

doi: 10.16169/j.issn.1008-293x.s.2019.03.017

# 我国数字文化产业之发展障碍与路径选择

朱一青<sup>1</sup> 谢华斌<sup>2</sup>

(1.集美大学 诚毅学院 福建 厦门 361021; 2.厦门大学 档案馆 福建 厦门 363105)

**摘要:** 数字文化产业是文化产业发展的未来方向,是基于数字技术的发展和创意产业的融合催生出的文化产业新趋势。我国应当利用区域优势,将数字文化产业作为经济发展的重要组成部分,结合我国文化产业优势与“一带一路”的重要机遇,利用数字技术,将文化场馆的文化资源进行跨场馆整合,并从文化保护的视角出发,运用虚拟现实与可视化技术,进行文化遗产的重现与推广,建立特色文化数据库。此外,还应当从技术、资本、人力资源、知识产权等多方面进行市场构建和政策支持,将数字文化产业打造成我国的优势产业,并使之具有国际影响力。

**关键词:** 数字文化产业; 创意产业; 知识产权

**中图分类号:** F492      **文献标志码:** A      **文章编号:** 1008-293X(2019)03-0112-09

**收稿日期:** 2019-01-10

**基金项目:** 福建省社科青年项目“自贸协定视角下知识产权交易税制研究”(FJ2017C005)。

**作者简介:** 朱一青(1985—),女,河南信阳人,集美大学诚毅学院副教授,博士,研究方向:知识产权与公共政策。

谢华斌(1982—),男,福建建瓯人,厦门大学档案馆馆员,研究方向:艺术学。

文化与科技的融合发展催生了数字文化产业(Digital Cultural Industries),数字技术的不断进步进一步推动了文化产业的数字化趋势。我国所称的文化产业,与欧洲的创意产业、美国的娱乐产业、日本的内容产业具有相似的内涵,而数字文化产业则是利用数字技术对文化产业内容和方式进行扩充。针对数字文化产业的定义,中外学者有不同的看法,但是本质是相同的,即依托于个体或者团体的创造力,结合现有的文化资源,运用现代的数字技术,以网络为媒介或手段,创造、传播和交易文化商品。此外,运用文化创意和新技术提高传统文化产业附加值也属

于数字文化产业的范畴。数字文化产业主要包括新闻出版、音像及电子出版物、电视电影、文艺创作、网络文化、娱乐文化、广告会展、建筑设计、企业策划,甚至时尚、玩具和网络游戏等行业。但是,数字文化产业在学界和实务界并没有形成内涵和外延清晰明确的概念。我国《国民经济行业分类》国家标准(GB/T4751-2002)中也没有数字文化产业的行业划分。而对数字文化产业更为官方的定义,则是中华人民共和国文化部(2017)把数字文化产业定义为以文化创意内容为核心,以数字技术为手段,进行创作、生产、传播和服务的新兴产业。

## 一、我国发展数字文化产业的优势

我国发展数字文化产业具有深厚的文化产业土壤,因此具备产业优势。从发展的时代背景来看,目前数字文化产业处于高速发展的时期。自20世纪90年代起,数字文化产业在全球范围迅速发展。欧盟推动 E-Content Programme,美国推动“信息高速公路计划”,日本推动 E-Japan 项目,韩国推动“文化立国”,这些措施给上述国家的数字文化产业带来了良好的发展机遇。我国“互联网+”在文化领域的快速发展,数字出版、数字影音、游戏动漫、智慧旅游等新型文化种类业态逐渐成为我国数字经济的主要行业类型,数字文化产业是数字经济时代“网络技术+创意文化”的体现<sup>[1]</sup>。综上,我国发展数字文化产业,可以因地制宜确定适合的产业方向,抓住国家大力发展“互联网+”的政策机遇,结合我国自贸区的区位优势 and “一带一路”政策优势,利用旅游产业人口红利,针对新闻出版、音像及电子出版物、电视电影、文艺创作、网络文化、娱乐文化、广告会展、建筑设计、企业策划,甚至时尚、玩具和网络游戏等行业制定相应的政策方案。

