

文化产业信息动态

2025 年 第 32 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 11 月 24 日

目 录

- 1.有“烟火气”的文化更喜人
- 2.后全运时代，文旅体融合如何“破圈”？

来源：光明日报 2025年11月20日 郑敬斌

近日，一场“指豚为鸡”的网络趣谈在第十五届全运会期间悄然兴起，为这届全运盛会增添了几分亲切的生活气息。官方发布的吉祥物“喜洋洋”与“乐融融”，原型本是承载着深刻文化与生态意义的中华白海豚，却在广大网友充满巧思的解读中，与广东人餐桌上的白切鸡、豉油鸡产生了奇妙联结，使得“大湾鸡”这一昵称不胫而走。这场源于民间的趣味“再命名”，迅速点燃了全民文化共创热情。在线上，相关话题阅读量轻松突破亿次，生动传神、诙谐可爱的漫画与表情包持续刷屏；在线下，“大湾鸡”不仅成为街头巷尾的热议话题，部分周边产品已卖断货，线上线下掀起特许商品抢购风潮，以质朴的亲切感赢得了人们发自内心的喜爱。

党的二十届四中全会提出，发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国社会主义文化，扎实推进文化强国建设。此次“大湾鸡”跳出了赛事吉祥物的既定框架，飞入寻常百姓家，以最朴素的“人间烟火”成功弥合了宏大叙事与日常生活的距离，成为凝聚共识、强化认同的文化符号。这场看似偶然的文化热潮，实则蕴含着文化发展的必然逻辑：只有真正扎根于人民群众，文化才能焕发持

久而强大的精神凝聚力。文化强国建设新征程上，我们要始终坚持以人民为中心的创作导向，尊重人民群众的主体地位和首创精神，通过优质产品供给与多元传播形式，拉近文化与人民群众的距离，让文化在“烟火气”中凝聚人心、汇聚力量，为民族复兴筑牢精神根基。

植根日常生活，文化方能“暖民心”。当文化融入现实生活，便有了直抵人心的力量。从市集上引人驻足的非遗传承，到社区中邻里互动的文创活动，从景区里穿越古今的文旅体验，到节庆时盛大热络的民俗表演……文化正是通过这些充满“烟火气”的载体，从宏大的叙事走入具体的生活，成为每个人身边真切的温暖陪伴。以文化人、以文育人，凝聚精神力量，关键在于让文化贴近人民群众、扎根日常生活。广大文化工作者唯有深刻提炼生活、生动表达生活、全景展现生活，才能让文化作品更有温度，为大众生活增添质感，才能让中国特色社会主义文化的精神凝聚力在烟火人间绽放出最动人的光彩。

近年来，“村BA”“村超”大受欢迎，不仅吸引了全国各地的观众奔赴乡村赛场，更通过短视频平台实现破圈传播，成为带动乡村文旅发展、凝聚文化自信的新载体；十五运会开幕式上醒狮、粤剧、英歌舞等岭南文化，在前沿技术的辅助下焕发活力，新内容、新形式、新技术对文化的每一次创新呈现和现代表达，都引发了如潮的关注和热议。这些告诉我们，在

坚持文化内核的基础上创新表达方式，不仅能够赋予文化新的时代特征和生命力，而且可以使文化记忆在鲜活表达中自然浸润，使价值共识在情感互动中充分凝聚，实现文化叙事与受众心声的同频共振，让文化不再是遥远的“过去式”，而是融入当下、连接你我的“进行时”。

当前，我们不断推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。国潮文创让千年文化以时尚姿态融入现代生活，以时尚、实用的姿态走进年轻人的日常。这些文创产品不仅是审美与功能的结合，更承载着文化基因的当代转译，让人们在使用中触摸历史温度，在传递中强化文化认同，在全民参与的文化消费中，悄然凝聚起代代相传的文化传承力量。极具群众基础的还有乡村文化。各地“村晚”以乡土舞台为载体，田间地头搭起简易舞台，村民自编自导自演，每一个节目都扎根乡村现实，每一段表演都饱含对美好生活的期盼，不仅是村民的文化盛宴，更是乡村精神风貌的集中展现……这些鲜活的文化实践，无一不是将抽象的时代精神转化为具象可感的文化表达，让时代力量在文化浸润中展现与传承。

