

本期话题:AI 赋能文商旅产业出海的机遇与挑战

文化的包容性,是我们出海最大的软实力



民企会客厅

AI技术的飞速迭代正在重构文商旅产业的底层逻辑。从内容生成到体验升级,再到全球化传播,智能化工具为文商旅出海提供了强大的技术引擎,打破了传统模式的时空限制。然而,机遇与挑战并存,如何借AI破解痛点、筑牢合规防线、守住文化根脉,这一系列问题仍值得深入探讨。本期民企会客厅聚焦AI赋能文商旅产业出海的机遇与挑战,邀请五位来自不同领域的行业嘉宾,共同探讨AI如何赋能文商旅产业更好地走向国际舞台。



嘉宾亲身体验可交互式剧情AI垂类模型(受访企业供图)

AI提供技术支撑 新业态蓬勃生长

主持人:AI技术为文商旅产业出海打开了哪些新机遇?企业又该如何把技术势能转化为产业动能?

邵志伟:千年前,先辈驾福船将中国文化传播至世界,今天我们打造“数字福船”,用AI漫剧将中国文旅风光与文化故事带向全球。日前,一部植入闽南红砖古厝的AI漫剧在TikTok上线一周播放量破千万,海外观众被泉州古城吸引,纷纷询问打卡地,印证了传统文化数字化传播的强大感染力与吸引力。过去,文商旅产业出海面临着内容生产成本高、制作周期长、文化鸿沟、产业协同缺失等痛点,如今AI技术的日趋成熟,让这些问题有了一次性破解的机会。以我们布局的“一体两翼”战略为例,一方面打造面向文商旅场景的定制化数据标注服务,对地域文化细节进行精细化的语义、美学及情感标注,构建高质量的文化知识库,

让AI真正理解并传承中华文化的精髓。另一方面,聚焦AI漫剧、海外短剧制作,利用AI技术实现内容的规模化、高效率生产,再通过精准的本地化运营与跨文化叙事,将中国故事以生动的视觉形式触达全球受众。两者看似不同,实则是相互咬合的齿轮。在中国文化数据集中,不能只有泛泛的国风标签,我们便对闽南红砖、燕尾脊、簪花围等地域文化做精细化标注。用这些数据训练的模型,文化元素还原准确率比通用模型提升47%,从源头上避免为出海而消解文化。同时,AI漫剧生产运营又会产生高价值标注数据,反哺数据底座,形成正向循环。

邱鸿涛:AI出海不是把产品直接卖到海外,而是先把生态搭建起来。以宙包AI垂类大模型为例,我们一开始就没有把它定位为工具,而是作为生态底座:上游“供血”,AI大模型赋能创作

者输出剧本,实体商户提供互动场景;中游“造血”,渠道方、服务商把供给转化为可落地方案;下游“回血”,体验产生收入和流量,再回流反哺上游创作。单向流动只是一门生意,循环流动才是产业生态。通过宙包MaaS渠道合作,宙包AI像开放水电一样开放模型能力,渠道方接入后即可服务万千实体企业。目前,这一模式已在文商旅赛道得到验证,形成“内容带流量、流量转客流、客流变收入、收入反哺内容”的完整闭环。此外,围绕AI剧本出海,我们不会去做某个垂直赛道,而是要做赛道的“发动机”,写好技术底座,把能力开放出去,让不同行业、领域的玩家自己去创作、去落地,最终赋能整个文商旅产业。一个人出海可以说是冒险,一群人出海反而能开辟出一条航道。我们欢迎所有从业者用我们的技术底座,去造属于自己的船。

重视合规前置 避免潜在风险

主持人:机遇背后往往伴随着风险,尤其是走向规则环境更复杂的海外市场。AI赋能文商旅产业出海时,企业容易踩到哪些“雷”,又该如何提前布防?

黄健奇:从知识产权角度来看,AI打造的产品内容出海时有4个常见“雷区”值得警惕。一是AIGC内容的权属问题。用AI大模型生成的剧本、视频、图片、音乐等,权属到底归谁?这里有一条重要规定:纯AI生成的内容不构成作品,不受著作权保护,但只要加入了人的智力投入,就可以受到保护。若创作过程没有完整留痕,作品爆火后极易引发权属纠纷,价值大打折扣。二是商标海外抢注问题。如果遇到这种情况,要么选择高价赎回,要么换名字重新开始,损失很大。三是数据来源问题,数据来源是哪、是否有授权、是否涉及个人信息、是否符合海外跨境传播等,这些看似是技术问题,实则直接决定产品能否在海外市场合法上线。四是先公开后申请丧失新颖性,有的企业会公开发布技术文章或者在海外展会上展出产品原型,之后再想起要申请专利就失去了新颖性。因此,AI内容的出海做到创作全流程留痕、合同明确确权,合规的成本永远低于维权的成本,这笔账每个出海企业都要算清楚。

