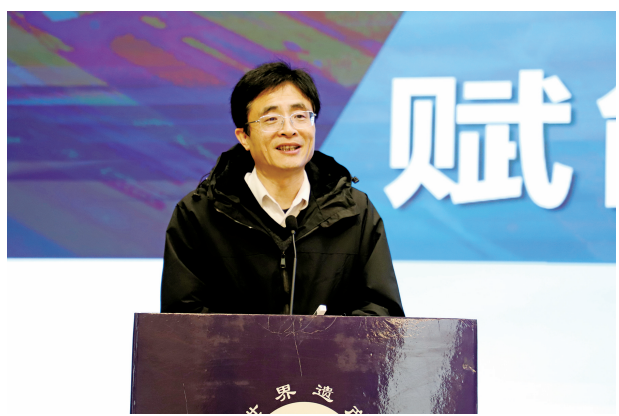


流量为王背景下 看媒体如何让世界遗产“活起来”“火起来”

□ 新渝报记者 谭显全 瞿波 实习生 彭茜文/图

3月17日,2025世界文化和自然遗产城市中国广电媒体联盟年会暨大足石刻国际旅游文化节媒体采风活动举行。联盟年会活动丰富多彩,举行了“AIGC”背景下媒体发展专题讲座、高峰论坛——流量为王背景下世界遗产如何在大众传播里“活”起来,7位媒体代表带来精彩发言,交流提升媒体传播力和影响力的实践经验,共探媒体助推世界遗产文化传播“活”起来、“火”起来路径,共同助力大足石刻保护、研究、利用和城市高质量发展再上新台阶。



中国科技大学教授、博士生导师 周荣庭

人工智能赋予了世界遗产“新生命”

世界文化和自然遗产城市中国广电联盟作为文化遗产保护与传播的重要纽带,始终致力于推动文化传承与科技创新的深度融合。在“AIGC”背景下媒体发展专题讲座中,来自中国科技大学教授、博士生导师周荣庭首场开讲,给与会者带来了人工智能赋能世界遗产国际传播盛宴。

周荣庭说,“截至2024年8月,中国已有59项世界遗产,居全球前列,但世界遗产正面临着自然风化、气候变化、生态环境退化等原因带来的挑战,也因语言障碍、传播渠道、受众参与度等原因面临着国际传播的挑战。”

在当前的世界遗产保护中,AI技术被应用于图像修复、文物拼接、壁画增强、结构健康监测、文物分类与识别等文化遗产保护中。生态环境变化监测、物种保护、森林监测、遥感AI则被广泛应用于自然遗产的保护。AI技术在增强遗产修复、监测、管理等方面赋予了世界遗产新的“生命力”,数字媒体则将AI技术修复和监测的世界遗产成果,以更加生动、直观的方式呈现给公众。

周荣庭认为,在国际传播方面,VR沉浸式体验、AR文物增强展示、元宇宙遗产博物馆的打造,让全球游客跨越地域限制,随时可以在线上VR博物馆或全球实时直播中感受世界遗产的文化魅力。AI自动翻译与语音导览的应用让游客用母语体验到文化遗产的解说,促进世界遗产在虚拟访问、全球传播、教育推广焕发新的活力,进一步推动了世界各地的文化遗产、自然遗产在全球的传播与交流。

同时,媒体平台的数字化升级也带来了世界遗产的传播新方向,AI自动生成短视频、全球直播、智能语音播报、多语种、多语种翻译等方式让遗产通过便捷高效的方式能传播得更远、更广。

“此外,AI也拓展出了世界遗产的展陈新方向,通过线上线下的结合、内容与空间的结合、全领域多点结合、文旅商产结合、AI结合等方式,不断增强世界遗产的互动性、留存性、创新性。”周荣庭表示,未来,AIGC+大数据+多项数字媒体技术将不断推动世界遗产的国际化传播逐渐走向智能与融合。



