

“2026 内容创作者嘉年华”在广州南沙举行,全球 500 余名互联网优质内容创作者、APEC 成员经济体青年代表等齐聚论剑

大湾区怎样向全球创作人才敞开怀抱?

统筹/孙晶
文/羊城晚报记者 杭莹 王丹阳
图/羊城晚报记者 曾育文 李梓霖

10月23日至24日,“2026 内容创作者嘉年华”在广州南沙湾滨海会议中心举行。全球 500 余名互联网优质内容创作者、APEC 成员经济体青年代表、MCN 机构及主流媒体、品牌代表齐聚于此,围绕“以创作赴约 让世界看见”主题,共话内容产业发展、人工智能应用、岭南非遗传承与广货优品出海。

活动旨在为全球创作者搭建交流互鉴平台,推动优质内容与 AI 技术深度融合、与全球市场双向奔赴,让中国故事、大湾区故事、广东故事走向更广阔的世界舞台。

创作者为什么来广东?为什么能留在广东?这场嘉年华释放的信号,清晰而具体:广东对创作者的邀约已经从“欢迎你来”升级为“与你同行”,从“给政策”走向“建生态”。

羊城快评

□景瑾瑾

讲好本土故事 广东选择“共创”

优质的故事,是一片土地最动人的自我介绍。10月23日,“以创作赴约·让世界看见”——2026 内容创作者嘉年华在广州南沙启幕,来自全球的互联网优质内容创作者、APEC 成员经济体青年代表等齐聚一堂。坐拥丰厚故事素材的广东,选择了“共创”而非“独白”,向全球创作者发出请柬。

让创作者近悦远来。一时的资源,或许能催生出一两个爆款,而成为体系的优质生态,才能培育出“百花齐放”。

去年此时,全省多地推出“优质内容创作扶持政策包”。免费开放的创作场景,替创作者节省“启动成本”;持续不断的流量扶持,为优质内容打开“被发现”的窗口;资金激励与场地补贴,帮优秀创作者扛过“熬出来”之前的压力……一年来,全省的优质内容创作从“单点出圈”走向“生态成势”,岭南优质内容创作高地正在加速崛起。

粤产电影《给阿嬷的情书》,把侨批故事讲成了全球票房超 21 亿元的爆款;广东网络游戏与电竞产业在全国领先,微短剧企业超 1.8 万家、居全国之首,备案网络动画片和微短剧占全国十分之一,“网文粤军”势头迅猛……广东故事,正在被越来越多的创作者“书写”,也吸引着众多追梦者奔赴这片热土。

让“好创意”不断奔涌。什么样的创作都离不开脚下的土地,离不开土地上的烟火人情、产业发展、市井日常。广东人文底蕴深厚、产业发展欣欣向荣、城市风貌千姿百态,这些都为内容创作提供了丰富的灵感源泉。

优质内容创作该怎样与城市品牌同频共振,好产品如何借力优质内容走向世界?这也是本次嘉年华活动着力回答的重要课题。主办方邀请来自内容创作与品牌传播领域的代表,围绕如何让城市形象更有温度等话题展开深入交流;同时,活动展区集中呈现优质内容传播岭南文化、助力广货出海的丰硕成果,展销非遗手作、文创、日用消费品等“岭南好物”。

让故事有更辽阔的讲述视角。广东的创作请求向全球创作者发出,这份诚意满满的邀约被热情接收了。此次嘉年华,人文财经观察家秦朔、热衷粤语探店的演员麦长青(麦包)等纷纷到场。

而广东在内容创作上的开放气度,正向更深层次延伸。依托 APEC“中国年”的重要窗口,广东于今年 7 月启动“全球作家写广东”计划,来自印度尼西亚、韩国等 APEC 成员经济体的作家齐聚广东,以国际视角书写岭南故事。

当语言不同、阅历各异的创作者奔赴这片热土,广东成为一方更精彩的“共创舞台”。当创作者们捕捉岭南烟火、湾区潮声,广东故事、大湾区故事、中国故事更容易跨越距离,打动不同区域、不同圈层的受众。

广货化身“生活方式” AI 走到舞台中央

本次嘉年华设置了丰富多元的主题展区、创造营和演出秀。羊城晚报记者在现场看到,相比去年,广货和 AI 站在了今年展区的 C 位。

其中,“特色广货综合展销”结合“广货行天下”2.0 版秋季行动,集中展销岭南非遗手作、广东文旅文创、广货日用消费品及“南沙产、南沙造”优质品牌,以优质内容助力粤货出海。非遗香云纱、陈皮、王老吉等多个经典广货好物的展位前挤满了人。

同一排展位,两种讲法。荔湾礼物、大写岭南把经典搬出来,靠的是一个“真”字;老广新游把广货重新翻译一遍,用年轻人的语汇和可以截图转发的视觉,靠的是“转译”。两件事凑齐,广货不再只作为一件商品,更是一段可以被讲述的生活。