陈文辉:出海风控体系不是几份合同文本,而是一张紧密联系的网。出海前要做好架构的顶层设计。我们建议企业以境内公司为母体,在香港、新加坡等地设立控股中控平台做对接,最终在目的地国家落地运营主体。架构设计要提前结合律师、审计、会计做全方位的预案分析,不能贸然出海。关键环节更要细化:一是数据来源确权。全球跨境数据传输监管日趋严格,违规可能面临巨额罚单;在国内,涉及未脱敏个人信息甚至可能触犯刑法。企业打包数据资产前,必须先完成数据合规审查。二是内容合规审查。AI出海本质是内容与策略出海,不是简单售卖产品,AIGC是否侵权、知识产权是否清晰,都要提前排查。三是知识产权布局。很多企业海外商标体系不熟悉,对AIGC著作权风险认知不足,这往往是出海最大的坑。四是商业与资金安排。金融架构、资金来源审查与运行都要审慎,合规不到位反而会变成风险。更合理的做法,是在决策早期就接入法律支持。提前规避远比事后补救主动。未来出海最大的隐性成本,可能是巨额罚单甚至刑事风险,合规怎么强调都不为过。

守住文化根系 带动产品输出

主持人:AI为文商旅出海提供了技术支持与业态创新,未来产业出海要走得稳、走得远,应当守住怎样的底层逻辑?

陈祝毅:从农耕文明到工业文明再到科技文明,技术的发展是不可逆转的大趋势。技术成熟之后会形成系统,进阶为生态,最终催生新的商业体与新质生产力。在内容层面上,AI出海首先要文化出海,只要海外市场接受了我们的文化,AI产品就能自然而然“走出去”。中国文化的包容性,是我们出海最大的软实力。未来AI内容的竞争本质上是文化认同的竞争。在技术层面,智能化平台要持续为产品研发、市场开拓提供

数据支撑,新产品的升级迭代不可盲目,要有真实的市场依据。但最根本的,还是要守住我们的文化根系,用文化共识去带动产品和服务的输出,这样才能在全球市场真正扎下根。

邵志伟:真正的文化出海,是带着自己的文化根脉走出去,而不是把自己改得面目全非去迎合海外市场。AI从来不是空中楼阁,它的根基在于高质量数据,价值落脚点最终要扎根本土文化的土壤。没有文化背景的AI内容,只是没有灵魂的技术产物,走不远也立不住。在我们的AI漫剧里,形成了“标注对稿模型、模型产出内容、内容沉淀数据、数据再优化标注”的正向

循环。在这个循环里,文化是内核,数据是燃料,AI是引擎,三者拧合在一起,才能让中国文化真正地在海外立得住、传得开。而这个闭环的最终落脚点,就是文商旅的深度融合出海。AI漫剧不只是用来打发时间的内容产品,它更应该是文商旅出海的“数字先导片”,把一座城市的文旅地标、非遗文化、特色商贸产品自然植入剧情,海外观众被场景吸引就会主动搜索目的地,带动文旅流量;被剧中的文创产品、特色商品种草,就会产生消费,带动商贸增长。从内容引流到文旅打卡,再到商贸转化,这是一条完整的文商旅出海链路。

“海丝”核心区牵手“陆丝”核心区

“泉州一塔城一喀山”跨境电商物流新通道开通

本报讯(融媒体记者刘文艳 通讯员洪森森 叶宇翔)记者从泉州海关获悉,9月30日,在泉州海关监管下,一辆满载6.3万件鞋类、服装等跨境电商货物的公路运输车辆,从泉州国际邮件互换局出发,转关至新疆塔城巴克图口岸后,经哈萨克斯坦直达俄罗斯喀山,这是泉州口岸跨境电商货物首次以公路转关方式出口欧亚经济联盟市场,标志着“海丝”核心区福建与“陆丝”核心区新疆牵手,成功开拓“泉州一塔城一喀山”跨境电商国际物流新通道。

“海丝”起点城市泉州已成为我国重要的轻工产品生产和出口基地,年出口纺织服装、鞋业、水暖五金、建材家居等轻工产品超千亿元。此前,泉州众多中小外贸企业依托跨境电商深耕欧亚经济联盟市场,发往喀山的跨境电商货物多依赖海运或东部陆路口岸,全程运输超过30天,普遍存在运输周期长、旺季口岸拥堵、多段转运重复报关、综合物流成本居高难题。

