

数字经济变革中的文化产业创新与发展

范周

(中国传媒大学文化发展研究院,北京 100024)

摘要:当前,经济发展进入新常态,数字经济成为了文化产业发展的新动能、文化消费新的增长点和推动文化领域供给侧结构性改革的重要抓手。数字经济变革中的文创发展集中呈现出科技驱动、创新为核心、融合引领、人才支撑的特点,社会生产潜力、知识储备等诸多方面发生本质变化。在此背景下,数字经济推动传统文化产业转型升级,新技术从消费端向生产端渗透,实现了产业全要素升级,并催生出文创发展的新业态、新模式。面对实现数字化转型的重大历史机遇,文创发展仍要注意以下问题:在内容供给上要实现数字技术与文创创新的协调,保障优质原创内容供给与产业链的完善;在消费层面要兼顾网络应用及内容供给的区域均衡发展,实现数字鸿沟到数字红利的转换;在监管层面要加强网络内容版权监管、构建互联网文化生态圈、强调社会参与,以期实现文化产业的数字革命。

关键词:数字经济;数字文创;“互联网+”;文化产业创新;智能化;数据驱动

中图分类号:G 124

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2020)01-0050-07

随着文化与科技的深度融合,数字经济成为新的经济增长点。《新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告》数据显示,我国网民由1997年的62万人激增至2018年的8.3亿人,年均增长40.9%。其中,网民通过手机接入互联网的比例高达98.6%。互联网用户的爆发式增长为数字经济的变革奠定了基础,以互联网为依托的5G、人工智能、大数据、区块链等技术在助推消费升级的同时,也在催生新一轮的产业革命,并将有效地促进供需两端升级、推动新旧动能转换。党的十九大对发展数字经济、建设数字中国等做出了战略部署。习总书记指出,“新常态要有新动力,数字经济在这方面可以大有作为”。在此背景下,深刻理解数字经济与文化产业的内容生产、消费模式、传播手段等各方面的关系,是推动新时期文创繁荣发展的必然要求。

一、数字经济与文化产业变革

(一)数字经济的内涵与发展

1996年,Don Tapscott在《数字经济:智能网络时代的希望与隐忧》一书中用到“数字经济”一词^[1],这被认为是全球首次正式提出“数字经济”的概念。MIT媒体实验室创立者尼古拉·尼葛洛庞帝认为数字经济是“利用比特而非原子”的经济^[2],这一概念也表明了数字经济是基于互联网的经济活动。20世纪90年代后期,美国、日本等国家对数字经济的界定多聚焦于电子商务领域。随后,世界各国开始相继布局数字经济战略。《数字英国》(2009年)、《数字德国》(2010年)、《意大利数字战略日程表2014-2020》(2014年)、《数字法国计划》(2015年)

收稿日期:2019-09-20

基金项目:北京市社科基金重大项目“习近平总书记关于‘一带一路’的重要论述研究”(19LLZD07)

作者简介:范周,中国传媒大学文化发展研究院院长、教授,博士生导师,文化和旅游部专家委员会委员,主要从事文化政策、区域文化产业研究。

等国家数字经济发展规划相继出台,数字经济自此迎来了快速发展期,全球有近30个国家制定了数字经济战略,以信息通信领域为重点的狭义数字经济成为了这一时期各国数字经济战略的核心。

尽管数字经济尚无公认的明确定义,但通过相关文献梳理及国家战略描述,可以看出数字经济是主要以数字技术方式进行生产的经济形态^[3]。从技术角度来看,这一概念在信息技术的基础上产生,数字技术是数字经济的生产核心,也将贯穿在生产、传播、消费等各个环节,具有较强的外部性特征,生产要素与数字技术的结合使得数字经济区别于传统的社会生产模式,并且呈现出数字化、虚拟化、网络化、分子化的特征。

