

中华优秀传统文化数字化传承与出版创新： IP 转化与国际传播的双轮驱动

王青原 白 贵

摘要：在文化强国战略背景与数字技术迅猛发展的双重驱动下，中华优秀传统文化的数字化传承与出版创新面临时代机遇与挑战。数字出版作为出版领域的新质生产力，不仅革新了传统出版业态，更驱动了以文化 IP 为核心的价值再造与全产业链融合。对近年文化 IP 转化的典型案例进行梳理，可以总结出数字媒体时代中华文化“走出去”的成功策略，如高质量内容与现代技术的深度融合、多平台多渠道的传播策略、对本土化与跨文化叙事的重视，以及多元主体协同发声等。面对数据安全、技术鸿沟、跨文化传播障碍及算法偏见等挑战，应当以多层次权益保障维护数据安全，以双向适配策略缩小技术鸿沟，以本土化多模态传播减少认知障碍，并通过引领规则制定弱化算法偏见，以期提升新时代中华优秀传统文化的全球影响力。

关键词：中华优秀传统文化；数字化传承；数字出版；文化 IP；国际传播

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1003-0751(2025)09-0170-07

当前，大数据、人工智能、虚拟现实等数字技术的发展不仅深刻改变着社会生产关系与人类生活方式，也为中华优秀传统文化的传承与传播带来划时代的机遇与挑战。党的十八大以来，党中央将坚定文化自信、实施创新驱动发展提升到新的高度，“数字中国”“文化强国”等战略部署相继出台^[1]。中共中央办公厅、国务院办公厅 2017 年印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》明确提出“坚持创造性转化、创新性发展”的基本原则，强调利用现代科技手段提升文化传播力^[2]；我国“十四五”规划提出加快数字社会建设，推动文化和旅游数字化^[3]；“数字丝绸之路”倡议更是拓展了文化国际合作的新空间^[4]。这一系列政策为传统文化数字化传承提供了导向指引与制度保障，也推动着数字出版与文化创意产业的联动发展。

数字技术赋能传统文化，不仅是技术层面的革

新，更是国家文化治理层面的战略选择，意味着文化生产与传播范式的系统性转型；同时也需看到，数字化转型也容易伴生价值迷失和浅层娱乐化的风险。如何在保持文化底蕴的同时适应当代受众审美，如何在信息碎片化的环境中重建文化意义，是学界和业界共同关注的问题。在此背景下，如何有效运用数字技术赋能中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，已成为一个亟待研究的重大理论与实践命题。当前学界已有研究涉及数字技术赋能传统文化“两创”的总体趋势^[5]、中华优秀传统文化精神内涵的时代价值^[6]，以及数字赋能的行业性或案例性探索^[7]等。然而，鲜有研究将文化 IP 的转化与国际传播作为协同机制进行系统考察。在数字时代，如何通过数字出版与 IP 转化的创新，实现中华优秀传统文化的有效传承传播并提升其国际影响力？本文拟围绕这一问题展开深入分析。

收稿日期：2025-08-27

作者简介：王青原，女，新闻传播学博士，河北经贸大学新闻与文化传播学院讲师（河北石家庄 050062）。白贵，男，河北大学新闻传播学院教授（河北保定 071002）。

一、理论基础:核心概念与范式重塑

在数字技术驱动下,文化传承正从保存走向活化与大众共创,出版业呈现出从产品形态、生产流程到产业生态的根本性重塑,文化 IP 通过情感连接实现价值倍增,全球传播则借助算法与智能技术迈向精准互动的新范式。

1. 数字化传承:技术协同与公众参与

数字化传承是指运用现代信息技术手段对中华传统文化资源进行数字化处理,使其在虚拟空间中保存、传播、交流与利用,进而实现文化内容的创造性转化与创新性发展^[8]。在这一过程中,物质形态的文化遗产、典籍文献等被转化为数字信息,得以永久保存和活态呈现,并通过网络平台实现大规模的用户生成内容(UGC)参与。数字化传承旨在让传统文化在当代获得新的生命力与表达形式。它不仅涵盖文化资源的数字化保存和展示,还通过“生产技术民主化”赋予大众参与文化生产和传播的权利,使文化传承由精英主导转向大众赋权,实现更大范围的文化参与。数字人文等新兴领域为文化遗产的保护、活化提供了新的方法论支持,通过互动叙事、沉浸体验等手段让古老文化“活起来”,在虚拟空间连接过去与现在,让受众更深刻地体悟传统文化的价值。

