

服务业开放创造新机遇③

□ 本报记者 丁振乾

文创“出海”找准市场融入点

《哪吒之魔童闹海》刷新华语动画电影全球影史纪录，原创音乐剧《熊猫》亮相英国爱丁堡艺术节，源自榫卯工艺的游戏《匠木》引得海外玩家探寻中华传统文化……如今，越来越多的“成都创”“成都造”文创产品在国际文化贸易版图上勾勒出清晰的蓉城轮廓。

数字技术不断迭代，拓展着文化创意的产业边界，也成为拉动经济增长的新引擎。2025年，成都数字文创核心产业总营收达4139.7亿元，同比增长8.3%，产业综合实力稳居全国第一方阵。这座底蕴深厚的千年古都，正凭借一批现象级文创产品，向国际社会展现中国数字文创的旺盛生命力。

从稳基础到攀高峰

爆款数字文创的诞生，既要契合当下审美需求，更离不开久久为功的产业培育与政策支持。

位于成都高新区的天府长岛数字文创园，是成都数字文创产业的重要承载地，这里集聚了可可豆动画、艾尔平方、东极六感等70余家企业，形成覆盖创意开发、技术制作、IP孵化的完整产业链，无数创意构想在这里落地为成熟的文创产品。

“成都市对数字文创产业有着较为完善的政策支持体系，帮助我们初创企业渡过了难关。”成都东极六感信息科技有限公司创始人田海博介绍，公司2018年在成都高新区注册成立，专注以游戏为载体传播中华优秀传统文化，已在成都高新区获得研发、人才、产业协作等多方面的支持，“这些支持给了我们坚持走下去的信心”。

2022年，成都发布《成都市数字文化创意产业发展“十四五”规划》，提出打造“中国最适宜数字文创发展城市”；2025年，成都出台《成都市关于加快推动数字文创产业高质量发展的实施意见》《成都市关于培育发展数字文创初创企业的若干政策》，精准聚焦相关企业的现实需要，提供全方位支持。

在系列政策支持下，成都数字文创产业快速发展。2025年，成都培育数字文创领域“镇园之宝”11家，“明日之星”8家，推动13家企业入选“2025—2026年度国家文化出口重点企业”；创新举办全国首个国际数字文创季，带动综合消费18.3亿元。

如今，数字文创产业已融入成都的发展肌理，越来越多的数字文创从业者在这里挖掘灵感、做强产业、走向海外，用多元化的文创产品讲好新时代中国故事。

从“看得见”到“看得懂”

互联网技术的迅猛发展，拉近着各国间的距离，让多元文化有了被看见的可能，而“被看见”只是中华文化“出海”的第一步。

在我国部分地区，地形地貌复杂，气候多变，山洪、滑坡、泥石流等自然灾害易发多发频发，防灾减灾救灾任务繁重而艰巨，贵州就是其中典型代表之一。当地通过深化部门联动、夯实基层基础、强化科技支撑等举措，持续加强防灾减灾救灾能力建设，特别是不断提升基层应急处置能力，织密织牢安全防护网。

近年来，贵州探索建立“一队多方”应急救援协同联动机制，将省内各类应急救援队伍统一纳入省级应急救援力量体系，进行规范化建设和管理，打破部门壁垒，理顺指挥体系，进一步提升部门、跨区域协同指挥效能。去年6月，榕江县遭遇特大洪涝灾害，国家隧道应急救援中铁五局贵阳队按照省应急管理厅的统一调度，分批投入人员、车辆及装备，完成多处排涝清淤任务，成功转移上百名被困群众。

立足不同区域灾害特点，贵州分类施策、精准防控，推动防灾减灾工作提质增效。针对农村木质连片村寨防火难题，黔东南州坚持人防、物防、技防并举，2025年在76个村寨加装智慧用电和物联网报警系统，为数千户家庭配备独立感烟探测器，实现火灾隐患实时监测、快速预警。2025年，当地火灾起数和财产损失同比大幅下降，村寨防灾能力稳步提升。

同时，贵州持续下沉工作重心，不断提升基层应急处置能力。作为地质灾害



上图 位于成都高新区的天府长岛数字文创园。（资料图片）

如何让海外受众“看得懂”，始终考验着“出海”企业的谋略与胆识。“企业‘出海’，最重要的是勇敢迈出第一步，并精准把握海外受众的审美与需求。”成都成华蝶舞华天文化旅游发展有限公司总经理李娜说。此前，蝶舞华天创作的音乐剧《熊猫》曾作为驻场表演在成都大熊猫繁育研究基地内展演，收获了游客的广泛好评。

