

《以技术与商业双轮驱动数字文化内容生产与传播路径再生》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

全球数字文化市场规模预计 2025 年突破 10 万亿元，以 AI、VR、大数据为核心的技术迭代正在驱动内容生产、传播与消费的范式变革。企业需掌握技术应用、场景落地及盈利模式设计的系统性能力，以应对跨行业竞争。本课程聚焦近两年真实商业案例，结合国内工具与数据，提供可落地的解决方案。

【课程收益】

掌握 2023~2024 年数字文化领域核心技术（AIGC、元宇宙、大数据营销）与行业趋势。通过真实案例拆解，学习内容生产工具的使用与传播策略设计，并能够初步构建从内容生产到用户触达、成本核算、风险控制完整盈利链路。

【课程特色】

全部案例为 2023 年后国内标杆项目（如抖音 AIGC 音乐、华为河图元宇宙文旅），并基于百度文心一言、阿里通义千问等工具进行内容生成与数据分析演练，且每个模块均设置 ROI 测算、风险评估及预案设计。

【课程对象】

数字文化领域的管理层、业务骨干；数字文化领域从业者、企业战略规划人员。

【课程时长】

1 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、数字文化趋势洞察与技术前沿

1、新技术驱动

AIGC

案例：2023 抖音 AI 绘画工具“涂鸦机”日均生成量超 1000 万条

元宇宙虚实融合

案例：华为河图 2023 年赋能西安大唐不夜城，游客停留时长提升 40%

大数据用户画像

案例：快手 2024 年“精准地域文化推送”实现 GMV 增长 25%

2、新趋势与竞争格局

短剧+互动叙事

案例：腾讯微视 2023 年互动短剧用户付费率超 15%

文化 IP 数字化衍生

案例：故宫博物院 2024 年 NFT 数字藏品销售额破亿元

全球化传播路径

案例：TikTok 文化类内容海外播放量年增 80%

课上讨论 1：结合本地文化资源（如三星堆），设计一项虚实融合体验方案。

结论产出：技术选型（AR/VR）、成本估算、用户触达路径

二、数字内容生产与工具实战

1、AIGC 生产全流程

文本生成

案例：百度文心一言撰写川剧解说词，效率提升 5 倍

图像/视频生成

案例：阿里通义万相制作非遗宣传片，成本降低 60%

多模态内容整合

案例：小红书 2023 年 AI 穿搭笔记点击率提升 30%

2、虚实结合场景落地

虚拟人直播

案例：京东 2024 年“数字人导购”带动家电品类转化率提升 18%

线下 XR 体验

案例：上海天文馆 2023 年 VR 太空漫步项目营收超 2000 万元

课上实战 2：使用文心一言生成“四川火锅文化”短视频脚本，并测算人力成本节约比例。

三、传播策略与盈利模式设计

1、传播路径优化

社交裂变

案例：拼多多 2023 年“国潮好物”活动分享率提升 50%

私域流量运营

案例：瑞幸咖啡 2024 年企业微信社群复购率超 35%

2、成本效益核算

内容生产 ROI 模型

案例：抖音单条 AIGC 视频成本 vs 广告收益

用户增长边际成本

案例：B 站 2023 年知识类内容获客成本降低至 8 元/人

3、风险评估与预案

数据隐私合规

案例：字节跳动 2023 年因用户画像偏差导致的罚款案例

技术投入风险

课上讨论 3：为某文旅景区设计“AI+VR”体验项目，测算投资回收周期（硬件采购、

内容制作、门票定价)

四、企业落地规划与整合方案

1、策略制定框架

资源匹配度分析 (技术、资金、团队)

时间推进表 (3个月试点→6个月规模化)

核心实施组合

内部协作机制 (内容团队与技术部门的权责划分)

外部合作生态 (与科大讯飞、商汤科技等供应商的分成模式)

结课实战 8：分组汇报完整商业计划书，包含技术选型、传播路径、盈利测算、风险预案