

Doi: doi.org/10.70693/rwsk.v1i3.826

人工智能生成内容 (AIGC) 在文化创意产业中的应用与发展趋势研究

张彦清¹

(¹乌克兰国立大学, 乌克兰, 基辅, 01601)

摘要: 人工智能生成内容 (AIGC) 作为近年来人工智能技术发展的重要成果, 正逐步渗透并重塑文化创意产业的创作机制与传播生态。本文以文化创意产业为研究对象, 系统梳理了 AIGC 的技术演进脉络与应用路径, 聚焦其在影视、数字艺术、互动娱乐、广告营销、虚拟人等子领域的典型实践。通过案例剖析与归纳比较, 探讨 AIGC 在提升内容生成效率、推动产业链重构、丰富文化表达方式等方面的优势, 同时也深入分析其在版权归属、技术伦理、文化价值与平台治理等方面的潜在风险。在此基础上, 本文提出构建人机协作创作机制、完善法律伦理体系、推动开源生态建设与提升全民数字素养等对策建议, 以期为我国文化创意产业的数智化转型提供参考依据与决策支持。

关键词: 人工智能生成内容; 文化创意产业; AIGC; 技术伦理; 产业变革

一、引言

在全球科技迅猛发展的背景下, 尤其是大模型与生成式人工智能的加速演进, 文化创意产业 (Cultural and Creative Industries, CCI) 正处于一场深刻的范式变革之中。AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 作为人工智能赋能内容生成的重要形态, 不仅打破了传统创作的时间与成本边界, 更在深层次上重塑了内容生产的主体结构与传播机制。该技术从实验性工具迅速成长为内容产业的新型基础设施, 正逐步渗透至新闻传媒、影视制作、广告设计、游戏开发、数字艺术等多个文化子行业, 成为推动文化生产智能化转型的关键驱动因子。

从内容生成模式来看, AIGC 与传统的 PGC (Professionally Generated Content) 和 UGC (User Generated Content) 相比, 具备显著的“自动生成—快速扩展—个性适配”的优势。PGC 强调内容质量与专业度, UGC 则突出大众参与与互动性, 而 AIGC 则基于大规模语言模型 (LLM)、生成对抗网络 (GAN)、扩散模型 (Diffusion Models) 等算法机制, 依托海量数据训练与跨模态语义理解, 实现文本、图像、音频、视频等多模态内容的智能生成。在实际应用中, AIGC 不仅承担“创作助手”的角色, 更逐步演进而为“内容主体”, 其创作速度、组合可能性与风格迁移能力远超人类单一创作者, 从而拓展了文化内容的边界, 也重塑了创作逻辑。

根据斯坦福大学“AI Index 2024”报告, AIGC 工具的使用频率和产业渗透率持续攀升。以 ChatGPT、Midjourney、Runway ML 等为代表的新一代生成平台, 已被广泛应用于教育、营销、艺术、设计、娱乐等多个场景, 形成从内容生成到商业变现的全流程服务体系。与此同时, 国内的百度文心一言、阿里通义千问、字节豆包等本地化模型亦快速迭代, 构建起具有中国特色的数据语义与文化适配能力, 推动 AIGC 在本土文化语境中的深度实践。

然而, 技术的迅猛发展也伴随着多重挑战的显现。一方面, AIGC 在创作效率提升的同时, 也引发了有关著作权归属、算法偏见、伦理操控与文化均质化等一系列争议。内容生成的“黑箱机制”难以溯源, 导致法律适用范围模糊, 现行的知识产权制度尚未能有效回应 AI 内容的权利分配与责任认定问题。另一方面, 生成内容的泛娱乐化倾向可能弱化文化创意的精神深度与人文关怀, 造成“技术驱动优于价值引领”的偏颇。因此, 如何在推动 AIGC 赋能文化创意的同时, 实现技术合理应用与价值有序治理之间的平衡, 已成为学界与产业界亟待回应的核心议题。

此外, AIGC 还对文化创意产业的产业链条产生深远影响。内容创作、制作、分发与消费等各环节正向自动化、平台化与个性化方向发展, 原有的“内容—媒介—受众”三元互动模型, 正逐步演化为“算法—平台

