编者按 为深入贯彻落实习近平文化思想，推进文化产业高质量发展，“2024文化强国建设高峰论坛”专门设置文化产业创新发展分论坛，论坛以创新引领文化产业高质量发展为主题，邀请骨干文化企业领军人物，共话文化产业发展大计。

创新引领文化产业高质量发展

“2024文化强国建设高峰论坛”专门设置的文化产业创新发展分论坛现场。（资料图片）

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军——

做好文化科技融合文章

坚持对创新的求索是文化企业的基因密码。湖南广播影视集团正在布局“国有数智超级平台”，这是一个以长、中、短内容贯通的平台，是文化和科技双引擎、双驱动的平台。

以创新为驱动，才能始终立于潮头。当用户不再满足于长内容，湖南广电全面推动内容侧转型升级，组建“微创新中心”，打造新模式、新内容的“集中训练营”。当用户不再满足于纯粹观看，更注重亲身体验，湖南广电运用新技术，打造芒果大模型、AI导演“爱芒”，让用户云游于“芒果平行宇宙”。

新时代，答好文化和科技融合这一重大命题，不是做简单“数学相加”，而是一道“综合题”。

一方面，“向内求索”。10年前，湖南广电打造了芒果TV；2年前，湖南卫视、芒果TV双平台深度融合。去年，集合双平台、小芒电商、金鹰卡通四平台超芒生态。今年，紧扣文化科技融合，打造“数字文博大平台”，芒果生态产业链更加立体、更加多元、更具生命力。

另一方面，“向外生长”。围绕湖南省推动文化科技融合重要部署，湖南广电紧紧围绕IP优势，加快发展新型文化业态，打造演播厅集群、音视频设备展、动漫游戏产业聚集区等，形成聚集效益，打造产业高地。

江苏凤凰出版传媒集团总经理李贞强——

“上云用数赋智”促转型

数字化转型是国有文化企业赢得核心竞争力的关键一招，是关乎生存和高质量发展的“必答题”。近年来，江苏凤凰出版传媒集团在“上云用数赋智”促转型工作中迈出坚定步伐。

做好顶层设计，提供有力保障。江苏凤凰出版传媒集团把“数字化战略”作为重要发展战略，持续推进。一方面，加速传统业务“上云用数赋智”转型和新业务培育，对融合发展重点任务作出全面布局；另一方面，每年安排3000万元专项资金，对融合出版重大平台建设、专业内容资源研发等重点项目进行资助。

坚持因企制宜，注重分类指导。江苏凤凰出版传媒集团根据自身主业特点，将教育出版作为“上云用数赋智”突破口，较好地发挥了自身优势，也解决了主业发展的急迫需求。同时，随着移动互联网快速兴起，江苏凤凰出版传媒集团及时调整策略，大力深耕新媒体领域，形成了集团化优势。

坚持“数文化”引领，注重机制创新。“上云用数赋智”，需要形成共识，激发各企业的内生动力。江苏凤凰出版传媒集团以凤凰学院为平台，作“上云用数赋智”相关知识培训，不断增强集团各层级企业负责人的紧迫感责任感使命感，不断提高全体员工的数字素养和技能，以企业数字文化引领企业数字化转型。

中南大学人文学院教授、博士生导师杨雨——

多措并举传播优秀文化

除了传统的文本解读与研究，我们还能从中国古代文学经典里读到什么？还能从什么角度去传播文学经典中的优秀传统文化元素？

中国传统文学经典不仅蕴含着宏大的历史叙事、磅礴的情感力量，还包含着与现代意义上的学科交叉研究与创新传播途径。古典诗词中有一种常见创作手法叫作“对面悬想”，相关的诗作体现的是情感中常见的“心有灵犀一点通”的默契，而类似的手法一直沿用到当代的诗歌创作中，例如余秀华《神赐的一天》。从古典诗词到当代诗歌的这类表达方式，与物理学中的量子纠缠极为“神似”，物理学家甚至可以用物理公式来表达这种诗歌中的抒情模式。尝试这样的跨学科视野，对我们更全面解读古代文学经典，创新传播古代文学经典提供了有益借鉴。

要站在跨文化的角度对中国古典诗词进行解读，并与不同语言背景、不同文化背景的文学经典进行“对话式”解读与传播。理解不同文化背景中的相似浪漫，也为创新中国文学经典的海外传播模式提供了有益借鉴。

完美世界CEO萧泓——

打造数字时代文化景观

在文化强国建设、国家文化产业数字化战略等国家战略引领下，中国游戏与传统文化、传统产业双向奔赴，在提升经济效益的同时，社会效益显著提升。

游戏推动传统文化数字化传承创新，打造了数字时代文化新景观。通过游戏，传统文化以更富有吸引力的方式呈现在人们面前，吸引更多年轻人的关注和参与。同时，传统文化中蕴含的丰富故事、神话传说、历史人物等元素也为游戏内容创新提供了源源不断的灵感。