## 二、我国发展数字文化产业的国内外环境

### (一) 国际趋势

当前数字文化产业的全球化进程正在加速,而数字创意则赋予数字文化产业更多的时代内涵。数字文化产业正成为美欧日等发达国家和地区的主流产业,这主要是由于这些国家和地区本身存在的宪法优势,高度的版权保护和科技研发意识铸就了这些国家和地区在世界数字文化产业领域中的绝对竞争优势。当前,伴随着发达国家数字创意领域业务归核化,许多数字文化产业后发国家正承接来自发达国家数字创意领域的非核心外包业务,而这也成为这些数字文化产业后发国家追赶先发国家的捷径。此外,20世纪90年代以来,很多国家都预见到了数字资源在文化领域迅速增长的趋势,同时,传统文化

产业受到数字技术的冲击,数字文化资源和数字媒介的结合催生了新型数字文化产品的内在需求。鉴于此,许多国家都在积极探索各种模式的数字文化产业发展模式,以文化部门为主导,以公共文化机构为主要创意单位,一大批数字文化资源共享项目应运而生<sup>[2]</sup>。

法国政府致力于推进数字技术与文化产业的结合,根据数字时代特色制定了一系列的文化产业政策,形成有特色的数字文化产业政策体系,体现出法国政府对数字文化产业的重视。具体包括:1. 运用数字技术处理文化资源。1998年开始,法国政府启动“文化精品数字化”项目,对文化场馆的文化资源进行数字化处理,主要涉及图书馆、档案馆、博物馆的馆藏图书、档案、文物等文化资源。2. 传统领域的文化内容数字化。2010年起,法国文化部启动内容数字化工程,将涉及文化、科学和教育领域的内容进行数字化处理,带动了文化、科学和教育领域的数字化发展,其内容呈现方式、保存方式都发生变更,随之而来的是教育模式与数字技术交融下的理念、模式的改变。例如,2011年法国政府制定《艺术作品数字化框架协议》,用数字形式再现艺术作品,就是典型的文化内容数字化。法国政府还在2012年推出《电影遗产数字化计划》,该计划通过数字技术的辅助,将1920年—1990年的法国电影进行数字还原及修复,使得当时拍摄效果并不高清的电影有了高清的呈现。3. 倡导跨界合作。2013年法国文化部推出《数字文化之秋计划》,该计划认识到文化与数字的结合存在认识和技术上的障碍,因此积极为文化领域与数字领域的交流合作搭建平台,设立数字文化工作室,降低数字技术与文化内容的对接转化成本<sup>[1]</sup>。

美国政府非常重视数字技术与文化产业的融合发展,其数字文化产业发展速度与规模都处于全球领先地位。首先,美国发展数字文化产业从教育领域入手。2012年美国政府发布在线移动应用大全,大幅度提高互联网连接速率,在此基础上建设虚拟图书馆等在线应用程序,打破了

传统课堂教育模式,提高了教育质量与教育公平程度。其次,美国政府高度重视数字基础设施建设。在数字文化领域,美国在全球范围内最先兴起数字技术与文化结合的研究,在数字文化产业方面积累了雄厚的技术力量,掌握了大量的高质量核心知识产权。此外,美国重视用数字技术保存珍贵文化资源。美国数字公共图书馆项目利用图书馆、档案馆和博物馆的文化资源,整合成在线可共享的数字资源。1990年兴起的“美国记忆计划”将美国国会图书馆珍藏的涉及国家历史的各种类型的档案资料以数字形式保存下来<sup>[3]</sup>。总体来看,美国的数字文化产业在技术与创意的支持下,形成了完整的数字文化产业链条<sup>[1]</sup>。该链条以数字电影和动漫游戏为核心产业,派生出大量衍生产品,核心产业与衍生产品共同作为文化输出标的,并注重对电影、动漫及其衍生产品进行知识产权保护,同时注重珍贵文化资源的保存。可见,这种规模效应使得美国的数字文化市场遍布全球。

