

智库圆桌(第15期·总375期)

文化产业提速发展增活力

近年来,我国推动健全文化产业体系和市场体系,加强数智技术赋能,文化新业态蓬勃兴起,文化出海“新三样”在海外市场影响力持续扩大。2025年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入152135亿元,比上年增长7.4%。“十五五”规划纲要对加快发展文化产业作出重要部署。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

探索构建文化赋能长效机制

近年来,我国文化产业快速发展,优秀文化IP频频出圈,如何将文化产业的流量红利转化为价值红利?



朱钰(广州大学教授、中国地理学会文化地理专业委员会主任委员):“十五五”规划纲要对加快发展文化产业作出重要部署,强调以文化赋能经济社会发展。发展文化产业既是物质层面拉动经济增长、促进就业的有效举措,又是精神层面增强文化自信与民族凝聚力的重要支点。

我国持续深化文化体制机制改革。《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》《关于推动文化高质量发展的若干政策》等政策文件发布,从数字化转型升级、财税金融、科技创新等方面给予支持。2025年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入152135亿元,比上年增长7.4%。其中,文化核心领域实现营业收入103181亿元,比上年增长11.5%。

近年来,一批根植优秀传统文化、创新表达方式的文化IP强势出圈,成为展现文化产业活力的生动样本。今年春节假期,广东潮汕英歌舞刷屏网络,不仅带火了当地特色美食,更让年轻人领略了非物质文化遗产的魅力,其间汕头接待游客约715.55万人次,实现旅游收入约71.56亿元。在内蒙古呼伦贝尔草原,当地通过发展牧家乐,不仅促进周边农

牧民就业增收,还带来体验游牧文化的旅游热潮。在潮玩和游戏影视领域,泡泡玛特产品、国产3A游戏《黑神话:悟空》畅销全球,电影《哪吒之魔童闹海》票房刷新纪录。这些现象的背后是对中华优秀传统文化的提炼与发展,用现代叙事方式重塑东方美学,并转化为文化消费。但也要看到,文化资源挖掘不深、同质化竞争严重、国际传播力不强、中小微企业融资难等问题依然存在,制约文化产业将流量红利充分转化为价值红利。

文化经营主体普遍存在IP转化能力不足问题。一方面,不少企业热衷于“复制粘贴”网红项目,导致游客“看完即走、只看不消费”。另一方面,数字文创领域虽偶有爆款,但衍生产品开发滞后、超级IP稀缺等问题制约产业整体发展,未能实现全产业链闭环。

产业协同不足与政策未能有效落地并存。文化产业与农业、制造业等的跨界融合有待加深,乘数效应未能充分释放。中小微企业面临融资难困境。尽管各地设立了文化金融服务中心,但由于风险补偿机制尚不健全,担保门槛较高,使企业获得感不强。

文化出海面临“文化折扣”和渠道壁垒。尽管近年来中国文化出海步伐加快,但仍存在市场占比低、技术与平台依赖性高、新兴领域准入门槛高、国际传播不畅等问题。在版权保护与数据治理层面也需进一步强化,文化形象认知标签化的风险仍然存在。

为破除上述梗阻,需构建政策精准引

导、市场高效调节、产业链紧密协同的长效机制。

一是持续深化文化体制机制改革,激活经营主体活力。鼓励民营企业参与国有文化企业混合所有制改革。完善文化领域知识产权质押融资机制,推广“版权+金融”模式,扩大文化企业信贷风险补偿资金规模。针对文化产业轻资产特点,建立政府、银行、担保及保险多方参与的风险分担机制,支持符合条件的文化企业上市融资,积极探索知识产权证券化,带动社会资本加大“投早、投小、投创新”的力度。

二是推动文化与科技深度融合,促进IP全产业链开发。深入实施国家文化数字化战略,建设文化大数据体系,支持数智技术在文化内容创作、沉浸式体验中的应用。通过借鉴国际经验,构建基于本土文化的“原创内容+衍生开发+主题体验”全产业链生态,对文学、歌舞、技艺等非物质文化遗产进行IP化运营,开发多元文化衍生产品。从国家层面设立文化IP孵化基地,对接资本、设计、营销等资源,推动“爆款”向“长红”转化,让先进技术真正成为文化赋能。