(二)文化产业数字变革的必要性

1994年我国正式进入互联网时代,迅速发展的信息技术为数字经济的兴起奠定了坚实基础,数字经济的早期形态在这一时期开始萌芽。以2015年7月发布的《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》为重要开端,随后2017年数字经济被写入政府工作报告,自此进入新的历史发展时期。在此背景下,以创新创意为核心的文化产业首当其冲,率先迎接数字经济带来的变革。

1. 数字技术成为新常态下文化产业发展新动能

近年来,我国经济发展进入新常态,经济将持续保持中高速增长,并呈现L型增长趋势,未来我国经济发展急需寻求新动力^[4]。面对增速放缓的宏观经济形势,利用传统的经营模式进行社会生产的旧动能的生产效率急剧下降,转变经济发展方式、转换经济发展动能是实现经济转型发展的突破口。文化产业在经历了改革开放40年的萌芽及全面发展后,也开始由高速增长转向高质量增长,支撑文化产业发展的新旧动能转换迫在眉睫。

数字经济的浪潮席卷而来,信息革命吹响了新时期社会发展的号角。克劳斯·施瓦布在其著作《第四次工业革命》中提到了全球范围内的四次工业革命,社会从机械生产、规模化生产、计算机革命转向以数据、智能为代表的第四次工业革命。第四次产业革命推动了生产、分配、交换、消费在内的生产关系发生变化,使得之前传统的工业、农业经济拥有

新的商业模式和发展形态,数字化渗透在生产要素、生产方式、组织形式等方方面面,不断释放着数字经济的动能。2019年5月发布的《数字中国建设发展报告》显示,2018年我国数字经济规模达31.3万亿元,占GDP的比重达34.8%。与此同时,数字经济在文化领域不断渗透发展,数字技术已经成为文化发展中一种新的经济生产要素,通过强调促进科技文化创新链与产业链有效对接,提高不同内容形式之间的融合程度与转换效率。

2. 数字经济有助于催生新的文化消费增长点

作为文化产业发展的内生动力,文化消费近年来增速加快,对文化及相关产业的贡献日益凸显,文化消费占文化及相关产业增加值的比重逐年增加,从2013年的37.51%增加到2015年的39.73%,增加了2.22个百分点。与此同时,虽然文化消费占经济支出的比重逐年提升,但从结构上来看,传统文化产品的供给比重较大,新兴文化产业消费还有待培育。而数字经济所依托的数字技术正是新兴文化产业和文化消费的技术载体,是实现数字经济的中观表达的有效途径与手段,有利于培育新供给,实现生产数字化、传播网络化、消费个性化,释放数字经济在文化领域的动能,培育新的文化消费增长点。

3. 数字经济是推动文化领域供给侧结构性改革的重要抓手

近年来文化产业对经济增长的贡献率逐渐提升,朝着国民经济支柱型产业的目标大步迈进,文化产业增加值在国民经济中的占比逐年提高。但不容忽视的是,文化领域仍面临着供需错位、结构失衡的问题。尤其是伴随着我国社会主要矛盾的转化及传统的生产型社会向消费型社会的过渡与转变,传统的文化产品供给模式与人民实际文化消费需求之间的不对称仍是实现满足人民日益增长的对美好生活需要的一道鸿沟。

从供给侧来看,文化产品的供给应顺应时代发展趋势并满足人民消费需求,综合考虑消费者个性化、多样化的消费需求。基于互联网信息技术和数字技术的数字经济为个性化文化消费产品的定制提供了更为广泛的渠道和模式,使得多样化的文化产品从技术手段上操作可行且更为便捷,对于淘汰

过剩供给、盘活呆滞供给而言作用重大,成为了文化领域供给侧结构性改革的重要抓手。

二、数字经济变革中文创发展的特点

由于数字技术的不断创新,数字经济带来了社会生产潜力、知识储备、生产组织方面的本质变化,科技成为社会生产的新动能,改变了传统的社会生产形式与生产关系,更新了社会知识储备形式与信息传播模式,创新思维、融合理念不断引领产业转型升级探索,人才之于产业的支撑作用愈加凸显。