英国作为文化大国,同样重视数字文化产业的发展。英国出台的《数字经济战略(2015—2018)》彰显了以发展数字经济为首要目标的决心,这份数字经济战略鼓励英国企业利用数字技术进行创新,并鼓励新技术对传统行业进行数字化改造。英国的数字文化战略重视服务对象及终端用户的使用体验,其“文化在线”项目将用户体验和个性化传输渠道作为数字文化服务营销的关键,力求文化产品或服务能够提供优良的用户体验,并且尽量丰富不同用户需求下的传输渠道。此外,从全球来看,文化创意产业的无形资产价值规模逐年上升,也进一步要求该领域的知识产权保护力度应当提高。

## (二) 国内趋势

在我国特别是上海、深圳和杭州地区,当前数字文化产业发展显示出鲜明的特点:首先,这些地区数字文化产业规模在高速增长,经济增长主要集中在数字电影、数字电视、数字音频、动漫设计、电子出版等行业,在当前经济下行压力增大的背景下,数字文化产业上市公司营收

增速却一直保持增长<sup>[4]</sup>。其次,随着数字通信技术由3G到4G时代的迅速更迭和互联网流量的迅速增加,我国移动互联网业务种类大幅度增长,移动阅读、在线听书等移动数据内容市场日趋活跃,移动数字文化产业正逐渐成为主流。并且,随着移动通信5G时代的到来,中兴通讯宣布已向ETSI(欧洲电信标准化协会)披露首批3GPP 5G SEP(标准必要专利)超过1000族。再次,数字文化产业以互联网为基础设施和实现工具,大幅降低了年轻人进行创业创新的难度。特别是深圳和杭州地区,数字文化领域双创活动极为活跃。从国内的发展趋势来看,尤其是5G时代更加凸显出数字文化产业发展面临的机遇与挑战,我国更应该利用这次机会大力发展数字技术以推动文化产业发展。

2017年12月的调查报告显示,中国电子商务和数字支付已经领先全球,这支撑了数字文化产业的发展。中国独角兽公司(独角兽公司一般指投资界对于10亿美元以上估值,并且创办时间相对较短的公司的称谓)发展迅速,数量已经占全世界独角兽公司的33%左右,价值约占全球独角兽公司的43%,接近一半的比例;2014至2016年间,其风投资金额达770亿美元。基于上述发展规模可以预测,中国数字化将很可能在未来取得引领全球数字化发展的地位。相关研究表明,数字化程度每提高10%,人均GDP增长0.5%至0.62%。目前,全球22%的GDP与数字经济直接相关,吸引了相当比重的研发力量和资金投入。可见,数字文化产业并不仅仅是普通的国内产业,我国数字经济在覆盖国内市场的同时,势必必要扩展到全球市场,这也是数字时代背景下我国发展经济的新的突破口<sup>[5]</sup>。

## 三、我国数字文化产业发展的的问题

数字文化产业化发展离不开数字文化企业培育,还需要优秀的数字文化产品,同时需要良好的政策土壤支持,因此,本调研报告从这几个方面进行全面剖析,来解析我国发展数字文化产

业存在的问题。

(一) 企业视角: 企业技术、企业人才与企业商业模式欠缺

1. 企业技术与企业人才: 我国文化产业与数字化技术融合程度不高, 复合型人才缺失。数字文化的发展离不开数字技术与文化产业的双重技术人才, 这区别于传统文化产业。但是目前的数字文化企业人才构成显示出, 文化领域的创意专业人才通常不能够同时具备数字开发能力, 与此同时数字技术人才虽然掌握了产品开发的开发手段, 但是普遍不具备开拓文化资源的创意敏感性。复合型人才队伍的缺失, 严重影响了数字文化产业的发展。文化资源数字化目的是将传统文化产品或服务借助数字技术形成新的产品模式, 以视觉或其他体验方式呈现给终端用户。文化资源数字化的最终目的是突破空间限制, 使更多的受众群体能够以较低的成本获得文化体验, 以及保护传统文化资源, 延长文化资源的存在期限<sup>[1]</sup>。这些都要求我国加快推进公共文化服务数字化建设, 培育新型复合人才, 但是当前数字技术行业和文化产业之间行业壁垒依然存在, 二者融合程度不高。