三是拓展国际传播渠道,引导差异化发展。鼓励企业与海外主流媒体、平台合作,建立自主发行渠道,支持民间力量参与文化交流,用国际语言讲好中国故事,推动从“借船出海”走向“造船出海”。各地可立足资源禀赋打造“一地一品”,促进文旅深度融合,如甘肃甘南藏族自治州主打“生态+手工艺+草原游”,宁夏深耕“葡萄酒+文旅”。同时,建立区域协调机制以防止盲目跟风,让各个地方都能在文化产业版图上形成独具特色的文化名片,真正实现美美与共、美美与共,更好推进文化强国、旅游强国建设。

找准突破口加快数智化转型

伴随数智技术在文化产业领域广泛应用,未来怎样更好驱动文化产业数智化转型?



张圆刚(上海师范大学旅游学院教授):当前,我国不断推进文化和科技融合,推动文化数字化建设数智赋能、信息化转型。一方面,数智技术加速渗透至内容生产、传播与消费各环节,网络文学、数字影视、云演艺、沉浸式展览、数字博物馆等新业态蓬勃发展,文化企业数智化运营能力明显提升,一批具有国际影响力的数字文化品牌逐步形成。另一方面,文化大数据体系建设稳步推进,IP跨界开发日趋成熟,以“文化+科技”为代表的融合模式不断催生新场景、新体验,文化供给不断丰富,触达效率大幅提升,数字文化消费在居民消费结构中的比重持续上升。

文化产业数智化转型过程中,也存在一些问题和不足。部分项目重技术展示、轻文化表达,数智化停留在形式叠加层面,未能真正实现技术与文化内涵的有机统一;产业链上下游数据孤岛现象尚未根本破除,跨界协作缺乏统一标准与长效协同机制;中小经营主体在数智化转型中面临人才储备不足、资金支撑薄弱、技术应用能力有限等多重瓶颈。此外,数字文化产品同质化现象依然存在,高质量、原创性内容供给仍显不足,知识产权保护与数据安全治理能力有待进一步提升。更好推动文化产业数智化转型,需在以下方面实现突破。

一是以数智化转型促进文化价值再生产。文化产业的核心竞争力始终在于内容,数智化转型的意义是在数据与算法的基础上重新构建文化价值的生产方式。大数据分析能够深入把握文化消费走向,为内容创作与产品开发指明方向,使文化产品更加贴近市场需求。大数据与用户画像技术要以用户的需求为中心,重视不同受众群体的偏好,实现内容的精细化投放。如短视频与网络文学平台通过用户点击、停留时长与互动行为分析,不断改进推送的内容结构,显著提升了用户黏性。人工智能技术的发展大幅降低了创作门槛,推动文化创作从专业化向大众化延展。随着人们对精神产品要求的不断提高,要坚持技术服务内容,丰富原创内容与文化表达方式,推出更多优秀文艺作品,促进文化价值再生产。

文旅融合牵引多业态协同

文旅融合发展趋势如何?怎样更好地以融合牵引多业态协同,使得“文旅+百业”不断催生新业态、新场景?



王金伟(北京第二外国语学院旅游科学学院教授、中国旅游政策研究中心主任):近年来,文旅融合深入推进,业态融合持续升温。文化资源越来越多地转化为旅游吸引力、消费带动力和产业协同力,文化旅游业成为扩内需、促消费、稳增长的重要抓手。

国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,明确发挥文化赋能、旅游带动作用,深化“文旅+百业”“百业+文旅”,着力把文化旅游业培育成为支柱产业。商务部等部门发布《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》,提出优化退税服务,扩大入境消费。与此同时,各地创新举措,不断提升境外游客购物体验。国家统计局相关数据显示,2025年,全国国内出游65.2亿人次,同比增长16.2%;国内游客出游总花费63003亿元,同比增长9.5%;入境游客15450万人次,同比增长17.1%;入境游客总花费1311亿美元,同比增长39.2%。文化和旅游消费日益繁荣,文旅融合发展之路越走越宽。

一是由资源整合加快转向场景重构。文旅融合不只是把文化资源嵌入旅游业态,更强调围绕消费需求重组内容、空间与服务,为游客带来全新的沉浸式体验。近年来,在相关部门的大力推动下,陕西西安、四川成都等地注重运用现代科技,将传统文化融入旅游场景,不断提升目的地吸引力和竞争力,文旅深度融合日益成为当地旅游发展新动能。

