



# AI 驱动的国际传播新格局下 地方主流媒体外宣创新路径探析

■ 王 凡



本文微信网页版

**摘要:** 在百年未有之大变局与新一代数字技术革命交汇背景下,国际传播工作亟须破解传统路径依赖,应对多维复合挑战。本文以人工智能(AI)技术为切入点,分析国际传播新格局的初步形态以及国内主流媒体在新格局下开展国际传播的现状,探讨地方主流媒体差异化、垂直化的外宣新路径。本文按基础—核心—抓手—保障的逻辑链条提出系统性建议,旨在为地方主流媒体外宣实践提供新的视角和方法。

**关键词:** 国际传播;人工智能;地方主流媒体;对外宣传

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2025.12.005

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》强调“提升中华文明传播力和影响力”,并提到“增强主流媒体国际传播能力”。<sup>[1]</sup>“国际传播”已成为主流媒体重要课题。从传播范式代际演进视角观察,经历了大众传播时代的国际传播1.0和网络传播、社交传播时代的国际传播2.0,以ChatGPT、Sora为代表的智能传播全面开启智能传播时代的国际传播3.0,<sup>[2]</sup>AI技术驱动的国际传播新格局正在加速演进。在AI技术爆炸式发展的新浪潮中,如何勇立潮头,借力新技术提升国际传播效能,是主流媒体肩负的重要工作任务和面临的巨大挑战。近年,以中央媒体为代表的主流媒体试水AI成绩亮眼,如人民日报社的“人民日报创作大脑AI+”、新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室的“新华妙笔”、央视网的智策大模型等等,数据、算法、算力等技术因素共同作用,正深度解构话语权竞争的底层逻辑。在此背景下,作为我国四级传播体系中体量最大、覆盖最广的媒体集群,地方主流媒体也紧跟央媒步伐,借力AI技术突破外宣瓶颈;在取得一定成果的同时也面临技术应用表层化、在地文化资源整合不足及场景适配粗放等结构性制约。本文聚焦AI技术赋能地方主流媒体国际传播效能提升这一核心命题,探析地方主流媒体突破外宣困境的创新路径,为破解中央媒体与地方媒体外宣能力断层提供解决方案,最终,通过构建技术赋能下的外宣创新模型,为智能传播时代我国国际传播能力建设的整体布局提供地方实践样本。

## 一、AI驱动的国际传播新格局初见雏形

AI技术的快速发展为国际传播提供了从内容生产到受众触达的全链条革新机遇;主流媒体在自动化内容生成、精准受众分析、多模态交互等方面实现效率与效果的双重突破。AI的应用从最初简单的工具辅助逐渐转向系统性赋能,AI驱动的国际传播新格局初见雏形。

### (一) 技术赋能内容生产:从自动化到智能化

在AI各子领域技术(如自然语言处理NLP、计算机视觉CV、生成式AI)综合作用下,内容生产领域产生了深刻的变革。借力AI,不仅能够实现智能摘要、自动写作、跨语种迅速翻译以及语言风格优化,还能够实现智能剪辑和视觉效果优化。这些技术的应用推动内容生产从基础自动化向场景化、智能化跃升。

早在2018年两会期间,新华社“媒体大脑”就以15秒钟生成发布了全球首条关于两会内容的MGC(机器生产内容)视频新闻,截至2018年3月20日,“媒体大脑”共生成6期两会MGC视频新闻,海内外总浏览量超过1200万次,覆盖量超过1亿人,成为早期利用AI技术进行国际传播的成功范例。<sup>[3]</sup>到2024年全国两会又有新突破,“人民日报创作大脑AI+”平台通过智能眼镜实现了“第一视角”采访和“一键出片”功能。记者通过智能眼镜记录两会现场,智能眼镜背后的“人民日报创作大脑AI+”能够支持实时分析全网数据、准确识别热点线索、整合提炼海量信息;与2018年两会宣传中的AI应用相比,传播效率和效果都实现大幅跃升,场景化、智能化特性显著。

### (二) 数据驱动精准传播:从“广撒网”到“靶向触达”

主流媒体在AI技术的支持下,推动传播策略从“流量覆盖”向“价值共振”转型。其核心逻辑在于:基于大数据与机器学习算法构建用户画像,通过多维度用户画像构建、传播内容智能适配、实时反馈调控机制等技术架构,动态匹配内容与受众需求,突破传统“一刀切”模式的局限性,实现分众化、精准化的国际传播策略。例如,人民日报在自建账号上,基于协同过滤、特征组合等智能推荐算法进行信息分发,向海外受众传播中国的信息产品和服务。中央广播电视总台国

