

“数据要素×”背景下文化产业数字化转型的 理论逻辑、现实问题与对策

任力,章阳

(厦门大学经济学院,福建 厦门 361005)

摘要:为了探讨数据要素对文化产业的经济意义,促进文化产业高质量数字化转型,论述了文化产业数字化转型的理论逻辑、现实问题和对策。研究发现,数字化转型有利于整合文化产业数据,促进要素匹配;强化数字技术应用,提高生产效率;提升文化生产水平,拓展生产边界;促进影视文旅融合,实现跨界联动;促进商业模式创新,丰富商业策略;促进文化消费环境升级、文化传播效能升级和文化产业治理升级。研究表明,针对数据要素收集与管理、文化元素的保护和创造、数字化的普及和推广等现实问题,政府应改进数据要素治理,维护文化数字化秩序;创新文化数字化成果运用,激发文化元素活力;培育数字化环境,拓展文化产业发展空间;培养文化数字化人才,打牢数字文化产业根基,促进中国文化产业向数字化方向高质量转型。

关键词:“数据要素×”;文化产业;数字化转型;数据要素;乘数效应

中图分类号:F49;F062.9 文献标志码:A 文章编号:1671-6248(2024)03-0017-15

收稿日期:2024-02-02

基金项目:福建省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心2022年重大项目(FJ2022XZZ006);福建省教育科学“十四五”规划2023年度课题项目(FJJKBK23-136)

作者简介:任力(1972-),男,四川西充人,教授,博士研究生导师,经济学博士。

Theoretical logic, practical problems, and coping strategies of digital transformation of cultural industry in the context of “data element ×”

REN li, ZHANG Yang

(School of Economics, Xiamen University, Xiamen 361005, Fujian, China)

Abstract: To delve into the economic implications of data elements within the cultural industry and foster the high-quality digital transformation of this industry, this paper discusses and elaborates on the theoretical logic, practical problems, and coping strategies pertaining to its digital transformation. Findings reveal that digital transformation facilitates the amalgamation of cultural industry data and the alignment of elements, bolsters the deployment of digital technologies to enhance production efficiency, elevates cultural production standards, and broadens production horizons. Moreover, it fosters synergies among film, television, culture, and tourism, fostering cross-sectoral integration, stimulates business model innovation, enriching strategic paradigms, and advances the enhancement of the cultural consumption landscape, communication efficacy, and industry governance, thereby propelling the industry’s progression. In addressing practical problems such as data element collection and management, safeguarding and cultivation of cultural assets, and the dissemination and advocacy of digitalization, governmental initiatives are paramount. These entail refining data element management to uphold digital cultural order, pioneering novel applications of digital cultural assets to invigorate cultural element vitality, nurturing a digital ecosystem to expand the industry’s developmental scope, and cultivating digital cultural talent as the cornerstone of a robust digital cultural industry. These efforts converge to steer China’s cultural industry towards a high-quality digital transformation.

Key words: “data element ×”; cultural industry; digital transformation; data element; multiplier effect

数字化对于文化的现代化发展具有重要意义,文化数字化是文化发展的必然趋势。因此,党和政府高度重视文化数字化,将其作为国家级战略。早在2012年,《国家“十二

五”时期文化改革发展规划纲要》就明确提出“文化数字化建设工程”。2022年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,明确提出

到“十四五”时期末,基本建成文化数字化基础设施和服务平台,形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。同年,习近平总书记在党的二十大报告中提出,要“实施国家文化数字化战略,健全现代公共文化服务体系,创新实施文化惠民工程”^[1]。

文化数字化的总体战略导向要求文化产业进一步与数字化趋势深度融合,提升文化生产力。因此,数字化已成为中国文化产业进一步转型升级的重点方向。2020年9月,习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上指出:“要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势,加快发展新型文化业态,改造提升传统文化业态,提高质量效益和核心竞争力”^[2]。2021年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确部署实施文化产业数字化战略,要求加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。当前,中国文化产业数字化转型又步入新的阶段,上升到新的战略高度。2023年10月7日至8日,全国宣传思想文化工作会议在北京召开,正式提出和系统阐述了习近平文化思想,更加重视推动文化产业繁荣发展。2023年12月31日,国家数据局等部门印发《“数据要素×”三年行动计划(2024—2026年)》,部署“数据要素×文化旅游”重点行动,更加重视数字化发展,促进数字化与文化产业深度融合。在文化数字化的整体战略下,中国文化产业亟须探索数据要素的有效开发、利用模式,理顺数字化转型的理论逻辑,发现并解决转型过程中遭遇的现实问题,

找到进一步推进文化产业数字化、促进文化产业转型升级的未来路径。

已有不少文献研究了中国文化产业数字化转型的相关问题。一些文献从历史沿革、世情国情等角度分析文化数字化的理论逻辑。赵东梳理中国式文化现代化的发展脉络,指出文化数字化符合全球文化现代化发展趋势,与中国巨大规模人口等国情更加适配,有利于更好满足人民群众的精神文化需求,因而是中国式文化现代化的应有之义^[3]。周建新指出,文化数字化是建设数字中国、提升国民文化自信、打造文化强国的重要环节,文化数字化的战略布局体现了文化与科技融合发展的时代逻辑^[4],并从宏观、中观、微观3个层面分析中国文化数字化的内在机理。