2. 出版进化:数字技术驱动的新质生产力

数字出版不仅是传统出版物的数字化呈现,更是对出版产业的产品形态、生产流程和产业生态的根本性重塑。从产品形态看,出版产品已跳出纸质介质局限,进化为融合文字、图像、音视频与交互功能的服务型内容,可视化呈现、多感官联动的沉浸式体验成为常态,数字阅读平台借助大数据与人工智能实现内容个性化定制与智能推荐,让阅读延伸为视听融合、虚拟现实交织的全感官体验,极大地丰富了出版产品的形态与价值维度;在生产流程上,人工智能、大数据、虚拟现实等技术正重构选题策划、编辑校对、排版印刷、发行推广等全链条,推动内容生产与衍生效率显著提升;在产业生态层面,出版业正与影视、游戏、文创、教育、旅游等领域深度融合,形成开放协同的生态网络,出版企业通过与高校、科技公司的产学研合作实现资源互通与共创共赢,催生出知识创造与模式创新的新业态。

可以说,数字经济正深刻改写着出版产业格局,出版人的角色已从纸质图书的策划者与发行者拓展

至数字内容设计者、数据分析师与用户运营者,文化产品呈现“内容+技术+运营”的复合结构^[10]。

3. 文化 IP 转化:价值再造与情感溢价

IP(Intellectual Property,即知识产权)在文化领域指具有独特文化内涵、商业价值和广泛影响力,能引发情感共鸣并受知识产权法保护的文化内容或符号^[9]。在数字经济语境下,文化 IP 的内涵被进一步拓展,不仅指法律意义上的知识产权,更成为融合文化意义、商业价值与用户情感的“超级符号”。

IP 转化是指将这些文化符号通过改编、授权等方式延展至影视、游戏、文创、旅游等多种产业形态,实现文化价值和商业价值的再造与增值。成功的 IP 往往通过高质量内容和跨媒介叙事,构建难以复制的品牌壁垒和忠实粉丝群体,以全产业链联动方式获得持续的市场影响力。例如,“庆余年”模式代表了文学 IP 全产业链开发的创新路径:由网络小说改编的同名影视剧大获成功,继而带动游戏改编和周边文创开发,实现 IP 价值的成倍增长。值得注意的是,数字时代的 IP 还体现出显著的“情感溢价”效应:承载民族记忆与情感的传统文化 IP 因其独特的情感价值,使消费者愿意支付超出功能本身的溢价,形成稳定的粉丝经济,进一步促进了文化的传承与传播。

4. 全球叙事转型:算法时代的国际传播

国际传播是指通过多渠道、多层次的传播活动向世界讲述中国故事、传播中国声音,增进国际社会对中国的了解与认同,提升国家文化软实力和中华文化影响力。在数字媒体时代,国际传播更依托新媒体平台、社交网络和算法技术,实现内容的精准触达与跨文化共鸣^[10]。党的十八大以来,我国高度重视国际传播能力建设,将其视为提升国家文化软实力的关键途径。文化自信作为更基础、更深沉的力量,为中华文化对外传播提供了精神支撑。在中国式现代化建设的壮阔实践中,中国正积极构建全媒体、多主体参与的对外传播格局,通过打造全媒体传播矩阵、细分受众精准传播等手段提升传播实效^[11];同时紧抓新一轮科技革命机遇,运用人工智能、大数据、虚拟现实等前沿技术突破传播的时空限制,推动国际传播从单向输出转向智能化、互动化、精准化的新模式。