(一)科技驱动

科学技术的迭代更新颠覆和重构了传统产业业态,数字技术成为产业经济新增长引擎。在此过程中,科技在文创发展中的作用也随之发生变化,因此我们要重新认识科技与文化的关系。在传统的认知体系中,文化与科技是内容与形式的关系,科技是文化的呈现形式和载体,文化以科技手段为依托,科技对文化发展的介入还停留在较浅层面。但随着科技手段的迭代更新,以及文化产业进入新时期面临自身生产力提升的发展需求,文化产业在成为推动新旧动能转换的重要力量的同时,其产业内部的生产力也在逐渐优化和提升,科技在此过程中的作用日渐凸显。

数字经济革命推动文化与科技融合日益紧密和深化,科技不再只作为文化的呈现形式,开始更深刻地介入文化生产的全过程。在数字经济变革中,科技对于文化产业发展而言既是内容也是形式,甚至在某种程度上而言可以称之为新时期文化产业发展的生产力。文化产业发展的动能更迭成为数字经济时代的写实与缩影。近年来,我国在基础5G、人工智能、云计算、大数据、区块链、超级计算等领域发展迅猛,核心技术研发频频突破,科技创新能力得到加强。这些前沿科技也在进一步有效地推动文化产业新业态的诞生,为国民经济的发展提供新的动能。体量巨大、类别繁多的信息和数据在科技手段的作用下开始发挥更大的价值,文化产业也在人工智能、大数据等各种新技术迅速发展的驱

动下,赋予静止的信号、数据以新的内涵,通过将其提炼、整合、挖掘,改变人们的知识结构与认知模式,进而改变文化生产、传播、消费模式。

(二)创新为核

创新是五大发展理念之首,也是文创发展的核心。在数字经济浪潮下,创新依旧是引领文创实现可持续发展、高质量发展的关键所在。国家统计局发布的数据显示,2019年上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长7.9%,其中,创意设计服务业营业收入达5424亿元,增长12.4%,创新对于文化产业发展的可见一斑。

数字经济变革中文创发展的创新主要体现在以下三方面:第一,产业发展动力新。技术创新是文化产业实现创新发展的不竭动力,在数字经济变革中文化领域的技术也在不断的迭代更新中引领产业发展实现转型升级。早期互联网的诞生催生了网络文学的出现,移动网络的普及以及VR、AR技术的发展改写了游戏产业业态,网络直播、电子竞技迎来了发展的黄金时期。数字技术研发、数字文化消费、原创力量的激活是驱动数字经济背景下文化产业发展的原动力。第二,产业发展层次新。无论是传统的文化产业业态,亦或是新兴文化产业业态,都在数字经济革命中进行数字化转型与改革,注重数字文化产品服务应用、商业模式、多业态融合等产业发展的高层次创新,充分发挥“粉丝经济”等虚拟经济在内容、消费等方面的提升作用,以实现产品创新。第三,产业发展模式新。数字经济变革改变了传统的生产型社会的生产关系,生产者、传播者、消费者的角色不再单一、固定,文创发展的模式也在这一时期呈现出数字化特征,探索出了数字文化产业创新生态体系。

(三)融合引领

当前,数字经济的发展正逐渐消弭文化产业各领域的边界,加速融合进程。数字化时代重新分配了信息资源,同时也改写了企业间的融合方式。文化产业各领域也开始相互渗透,从分业发展走向融合发展,并开启了文化产业融合发展的2.0时代。一方面,文化产业的跨要素整合激发跨界融合新动