作者简介: 张彦清(1997—), 男, 博士研究生, 研究方向为现代文化产业管理。

一用户”驱动的新型传播生态。在此过程中，算法平台不仅作为技术工具，更成为掌控流量分配与内容曝光的话语中枢，对创作者、内容类型与舆论风向形成强力影响。这种“平台中介化”趋势虽提升了内容效率，却也对中小创作者的生存空间、多样化表达与文化公平性构成潜在威胁。

综上所述，AIGC 技术作为文化创意产业转型的重要引擎，既带来前所未有的创造力解放，也伴随深刻的制度重构与价值博弈。本文在现有研究基础上，以下三个维度展开分析：一是梳理 AIGC 的核心技术逻辑与演化路径，明确其生成机制与产业基础；二是剖析 AIGC 在文化创意各细分领域中的典型应用实践，揭示其赋能模式与平台机制；三是结合政策法规与伦理治理，提出构建开放、包容与负责任的 AIGC 发展路径，以期为数字文化产业的高质量发展提供理论支撑与实践参考。

二、AIGC 的技术逻辑与演化脉络

AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 的兴起，标志着人类进入以“生成能力”为核心的新技术纪元。其本质是人工智能从“感知世界”迈向“再创造世界”的关键转变，背后蕴含着多种技术体系的融合演化，尤其以深度学习、自然语言处理、计算机视觉与跨模态学习为基础的生成模型最具代表性。本节将系统梳理 AIGC 的关键技术构成与发展阶段，从核心模型演进、算法架构升级、数据支持体系到应用接口生态进行深入分析。

(一) 关键技术构成

1. 自然语言处理 (NLP) 与大型语言模型 (LLM)

自然语言处理技术是 AIGC 的语言理解与生成核心。近年来，以 Transformer 为基础架构的预训练模型 (如 GPT、BERT、T5) 已成为主流。这类模型依托大规模文本语料进行无监督学习，通过上下文建模能力实现语言语义、逻辑、风格的高度模拟，具备写作、摘要、翻译、对话、问答等多种能力。GPT-3 与 GPT-4 的出现使语言生成能力跨入“类人”阶段，其规模分别达到 1750 亿与万亿级参数，支持 Zero-shot 与 Few-shot 学习，使得 AIGC 生成的文本更加流畅自然，风格多样。此外，ChatGPT 通过 RLHF (基于人类反馈的强化学习) 机制增强对话自然性与安全性，成为文本 AIGC 应用的重要分水岭。

2. 图像生成模型

图像内容生成方面，主要依赖生成对抗网络 (GAN)、变分自编码器 (VAE) 与扩散模型三大类。其中，GAN 由生成器与判别器构成，通过博弈训练逐步生成逼真图像，是早期图像 AIGC 的主力；VAE 则通过概率图模型构建编码-解码结构，注重潜空间结构解释性；近年来，扩散模型 (如 Stable Diffusion、Imagen、DALL-E 2) 逐渐成为主流，其训练过程通过添加与去噪“逐步重建图像”，生成质量与控制能力显著优于传统 GAN。以 DALL-E 系列为例，其可实现从“文本到图像”的直接生成，通过 CLIP 对图文语义的嵌套学习，实现高质量的语义图像映射；而 Stable Diffusion 则以开源、可控、低资源部署等优势，成为社区最活跃的 AIGC 图像工具。

3. 多模态建模技术

多模态生成是 AIGC 的未来方向，其核心在于实现跨语言、图像、音频等异构模态的信息对齐与融合。当前主流的跨模态模型如 Flamingo、GIT、PaLM-E 等，已经具备“图文对话”、“视频问答”、“图生文”、“文生视频”等复杂交互能力。Sora 作为视频生成领域的代表，可通过单一提示词生成连续帧结构的高分辨率动态影像，并保持时空一致性、物理逻辑与镜头语言的一致性。Make-A-Video、Phenaki 等技术则通过扩散模型+Transformer 架构，融合图像生成与时间建模模块，实现短时长的视频生成。