2. 企业商业模式: 数字文化产业缺乏成型的商业模式。互联网发展的最初阶段和之后的一段时期, 数字产品的获取便利性特征使得“免费使用”成为数字产品获取的主导思维。目前, 虽有大量年轻群体的加入, 付费思维开始普及, 但是依然有很多潜在客户因为需要付费而放弃选择数字文化产品的消费。如今, 大部分互联网商业行为盈利模式基本是通过前期投入大量资金进行产品开发, 以免费模式吸引消费者, 消费者群体达到一定规模之后, 就可以吸引广告植入投放。目前以内容付费模式为代表的互联网产品在数字文化消费产品中的市场份额较小, 但是以付费方式获得数字文化产品应当是未来发展趋势。现有的在全国范围内有影响力的数字文化产品, 比如美图秀秀、美柚科技等, 都无法在单纯提供产品和获得持续的盈利之间求得平衡, 严重影响数字文化企业参与数字文化市场、研发数

字文化产品的热情。

(二) 产品视角: 数字文化产业发展良莠不齐, 优质产品数量少

我国数字文化产业中的数字影音、游戏动漫等领域, 与达到国际先进水平的数字企业相比差距较为突出, 国际上行业话语权受到限制。目前, 国际上数字文化产业最为发达的国家是美国, 一方面, 美国企业掌握了大量的数字技术, 并且积极投入成本进行数字文化产品研发, 进一步掌握大量的知识产权。另一方面, 成熟的文化产业体系也给数字文化的发展提供了良好的基础。我国这些年数字文化企业发展速度较快, 但是总体来看, 行业发展良莠不齐, 优质产品数量不足。

(三) 受众视角: 我国缺乏对受众群体特征、产品精准定位的详细分析

首先, 数字文化消费的城乡差距较大。从数字文化产业区域分布来看, 城市一直是数字文化产业的主要拓展区域, 城市居民对文化创意产品和服务接受程度更高, 因此, 数字文化企业产品定位忽视了广大农村市场, 缺乏农村受众群体的详细分析与精准研发。但应该认识到, 农村市场得到有效培育之后, 能够提供更加广阔的数字文化产品消费市场。其次, 发展数字文化产业忽视了与现有优势文化企业的结合, 以及在依托现有数字文化企业开发新产品方面动力不足。

(四) 政策视角: 促进数字文化产业发展的区域政策扶持力度不足

首先, 政府监管力度与行业发展速度不统一。数字文化产业的数字性和创意性决定了其必然涉及跨行业多领域, 传统文化资源数字化会产生很多侵权纠纷, 例如, 作家、音乐家、画家等作品数字化以后, 会面临版权侵权争议, 需要政府进行相关法律制度的宣传, 以及行政执法的良好运行。其次, 数字文化企业融资政策尚待完善。数字文化产业必然是国家提出的“智慧城市”的重要组成部分, 也是未来文化产业发展的必然趋势。但是, 数字文化产品的前期研发需要投入大量的资金和人力成本, 政府可以适当对此类企业进行融资政策倾斜。再次, 数字文化领域

的知识产权保护政策不足。知识产权保护对数字文化产业健康发展起到重要作用。然而因为数字产品的独特属性,现有针对数字产品和服务的知识产权保护制度具有滞后性,对数字文化产业保护效率不高,相关立法工作随着新模式和新问题的出现有待加强。数字产品具有无形性和专有性特征,与互联网的开放和共享特征碰撞后存在天然冲突,对数字技术过度保护会侵害互联网的开放共享目标,然而延续互联网的开放共享就很难保护数字产品所有权人或使用权人的合法权益。二者之间的矛盾使得数字文化产业化过程中的知识产权保护成为制约产业发展的政策桎梏。数字文化产品的衍生品盗版更是威胁到整个行业的发展,例如地摊上随处可见的光头强、阿狸、喜洋洋等玩具,绝大多数是没有得到正版授权的。