一些文献研究了数字化对文化产业的深远影响,从而说明了推进文化产业数字化的必要性。郑自立赞同文化产业数字化变革的必然性和必要性,阐述了文化产业数字化的市场动力机制和意识形态动力机制^[5]。唐琳认为数字技术推动了要素分配体系新变革,文化生产与消费之间存在对立统一关系,文化数据资源供给侧与文化产业数字消费需求侧相互促进^[6]。惠宁等梳理数字经济促进文化产业高质量发展相关政策脉络,总结其历史演进特征,指出互联网联合助推了数字赋能文化产业发展,数字技术重塑了文化产业发展范式^[7]。许艳萍等认为,文化产业与数字经济天然亲近,产生数字文化产业这一全新形态,数字化推动文化产业实现了更高速度的增长,使其更好满足个体的差异化

需求,跳出“停滞部门”行列^[8]。刘玉杰等利用智慧城市试点政策的准自然实验进行实证分析,发现数字新基建显著推动文化产业集聚^[9]。此外,文化产业数字化的影响不局限于文化领域。周锦构建了乡村振兴评价指标体系,采用空间计量模型,发现文化产业数字化有效促进乡村振兴^[10]。

一些文献采用不同理论体系和研究方法,给出了促进文化产业数字化进程的措施和路径。张振鹏基于 TOE 理论框架分析,认为文化产业数字化的基础是数字技术、主体是产业组织、保障是产业环境,需要引导数字技术赋能文化产业,建构多元主体协同治理网络,优化产业数字化发展环境^[11]。刘倩等从产业生态系统角度分析,认为中国文化产业数字化存在文化企业数字化转型困难、数字平台运营不规范等问题,需要建设文化企业数字化转型协作、文化产业数字化消费生态等体系^[12]。叶紫青等指出中国数字文化经济发展面临的关键核心技术尚未突破、科技成果转化能力不足等现实挑战,提出发挥政府与市场双重力量、强化数字技术应用等对策^[13]。周锦基于生态体系理论,构建数字经济下文化产业数字生态体系,提出文化产业数字化发展的创新路径^[14]。黄松等从产业治理角度提出筑牢技术基础、激活治理主体、稳固制度设计等策略^[15]。然而,目前比较缺乏以经济学框架分析中国文化产业数字化转型必然性、现实问题等方面的研究。

本文的边际贡献,一是结合“成本病”等经济理论,从文化生产、文化消费、文化传播和文化产业治理等多个角度阐述了中国文化

产业数字化转型的理论逻辑,尤其是引用了一些实例,具体说明了数字技术、数字化理念等数据要素的表现形式如何参与和改造文化产业的各个环节。二是运用系统性思维,考虑文化产业数字化转型的综合影响,分别指出文化产业、数字化以及数字化与文化产业结合的关键问题,并以经济学框架分析其成因。三是针对以上问题,结合经济理论基础和相关政策文件,从政府治理角度给出针对性的建议。

一、中国文化产业数字化转型的理论逻辑

从经济学视角看,数字化是指围绕着数据要素的研究与使用,通过数字化内容传播与推广、数字化技术研发与应用、数字化媒介搭建等方式,发掘数据要素蕴含的巨大生产力和经济价值,大幅度降低经济活动的成本^[16],打造数字经济的新形态。数字化是一种新兴的趋势和模式,正在并将继续重塑中国文化生产、消费、传播以及产业治理等多个环节的内在逻辑和运行生态,推动中国文化产业升级、文化消费环境升级、文化传播效能升级、文化产业治理升级,要求中国文化产业高质量完成数字化转型,为建设社会主义文化强国打好基础。

(一) 数字化转型促进文化产业升级

市场经济体制下,文化产业的市场主体与其他产业的市场主体一样,受市场需求引导,着力提高生产力,追逐更高利润。在提高

自身生产力的过程中,中国文化产业不断消化吸收最新的技术进步成果,形成有益于文化产业持续健康发展的新业态。当前,数字化正是中国文化产业进一步升级的新方向,是中国文化产业提高生产效率、拓展生产可能性边界的有效途径。

第一,整合文化产业数据,促进要素匹配。文化产品和服务的消费者偏好具有差异化、时效性强的特点,因此文化产品和服务的生产往往没有固定的标准和公式,比较依赖创作者的艺术想法和主观判断。然而,这并不意味着作为文化产品和服务生产者的文化产业不需要数据参考,纯粹凭借艺术上的感觉和想象力做出生产决策。恰恰相反,行业惯例、以往案例等历史资料以及产品销量、消费者评论等历史数据是文化生产所需的重要生产要素,有利于文化内容创作者把握产品质量、探索市场规律。显然,相较于传统的口口相传、纸质资料等格式,以数字化器件为依托、以数字化技术为手段的数字化数据存储与传输方式能够容纳更大信息量,具有更高的信息传递效率,能在更大程度上激发数据要素的生产力,成为文化产业进行生产决策的有力支撑^[17]。以数字化技术和内容搭建、充实文化产业数据库,有利于为数据要素深度参与文化产品与服务生产过程奠定基础,进一步降低文化产业市场主体信息搜寻、处理成本,打破信息壁垒,促进各种生产要素合理匹配,发挥出数据要素的乘数效应。例如,电影制作公司可以通过对产业数据库的调查研究,加深对导演、演员等从业人员的了解,为当下的电影项目挑选、搭建合理、有效的合

