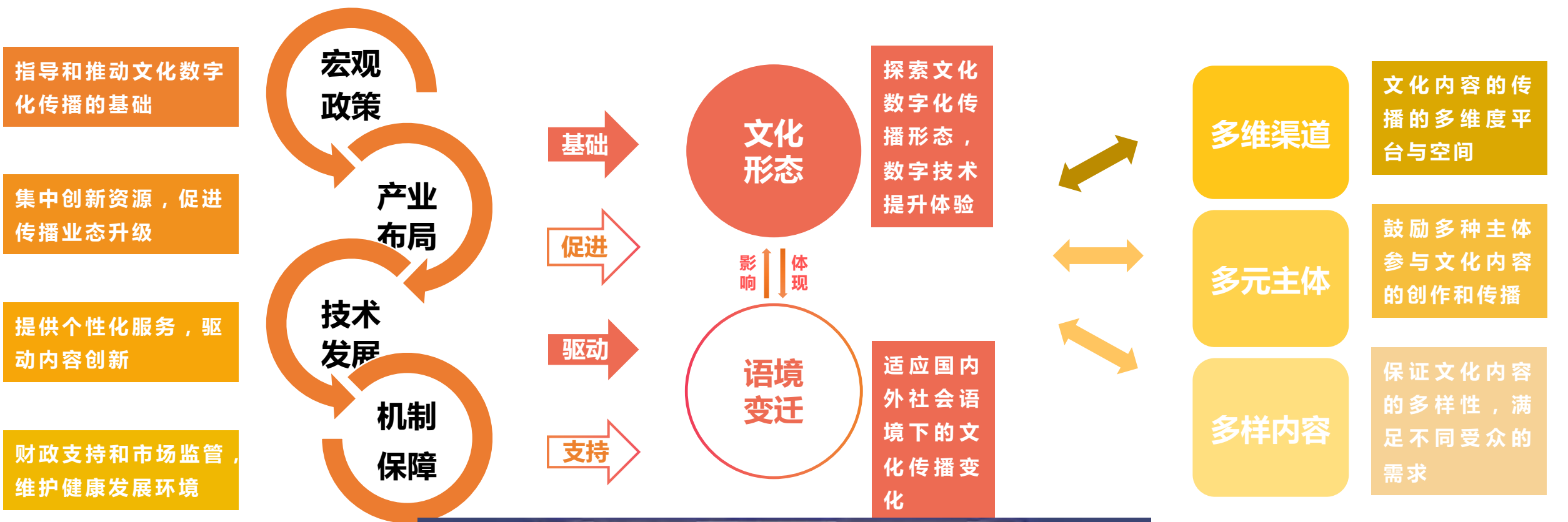
传播图景：多维多样多元 兼具广度深度

中华文化的数字化传播是一个涉及众多层面的复杂过程，它不仅涉及文化资源的数字化展示和传播，还包括文化体验的形式创新、新兴传播载体的应用、文娱产业新业态的探索、人工智能生成内容的赋能、公共文化服务的提升以及文化内容的国际传播等，**需要构建传播内容框架与相应传播图景，推动中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。**