#### 四、我国数字文化产业发展障碍的成因

##### (一) 我国数字文化产业发展障碍的企业因素

1. 数字产业链尚未形成。企业技术、企业人才和企业模式制约着数字文化产业发展格局和速度,其中技术是数字文化产业发展方向与速度的决定性因素。完整的数字文化产业链应当包括前期数字产品与服务的制作,中期数字内容的运营与维护,后期数字产品与服务的消费(市场与受众)。数字文化产业缺乏完整的产业链,从思想创意、产品制作、技术支持、市场推广、商品交易等所有环节都需要数字技术的支持<sup>[6]</sup>。当下,我国具备部分数字文化产业,但是尚未形成完整链条,数字文化产业链的不完整性导致缺乏核心竞争力和定价权,难以创造更高的增加值。数字文化产业发展的核心,就是运用技术手段,将崭新的生活方式与幸福体验渗透到当代人的生活中。

2. 大数据价值挖掘不充分。产业数字化会产生非常庞大的数据池,收集数据需要投入大量精力,而这些数据需要技术分析才能获得精准有

效的结果,必须从大量数据中挖掘有价值的相关程度高的信息。进行数字化生产,涉及整合数据流,包括供应链管理、产品生命周期管理以及企业资源规划等信息。企业缺乏大数据挖掘的能力和动力,直接影响数字文化产业的质量和发

展进度。

3. 文化产业数字化融合模式问题。数字文化产业涉及众多领域,不同领域的数字化模式也有多种方式,每种方式对融合提出的具体要求是不一样的。比如虚拟样机和3D打印技术能够快速产出产品,该领域下,文化创意与数字化融合的显著优势就是生产效率;机器学习和渠道算法能够提供精准产品推荐,该领域下,文化创意与数字化融合可以准确把握潜在客户购买倾向,提高成交概率;实体机器与app直接相连能够降低成本和提高效率,越来越多的软件可以直接控制硬件运行,该领域下,文化创意与数字化的融合直接带来新的生活方式。因此,不同产业和企业应该根据自身特点、优势和目标选择契合自身的融合模式。融合模式的选择,是影响我国数字文化产业发展的重要因素。

##### (二) 我国数字文化产业发展障碍的产品因素

数字文化产业中技术和创意的比重与传统文化产业不同,研发高技术含量的数字文化产品,需要从技术和创意两方面来突破。我国发展数字文化产业需要有高质量的数字文化产品,如果说技术是数字文化产品的形式,创意则是数字文化产业的内容,即发展数字文化产业不仅需要高科技的支持,也离不开内容产业的竞争。技术和创意的区别是,是否有想象力的充分介入。技术发展通常不需要加入想象力与创造力,技术更多的是基于科学理论与科学实验而产生,但是创意一定需要想象力与创造力。可见,数字文化产业发展离不开创意的辅助。我国应当鼓励文化领域的立法建设,建立立法技术高、覆盖范围广的法律法规体系。对历史建筑、文物古迹、遗址及古画等进行保护,还应当出台政策,对提供资助的企业和个人给予税

收减免优惠。

(三) 我国数字文化产业发展障碍的受众因素

我国发展数字文化产业对受众市场的培育不足。从数字文化产业发展的趋势来看,受众群体数量庞大,年龄覆盖面非常广泛。从婴幼儿到老年人,均可以使用符合其特定需求的数字文化产品。数字文化产业颠覆传统文化产业的交互方式,使受众在参与文化产品的过程中更多地享受到娱乐的心理满足与高科技的工具化便利。20世纪80年代起至今,国际上数字文化产业的迅速发展也催生了国内数字文化产业发展的浪潮,大型专业化与国际化的文化产业公司都在朝数字化方向迈进。