作阵容,降低项目风险,提高预期收益率。

第二,强化数字技术应用,提高生产效率。文化市场供求两端的不确定性,导致文化产业面临着相对较高的风险。而且,由于文化内容的生产核心仍然是人,生产能力的上升空间有限,无法完全抵消人力、技术等多方面成本的增长,文化产业始终无法完全摆脱“成本病”的困扰^[18]。为了降低生产成本和风险,文化产业尤其需要稳定、充足的资金支持和精准、专业的生产决策。数字化技术的研发和应用将为文化产业的融资体系和决策系统带来革命性的影响。数字化融资技术正在与文化产业融合,形成文化产业融资新业态。数字化的融资信息汇集和融资产品研发应用,大大提升文化企业 and 文化项目的融资效率,压缩融资成本。建立在数字化技术基础上的代币化融资新模式,有利于克服文化产品和服务天然缺乏流动性和可测度性的特点,衍生出丰富多样的文化产业融资工具和模式^[19]。数字平台的蓬勃发展为文化内容的消费者和关注者提供了沟通交流的平台,为文化产业的生产决策贡献了大量素材。数字技术的进步有利于文化产业以更科学有效的方法分析相关素材,做出更准确的市场判断^[20]。融资、决策等环节的数字化技术应用,有利于加强文化产业的资源利用和风险控制,提高文化产业的生产效率,从而产生乘数效应。

第三,提升文化生产水平,拓展生产边界。文化产业的核心竞争力在于想象力和创意,但由于器材、技术等方面的限制,很多创意并不能真正转化为现实。然而,数字化制

作技术的发展帮助文化产业不断突破创作的极限。以科幻类型电影的制作为例,先进的特效合成技术将想象中的科幻场景呈现为逼真的电影画面,给人身临其境的质感。先进的动作捕捉和模拟技术将人物动作与画面背景巧妙融合,进一步增强了电影画面的真实性和感染力。经过数字化技术处理和打磨后的科幻电影,摆脱传统科幻作品难以克服的虚假感、疏离感,以更加逼真的场景渲染、更加精良的视听效果将科幻作家的美妙想象搬上大银幕,开辟了有别于传统科幻电影的新境界。这也意味着,数字化技术的加持帮助文化产业突破了原有的生产水平,拓展了文化产业的生产可能性边界,能够满足人民群众更高层次的精神文化需求。除此之外,数字化技术还可以推广到许多其他文化产品和服务的生产过程,提升文化产品和服务的制作精度和制作质量,提高文化内容附加值,丰富文化产品种类,拓展文化生产的深度和广度,创造更大的文化价值和经济价值。

第四,促进影视文旅融合,实现跨界联动。数字化将影视、旅游等产业中的文化意象转化为生动形象的文化符号,丰富了文化元素的表现形式,促进影视、旅游等产业与文化产业深度融合,形成新颖的、富有创造力和生命力的新兴产业模式。韩雯等指出,数字化新技术“在文化内容创造和传播、文旅交互方式等场景业态方面不断创新突破,为人们带来新的文化和旅游体验,也为推动文旅融合高质量发展注入新动能”^[21]。影视和文化产业的数字化内容可以为虚拟旅游提供丰富的素材,通过数字化平台,用户可以体验世

界各地的文化和旅游景点,无需实际前往,从而推动了旅游业的数字化转型。通过数字化内容的营销,影视作品以及文化艺术作品可以成为旅游目的地的IP标志,并结合特定地域的旅游资源,实现产业交叉和商务模式创新。例如,通过数字化文化产业的创作与开发,影视作品的拍摄地成为旅游目的地,并结合当地文化艺术、历史遗迹等资源,形成影视旅游综合体,推动文化、旅游和影视产业的融合发展。

第五,促进商务模式创新,丰富商业策略。数字化为文化产业带来整体业务运作和决策系统的更新和迭代可能。通过使用数字技术,文化企业能够部署和安排覆盖范围更广、针对性更强的商业模式,采用多样化、差异化的生产和营销策略,使用多种商业模式来服务不同的细分市场,销售差异化产品。在数字化技术和意识的更新过程中,基于大数据分析的产品开发和改进,文化企业可以加强质量控制,减少生产过程中的资源损耗和浪费,提高文化产品和服务的研发效率和市场效益^[22]。数字技术能够帮助文化企业进行精准的用户定位和行为分析,了解用户的喜好、消费习惯和需求,从而设计出更具针对性的产品和营销策略,提高产品的市场反响和用户满意度。数字化促进了文化产品的个性化定制和交互式体验。通过数字化技术,文化内容可以更加精准地针对不同用户需求进行定制,从而创造出更加个性化、受众化的文化产品。例如,音乐流媒体平台可以根据用户的听歌历史为其推荐个性化的音乐列表,满足用户不同的喜好。数字化后的文

化产业商务运营模式,对产业自身发展状况和目标市场调研都有了更为精确、动态的掌握,能够更加自如地组织和安排整体战略,把握市场细节。

(二)数字化转型促进文化消费环境升级

数字化对人们的文化消费产生了深刻影响,全方位改造了文化消费者的消费平台、消费载体和消费方式,促进了文化消费环境升级,对文化产业的数字化程度和水平提出了更高的要求,正在并继续带动文化产业的数字化转型。