二、实践机制:数字化重塑与全球传播

在数智时代,数字技术正通过系统性重构文化

生产消费模式、深度开发文化 IP 价值,以及利用平台与技术构建强大生态,有力推动中华优秀传统文化实现创造性转化、创新性发展和全球范围内的有效传播。

1.数字技术重塑文化生产消费

数字技术赋能传统文化,首先体现为对文化生产与消费机制的深刻革新。这种革新并非简单的工具叠加,而是对传统文化生态的系统性重构。在文化生产方面,数字技术促成了文化资源作为生产要素的数字化转型:通过高精度扫描、录音录像、三维建模等技术,将文物古迹、传统艺术等完整记录为数字信息,建立起大规模的数字档案,实现永久保存与活态传承。例如,故宫博物院建立了“藏品总目”数字文物库,完整记录并开放展示了186万件馆藏文物信息,提升了公众学习优秀传统文化的便利性;敦煌研究院建设的“数字敦煌”资源库打破时空限制,留存了海量历史记忆,截至目前已吸引全球超过78个国家的2200万人次访问,并基于海量数字资源策划数字展览、开发文创产品60余种,创造了显著的社会和经济效益。更重要的是,数字技术推动了文化生产的民主化,“人人皆创作者”的UGC模式使普通公众不再只是被动接受者,而成为点赞、转发甚至内容创作的主体。如抖音平台上“#传统文化”话题的走红,大批用户通过短视频传播汉服、美食、技艺等传统文化内容,展示了大众赋权所释放的巨大能量。随着人工智能生成内容(AIGC)的兴起,未来大众赋权还将进一步被智能技术强化,甚至可能出现AI驱动的虚拟IP或“数字人”成为新的文化传播主体。然而值得警惕的是,算法驱动的注意力经济在放大大众创作热情的同时,也可能引导内容创作朝碎片化、娱乐化方向发展,优质长内容和深度文化内容有时会被海量信息流淹没。对此,数字平台需要履行公共文化传播责任,通过优化算法推荐机制和专项扶持计划,提高传统文化内容的可见度,保障文化多样性。

在文化消费方面,数字技术引领消费模式从线下实体走向线上线下融合,从被动接受走向沉浸交互。虚拟现实、增强现实和全息投影等技术创造出沉浸式虚拟文化场景,突破物理时空限制,为受众提供“可体验”“可参与”的文化消费新方式。例如,西安博物院与科技企业合作打造文博元宇宙项目,让游客以“历史参与者”身份与文物互动,身临其境感受盛唐长安的市井风貌;上海历史博物馆为儿童观众提供AR眼镜和互动动画,增强参观的趣味性和

教学性。这种从静态浏览向动态体验、从平面阅读向多感官互动的升级,极大地提升了文化消费的吸引力和情感联结力。同时,“云游博物馆”“线上非遗课堂”等在线平台的快速普及,使传统文化突破线下场馆的限制,用户可以随时随地在线上欣赏展览、观看演出、学习戏曲。例如,故宫博物院在春节期间推出“云游故宫”,观众通过手机应用即可全景观看宫廷建筑和文物,获得沉浸式体验。成功的数字化传承实践抓住了青年受众渴求个性化、互动化体验的特点,创造出国风动漫、国潮文创等现象级产品,实现了文化价值传递与商业价值转化的双赢。

2.数字出版驱动文化IP价值

数字出版作为文化与科技深度融合的新业态,为传统文化IP的开发与传播提供了核心动力,使得中华优秀传统文化的多形态传播成为可能,也在文化价值再造的同时以新的商业模式带来了新的收入来源,形成文化生产、传播与消费的良性循环。

一方面,数字出版催生了知识内容的多形态生产。借助数据挖掘和跨媒介改编,传统文化内容得以从书本文字延展为有声读物、动画漫画、影视剧集、数字藏品等多种形态,在这一过程中,IP成为连接不同媒介形态内容的纽带,实现“一源多用”,充分挖掘文化内容的价值潜力。例如,网络文学已成为当代文化IP的重要源头,在热门改编IP名单中占比高达50%,其中超过八成来自网络小说,涌现出《斗破苍穹》《大奉打更人》等大量具备改编潜力的作品。这些IP通过数字出版平台孵化并向影视、动漫、游戏等领域转化,推动文化IP从“小众收藏”走向“大众消费”,拓宽了传统文化的传播渠道。近年来流行的“微短剧”更形成了从短视频孵化IP、再向长视频和国际市场延伸的新链路。

