

数字新媒体驱动惠州市文化强市建设的路径探索和策略研究

尹旻悦, 黄心怡, 李姝钰

惠州工程职业学院, 广东 惠州 516000

DOI: 10.61369/ETR.2026160028

摘 要 : 在数字新媒体迅猛发展与文化强市成为城市高质量发展核心战略的背景下, 惠州作为岭南文化节点城市, 正积极以数字新媒体为驱动力推进文化强市建设。本文以数字新媒体与惠州市文化强市建设的适配性为研究切入点, 从文化资源活化、文化产业升级、公共文化服务优化、城市文化品牌塑造四个维度, 构建数字新媒体驱动惠州文化强市建设的核心路径, 配套政策保障、资源整合、技术创新、风险防控四大实施策略, 形成路径引领、策略支撑的完整体系, 为惠州借助数字新媒体推动文化高质量发展、打造粤港澳大湾区文化生态宜居名城提供实践路径与决策参考。

关 键 词 : 惠州; 数字新媒体; 文化强市; 核心路径; 实施策略

Research on the Paths and Strategies of Huizhou's Culturally Strong City Construction Driven by Digital New Media

Yin Minyue, Huang Xinyi, Li Shuyu

Huizhou Engineering Vocational College Huizhou, Guangdong 516000

Abstract : Against the backdrop of the rapid development of digital new media and the strategy of building a culturally strong city emerging as a core driver for urban high-quality development, Huizhou, a pivotal city of Lingnan culture, is actively advancing the construction of a culturally strong city with digital new media as the driving force. Taking the adaptability between digital new media and the construction of a culturally strong city in Huizhou as the research starting point, this paper constructs the core paths for digital new media to drive the construction of a culturally strong city in Huizhou from four dimensions: the activation of cultural resources, the upgrading of cultural industries, the optimization of public cultural services, and the shaping of urban cultural brands, and matches them with four implementation strategies including policy guarantee, resource integration, technological innovation and risk prevention and control. A complete system featuring path guidance and strategic support is thus formed, which provides practical approaches and decision-making references for Huizhou to boost the high-quality development of its culture by virtue of digital new media and build itself into a renowned cultural, ecological and livable city in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.

Keywords : Huizhou; digital new media; culturally strong city; core paths; implementation strategies

一、数字新媒体与惠州文化强市建设的适配性分析

(一) 数字新媒体对惠州文化资源转化的支撑作用

数字新媒体为惠州文化资源转化提供关键支撑。它创新传播形式, 通过短视频、直播等让文旅资源突破地域限制, 快速触达群众。同时依托大数据精准对接市场需求, 优化资源配置, 搭配政府支持与跨区域合作, 既提升惠州文化知名度, 又激活文旅消费活力, 为文化资源变现与产业升级注入持续动力。

(二) 数字新媒体与惠州文化产业升级的契合度

数字新媒体与惠州文化产业升级契合度极高, 形成双向赋能的良性循环。惠州坐拥东坡文化等特色资源, 数字新媒体恰好提供了精准传播与创新转化的载体, 让各种文化形式突破场景限制, 扩大影响力。同时其催生的线上文旅、文创电商等新业态, 契合惠州文旅融合的升级方向, 既放大了文化进景区、进乡村的

效应, 又以数据化手段优化产业布局, 为惠州文化产业高质量发展筑牢支撑^[1]。

(三) 数字新媒体驱动惠州文化强市建设的问题与挑战

目前惠州文化资源数字化程度偏低, 大量文物古迹未实现数字化保护与展示; 新媒体专业人才匮乏, 缺乏兼具文化素养与新媒体运营能力的复合型人才; 文化产业融合不足, 与旅游、科技、传媒等产业联动性弱, 未形成产业链协同效应。同时, 技术迭代速度快, 数字文化产业建设一旦滞后, 将错失发展机遇^[2]。

二、数字新媒体驱动惠州市文化强市建设的核心路径

(一) 数字新媒体赋能惠州文化资源活化路径

1. 文化资源数字化采集与建档

构建全面系统的文化资源数字化采集与建档体系, 是活化资

源的前提。开展历史古迹数字化采集,采用三维激光扫描、无人机航拍等技术建立高精度数字模型,为古迹保护、修复与展示提供技术支撑^[3];推进非遗项目数字化建档,对龙门农民画、惠东渔歌等非物质文化遗产,通过图文、音视频采集建立包含工艺流程、传承谱系的数字档案库,解决非遗传承难题。

2. 数字文创产品开发与 IP 孵化

数字文创产品是文化资源价值转化的重要载体。惠州可计划打造城市文化虚拟形象 IP,结合本地文化元素,设计如“罗浮仙子”、“西湖锦鲤”等具有辨识度、亲和力的虚拟代言人,打造惠州文化的数字名片^[4];同时,打造互动体验类数字文创产品,结合人工智能等技术,开发以惠州文化为主题的手机游戏等产品,让用户在互动体验中感受惠州文化的魅力。