“烟火气”是文化的本真，蕴藏着人民最朴素的情感与期盼，承载着文明传承的基因与力量。新时代的文化创作，就是要让每一段文化根脉都在生活实践中延续生机，让每一个奋进瞬间都在时代长卷中找到坐标，从而不断唤起人们发自内心的

认同，凝聚成最坚定的前行力量。让我们以时代为底色、以生活为土壤、以创新为羽翼，不断培育和创造新时代中国特色社会主义文化，为强国建设、民族复兴注入磅礴而持久的精神滋养。

（作者：郑敬斌，系山东大学人文社科研究院院长、马克思主义学院教授）

来源：南方日报 2025年11月21日 南方日报记者 蔡华锋
周好洁 叶丹 李勘 统筹 蔡华锋

十五运会成为了广东文旅的“大秀场”。与全球瞩目的奥运会相比，全运会的受众集中在省内，但由于本届全运会首次由粤港澳三地联办，意义深远，备受关注。从人见人爱的“大湾鸡”，到强势出圈的“鳌鱼”，岭南文化展示出澎湃活力，而紧张刺激的竞技赛事，更是被幽默、欢乐、休闲的氛围环绕着。

一场盛事，让我们看到了“体育+文旅”强劲的化学效应。今日，十五运会闭幕式将在深圳举行，这也意味着这场体育盛事进入最后收官仪式。后全运时代，“体育+文旅”如何进一步整合、融合、升级，做大市场消费“蛋糕”，是新的考题。专家也指出，文旅体融合绝非简单叠加，关键在于打破行业壁垒，打造共享场景。

1 短期效应如何转化成长效机制？

网红“鳌鱼”从开幕式无缝衔接到底灯光节

“看到‘鳌鱼’在海心沙升起的那一刻，感觉一切都值了！”广州国际灯光节工程总监麦松盛表示，从十五运会开幕式结束，到广州国际灯光节的现场，仅仅有5天左右的时间，“在这个时间里，我们既需要72小时内转运1.4万平方米的道具，

也需要为十五运会开幕式的道具展出进行二次光影创作。”

要实现十五运会与灯光节的无缝衔接，将赛事流量转化为文旅流量，这不仅仅道具转移这么简单，更多的是与时间赛跑，与创意交锋的挑战。“鳌鱼”的转场，是体育盛事在文旅体验中延长生命力的最佳注释。

实际上，无论是多盛大的体育赛事，都会面临热潮退却的一天，短期效应如何转化成为长效机制？比起短期内的赛事支撑，基础设施如何在更长远尺度上服务于城市生活和区域形象的议题同样重要。

官方资料显示，筹备本届全运会期间，广州赛区并未建造新的场馆，其 30 个场馆全部利用现有老场馆改造，并在周边打造 17 个精致街区。在改造过程中，累计增加了 15 万平方米绿化面积、完善 19 处户外运动空间、升级 10 条户外健身跑道、提升 18 个地铁站点，这些成果在全运结束后仍然能够服务于广大市民的生活。

此外，天河体育中心、省奥体中心、大学城体育中心攀岩场等场馆还通过加装光伏设施、节省用电量，降低了碳排放，为城市增添“绿色遗产”，在降低场馆后续运营成本的同时，更能使其成为面向公众的环保教育现场和城市可持续发展样板。

除了秉持“兼顾赛时赛后利用”原则、系统性盘活场馆资源外，十五运的另一成功举措是打造了极具辨识度和传播声量

的形象 IP——以国家一级保护野生动物中华白海豚为原型、网友戏称“大湾鸡”的吉祥物“喜洋洋”“乐融融”。

随着赛事进行，“大湾鸡”在社交平台上爆火，引发无数网友参与二创，许多人表示自己“比赛一场没看，‘大湾鸡’视频一个没落下”——这表明，凭借形象 IP 的亲和力，十五运已经全面突破了体育爱好者的圈层，引发了真正的“全民狂欢”。

在“大湾鸡”的破圈过程中，区域文化的传播和消费活力的迸发都使得大湾区长效受益。“喜洋洋”“乐融融”被网友调侃为“白切鸡”“玫瑰豉油鸡”，看似是误读，实则不失为对粤菜文化的一种传播。