2024年，蝶舞华天受邀参加香港国际授权展，开始接触到国际IP运作体系并逐步开启实质性“出海”。目前，公司已完成《熊猫》海外巡演与数字周边推广。“在韩国展演时，我们全程使用中文，依然赢得观众的阵阵喝彩。”李娜说，人类的审美有相通之处，优质的文创产品能天然引发受众的兴趣与探索欲。随着受众的深入探索，其背后的中华文化自然能被读懂、接纳。从2024年首次“出海”到入围2025年世界知识产权组织全球奖30强，蝶舞华天用实际行动证明，中国的文创产品有着强大的国际影响力。

与蝶舞华天类似，东极六感同样坚定选择“出海”。围绕非遗榫卯工艺开发的团队《匠木》在国内上线后，田海博和他的团队便将其推广至海外应用平台，面向全球170余个国家和地区展现中式建筑之美。《匠木》上线后，为海外玩家打开了了解中国传统文化的新窗口。“田海博说，团队基于传统节气开发的游戏《二十四节气》即将进行公测，希望通过受众喜爱的画风，让海外玩家在潜移默化中感受中国民俗的独特魅力。

被看见是机会，被看懂是理解。成都还有许多文创企业，正探索通过动漫、音乐、网文等多种形式传播中华文化，让海外受众读懂中国。

前不久，织金县一处山体发生落石垮塌，因该区域前期已纳入监测，提前划定避让区域并完成95名群众转移安置，险情未造成人员伤亡。据统计，“十四五”期间，贵州成功避让地质灾害180余起。

当前，贵州已全面进入汛期，防灾减灾进入攻坚期。贵州正健全省、市、县、乡、村五级防灾减灾责任体系，落实2960座水库、2.89万余处地质灾害隐患点防汛责任人，实现点位全覆盖。为提升基层履职能力，贵州在汛前已分级开展培训8.9万余人次，重点培训应急处置、隐患排查、预警发布等相关技能，让基层工作人员成为防灾减灾的“主力军”。

“目前，全省730多支应急队伍、1.6万余名指战员、2600多台抢险车辆全部整装备勤、随时待命。”贵州省防灾减灾办主任、省应急管理厅厅长滕伟华表示，贵州将持续紧盯汛期天气变化，强化监测预警、隐患排查、应急处置和物资保障，全力以赴做好防灾减灾各项工作，坚决守住人民群众生命财产安全底线。

上图 位于成都高新区的天府长岛数字文创园。（资料图片）

右图 成都沁悦行文化创意有限公司主题IP莫西熊猫亮相2025年日本大阪世界博览会。（资料图片）

受众读懂中国。

从走出去到扎下根

文创“出海”并非简单地将产品销往海外，而是要在深刻理解海外文化的基础上，实现中华文化与海外文化的和谐共生，让中国文创品牌在海外真正落地生根。

黑玩科技(成都)有限公司是一家专注于潮玩IP孵化与数字内容开发的创意企业，2025年营收规模达6亿元，其核心创意IP潮玩产品2025年度交易总额达1.6亿元。该公司在东南亚，尤其是泰国、新加坡等地有着广泛且稳定的市场份额。初入海外市场时，黑玩科技也曾面临难题：如何打造贴合海外受众需求、能被当地消费者接纳的产品。“经过充分调研，我们意识到，文创产品的本土化设计绝不是简单的文化符号叠加。只有将公司设计理念与海外市场偏好进行融合，才能真正扎下根、留得住。”黑玩科技(成都)有限公司总经理办公室负责人宋超奇说。

在优化产品的同时，黑玩科技持续调整海外运营模式，借助海外本土社交平台、线下展会、沉浸式体验活动等多种方式，消弭与海外受众的心理隔阂，与之产生情感共鸣。

截至2025年，黑玩科技全球粉丝量超1900万，海外合作门店超500家。

在阿布扎比 BRIDGE 2025 国际峰会上，憨态可掬的莫西熊猫引得现场参会者驻足打卡。这一源自成都的原创新潮IP，以独

2025年

成都数字文创核心产业总营收达

4139.7亿元

▲ 同比增长8.3%

成都培育数字文创领域“镇园之宝”