更值得关注的是 AI 在创作链条中的系统性嵌入。“AI 全域赋能创造营”依托 WorkBuddy、微信视频号等产品,分享 AI 在内容创作、影视及动画制作中的落地实践。

当技术红利与政策红利叠加,曾经需要专业团队和高额成本才能完成的环节,正被轻量化工具逐一重构。个体创作者因此获得了触达更广阔边界的可能,岭南非遗、粤货等本土内容也得以以更低成本适配 APEC 成员经济体审美。在本届嘉年华上,内容创作从“个人表达”向“全域共创”的跃迁不再只是概念,而是一条正在铺开的工具链。

扶持不是零散“撒钱” 而是有梯度的资金链

去年 10 月,广东以一场集中发布“优质内容创作扶持政策包”的郑重邀约,向全球创作者发出“来粤创作”的邀请。一年来,随着政策落地生根、生态加速成形,这份邀约已从“欢迎你来”升级为“与你同行”,广东内容创作的“政策红利”正在从“真金白银”变成“创作生产力”。

今年,腾讯集团副总裁、总编辑朱殿君把这场嘉年华称作打造内容新质生产力的“试验场”。这三个字落到政策上,就是一张清单:启动仪式上发布“广东互联网优质内容生态全域共创作”

划”,共 219 条措施和项目,覆盖即日起至 2027 年全年,共分扶持措施、活动品牌、评选激励、服务培训、线路场景 5 类,其中线路场景最多,有 61 条。

广东的扶持不是零散“撒钱”,而是一条有梯度的资金链。在产业端,广州南沙区围绕游戏与微短剧推出最高 500 万元补贴,影视产业项目可参照省级标准获得最高 3000 万元配套支持。

在人才端,广州海珠区向内容创作者发放人才绿卡,提供人才公寓、子女入学和医疗绿色通道;深圳宝安区“凤凰英才计划”对符合条件的创作者给予最高 144 万元补助。

在平台端,腾讯同步发布微信视频号创作者扶持计划,“并肩激励计划”为持续产出优质原创内容的作者提供现金扶持,“新星计划”向新入驻及站外成熟作者倾斜,从流量、激励、共创机会到权益保护,铺开一条从创作到变现的全链路。

政策“真金白银”向“创作生产力”的转化,正是在这一层层机制衔接中发生的:资金降低了试错成本,流量缩短了冷启动周期,场景和培训则填补了创作者从“能拍”到“拍得好、传得开”之间的能力落差。

内容创作者说



麦长青:在大湾区,早上喝奶茶、下午办直播、夜晚看大海

本次嘉年华落地广州南沙,香港演员麦长青很有共鸣。

“这里适合香港人退休、创业、慢生活。新商场、新口岸、新产业,但又保留住烟火。”麦长青住过杨箕,也常来南沙。他尤其欣赏南沙的“两度”,

何宗丞:让 AI 成为创作的“接力棒”

在 AI 时代,如何创作与传承?嘉年华上,爱范儿首席内容官何宗丞表示,AI 让查资料、整理访谈、写脚本从大半天压缩到一杯咖啡的功夫,但效率提升不等于价值提升。他借用经济史学家保罗·戴维的观点表示,电力革命初期,工厂把蒸汽机换成电动机,但生产方式没变,生产力就没有真正释放;直到工厂被重新

一是温度,街坊称呼他“麦包”;二是广度,港澳青年、创科、港口、文旅全部接得上。

“大湾区不是概念,是你早上喝杯奶茶,下午办场直播,夜晚看大海。”年轻团队速度快,他不硬碰,但坚持一件

陈映玲:对阿嬷的感情,说到底是对故土、家风、根的眷恋

“有些故事如果现在不记录,可能就永远没机会了。”谈起正在制作的人文纪录片《暹罗潮声》,陈映玲(@泰国 V姐)几度动容。

今年,潮语电影《给阿嬷的情书》受到广泛关注。陈映玲在电影中本色出演泰国华侨向导的角色,为影片在泰国拍摄提供帮助。

“每个人对阿嬷的感情,说到底都是对故土、对家风、对根的一种眷恋。”在分享中,陈映玲讲述了一位第

张粹格:读懂一座城,需要回溯它的地理起源与发展脉络

在 2026 内容创作者嘉年华上,星球研究所制片人张粹格分享了自己的感受。

身处短视频盛行时代,团队却坚持打磨深度地理长视频。张粹格表示,通过短视频可以快速获取旅游攻

设计、劳动者技能重构,变革才发生。AI 进入内容行业同理,要重写的不是工具列表,而是生产流程、经验积累方式与创作者成长路径。

何宗丞表示,AI 能继承前人经验,却替代不了人“在泥泞里成长”的过程。“你需要先做 AI 能做的事,才能学会 AI 做不了的事。”在他看来,基础工

作有双层价值:交付价值由 AI 完成,成长价值只能自己扛。AI 帮人省下的时间,应归还真实世界与现场,“在场永远不能被替代”。

他表示,期待 AI 成为时代最好的接力棒,承接前人技艺,也托举每一代创作者看见前人未曾看到的壮丽世界。(王丹阳)