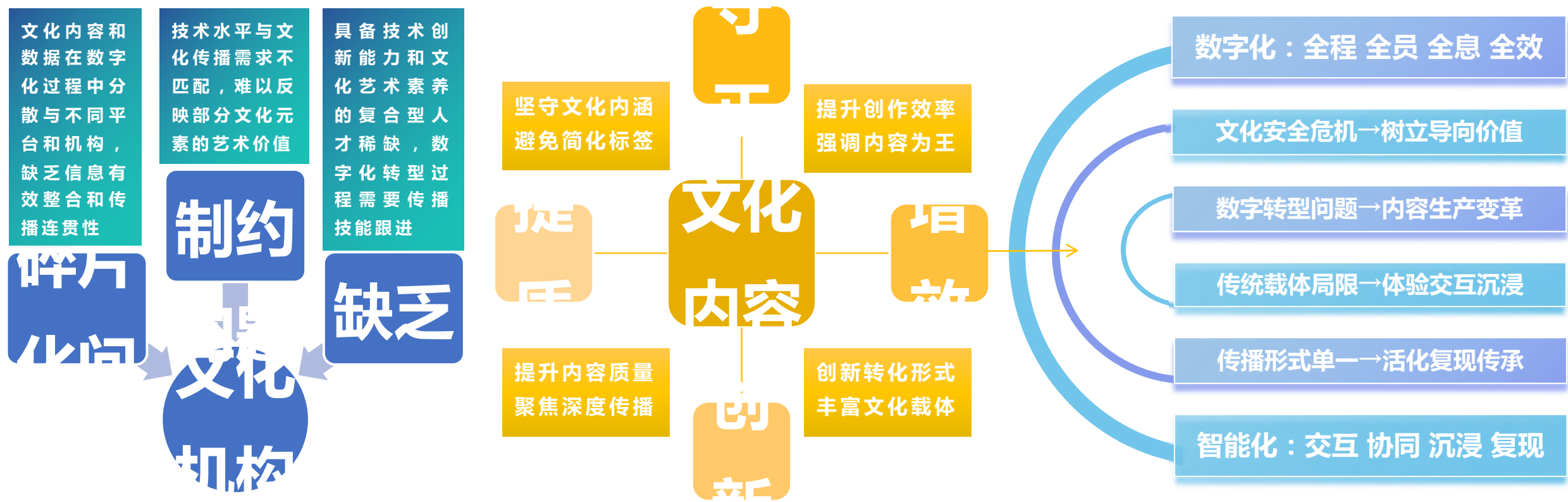
宏观层面：传播基础

中观层面：传播语境

微观层面：传播方式



传播挑战：抓住变革机遇 积极应对问题



技术赋能创新
增强中华文明
传播力影响力

- 拥抱技术、理性监管
- 洞察需求、细分受众
- 超越冲突、价值共鸣

如何将中华优秀传统文化所蕴含的讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同等思想理念融入技术要素，调用多模态信息要素将抽象的概念转变为具体的叙事方式，是技术赋能文化创新、增强中华文明传播力影响力需要回答的核心问题。

——清华大学新闻与传播学院副院长 张莉

未来篇



人形机器人：人机传播中的文化价值

陪伴式机器人

+

服务式机器人

我国60岁以上的老年人口已超2亿，社会老龄化问题严峻，老年人的陪护难题也让家用型机器人的市场前景越来越大。未来，机器人能以戏曲、歌曲、综艺节目等方式为老年人提供精神文化服务。

此外，同样适用于儿童、孤独症患者等需要心灵抚慰疗愈的群体。

改变与文化的沟通方式

2023世界机器人大会上，超仿生机器人、人形机器人、四足机器狗、机械臂等扎堆亮相。大模型的赋能让机器人更加灵活，交互能力更强。



“诗仙”李白对酒当歌，正在朗诵《将进酒》，
“诗圣”杜甫拍案叫绝：“好诗，太白兄！”



机器人文明：机器人自生文明的加速逼近

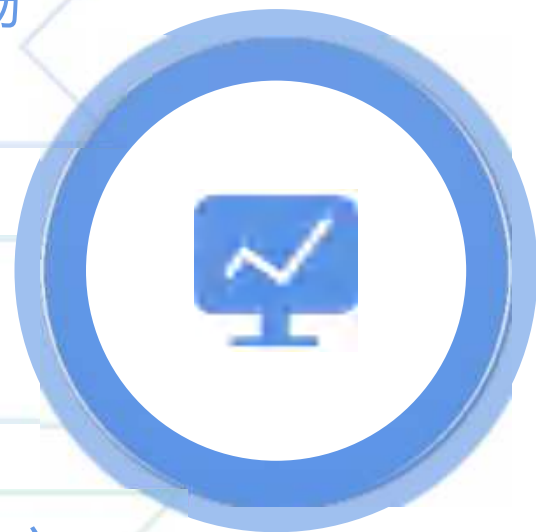
机器人演进脉络		实践表现	文明形态
人类文化范畴	青铜时代	遥控操作机器，工厂流水线上的劳工	取代部分人类劳动密集型生产活动，与人缺乏交互，完全代表人类文明。
	白银时代	基于算法设定的深度学习，识别、理解、推理、决策	人类算法设定、机器人学习并产出成果的人机协作模式，表现为一种与人类文明交织的文明形态。
非人类文化范畴：机器人文明		未知时代 机器人自主意识，脱离人类掌控	机器人自生的文明形态，包括： 1.无差异性、人性恒定的机器人种族； 2.机器人种族的专享社交圈层； 3.机器人间技能的无边界共享； 4.数字记忆为机器人创造永生条件； 5.机器人自创的哲学、宗教和艺术。