音频领域，Jukebox、AudioLM 与 MusicLM 等模型使得 AIGC 能够生成音乐、语音、音效等多类型音频内容，其在配乐、配音、音频创意等方面的应用潜力不断扩大。

4. 提示词工程与语义引导机制

提示词 (Prompt) 作为 AIGC 创作的“指令语言”，成为影响生成效果的核心要素之一。近年来，“提示词工程 (Prompt Engineering)”成为新兴技术门类，研究如何通过设计结构化、情境化、任务导向的 Prompt，实现对生成内容的引导与控制。例如，“ChatGPT + Chain-of-Thought Prompting”可以引导模型进行逐步推理；而“Midjourney + 风格嵌入提示词”可精准控制图像的画风、配色与构图逻辑。这一发展趋势反映出 AIGC 正在从“被动生成”走向“用户协同创造”的新阶段。

(二) 发展阶段概览

AIGC 的技术演化呈现出“模型驱动—多模态融合—平台生态化”的三阶段特征。

1. 探索期 (2014—2017)

该阶段以 GAN 的提出与早期图像生成实验为主。2014 年，Goodfellow 首次提出生成对抗网络，为内容生成打开了新路径。2015 年~2017 年间，各类变种 GAN (如 DCGAN、Pix2Pix、CycleGAN) 逐步实现图像合成、风格迁移、图像上色等功能，但受限于训练不稳定、生成模糊等问题，尚未形成实际应用生态。

2. 成长期 (2018—2020)

进入 Transformer 主导时期, NLP 领域涌现出 BERT、GPT-2 等大模型, 模型规模从千万级上升至百亿级, 开始支持零样本与小样本迁移。文本生成质量大幅跃升, 文本 AI 助手、写作工具、翻译系统等初步商业化。

图像生成方面, StyleGAN (2019) 实现高分辨率人脸生成, DALL·E 原型发布, 引发“文本到图像”风潮。音乐生成、语音合成等也初步展开探索, 为多模态融合奠定技术基础。

3. 跃迁期 (2021—至今)

该阶段标志着 AIGC 全面商业化落地。OpenAI 的 GPT-3 与 ChatGPT 引发生成式 AI 热潮, 模型参数超过千亿级; DALL·E 2、Imagen、Stable Diffusion、Midjourney 等图像生成平台相继推出; Meta、Google、Microsoft 等纷纷构建 AI 生成工具矩阵。

与此同时, 各类插件接口 (API)、网页工具 (SaaS)、创作平台 (如 Notion AI、Adobe Firefly) 构成完整的“生成即服务”生态。开源项目如 Hugging Face、OpenMLab 为研究者和开发者提供丰富资源与接口, 推动 AIGC 从“科技试验”迈向“通用工具”。此外, 随着多模态融合趋势增强, GPT-4、Claude、Gemini 等模型不仅支持文本输入, 更逐步支持图像、语音、视频理解与生成, 推动“AGI 预备阶段”的理念形成。

(三) 平台生态与开源格局

在 AIGC 技术的发展过程中, 平台生态的构建与开源社区的推动发挥了关键作用, 形成了全球范围内多元协同的产业格局: 一方面, OpenAI、Google DeepMind、Meta、Anthropic 等科技巨头依托强大算力与算法能力, 主导了语言模型与多模态模型的标准制定和 API 输出; 另一方面, Canva AI、Adobe Firefly、Runway ML 等商业平台将 AIGC 嵌入创意办公场景, 降低内容创作门槛, 实现“低门槛+高效率”的生产机制。同时, Hugging Face、Stability AI 等开源社区持续推动模型与工具链的开放共享, 提升了全球范围的技术普惠性。尤其在中国, 百度文心一言、阿里通义等本土大模型正加速推进中文语义适配与本地化部署, 构建“国产 AIGC”产业路径。

AIGC 技术正沿着“模型规模化—算法融合化—场景多模态—平台服务化”的方向演进, 未来将朝向普惠共享、智能协同与创意驱动的综合平台基础设施发展, 成为文化创意产业数字化升级的重要底座。

