



■ 本期关注：2024年中国国际服务贸易交易会之北京大视听展

于北京大视听展上遇见未来

□ 本报记者 李雪昆 齐雅文

在科技飞速发展的今天，视听产业已成为文化创新与科技进步的前沿阵地。作为2024年中国国际服务贸易交易会（以下简称服贸会）文旅服务专题展区的重要组成部分，以“未来视听大有可为”为主题的北京大视听展于9月16日在北京首钢园区9号馆画上了完美的句号。《中国新闻出版广电报》记者实地走访发现，其展示内容不仅贯通广播电视和网络视听，更联通了内容生产和科技创新，于潜移默化中让参观者感受到了文化与科技的融合不再仅限于理念上的宣扬，而是通过创新的体验方式，让每一位到访者都能真正融入其中。

不得不说，从文艺精品展区的灯箱海报，到人工智能与数字娱乐消费体验区的虚拟现实、裸眼3D技术，再到超高清视听艺术沉浸式体验展区的情景再现等，七大主题展区的每一处都昭示着视听新生态的蓬勃发展。

▶ 北京大视听文艺精品展前人头攒动。



文艺精品 讲述新时代中国故事

文艺精品是文化自信的体现，也是讲述中国故事的重要载体。走进北京大视听展可以看到，24盏宫灯造型的文艺精品海报灯箱悬挂于空中，如同星辰点缀着夜晚的天空，每一盏宫灯都似一扇文艺精品之窗，引领参观者进入艺术的殿堂。这些灯箱不仅仅是照明的工具，更是一种文化的传递。它们展示了近百部视听文艺精品，涵盖了电影、电视剧、动画片、纪录片等多种类型。每一幅海报都是对作品的精妙诠释，也是对艺术家们辛勤工作的致敬。这些作品不仅具有较高的艺术价值，更蕴含着深厚的文化内涵，充分展现了新时代文艺工作者坚持以人民为中心的创作导向和讲好新时代中国故事的责任与担当。

同时，这种独特的展示方式，也将传统文化与现代科技完美结合，彰显了北京大视听展的特色。它不仅让传统艺术以一种全新的方式呈现在公众面前，也使得文艺精品展示更加立体和生动，让参观者在享受视觉盛宴的同时，也能感受到文艺创作的无限魅力和深邃底蕴。

此外，为了让参观者与文艺精品有更多亲密接触的机会，在现场的电影配音亭内，影迷们还可化身配音师，为妙趣横生的动画片、引人入胜的故事片以及未来感十足的科幻片配音，为这些影片注入灵魂，探索声音艺术的魅力，体验科技的魔力。

记者在现场看到，不仅仅有小影迷对配音活动积极参与，不少青年影迷也对此展现出极大的兴趣，结伴进入电影配音亭，尝试影片配音。在体验过程中，《长安三万里》《我和我的祖国》《雄狮少年》等经典热门影片均在片单当中。“如果自己的配音经验不足，可以先从纪录片的配音入手。”现场工作人员还贴心地提出建议。记者则尝试了《如果国宝会说话》的配音，当现场听到配音效果时，也完整感受了一番颇为有趣的过程。

当然，文艺精品远不止于影视作品，北京歌华新传媒有限责任公司总经理李洪兴介绍，该公司推出的歌华理论智慧云系统通过视听形式，将权威理论学习内容与AI技术相结合，其与河南焦裕禄干部学院联合打造的《您好 焦裕禄》《传承》《纪律》等3部沉浸式学习课程，均以角色扮演、情景模拟、党性叩问、感悟提升的舞台剧方式，让党员干部从旁观者变为亲历者，促使课堂“动”起来、“活”起来。“与往年相比，我们今年最大的一个转变，就是文化和科技的融合更加深入。”李洪兴总结道。



▶ 智慧党建借助视听形式打造沉浸式学习。

“AI+视听”开启产业未来新篇

人工智能技术的飞速发展，为视听产业带来了革命性的变化。那么，“AI+视听”如何赋能产业生态，推动成果转化，进而激发市场新活力，促进视听消费升级？

为此，北京大视听展聚焦人工智能如何重塑视听娱乐边界，力求让更多人认识到视听服务如何跨越传统界限，融入日常生活的每一个角落。

展区内，卡路里科技公司（Keep）

便是典型案例之一，其以丰富的视听内容与智能硬件作为载体，为用户展示了数字化与AI背景下，基于运动和健身的全新未来视听体验。

记者在展台上体验了智能单车和划船机，看到北京中轴线、百年历史老站——大台火车站、十三陵、亮马河畔等北京特色景点以线上实景的形式展现，在运动中感受到北京深厚的历史文化底蕴以及现代化的人文都市风貌，也会体会到智能化如何提升视听服务的品质和趣味性。同时，Keep特色课程则以传统体育文化为切入点，与活力时尚联动，推出了太极拳、八段锦等特色课程，在弘扬中国传统文化的同时，也让传统功法迈向年轻化，为现场参观者带来全新的视听运动体验。种种沉浸式体验，不仅极大地提升了内容的吸引力与感染力，更生动展现了视听产业在技术创新与内容创作上的深度融合与不断突破，为整个行业的发展注入了新的活力与灵感。