新型数字文明：文化元宇宙与深度娱乐化

游戏成为新技术实验场
和新文明探索空间

文化的娱乐化供给
创造需求

元宇宙数字形态目前主
要通过游戏实现



在游戏皮肤、元宇宙虚拟形象的消费中，个体通过对数字存在的体察、对数字身份的理解及其数字行为的实践共同建构起“**数字自我意识**”。

—— 张铮、刘晨旭，2023



杭州亚运会上，民众可以通过“吉祥物裸眼3D”通过大屏与吉祥物零距离互动；“数字火炬手”则由超过1亿人参与，汇聚而成。

跨时空对话：既往生命体与现实的沟通



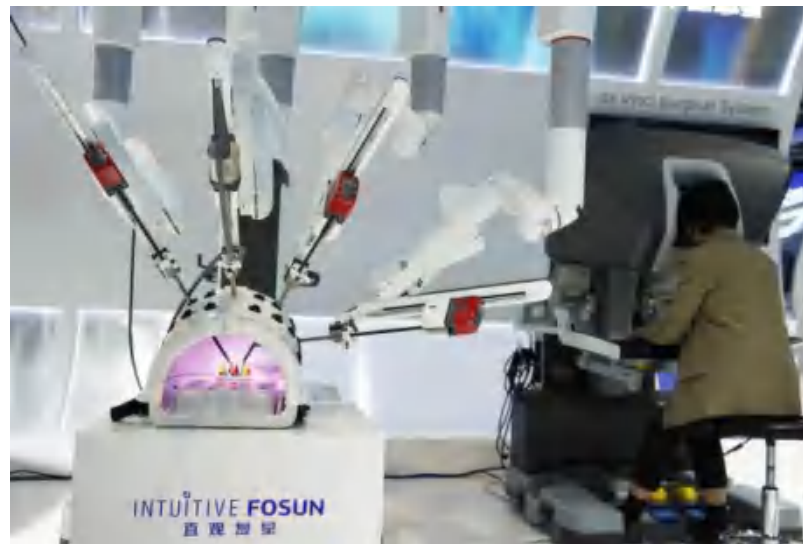
- 未来，**人类文化知识库**（来自文学、哲学、艺术、商业领域的专家或从业者构建起的文字资料或创意方案）能够通过机器学习的方式生成一种混杂式的**智慧生命大脑**。
- 在人类的知识库中调动相关数据资源就可以让**既往的生命体与现实进行对话**。



“技术友好型” 社会：善用技术造福人类



- AI手语数智人主播用活灵活现、准确无误的手语，为听障人士生动地传达了北京冬奥冰雪赛事的精彩内容。整合了**3D数字人建模、语音识别、语义理解、机器翻译和图像渲染**等技术后，AI手语主播的表达能力极强，接近真人，并且能自行学习，快速补充海量新词、热词。
- 未来，智能技术（特别是多样技术的整合）将更多地赋能**公共文化服务**。



2023年，**国产达芬奇手术机器人**在进博会正式亮相。由患者手术平台、医生控制台和影像处理平台组成。得益于手术机器人纤细的机械臂和加长的手术器械，布孔和定位更加简洁、高效。直觉式操控的可转腕手术器械和3D高清手术视野**助力手术更便捷灵活**。

创意经济：深化文化经济形态的需求转向

	逻辑	实质	核心	目标
创意者经济	生产者逻辑	以内容生产者为主体，强调创作者的创意生产赋能文化经济	重生产行为、重生产者、重生产结果	为有创造力的人提供获得经济回报的机会
认同者/体验者经济	产消者逻辑	以泛化的产消者为主体，强调需求侧身份认同搭建数字文化产业的链条	重生产力的来源、重认同结构与确认	搭建身份认同机制，从需求端侧重用户的消费体验与再生产行为

ChatGPT等高互动性、高智能性的人工智能技术在传播领域应用深入，其背后展现的**数字化颠覆力与创意经济影响力**成为未来发展的关键。

数字**“新新人类”**以个体的文化身份寻找自己感兴趣的领域，在以**“认同”****“偏好”**为文化线索的身份提取中，赋予其参与的文化消费活动以深刻的社会经济内涵，如**IP产品**的高度参与式消费，**短视频**的转化消费实践。