重庆工商大学文学与新闻学院院长、二级教授 殷俊

AI技术加速爆款产品引导力、公信力

在2025年世界文化和自然遗产城市中国广电媒体联盟年会的“AIGC”背景下媒体发展专题讲座中,重庆工商大学文学与新闻学院院长、二级教授殷俊带来的“AI技术赋能爆款传播研究”讲座,让与会人士受益匪浅。

“区别于传统生产力,AI技术下的新质生产力摆脱了传统的经济增长方式和生产力发展路径的限制。”殷俊说,在传播领域,人工智能、大数据、云计算、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、区块链等先进的信息技术,对于重塑媒体内容的创作、生产、分发和消费方式有着较深的影响,这些技术的应用不仅提高了传播效率和质量,还拓展了传播的边界,加速了爆款产品的引导力和公信力,使得信息传播更加个性化、互动化和沉浸式。

殷俊谈到,爆款内容是生于痛点又长于热点的社会焦点,其高点赞量的背后是无数社会个体对该内容的认同与共鸣,也是情绪的扩散与模仿,在实验和数据方面,AI技术创新数据收集方式,不断完善数据统计与分析方法,再将数据反馈于内容创作,唤起用户的合意共鸣,使得传播内容的打造更加贴合用户的“情绪关键点”,让爆款内容的传播力、引导力更可控,影响力与社会治理能力更容易“破圈”。

“AI技术同样对爆款内容的传播范式研究有着密不可分的联系。”殷俊表示,在人人可做up主的年代,创作门槛的不断消解,导致灌输式的叙事剪辑已经无法满足用户需求。通过数据显示,在创作中采用条理清晰、贴近生活的自然叙事,才能够用真情实感打动观众,收获好评与赞誉。通过运用AI技术,分析创作内容的传播数据、质量,在我们的内容创作、形式创作方面,助力我们的内容提质,变反馈为前馈,“蹭”热点为“造”热点。



大足区融媒体中心党委书记、主任 刘广辉

“AIGC”让传统媒体迸发新活力

“在这个流量至上的时代,如何让世界文化遗产大足石刻在大众传播的舞台上大放异彩,成为大足融媒矢志不渝探索的核心命题。”在以“流量为王背景下世界遗产如何在大众传播里‘活’起来”为主题的高峰论坛上,大足区融媒体中心党委书记、主任刘广辉以《在流量浪潮中唤醒古老文化:大足融媒的探索与实践》为题,分享大足经验,吸引了与会者的眼球。

刘广辉表示,早在AIGC广泛应用之前,大足融媒便依托大足石刻深厚的历史文化底蕴,借助现代影视特效与手绘动画等手段,让千年石刻从崖壁上“走”下来,如以生动方式讲述中华传统文化。由此创作的《精美的石刻会说话》系列短视频,巧妙融合历史文化与现代价值观,创新节目形式,深受观众喜爱,在各平台收获数百万播放量。

步入“AIGC”时代,大足融媒进一步借助AI辅助艺术创作,为石刻文化传播增添魅力。例如,让破亿票房哪吒形象从大足石刻莲花童子像中“破壁而出”,同时借助AI图像识别与跟踪生成能力,让石刻跟随热点音乐律动,赋予大足石刻更丰富的文化情感。

刘广辉以自身体会分享的2025年两个重大活动的宣传经验,也获得了与会者点赞好评。一是大足在央视春晚呈现了一场跨越千年的光影盛宴;二是在重庆启动全国巡演的舞剧《天下大足》宣传取得了短视频总流量突破百万的佳绩。

“在‘AIGC’与流量为王的时代浪潮中,大足融媒通过不断探索与实践,成功在大众传播领域崭露头角,让古老石刻重焕生机,传统媒体迸发新活力。”刘广辉说。未来,也希望广泛交流经验,携手为世界遗产的传承与传播贡献更多力量。