受众需求主要通过两点来考察,一是具有娱乐性的数字文化产业的娱乐需求,二是具有数字方式呈现的特有途径需求。就娱乐需求而言,数字文化产业以数字媒体为载体,以创意文化为表达方式,具有逐渐性、活跃性、综合性与多维性等特征。数字文化产业中的移动内容、互联网服务、游戏、动画、影音、数字出版和其他服务多数会以娱乐的目的或者娱乐的方式呈现。就途径需求而言,用数字化的方式将传统文化产业转型为具有轻松与随意的输入特征的数字文化产业,例如数字出版的大规模发展,传统阅读方式被数字阅读方式取代;VR技术的兴起,引起博物馆藏品展览形式的变革等。

(四) 我国数字文化产业发展障碍的政策因素

数字文化产业的外在动力是资本运作。资本是数字文化产业发展的能量之源。当下,随着各种投融资模式的兴起,资本本身不是问题,问题在于如何将资本运作与产业进阶方向有机结合起来,避免盲目投资。数字文化产业刷新了传统产业的内容,带来产业运营模式的变革<sup>[7]</sup>。从资本的视角帮助企业获得融资支持,同时保障投资者权益,是政策应当关注的内容。此外,我国尚未制定针对数字产品与服务的知识产权保护制度,从增强数字产品知识产权保护意识、健全

行业监管、提高侵权成本、行业标准与国际接轨等方面着手完善知识产权保护制度,明确和保护文化产业化过程中数字产品和服务的权益归属。

## 五、我国发展数字文化产业的途径选择

(一) 企业路径:提高文化产业与数字化技术的结合程度,重视培育特色文化产品数字化

第一,我国应加强数字文化产业聚集区建设。促进数字文化产业集聚发展在有条件的城区,建立多种形式的数字文化产业园或基地,打造数字文化产业发展的载体。第二,我国政府应指定或设立主管数字文化产业发展的领导机构,在有条件发展数字文化产业的城区也应指定或设立相应的机构。第三,应建立和完善促进数字文化产业发展的框架与制度。首先应确立数字文化产业发展的现阶段目标、短期目标和未来目标,指导数字文化产业快速、健康发展;其次应当制定旨在促进数字文化产业发展的优惠政策,尤其是税收优惠政策,鼓励企业进行数字产品研发,并且建立数字文化产业统计、评估体系,为数字文化产业发展的科学决策创造条件。加大数字文化人才的引进与培养力度,形成人才引进、人才培养、人才配置与人才流动完整的人力资源链条<sup>[8]</sup>。此外,为了配合国家数字丝绸之路的建设目标,根据《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,实行数字文化人才“引进来”和“走出去”方式,扩大与其他国家之间的留学生交流,开展合作办学,培养和派遣既有技术能力又有创新能力的新型人才。

(二) 商业模式路径:打造公共服务与商业运作互惠合作模式

发展数字文化产业,应当打造公共服务与商业运作互惠合作模式。数字文化产业基于创意经济而发展。创意经济是一种高技术与高文化融合的产物,且创意具有稀缺性特征。创意经济由高新技术支撑而成为新的经济形态,数字技术

淡化了创意产业内容的界限,使数字文化产业在多环节产业链条中形成产业融合的态势。因此,文化产业在进行数字技术包装之后,商业模式也相应发生了改变。管理平台的多维化与传播媒体终端多样化都决定了应当建立新的公共服务与商业运作合作模式。可以将经营性文化产业与公益性文化产业的文化资源利用数字化进行整合,形成一站式搜索平台供用户使用。平台建设可由双方合作,或者交由第三方运营。还可以促使文化企业单位提供文化资源,文化事业单位引导客户群,例如,数字文化企业可将许多珍贵的史料与文物进行开发形成有声读物、纪录片、纪念品等文化衍生品,进入商业流通领域。此外,可以促成文化事业单位提供文化资源共享,文化企业单位提供技术与平台。该方案充分整合双方优势,即文化事业单位拥有大量的文化资源,而文化企业单位拥有高端技术人才。最后,可以鼓励经营性文化产业单位作为投资方,向公益性文化事业单位提供运作资金<sup>[9]</sup>。上述四个方案可以单独使用,也可以合并使用,主要目的就是整合不同文化单位的资源优势。

