

以“跨界·融合·消费”为主题的2019北京时装周时尚文化盛宴将于9月3日~10日在国家游泳中心(水立方)、方恒国际中心、方恒时尚中心、清华大学、京工时尚创新园等北京多个时尚文化高地一同呈现。北京时装周作为北京国际设计周的重要板块,经过几年的培育,已成为全国文化中心建设中一张靓丽的时尚北京名片和向世界传播东方时尚文化的一个重要平台,为北京时尚创意产业的发展注入了新的活力。

今天,如果要问大家在哪花的时间最多,我估计大部分人的回答是手机。在手机上看什么呢?最新统计显示,我国近8.3亿网民使用的449万款App中,产品最多的是游戏类App,使用最长是即时通信,然后依次是网络视频、音乐、短视频、音频、文学、新闻、直播、游戏……几乎全都是数字文化产品。

怎么会有这么多数字文化内容让人如此着迷?这正得益于这些年来创新发展推动的我国数字文化产业竞争力的提升。

互联网诞生初期,最先成熟的商业模式是网络和文化产业的结合。我国第一批互联网龙头企业,最早深受一些门户网站模式影响,喊出“渠道为王”,但很快就发现优质内容供给不上,开始转向“内容为王”,然后转向生态构建。我国数字文化领域的第一次创新就在这一过程中出现了,业界普遍认为这一阶段是“跟跑”之后的商业模式创新,但忽视了背后影响更为深远的创意组织方式创新,依托于平台分工的创意生产方式崛起,UGC(用户生成内容)大量涌现,一个以用户和创意者的互动和互换为核心,以专业人士和内容生产商为节点的人人连接、相互赋能的创意者网络逐渐形成,创意领域涌入的数百万年轻人,催生了如网络文学等独有的数字文化内容形式,推动了创意数量大爆发。

数量爆发带动了大众创新创意热情,也引发了对数字文化质量的担忧。党的十八大以来,在政策引导、行业自律、产业发展、大众觉醒等共同作用下,数字文化产业迎来了创意者经济的新一轮创新。一方面,以故宫、敦煌等为代表的传统文化机构逐步开放数字文化资源,数字化的中华优秀传统文化和世界各国文明精华为创意者提供了更加丰富的创意素材和创意场景;另一方面,数字文化产业体系不断完善,大数据和人工智能技术日趋成熟,为创意者带来了更细的产业分工,提供了更多的数字创意助手,数字技术真正融入到创意、生产、分发的全过程,帮助数字文化内容从数量爆发向质量提升转变。我国数字文化内容在全球初具竞争力,在不少领域实现了“并跑”甚至“领跑”。

随着5G商用、人工智能等技术进一步成熟,未来,创意者经济的创新在哪里?我认为可能来自于产业互联网,来自于拥有全球最全产业体系带来的创新创意需求,来自于以文化创意推动相关产业转型升级。

我国最有优势的电商大数据,已经在服装、生活用品等领域帮助提高了创意设计水平,助推传统产业转型升级;不断增长的设备物联网数据,开始帮助提高机械工业设计水平进而极大地提升工业品质量。相比较于文化及相关产业,工业增加值市场无疑是更深的蓝海、更大的战场。

创新、创新、再创新!我国数字文化产业正处于从消费互联网向产业互联网转进的黎明,只要施政有为、应对得当,我国数字文化产业可能会进入新一轮爆发性增长,不仅能够显著提升我国文化的竞争力和影响力,也会对我国经济社会全面高质量发展产生更加积极重要的影响。

文化艺术编辑部
主任:王 志
执行主编:胡慧 宋若铭
新闻热线:(010)56805161
监督电话:(010)56805167
电邮:whzk619@163.com

叶晓楠 杨 洁 宁若鸿

在一张长条电子屏上,手握一根“毛笔”,书法爱好者就可以“大笔挥墨”。由北京市数字内容工程技术研究中心研制的“i墨”软笔书法体验台,仿真了“文房四宝”书写环境,还原了毛笔书法过程的体验。据悉,这款“i墨”软笔书法体验台技术专利已转让给一家企业,促进了数字内容与文化创意领域的基础研究成果向产业应用的转化。

数字文化产业是以文化创意内容为核心,依托数字技术进行创作、生产、传播和服务,呈现出技术更迭快、生产数字化、传播网络化和消费个性化等特点。

8月3日,由国务院发展研究中心东方文化与城市发展研究所、中国社科院中国文化研究中心,联合腾讯社会研究中心等单位共同发布了《数字文化产业发展趋势研究报告》(以下简称《报告》)。《报告》初步估算指出,2017年数字文化产业增加值约为1.03万亿元~1.19万亿元,总产值约为2.85万亿元~3.26万亿元。

“增速快、体量大、高质量,这是数字文化产业呈现出的特性。”北京大学文化产业研究院副院长向勇说,“随着移动互联网技术和智能技术发展,尤其即将迈入的5G时代,在技术的驱动下,数字文化产业将呈现繁荣景象。”

数说故事 文化精品探索“网红式”变革

在今年7月举行的“融古铄今无界未来——数字故宫发布会”上,故宫一次性上新了7款数字产品。其中“故宫名画记”改版后将数字化绘画藏品增至345幅,新版的名画细节更为逼真,细到《步辇图》中人物服装胸前的锦绣花纹都纤毫毕见。

故宫的文化通过数字技术让历史走进了千家万户。多款故宫App陆续上线,“全景故宫”涵盖故宫所有开放区域,游客打开网页或手机,点击VR模式,享受沉浸式体验,可以“走进大殿,甚至“坐”上龙椅;官网推出的“数字文物库”,在公开186万余件藏品基本信息外,首批精选了5万件高清文物影像进行展示,未来,这个数字还将不断刷新;建筑类主题微信小程序“故宫:口袋工匠”,将故宫屋檐上脊兽化身为“紫禁城建造小分队”,帮助玩家在游戏中体验搭建“养心殿”“慈宁宫”等宫殿的过程。