二是由单一游览消费转向链式复合消费。如今游客不再满足于“到此一游”,而更愿意为演出、潮玩、夜游、赛事、康养等复合体验买单。日益火热的夜间经济更是成为综合性旅游消费的典型代表。据文化和旅游部统计数据,2025年“五一”假期,纳入监测范围的国家级夜间文化和旅游消费集聚区累计夜间客流量7959.44万人次,同比增长5.2%。技术、内容和服务共同重塑消费过程,文旅消费由看景转向体验。

三是由文旅融合转向跨行业联动。文旅融合不断深入的同时,也成为促进商业、体育、农业、工业、康养、科技等行业联动的枢

纽,越来越发挥出牵引作用。围绕旅游衍生出的新业态新模式持续涌现,低空旅游、都市微度假、非遗体验等成为推动文旅体商融合发展的创新形式,并持续激活区域经济发展潜能。

目前,文旅业发展势头强劲,融合业态受到越来越多消费者的青睐,不断满足消费者多元化和个性化需求。文旅融合深入推进的同时仍面临一些问题,如同盟机制还不够顺畅、高品质供给还不够充足等。《国务院关于进一步推动文化和旅游深度融合发展的报告》显示,融合发展体制机制还需健全,融合深度有待拓展,高品质产品供给不足是当前文旅融合发展中存在的主要问题。有些地方推进“文旅+百业”,不少仍停留在节庆联动、活动拼盘、短期协作层面,项目统筹、政策协同还不够,导致资源各管一块,难以形成真正的发展合力。有些地方内容策划能力、场景营造能力、运营转化能力不足,缺少能让游客留下、促进消费转化的产品,导致“有流量、无留量”“有热点、缺长红”。此外,服务环境和支撑体系方面也有短板,旅游公共服务和基础设施配套还不够完善。

未来,更好以文旅融合牵引多业态协同,关键要在三方面下功夫。第一,健全统筹推进机制,推动“文旅+百业”转向系统协同。可建立跨部门常态化协同机制,推进文旅、商务、体育等有效联动,围绕演艺经济、赛事经济、夜间经济、银发经济、研学经济、工业旅游等重点方向,形成项目清单、场景清单、政策清单和责任清单,避免“谁都参与、谁都不统筹”,使文旅融合对多业态发展的牵引作用从“点上发力”转向“面上放大”。第二,聚焦高品质供给和新场景培育,把文化流量更有效转化为消费增量。可顺应当前消费趋势,不断做强“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着非遗去旅行”“跟着影视去旅行”等产品链条,优化布局夜游街区、沉浸空间、工业旅游基地、康养旅居基地等载体。充分利用人工智能、沉浸交互等技术手段,推进文化内容从可看变成可玩、可购的产品,丰富游客体验。第三,优化服务环境和消费生态,增强文旅融合的承接力和转化力。文旅融合要落到消费体验上,需持续优化支付、退税服务、交通接驳、票务规则、价格监管、投诉响应和多语种服务,特别是在当前入境旅游热度不断攀升的背景下,要把景区、商圈、街区、文博场馆、酒店等重点场景作为突破口,推动“游得顺”向“买得多、留得住”转化。

文化核心领域实现营业收入

103181亿元

比上年增长11.5%

数据来源:国家统计局

优化环境推动数字文化出海

推进数字文化出海高质量发展是文化强国建设的必然要求。当前,应如何把握机遇、应对挑战,形成优化环境的合力?



傅才武(武汉大学国家文化发展研究院院长):以网络文学、网络影视剧、网络游戏为代表的文化“新三样”,已成为数字时代中国文化出海的重要载体,展现出蓬勃生机与强大竞争力。经过近年来的高速发展,文化“新三样”出海取得显著成效。

网络文学实现全球用户的规模化突破。中国作协网络文学中心发布的《中国网络文学国际传播报告(2025)》显示,中国网络文学海外活跃用户约2亿人,覆盖全球200多个国家和地区,海外创作生态已成规模。网络文学海外传播实现从作品出海到机制出海,正转向叙事出海和文化共创。