3. 沉浸式文化体验场景构建

借助 VR/AR、元宇宙等数字技术,可构建多元化的沉浸式文化体验场景,打破文化资源与用户之间的时空壁垒,提升用户的参与感与获得感。例如,在罗浮山、西湖、巽寮湾等核心景区,开发 AR 智能导览系统,通过智能设备为游客提供实景导航、文化知识讲解等服务;针对重大文化展览、非遗展示等活动,建设线上专题展厅,扩大覆盖面与影响力。

(二) 数字新媒体推动惠州文化产业升级路径

1. 文化产业与数字技术深度融合

推动文化产业与数字技术的深度融合,是提升文化产业核心竞争力的关键。惠州应聚焦数字影视等领域培育核心企业,鼓励本土企业创作惠州特色影视内容,创作反映惠州地域特色、时代精神的影视内容。同时,扶持网络文学与数字出版产业,挖掘惠州民间文化资源,鼓励网络作家创作具有惠州元素的网络小说、剧集作品,开发电子书籍、有声读物等产品,搭建本土数字文化。

2. 新媒体平台赋能文化产品营销与渠道拓展

充分利用新媒体平台传播优势,构建全方位、多层次的文化产品营销体系。一是开展短视频营销,鼓励各文化单位、本地达人发布宣传视频,展示惠州文化产品特色。二是推进直播带货,搭建文化产品直播电商平台,销售文创旅游产品、非遗手工艺品等。三是加强社交平台传播,利用微信、小红书等社交媒体平台,构建惠州文化传播矩阵,发布文化资讯、旅游攻略等内容,并依托乡村文化资源,大力推广乡村旅游、农产品,推动文化产业与乡村振兴深度融合。

3. 文化产业园区数字化转型与集聚发展

惠州需推动现有文化产业园区数字化转型,打造智慧化文化产业园区,提升产业集聚效应与发展效能。建设智慧园区管理平台,实现招商、服务、监管等数字化管理;围绕数字文创、直播电商等领域培育数字化产业集群,推动上下游企业入驻,鼓励产学研合作共建创新平台;建设数字文化展示中心、共享直播基地等公共服务平台,为企业提供技术支持、人才培训等一站式服务^[5]。

(三) 数字新媒体优化惠州文化公共服务路径

1. 智慧化公共文化服务平台建设搭建

搭建集信息发布、资源查询、线上体验于一体的智慧公共文

化服务平台,是优化公共文化服务的基础。一是建设线上图书馆,整合全市馆藏资源,打造数字图书资源库,提供电子书籍、有声读物等资源的检索与阅读服务。二是打造数字文化馆,整合文化馆、文化站的文化活动资源,提供线上文化课程、艺术培训、非遗展示、文艺演出等服务^[6]。

2. 新媒体赋能文化服务精准供给与普惠共享

借助数字新媒体精准捕捉市民的文化需求,实现普惠共享。首先,惠州需建立大数据分析机制,收集分析市民的文化需求信息,为公共文化服务的内容设计及供给方式提供数据支撑。其次,推动公共文化服务个性化定制,根据不同群体的文化需求,开发个性化文化服务产品,并加强城乡公共文化服务一体化建设,通过数字新媒体将城市优质公共文化资源向县域及农村地区延伸,缩小城乡公共文化服务差距^[7]。

(四) 数字新媒体塑造惠州城市文化品牌路径

1. 城市文化品牌定位与新媒体传播主题

明确城市文化品牌核心内涵,提炼清晰的新媒体传播主题,是品牌塑造的基础。结合惠州“全国文明城市”、“粤港澳大湾区生态旅游目的地”等城市定位,整合客家文化、西湖文化、红色文化、海洋文化等核心文化元素,我们可以将惠州城市文化品牌定位为“山海相连,文化惠城——粤港澳大湾区文化生态宜居名城”,突出惠州山、海、湖、城融为一体的生态优势与多元交融的文化特色,并统一品牌视觉形象,设计包含惠州文化元素的品牌标识、VI 视觉系统,在新媒体传播中统一使用,提升城市品牌的辨识度与记忆点^[8]。

2. 城市文化事件与热点话题

借助城市文化事件与热点话题,可快速吸引公众关注,提升城市文化品牌的传播热度。目前惠州已打造惠州西湖花灯节、惠东渔歌节等传统文化活动,可在此基础上策划热点话题与舆论引导,如在花灯节期间同步打造 #跟着东坡游年味惠州#,通过新媒体推动话题发酵,吸引网友参与讨论与传播。同时,邀请大湾区主流媒体及头部新媒体走进惠州,开展专题报道、直播采风等活动,扩大惠州城市文化品牌的影响力。

