



2025年中国数字文娱大会“新业态·爆款出圈引爆消费增长”分论坛举行 爆款出圈后，“短热”如何变“长红”？

未来已来，潮起珠江。

12月18日下午，2025年中国数字文娱大会分论坛“新业态·爆款出圈引爆消费增长”在广州羊城创意产业园举行。

论坛上，由北京文化产业投融资协会、北京金融科技研究院与羊城创意产业园共同发起的“全球文创领袖成长计划培训项目”正式启动。北京金融科技研究院副院长张翼飞介绍，

该项目旨在构建“文创+科技+金融”融合课程体系，通过系统教学、企业参访、实战路演等方式，培养具备国际视野与创新能力的产业领军者，为文化创意产业高质量发展与出海提供人才支撑。

同时，来自学界、企业界的多位嘉宾聚焦文化品牌长线运营与产业协同，分享了前沿洞察与实践案例。

如何用AI把“爆款”变“持续爆款”

“如何用AI把不确定变成确定，如何将爆款变成持续爆款？”三七互娱技术中心数据副总裁王传鹏在《AI重塑数字文娱新质生产力》的主旨演讲中表示，“流水不争先，争的是滔滔不绝”，而技术就是将“滔滔不绝”发挥到极致。

王传鹏表示，技术核心的点其实一直在做一件事情，就是将不确定性变成确定性，将一个爆款的短剧变成持续爆款的短剧，将一个爆款的游戏变成持续爆款的游戏。

“我相信在好的政策环境下、社会的发展下、从业者们努力下，中国数字文娱产业一定会变得越来越好，会被



王传鹏

全世界认可，让全世界爱听中国故事。”他说。

数字技术如何赋能文创新消费？

花呗品牌部总经理涂焯以《让文物走进日常：科技赋能下的文创新消费实践》为题，分享了如何通过数字技术，将文物的保护、传播与体验融入大众生活场景。他表示，让文物不再远离生活，而是成为日常的一部分。这是花呗文物守护计划的初心，也是一场跨界协力的社会实验：如何借助数字技术，将文物的保护、传播与体验，融入普通人的生活场景。

如何让用户在“柴米油盐”的日常消费中，不经意间与文物相遇？

涂焯表示，“花呗文物皮肤”成为轻巧载体。每一款皮肤不仅呈现文物之美，更是一个知识入口——用户支付时可一键了解背后的历史故事。目前，20家博物馆的56款文物皮肤，已经有2000万用户使用，每个月覆盖上亿支



涂焯

付场景。他透露，下一步将推出“古建筑系列皮肤”，将武当山、佛光寺等古建筑元素融入付款码，“让那些需要千里跋涉才能亲眼所见的瑰丽结构，通过一次次扫码走进日常生活。”

国产单机游戏何以崛起？

“特别期待看到未来中国单机游戏在全球掌握更多的话语权，以及冒出更多像黑神话震撼全人类的作品。”在分论坛上，阳狮集团董事总经理刘翊分享了携带着中国文化基因、东方美学元素的数字文化产业中，国产单机游戏如一颗冉冉升起的新星，展现出强大的发展潜力与蓬勃生机。

在刘翊看来，国产单机游戏正迎来全球崛起的黄金时代。以《黑神话：悟空》的成功为起点，他看到了中国文化基因与东方美学在数字内容领域的强大潜力。这并非孤立现象，而是产业活力的集中体现。

过去半年，他走访了国内众多工作室，深刻感受到一股蓬勃的创作浪潮。这种崛起体现在题材与文化的自信表达和国际视野下的创新融合。



刘翊

市场的反应也印证了这一点。《黑神话：钟馗》在科隆游戏展上未经预热直接官宣，其预告片播放量最终登顶展会所有新IP之首，这证明了精心策划与内容实力相结合能产生的巨大能量。

如何让网红“短热”变“长红”？

衡量一个品牌是否真正成功，不在于它一时的流量高峰，而在于它是否能够在喧嚣过后，将网红的短期热度沉淀为“长红”的文化认同。

暨南大学文化产业发发展研究院副院长郑焕钊在分论坛表示，新媒体时代，爆款传播与文化品牌破圈并非偶然，而是深度嵌入平台传播结构、情绪机制与创意逻辑的系统过程。

他表示，文化品牌的破圈传播本质上是一个从“被看见”到“被认同”，再到“被参与”的过程。



郑焕钊

统筹/刘佳宁 文/羊城晚报记者 王丹阳 扶贝贝 图/羊城晚报记者 林桂炎 梁喻

“世界级MCN模型”如何打造？

在演讲中，广州光盒动力文化传播有限公司首席营销官梁剑系统阐述了公司在“内容出海+文旅融合+全球创作者经济”领域的最新实践与战略布局。他表示，光盒动力正以短剧、游戏化内容和文旅IP为核心抓手，探索中国文化与中国品牌走向海外的新路径。