西部国际传播中心副总经理 吴德川

让大足石刻在国际传播中扮演积极角色

在世界文化和自然遗产城市中国广电联盟年会高峰论坛上,西部国际传播中心副总经理吴德川以《平台赋能与跨界协同:世界遗产国际传播的重庆实践》为题,畅谈如何通过专业的国际传播机构,利用资源整合与技术驱动,助力大足石刻实现从文化瑰宝到全球IP的跃升。

“我们始终将自身定位为文化价值的转化者和全球叙事体系的参与者。”吴德川说,目前西部国际传播中心正在打造“1+3+4+1”的国际传播方阵。为了加强重庆唯一一个世界文化遗产——大足石刻的国际传播,2021年,大足区作为重庆首个区县率先与西部国际传播中心达成合作,在海外社交平台上开设了大足石刻账号,通过文字、图片、视频、直播等多种形式,重点向海外受众讲述大足石刻的故事,涵盖了大足石刻匠人、龙水五金、大足智能网联新能源汽车零部件产业集群发展等内容,经过四年多的运营,大足海外社交账号粉丝数在重庆各区县中排名第一,大足石刻的内容正逐渐成为重庆文旅国际传播的旗舰项目。

去年11月,大足石刻研究院与西部国际传播中心签订战略合作框架协议,正式成立了大足石刻国际传播实验室,联合发起“大足石刻”全球推广行动,不断创新传播方式,讲好大足石刻故事,提高其国际知名度,确保大足石刻在全球传播中扮演更加积极的角色,并通过系列国际交流活动,向世界推介大足石刻这一世界文化遗产,推动大足石刻与其他世界文化遗产的双边交流。

“展望未来,我们将继续创新和优化传播策略,确保大足石刻能够在流量为王的全球文化传播中占据一席之地。”吴德川谈到,“未来,我们将借助AI新技术,加强国际合作,同时协同联动海媒矩阵,联合推广大足形象,实现优质内容双方海外账号协同联动、互相推送,以平台之力破壁,以协同之智共生,让大足石刻的故事成为全人类共享的文化资产。”



沧州市广播电视台党委书记、台长 于焕强

让世界遗产与流量共舞

在高峰论坛上,河北省沧州市广播电视台党委书记、台长于焕强以《让世界遗产与流量共舞沧州“双世界遗产”之城传播的破局之道》为题,就沧州世界遗产的传播之道进行了深入的探讨与交流。

沧州,这座东临渤海、南接齐鲁、北依京津、西望太行的城市,不仅地理位置优越,更是历史悠久、人杰地灵的文化名城。沧州拥有两项世界遗产:世界文化遗产大运河和世界自然遗产南大港候鸟栖息地,这使得沧州在文化传承与自然保护方面独具特色。

“大运河作为沧州的母亲河,流经8个县(市、区),总长达216公里,是运河流经里程最长的城市之一。大运河不仅承载着沧州的历史记忆,更见证了这座城市的繁荣与发展。”于焕强表示,沧州广播电视台通过跨地域、跨领域的合作,将大运河的历史底蕴与现代生活相结合,通过大型直播、融媒互动等形式,生动展现了沧州大运河的文化魅力。例如,与中央电视台联合完成的《江河奔腾看中国——大运河篇(沧州段)》直播,不仅让观众了解了沧州大运河的历史发展与人文风情,更通过央视的广泛传播,使沧州大运河成为了热门的旅游目的地。

南大港湿地则是沧州另一颗璀璨的明珠,这片湿地是东亚到澳大利亚候鸟迁徙路线上的重要停歇地,每年有数百万只候鸟在此栖息繁衍。沧州广播电视台充分利用这一自然遗产的生态价值,通过直播、专题报道等形式,向观众展示了湿地生态系统的独特魅力与保护成果。特别是配合中央电视台完成的“2024候鸟迁徙系列报道”,不仅提升了公众对湿地保护的认识,更展现了沧州在自然保护方面的努力与成就。