另一方面,数字出版重塑了文化生产的商业模式。以IP为核心的全产业链联动开发模式得到广泛认可,例如《庆余年》IP不仅改编电视剧创下热播纪录,还衍生出游戏、周边等产品,形成文学—影视—游戏—文创的联动生态。这种模式通过故事化表达赋予产品更深层次的文化内涵,并借助粉丝经济形成情感共鸣空间,构筑起其他竞争者难以复制的动态品牌壁垒。此外,“IP+文旅”融合成为新的增长点:传统文化IP赋予旅游场景以文化故事,如西安“大唐不夜城”以盛唐风华为卖点,创造沉浸式夜游体验,带动当地旅游消费,实现社会效益和经济效益双丰收。总之,数字出版与IP转化的结合催生了文化价值再造的新模式:文化内容在数字技术加

工与跨界运营下获得情感溢价和品牌增值,使中华优秀文化能够以更具市场穿透力的方式实现创造性传播。

3. 平台融合与技术工具赋能

数字平台与技术工具的高度融合正在形成文化传承创新的生态体系,即由数据驱动、多主体共创、技术赋能所支撑的文化生产传播体系。在这一体系中,高质量文化内容依托数字平台实现高速传播,文化 IP 通过技术赋权获得裂变式增长,不断拓展中华优秀传统文化的影响版图。

一方面,各类数字平台成为文化内容生产传播的重要载体。众多数字阅读平台通过开放的创作社区和大数据驱动的内容分发机制,将大量优秀网络文学和传统文化题材内容推向大众甚至出口海外,实现内容和版权的海外输出。同时,一些视频网站、社交媒体平台亦积极参与传统文化 IP 推广,如抖音等平台上非遗技艺、传统节庆内容频频“出圈”,说明数字平台已成为汇聚创作者和受众、放大文化影响力的重要渠道。值得一提的是,中国公司已成为海外微短剧市场的重要生产者和供应者,越来越多中国团队在海外社交平台上推出本土题材与中国式叙事结构相结合的短剧,获得了高下载量和用户高黏着度。

另一方面,先进技术工具为文化内容的生产与

传播注入新动能。人工智能技术的赋能不仅体现在内容创作(如智能写作、AI 绘画、AI 虚拟主播等),还体现于传播阶段对用户数据的精准分析和匹配,实现“千人千面”的内容推荐。再如,区块链技术在文化领域的应用确保了数字藏品(NFT)和数字版权的确权与交易安全,为文化资源数字化开发提供新的商业模式。以“数字敦煌”平台为例,其引入区块链技术保护壁画图像版权,使珍贵文化资源在开放共享的同时确保知识产权,推动了文化成果的长期传播与价值转化。

三、案例分析:IP 出海与文化共鸣

在全球传播格局的深刻演化中,数字技术与创新模式已成为推动中华文化跨媒介表达与跨文化传播的核心驱动力。数字化手段不仅提升了文化遗产的保护效率与传播广度,更有效促进了文化资源的价值重构与国际认同的形塑。在数字化激活传统文化基础上,部分优质内容已成功实现 IP 化转化并有效拓展了国际市场,显著提升了中华文化的全球影响力。为进一步深入分析中华优秀传统文化数字化的国际传播路径,本文选取一系列具有代表性的文化 IP 出海案例,分析其 IP 转化路径与国际传播策略,旨在从中提炼出共性经验与深层启示(见表 1)。