力。跨要素的“对内融合”,是产业要素的集聚、融合与创新。以文化、信息、创意、科技、资本、市场等要素叠加的融合发展模式,已经作用于文化产品生产和流通的各个环节,在产业层面得到了广泛应用。另一方面,跨行业融合不断开辟文化产业新蓝海。跨行业融合通过供给模式的转变、创新能力的突破、发展动力的整合,重新定义文化产业与其他产业的融合方式,实现更大范围的效应提升。与此同时,推动实体经济与虚拟经济的深度融合、制造业与互联网的深度融合,是具有现实意义的重大挑战,文化领域的尝试是对中国数字经济的承载力和包容力的考验。

(四)人才支撑

文化产业发展的核心不是资金、不是资源,而是具有创新能力和创新水平的人才。在数字经济时代,人才对于文化产业升级转型和繁荣发展的支撑作用更加凸显。据国家统计局数据显示,2018年全国共有文化从业人员845万人,比2012年增长20.9%,年均增长3.2%^[9]。文创领域从业人员的数量递增印证着人才储备与行业需求之间的需求缺口,人才水平也在某种程度上成为衡量文化企业可持续发展水平的重要因素。

在此背景下,北京、上海、杭州等城市纷纷出台人才引进专项计划,打响人才争夺战,通过提供落户指标、给予资金资助、推出优惠政策来吸引人才、留住人才。据第三方机构统计,2017年以来,杭州人才净流入率、海外人才净流入率和互联网人才净流入率位居全国第一。此外,许多企业纷纷布局人才研究队伍,通过多种形式培养专门研究队伍、鼓励人才创新、优化人才结构。例如,腾讯推出“犀牛鸟精英人才培养计划”,通过校企联合培养人才,全面提升人才素质;华为针对应届毕业顶尖学生人才推出年薪100~200万不等的薪酬管理条例,更新企业人才队伍。数字经济时代的文创发展,既是科技争夺战,也是人才争夺战。

三、数字经济对文创发展的影响

数字经济是一次技术革新,更是一次思想革

新。互联网思维对文创发展的影响是潜移默化的,其包括以人为本的用户思维、大道至简的简约思维、唯快不破的极致思维、谁与争锋的迭代思维、等待质变的流量思维、平台共赢的社会化思维、开放共享的平台思维和交叉融合的跨界思维。这些思维模式作用于数字经济背景下的文创发展,对其带来的改变与影响是变革性的。

(一)产业升级、消费升级的阶梯式演进

1.新技术从消费端向生产端渗透

十八大以来,宽带中国、创新驱动、“互联网+”等战略相继实施,我国成为名副其实的联网大国。2019年6月,5G商用牌照的发放标志着我国5G商用元年的开启。以互联网为基础的数字化技术引导着文创发展的消费端和供给端优化发展,为传统的文创领域带来了前所未有的变革。

就消费端而言,数字化技术在潜移默化之中改变着人们的文化消费习惯和消费模式。传统的广播、电视、图书等领域的变化尤为明显,人们的文化消费内容由实体向虚实结合转变,消费渠道由线下向线上转移,消费习惯由固定化向碎片化演进,消费模式由大众化向定制化、个性化转型。消费者不再是单一的信息接收者,其对生产端的影响藉由数字技术的渠道更加广泛、深刻。就供给端而言,数字化技术带来了传统文化产业的供给内容的转型与升级,使传统文化产业开始寻求与数字经济时代受众消费习惯、消费形式相匹配的内容与形式,并借助科技之翼转型升级,加速与互联网行业的融合,大数据、人工智能等新兴数字技术开始向传统文化产业生产端渗透,更深入地作用于文化生产,助推传统文化产业的转型升级。

2.产业全要素的运行效率升级

进入数字经济时代,实现了机械化生产转向智能化生产、标准化生产转向个性化创作、集中生产转向“去中心化”组合的转变,同时也带来了文化产业全要素的效率升级,传统文化产业的数字化、网络化、智能化转型步伐加快。