游戏与传统文化的创新性融合，有利于传统文化的国际化传播。游戏产业日益注重中华文化表达，把中国传统文化融入游戏各个环节，从开发到设计，从宣传到文化周边，在增进玩家对中国文化的认同感和文化自信的同时，也让更多海外玩家能够深入体验和感受中华文化的独特魅力。

游戏作为数字世界的先行者，可以将技术、文化、旅游等多元内容融合到一个虚实共振的文化新空间，这也为产业带来新蜕变。例如，游戏与线下景区合作，为游客提供游戏化、沉浸式的文旅体验。在安徽绩溪县的“徽韵绩溪·百里画廊”沉浸式光影艺术展厅，利用现代数字技术呈现了中国龙川、千年仁里等绩溪山水美景，助力推动绩溪产业数字化转型和乡村振兴。

哈尔滨马迭尔文旅投资集团党委副书记、总经理周巍——

推动冷资源变身热经济

哈尔滨拥有得天独厚的冰雪资源禀赋，发展特色文化旅游就是以冰雪文化为核心，以冰雪旅游为核心吸引，不断丰富旅游产品供给和提升游客旅游体验。

旅游已从过去的观光式旅游转变成了体验式、度假式的旅游，不应局限于传统的“吃、住、行、游、购、娱”六要素，而是应该紧紧抓住核心IP打造、情绪价值提供、消费场景搭建三大要素。情绪价值是旅游业的核心要素，相关企业要认真分析客群，想尽办法给他们提供充分的消费体验。

如何切实推动“冷资源”变身“热经济”？需要充分有效利用宣传媒介、宣传手段，推广新产品，宣传正能量。需要有为政府、有效市场、有爱市民同心协力，全面调动各方资源为游客服务，使“以客为先、以客为尊、以客为友、以客为亲”成为有关管理部门和广大市民的自觉行动，用不断升级的“全城待客”和“全民宠客”模式提升城市的影响力和美誉度，持续赢得线上线下的口碑、迎来线下的奔赴。

快手科技总编辑刘洋——

网络文化要以内容为王

“直播+短视频”正持续助力打造文化产业发展新业态，任何一种文化产品是否有市场，任何一种产业形态是否有活力，主要取决于内容质量。

内容为王，是一个不容争辩的命题。平台应守正创新，努力体现人民性、时代性、开放性，构建真实、美好、多元、有益的社区内容生态，吸引不同地域、不同行业、不同背景的用户在快手汇聚，共享向上向善、丰富多彩的网络文化。

一方面，文化产业创新发展离不开一批有想法、善创新、能力强的生力军。网络文化产业作为新产业、新业态、新商业模式的发展重点，已经成为广泛吸纳就业、推动产业升级的重要途径。直播短视频作为一种新的传播媒介，形成的裂变传播将辐射到天南海北，助力文化产业人才培育和成长。

另一方面，5G、云计算、人工智能及区块链等新兴技术持续发展，对于优化升级新质生产力、赋能产业升级等具有很大的想象空间。数字技术的进步也在深刻地创造和改变着时代的文化生态，为文化产业创新发展注入了新的动力。要关注技术前沿，形成创新创作新引擎。

优酷总编辑张丽娜——

文化跨界托起自信自强

信息化时代，只有技术自立，才能托举起自信自强的文化产业。为此，优酷一直毫不犹豫地投入数字技术对影视内容的创作升级，锻造具有国际竞争力的新质生产力。

网络视听的“网”字天生具有“穿针引线”的寓意，将内容生产、技术革新、传播扩音等可独立璀璨的环节如珍珠一样串联起来，再慢慢织成一张包罗万象且彼此相连的艺术之网。近年来，网络视听行业也不断拓展“视听+”的方向和价值：繁荣文旅市场，投身海外传播。

这些年，影视和文旅的双向奔赴不断繁荣文旅市场。在中国许多城市，都有可以跨越时空的IP。优酷和阿里影业的《长安十二时辰》《长安三万里》让“西安”变成世界璀璨的“长安”；《微暗之火》让婺源之美不只停留在油菜花开的季节；网络微短剧也让浙江曹村镇再次开启了自己《飞扬的青春》。

中国故事也借助网络视听鹏飞万里。《欢迎来到麦乐村》让中非友谊绽放“一带一路”；《大唐狄公案》让荷兰与中国的“国际缘分”，跨越世纪、双向奔赴。未来5年，阿里文娱、优酷还将持续投入50亿元，推动“港艺振兴计划”，再次点亮香港文艺独特的光芒界。

科大讯飞股份有限公司总裁吴晓如——

大模型应用促文旅产业

近年来，在不断追赶国外大模型能力的基础上，大模型在文化产业中的落地应用也在加速探索。

例如，把大模型应用于文本创意和写作中，通过交互式对话可以激活作者的灵感。值得注意的是，大模型的能力绝不是简单地帮我们写东西，还可以助力多模态内容生成。例如，它可以激发孩子的想象力、创造力，人机共创，形成全新的故事绘本。此外，在科大讯飞的AI虚拟人交互平台上，形象资产已经超2000项，个性化声音用户超58万，用户可以在平台自动化定制自己的声音。在讯飞智作产品上，视频制作量已超292万，应用于包括新华社等媒体、国家开放大学等教育单位，以及各类企业宣传场景中。