在传播策略上,沧州广播电视台采取了三个遗产“活化公式”:遗产基因×跨界共创=内容生命力,文化符号×场景再造=流量吸引力,社会价值×情感共鸣=传播穿透力。此外,沧州广播电视台还积极拥抱新媒体时代,利用自有平台与中央网端媒体进行广泛传播。通过推出融媒专题报道、融媒直播等形式,沧州广播电视台不仅提升了自身的影响力,更让沧州的世界遗产走向了更广阔的舞台。



敦煌市融媒体中心主任 李国辉

讲好敦煌故事 传播中国声音

在浩瀚的中华文明长河中,敦煌文化犹如一颗璀璨的明珠,以其开放包容的姿态和深厚的历史底蕴,彰显着中华民族的文化自信。在世界文化和自然遗产城市中国广电联盟年会高峰论坛上,敦煌市融媒体中心主任李国辉以《守正创新讲好敦煌故事自信自强传播中国声音》为题,向与会者阐述了讲好敦煌故事,是传播中国声音、展现中国文化魅力的重要途径。

李国辉说,敦煌文化不仅是中国古代文明的瑰宝,也是世界文化遗产的重要组成部分。讲好敦煌故事,首先要固本培元、守正创新。这意味着要在深入挖掘敦煌文化内涵的基础上,结合现代传播手段,创新讲述方式,让古老的文化焕发新的生机与活力。

在推进国际传播方面,敦煌市融媒体中心致力于“组舰出海、聚力迎新”。通过加强与国际媒体的合作,将敦煌故事以多种语言、多种形式呈现给全球观众,让世界更加深入地了解中国文化的独特魅力。

同时,为了扩大外宣声量,敦煌市融媒体中心还注重深耕本土、推陈出新。通过策划一系列具有地方特色的文化活动,如敦煌文化论坛、艺术展览等,吸引更多国内外游客和学者前来探访,进一步推动敦煌文化的传播与交流。

李国辉表示,敦煌市融媒体中心将继续秉持开放包容的理念,不断探索和创新讲述敦煌故事的方式方法,努力让敦煌文化成为连接中国与世界的文化桥梁,为构建人类命运共同体贡献中国智慧和力量。



上海凡酷文化传媒有限公司投融资与海外事业部总监 梁洪兰

微短剧实现全球化布局

在世界文化和自然遗产城市中国广电联盟年会高峰论坛上,上海凡酷文化传媒有限公司投融资与海外事业部总监梁洪兰以《亲历行业,浅谈微短剧生态》为题,作了精彩分享,让与会者对微短剧生态有了更深入的了解。

梁洪兰说,凡酷文化自2014年成立以来,致力于打造一个以宣发为核心、涵盖创意策划、摄制、艺人经纪及新媒体账号管理的全方位网生内容生态链。

梁洪兰提到,凡酷文化与优酷、爱奇艺、腾讯视频、抖音、快手等主流短剧平台紧密合作,不仅在国内市场占据领先地位,还积极拓展海外业务,与多国制片团队建立合作关系,如罗马尼亚的SUNBRO、温哥华的49North及美国的榴莲影业等,实现了真正的全球化布局。

如今,凡酷文化拥有年产500部以上国内外微短剧的强大能力,从制作到发行,专业产业链完备。其旗下多个制作团队,如诞生影业、麦酷影业等,不断推出精品,深受观众喜爱。同时,凡酷文化还与传统媒体建立了良好的合作关系,进一步拓宽了内容的传播渠道。

分享中,梁洪兰还介绍了凡酷文化在抖音、快手等平台建立的完整账号矩阵,通过精准的内容定位和运营策略,成功吸引了大量粉丝关注。这不仅提升了凡酷文化的品牌影响力,也为微短剧的市场推广提供了有力支持。

梁洪兰表示,凡酷文化以其专业的制作能力、完善的产业链布局以及多元化的市场策略,在微短剧领域取得了显著成绩,为整个行业的发展树立了标杆。