这种效率升级集中表现为文化领域内范围经济得以充分发挥。在数字经济变革中,科技成为了文化产品生产的主要投入要素之一,传统文化企业

的运行成本构成发生变化,数字化设施和人才构成比重加大。在此背景下,文化产品生产充分利用数字经济部门网络化、扁平化、去中心化的特点,从而降低了用于多种文化产品生产时所分摊的研发成本,实现文化经济发展提质增效和文化产业发展的顺势创新。

(二)新模式、新业态的应运而生

1. 塑造盈利新模式

数字经济时代,文化产业的产业链不再只是传统的逻辑关系和价值交换,参与生产、消费等环节的群体角色也在不断变化中,各生产要素也在融合、创新的大趋势下开始发挥更大的价值,通过不同生产要素的共享、集聚、耦合实现资源利用最大化,创造新的商业模式,其中较有代表性的是长尾模式、免费模式、社群模式和共享模式。

长尾模式的核心是聚少成多,创造市场规模。互联网平台为文化产品提供了更为灵活和巨大的存储和流通渠道,使得众多小市场汇聚成团,可产生与主流相匹敌的市场能量。以图书出版业为例,小众书目因其库存和销售成本几乎为零,其利润累计起来可以与畅销书的销售利润相匹敌。免费模式是通过免费的形式培养潜在的消费群体,是为了更大程度上获取消费者的注意力,以期获得最大商业利益。从本质上来讲,免费模式是基于注意力经济而衍生出的商业模式,以品牌广告投入平台获利的网络视频、媒体平台为代表。社群模式则基于口碑经济充分发挥互联网的去中心化、扁平化的管理模式,实现消费者从消费到传播的深度转化。例如致力于儿童故事传播的自媒体平台“凯叔讲故事”,通过3000余个用户微信群的社群互动实现利益最大化。共享模式通过整合过剩资源、提升利用效率、激活生产要素活力,实现了资源的跨时空流动,全民的移动化则进一步保障了共享经济的前端供给。

2. 催生产业新业态

数字经济从量变到质变、从传统产业到新兴领域、从物质需求到精神需求的变化和趋势,都体现在数字创意产业的发展中。文化产业新业态的形成有很多方面的原因,除了产业升级以外,还包括信息技术革命和消费市场需求。目前已经出现或者将

要出现的新业态是在信息技术发展的产业化和市场化应用中形成的。除了技术的发展进步,当前人们消费需求的升级也成为新业态产生的必要条件,以技术推动为基础,以消费者需求升级为着力点,使得新业态和新经济发展模式不断涌现。

互联网催生的新业态使得互联网技术与各产业更加融合,生产结构也更加合理,推动了生产技术的进步,提高了生产效率,并且形成了更加多样化的新型产业结构。《中国独角兽报告2019》筛选出161家估值10亿美元以上的独角兽企业,分布于金融科技、文娱媒体、汽车交通等14个行业,其中文娱媒体有25家企业入选。文化产品和服务的数字化贯穿在文化生产的全过程,新兴文化业态如网络直播、手机出版等成为文化产业发展的新增长点。

四、数字经济变革中文创发展应注意的问题

截至2018年12月,网络视频、网络音乐和网络游戏的用户规模分别为6.12亿、5.76亿和4.84亿,使用率分别为73.9%、69.5%和58.4%^[9]。国内数字市场的成长为文化产业新业态的出现奠定了用户基础,带来了文化产业的数字变革。在此过程中,文创产业的发展仍要注意以下问题:

(一)供给层面:注重双效统一,打造数字文创的核心竞争力

1. 数字技术与文化创新的协调

在数字经济的浪潮中,科技与文化相互赋能,从而提高了数字文化生产的效能与价值。毋庸置疑,数字技术改变了文化产业的价值链和供需关系,加速了文化产品生产的步伐,缩短了文化产品生产周期;文化也提升了科技产业的竞争力和价值追求,使科技有了更深刻的内涵。当科技不仅是文化发展的工具,同时介入文化生产前端,我们需要协调好数字技术与文化创新的关系。

