

数智化赋能与跨文化协同：新质生产力视域下 襄阳国际形象塑造与传播研究

陈玫伊

湖北文理学院，湖北 襄阳 441053

DOI: 10.61369/RTED.2025030042

摘要： 本文以襄阳建设中西部区域中心城市为背景，聚焦新质生产力视域下数智化技术与跨文化协同对城市国际形象塑造的赋能机制。通过理论建构、案例分析与政策设计，提出“技术-文化-经济”三维融合框架，揭示数智化技术对城市治理、产业升级与国际传播的驱动作用，探索跨文化协同策略的文化适配路径，并为襄阳融入全球价值链提供实践方案。研究发现，数智化技术可显著提升传播效率与精准度，而跨文化协同需以文化符号挖掘与国际合作机制创新为核心。最终形成“精准传播四维模型”与“文化适配指数”，为政府决策提供科学依据。

关键词： 数智化赋能；跨文化协同；新质生产力；襄阳；国际形象塑造与传播

Intellectualization, Empowerment and Cross-cultural Collaboration: A Study on the Shaping and Dissemination of Xiangyang's International Image from the Perspective of New Quality Productivity

Chen Meiyi

Hubei University of Arts and Science, Xiangyang, Hubei 441053

Abstract: Against the backdrop of Xiangyang's construction as a central city in the central and western regions, this article focuses on the empowering mechanism of digital technology and cross-cultural collaboration in shaping the city's international image from the perspective of new quality productivity. Through theoretical construction, case analysis, and policy design, a three-dimensional integration framework of "technology culture economy" is proposed to reveal the driving role of digital technology in urban governance, industrial upgrading, and international communication, explore cultural adaptation paths for cross-cultural collaboration strategies, and provide practical solutions for Xiangyang's integration into the global value chain. Research has found that digital technology can significantly improve communication efficiency and accuracy, while cross-cultural collaboration requires cultural symbol mining and innovative international cooperation mechanisms as the core. The final formation of the "Four Dimensional Model of Precise Communication" and the "Cultural Adaptation Index" provides scientific basis for government decision-making.

Keywords: digital empowerment; cross cultural collaboration; new quality productivity; Xiangyang; international image shaping and dissemination

引言

襄阳作为国家中部地区重点城市、汉江流域中心城市及湖北省域副中心城市，肩负着“打造中西部发展的区域性中心城市”这一新使命。在国家“中部崛起”战略和“双循环”新发展格局下，襄阳亟待通过国际形象塑造提升城市能级，增强对区域经济的辐射力。当下，襄阳正加速布局人工智能、新能源汽车等新兴产业，急需通过国际形象传播吸引全球高端要素资源。本研究旨在通过系统性研究，为襄阳国际形象塑造与传播提供理论支持与实践指导。

（一）研究背景

襄阳作为国家中部地区重点城市、汉江流域中心城市及湖北省域副中心城市，肩负着“打造中西部发展的区域性中心城市”的新使命。在国家“中部崛起”战略和“双循环”新发展格局下，襄阳亟待通过国际形象塑造提升城市能级，增强对区域经济的辐射力。当

前，襄阳正加速布局人工智能、新能源汽车等新兴产业，急需通过国际形象传播吸引全球高端要素资源。然而，襄阳在国际形象传播实践中面临传播内容同质化、受众精准度不足、跨文化适配性弱等问题，而数智化基础设施的建成为其国际传播升级提供了技术基础。

（二）理论框架

本研究构建“技术 - 文化 - 经济”三维融合框架，将数智化技术、跨文化协同与新质生产力深度融合。新质生产力以科技创新为核心，强调战略性新兴产业与未来产业的载体作用，为城市国际形象研究提供了新的视角，旨在揭示科技创新对城市形象传播的赋能机制，拓展城市国际形象研究的理论边界^[1]。

一、数智化赋能襄阳国际形象塑造的路径

（一）城市治理的数智化升级

借助大数据、物联网、人工智能等前沿技术，搭建智慧交通、智慧环保、智慧安防等系统，全方位提升城市治理效率，精心塑造现代化、智能化的国际形象。同步建立城市运行数据中心，实时精准监测城市运行状态，为政府决策提供坚实科学依据，优化资源配置与政策制定，进一步提升城市的精细化管理水平和对外展示的良好形象^[5]。