表 1 文化 IP 转化与国际传播成功案例分析

案例名称	IP 转化路径	国际传播策略	海外市场表现/数据	文化影响力/启示
“庆余年”系列	网文—影视—游戏—周边	Disney+、YouTube、Viki 全球同步发行	《庆余年 2》成为 Disney+ 上线以来热度最高的中国大陆剧;在美洲、澳洲、欧洲通过 YouTube、Viki 首播,当观看量为其他同期大陆剧的 2—3 倍	提升中国网文 IP 全球影响力,实现“长期主义”IP 经营
动画电影《哪吒 2》	动画电影	全球发行,先进技术与创意叙事结合	全球票房突破 159 亿元,成为全球动画电影票房冠军	展现中国电影全球竞争力,技术与文化深度融合
《黑神话:悟空》	游戏	全球同步上线,强化中国文化符号	首发 3 天全球销量突破 1000 万套,海外销量占比超 30%,引发全球“西游热”	游戏成为文化传播新途径,激发海外玩家对中华传统文化的浓厚兴趣
“李子柒”系列视频	短视频	YouTube、Instagram、Facebook 等多平台、多语种字幕传播	YouTube 频道订阅用户超过 1800 万,每支视频播放量动辄数百万	人本化、日常化叙事有效降低“文化折扣”,促进跨文化交流
舞剧《咏春》	舞剧(非遗融合)	全球巡演,武术与舞蹈创新结合	全球巡演超 220 场,欧洲巡演 16 场,观众累计近 2 万人,创中国舞剧欧洲商演纪录	艺术精品跨文化传播,展现非遗魅力,实现中国文化融合创新
卡游动漫	卡牌、潮玩、文具	全球战略合作,海外大屏联动推广,本土化改造	《小马宝莉》卡牌推出英文版并进入东南亚市场,海外城市中心户外大屏同步亮相,成为“中国制造+全球 IP”融合范例	“产品为王”筑牢出海根基,因地制宜讲好中国故事
春节/乡村旅游	节庆文旅	全球联动推广,“中国年”申遗成功,打造乡村文化名片	近 20 个国家将中国农历新年定为法定假日,全球约五分之一人口参与庆祝;中国已有 8 个乡村入选联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”	传统文化融入日常生活与旅游体验,提升国家形象与文化认同感
微短剧	网络微短剧	多渠道赋能,“海外本土题材+中国叙事结构”创新模式	在 ReelShort 平台上登上美国 iOS 娱乐应用下载榜第 1 名,海外短剧市场规模据估算可达 144—648 亿美元	中国创意与叙事模式“造船出海”,形成海外短剧重要内容供应链

在这些案例中,中国优秀传统文化内容通过多元载体与多样形态成功实现“出海”,有效促进了文化遗产的价值重构与国际认同。其成功经验可归纳为以下几个方面:

第一,高质量内容与现代技术的深度融合是赢得海外受众青睐的根本。例如,动画电影《哪吒2》凭借其精良的制作水准和富含传统元素的创意叙事,不仅在全球动画电影票房榜上斩获佳绩,而且彰显了中国动画的技术实力与文化魅力;《黑神话:悟空》则通过主流游戏引擎与中国经典IP形象的有机结合,在全球玩家中掀起“西游热潮”,有力证明了游戏作为中华文化传播新途径的巨大潜力。

第二,多平台、多渠道的传播策略显著拓展了传播的广度与深度。例如,“庆余年”系列选择Disney+、YouTube等海外主流平台同步上线,在短时间内触达海量海外用户,实现了关注度的倍增;“李子柒”系列视频则巧妙运用YouTube等社交媒体进行多语种传播,以日常生活的视角呈现中华文化之美,在全球范围吸引了数千万粉丝。

第三,对本土化与跨文化叙事的重视是IP成功出海的关键。成功的IP往往能够针对不同文化圈层调整内容与叙事策略。例如,卡游动漫在与国际品牌合作时,推出了英文版卡牌并结合当地文化元素,实现了“中国制造+全球IP”的有机融合。

第四,多元主体协同发声极大地增强了国际传播的效能。除了传统的官方渠道,个人网红、企业合作等多方力量的共同参与,形成了复调协同的传播格局。这种政府、企业、个人共同参与的模式,有效突破了单一主体传播的局限,显著提升了中国故事在海外传播的亲和力与可信度。