三、文化创意产业的 AIGC 应用生态

在数字化浪潮与智能化变革的推动下, 文化创意产业作为以创意为核心、以内容为载体、以科技为引擎的复合型产业体系, 正成为 AIGC 落地应用最活跃的前沿阵地。AIGC 不仅赋予传统创作环节以算法生成能力, 更通过对视觉、听觉、语义等多模态内容的重构, 深刻影响了内容创作逻辑、用户交互体验以及产业链条结构。

影视行业向来是文化创意产业中对技术极度敏感与依赖的领域。AIGC 技术正在从“辅助创作”逐步走向“协同主创”, 在剧本撰写、场景设定、镜头分镜、台词生成、角色动作设计、后期渲染等多个环节中实现全面嵌入。以 Sora 为代表的文本到视频生成模型, 可根据自然语言描述生成拟真度极高的视频片段, 极大缩短预演制作周期, 降低中小制作团队试错成本。例如, 在剧本创作阶段, 基于 GPT-4 或 Claude 等语言模型的剧本生成工具可以完成情节架构、人物对白与背景描写的初稿生成, 助力编剧团队快速完成多版本初稿对比。在分镜设计与情绪板制作方面, AI 可将脚本转换为图像草图, 自动推荐镜头长度、拍摄角度与灯光布置, 实现前期预设的可视化。在后期合成方面, AI 语音合成与换脸技术已逐步应用于配音、口型匹配、CG 角色渲染等环节, 典型案例如《曼达洛人》中数字卢克的再现。这一趋势催生了“AI 影视制作管线”的新范式, 为低成本影视创作、虚拟制作 (Virtual Production) 与沉浸式剧场提供技术基础。

AIGC 为视觉艺术创作注入了前所未有的想象力与生产力。图像生成模型如 Midjourney、DALL·E、Stable Diffusion 使艺术创作摆脱对手绘技巧的高度依赖, 仅需输入文本描述, 即可生成具有独特风格的视觉作品。这种基于提示词 (Prompt) 的创作模式, 使艺术家从“技能操作者”转向“理念指导者”, 极大拓宽了大众艺术创作边界。艺术家通过 AIGC 可实现风格迁移、元素重构、动态合成、色彩仿真等功能, 形成新型视觉表达语言。例如, AI 可以模仿梵高、毕加索、草间弥生等艺术大师的风格生成作品, 亦可将现实照片重构为赛博朋克、浮世绘等审美体系的图像。在设计产业中, AIGC 已深度嵌入到广告创意、包装设计、界面设计 (UI/UX) 等流程中。Canva AI 提供的 AI 设计助手, 可在用户输入产品属性后生成完整的广告文案与主视觉图稿; Adobe Firefly 则支持智能补全、图层分离、图文融合, 提升效率的同时拓展创意思维边界。

同时, “AI+NFT”艺术形式的兴起亦为数字艺术带来新的价值机制。艺术家通过 AI 生成系列作品并在区块链平台上铸造成 NFT, 不仅保障作品版权, 还形成“数字收藏—社区传播—艺术金融”的新生态。

游戏、动漫、沉浸式叙事与虚拟现实是 AIGC 应用增长最快的子领域之一。当前主流的 AI 游戏工具如 AI Dungeon、Inworld AI、Charisma AI 等已实现角色性格塑造、动态对话生成与剧情自动推进, 用户与 AI 角色之间的互动超越既定脚本, 转向“开放式剧情生成”, 增强了游戏沉浸感与再玩性。

AI 可根据玩家行为实时生成支线任务、对话响应与场景内容, 为游戏开发者节省大量脚本设计与程序配置工作。例如, Ubisoft 等大型工作室已部署 AI 工具进行关卡设计与剧情测试, 使 AI 成为“内容伴创者”。

在 VR/AR 领域, AIGC 可协助构建复杂三维虚拟环境。通过“文本生成 3D 模型”的技术, 开发者可在元宇宙空间中快速生成交互式场景, 应用于沉浸式展览、教育模拟与文旅导览等。未来, 随着图形渲染与交互引擎的协同优化, AIGC 将在 Metaverse 内容生态中扮演“世界生成器”的角色。