三、数字新媒体驱动惠州市文化强市建设的实施策略

(一) 政策保障策略

1. 完善专项政策与规划

制定《惠州市数字文化产业发展专项规划》,明确未来5-10年发展目标与重点任务;出台财政补贴、税收优惠、用地保障等配套政策,对数字文化企业实行研发费用加计扣除,对重点项目给予资金奖励;建立政策动态调整与宣传解读机制,定期评估优化政策实施效果。

2. 加大资金投入力度

构建“政府引导、社会参与、市场运作”的多元资金机制,将数字文化资金纳入财政预算并逐年递增;设立专项发展资金,以股权投资、项目补贴扶持中小微企业;通过政府购买服务引导社会资本参与园区建设与资源数字化项目,积极争取国家、省级

资金支持。

（二）资源整合策略

1. 构建政企校研合作模式

建立政企对接平台，政府提供“一站式”服务，企业参与重点项目建设。支持本地高校增设数字媒体技术、文化产业管理等专业，调整课程设置，与企业共建实训基地，开展订单式人才培养。组建产学研创新联合体^[9]，围绕关键技术联合攻关，对落地合作项目给予资金补贴与成果奖励。

2. 推进区域资源协同与联合传播

深化大湾区城市合作，建立文化资源共享机制，共建数字文化资源库，联合开发跨区域文创产品、举办数字文化活动。通过话题联动、内容共创等方式，借助大湾区传播渠道扩大惠州文化影响力。与粤东城市携手，整合客家文化资源，共建数字博物馆与线上非遗平台，打造客家文化数字品牌集群。

（三）技术创新策略

1. 升级基础设施与技术保障

加快5G、光纤、物联网全覆盖，重点提升文化场馆、景区等区域网络质量；推进公共文化场馆数字化改造，建设数字展厅与线上服务平台；支持企业、高校攻关核心技术，重点突破文化资

源数字化采集、智能创作等瓶颈。

2. 搭建创新平台与促进成果转化

建设数字文化产业孵化器、众创空间，为初创企业提供全方位服务；支持建设技术创新中心、重点实验室，搭建成果交易平台，促进技术与市场对接；通过政府购买服务支持本地创新成果应用，引进专业机构提供转化配套服务，加强知识产权保护，打击侵权行为。

（四）风险防控策略

1. 完善内容审核与监管机制

建立严格审核制度，组建专业团队，对红色、非遗等领域内容进行合规审核。构建多部门联合监管机制，运用技术手段实时监测不良信息，加大违法违规处罚力度。成立行业协会，制定自律公约，加强从业人员职业道德教育。

2. 筑牢网络安全防线

督促相关主体落实网络安全等级保护制度，定期开展安全评估与加固。建立数据安全管理制度，规范敏感信息管理流程。制定应急预案，定期开展安全评估与应急演练，引进先进防护技术，构建全方位网络安全防护体系^[10]。

参考文献

- [1] 黄美笛. 数字赋能新农人驱动乡村全面振兴的实践路径与内在机理 [J]. 河海大学学报 (哲学社会科学版), 2025, 27(02): 107-117.
- [2] 陈璐, 郝挺雷. 我国区域数字文化产业竞争力评价研究 [J]. 中国市场, 2023, (32): 8-11. DOI: 10.13939/j.cnki.zgsc.2023.32.008.
- [3] 陈思颖. 数字技术活化传统文化 IP 助推贵州文旅产业高质量发展 [J]. 当代贵州, 2025, (34): 47.
- [4] 周建新, 宋雨洁. 城市文化 IP 的价值创造与发展路径——以“流量城市”为例 [J]. 人文天下, 2023, (12): 10-16. DOI: 10.16737/j.cnki.rwtx81281190.2023.12.018.
- [5] 齐羚, 李甜婧, 谢佳萌, 等. 北京国家文创实验区文化数字化新场景体系构建研究 [J]. 园林, 2024, 41(07): 50-56.
- [6] 黄伟金. 数字媒体技术在文化馆群众文化活动中的创新应用策略 [J]. 新传奇, 2025, (22): 119-121. DOI: 10.26938/j.cnki.CN42-1794/Z.2025.22.039.
- [7] 孙泉坤. 国内城乡公共文化服务一体化研究进展 [J]. 图书馆理论与实践, 2024, (06): 50-60. DOI: 10.14064/j.cnki.issn1005-8214.2024.06.002.
- [8] 武锦桓. 视觉传达设计在塑造城市品牌形象上的作用 [J]. 大众标准化, 2019, (18): 49+51.
- [9] 张羽飞, 原长弘, 石晓飞. 从协同创新到深度融合: 产学研融合的概念、理论框架与展望 [J]. 财会月刊, 2024, 45(24): 122-129. DOI: 10.19641/j.cnki.42-1290/f.2024.24.018.
- [10] 王鹏. 城市数字化转型中的网络安全与数据隐私保护措施 [J]. 中国宽带, 2024, 20(06): 31-33. DOI: 10.20167/j.cnki.ISSN1673-7911.2024.06.11.