



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，

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、从业者们的努力下，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。”

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



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，通过一次扫码走进日常生活。”

“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朔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。

在刘朔看来，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。



刘朔

市场的反应也印证了这一点。《黑神话：悟空》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

爆款往往具有显著差异化的视觉传达，如短视频、表情包等。

爆款往往具有显著差异化的视觉传达，如短视频