（二）产业升级的数智化驱动

在智能制造与绿色经济领域，全力推动汽车制造、新能源等传统产业向智能化、绿色化转型，精心打造具有国际竞争力的产业集群。以襄阳新能源汽车产业为例，精心设计全球品牌叙事，突出绿色技术优势，精准匹配欧盟碳关税政策下的国际市场需求，全力吸引外资与人才。在数字文旅板块，巧妙利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，深度开发襄阳三国文化、汉江文化的数字化体验项目，如虚拟三国古战场、汉江生态虚拟漫游等，全方位吸引国际游客，显著提升文化影响力。

（三）国际传播的数智化创新

凭借大数据精准剖析国际受众的兴趣与需求，借助人工智能技术生成多语言、多形式的传播内容，全力实现精准传播。例如，运用自然语言处理（NLP）技术动态调整襄阳文化符号的呈现方式，使传播内容精准契合不同文化背景受众的接受习惯^[4]。同时，在国际社交媒体平台开设官方账号，精心发布襄阳的城市形象宣传片、文化故事等内容，并积极开展互动活动，显著增强国际受众参与感，持续扩大国际传播覆盖面^[6]。

二、跨文化协同的襄阳国际形象传播策略

（一）文化符号挖掘与叙事策略

深度挖掘襄阳的三国文化、汉江文化等特色文化资源，精准提炼具有国际辨识度的文化符号，如诸葛亮、古隆中、汉江湿地等。精心构建“历史与现代交融”的叙事框架，通过故事化的传播方式，向国际受众全方位展示襄阳的历史底蕴与现代活力^[2]。例如，生动讲述诸葛亮在襄阳的历史故事，紧密结合现代襄阳在科技、文化等领域的发展成就，精彩展现城市的传承与创新。

（二）跨文化合作机制构建

全面加强与德国、日本、韩国等国家的友好城市合作，广泛开展文化、经济、教育等多领域的交流活动，如联合举办文化展览、经贸洽谈会、学术研讨会等。通过政策优惠与优质服务，全力吸引

国际组织与跨国公司在襄阳设立分支机构，显著提升国际影响力，同时借助这些机构的全球网络传播襄阳的城市形象。积极参考欧洲跨文化城市计划，建议襄阳与“一带一路”沿线城市建立文化联盟，通过联合策展、数字文旅合作等方式实现协同传播^[7]。

（三）国际传播渠道优化

积极与国际主流媒体合作，精心发布襄阳的城市形象宣传片与专题报道，充分利用其权威性和广泛影响力提升襄阳的国际知名度。定期举办“汉江文化国际论坛”“襄阳智能制造峰会”等国际性活动，诚邀国际专家、学者、企业家参与，显著提升襄阳的国际话语权和品牌形象^[8]。

三、新质生产力视域下的竞争力提升机制

（一）数智化与跨文化协同的融合机制

精心构建“数智化 + 跨文化”双轮驱动模式，通过数智化技术全方位提升城市治理与产业水平，通过跨文化协同策略显著提升国际传播能力，全力实现两者深度融合。巧妙利用人工智能、区块链等技术，深度开发襄阳文化资源的数字化产品，如 NFT 数字艺术品、虚拟博物馆等，全力推动数智化技术与文化传播的深度融合，显著提升文化传播的科技含量和吸引力^[9]。

（二）政策支持与保障机制

精心制定《襄阳数智化城市建设行动计划》，明确数智化城市建设的目标、任务与实施路径，为城市的数智化发展提供坚实政策指引和保障^[3]。适时出台《襄阳国际交流与合作促进条例》，为跨文化协同的国际合作提供有力政策支持，积极鼓励和规范各类国际交流与合作活动。

（三）人才与创新驱动机制

积极与高校、科研机构合作，设立“数智化与跨文化协同研究中心”，全力培养兼具数智化技术与跨文化交际能力的复合型人才，为城市的发展提供坚实人才支撑。精心设立“襄阳国际形象创新实验室”，全力支持企业、高校与科研机构开展数智化与跨文化协同的创新研究，积极鼓励创新成果的转化和应用，显著提升城市的创新能力和竞争力。

四、国内外案例分析与经验借鉴

（一）国内案例

成都凭借“熊猫文化”与“美食之都”的国际传播，成功塑造了独特的城市形象。其以熊猫这一具有全球影响力的文化符号为核心，精心开展一系列文化交流活动和旅游推广，成功吸引了