11家

特的视觉符号，成为中国连接全球受众的重要媒介。

“打造莫西熊猫IP时，我们给它的定位是温暖、治愈、国际化，希望这个承载着中华文化的IP，以更加柔和、友好、现代化的方式走向世界。”成都沁悦行文化创意有限公司创始人刘玲介绍，基于这一理念，成都沁悦行在“出海”过程中，摒弃生硬的说教式表达，在做好本土化二次设计的基础上，用温暖治愈的共通情感，拉近与海外受众的距离。莫西熊猫已先后亮相迪拜世博会、荷兰世园会等国际平台，实现了与全球市场的深度联结。

作为我国数字文创产业重镇，成都正以其深厚的文化底蕴、完善的产业基础、充足的城市活力，快步走在我国数字文创产业发展前列，用多元文创产品向世界展现中华文化的魅力。

本报记者 王宝会

消费金融服务发力数字化革新

□ 人民银行支付业务数据显示，5月1日至5月5日，银联、网联共处理支付交易289.37亿笔，金额7.85万亿元，同比分别增长23.45%和2.74%。

□ 金融机构发力数字化服务，其意义不在于“把线下业务搬到手机上”，而在于从根本上解决了传统消费金融服务中成本高、门槛高、效率低的结构性矛盾。

为数字金融促消费提供了坚实的技术支撑。

在金融赋能下，“五一”期间消费活力迸发。人民银行支付业务数据显示，5月1日至5月5日，银联、网联共处理支付交易289.37亿笔，金额7.85万亿元，同比分别增长23.45%和2.74%。天眼查数据研究院相关负责人表示，从餐饮、景区、文娱等行业消费数据看，消费者习惯用手机扫码支付，支付便捷性有力提升了用户的消

费体验。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示，金融机构发力数字化服务，其意义不在于“把线下业务搬到手机上”，而在于从根本上解决了传统消费金融服务中成本高、门槛高、效率低的结构性矛盾。一方面，数字化大幅降低了金融机构触达长尾客群的成本，让新市民、三四线城市消费者等“信用白户”群体也能获得合规、便捷的金融服

上海七旬老人江阿婆将毕生积蓄打赏给男主播，北京一名76岁老人深陷直播间情感套路不惜借贷打赏……平日里精打细算的老人，却在主播一声声“家人”的温情话术裹挟下耗尽积蓄，令人唏嘘不已。

这类主播早已掌握一套成熟的情感诈骗套路。他们主动私信嘘寒问暖，抓住老年人渴望被关怀的心理，刻意构建慈善人设。一句句暖心问候、一声声温情告白，层层铺垫，再编造生病住院、家庭遇困等谎言博取同情，让老人错把套路当真心，心甘情愿不断掏钱打赏。

杨子佩

这些主播还狡猾地利用直播机制，借助礼物特效、榜单排名营造虚荣氛围，将老人包装为全场“主角”，诱导他们持续打赏。令人无奈的是，直播打赏多被认定为自愿消费，取证难、定性难，若无明确欺诈证据，事后想要退款维权举步维艰。

骗术频频得逞，暴露了部分直播平台管理缺位、风控宽松的短板。面对高龄用户单日巨额打赏、短时间内向同一主播反复打赏等异常行为，平台应主动干预。目前，已有平台推出高龄用户大额打赏预警、延时到账、额度限额、二次验证等防护措施，唯有坚持履行社会责任、维护用户合法权益，才能实现长远发展。

监管层面也已及时补位，划定红线。今年4月，中央网信办明确要求平台取消打赏额度排名推荐，强制设置打赏限额与风险提示，严禁虚假PK、私下索礼、诱导消费等行为，探索建立老年用户大额打赏“冷静期”和二次确认机制，精准封堵违规套路，为行业立规明矩。

防范老年直播打赏陷阱，不能只靠监管部门和直播平台。子女疏于陪伴照料、社区精神文化供给不足，加剧了独居老人的孤独感，才让不良主播钻了空子。子女多一份牵挂、多一次探望，社区多搭建文娱平台、丰富老年人文化生活，用真实陪伴填补精神空白，才能从源头破除坑老骗局，让老人安享幸福晚年。



成都成华蝶舞华天文化旅游发展有限公司原创音乐剧《熊猫》剧照。（资料图片）

基层应急成防灾减灾主力军

吴秉泽

主力军