际在线推出的“楼兰国际传播智慧云平台”利用AI赋能数据分析,个性化定制全球传播方案。针对中华文化爱好者,中国国际电视台先以标签对其进行趣缘匹配,再分析受众在X(原Twitter)、Facebook、YouTube等社交平台的浏览、互动行为数据,从而将平面的受众画像优化为能够表现行为、情感的立体化受众形象,<sup>[4]</sup>为精准传播提供重要支持。央视新闻推出互动融媒产品《你的生活AI为你唱作》,通过分析用户上传照片中的主题、环境及人物等元素生成写意歌词,以个性化特征精准击中用户心理需求,也吸引了不少海外用户。

### (三) 智能交互重构传播模式: 从单向输出到双向价值共创

传统媒体传播模式以单向信息输出为主,受众处于被动接收地位,传播效果受限于信息覆盖广度与接受深度。AI技术的介入,通过虚拟形象、智能问答系统等交互工具,重构了这一模式,传播过程从单向输出升级为双向价值共创,以提升受众参与感来提升其文化认同感。例如2024年4月,央视财经新媒体推出的2位AI主播——小天、小东成为“AI在春天数字人助理”,24小时为用户解答关于春季的旅游、经济等领域问题,以“全天在线、真人形象、实时解答”的优势吸“粉”无数。2024年6月,总台央视频联合相关部门推出“全球首只全真大熊猫”,其搭载的“AI智能”大脑赋予它语义理解与逻辑推理能力,可完成挥手互动、翻跟斗、模拟扫地等拟人化行为,在动态交互中把萌态展现得淋漓尽致,受到不同国别受众的共同青睐。此外,央视频在《2024中国·AI盛典》直播中也提供了不少与AI互动的范本,例如让受众与马凡舒智能体进行问答互动、让AI兵马俑通过不同方言演绎《从军行》、让AI设计师为受众定做个性化智能海报等。

## 二、新格局下地方主流媒体国际传播现状和问题

构建新的国际传播大格局,需要改变长期以来依靠单一主体或部门主要发声的状况,形成多层次、多主体、多部门、多机构的多元共建、多元共鸣的传播格局。<sup>[5]</sup>探讨地方主流媒体在AI赋能下的实践成效与现实瓶颈,既是完善国际传播体系的题中应有之义,也是提升中国文化国际表达效能的重要抓手。

### (一) 地方主流媒体成为国家对外传播的基层实践与叙事延伸

在上文所述的由AI驱动的国际传播新格局构建中,中央媒体表现抢眼、贡献突出,起到顶层引领作用,在承担全局性战略任务的同时为地方媒体提供范式参考与资源支持。地方媒体涉足AI相对时间更晚、层面更浅,但是不少地方主流媒体在跟随、模仿中央媒体的基础上,着力挖掘本土文化资源禀赋,将中央媒体的模式、经验、技术与本地特色深度融合,在探索差异化、垂直化的外宣新路径上取得一定成果。截至2024年11月,全国已有85家以“国际传播中心”命名的地方传播机构,逐步形成“回应全球关切、服务国家战略、展现地方叙事”的基本定位,成为国家对外传播的“毛细血管”。<sup>[6]</sup>

以福建为例,作为中国东南沿海对外开放的重要窗口,福建省依托其海纳百川的闽文化体系,叠加21世纪海上丝绸

之路核心区以及海峡两岸融合发展示范区区位优势、庞大海外侨胞网络带来的跨文化联结优势,在国际传播领域呈现出多维资源集聚效应。福建省内各主流媒体积极投身AI研发应用,巧妙找准新技术与本地特色文化资源连接点,在自有优势领域深耕细作,为地方主流媒体探索外宣新路径贡献了多项地方实践经验。