许多市民游客自发到广州天河公园、香港启德公园等吉祥物雕塑所在地“打卡”游玩，激发文旅活力。此外，本届全运会开发特许商品 2800 多款，截至 11 月 15 日，销售额已达 6.8 亿元，其中融合岭南特色醒狮文化设计的“三国醒狮萌团盲盒”成为线上渠道一经上架就迅速售罄的爆款，还引发许多苦于一“鸡”难求局面的爱好者在线下的官方特许商品零售店外早起排队蹲守。

名创优品负责人表示，当 IP 成为情感和文化的载体，有生命力的 IP 往往超越了产品本身的功能价值。“名创优品推出‘荔枝墩墩鸡’系列萌趣产品，将广州标志性水果荔枝的形态与活泼可爱的原创 IP ‘墩墩鸡’形象相结合，对广府文化

的成功转化，成为赛事文化传播的重要载体。还有名创优品与《哪吒 2》《黑神话：悟空》等国民级文化 IP 的合作。这些案例都说明了根植于深厚文化底蕴或普遍情感认同的 IP，更容易获得持久共鸣。”

“当然，再好的 IP 概念也需要出色的产品与体验来落地。名创优品通过 MINISO LAND 等大店模式，构建了沉浸式的‘IP 乐园’，让消费不再是简单的购买，而是一种兴趣驱动的体验。”

2 文旅体育消费如何构建生态圈？

赛事牵引，“体育+”发挥乘数效应

“体育+”的魅力在于其强大的跨界融合能力，能有效拓宽消费场景，将赛事流量转化为长期的经济增量。借体育赛事契机，大湾区各地发掘了一批“体育+文旅”新场景，或是升级呈现城市旅游新地标，或是将承办赛事的区位优势精准转化为引客优势，促进了文商体旅的深度融合。

在汕尾，“帆船之都”的底蕴吸引了十五运帆船比赛等各项重磅赛事进驻，也有大量游客前来体验海上运动与滨海风情。据了解，通过“赛事引流+场景延伸+产业联动”的业态模式，汕尾对“帆船+咖啡”、“冲浪，到汕尾”、“冲浪+音乐”、滨海运动营地、水上装备租赁点等消费场景进行持续扩容，这种模式发展良好，不仅带动一批高端酒店项目落地汕尾，助力酒旅住宿业，还拉动景区门票、水上运动培训和海洋主题文创等相关消费。

目前，汕尾市的游客停留时长已经从 1.5 天延长至 2.2 天，夜间消费占比达 60%，赛事期间片区酒店入住率超 95%，印证了“体育场景激活消费增量”模式。今年前三季度，全市接待游客突破 780 万人次，旅游总收入约 94.8 亿元，同比增长超 24%。相关信息显示，汕尾也正在系统打造红海湾、碣石湾和品清湖“双湾一湖”户外高质量运动目的地，引进水上装备制造与培训服务机构，让赛事契机为汕尾经济进一步赋能。

如果说全运会的运动激情属于各代表队优中选优的参赛健儿们，那么运动意识和运动氛围一旦走出场馆，进入大街小巷，则是属于全体市民游客、能够让所有人共享的。在十五运期间，广东省许多景点、景区举办了配套健身活动，让全运精神深深融入城市肌理，发动更多群众养成健康习惯。

国家体育总局于 9 月印发的《关于推动运动促进健康事业高质量发展的指导意见》提出：“以场景联动、业态融合为突破点，构建‘运动健康+’全链条生态体系，丰富运动促进健康消费场景。探索运动促进健康与教育、医疗、康养、文旅、休闲、乡村振兴、数据服务等业态融合发展，培育新业态、新模式。”而全运会作为不可多得的体育界大事件，为承办地提供了优质契机，在一个个生动实践中，大湾区通过跨界融合能力和消费拓展能力，展示了“体育+”的巨大乘数效应。