四、挑战与路径:治理迭代与生态优化

中华优秀传统文化在海外传播过程中,遇到了数据权益、技术鸿沟、文化折扣和算法偏见等挑战,需要通过完善治理体系、实施精准适配、优化传播策略和构建自主生态等多维路径,进行系统性的治理迭代与生态优化,以更好地推动中华文化在数字时代得以健康、公平、有效地传承与传播。

1.以多层次权益保障维护数据安全

当前,文化资源在数字化过程中产生了海量数据,但传播主体在共享开放、安全保障和权属界定上仍存在不足,尤其是涉及个人或族群记忆的数字遗产,由于所有权和使用权界限模糊,容易引发权益纠

纷。对此,应完善数字文化遗产相关法律法规和治理机制,明确数字资源的产权归属与使用规范,加强数据存储安全和隐私保护。在国家层面,可推动建立权威的文化数据开放共享与交易平台,既保障数据安全又提高利用效率,鼓励各机构在合法合规前提下开放数字资源用于学术研究和IP开发。要解决非物质文化遗产等传统文化元素知识产权归属不清的问题,可以从国家层面研究出台特别保护机制,既保障传承人和社区的合法权益,又促进创新利用。在数字内容创作新趋势下,还需应对生成式AI引发的版权归属和文化安全新课题:明确AI生成作品的著作权边界和责任归属,既保护创作者权益,也防止技术滥用造成文化内容的失真失序^[12]。

2.以双向适配策略缩小技术鸿沟

不同地区、不同年龄阶层对数字技术的掌握程度是有差别的,这种数字鸿沟可能导致文化传播受众的分层:年长者、欠发达地区人群可能难以享受到最新的数字文化体验,而年轻世代的偏好又与传统表达存在差异^[13]。一方面,部分传统文化内容在代际传播中可能出现“意义消解”,年轻一代因为语境隔阂而难以理解传统文化内涵;另一方面,一些文化产品为迎合潮流可能出现过度娱乐化、“自我异化”,从而丢失了文化精髓。

对此,需要实施“双向适配”策略:既要运用新技术降低使用门槛,帮助不同群体更方便地接触数字文化(如开发适老化的数字文化应用,在欠发达地区加强网络基础设施建设),又要注重内容的分众创作与精准推送,根据不同受众的文化背景和兴趣偏好调整传播内容与方式。利用人工智能和大数据分析用户画像,针对老中青不同圈层定制差异化的传统文化数字内容,使人人都能找到适合自己的文化体验。通过弥合数字鸿沟与精准适配,可以最大限度扩大中华文化数字传播的覆盖面,提升各圈层受众的参与度和获得感。同时要将数字化传承深入乡村基层,避免数字文化发展主要集中在城市,这就需要政府和企业合作提供培训和基础设施支持,确保文化数字化红利惠及基层群众。

3.以本土化多模态传播减少认知障碍

在国际传播中,“文化折扣”现象依然突出:由于文化差异或刻板成见,海外受众对中华文化内容的理解度和接受度可能打折扣,同时不同国家和地区对中国形象的认知也存在差异^[14]。为此,首先要加强本土化改造,在保持文化核心内涵的同时,根据目标市场的文化背景和审美习惯对内容和表达方

式作出调整,减少理解障碍。例如,为影视作品提供多语种字幕和符合当地文化的营销包装;将文创产品融入海外消费者熟悉的元素,以提升受众亲近感。其次,强调多模态叙事来降低文化折扣,通过视觉、音乐等世界通用的“语言”传递文化内涵。高质量的影像和艺术表现可以跨越语言藩篱,如舞剧《咏春》将中国武术与现代舞蹈融合,在巴黎、伦敦巡演并获得认可。再次,构建多元主体协同的传播体系,突破过于依赖官方媒介的传统模式。鼓励企业、民间文化团体、网络红人等参与对外传播,通过他们的视角和语言讲述中国故事,有助于提高内容的多样性和可信度,形成复调协同的传播格局。

4.通过引领规则制定弱化算法偏见

当今全球信息分发日益依赖于少数科技巨头掌控的算法和平台,这可能导致中国文化内容在全球传播中受到平台规则的制约:算法的“黑箱效应”可能使部分优质内容淹没在信息洪流中,或因推荐机制陷入“信息茧房”而无法触达更广泛的受众。此外,生成式 AI 等新技术在内容生产中的广泛运用也引发了版权归属、深度伪造等新的安全与伦理问题。