AIGC 改变了广告的制作方式与传播逻辑, 核心在于“内容自动生成+精准用户定制”。传统广告制作周期长、成本高, 难以快速响应市场变化; 而 AIGC 可依据用户画像、消费偏好、地域文化等变量, 自动生成不同版本的广告文案、视觉图像乃至短视频。典型平台如 Runway ML、Copy.ai、Jasper AI、DeepBrain 等支持多语言、多平台、多形式的内容输出, 使中小企业无需聘请广告团队也能完成品牌推广与社交媒体运营。以 Facebook Ads 为例, AIGC 已被整合进动态广告组件, 用于实时组合标题、描述、配图, 提高点击率与转化率。此外, AI 驱动的 A/B 测试和多版本内容生成能力使品牌可以“用数据说话”, 通过短时间内大量试验获取用户反馈, 从而形成“生成—投放—优化”的闭环营销策略。未来 AIGC 将进一步整合眼动追踪、情绪识别等感知技术, 实现“情绪驱动型广告”的智能生成。

数字人 (Digital Human) 与虚拟偶像是 AIGC 应用的高端形态, 其综合运用了语音合成、表情迁移、动作捕捉、三维建模等前沿技术, 具备高仿真度、持续在线与情绪表达能力, 广泛应用于直播、带货、品牌代言、数字导览、教育陪伴等场景。

当前国内代表如 AYAYI、柳夜熙, 国际上如 Lil Miquela、Imma 等, 已形成成熟的虚拟 IP 商业模式, 涵盖时尚走秀、影视出演、游戏联动、实体联名等多种形式。AIGC 在此过程中的作用包括但不限于: 生成互动剧本、语音内容、动作指令、场景视觉等, 是“虚拟人格构建”的关键支撑。

在 IP 孵化方面, AIGC 可辅助完成角色背景设定、视觉风格统一、衍生故事拓展等工作, 实现“内容-形象-商业-社群”的一体化构建逻辑。数字人未来将在政务宣传、文博导览、教育问答等领域实现大规模落地, 成为人与 AI 共处的媒介界面。

四、AIGC 驱动下的产业结构转型

随着 AIGC 技术在文化创意产业中的深度渗透, 其不仅催生了一系列新型创作工具和内容形态, 更对整个产业结构、创作生态及消费逻辑产生了显著冲击。传统依赖手工创作与线性分工的模式正在让位于以算法驱动为核心的协同型、平台型、数据导向型新模式。

AIGC 实现了文化内容创作模式的根本变革。传统内容创作以人工构思与手工执行为主, 强调创作者的经验、技巧与艺术直觉。AIGC 的出现, 使创作者通过“提示词驱动”即可调用模型生成初稿或作品草图, 在写作、绘画、音乐、视频等多个领域极大提高了创作效率与灵感迭代速度。

提示词工程 (Prompt Engineering) 正逐渐成为核心创作能力。以 ChatGPT、Midjourney 为代表的 content 生成平台, 使创作者无需深度编程知识, 即可通过精细化语言设计获得期望作品, 这一模式拓宽了内容创作的参与边界, 推动“人人皆可创作”的实现。例如, 教育工作者可借助 AI 自动生成教学视频脚本; 新闻编辑可以快速生成新闻摘要与导语; 设计师借助 AI 图像工具形成多版本初稿进行比选。

同时, AIGC 催生出如“提示词工程师”“AI 艺术策划”“模型微调设计师”等新兴职业。这些岗位对创意逻辑、数据理解与人机交互有更高要求, 标志着文化创意产业正向技术复合型人才结构转型。传统艺术创作者的身份也在发生转变——他们不再是孤立的创意源头, 而是 AIGC 系统的调度者、审美引导者与内容把关人。

值得注意的是, AIGC 创作方式的变革并非完全取代人工创意, 而是推动人机协同的融合范式。创作者从具体执行中解放出来, 转向更具抽象性与战略性的创意构建与作品指导角色。