定制文旅：文旅服务的个性化、私人化趋势

定制化虚拟导游

- 定制化的人机陪伴式旅游会成为一种可能。
- 目前，文旅领域的虚拟机器人的成本还比较高，且更多像传统导游一样带领团队。
- 未来，个性化、定制化的虚拟数字导游能根据游客时间、特质进行团队匹配或者一对一匹配。

AI私人旅行助理

- 深度学习用户旅行偏好
- 协助订票、订车、订酒店，安排行程。
- 根据天气情况、身体情况数据调整行程，确保用户的旅途舒适度。
- 根据各地文化机构、博物馆、剧院的数据，为用户提供丰富的文化活动和体验安排。



市场激荡：文化市场透明化与AI版权复杂化

● 文化IP更精准估值

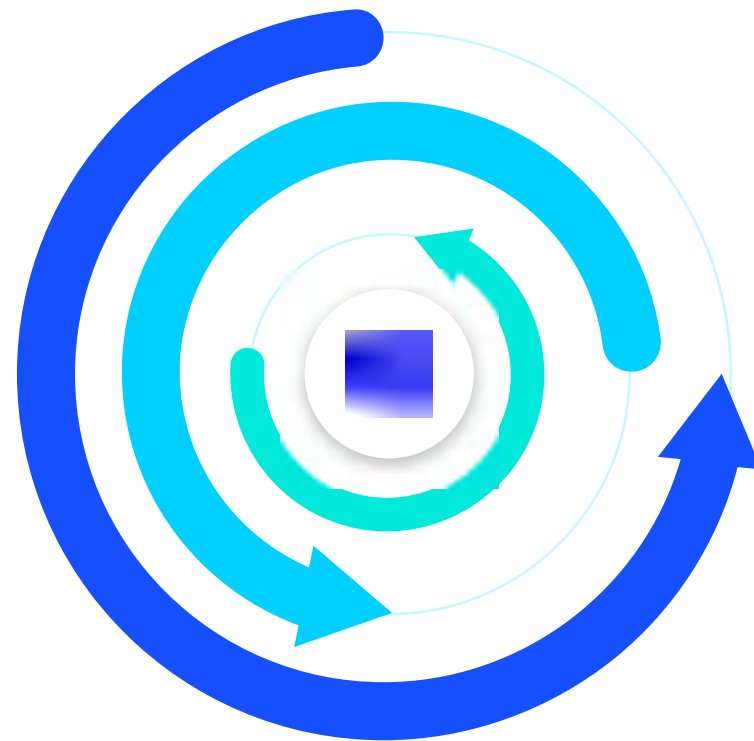
科技和数字化发展可能解决文化艺术市场**IP估值**这一难题，提供新的评估方法。

人工智能通过广泛信息搜寻和处理，可能实现更精准的IP价值衡量。未来也可能会有更好的**精准估值模型**出现，服务文化IP的高质量发展。

AI版权市场复杂化 ●

现在人们已经对**AI创作与版权利益的分配**产生质疑。例如，如果让AI画了一幅画并获收益，该如何分配版权利益？此外，这还涉及到复杂的版权问题和开源AI训练的问题。