网络影视剧出海从版权输出向全球运营转变。爱奇艺、腾讯视频等平台在海外设立本地公司或办事处,爱奇艺国际版已向全球超190个国家和地区输出华语影视作品逾8000集。

网络游戏出海的市场规模和质量同步提升。据中国音像与数字出版协会的数据,2025年,自主研发游戏海外市场实际销售收入超200亿美元。自研电竞游戏赛事的海外影响力进一步扩大,吸引超千万海外观众观赛。中国游戏产业从依赖海外游戏代理运营的模式,向自主研发、全球发行的发展业态转型,成为全球游戏市场的重要供给力量。

作为中国文化出海的新增长极,文化“新三样”实现市场规模、传播广度、产业生态的

突破,在提升国际传播效能、增强文化软实力方面发挥了重要作用,但同时也面临一系列问题和挑战。当前,全球地缘政治格局深刻变革,大国博弈更加复杂激烈,部分国家收紧数字内容监管,数字文化出海的市场准入门槛和合规成本提高。文化“新三样”出海过程中存在内容同质化、剧情套路化等问题,内容创作与跨文化适配也存在瓶颈,传播深度与广度受限。中国数字文化企业出海面临国际行业领先企业与目标市场本土企业的双重竞争,市场拓展难度增大。随着海外市场的用户获客成本、流量投放成本持续攀升,一些出海企业未能建立起多元化的盈利模式,抗风险能力较弱。着眼于未来发展,需进一步优化和完善数字文化出海的发展环境。

一是支持出台推动文化“新三样”出海的配套政策。“十五五”规划纲要提出,推动优质网络文学、网络游戏、影视动漫、精品展览等出海。各地需立足自身特色优势,积极谋划布局文化“新三样”出海相关规划,提供精准的政策支持与要素保障。例如,作为“海上丝绸之路”的重要起点城市,浙江宁波充分发挥文化“新三样”出海方面的独特优势,筹建文化“新三样”发展服务中心,为出海企业提供行政审批、版权保护、出海平台等一站式服务。浙江省发布《推动经济高质量发展若干政策(2026年版)》,明确支持打造一批文化“新三样”高质量发展先行区。《广东省加快数字社会高质量发展实施意见》提出,做强网文、网剧、网游文化出海“新三样”,依托数字湾区、数字海丝推进岭南数字文化出海。

二是扶持建设一批文化出口重点企业。从全球市场的发展现状看,能够在发达国家

市场中拥有一定话语权的中国外向型文化企业不多,亟须培育一批在发达国家文化市场特别是数字文化产品和服务消费市场具有国际竞争力的文化出口重点企业。因此,需结合中西文化交流和国际贸易中的“文化折扣”问题,统筹企业、学界和民间等多方力量,支持完善适配贸易对象国语言风俗、法律规则和消费习惯的支撑体系,进一步发挥重点企业的集聚、示范、引领作用,不断增强我国文化产品和服务的竞争力。

三是推动数字文化出海内涵式发展之路。文化“新三样”的优势在于“文化内核+数字方式”的独特体验形态,其中,中华优秀传统文化是内核。不能仅满足于形式标签的古装、功夫、古建筑等视觉符号的表面植入,而需将精神内核转化为叙事情节与情感体验。数字文化出海要在坚守中华优秀传统文化精神内核的基础上创新发展数字形态,有针对性地进行在地化运营和传播。通过深挖中国古典文学等优秀传统文化IP,科学适配不同国家或地区的文化习俗、审美偏好等,用年轻人喜闻乐见的叙事方式进行创作,让更多优秀传统文化借助数字技术展现其独特魅力。

四是促进数智技术深度赋能文化出海。当前,数字图文、互动影像、虚拟体验和AI短剧等不断发展,头部游戏企业在云游戏、人工智能、3D渲染引擎等领域布局众多专利,实现部分核心技术自主研发,但有些关键技术仍未实现自主可控。深入推动数智化赋能,将丰富的文化资源优势转化为强劲的文化产业发展优势,正在成为文化科技企业数智化升级、促进创作方式深层次变革,抢占人工智能应用制高点。在数字文化出海实践中,以数智技术打破时空限制,让中华优秀传统文化作品更灵活、更便捷、更全面触达海外用户。不断完善文化大数据平台建设,在关键领域、先进装备及生成式人工智能技术等方面加强攻坚,提高关键核心技术自主供给能力,营造良好文化生态环境。