第一,消费选择多样化。数字化的文化生产为消费者带来了更多样化的文化产品供给,包括电子书籍、网络音乐、在线视频、数字艺术品等,丰富了文化消费者的选择,提升了文化产品的多样性。数字化转型使得文化产品的购买渠道更加便捷,消费者可以通过在线商城、数字平台等途径轻松购买文化产品,提高了购买的便利性。数字化平台为不同领域的文化创意产业提供了更多融合的可能,例如数字艺术与科技的结合、影视作品与游戏产业的合作等,促进了不同领域间的跨界创新,生产出前所未见的文化产品和服务。消费选择的多样化得益于文化生产的数字化,又对文化生产提出了进一步的要求,促使文化产业进一步提升数字化制作的效率和水平。

第二,消费平台数字化。数字平台的搭建和推广改变了文化消费的生态。随着短视频平台和自媒体的流行,不同地域、不同民族、不同行业的文化符号在数字平台传播、碰

撞,开拓了用户的文化视野和文化认知,降低了文化消费的门槛。数字平台允许用户以极低的经济成本进行文化表达、文化传播和文化消费,吸引了大量文化消费群体的聚集。在高强度的文化内容生产、二次创作和传播过程中,不同的数字平台形成各具特色的竞争机制,用户的集体意志影响对文化内容的判断标准,形成各具特色的文化消费文化。文化产业应正视数字平台的综合影响,充分利用数字平台资源、完善与数字平台竞争与合作策略。

第三,消费载体数字化。文化产品和服务给消费者带来的效用,往往是精神层面的满足。但文化消费同样需要依赖一定的现实载体,如唱片之于音乐消费,银幕之于电影消费。显然,相对于网站、手机软件等数字化的文化消费载体,传统的文化消费所需载体比较笨重,限制了文化产品与服务的传播效率,抬高了文化消费的成本。手机、电脑等数字化设备的推广,解放了文化消费的时间和空间。并且,数字化的文化消费载体为文化内容提供了更为丰富的表现形式,有利于增强文化内容的表现力,改进文化消费体验。一个简单的例子是,数字化设备的用户在数字化平台阅读电子书籍时可以随时调整字体的大小和样式,选择舒适的背景颜色,插入方便检索的书签和批注等。因此,伴随着数字化的推进,数字化的文化消费载体逐渐占据了文化消费载体的主导地位。消费载体的数字化要求文化产业研发、改进文化生产的数字化适配和数字化呈现,与数字化载体和设备更加兼容。

(三) 数字化转型促进文化传播效能升级

文化产品和服务的高度个性化和差异化要求文化产业中的文化企业设法向潜在消费者传达其生产的文化产品和服务的独特性,有效对接文化产品和服务的受众群体,实现产品的文化价值和经济价值。数字化的形式、载体和平台彻底颠覆了文化内容传播的传统逻辑。文化产业的市场主体必须接纳和适应新的市场要求,充分利用数字化媒介进行文化产品和服务的宣传、发行工作,并及时跟踪、分析数字化媒介反馈的信息,调整宣传策略。

第一,文化传播效率提高。通过数字传媒广告、社交媒体、自媒体等渠道,数字化包装下的文化产品和服务内容以极高的速率向消费者传递。数字化转型使得文化产品能够跨越时间和空间的限制,在不同地域和时区进行全天候的传播。数字化技术使文化产品以视频、音频、文字等不同形式传播,提高了传播效率和吸引力。

第二,文化传播互动性增强。在社交媒体平台上,用户可以通过评论、点赞等方式积极参与到文化产品的传播中,从被动接受者转变为内容的交互者,提升文化内容传播的参与度和粘性。数字化平台为用户生成内容提供了更大的空间,用户可以通过社交分享、创作视频、写作博客等方式参与到内容的创作和传播中,增强用户的创作者属性,改变了以往文化内容单向传输的状态。虚拟现实和增强现实技术使得文化体验更加身临其境,用户可以在虚拟环境中与文化内容进行互

动,增加了内容的吸引力和用户的参与感。

第三,文化传播针对性更强。随着数据分析和个性化推荐技术的研发和应用,个性化推荐系统可以根据用户的兴趣爱好、历史行为等信息为用户推荐内容,让用户更容易找到感兴趣的内容,实现对受众需求的精准把握,从而实现更个性化、精准的内容传播。通过社交媒体广告、明星代言等方式,可以更准确地找到目标受众,从而提高营销和推广的效果。此外,数字化平台支持实时监测用户反馈和数据分析,文化产业可以根据实时反馈对内容和传播策略进行调整,更好地满足受众需求,进一步提高了传播的针对性。

(四) 数字化转型促进文化产业治理升级

市场机制往往具有一定的盲目性、无序性,需要由政府有序引导、妥善治理。文化产业的治理是一项高难度的工作,要求政府在尊重市场主体创造性和维护产业整体秩序之间掌握动态平衡。数字化转型有利于提升政府的管理和服务水平,促进文化产业结构优化和治理体系升级。文化产业必须主动适应文化产业治理的改造升级,加强与政府的协调配合,促进文化产业运行的合理化、规范化。