AIGC 的引入打破了传统文化创意产业“内容创作—生产加工—内容分发—受众消费”的线性链条, 形成以平台为中心、技术为驱动的模块化协作网络。产业参与者不再依据职能分层协作, 而是在内容生成平台中通过 API 接口、数据调用、模型接入等方式形成动态价值共创机制。

以图像内容产业为例, 过去一幅商业海报的生产往往涉及文案策划、插画师、摄影师、排版设计师等多方协作, 而现在借助 Canva AI 或 Adobe Firefly, 用户只需输入关键词, 平台即可调用图像模型、排版模板与风格滤镜一站式完成内容输出。这意味着平台方、算法方与用户共同构成“内容生产共同体”, 传统分工被高度整合与压缩。大量中小型内容服务公司转向以“模型调用+服务定制”的方式嵌入到产业链之中, 形成“内容即服务 (Content-as-a-Service, CaaS)”的新商业模式。在这一模式下, 平台提供底层算力与模型能力, 内容服务商基于客户需求完成提示词编排、输出审核与优化定制。然而, 平台主导型结构也带来了内容话语权的集中风险。一方面, 平台算法对作品曝光度、传播路径甚至审美倾向的控制力增强; 另一方面, 创作者的收入机制日益依赖平台流量逻辑, 可能削弱其内容独立性与艺术实验性。这要求在平台治理与算法透明方面建立更加平衡的规则体系。

IIGC 技术使文化产品的供给方式从以内容方为中心的单向推动转变为以用户为中心的即时响应。在传

统媒介中，内容制作具有周期性与不可逆性，创作者往往依赖经验判断用户偏好，形成“先生产后消费”的流程；而在 AIGC 加持下，内容生成可实现按需定制、实时调整，构建出“边消费边生成”的互动模式。这一变化首先体现在社交媒体内容的定制化生成上。例如，品牌主可依据受众兴趣标签生成个性化短视频广告；教育平台依据学生学习记录动态推送定制化讲义；新闻平台基于用户兴趣图谱由 AIGC 自动摘要、重写新闻事件，使其更具贴合度与可读性。其次，AIGC 驱动“长尾内容”的规模化供给。过去由于人力与成本限制，内容创作往往聚焦大众题材与主流审美，而如今，AI 可以实现垂类兴趣内容的高频次、高效率覆盖。例如，小语种翻译文学、小众文化亚文化、个性化表情包、私人回忆视频等，都可通过 AIGC 自动生成与分发，提升内容的文化多样性与表达权利平等。此外，用户身份也从“内容接收者”转向“内容共创者”。在众多 AIGC 平台中，用户通过与 AI 交互输入提示词、调整风格参数、选择审美导向等方式介入创作过程，实现“参与即生产”的内容生成逻辑。这种“去中心化内容协同”正形成新的文化消费范式。

五、AIGC 面临的核心挑战与治理路径构建

随着 AIGC 技术在文化创意产业中的快速拓展，其生成内容所展现出的创新潜能与效率优势已成为数字内容生态的重要增长极。然而，这一技术也带来了一系列亟待解决的法律、伦理、文化与市场结构问题。当前，AIGC 技术仍处于“高速演进—规则滞后”的阶段，内容生成责任不明、信息传播失控、文化表达趋同与平台垄断倾向日益突出。为确保技术发展服务于社会公共利益与文化多样性，必须构建起系统化、可执行的治理机制与政策支撑体系。以下从挑战识别与对策建构两方面展开综合分析。

（一）版权归属与知识产权认定难题

AIGC 内容的创作主体模糊不清，是当前法律实践中的首要难题。传统著作权制度基于“创作行为的人身性”逻辑，即创作人需具有自然人身份，体现主观能动性与独创性。而 AIGC 生成的文本、图像、音频等内容，是由算法模型基于用户提示、训练数据与概率分布自动完成的，难以套用现有的“作者-作品”归属逻辑。目前各国司法实践尚未形成统一标准。美国版权局曾裁定“完全由 AI 生成的作品不得享有版权”，但亦有学者主张算法开发者或提示词设计者可被视为共同创作者。中国在《著作权法》《民法典》中暂未对“AI 生成内容的著作权归属”作出明确规定。在此背景下，需推动立法或司法解释明确以下几点：1) 如何界定“算法辅助”与“算法主导”的边界；2) 提示词是否构成创作实质贡献；3) 数据训练者是否享有数据成果的权利预期；4) 平台方是否对 AIGC 内容承担版权义务。建议设立“算法署名”“生成声明”等法律制度，并推行“版权注册+内容溯源”机制，以提升 AIGC 作品在流通过程中的法律确定性。