大模型也在助力文旅行业蓬勃发展。去年9月，科大讯飞与国家自然博物馆正式签订了大模型合作的协议，双方用大模型和相关技术，将300万年前的黄河象“复活”，还可以跟人类自由对话，极大启发了人们对自然文化的热爱，也将极大地利用于文化遗产保护与传承。

目前，科大讯飞针对广大内容运营和创业者推出了星火内容运营大师，不仅可以让人工智能帮助选题，还可以让使用者与它一起共创生成图文，达到通用稿件30分钟共创，深度稿件效率至少翻番。

爱奇艺首席内容官王晓晖——

用大时代还原百姓生活

制造一个爆款不难，难的是持续输出爆款。多年来，爱奇艺一直在探索，如何规模化、可持续地打造“爆款”内容。

围绕华夏古城，爱奇艺推出“华夏古城宇宙”系列，打造具有中国历史文化特色的系列IP。目前，古都“洛阳”IP已经完成了综艺、剧集、纪录片、VR全感剧场等多个品类内容的开发，以“一鱼十二吃”业务联动方式，构建文娱产业IP价值商业变现的新模式。

近几年，“一部剧带火一座城”已成常态。2023年的《狂飙》，让广东江门春节期间的旅游人数增长了5倍；2024年的《南来北往》，让取景地潍坊的坊茨小镇成功破圈。最近，《我的阿勒泰》热播，让新疆成了全国观众的心之向往。爱奇艺提前布局，与新疆文旅厅、阿勒泰文体广旅局、花城出版社共同推出《我的阿勒泰》“文旅合作新生态”，四方“共创文化符号、共募生态基金、共设旅游专线、共办线下活动、共建会员机制”，推动影视和文旅的深度联动、双向赋能。

当下，文艺创作要返璞归真。我们更需要哲学思考，怎么智慧地生活，怎么寻求生活的智慧，怎么让影视创作者给予老百姓更多温暖的关照。因此，创作者要把“天花板”打开，用哲学思考，用文学去创作，用大时代还原当下百姓的生活。

华强方特文化科技集团股份有限公司总裁刘道强——

守正创新讲好中国故事

从2014年开始，“熊出没”系列动画电影已陪伴观众走过10年时光。作为创作方的华强方特，坚持实施文化科技融合战略，形成优势互补的全产业链，创新讲述中国故事。

讲好中国故事，一方面要守正，坚守品牌定位，传递正能量和中国文化价值观，打造兼具思想性、艺术性、观赏性的动画作品；另一方面，坚持创新，与时俱进，驱动作品高质量发展。

华强方特动漫坚持团队化和工业化的创作方式，形成从创意孵化、故事创作到制作的全套创作方法和流程。在故事内容和主题上与时俱进，融入热门科技、热点话题，与时代同频共振；在作品质量与观赏性上，持续进行研发和技术提升，不断提升制作质量和效率。

“熊出没”IP创作之初就瞄准国内国际两大市场。作品既要立足中国原创故事和价值观，又要运用国际化表达和呈现方式，对标国际标准，贴近国际受众，让国际观众更容易理解和接受。

华强方特致力于加速优质国产影视走向全球，提升中国文化的国际影响力，目前原创动画作品已经翻译成100多种语言，发行覆盖130多个国家和地区。

浙江省文化产业投资集团董事长林亮——

助推文化消费场景更新

截至2023年9月，全国已建成各类新型公共文化空间3.35万个。公共文化空间是实现精神富有的新平台、文化自信的新阵地，也是服务人民群众文化新需求、发展文化消费的新赛道。

目前，不少文化场馆存在使用频次低、内容服务同质、场景业态单一、服务配套缺位等问题，与老百姓的心理预期有较大差距，运营维护负担也比较重。对此，应充分发挥“政府主导、事企协同、市场运作”的新机制优势，着力推进文化事业、文化产业互促发展，共同推进公共文化空间供给侧结构性改革。

首先，做服务集成者，蓄积产业优势。从空间规划、业态布局、造节策展、文创开发、研学体验、物业管理等入手，优化资金投用模式、合作模式、业态模式、管理模式，形成集成式的公共文化服务供给体系。

其次，做生态构筑者，缔结优势网络。通过合作共建文化“窗口”，跨域、跨级、跨界形成合作网络，持续深化社会力量共建共享机制，持续孵化文化消费新品牌新项目、助推文化消费场景有机更新。

再次，做方案提供者，释放机制优势。以产业运营事业为思路，打造多元主体联动、企业事业协同、空间充分利用、建投管用一体的公共文化空间运营管理新格局。

本报记者 姜天骄 曾诗阳 文字整理 本版编辑 李 瞳 美编 倪梦婷