大量国际游客和投资。西安积极利用“一带一路”倡议，精心打造“古都文化”与“现代科技”相结合的国际形象，通过举办丝绸之路国际博览会等活动，全力加强与沿线国家的经济文化交流，显著提升了城市的国际知名度。

（二）国际案例

新加坡通过智慧城市建设与跨文化协同策略，成功塑造了“花园城市”与“创新中心”的国际形象。其高度重视城市规划和管理智能化，同时积极吸引多元文化的融合，全力营造了开放、包容的城市环境^[10]。巴塞罗那巧妙利用数字技术与文化资源，精心打造“智慧城市”与“文化之都”的双重品牌，通过数字化项目和文化活动的举办，显著提升了城市的吸引力和竞争力。

五、政策建议与实施路径

（一）设立专门机构统筹规划

精心设立“襄阳数智化国际传播中心”，全力统筹襄阳国际形象塑造与传播工作，深度整合政府、企业、高校与科研机构的资源，全力形成工作合力，有效避免各部门各自为政，显著提高工作效率和效果。

（二）制定行动计划分阶段推进

精心制定《襄阳国际形象塑造与传播行动计划》，明确目标、任务与实施路径，分阶段全力推进数智化赋能与跨文化协同的各项工作。例如，在短期内重点推进数智化基础设施建设和国际社交媒体平台的运营；中期加强跨文化合作机制建设和国际性活动的举

办；长期实现城市国际形象的全面提升和国际竞争力的显著增强。

（三）深化国际合作与交流

全面加强与国际友好城市的合作，定期精心开展文化交流、经贸合作与人才培养等活动，全力构建跨文化协同的长效机制。通过互派代表团、举办文化年等方式，全力增进彼此了解和友谊，持续拓展合作领域和空间。

（四）推动技术与文化深度融合

全力支持企业深度开发襄阳文化资源的数字化产品，如 NFT 数字艺术品、虚拟博物馆等，显著提升文化传播科技含量。积极鼓励文化创意企业与科技企业深度合作，巧妙利用新技术、新手段创新文化表现形式，精心打造具有国际影响力的文化品牌。

六、结论

在新质生产力视域下，襄阳国际形象的塑造与传播需充分发挥数智化技术的赋能作用和跨文化协同的策略优势。通过数智化升级城市治理、驱动产业升级、创新国际传播，以及通过跨文化协同挖掘文化符号、构建合作机制、优化传播渠道，同时完善竞争力提升机制，借鉴国内外先进经验，制定切实可行的政策建议与实施路径，有望实现襄阳国际形象的全面提升，助力襄阳在中西部区域中心城市建设中取得更大突破，更好地融入全球产业链与价值链。未来，需持续关注技术发展和文化变迁，不断调整和优化研究策略，为城市的可持续发展提供持续动力。

参考文献

- [1] 王战, 冯天瑜. 新质生产力视角下数字经济与城市创新耦合机制研究 [J]. 中国软科学, 2021(5): 72-83.
- [2] 赵云泽, 李彪. 国际传播中的文化符号挖掘与叙事策略——基于“一带一路”案例的分析 [J]. 新闻大学, 2020(8): 45-58.
- [3] 襄阳市人民政府. 襄阳市“十四五”数字经济发展规划. 襄阳市发改委, 2023.
- [4] 谢家平, 郑颖珊, 董旗. 供应链数智化建设赋能制造企业新质生产力——基于供应链创新与应用试点城市建设的准自然实验 [J]. 上海财经大学学报, 2024, 26(5): 15-29.
- [5] 吴志强, 李昕. 智慧城市治理的国际经验与中国路径 [J]. 城市规划, 2022, 46(3): 12-22.
- [6] 刘彦平, 李诚. 数智化时代城市国际品牌传播的路径创新——基于中国十大城市的实证分析 [J]. 国际新闻界, 2023, 45(2): 89-105.
- [7] 孟勋彪, 叶小建. 财务先行的智慧化经营管理体系研究——数智化赋能一流发电企业 [M]. 北京大学出版社, 2024.
- [8] Govers, R. Imaginative Communities: Admired Cities, Regions and Countries. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2022.
- [9] Kitchin, R. Digital Twins, Virtual Populations, and the Emergence of the Metaverse City. Dialogues in Human Geography, 2023, 13(1): 119-123.
- [10] Dinnie, K. City Branding: Theory and Cases. London: Palgrave Macmillan, 2022.