第一,数字化转型提高政府对文化产业的监管水平。政府可以利用数字化技术对网络上的文化内容进行监控、审查和管理,以确保内容符合法律法规,保护公民的合法权益。数字化转型推动了政府文化产业管理向智慧监管转变。例如,通过大数据分析和监测技术,政府可以更好地监管文化产业的市场秩

序、扶持政策的执行情况等,及时发现问题并采取有效措施。数字化技术还提升了对文化产品交易的监管。政府可以利用数字化支付系统、电子合同平台等工具,加强对文化产品交易的监管。例如,通过电子票务系统的创建和接入,政府可以获取电影票房的真实数据,提升对偷税漏税行为的监测能力。此外,还可以为政府提供了更多有效的手段来加强版权保护和法律监管,加强对文化产品和服务的版权保护,推动政府管理水平的提升。

第二,数字化转型提高政府对文化产业的服务水平。通过数字化技术,政府可以更精准地监测文化市场的运行状态、文化产品的传播情况、文化企业的经营状况等数据,从而更科学地制定相关政策和规划,提升文化产业的发展水平。数字化转型为政府与文化企业之间的合作提供更多可能性。政府可以利用数字技术手段,与文化产业企业开展更深入的合作,例如共建数字文化平台、推动数字化版权保护等,进一步优化政府与企业间的利益协调,提高服务水平。数字化转型为政府提供了更多推动文化产业国际化的可能性。政府可以利用数字技术手段,协助文化产业企业更好地拓展国际市场,提升文化产品在国际上的竞争力和知名度。政府通过数字化平台可以更好地向公众提供文化产业相关的信息,包括政策法规、产业数据、发展规划等,提高了信息的公开透明度。数字化转型促使政府提供更多在线政务服务,如线上申报、审批流程数字化、电子证照颁发等,使文化产业从业者更便捷地享受政府服务。数字化转型促进了政府不同部门之间的信息共

享与协同,使得文化产业相关事务的办理更加高效。

第三,数字化转型促进文化产业结构优化。数字化转型为政府提供了更丰富的数据支持,帮助政府更好地了解文化产业的结构和发展状况,从而制定政策支持文化产业的结构调整和优化,推动文化产业向高端、绿色、可持续发展方向转型升级。政府通过数字化转型调整相关产业政策,支持新兴文化产业的发展,包括游戏产业、数字出版业、数字媒体创意产业等,鼓励更多创新业态的涌现。政府可以通过推动数字化技术的普及与应用,开展数字化技术培训,提供数字化技术支持和引导,激发文化产业的发展潜力,促进文化产业结构的优化与更新。

二、中国文化产业数字化转型的现实问题

当前,中国文化产业数字化转型需要解决一些重要的现实问题。这些问题可分为3类:一是数字化与文化产业的结合问题。数字化为文化产业带来一系列新理念、新模式的同时,对文化产业的创新和治理能力提出了更高要求,尤其是数据要素的处理和使用,仍存在一定的规则和制度缺口。二是文化产业一侧的问题。文化内容的创作和生产有其特殊性,可能面临数字化进程的不利影响,需要更仔细地考虑数字化对文化产业影响的特殊性和复杂性。三是数字化一侧的问题。数字化进程的推进需要大量、持续的资源投入,成本高、周期长,提高了数字化普及与推广的

难度,该问题在欠发达地区更加明显。

(一)数据要素的收集和管理问题

当前,中国文化产业数据库不够完整、准确,数字化的知识产权管理体系不够完善,未充分挖掘和整理文化产业数据要素,数据要素的管理和保护水平有待提升,数据要素的乘数效应还未充分发挥出来。

第一,数据库的完整性和准确性问题。与其他产业相比,文化产业的知识溢出效应较为明显,更高的剽窃、盗用可能性对文化产业市场主体隐藏、模糊相关产业数据产生了激励,加厚了信息壁垒。文化产业相关的许多概念比较抽象、难以界定,存在许多难以衡量的隐性成本和隐性收益,提高了文化产业数据收集、整理的难度和成本。另外,一些文化元素的经济价值未被完全发掘,经济价值兑现与文化价值不完全匹配,缺乏收集、整理相关数据的市场激励。不断加深的数字化进程,在提高数据收集水平、丰富数据收集手段的同时,也降低了非法竞争者等不法分子剽窃、盗用数据的成本,带来了更多、更难以分辨的虚假和错误数据。同时,数字化只是一种正在推广的理念和技术趋势,并不能彻底解决文化产业的概念界定、市场激励等理论和实践问题。因此,文化产业的数字化进程没有从本质上破除文化产业自身数据收集整理的理论和实践障碍。现有文化产业数据库内容不够丰富、集中,标准不够统一,存在相当比例的虚假、错误数据。不完整、不准确的产业数据会对文化产业学术研究和业界实践产生负面影响,限制了学者和业界的数据研究范围和能力。不准确的产业数据还会扰乱