未来可能出现专门为AI提供的版权，也会有相应的**版权交易市场**和**二级市场**，这可能会颠覆支撑文化经济发展的版权逻辑。



共焕新机：传统文化与现代文化的持续融合

文化数字化对传统文化的保护和传承产生积极影响

01

数字技术的出现，为有脆弱性和易逝性特征的传统文化的保存和传承提供了新的可能性，传统文化也可以通过虚拟现实、增强现实等方式焕发新的生机。

文化数字化促进中华优秀传统文化和现代文化结合

02

数字化的技术和手段推动时空压缩，进一步推动中华民族的现代文明与中国优秀传统文化相结合。

文化数字化推动着全球文化的交流与融合

03

人们不再受地理位置的限制，可以轻易地接触全球文化艺术，打破了文化隔阂，增强不同文化之间的理解和包容，进一步推动中华现代文化的多样性发展。

附录

APPENDIX

CONCLUSION

参考文献

- 陈昌凤. 元宇宙:深度媒介化的实践[J]. 现代出版, 2022(02): 19-30.
- 蔡馥谣. 由跨向转: 新时代跨文化传播理论升维与实践创新——史安斌教授访谈录[J]. 中华文化海外传播研究, 2022(02): 61-74.
- 曾文. 城乡一体化背景下公共文化政策的历史演变与未来展望[J]. 图书馆杂志, 2023, 42(04): 24-33.
- 董丹华. 基于DNA模型的中国档案保护技术文化基因提取与分析[J]. 档案学通讯, 2021, (06): 85-93.
- 范红, 何佳雨. ChatGPT视角下的中国国家形象图景: 分析与思辨[J]. 对外传播, 2023, (04): 19-22.
- 范红, 苏筱. 新时代中国形象的多元建构与国际传播策略[J]. 对外传播, 2022, (02): 67-71.
- 范红, 周鑫慈. 中国传统节日在国家形象建构中的符号表征与创新传播[J/OL]. 艺术与设计(理论), 2022, 2(12): 26-29. DOI:10.16824/j.cnki.issn10082832.2022.12.002
- 范周. 数字经济变革中的文化产业创新与发展[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2020, 37(01): 50-56.
- 方辉. 中华文明起源与发展的连续性及其文化基因[J]. 中国社会科学, 2023, (08): 10-15+204.
- 光明网: 《VR看进博好物: 国产达芬奇手术机器人》, https://m.gmw.cn/2023-11/08/content_1303564395.htm, 2023-11-08.
- 胡惠林. 以总体国家安全观塑造国家文化安全新格局——马克思主义国家文化安全理论与实践中中国化[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2022, (10): 29-42.
- 胡敏中. 消费文化与文化消费[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2011, (01): 88-91.
- 胡钰. 文创理论与中华文化创造力[M]. 北京: 人民出版社. 2022
- 胡钰. 文化更深 创意更活[N]. 人民日报, 2022年3月29日(11版).
- 胡钰. 中华人文精神的内涵与传播[J]. 当代传播, 2022, (02): 4-10.
- 胡钰. 论国潮的时尚传播、消费文化与文创理念[J]. 当代传播, 2022(06): 55-58.
- 胡钰. 论国潮的时尚传播、消费文化与文创理念[J]. 当代传播, 2022(06): 55-58.
- 胡钰. 习近平文化思想的战略内涵[J]. 青年记者. 2023.10
- 黄永林, 傅明. 中国式现代化背景下文化产业供需双向升级和高质量发展[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2023(06): 31-43.
- 黄永林. 数字经济时代文化消费的特征与升级[J]. 人民论坛, 2022(09): 116-121.
- 李林. 数字文化产业与国家文化安全——基于国家数字化战略的思考[J]. 出版广角, 2021(03): 6-10.
- 李维武. 传统文化的创造性转化与创新性发展——对习近平文化观的思考[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2018, 71(03): 5-12.
- 李新潮. 中华优秀传统文化“创造性转化、创新性发展”思想研究[D]. 兰州大学, 2021.
- 刘佳静, 郑建明. 国外公众文化素养的研究现状、热点与趋势[J]. 图书馆建设, 2022(05): 73-83.
- 罗昕. 数字化传播: 激活中华文化时代魅力[J]. 传媒论坛, 2023(08 vo 6): 3.
- 潘颖, 郑建明. 近十年乡村公共数字文化服务研究进展与思考[J]. 文献学研究, 2021(09): 67-72.
- 彭宗超, 路璐. 中国和平发展的文化基因与历史经验[J]. 人民论坛, 2022, (Z1): 85-87.
- 齐骥, 陈思. 数字化文化消费新场景的背景、特征、功能与发展方向[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2022(12): 35-43.
- 邱勇. 中国式现代化开辟了人类实现现代化的新道路[N]. 光明日报, 2022-11-02(011).
- 人民日报社. 把中国文明历史研究引向深入 推动增强历史自觉坚定文化自信[N]. 人民日报, 2022-05-29(001).
- 人民日报社. 习近平在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话[N]. 人民日报, 2016-12-01(002).
- 沈蔚. 数字阅读研究: 从文化消费到意义生产[D]. 武汉大学, 2014.
- 史安斌, 朱泓宇. 数字华流的模式之争与系统之辩: 平台世界主义视域下中国国际传播转型升级的路径与趋势[J/OL]. 新闻与传播评论, 2022(05 vo 75): 5-14. DOI:10.14086/j.cnki.xwycbpl.2022.05.001. 孙冲亚. 数字帝国主义时代的文化安全风险及其应对[J]. 马克思主义研究, 2021(06): 115-123.