(三) 产品路径: 运用数字技术推广与保护本地特色文化产品

传统文化的保护方式,尤其是非物质文化遗产的保护方式大多还停留在传统技术层面,更多的是通过拍照进行图形保存,或者以采访、记录等形式进行描述性保存,或者以物品收藏等方式保存。有了数字技术支撑以后,可以通过数字化技术对传统文化资源进行系统和全面的记录,建立数据库,达到资源整合与共享。因此,数字技术可以使非物质文化遗产获得更加长久的保存,数据库可以使资料检索更加便捷,这是数字技术与传统文化融合的一个重要作用。建立非物质文化遗产特色资源数据库,对不同地理区域、不同历史年代、不同民族特征的非物质文化遗产特色资源进行挖掘。对非物质文化遗产的保护可以采取建立信息库的方法,通过基因信息库和利用人工智能等数字化技术对文化遗产基

因式信息的特征进行识别与抽取,建立矢量数据库,实现传统文化遗产资料库链接查询。此外,利用多种数字技术,实现传统文化保护的目。现代 VR(虚拟现实)技术为传统文化遗产的传承提供了先进的手段与方法,包括 2D、3D 数字动画技术,恢复、再现和解读非物质文化遗产的原貌,甚至可以利用数字技术以动态形式呈现文化遗产,使观众观看并了解传统文化遗产,尤其是濒临消失的非物质文化遗产的原貌。

(四) 目标受众路径: 对受众群体进行调研,有针对性地开发数字产品

第一 构建数字文化产业发展的公共服务平台。包括决策咨询平台、孵化平台和中介服务平台,并且要争取整合现有平台资源,增加现有平台的数字文化产业服务业务,以便于提高建设数字文化产业公共服务平台的效率和降低产业发展的成本。

第二 对受众群体进行精准分析,有针对性地进行产品研发。国内的数字文化企业主要目标都是瞄准城市受众群体,但是,受很多互联网企业(比如拼多多)与通信企业(比如华为)的启发,应当看到广大农村市场也有巨大的盈利空间,做好受众群体的详细分析,针对受众更广阔的农村群体进行精准研发,也许是发展数字文化产业的突破口。另外,发展数字文化产业,还应当对目标受众群体的选择偏好进行分析,并结合现有文化企业的优势进行产品研发。通过市场调研,对阅读群体进行划分,针对重度视听障碍者、重度阅读障碍者、农民工群体、留守儿童群体、老年人群体、青少年群体等受众开发出不同的数字文化产品和服务,包括对产品与服务类型(阅读产品、视听产品等)、产品获取渠道与使用偏好(动漫、游戏、电子阅读、纸质阅读等)、数字文化产品的付费习惯(免费使用、付费使用等)、公共文化场馆及数字文化资源使用情况等进行调研分析,针对不同类型的群体精准研发与推广不同的数字文化产品。例如,根据 2011 年资料显示,我国各类残障人士总数达 8 296 万人,

涉及2.6亿家庭,其中视觉障碍者900万人<sup>①</sup>。针对这一群体,可以通过研发盲人数字化服务产品,搭建数字化阅读服务平台,开拓这一市场。

(五)技术路径:挖掘大数据蕴含的信息和价值

大数据挖掘对数字文化创意产业的作用是十分明显的。从受众群体分析,以网络游戏受众为例,动漫行业的消费人群正在扩大。据统计,动漫行业的主要消费人群包括1980年—2010年出生的人口。其中,1980年—1990年出生人口的数量约为2.2亿,1990年—2010年的出生人口约3.3亿,这个消费群体的人数超过我国人口总数的三分之一。大数据挖掘应当关注这部分群体的用户体验。2015年我国核心二次元用户规模达5939万人,二次元用户总人数近2.19亿,覆盖62.9%的90后00后;2016年泛二次元用户规模更是达到2.7亿人<sup>②</sup>。在未来的数字文化产业布局与产品研发中,应当将上述群体作为网络游戏或者视频播放的主要受众。因此,技术路径方面,应当构建产业大数据平台,深度挖掘大数据蕴含的信息和价值,预测未来研发方向。并且,企业可以通过推进智能化生产,创造新的价值,研发用户最需要的商品,同时将市场拓展到全球范围。