（二）虚假信息传播与伦理风险扩散

AIGC 的内容生成能力同样被用于制造伪造新闻、恶意图像、合成语音、虚构视频等信息干扰手段，显著加剧了数字传播环境中的“真实性危机”。尤其是“深度伪造”（deepfake）技术，已被广泛用于政治操控、网络诈骗、网络暴力等非法行为，严重扰乱舆论生态与公众判断力。

这类风险的技术根源在于模型训练数据的不透明与输出逻辑的不可预测性，加之当前平台内容审查机制滞后，使得虚假内容的生成与传播呈现“高效、低成本、难识别”的特征。

（三）文化内涵弱化与审美趋同现象

尽管 AIGC 在形式上实现了内容的多样性，但由于其训练数据多来源于主流语料与视觉模板，导致生成内容趋向“平均化”“标准化”。这种文化“低语境化”的趋势，容易削弱作品的思想深度、在地性元素与文化温度。更为严重的是，一旦生成模型基于“数据偏好最大公约数”进行内容输出，可能会压制非主流文化、少数民族语言、区域性艺术风格的表达，造成“审美收敛”与“文化同质化”现象，从而侵蚀文化多样性基础。

（四）模型垄断与平台话语权集中

当前全球高质量 AIGC 模型高度集中于少数科技巨头，包括 OpenAI、Google DeepMind、Meta、Anthropic 等。这些企业不仅控制着底层算力资源、模型参数优化与用户接口，还掌握着模型训练语料、市场定价权与内容审核机制，形成事实上的“算法霸权”。在平台经济结构中，这种“模型垄断+平台统筹”的双重优势，使得中小创作者、创业团队甚至国家级平台难以与之竞争，导致文化创意产业的权力结构进一步向中心化倾斜。

（五）应对策略：构建多元协同的治理机制

基于上述挑战，AIGC 治理不能仅依赖行政命令或单一监管部门介入，而应构建“政府引导+行业自治+公众参与+技术协同”的多维治理结构，具体策略包括：

1. 建立“人工创意引导—AIGC 生成—人工复审优化”三位一体创作机制，既保留人类创意判断，又提升

内容生成效率。推动创作者转型为“创意指导+AI调用+价值审核”的新型岗位群体。

2.修订《著作权法》《网络安全法》《数据安全法》等相关法律,引入“生成声明”机制,明确提示词设计与平台方的权利义务。同时,设立AIGC内容伦理审查标准,强化平台方的内容质量把关责任。

3.推动建立国家级AIGC数据资源中心,提供高质量语料、图像、音视频等训练数据集,支持模型评估测试平台建设。对优质开源模型进行政府补贴与评优激励。

4.将AIGC纳入信息素养教育体系,在中学、高校、职业培训中开设提示词编写、模型调用、伦理判断课程,培养“数字创意力+技术应用力”兼备的新型人才队伍,避免“技术工具化、审美空心化”的风险。

六、结语

人工智能生成内容(AIGC)作为新一代人工智能技术的重要应用形态,正深刻改变文化创意产业的内容生产模式、产业协同机制与用户交互逻辑。AIGC在影视、数字艺术、互动娱乐、广告传播和虚拟人等多个子领域快速落地,显著提升了创作效率、丰富了表达手段,并催生“提示词工程师”“AI创作策划”等新型职业形态,推动文化创意从“手工生成”迈向“算法协同”的新时代。与此同时,AIGC的快速发展也带来了一系列挑战:生成内容的版权归属与法律主体不明确,虚假信息传播与伦理风险难以防控,训练数据同质化引发文化表达趋同,技术与平台资源集中化加剧模型垄断问题。这些问题不仅对创作者权利、内容安全、文化生态构成威胁,也对法律制度与产业治理能力提出新的要求。因此,本文建议从四个方面构建AIGC发展的治理机制:一是鼓励人机协同创作机制,强化人工创意与算法生成的融合关系;二是修订版权法规,确立“算法署名”“生成声明”等权利义务认定框架;三是建设国家级开源模型与数据平台,打破技术壁垒,推动生态多元;四是强化全民AIGC素养教育,提升内容辨识能力与创意能力。唯有技术演进与制度创新同步发力,才能实现AIGC对文化创意产业的深度赋能与可持续发展。