学者和业界的思路,导致有偏差乃至错误的结论或判断,威胁文化产业数据研究的可信性或文化产业发展决策的合理性。

第二,数字化知识产权的界定和保护问题。当一种文化产品或服务被挖掘出可观的经济价值,又由于其较低的排他性和较高的竞争性面临被滥用、误用的境地,产权的界定和保护就非常重要。然而,在数字化环境下,知识产权的界定和保护难度倍增。现有的文化产品或服务,特别是传承时间已久的文化遗产,难以辨明其数字化后的知识产权归属、评估其数字化后的知识产权价值。特别地,数字化给非物质文化遗产带来深层次的概念界定问题^[23]。若草率地将所有产权划为政府的责任和义务,不仅将给社会带来不必要的管理成本,也不利于兑现其市场价值。由于数字化环境的高度复杂性和数字化技术的先进性,缺乏实体形式的数字化知识产权更易被剽窃、盗用,产生较难判决的经济、法律纠纷。数字化知识产权的界定和保护,直接影响文化产业市场机制的运行效果,关系到数字化的文化产业能否实现可持续发展。当前,中国数字化知识产权法律体系有待补充、完善,法理研究和法律实践仍需更加深入,以更加全面地保护、运用文化创作者的心血和成果。

(二)文化元素的保护和创造问题

习近平总书记指出:“文化产业既有意识形态属性,又有市场属性,但意识形态属性是本质属性。”^[24]文化产业的意识形态属性要求文化产业重视生产内容和过程的社会效益、文化价值。然而,数字化进程对文化元素

的保护和创造提出了挑战。

第一,数字化挤压传统文化元素生存。数字化趋势促进文化产业、文化消费、文化传播的升级,加剧了文化内容生产者之间的竞争,也刺激了消费者需求的快速演变,对文化产品和服务的生产效率提出了更高要求,文化产品和服务的市场竞争更加激烈。一些传统的民间手工技艺和传统文化由于生产材料、生产形式的限制,无法跟上文化产业改造升级的脚步。数字化的参与和应用有相当大的潜力加工、改造传统的、慢节奏的文化要素,挖掘、发挥其客观的经济价值和珍贵的文化价值。但受市场需求和利润引导,市场环境下的文化产业在得到数字化加入后,往往更加关注生产能力的提升、技术的引进与应用,忙于将当下流行的文化元素套现,可能在客观上挤压传统文化要素的生存环境,加速一些文化价值较高但经济价值兑现困难的传统文化元素的衰退。

第二,数字化不能替代文化元素创造。创意是人类独有的标识和能力。数字化技术、业态不能替代文化内容的创作和实践。创意内容的核心是对人文情感和思想的表达,这种独特性是数字化工具无法取代的。数字化工具虽然可以协助传播、存储和展示含有文化要素的文化产品、服务,但无法替代人类对于文化要素的理解和演绎。例如,一部音乐作品背后可能蕴含着作曲家的情感和生活体验,一幅油画可能是艺术家对世界观的审视和表达,这种情感表达的深度和广度难以被数字化工具复制。因此,随着数字化进程的深入推进,文化内容生产不仅不能完

全依赖数字化的生产工具和生产过程,反而更加需要人类对文化元素的创造力和理解力,这对文化产业的原创性、艺术性提出了更高的要求。

(三)数字化的普及和推广问题

数字化的普及、推广依赖数字化设施的搭建和数字化环境的联通,文化产业的数字化转型需要充分的硬件基础和生态基础。当前,文化产业的数字化转型需要更为雄厚的硬件和生态基础,为数字化文化产业的长期发展打好坚实基础。

第一,硬件基础仍需建设。当前,中国信息基础设施建设仍在持续推进过程中,不同地区之间仍然存在数字鸿沟,部分地区特别是农村地区的互联网接入速度较慢。这使得文化产业数字化的进程受到限制,无法充分利用互联网进行文化产品的推广、传播和销售。在一些地区,信息基础设施建设的滞后,导致当地文化产业缺乏数字化工具,如数字化制作设备、数字版权管理系统等,制约了文化产业的数字化进程。不健全的信息基础设施也给数据共享以及跨部门协同带来一定的困难,限制了文化产业数字化进程中信息资源的整合和共享。

第二,生态基础设施仍需积累。一些地区尤其是农村地区信息闭塞的现状导致当地居民往往缺乏接触和了解数字化技术的渠道,使得他们对数字化技术的理解和接受度相对较低,这可能导致他们对数字化文化产品的评价和消费能力不足,影响了当地文化产业企业数字化产品的创新和生产动力。农村居民的经济收入水平通常较低,因此他们

在数字化设备及相关技术应用上的投入力度和可持续使用能力有限。农村地区在数字化技术方面的人才储备较为匮乏,缺乏相关的培训和指导,限制了当地文化产业数字化进程所需的技术支持和人才保障。此外,相对于城市居民,农村居民通常具有更加传统的生活方式和习惯,更倾向于传统文化和传统的社交方式。为了更全面、更深入地推进文化产业的数字化进程,仍需不断积累和完善文化数字化的生态基础,为文化产业数字化提供更多正向反馈。

三、进一步促进文化产业数字化转型的对策

基于前文对文化产业数字化转型的理论逻辑、现实问题的总结与探讨,本文以解决现实问题为导向、以理论逻辑为基础,结合相关法律法规、政策文件,从产业治理角度为文化产业数字化转型提出如下对策。

(一) 改进数据要素治理,维护文化数字化秩序

“数据要素是重要的生产力,兼具基础性战略资源和关键性生产要素的双重作用”^[25]。要想进一步解放数据的生产力,必须构建与数据要素生产力发展相适应的生产关系。为了规范数据处理活动,保障数据安全,2021年6月,全国人大常委会通过了《中华人民共和国数据安全法》。针对数据库的完整性和准确性问题,以及数字化知识产权的界定和保护问题,要严格遵守《中华人民共和国数据安全法》的规定和要求,积极引