文化产业的数字变革,一方面要充分利用技术手段丰富文化产业的内容与形式,使文化内容能够以个性化定制、精准化营销、协作化创新、网络化共

享的形式呈现,符合数字化趋势与要求。另一方面,因为文化产品的特殊性,要强化数字文化产品的精神内核,不能过分依赖数字技术而忽视文化创新的本质,做好数字文化领域的“双效统一”。

2. 优质原创内容供给与产业链的完善

原创力和创新性是衡量文化产品生命周期的重要因素之一。数字技术简化了文化产品内容生产的环节,内容版权问题是文化产业发展的共性问题,但各类业态由于发展阶段和法制环境不同,在版权问题方面的特点有所不同。整体上来说,文化产业各领域都在布局高质量的原创文化内容。在音乐领域,数字版权合作不断加深,精品化成为网络音乐发展的下一个关键词。在游戏领域,国产游戏海外市场的影响力与日俱增,内容生产更注重专业度与垂直度,国际化是网络游戏提高竞争力的关键策略。

因此,加强文创领域原创内容的供给,要从信息技术产业同步向智能化发展、以人为中心的“场景化设计”带动“集成式创新”、从产品技术创新转向“数据驱动”的管理创新,通过强化文化产品的原创能力和创新质量创造数字文创的核心竞争力。

(二) 消费层面:将数字鸿沟转为数字红利

正在进行的第三次消费升级和我国逾8亿的互联网用户正在驱动文化产业向纵深发展,数字技术在促进经济更快增长、扩大就业、改善服务方面取得了显著的数字红利。但是,凸显的数字鸿沟、消费分层正影响着数字红利的转换和数字革命成果的推广。因此,文创产业的发展要尽量避免由于数字资源的分布不均导致城乡之间的发展差距增大,进一步拉大数字鸿沟。如何通过数字文创的发展弥合城乡差距,实现向数字红利的转变,是促进数字文创可持续发展需要考虑的问题。

2018年,全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为827元,其中城镇居民人均文化娱乐消费支出1271元,比2013年增长34.3%,年均增长6.1%;农村居民人均文化娱乐消费支出280元,比2013年增长60.0%,年均增长9.9%^[9]。虽然农村居民的文化娱乐消费支出逐年递增且增幅较大,但相较于城镇居民的文化娱乐消费水平还有很大差距。

为了弥合数字文化消费的数字鸿沟,在扩大网络接入的基础上,要从以下两点着力:

从网络应用层面来看,要缓解数字资源的分配不均衡现象。城乡网民在观看视频、网络音乐等基础类应用方面使用差异率不明显,但在网络购物、网上支付、互联网理财等商务金融方面,以及网约车、共享单车等智能出行方面的参与度明显低于城镇地区,城镇地区的上述各种应用使用率均超过农村地区20个百分点以上。

从网络内容层面来看,要针对城乡地区不同的文化消费习惯、模式提供相应的文化产品,根据不同年龄、地域、职业、性别等多要素提供有针对性的、消费者喜闻乐见的数字文化产品及服务。通过提高教育水平及信息认知能力缩小城乡之间的数字鸿沟,避免代际相传的“数字贫困”。

(三) 监管层面:构建互联网数字监管新生态

加强和改善市场监管,是适应科技革命和产业变革新趋势的迫切需要。人民对美好生活的需要,表现在文化消费领域即是对文化消费品更高品质的要求。因此,构建互联网数字监管新生态迫在眉睫。

1. 加强网络内容版权监管

数字文化产业在获得飞速发展的同时,延伸至游戏、综艺、音乐等多个领域的侵权现象也愈演愈烈。目前网络版权侵权模式日益呈现出复杂化、多样化的态势,由最初的服务器存储模式,过渡到P2P下载分享、客户端下载模式,发展到以盗链、云盘、移动聚合、OTT聚合为主要表现形式的下载模式。随着网络版权侵权参与主体的增多,侵权行为愈加分散,网络版权制度如何有效应对日益分散化、业余化的网络版权侵权行为是体现我国知识产权制度智慧的关键所在。政府应如何增强监督管理水平、行业应如何提升自律能力、用户应如何提高维权都是值得深入思索的新命题。