围绕全球创作者经济的快速增长，梁剑提出打造“世界级MCN模型”的构想。光盒动力通过内容策划、IP孵化、商业变现和供应链整合，为创作者提供一站式服务，解决海外市场创作者分散、商业化能力不足等痛点。他强调，海外市场仍处于早期阶段，优质内容与成熟运营模式具备显著先发优势。

此外，梁剑还分享了公司在广告创意、影视制作、AI技术应用等方面的



梁剑

探索，认为AI将显著提升内容生产效率，推动短剧、游戏与文旅的深度融合。未来，光盒动力希望联合更多合作伙伴，助力中国文化与中国品牌在全球范围内实现规模化传播与商业成功。

文化出海如何“讲好中国故事”？

Nativex合伙人黄嘉睿结合其十余年跨境数字营销经验，分享了中国文化与文娱产品在海外市场的实践路径与方法论。她指出，中国文化出海已从彰显存在感迈向深化认同的新阶段，当前的关键是通过系统化、长期化的营销策略，实现真正的本土化落地。

围绕文化出海，黄嘉睿强调“讲好中国故事”的核心在于差异化表达与文化转译，即在合适的平台、面向合适的人群，讲述能够被理解和参与的故事。

她认为，文化产品在海外取得成功，离不开对当地语境的深度理解与真实场景的参与。未来，Nativex将持续助力更多中国文化与文娱品



黄嘉睿

牌在国际市场实现规模化成长与长期影响力。

“Young创设计谷”重磅亮相 设计创新联盟正式成立

2025中国数字文娱大会绘就“设计+”融合新蓝图

文/羊城晚报记者 严艺文 范晗越 江皓轩 图/羊城晚报记者 钟振彬 王子桐



钱磊分享“喜洋洋”“乐融融”的设计过程

12月18日，“2025年中国数字文娱大会：新设计·创意融合释放产业动能”分论坛在羊城创意产业园举行。在论坛上，“Young创设计谷”重磅亮相，设计创新联盟正式成立，旨在汇聚设计力量，构建从创意生成到成果转化的全流程承载空间。在嘉宾分享和圆桌论坛环节，多位嘉宾围绕“科技如何赋能创意文化”主题进行探讨，探索“设计+文化+科技”深度融合，描绘设计产业融合发展的新蓝图。

“大湾鸡”火爆出圈

在2025年中国数字文娱大会分论坛四上，多位嘉宾分享了“设计+文化+科技”深度融合的典型案列。广东省工业设计协会秘书长杨杰以广东省罗定市替滨镇肉桂产业为案例，详细解读了设计如何驱动具有地方文化色彩的支柱产业构建创新体系，使之形成品牌底蕴并充分发挥，为产业持续注入生命力。

杨杰指出，替滨肉桂有着多样化的特色产品开发潜力，应当通过打造爆款单品，从而塑造其多样的文化价值，进而建构起具有地方文化特色的区域品牌。替滨可以紧紧围绕肉桂这一核

心资源，以做醃、采桂、古建筑等区域资源作为内容，打造以自然体验、科普课堂、民风游历为“三翼”的TSS服务系统架构。

“通过设计思维设置产业体系，我们有望让一、二、三产业的利益相关者，全部享受到真正的实惠。不论是室内设计、建筑设计，还是数字文娱设计，我们可以面向产业做大量的融合，释放出不可估量的动能。”杨杰分享道。

十五运会吉祥物“喜洋洋”“乐融融”——被戏称为“大湾鸡”，火爆出圈。广州美术学院视觉艺术设计学院副教授、第十五届全运会视觉设计计划平云教授团队成员钱磊认为，这是社会共创的成果。“这是超越我们设计团队的思维，网民们把吉祥物与广东特色相结

合，给吉祥物赋予了更可爱的形象和更多的生命力。”

钱磊表示，“喜洋洋”“乐融融”基于中华白海豚为原型的自然设定，既具有鲜明的文化元素，又符合当下大众审美意趣。在此次设计过程中，团队也尝试运用了AI技术，让“喜洋洋”“乐融融”的形象与城市环境一体化结合，传达粤港澳三地同心同德、携手共进的美好愿景。