为破解企业物流痛点,泉州海关深入开展调研,加强政策宣贯和业务指导,精心制定公路出口转关监管方案,并厘清申报规范与作业流程,支持开通国际物流新通道;综合运用“非侵入式过机”“智能审图”等监管模式,实施高效精准监管;聚焦通关全链条,快速办理转关货物施加海关封志等手续,确保“即报、即验、即放”,并主动对接口岸海关,全力保障通关高效畅通,助力拓展泉州与共建“一带一路”国家的国际物流通道。

“这条新开通的从西部陆出境的物流新通道,全程7000多公里、运输时间约15天,相比传统运输时效缩短50%以上,接下来每周2班常态化运行,到年底该线路跨境电商货物出口将突破200万件。”中国邮政集团有限公司泉州市分公司总经理吴志斌表示。

把助农阵地搬进文旅现场 泉州供销系统多元赋能 激活城乡产销活力



本报讯(融媒体记者郭剑平 文/图)国庆假期,世遗泉州文旅市场持续升温。泉州供销系统立足扩内需、促消费、惠民生工作部署,主动融入全市文旅经济发展大局,将助农展销、便民服务、绿色消费场景全面嵌入景区、商圈、公园等热门文旅场景,通过场景创新、业态融合、双链联动的多元化模式,畅通城乡产销循环,将文旅人气转化为助农增收实效,为假日消费市场注入强劲供销动能。

在丰泽蟳埔簪花里市集,供销社依托夜游经济与非遗文旅流量,布设特色展位集中展销闽南名优农产品,让游客在体验簪花非遗、滨海夜游的同时选购乡土好物,推动文旅流量向消费增量转化。在德化“村晚”古早味嘉年华现场,供销社搭建沉浸式体验专区,展出300余种本土农产与古早美食,融合陶瓷彩绘、传统曲艺等文化体验,实现白瓷文彩、乡土好物与夜间消费深度绑定。

顺应年轻化、沉浸式消费新趋势,供销社创新消费新业态,打造多元新潮消费场景,有效激活假日消费潜力。晋江在五店市街区打造国潮国风供销社市集,汇聚50家侨味美食、本土农产品商户,自中秋至10月5日累计销售额突破128万元。石狮联动街头文娱活动打造“市集+文艺+休闲”一站式消费场景,2场国庆假期主题活动吸引超8.5万人次参与,带动消费营业额约50万元。南安创新“线下游园赶集+线上云端购鲜”模式,在武荣公园打造复古新潮的主题市集,依托全天候直播带货,持续放大乡土产品品牌影响力,让传统农产品适配新时代消费需求。

坚守供销社惠民保供初心,点亮绿色民生消费底色。永春、泉港等地供销社依托线下门店,开展双节惠民展销活动,一方面上架优质时令鲜果、特惠礼盒,引进多款优质商品丰富市场供给,让利惠民;另一方面推广竹纤维可降解等绿色环保产品,引导群众践行低碳生活理念,实现消费提质与绿色惠民双向发力。

这个国庆假期,泉州供销系统把助农阵地搬进文旅现场,以市集经济串联非遗、国潮、夜间消费,构建起农产品上行新通道,带动农户增收、激活假日市场,以供销担当助力乡村振兴。

招标公告

我单位委托泉州晚报项目咨询管理有限公司,采用竞争性谈判方式,对活动一体化服务采购项目公开进行招标,项目编号:QZWBTPJQZ2026132,请有意投标者于2026年10月9日—10月13日(上午8:30—12:00,下午2:00—5:30)到泉州晚报项目咨询管理有限公司(地址:泉州市丰泽区刺桐路82号泉州晚报社附属楼一层106)购买采购文件或通过填写报名表并发送至邮箱:qzwbxmdl@qq.com方式获取采购文件。咨询电话:0595-28189943。

泉州晚报社
2026年10月9日



记者手记

从千万播放量的AI漫剧出圈海外,到闭环式产业生态的搭建,AI让中国文商旅实现了轻量化、全球化传播,为产业出海注入新动能。但技术提速的同时,合规风控与文化坚守愈发关键。知

AI内容出海应有进有守

识产权、数据跨境、内容审核等隐性风险,是所有出海企业必须筑牢的底线,合规前置才是长效发展之道。

技术为帆,文化为根。真正的文商旅出海,从来不是刻意迎合海外市场,

而是依托AI技术,深耕本土文化内核,以文化共识赢得全球认同。唯有平衡技术创新、合规风控与文化传承,中国文商旅产业才能在全球市场行稳致远。(晓芳)