车机视听创新应用展区让参观者感受到了车载空间作为“第三生活空

间”的无限可能。通过北汽集团携手中央广云听、流金岁月、声响节拍等企业的联合展示，享界S9车型中的“超高清 Audiovisual 车载三维菁彩声”系统，利用全球首创的多声道三维声音技术，通过线上音频技术与线下车载空间的结合，将车载空间转变为一个沉浸式的视听享受空间。参观者在体验中能够感受到高质量音频带来的震撼效果，体验到汽车智能化为生活带来的便利与乐趣。

展示现场，参观者对这一车机视听体验的积极评价不绝于耳。他们表示，车机视听不仅仅是一种娱乐方式，更是智能出行体验的重要组成部分。这种创新应用不仅提升了驾驶与乘坐的舒适度，也让汽车成为展示文化内容的舒适平台，开启了智能汽车与文化科技融合的新篇章。

随着AI技术的不断发展，视听产业未来的潜力可谓巨大。从个性化的内容推荐到智能化的生产工具，从沉浸式的体验场景到智慧化的生活空间，AI技术将为视听产业带来更多的创新可能。可以说，北京大视听展通过“AI+视听”的展示，不仅展现了AI技术在视听领域的广泛应用，更揭示了其在推动视听产业升级、丰富消费场景和构建产业生态中的重要作用。



▶ 中国电影博物馆展区的虚拟现实体验馆引得参观者纷纷尝试。

文创周边让故事走进现实生活

每一部视听文艺精品都是一段深刻的文化表达，每一处体验区都是一扇生动的故事窗口。在这里，参观者可以亲身踏入剧中场景，感受角色的情感世界，也可以借由文创产品，将这份文化体验带入日常生活。

在《南来北往》体验区，老式绿皮火车带领参观者穿越时空，重温那段旅途中的温情岁月；在今年热播剧《我的阿勒泰》体验场景中，以6米弧形大屏为背景，缓缓铺展阿勒泰的自然风光，随着场景的变换，参观者仿佛置身于剧中，与角色并肩漫步于无垠的草原，感受那份来自遥远边陲的宁静与壮阔；在《玫瑰的故事》互动拍照打卡点，参观者也成了故事的一部分……可以说，每一次互动体验都是对剧集的重新解读，也是对视听文化的一种传承和发展。这种沉浸式体验方式，不仅增加了展览的趣味性，也有助于参观者更加深入地理解和欣赏作品背后的文化内涵。

在沉浸式感受视听盛宴的同时，影视周边的魅力同样不容小觑。剧集主题的手提袋、书签、毛绒玩具、冰箱贴随处可见，从《我的阿勒泰》的原著书籍、旅游套票到《玫瑰的故事》的礼盒、拼图等衍生品，从《庆余年》礼盒、范闲将进酒手串、手办盲盒到《繁花》独家定制至真园复古露营杯……视听作品以生活小物的方式融入观众的日常生活中。“喜欢这些周边产品的话，

可以扫码购买。”北京市广播电视局工作人员表示，往届服贸会静态展示比较多，一些感兴趣的参观者想要购买时，得到的答案往往是“不售卖”。但今年，这些周边产品均实现了线上线下便捷购买。

每一件文创产品都是对影视作品的一次创新延伸，也是对文化价值的一种传播。参观者在欣赏影视作品的同时，也能通过这些文创产品与剧中的故事产生更深的情感联结。在中国电影博物馆展区，当记者看到胶片放映机造型的咖啡牛奶口味的文创雪糕时，便果断下单。于是，一边品尝着文创雪糕，一边采访展区工作人员也成了这一次特别的体验。中国电影博物馆信息传播部主任艾冬云告诉记者，冰箱贴和文创雪糕都是今年中国电影博物馆新推出的周边产品。其中，冰箱贴以电影票为设计主体，巧妙融入中国电影博物馆的标志性元素，红黄配色鲜明醒目，既彰显了电影文化的独特魅力，又展现了中国电影博物馆的创意与活力。中国电影博物馆与文创零食品牌“小北de朋友”联合推出的限定款影博放映机雪糕，则选用咖啡和牛乳作为原料，如同一部经典老电

影，让人回味无穷。

通过这些生动的场景体验和丰富的文创产品，北京大视听展让文艺精品不仅仅是屏幕上的故事，更是能够走进观众生活、触动人心的文化记忆。这些作品和产品不仅展示了视听产业的创意与活力，也促进了文化消费，丰富了人们的精神世界。