导数据要素合理、有效流动、集中,改进数据要素治理体系和机制,保障文化产业在良好秩序下充分发挥数据要素乘数效应。一是建立和完善文化产业数据库。要有序收集各类文化产业相关数据,将收集到的数据进行科学的分类整理,清晰定义数据项,统一数据格式,更有效地引导产业发展,方便政策制定。二是建立完善的数字版权保护体系,推广数字水印、区块链等数字化技术,确保文化产品在数字化流通和传播过程中的知识产权不受侵犯。三是建立数据共享和流通机制,促进文化产业数据库的数据共享,建立行业标准和规范,鼓励不同文化产业主体之间的数据共享和合作,提升行业的整体竞争力。四是加强数据隐私保护。重视数据隐私保护和数据安全问题,对个人隐私和敏感信息进行保护,建立合规的数据安全管理体系,确保数据流动过程中的安全性和合法性,保障文化产业供给和需求两端数据的有序。

(二) 创新文化数字化成果运用,激发文化元素活力

要解决数字化进程中的文化元素保护和创造问题,必须坚持对中华优秀传统文化的创造性转化和创造性发展,创新数字化成果的运用,引导数字化理念和手段为文化建设和文化发展服务,激发传统文化元素的活力。一是鼓励跨界合作,将数字化技术与传统文化元素相结合,创造具有传统文化特色的数字化产品。例如,利用虚拟现实技术重现古代文化场景,或将传统戏剧作品进行数字化呈现,以推广传统文化元素。二是利用数字化技术对传统文化进行记录、保护和传承,例

如数字化文献、古籍数字化等项目,以充分展现和保存传统文化元素^[26]。三是制定相关政策,鼓励数字化项目对传统文化进行保护和推广,为数字化技术与传统文化元素的结合提供政策支持。四是结合数字化技术,打造现代文化体验项目,利用虚拟现实、增强现实等技术,将传统文化元素与当代生活紧密结合,创造具有吸引力的文化 IP。五是推进制度供给与制度创新,支持建立数字化文化创意市场,为具有传统文化元素的数字化产品提供展示和交易平台,激发创意生产的活力。

(三) 培育数字化环境,拓展文化产业发展空间

数字化的普及和推广问题关系到数字中国建设的整体规划与布局,已受到党和国家的高度重视。2023 年 2 月,中共中央、国务院印发了《数字中国建设整体布局规划》,要求夯实数字中国建设基础、全面赋能经济社会发展。针对文化产业数字化转型的需要,要加快推进数字设施建设,完善数字化普及与培训的制度供给,为中国文化产业的数字化转型打好技术基础和制度基础。一是加大对农村地区数字化基础设施建设的投入,包括加强宽带网络覆盖、提升通讯信号覆盖、普及数字化设备等,以便为农村地区的文化产业数字化提供基础支持。二是加强数字化技术普及与培训。通过举办培训班、讲座或设立数字化技术学习中心等方式,提升农村地区居民对数字化技术的认知和应用水平,提高其利用数字化工具参与文化产业生产和消费的能力。三是推动文化产业数字化发展示

范区建设。在一些具有条件和潜力的地区,建立文化产业数字化发展示范区,引导和推动当地文化产业数字化转型和示范项目的落地,为农村地区文化产业数字化提供借鉴和示范。四是建立城乡合作机制,鼓励城市文化产业与农村文化产业开展合作,推动数字化技术在农村地区的文化产业中的应用,同时促进文化产品的数字化内容向城市输出。可以通过农村电影巡映等文化项目培育农村地区群众对电影等文化产品的兴趣和消费意愿,逐渐扩大和开发农村地区的文化消费潜力。五是推动移动互联网与文化产业结合。利用移动互联网技术,推动农村地区文化产业融入数字平台,拓展文化产品的数字化渠道,提高文化产品和服务的覆盖率。

(四) 培养文化数字化人才,打牢数字文化产业根基

“文化产业发展中,人才是根本。文化人才决定了文化作品的创意、思想内容与思想深度”^[27]。人才是文化产业重要的生产要素之一,也是数字化进程的关键推动力。因此,解决中国文化产业数字化转型面临的现实问题、促进中国文化产业高质量发展,关键在人才。要逐步完善文化产业和数字化人才培养制度,优化人才供给,为数字化的文化产业打牢人才基础。一是促进人才培养多元化。人才培养多元化包括学科领域、培养方式等方面的多元化。要培养包括数字技术、创意设计、文化管理等方面的人才,鼓励学校、民间组织加强与文化企业的合作,将文化产业数字化转型的概念和实践操作融入人才培养的不同阶段。二是加强人才培养的实用

化、前沿化导向。鼓励各级政府和企业文化企业为学生提供更多的实践机会和实习项目,使他们在实际工作中接触到文化产业数字化相关的具体工作和案例,顺利完成向从业人员的转变。要提供给从业人员持续且多样化的培训,使其能够适应文化产业数字化转型的需求,了解最新的技术发展和行业趋势。三是优化人才待遇,吸引更多人才加入。通过税收优惠、资助科研项目等激励政策吸引和留住高素质的文化产业数字化人才,鼓励跨界培养人才,为其他领域人才提供向文化产业的转岗支持,促进其他行业的专业人才了解、进入文化产业数字化领域。鼓励并奖励技术创新、商业模式创新和文化产品创新,为人才提供展现才华的空间和机会。四是要鼓励与国际间的文化产业数字化领域的交流与合作,通过吸收国际先进文化数字化经验,培养国际化人才,提高国内文化产业数字化水平。