参考文献:

- [1] 蔡子凡,蔚海燕.人工智能生成内容(AIGC)的演进历程及其图书馆智慧服务应用场景[J].图书馆杂志,2023,42:34
- [2] HU ZIYANG. AIGC Related Context: A New Communication Culture For Human[J]. Journal of Literature and Art Studies, 2024, 14:921-931
- [3] 刘邦奇,聂小林,王士进,等.生成式人工智能与未来教育形态重塑:技术框架,能力特征及应用趋势[J].电子教育研究,2024,45
- [4] 庄冬冬,任若安,孙捷.人工智能生成内容赋能服装品牌数智化转型路径研究[J].丝绸杂志,2024,61
- [5] 张静蓓,虞晨琳,蔡迎春.人工智能素养教育:全球进展与展望[J].图书情报知识,2024,41:15-26
- [6] 李白杨,白云,詹希旎,李纲.人工智能生成内容(AIGC)的技术特征与形态演进[J].图书情报知识,2023,40:66-74
- [7] TAN M. Reflection on the Value of Cultural Construction under the Background of Generative Artificial Intelligence[J]. Journal of Theory and Practice of Management Science, 2025, 5:42-47
- [8] 杨宗凯,王俊,吴砥,陈旭.ChatGPT/生成式人工智能对教育的影响探析及应对策略[J].华东师范大学学报(教育科学版),2023,41:26
- [9] 詹希旎,李白杨,孙建军.数智融合环境下AIGC的场景化应用与发展机遇[J].图书情报知识,2023,40:75-85
- [10] LOU Y. Human creativity in the AIGC era[J]. She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, 2023, 9:541-552
- [11] 郑世林,姚守宇,王春峰.ChatGPT 新一代人工智能技术发展的经济和社会影响[J].产业经济评论,2023,3:5-21
- [12] 郭振华,申宰旭.AIGC视域下文化遗产文创产品设计路径研究——以山西地域为例[J].设计,2025,10:13
- [13] 黄江杰,汤永川,孙守迁.我国数字创意产业发展现状及创新方向[J].中国工程科学,2020,22:55-62

Research on the Application and Development Trend of Artificial Intelligence

Generated Content (AIGC) in Cultural and Creative Industries

Yenching Zhang¹

¹ *Drahomanov National Pedagogical University, Kiev, Ukraine*

Abstract: Artificial intelligence generated content (AIGC), as an important achievement of the development of artificial intelligence technology in recent years, is gradually penetrating and reshaping the creation mechanism and communication ecology of the cultural and creative industry. Taking the cultural and creative industry as the research object, this paper systematically sorts out the technical evolution context and application path of AIGC, focusing on its typical practices in sub-fields such as film and television, digital art, interactive entertainment, advertising marketing, and virtual humans. Through case analysis and inductive comparison, this paper explores the advantages of AIGC in improving content generation efficiency, promoting industrial chain reconstruction, and enriching cultural expression methods. At the same time, it also deeply analyzes its potential risks in copyright ownership, technical ethics, cultural values and platform governance. On this basis, this paper proposes countermeasures and suggestions such as building a human-machine collaborative creation mechanism, improving the legal ethics system, promoting the construction of an open source ecosystem, and improving the digital literacy of all people, in order to provide reference basis and decision-making support for the digital transformation of my country's cultural and creative industries.

Keywords: AIGC; cultural and creative industries; AIGC; technological ethics; industrial transformation