

AI 文旅宣传片:技术浪潮下的无限可能

© 记者 王珏 文/图

在数字化浪潮汹涌澎湃的当下,AI技术催生出AI文旅宣传片这一新颖的宣传形式。它不仅为文旅产业的传播带来了全新的视角与活力,更引发了人们对于文旅宣传未来走向的诸多思考。

从萌芽到成长

2024年3月19日,央视网推出的《AI我中华》,开启了AI文旅宣传片的新纪元。这部全长近3分钟的宣传片,凭借AI文生视频和AI配音技术,将我国34个省、自治区、直辖市的文化精粹与自然风光,以奇幻而唯美的形式呈现在观众眼前。其创新之处在于将行政区名字与当地特色元素巧妙融合,如“广东”与舞狮、“海南”与椰树,给观众带来了强烈的视觉冲击,一经发布便在全平台引发热议,被赞“每一帧都是屏保”。

在《AI我中华》的引领下,AI文旅宣传片经历了从初步探索到逐步成熟的过程,各大城市文旅部门纷纷响应,展开初步的探索模仿。《AI洛阳·宜居之城》《AI你·南京》以及《万千气象 AI中国》等作品相继涌现。这一阶段的宣传片在技术和风格上尚显稚嫩,带有明显的模仿痕迹,但它们是AI文旅宣传片发展的重要铺垫,为后续的创新积累了宝贵经验。

随着时间的推移,2024年下半年进入了“2.0版本”。此时,各地文旅部门开始摆脱盲目模仿,立足自身实际,因地制宜地打造具有地方特色的“个性化”AI文旅宣传片。福建省文旅厅的《我言里的海丝起点 清新福建》便是这一时期的杰出代表。该宣传片借助AI技术生动地描绘了福建“海丝文化”的历史画卷,展现了丰富的文旅资源,同时通过与百度APP等合作,征集AI作品,将宣传片推广成为一项社会活动,进一步提升了“海丝起点 清新福建”的文旅品牌知名度。

多元融合的独特魅力

AI文旅宣传片在创作手法上展现出多元融合的特点,为观众带来了独特的视听体验。在AI与实景镜头的运用方面,多数宣传片采用两者交织的方式,实现了虚实相生的奇妙效果。以《AI甘肃》为例,宣传片中从莫高窟、敦煌壁画的实景缓缓过渡到AI生成的九色鹿在壁画中奔腾的画面,自然流畅,既展现了旅游目的地的真实风貌,又融入了奇幻的元素,让观众仿佛置身于现实与想象交织的世界。

“AI再现”功能也是AI文旅宣传片的一大亮点。通过深度学习算法对历史文献和图像资料进行分析整合,AI能够生动地再现历史人物和故事,这在传统实拍中往往需要耗费大量的人力、物力

和时间。《我言里的海丝起点 清新福建》在开篇便运用AI技术重现了古代海上丝绸之路的繁荣景象,满载货物的船只在波光粼粼的海面上航行,岸边工人们忙碌的身影,将观众瞬间带回到那个充满传奇色彩的时代,激发了人们对福建历史文化的浓厚兴趣。

此外,将画面元素动画化也是AI文旅宣传片常用的手法之一。《AI洛阳·宜居之城》中,虚拟汉服女孩身着绛红色古典服饰,穿梭于古城墙与宫殿之间,引领观众领略洛阳深厚的历史文化底蕴。《AI甘肃》则将当地特产如樱桃、李广杏动画化,搭配劳作的卡通小人,使宣传片充满趣味,让观众以一种轻松的方式了解到甘肃的特色产品。

机遇与挑战并存

AI文旅宣传片在收获赞誉的同时,也面临着诸多争议。部分观众认为,AI生成的场景和人物缺乏真实世界的复杂性和多样性,难以让观众产生身临其境的沉浸感和情感共鸣。与传统实拍相比,AI制作的内容往往缺少“烟火气”和真实的情感交流,显得机械和虚假。例如,有人认为旅游的魅力在于景区的真实感,AI宣传片过度炫技反而破坏了旅游的心境。

然而,AI文旅宣传片的优势同样不容忽视。在制作方面,其具有周期短、成本低的特点,内容更贴合年轻群体的喜好,在经济形势变化、政府开支有所控制的背景下,成为了一种极具性价比的

宣传选择。同时,“AI”本身就是热门话题,文旅宣传与之结合能够迅速提升热度和传播效果,尤其对于历史文化资源丰富的城市和景区,AI技术能够更好地挖掘和展现其文化底蕴。

展望未来,AI文旅宣传片有着广阔的发展空间。目前其主要集中于城市形象塑造,未来单个景区景点的AI宣传片有望成为新的发展方向。拥有丰富历史文化资源的景区,借助AI技术可以让古老的文化遗产以全新的形式呈现在观众面前,如通过AI让历史人物“活起来”,融入喜剧、穿越等元素,制作出更具吸引力的内容。