漂流是广东“体育+文旅”创新业态的典型。以清远古龙峡漂流为例，自 2007 年景区对外开放以来，始终保持高速发展

展态势，2025年古龙峡漂流项目共计接待102.99万人次，同比增长18.2%，成为文旅体融合的标杆产品。古龙峡相关负责人表示，古龙峡漂流在实践上把握了三大关键的核心逻辑：以资源禀赋为根基，筑牢融合底色；以赛事IP为引擎，强化体育属性；以场景创新为突破，丰富文化内涵。

“特色赛事旅游产品的成功，关键在于它们提供的不仅仅是一张门票，而是一个完整的、沉浸式的‘体育+文旅’生活方式套餐。”华南师范大学旅游管理学院会展经济与管理系系主任、教授李军表示，成功的特色赛事旅游产品早已超越竞技本身，从而演变为一种深度的文化体验。“融合”不能是赛事与旅游的简单拼接，而要让体育成为探索目的地的新方式，让文旅成为丰富赛事内涵的催化剂。

3 跨区域如何高效联动拓展消费场？

关键在于打破行业壁垒打造共享场景

“这届全运会真会玩！跨境马拉松还是第一次看到！”很多游客在观看赛事时由衷感叹道。十五运会跨境马拉松和公路自行车赛的成功举办，证明了粤港澳在口岸通关、规则衔接、服务一体化方面的协同能力。未来，可以在此基础上，探索设立更多常态化的跨境体育品牌赛事，让“一体化赛道”成为湾区居民的日常。

“十五运为跨境体育赛事打造了‘软联通’的样板。”暨南大学深圳旅游学院副研究员张高军表示，未来应在此基础

上，从测试走向常态。“一是机制化：将赛事中探索的临时性协作机制固定下来；二是立体化：大胆突破陆地边界，策划串联深港珠三地的帆船拉力赛，或探索在万山群岛等区域开展海岛越野与水上运动综合体项目，让跨境体验更多元；三是流量深耕：推动‘赛事+目的地’深度绑定，设计‘一程多站’的体育旅游线路。例如，让参加跨境自行车赛的选手和观众，能顺畅地体验沿途的香港都市风情、深圳科技展览和广州美食文化，将赛事的短期人流转化为长期的旅游消费。”

“文旅体融合绝非简单叠加，而是要实现‘以文为魂、以旅为径、以体为媒’的深度化学反应，关键在于打破行业壁垒，打造共享场景。”李军指出，广深港作为高度发达的市场经济体，其构建文旅体消费生态圈的优势得天独厚。最核心的优势在于成熟的市场机制和强大的资本活力，能够敏锐地捕捉需求，催生丰富多元、层次分明的商业形态。

李军进一步指出，广深港之间便捷的交通网络、无缝衔接的支付体系、国际化的服务标准等，为“一程多站”式的消费模式扫清了障碍。这意味着，一条串联广府美食、深圳科技博览、香港赛马观赛的跨城精品线路可以轻松设计出来，将大湾区作为完整的消费目的地来运营。这种区域协同效应，能极大拓展生态圈的空间腹地和客源市场，形成“ $1+1+1 > 3$ ”的聚合能量。

要实现高效的跨区联动，拓展消费场，还需要错位发展。

李军指出，大湾区各大城市依据自身资源禀赋“错位出牌”，避免同质化竞争。香港可依托国际地位和成熟市场，聚焦顶级商业赛事和体育金融；广州凭借深厚群众基础，发展全民健身和体育培训产业；深圳则可发挥科技优势，主打电竞、智能体育等新业态；澳门则能巧妙结合文旅会展，打造独具魅力的休闲体育品牌。

张高军表示，大湾区各城市的体育发展，关键在于理解各美其美、美美与共的协同哲学，在竞合中塑造整体优势。“联动绝非简单的客源互送，要从赛事规划之初就植入联动基因。例如，推动单项赛事升级为巡回事宜，让客流与关注度在城市间有序流动；联合打造大湾区体育消费集成产品，打破行政壁垒，让消费体验无缝衔接；更要在营销上抱团出击，共同向外界讲述一个丰富多彩、选择多元的大湾区体育故事，从而形成一个相互赋能、良性循环的消费场域。”

“高效联动关键在于‘打配合’，将各城市的体育名片‘串珠成链’。”李军表示，要建立跨区域的赛事积分、会员互通体系，并推动票务、支付一体化，让消费者体育热情和消费力在整个大湾区顺畅流转，形成一个放大的共同市场。