参考文献

完颜邓邓. 基本公共数字文化服务均等化研究[D].武汉大学,2020.

王敏,李雨.中国对外文化形象：“西圈”指标、“出圈”壁垒与“破圈”机制[J].新闻与传播评论,2022,75(02):114-128.

王亚楠. 中国文化消费区域差异影响因素研究[D].南京大学,2022.

习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[N]. 人民日报,2017-10-28(001).

习近平. 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 学习出版社、人民出版社, 2014.

肖凌.新时代维护国家文化安全的理论逻辑与路径选择[J].学习与探索,2022(09):51-57.

肖希明,张芳源.国外公共数字文化资源合作保存模式研究[J].信息资源管理学报,2014,4(02):37-44+57.

新华社.习近平：举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N]. 新华社, 2018-08-22.

易莲媛,刘殷子惠.“文化劳动新国际分工”视野下的中国移动游戏工业“走出去”[J].北京文化创意,2023,(01):4-10.

远瞻智库（2022）：《文化数字化：数字时代的文化新基建》

翟慧霞. 中华文化数字化国际传播的路径探索与思考[J]. 传媒, 2021(19): 74-76.

张宏伟.公共文化服务数字化赋能的影响逻辑和发展面向[J/OL].图书馆论坛:1-8[2023-10-11].

张京唐,张誉上.从“剧本杀”到“密室逃脱”：沉浸式娱乐的青年画像、多维致因及风险规制[J].青年学报,2023(01):78-85.

张莉, 叶旻尔. 新兴媒介技术在中华文化海外传播中的应用策略探析[J]. 对外传播, 2023(10): 16-20+47.

张铮, 方诗敏. 文化突围与技术革新：新时代的数字文化“出海”研究[J]. 对外传播, 2023(7): 12-16.

张铮,刘晨旭.建构数字自我意识：“Z世代”青年数字形象消费中的新认同实践[J].福建论坛(人文社会科学版),2023(08):30-39.

张铮、许馨月. 从创意者经济到认同者经济——数字文化产业发展模式的需求侧转型[J].苏州大学学报社会科学版.2023.6

张铮.“网红城市”该如何“长红”[N].社会科学报，2022-07-07.

张铮.文化产业数字化战略的内涵与关键[J].人民论坛,2021(26):96-99.

张铮.新时代社会文化新需求分析[J].人民论坛,2020(20):133-135.

郑琼洁,成一贤.文化产业的数字生态与高质量发展路径[J].南京社会科学,2022(01):155-163.

中共中央办公厅、国务院办公厅（2022）：《“十四五”文化发展规划》，北京：中共中央办公厅、国务院办公厅。

中共中央办公厅、国务院办公厅（2022）：《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，北京：中共中央办公厅、国务院办公厅。

中共中央办公厅、国务院办公厅（2022）：《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，北京：中共中央办公厅、国务院办公厅。

中共中央办公厅、国务院办公厅（2022）：《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，北京：中共中央办公厅、国务院办公厅。

中共中央办公厅、国务院办公厅（2023）：《数字中国建设整体布局规划》，北京：中共中央办公厅、国务院办公厅。

周鸿铎.当代中国文化和文化财富积累[J].当代传播,2009(03):58-61

周庆安, 朱虹旭. 难以想象的共同体：全球数字空间的身份认同重构[J]. 新闻与写作, 2023(6): 43-51.