目前我国侵权现象频发的原因在于企业违法成本低、侵权代价小,致使众多不法分子怀有侥幸心理。提高反盗版的能力与水平需要从技术端切入,强化网络版权的保护。此外,加强版权应用、建立网络版权的侵权曝光公示制度,以此来严格规

范、约束企业的不正当行为。

2. 法制契约下互联网文化生态圈的构建

人工智能、云计算、大数据等新技术的广泛渗透为用户安全、网络版权保护工作带来了前所未有的挑战。互联网自制内容的不确定性、网络暴力、低俗等问题屡禁不止。数字经济催生的文化产业新业态发展态势迅猛,但监管对象日趋复杂化和多样化,使得互联网监管多滞后于产业发展,构建“事前、事中、事后监管”的全链条动态监管体系是法制契约下数字文化产业的新命题。受利益诉求变化的影响,主体角色在演进过程中不断变化,参与规划、建设、经营、生产、消费等多个环节,并促成利益共同体。站在复合角色的视角来看待更新中的主体参与,需要我们将多种利益进行合理有效的结合。强调社会参与旨在形成政府、企业、社会组织和个人在内的多元主体的参与机制,激发多利益主体的参与热情,以创新的理念和审美思维来促进生活环境的改善和空间的改造。

(本文由澳大利亚麦考瑞大学博士生王若晞合作完成,在此表示感谢)

参考文献:

- [1] Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence[M]. New York: McGraw-Hill, 1996. 17.
- [2] Nicholas Negroponte. Being Digital[M]. New York: Knopf, 1995. 22.
- [3] 李长江. 关于数字经济内涵的初步探讨[J]. 电子政务, 2017, (9): 84-92.
- [4] 钟春平, 刘诚, 李勇坚. 中美比较视角下我国数字经济发展的对策建议[J]. 经济纵横, 2017, (4): 35-41.
- [5] 国家统计局社科文司. 文化事业繁荣兴盛 文化产业快速发展[N]. 中国信息报, 2019-07-26.
- [6] 中国互联网络信息中心发布第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2019, 28(2): 13.

【责任编辑: 周琍】

Innovation and Development of Cultural Industry in the Revolution of Digital Economy

FAN Zhou

(Institute of Cultural Development, Communication University of China, Beijing, 100024)

Abstract: At present, China's economy has stepped into the new normal phase. Digital economy has become a new driving force for the development of cultural industry and a new growth point for cultural consumption, and an essential element for promoting supply-side structural reform in the cultural sector. The development of cultural innovation in the revolution of digital economy is characterized by technology-driven, innovation-centered, integration-guided and talent-supported development, bringing about essential changes in social productive potential, knowledge reserve and so on. In this context, digital economy promotes the transformation and upgrading of traditional cultural industries, and new technologies shifts from consumption to production, realizing the upgrading of all the elements of the industry, and prompting the appearance of new forms and models in the development of cultural innovation. In the face of the great historical opportunity of realizing digital transformation, the development of cultural innovation should still pay attention to the following issues: in terms of content supply, digital technology and cultural innovation should be coordinated to ensure the supply of high-quality original content and the improvement of the industrial chain. At consumption level, we should give consideration to the regional balanced development of network application and content supply, and turn digital divide into digital dividend. In terms of supervision, we should impose stronger regulation on the copyright of the content on the Internet, build an Internet cultural ecosystem and emphasize public participation in order to realize the digital revolution of cultural industry.

Key words: digital economy; digital cultural industry; "Internet +"; innovation of cultural industry; intelligentization; data driven