4 科技如何赋能推动文旅体融合？

“数字人志愿者”让观众变身游客

科技让十五运开幕式大放异彩。十五运会和残特奥会开幕式暖场总导演、2025年广州国际灯光节制作人、锐丰文化副

总经理黄志辉表示，十五运既是岭南文化盛宴，更是灯光科技大秀场，正在举办的广州国际灯光节，部分作品如《出场自带光》《双生脉动》等，都结合了影像互动技术，而《月光下的浪漫》《光影成趣》作品则运用“光与影”的艺术，呈现更多的“灯光+”可能性，让观众不仅快乐打卡，更是直接参与到作品中，成为作品的一部分。

科技更是深度渗入到了赛事、文旅场景中。“这次专门来广州看全运会，听说有‘数字人志愿者’可以体验，试了一下是真的方便，通过‘数字人志愿者’不仅能够了解到赛事的具体安排，还能够马上给出导航到比赛场馆的路线，系统还会自动规划最优出行方案。不仅涵盖地铁换乘、公交线路、步行指引等完整内容，还附带预计耗时与实时路况提醒，让出行更从容。”来自北京的程小姐来广州观看她喜爱的跳水项目，在“数字人志愿者”的帮助下，可谓有了一个全能的观赛小助手。“而且这个小助手还能够推荐广州好吃好玩的地方，观赛之余还能跟着推荐去探究大湾区的另一面。”在程小姐看来，通过“数字人志愿者”，她也从观众变为了游客。

据南方日报记者了解到，本届全运会是全国首个大型赛事“数字人志愿者”体系的率先亮相。此项技术来自趣丸科技基于多年在人工智能领域的技术积累，为十五运会打造的“数字人志愿者”系统深度融合了数字人、AI音乐、三维生成等大模型技术，旨在通过“AI+体育”创新模式提升赛事服务的智

能化水平。目前，系统依托“全运广州”小程序及场馆智能终端，可随时为运动员、观众和志愿者提供全天候、多场景的智能服务。据广州趣丸网络科技有限公司副总裁张顺四介绍，“数字人志愿者”主要提供三类服务，分别是场馆的咨询导览、赛事资讯的解答、本地游玩的分享和推荐。据透露，该系统能降低 30% 人力成本，提升 50% 响应效率。

“数字人志愿者”不仅能够解决传统赛事服务中志愿者人力紧张、服务时间受限、响应效率不足等痛点，是对现有人力服务队伍的重要补充，同时该“数字人志愿者”以 AIGC 技术生成体现大湾区及十五运特色形象，融合多模态大模型技术，实现高度拟人化的交互，可 24 小时在线、动态学习赛事知识，精准识别用户需求，提供兼具智慧、情感与温度的实时服务，还能为游客提供本地游玩的推荐，为赛场内外的互通互动提供了高效的桥梁。

有了“数字人志愿者”的推荐，不少来大湾区观赛的游客也从赛场内走向了赛场外，探索更多的美好，这也使得“出行”成为了刚需。据南方日报记者了解到，在本届全运会上，从火炬的传递到穿梭于赛场内外，“无人化”的应用则为“出行”提供了新思路。

“从天河体育中心看完比赛后，附近交通繁忙很难打车，但是尝试了滴滴的无人驾驶则相当方便，体验也很好，而且还是免费呢。”广州市民巫先生在观赛后通过打上滴滴专门为本届

全运会提供的无人驾驶服务，在广州闹市中也体验了一把“黑科技”。据悉，围绕打造“科技全运”理念，此次广州赛区共有超300辆自动驾驶车辆（装备）在十五运会期间提供公交接驳、自动驾驶出行、环卫清扫、物流配送等服务。

滴滴自动驾驶副总裁、自动驾驶服务部总经理王玥表示，未来滴滴自动驾驶将持续深化与广州智能网联产业的协同，让智慧出行惠及文旅等更多场景与用户。科技是新型文化业态的支撑。在数字化、网络化、智能化等技术驱动下，科技不仅快速地改变着我们的生活，在推动文旅体融合的进程中，还将发挥着不可替代的作用。

（编辑 杨珠峰）