## 六、结论

数字文化产业的发展前景是十分广阔的,应当推进文化资源的数字化进程,鼓励数字文化企业发展壮大,尽早尽快在国际上取得数字文化产业的一席之地。我国应当对不同群体的数字文化资源需求与使用做出分析,建立公共文化服务体系建设协调机制。首先,对现有公共文化服务体系的不完善之处进行改革。从管理机制方面创新公共文化服务,提供跨境电子商务、智慧城市、远程医疗、远程教育等多种数字文化产品与服务。其次,以受众需求为机制改革导向。本地公共文化服务方面,根据不同受众群体的文化需求和当地的数字化水平,制定产品和服务方案,

提高公共文化资源的利用率,使公共文化服务更有针对性和利用效率。再次,打破产品的地理边界,以全国或者全球受众作为目标群体进行数字文化产品研发。最后,深化智慧旅游文化内涵。智慧旅游也是数字文化的重要组成部分,且在未来有广阔的发展前景。开发智慧旅游项目应充分挖掘当地的历史人文资源和现代文化资源,注重旅游新产品开发和模式创新。此外,还应当注重构建公平有序的市场竞争环境,提供良好的法治土壤。

参考文献:

- [1]肖宇,夏杰长.我国数字文化产业发展现状、问题与国际比较研究[J].全球化,2018(8):70-86.
- [2]韦楠华,吴高.公共数字文化资源共建共享现状、障碍及对策研究[J].图书馆建设,2018(9):18-26.
- [3]戴艳清,孙颖博.美国大型公共数字文化项目服务营销探略[J].图书馆论坛,2018(2):135-141.
- [4]中国经济网.中国数字文化产业未来发展面临三大趋势[EB/OL].(2017-07-21)[2018-12-12].[http://www.ce.cn/culture/gd/201707/21/t20170721\\_24353644.shtml](http://www.ce.cn/culture/gd/201707/21/t20170721_24353644.shtml).
- [5]韩若冰.数字文化创意与动漫文化产业的生态化发展[J].济南大学学报(社会科学版),2018(4):151-156.
- [6]马述忠,张洪胜.对杭州市争创全国数字经济第一城的思考[J].杭州(周刊),2018(10):26-27.
- [7]李婷.数字娱乐产业进化论[M].北京:中国时代经济出版社,2017.
- [8]徐文明.中国文化企业人力资本成长机制研究[M].北京:经济科学出版社,2016.
- [9]张宜春.数字文化资源运行模式研究[M].北京:中国传媒大学出版社,2016.

<sup>①</sup> 数据来源:第二次全国残疾人抽样调查发布的主要数据公报。

<sup>②</sup> 数据来源:前瞻产业研究院《2018年动漫产业现状和融资情况分析》,<https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/180308-e877bed9.html>。

## Development Barriers and Path Choices of Digital Culture Industry in China

ZHU Yiqing<sup>1</sup> XIE Huabin<sup>2</sup>

( 1.Chengyi College , Jimei University , Xiamen , Fujian 361021;  
2. Office of Archives , Xiamen University , Xiamen , Fujian 363105)

**Abstract:** Digital culture is the direction of cultural industry in the future. It is a new trend of cultural industry based on the development of digital technology and the integration of creative industries. China is supposed to take advantage of regional advantages , and digital cultural industry should be an integral part of economic development. The advantages of China ' s cultural industry are expected to be combined with the essential opportunities of the "Belt and Road". At the same time , the cultural resources of cultural venues should be integrated. From the perspective of protection , virtual reality and visualization technology should also be available to application in China; the reproduction and promotion of cultural heritage should be promoted , and characteristic cultural databases established. In addition , market construction and policy support should be carried out in terms of technology , capital , human resources , and intellectual property rights , in order to make the digital cultural industry a dominant industry in China with an international influence.

**Key words:** digital culture industry; creative industry; intellectual property

( 责任编辑 张玲玲)