2024年,福建国际传播中心推出“四海传福”AI生成系列海报、“‘闽’扬四海”“举世闻‘闽’”等专题专栏,展示海内外福建人对世界的贡献与创造,一个多月海外总播放量超1700多万次。<sup>[7]</sup>2024年10月底,福建日报海丝国际传播中心启动了“AI到塞岛”项目;该项目将通过AI和数字人技术,创设智能、便捷且具吸引力的传播场景,促进两地友好交流合作。由于闽南语在海内外拥有庞大受众,厦门广播电视集团持续探索如何让AI科技与闽南语巧妙连接,在创新数字语境内构建闽南文脉的传播路径,让厦门故事、福建风情、中国气韵在国际传播中引发更大共鸣。例如在多次预防台风的融媒体直播中,高频使用AI拟合的闽南语主播声音播报重要资讯,既提高信息传播的效率,又凸显了服务群众的亲民属性。在2024年第十五届海峡两岸(厦门)文化产业博览交易会开幕期间,厦门广播电视集团与科大讯飞携手共建的“闽南语AI大模型联合实验室”正式揭牌;2025年2月,集团客户端“看厦门”App上线了闽南话公益学习互动版块,在其中的AI读模块中,只需输入文字即可呈现标准闽南话发音,有效扩大了闽南文化传播。

### (二) 制约地方主流媒体国际传播成效的三大症结

在成果显著的同时,地方主流媒体存在的问题也比较突出。一是技术迭代速度与媒体应用能力的适配矛盾持续加剧,不少地方主流媒体的国际传播水准仍停留在“内宣产品的AI直译”这种粗放模式上,无法借助更先进的AI技术对海外受众进行精准画像与内容定制。由于文化语境差异,海外受众看不懂简单直译后的外宣产品,并无法理解地方故事中的独特韵味,进而失去了解文化的兴趣。<sup>[8]</sup>二是面临着技术应用表层化、在地文化资源整合不足以及与场景适配较为粗放等现实瓶颈,甚至出现技术依赖导致的传播主体性弱化的苗头,例如部分地方主流媒体虽高频使用AI生成等技术,但过度追求技术形式创新,却未能将AI深度融入内容生产逻辑,特别是未能结合本地文化特质进行创新适配,导致生成产品内核单薄且无特色,传播价值感不足。三是部分地区AI创新项目沦为形式主义、面子工程,立项后推进迟缓、落地乏力,徒有其表而不具实际生产力。综上,技术应用不深、文化融合不足、项目落地不实三大核心症结的存在,既制约了外宣传播的精准度与感染力,也阻碍了地方文化国际表达的有效性,亟须通过系统性创新破解发展瓶颈。

### 三、系统化构建地方主流媒体国际传播新路径建议

基于上述对AI驱动的国际传播新格局初步形态的分析以及对地方主流媒体外宣现状与问题的梳理归纳,本文建议地方主流媒体按照基础-核心-抓手-保障的体系进行规划,着力构建技术底座-内容创新-场景深耕-风险控制四位一体的系统化外宣新路径。



### （一）基础—技术筑底：文化资源数字资产化平台的构建

通过系统性整合与结构化标注，将地方文化资源转化为可调用、可计算的AI训练数据，解决文化符号的数字化空缺问题，为后续内容生成与传播提供基础支撑。一是整合方言语音、非遗工艺影像、历史地理数据等资源，构建覆盖文本、图像、音频的多模态数据库，并通过语义关联标注。例如，标注“南音”曲目与海上丝绸之路商贸历史的关联性，便于AI识别文化符号的叙事逻辑。二是采用轻量化AI工具，如云端API接口、低代码平台，降低中小型媒体的算力门槛，避免超负荷的资金和人力投入。

### （二）核心—内容破壁：文化符号的智能适配与生成

依托生成式AI技术，将地域文化符号转化为跨语境可理解的叙事内容，使得AI生成内容更加生动鲜活，并破解因语言隔阂、认知差异导致的传播效能衰减问题。一是构建文化语义解释框架：组织本地业内人士标注文化符号的深层含义，如将“闽南红砖古厝”标注为“家族凝聚、海洋商贸精神”的物质载体，为AI生成提供语义指引。二是动态生成适配性内容：基于用户文化背景调用，AI自动调整内容形式，如面向东南亚用户生成“AI南洋家书”互动游戏，对欧美用户则推出“闽南工夫茶与英式下午茶”微视频，适配其认知偏好。

### （三）抓手—场景深耕：数据驱动的精准传播网络

通过数据采集、算法优化与智能交互的闭环设计，实现从粗放覆盖到精准触达的效能升级，提升受众认同度。一是深度构建三维受众画像：通过自有平台及合作平台数据，抓取“文化认知度”“情感倾向”“媒介使用习惯”标签，建立动态更新的受众数据库。二是智能传播效果调控：采用时序预测模型，实时监测互动率指标，若某主题内容在目标区域传播效果不佳，系统可自动切换模式，如从图文转为短视频+UGC征集；未来甚至可利用传感器采集用户情绪反馈信息，动态调整虚拟主播的交互策略，最大化情感共鸣。