为期5天的北京大视听展，不仅是一场视听盛宴的集合地，更是视听产业创新发展的缩影。在这里，我们亲眼见证了北京大视听全产业链的蓬勃发展态势和无限潜力，也让我们感受到，“未来视听，大有可为”不仅是一句口号，更是可以共同探索的广阔蓝图。



▶ 丰富的视听文创产品成为一道风景线。（本版图片均由本报记者李雪昆摄）

在新视听体验中 触摸历史

□ 本报记者 李雪昆

创新是推动视听产业不断前行的动力。《中国新闻出版广电报》记者透过此次北京大视听展“新视听体验空间”感受到，告别了乏味说教、照本宣科，借助视听力量，如今文化的传承已不再是书本上的文字或冷冰冰的展品，而是成为一种可感、可知、可触的沉浸式体验。

在超高清视听艺术沉浸式体验展区，中数艺互动科技（北京）有限公司创始人、中央美术学院国际学院特聘教授王泊乔策划的“中纹宇宙”展将艺术与科技的结合推向了高潮，通过LED屏展示了中国古建筑中的藻井和传统纹样的文化魅力。超高清技术与艺术的结合，不仅让传统元素焕发出新的生命力，也让参观者在视听欣赏中感受到了历史与现代的完美交融，在丰富人们文化生活的同时，也提升了视听产业的艺术层次和技术水平。

“‘中纹宇宙’通过新视听全景声营造跨越时空的沉浸体验，让参观者深度感受科学技术工具、媒介变迁以及文化遗产与灵感创造之间的关系，同时也通过对文物纹样的活化让视听实现了无国界传播。我们希望以科技数字视听语言，打破传统展览的局限，让参观者零距离体验中国文化之美。”采访中，王泊乔告诉记者，通过数字艺术，他们并非是在挑战传统，而是在寻求连接，寻求对话，以当代的技术向传统艺术致敬。“我们见证了技术的力量如何助推文化遗产的传承与创新，这种沉浸式体验延伸了感官的边界，参观者无需具备深厚的艺术功底，只需要身处新视听空间之中，便可直观感受到媒介艺术史的演化过程。”

同样引人注目的还有中数艺互动为“新视听体验空间”定制创作的《时空之象·北京中轴线》。该作品以古人的天文观为切入点，以北京中轴线的营建过程和背后的文明观为线索，将先民对天文、时空的探索和人间的实践以数字艺术的形式展开想象和表达。以“天、地、人”三个维度展开探讨，解剖、回溯这条文明的轴线，让参观者沉浸式漫步在中轴历史宇宙时空之中，体验飞跃北京中轴线的超级视角，感受古人朴素时空观之下的智慧与浪漫。

“我们通过超高清技术的数字化方式，项目团队精确复刻了北京中轴线7.8公里的景观，制作了超过80座宫殿模型，并创建了约1.3万间房屋模型。这些模型以动态化的方式演绎了中轴线从公元1267年元大都建都至今的历史演变。”王泊乔说道，其实，这与当下大火的《黑神话：悟空》有类似之处，不仅精确对文化遗产进行数字孪生，更加入了艺术想象和叙事，将历史遗产置入当代情境中，让参观者在几分钟内通过视、听等多感知方式，便可感受中轴线的文化风貌。这种展示形式突破了传统文物展示与文字说明的局限，使参观者能够多维度地体验历史文物背后的故事和精神内涵，从而透过视听新体验有效增强了文化遗产的传播力和影响力。

“我在这儿！真的进画里了！”同样是聚焦北京中轴线的视听新体验，在歌华传媒的“数游中轴线·京师万象图”体验区，一位观众指着眼前的大屏，兴奋地喊起来。屏幕上，天坛祈年殿周边各色商铺林立，一派繁华盛景，街市行人中，有做生意的小贩，有巡逻的侍卫，有抱着孩子的母亲，还有一位借助科技穿越到古画中的现代人。这位来自现代的“不速之客”不仅可以自由在闹市穿梭，还可以走进其中的店铺，与伙计互动，或者跟侍卫攀谈，获取相应的历史文化知识，完成各类任务。

“我们参考了大量古画和历史资料，全新创作了一幅以清朝北京中轴线为主要内容的长轴画卷，采用LED大屏或激光投影方式呈现，通过三维引擎、融合定位算法等技术，观众可以‘一键入画’，进行沉浸式体验浏览。”歌华设计有限公司副总经理杨志华介绍，此次展示的只是画卷中的一个角落，完整版的“数游中轴线”最终将长100米到200米，高3.5米，线上线下场景并存，观众与画中人物可实现毫秒级同步移动，还将拥有更完整的人物和剧情线，届时，借助更先进的视听手段将真正实现“人在画中游”。