打造全球设计灵感策源地

18日下午，“Young创设计谷”重磅亮相。“Young创设计谷”位于广州数字经济脊柱——羊城创意产业园。羊城创意产业园是由羊城晚报报业集团

于2007年打造的广州地标性文化创意园区，位于广州市天河区金融城北区和广州人工智能与数字经济试验区，拥有“国家文化产业示范基地、国家音乐创意产业基地、国家文化出口基地、全国版权示范园区(基地)”四块国家级金字招牌。

当下，园区已完成从传统创意载体到“设计产业生态综合体”的进化。2025年园区全面启动“设计+”战略升级，构建起建筑装饰、服装设计、数字艺术、IP共创等多元共生的产业生态网络。目前，210多家优质的数字文化企业、近60家设计相关企业在此扎根，1500余名设计人才在此汇聚，形成了“设计为核、多元共生”的繁荣格局，成为“Young创设计谷”的坚实底座。



圆桌论坛现场，嘉宾们畅聊“科技如何赋能创意文化”

“Young创设计谷”以灵感策源为起点，以快速试产为加速器，以多元表达为扩音器，重塑原始设计到消费端的全面转化路径。“Young创设计谷”将作为羊城创意产业园面向新兴设计产业打造的重点产业集群，聚焦服装设计、产品设计、数字视觉、IP共创、建筑空间、交互体验等赛道，以“灵感策源+快速试产+多元表达”为核心理念，构建从创意生成到成果转化的全流程承载空间。

“Young创设计谷”不仅是一个物理空间，更是一套为企业量身打造的“成长解决方案”。羊城晚报报业集团以主流媒体矩阵奠定传播基石，为企业提供从内容创作到渠道分发的全链条服务，帮助创意项目“出圈即出道”；虚拟数据中心有望破解技术资源壁垒，实现测试算力、知识产权存证等功能的按需调用；园区服务覆盖政策申报、人才保障等，让企业专注核心业务。通过“传媒+设计+数字文化”的融合路径，“Young创设计谷”将打造全球设计灵感策源地，为新兴设计行业提供新型生产力支撑。

随后，作为羊城创意产业园围绕“Young创设计谷”产业集群打造的配套产业协同载体，由羊城创意产业园主导，广州瀚华建筑设计有限公司、建艺国际设计集团、大象设计有限公司、AIM铭唐设计、广东思哲设计院、广东点加智能整装设计有限公司联合发起的设计创新联盟正式成立，形成覆盖“创意策划-技术研发-产品设计”的全链条资源池。

驱动创意文化新浪潮

在“Young创设计谷”里，设计创新联盟将如何以科技赋能创意文化？在圆桌论坛上，多个设计领域的6位领军

人物共聚一堂，期望通过设计创新联盟促进跨领域学习与资源整合，帮助设计师弥补专业短板，激发新鲜创意。

针对科技如何超越视觉炫技、创造深度体验的问题，AIM铭唐设计创始人梁礎夫认为，当前AI等技术能将智能化从简单的灯光、窗帘控制，提升至更加人性化的生活配套，整合解决健康、安全、睡眠等多元化需求，使设计真正服务于个性化的生活。

谈及历史街区与建筑的活化议题，思哲设计院长罗远翔提出，相关部门应明确界定建筑的核心文物特征，允许非核心部分进行现代化改造以满足消防、卫生等当代使用需求。

瀚华建筑设计总裁骆韦分享了AI技术在设计全链条的应用实践。他表示，AI目前主要在辅助设计、辅助决策层面发挥作用。AI降低了大众理解设计的门槛，将提升社会整体审美，并吸引跨界人才，最终推动行业整体跃升。

建艺国际设计集团董事长李坚认为，设计行业在经历高速发展后需回归“艺术”本质。他建议，“Young创设计谷”应发挥平台作用，促进园区内建筑设计、室内设计、动漫游戏、互联网等泛设计企业跨界合作、互相赋能。

对于科技在非遗文化IP开发中的作用，千臣文化总助金连炜表示，通过技术手段，可以让静止在展馆的文物“活”起来，转化为公众可动手参与、分享的潮玩产品，在赋予文化新形态的同时，增强年轻一代的文化归属感，打造兼具东方底蕴与国际影响力的文化IP。

点加智能主理人江鹏斌描绘了在AI赋能下，智能整装领域的未来场景：业主可通过描述快速生成理想家的视觉方案，极大提升参与感与满意度。设计师的角色则将向更专业的顾问转型，专注于审美判断、材料工艺及落地管控。