四、结语

本文阐释了国内文化产业数字化转型背后的理论逻辑和面临的现实问题,给出了针对性的对策,有利于揭示数字化与文化产业深度融合的作用机理,为进一步推动文化产业数字化转型提供有益的见解和参考,但研究存在一定局限性:一是本文侧重于针对数字化进程和文化产业运行等经济现象和经济现实进行理论分析和解释,缺少直观数据的支撑和数据基础上的实证分析;二是由于篇幅限制,本文主要站在政府角度给出对策,缺

乏从文化生产生产者、消费者等其他角度出发的建议。后续研究考虑采用实证分析方法,尝试识别文化产业数字化对文化产业发展以及其他经济指标的因果效应,更加关注文化产业供给和需求两端的机制及其作用机理。

参考文献:

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告(2022年10月16日)[N]. 人民日报,2022-10-26(1).
- [2] 习近平. 在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上的讲话[N]. 人民日报,2020-09-23(2).
- [3] 赵东. 文化数字化:中国式文化现代化的时代方略[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版),2023(4):55-64.
- [4] 周建新. 国家文化数字化的内在机理、困境审视与实现路径[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版),2024(1):68-77.
- [5] 郑自立. 文化产业数字化的动力机制、主要挑战和政策选择研究[J]. 当代经济管理,2022(9):57-63.
- [6] 唐琳. 5G时代文化产业数字化转型的历史逻辑、理论逻辑与实践进路——5G时代广西文化产业转型研究系列论文之三[J]. 南宁师范大学学报(哲学社会科学版),2021(5):58-67.
- [7] 惠宁,杨金璇. 数字经济与文化产业发展的政策梳理及其演进特征分析[J]. 山西师大学报(社会科学版),2024(1):21-30.
- [8] 许艳萍,岳强. 数字经济背景下数字文化产业高质量发展路径研究[J]. 经济问题,2024(3):92-97.

[9] 刘玉杰,黄韞慧. 数字新基建对文化产业集聚的影响:基于准自然实验的研究[J]. 现代经济探讨,2023(11):54-64.

[10] 周锦. 文化产业数字化如何赋能乡村振兴?[J]. 现代经济探讨,2024(2):119-132.

[11] 张振鹏. 文化产业数字化的理论框架、现实逻辑与实现路径[J]. 社会科学战线,2022(9):74-83.

[12] 刘倩,王秀伟. 文化产业数字化的关键问题、响应策略与实施路径——基于文化产业创新生态系统的研究[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2022(8):150-156.

[13] 叶紫青,张颖熙. 推动数字文化经济高质量发展[J]. 黑龙江社会科学,2024(1):67-72.

[14] 周锦. 数字经济视域下文化产业数字生态体系的构建与创新[J]. 江苏社会科学,2023(5):106-114.

[15] 黄松,谭腾. 中国式现代化视野下文化产业数字治理体系的建构:逻辑理路与创新策略[J]. 学术探索,2023(8):79-87.

[16] GOLDFARB A,TUCKER C. Digital economics [J]. Journal of economic literature,2019(1):3-43.

[17] HENNIG-THURAU T,RAVID S A,SOREN-SON O. The economics of filmed entertainment in the digital era [J]. Journal of cultural economics,2021(2):157-170.

[18] BAUMOL W J,BOWEN W G. Performing arts: the economic dilemma:a study of problems common to theater,opera,music and dance [M]. Millwood:Kraus Reprint CO. ,1978.

[19] LOOTS E,BETZLER D,BILLE T,et al. New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. introduction to the special issue [J]. Journal of cultural economics,2022(2):205-230.

[20] BEHRENS R,FOUTZ N Z,FRANKLIN M,et al. Leveraging analytics to produce compelling and profitable film content [J]. Journal of cultural economics,2021(2):171-211.

[21] 韩雯,张清. 文旅融合 出彩出圈 [N]. 天津日报,2024-01-26(3).

[22] 池仁勇,郑瑞钰,阮鸿鹏. 企业制造过程与商业模式双重数字化转型研究[J]. 科学学研究,2022(1):172-181.

[23] 马晓娜,图拉,徐迎庆. 非物质文化遗产数字化发展现状[J]. 中国科学(信息科学),2019(2):121-142.

[24] 张晓松,朱基钗,杜尚泽. 坚守人民情怀,走好新时代的长征路——习近平在湖南考察并主持召开基层代表座谈会纪实 [EB/OL]. (2020-09-20) [2024-01-08]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1678339978653246302&wfr=spider&for=pc>.

[25] 蔡跃洲,马文君. 数据要素对高质量发展影响与数据流动制约[J]. 数量经济技术经济研究,2021(3):64-83.

[26] MEONG J S,WESTLAND S. Digitizing traditional cultural designs [J]. The design journal,2017(5):639-658.

[27] 任力. 习近平关于文化产业的重要论述:发展脉络、核心要义和理论贡献[J]. 企业经济,2022(8):5-13.

(责任编辑:杨南熙)