应对这些挑战,中国需要积极参与并引领国际数字文化治理规则的制定,与各国合作完善跨国界的知识产权保护和数据治理体系。要在国际多边场合倡议建立算法透明和内容公平分发的规范,防范技术垄断对文化交流的负面影响,推动不同国家的文化内容在全球数字平台上平等呈现的机会;同时推动跨平台合作,提高中华文化内容在主流国际平台的曝光度。在国内,应加快构建数字文化走出去的自主平台和渠道,打造自主可控的国际传播矩阵^[15],例如开发面向全球用户的中国文化内容聚合平台,采用自主算法推荐机制将优质中华文化内容精准推送给海外不同地域、不同兴趣圈层的用户;探索与海外主流媒体合作设立中华文化专区。政府部门也应制定平台治理指南,要求本国互联网企业在算法设计中增加传统文化内容的“公益权重”,主动提升优秀文化内容的推荐比例。同时要强化对自身数字内容的质量把关,避免为追逐流量而牺牲文化品位,以真实、多元、健康的文化形象赢得国际社会的尊重和信任。

五、结语:中华优秀传统文化 IP 全球化策略及展望

数字时代为中华优秀传统文化的传承与创新发

展擘画了前所未有的宏阔图景,并注入了澎湃动力。本研究通过理论阐释与案例剖析,系统揭示了数字技术赋能传统文化的深层逻辑与实践路径。数字技术远非单纯的传播工具,更是撬动文化生产范式深刻变迁的“历史杠杆”,推动文化生产从传统的精英主导转向更为开放的大众参与。在此基础上,数字出版作为科技与文化深度融合的新型生产力,构建了以 IP 为核心的文化价值再造模式,为文化内容商业价值与社会影响力的双重跃升提供了可能。在中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展过程中,文化 IP 的成功转化与国际传播之间形成了显著的协同效应,共同构筑起中华优秀传统文化在全球影响力提升的坚实路径。高质量的文化 IP 作为一种富有生命力的文化载体,能够以更具亲和力、更易于海外受众理解和接受的方式讲述中国故事,生动展现中华文明的独特魅力,进而形成文化创新与全球传播的良性循环,为构建人类命运共同体贡献中国智慧。

展望未来,中华优秀传统文化的数字化传承与出版创新仍需要持续的理论探索与实践深化,尤其需要在以下战略维度上实现突破性进展:

首先,数字文化遗产的智能化呈现应成为核心关切。随着人工智能、虚拟现实等前沿技术的日益成熟,我们应超越简单的数字化复制,致力于推动博物馆与文化场馆常态化提供沉浸式、交互式的数字体验,使文物典籍真正“活化”并深度融入公众的日常生活。同时,积极拓展国际文化遗产数字保护的合作广度与深度,以中国在数字技术与文化融合方面的经验,为全球文明瑰宝的永续守护贡献中国方案。

其次,AIGC 驱动的内容创作新范式亟待审慎而积极地加以引导。在充分利用人工智能提升文化内容生产效率的同时,必须前瞻性地完善版权归属与伦理规范,警惕一味追求技术炫技可能导致的文化表达同质化风险,从而确保文化多样性与原创性创作空间的持续繁荣。这不仅关乎技术应用,更触及文化主体性与人类创造力的深层哲学命题。

最后,加强数字文化治理的国际合作是构建公平有序全球数字文化秩序的必然选择。中国应以负责任大国的姿态,积极参与并引领全球数字文化贸易规则、知识产权保护和数据安全框架的制定,不断提升在数字文化领域的制度性话语权。通过推动建立公平开放的国际数字治理体系,保障文化 IP 在全球数字场域中合法合规地释放更大价值,促进不同

文明间的平等交流与互鉴。为此,政府与社会各界亟须统筹规划,设立专项基金以支持传统文化数字化工程与出版创新项目,并加强产学研协同与公众参与,着力培养既精通技术又深谙文化的复合型高端人才。