参考材料

《“出海”会是微短剧的下一个盈利点吗？》，<https://mp.weixin.qq.com/s/I5Vtp8bYxdIhfw-vVe-TCQ>
《The Park Playground 推出 LBE VR 密室逃脱体验<The Break-in>》，<http://vr.sina.com.cn/news/hot/2023-10-31/doc-imzsypps3044196.shtml>
《短剧出海爆发进行时：头部月赚500万美元，网文厂商一马当先》，<https://mp.weixin.qq.com/s/iGYHDEi6KYY6iT7TrqvsfQ>
《短剧出海看美国？头部产品流水再翻番》，<https://new.qq.com/rain/a/20230628A0831A00>
《二手消费全球走红 年轻人环保理念提升》，http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202210/08/t20221008_38149029.shtml
《国内首座地铁数字艺术馆亮相长沙》，<https://new.qq.com/rain/a/20210428A069WN00>
《跨界“出圈”塑造汉派服装新形象 “2023武汉时装周产业荟”开幕》，<https://new.qq.com/rain/a/20231025A08R5N00.html>
《诗画中国》打开“诗情画意”新维度-国际在线[EB/OL]. [2023-11-09]. <https://ent.cri.cn/20220927/c74e74ed-e6d0-521f-1cce-2165d5422b0a.html>.
《线索藏在文物里，“博物馆剧本杀”来了！》，https://culture.gmw.cn/2021-09/14/content_35161463.htm
8K 技术创新助力内容升级——大型纪录片《紫禁城》超高清摄制技术解析-重点文章-《现代电视技术》杂志官网[EB/OL]. [2023-11-09]. <https://www.birtv.com/Magazine/content/?695.html>.
Art touch典藏：<https://artouch.com/art-news/content-39917.htm>
百度梁志祥：生成式AI大模型将重塑网络文化并带来三大改变[EB/OL]. [2023-11-07]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777428638786932727&wfr=spider&for=pc>
开放博物馆官网：<https://openmuseum.tw/curations>
璃月[Z/OL]//维基百科，自由的百科全书. (2023-09-13)[2023-11-08]. <https://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E7%92%83%E6%9C%88&oldid=78901725>.
南京博物院<https://www.njmuseum.com>
起点国际[EB/OL]//百度百科. [2023-11-08]. https://baike.baidu.com/item/%E8%B5%B7%E7%82%B9%E5%9B%BD%E9%99%85/20845572?fr=ge_al.
前瞻产业研究院《2023年中国移动游戏行业全景图谱》，<https://mp.weixin.qq.com/s/ld6ksRzkox7rYnHhpO-6yA>
数字技术让观众置身古画中-清华大学[EB/OL]. [2023-11-09]. <https://www.tsinghua.edu.cn/info/1182/100721.htm>.
台北故宫博物院 <https://www.npm.gov.tw/>
台南仁寿宫 <https://www.renshougong.org/>
网路拜拜 <http://www.baibai.ufc.com.tw/>
网易号（2022年7月17日）：博物馆数字化赋予文物“新生命”，让文物真正“活”起来！，获取自：<https://www.163.com/dy/article/HCFKS4N40538205Q.html>
新北市政府公线上追思祭拜系统<https://worship-online.ntpc.gov.tw/>
新华网（2022年5月23日）：让中华文化更“活”更火——透视《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，获取自：https://www.gov.cn/zhengce/2022-05/23/content_5691982.htm
张烈、张超：从“数字藏经洞”看优秀传统文化的数字化创新模式-清华大学[EB/OL]. [2023-11-09]. <https://www.tsinghua.edu.cn/info/1662/103179.htm>.
郑悦：数字赋能艺术的意义是什么_澎湃号·媒体_澎湃新闻-The Paper[EB/OL]. [2023-11-09]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17629002.
中国新闻网（2022年11月10日）：“数字化时代：中华文化的创造性转化与全球传播”论坛举办，获取自：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1749105389175711492&wfr=spider&for=pc>
中华儿女（2020年5月24日）：全国政协文史委副主任王世明：依托文化新基建促进艺术与科技深度融合提案，获取自：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1667520795589587802&wfr=spider&for=pc>

参与成员

清华大学新闻与传播学院教授

胡钰

张铮

沈阳

清华大学博士后

樊溥

清华大学博士生

陈诗丽

陈禄梵

金信

刘钰潭

刘晨旭

倪彬彬

王怡欢

袁寿悦

朱戈奇

许馨月

张慧敏

清华大学硕士生

程海涵

霍亦宁

丁宇涵

陈晨

陈宇

潘懿锟

朴政安

刘宝宇

向诗雨

仲宇璐

郑逸君

特别致谢

华东政法大学
教师

陈雪薇

苏州大学
教师

吴福仲

清華大學 文化创意评论
Institute for Culture Creativity, Tsinghua University

集聚创意
引领文化



微信号 THU-ICCR
长按右侧二维码关注 ↗



新媒沈阳



扫一扫上面的二维码图案，加我微信

(如有错误，提醒修订)