### （四）保障—风险防控：文化安全校验、复合型人才培养与央地协同治理

通过“算法审核—人才储备—机制协同”的三维治理框架，化解AI技术伦理失范风险与跨文化认知偏差，实现传播效率与文化安全的动态平衡。一是构建文化敏感性算法审核体系：在AI生成流程中增设“文化安全校验层”，结合自动化检测工具与人工审核双机制，建立风险预警—动态修正闭环。例如，AI生成妈祖巡游海报时，若检测到阿拉伯语用户群体则触发替换程序，替换为抽象海浪图案。二是培养复合型人才：联合高校新闻传播、计算机科学与文化研究学科，开设“智能国际传播”课程，建立实训基地，培养兼具新闻采编能力、文化转译能力与人机协同生产能力的复合型人才。三是构建央地协同治理网络：依托央媒领先的专业水准及全球传播经验建立央地协同治理网络。央媒定期开展专业培训，分享国际传播前沿动向，及时提供国外宗教、文化舆情热点等相关信息；在协作网内建立“风险案例回溯分析”制度，针对共性问题联合研发解决方案，形成可复制的治理范式。

此外还建议，省级主流媒体应着力搭建智慧国际传播平台；中小城市则应该结合自身实际情况，探索“小而精”、市场化、区域联动的战略路径。<sup>[9]</sup>

### 四、结语

当下正逢世界百年未有之大变局，国际传播能力作为国家重要软实力，正深度嵌入大国战略博弈场域，成为塑造全球话语权分配格局的关键变量。作为变革性技术，人工智能技术驱动智能传播范式重构，引发知识生产与信息传播的深度变革。国内主流媒体作为国际传播主力军，以AI技术为突破口，初步实现了在自动化内容生成、精准受众分析、多模态交互等方面的效能突破，国际传播新格局逐渐形成。在新格局中，中央媒体引领示范、地方媒体深耕细作，地方主流媒体在对中央媒体的跟随、模仿中探索适合自己的差异化、垂直化道路。未来，地方主流媒体应系统提升国际传播能力，着力构建四位一体的外宣新路径。当AI算法与在地文化基因谱系深度耦合，当中央媒体的战略定力与地方媒体的创新活力共振共生，在技术赋能与人文叙事的双螺旋结构中，中国故事的全球表达将突破文明对话的“次元壁”，为人类命运共同体理念的实践提供传播范式。

### 参考文献：

- [1]中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[N/OL].人民网, 2025-10-28, <http://politics.people.com.cn/n1/2025/1028/c1001-40591520.html>.
- [2]方兴东,何可,谢永琪.Sora冲击波与国际传播新秩序——智能传播下国际传播新生态、新逻辑和新趋势[J].对外传播, 2024(04): 14-18+80.
- [3]高艳青.“媒体大脑”首次上岗全国两会 MGC新闻提升媒体脑力[J].2018(4)上: 24-26.
- [4]王希.主流媒体基于AI技术的国际精准传播研究[J].2023(9)下: 51-52+54.
- [5]李庆云.新时代加强中国国际传播能力建设的路径研究[J].长征学刊, 2024(05): 24-32+107-108.
- [6]地方国际传播中心提升对外传播效能的建设路径[N/OL].大河网, 2025-09-10, <https://theory.dahe.cn/2025/09-10/1991251.html>.
- [7]曾祥辉.强内容 建矩阵 促融合 搭平台——福建国际传播中心的探索与实践[J].中国记者, 2024(6) 33-35.
- [8][智库中国]立足“三高四新”美好蓝图 推进湖南国际传播能力建设[N/OL].中国社会科学网, 2023-07-12, [https://www.cssn.cn/zkzg/202307/t20230712\\_5667421.shtml](https://www.cssn.cn/zkzg/202307/t20230712_5667421.shtml).
- [9]郭毅.地方国际传播中心的功能定位、建设难题与中小城市的战略选择[J].对外传播, 2024(03): 23-27.

### 作者简介：

王凡 厦门广播电视集团总编室宣统统筹一级主管，主任编辑。

【责任编辑：肖玉平】