唯有在价值引领、制度保障与技术创新三者有机协调、螺旋式上升的良性发展态势下,中华优秀传统文化的数字化传承与出版创新方能真正服务于人类社会文化繁荣与文明互鉴的宏伟目标,为中华文化的永续传承与全球传播注入源源不断的内生动力与外在势能。

参考文献

- [1] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[EB/OL].(2017-01-25)[2024-10-15].http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.
- [2] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要[EB/OL].(2021-03-13)[2024-10-15].http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm.
- [3] 陈晓晨.意大利媒体:“一带一路”倡议开启全球化进程新时代[EB/OL].(2017-05-11)[2024-12-15].<http://www.yidaiyilu.gov.cn/zewj/zewj/12697.htm>.
- [4] 李泽华,何昭旭.数字赋能中华优秀传统文化“两创”:内涵特质、产业实践及现实反思[J].新疆社会科学,2024(3):142-150.
- [5] 颜景高,王永灿.习近平关于中华优秀传统文化重要论述的独特贡献[J].江西社会科学,2024(9):197-205.
- [6] 解学芳,张佳琪.技术赋能:新文创产业数字化与智能化变革[J].出版广角,2019(12):9-13.
- [7] 黄永林,王伟杰.数字化传承视域下我国非物质文化遗产分类体系的重构[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2013(8):165-171.
- [8] 彭肇一,付晓静.转向中长视频:出版机构内容运营的发展进路——以bilibili平台为例[J].科技与出版,2025(4):85-93.
- [9] 王莹.文化IP的当代塑形与中华文化国际传播[J].中共中央党校(国家行政学院)学报,2025(2):69-79.
- [10] 史安斌,郑恩.从二元对立到杂糅共生:数智文明时代跨文化传播的范式转换[J].对外传播,2024(9):4-7.
- [11] 史安斌,郑恩.新质生产力视角下的国际传播效能提升:理念重构与实践创新[J].对外传播,2025(7):4-8.
- [12] 倪万,郝春梅.AI生成物的出版伦理规制:基于“人—机”交互主体性视角的分析[J].中国编辑,2025(7):35-41.
- [13] 罗兰.数字赋能中华优秀传统文化传播的遮蔽与解蔽:基于传播修辞学视角[J].云南社会科学,2025(4):141-147.
- [14] 邓桢.数字游戏赋能中华文化国际传播:媒介逻辑、话语建构与实践路径[J].编辑之友,2025(3):29-34.
- [15] 廉同辉,李春雷,袁勤俭,等.文化“走出去”视角下数字出版内容创新研究[J].学术论坛,2015(2):76-79.

Digital Inheritance and Publishing Innovation of China's Fine Traditional Culture: Dual-Drive of IP Transformation and International Dissemination

Wang Qingyuan Bai Gui

Abstract: Under the dual impetus of the strategy of building a culturally powerful country and the rapid development of digital technology, the digital inheritance and publishing innovation of China's fine traditional culture are facing both opportunities and challenges in the new era. As new productive forces in the publishing field, digital publishing not only revolutionizes the traditional publishing industry but also drives the value re-creation and integrated development of the entire industrial chain centered on cultural IPs. By sorting out typical cases of cultural IP transformation in recent years, we can summarize the successful strategies for the "going global" of Chinese culture in the digital media era, such as the deep integration of high-quality content and modern technology, multi-platform and multi-channel dissemination strategies, emphasis on localization and cross-cultural narration, and the collaborative communication of multiple entities. In the face of challenges such as data security, the technological gap, barriers to cross-cultural communication, and algorithmic bias, it is necessary to maintain data security through multi-level rights protection, narrow the technological gap through two-way adaptation strategies, reduce cognitive barriers through localized multi-modal communication, and weaken algorithmic bias by leading the formulation of rules, so as to enhance the global influence of China's fine traditional culture in the new era.

Key words: Outstanding traditional Chinese culture; digital inheritance; digital publishing; culture IP; international communication

责任编辑:苇如