事:“我做过儿童节目主持,屏幕前面要负责任。脏话不讲、打人不教、负能量不赠。小朋友会拿手机看,要做好内容。”他也不追“爆款公式”。“港式有港式的味道,内地有内地的脉络。互相学,但不要丢掉自己个性。”(孙晶)

张弛认为,粤语保留大量中国古代汉语特征,不少日常俚语都有史籍可循。广州粤语使用场景的变化主要源于城市人口结构调整,普通话作为

通用语言和方言并不冲突。他不主张硬性要求大家讲粤语,而是以扎实考据呈现粤语的文化价值,吸引大众主动了解。

谈及 AI 浪潮下的内容创作,他提出,AI 能帮助检索整合资料,但史料考证、长期积累形成的个人知识体系,才是创作者不可替代的核心竞争力。(廖梦君)

秦朔先后前往全国 16 个省、区、市开展乡村振兴调研,过去两到三年间 5 次赴山西调研,产出 5 篇长文及相关视频内容。近年来,他重点关注上海相关内容,已经走访 30 多个国家和地区,完成数十个中国企业出海案例调研。

“多年创作心得凝练为一句话:以大地为师,向光而行,向实求知。”秦朔说。(杭莹)

赵健发现,590 多条视频中,10 分钟甚至 1 小时以上的长视频非常受欢迎。

“我把粤港澳大湾区的 11 座城市全部拍了个遍,除了城市的高楼大厦和 GDP,还有城中村当中的每一个平凡的普通人。他们也有梦想,含泪吃着猪脚饭,也发誓要挣 1000 万元,有决心和这个城市互动。”(杭莹)

张弛:扎实考据科普粤语,深耕方言跨境传播

2026 内容创作者嘉年华现场,羊城晚报专访了粤语文化垂类内容创作者张弛。他拥有 18 年粤语新闻主播经历,2019 年起运营账号@张弛有道粤语读诗,聚焦粤语词汇溯源、诗词粤语解读,收获海内外数百万粉丝。

张弛认为,粤语保留大量中国古代汉语特征,不少日常俚语都有史籍可循。广州粤语使用场景的变化主要源于城市人口结构调整,普通话作为

秦朔:广东是我创作养分最丰富的来源地

广州是秦朔职业生涯的起点。秦朔在分享中多次强调,广东是他创作这么多年最丰富的养分来源地,没有之一。“我写的东西跟广东关联度是最多的。过去这些年我的一些创作,其实也都跟广东高度相关。比如中国平安的公司史、TCL 的公司史,还有腾讯如何以数字化、数智化赋能实体经济千行百业。”

在几十年的创作生涯中,秦朔始终要求自己“以大地为师,不调研不发言”。他的创作经验是,要明白一件事

赵健:记录粤港澳大湾区城市的性格底色

“赵健的读书日记”账号主理人赵健点出了新媒体最大的价值——挽留。他回忆,自己在短视频创业过程中曾遇到两位老人,他们在自己拍摄记录后离世,但因为镜头和影像,老人们美好、深情的故事被留了下来。

赵健分享了自己开设“我是山河主讲人”系列长视频栏目的情况。在创作制作长视频的过程中,

开直播,荔枝季单月销售额近 30 万元,平均每天卖出上万元。

创作者秦朔在启动仪式上提到,广东是他创作这么多年以来最丰富的养分来源地,没有之一,“我写的东西跟广东关联最多。”当内容能够顺畅地连接产业、连接交易、连接真实的地方生活,创作就不再是悬浮的表达,而成为嵌入区域经济循环的生产性活动。

2026 年是 APEC“中国年”,本届嘉年华紧扣这一节点与“广货行天下”宣传重点,将内容出海置于更具体的贸易与文化语境之中。吸引、汇聚全球创作人才战略意义,正在于此。

对广东而言,创作者带来的不只是流量,更是适配不同市场语境的表达能力。岭南非遗需要被翻译成 APEC 多个成员经济体能够共情的视听语言,广货需要从“产品出海”升级为“品牌出海”,而这两件事都依赖那些既理解本土质地又掌握跨文化叙事工具的创作者。

从“扶持创作”到“赋能生态”,从“政策包”到“全域共创”,广东正在用一套完整的制度供给回答“创作热土何以可能”。热土的气氛不是一次嘉年华能烘托出的,当资金、场景、平台、产业链和出海通道同时向创作者敞开,人才自然会流向这个地方。