故宫博物院院长王旭东表示,全新的数字时代,“数字故宫”将不断做出有益尝试,让紫禁城和文物鲜活起来。

在数字技术加持下,更多文化精品展现文创的新面貌。6月,在线数据库产品《历代进士登科数据库》上线,资源共计10万余条,内容涵盖历代进士登科人物资料,为学者研究提供了便利;“数字敦煌”资源库上线以

来不断丰富,还开通了英文版。30个经典石窟,跨越了北魏、西魏、北周、隋、唐等10个朝代。全球各地的网友都可欣赏石窟内部文物的高清图像,还可以进行VR虚拟现实体验。

数字技术“联姻”文化,也激发了文化产业的二次创新。

阅文集团联席CEO吴文辉表示,在IP的开发上,数字技术让精品内容能够实现多元化衍生的可能。2018年,阅文集团共授权130余部网络文学作品改编为影视、游戏、动画、漫画等娱乐形式,如影视剧《扶摇》,动漫《择天记》等,都是由网文作品衍生而来。而人气IP《全职高手》通过数字技术挖掘,实现了影视、动漫、出版、听书等多业态领域全链开发。

电竞与传统文化碰撞也擦出了火花。今年4月,在人民电竞战略发布会上,人民电竞宣布将与腾讯电竞展开深度合作,让电竞体育与城市文化相结合,在全国多个城市打造集电子竞技、城市文化、大众娱乐、教育等方面的创新生态模式,助力中国电竞行业的健康发展。

武汉大学国家文化发展研究院副院长陈庚说:“当步入网络传播时代,传播媒介和载体愈加多样化,尤其是数字化技术在传播领域的运用,使数字传播超越传统的纸质传播、电子传播等途径和方式,为文化发展带来了更迅捷、更有效的传播效果。”

打破壁垒 文化产业全链条跨界升级

在云南昆明,正在建设中的昆明融创文旅城将以玉龙雪山为原型,给“春城”带来特别的冰雪体验;打造20米LED环幕,将创造如临其境的云南风光体验……这是融创西南的一个缩影,将时尚文化精神加进文旅产业,打造具有西南特色的欢乐文旅产品体系。

正如《报告》所预测:数字文化产业目前已经成熟的商业模式仍主要侧重于消费互联网,但正在向包括产业互联网在内的更多经济领域拓展。未来与产业互联网的融合,尤其是在文化旅游融合为代表的产业互联网发展,以电竞等为代表的文化和体育及相关产业融合发展,将是推动数字文化产业发展的机遇。

数字技术带来了文化产品开发的精准升级。

在产品开发上,阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群高级副总裁兼CTO庄卓然透露,选择雷佳音出演《长安十二时辰》中的张小敬,是用阿里的智能预测平台——“鱼脑”多维度数据对比分析出来的;中国知网近期发布了中国知网大数据智库平台,通过对政务数据、行业数据、公共数据与知网知识数据的融合分析利用,将各种文字、音频、视频信息资源整合为统一的知识库,

实现智慧化应用。

数字流、科技流、信息流也带来了文化产业线上与线下的跨界融合。

在线上,云南省和腾讯合作“一部手机游云南”,整合了物联网、云计算、人脸识别等多项技术,实现了刷脸入园、高速公路无感支付、AI识你所见等功能,并构建起全域投诉、数字诚信、数字消费等云南旅游产业体系;浙数文化携手度势体育,开拓电子体育赛事上的合作,打造以浙数文化为核心的数字体育产业集群,共同推动杭州成为全球数字体育文化中心。

在线下,十二栋文化通过将IP衍生品投入“LLJ夹机占”线下娱乐门店,用户以“夹娃娃”的方式得到他们喜爱的产品,从而帮助百余位IP原创作者盈利;平台网易云阅读携手社交推理游戏平台剧本杀APP,将一部剧本改编成社交推理游戏,去年12月在北京三里屯举办了一场主题剧本杀体验活动,尝试作品社交化的新玩法。

数字文化产品界限还在不断打破。据北京酷云互动科技有限公司合伙人兼副总裁吕海媛介绍,酷云互动与成都高新减灾研究所合作搭建互联网大屏地震预警信息系统。当地震发生时,由成都高新减灾研究所大陆地震预警中心将预警信息传递给酷云互动,再通过专利技术ACR实现对大屏终端的定位,精准选择误差在50m之内的家庭内外所在终端推送,提醒用户避险,减少人员伤亡。

“数字技术的发展打破了文化产业的一些壁垒,产生了新载体,不仅为传统相关产业赋能,还在数字生产中进一步融入数字加工、数字创意等内容,使得产业趋于一体化。”向勇说。

5G时代 数字文化产业爆发将至

去年1月,在国际化创意方案竞赛上,挑战赛主题定为“基于百科数字博物馆平台,如何利用人工智能技术,助力博物馆文化在全球的传播?”来自冠军团队的5位跨国成员通过VR虚拟现实技术,“复活”各大博物馆的艺术大师,亲自给用户当“导游”,为观众介绍自己的作品以及艺术风格和艺术成就。

2020年《故宫日历》发布

8月26日,2020年《故宫日历》发布会在北京故宫博物院建福宫花园举行。2020年正值紫禁城建成600周年,2020年《故宫日历》也是为纪念紫禁城600周年而特别呈现的。图为8月26日在故宫建福宫花园拍摄的故宫日历。

新华社记者 金良快 摄

张翼

2019年春节档科幻电影《流浪地球》票房超过46亿元,暑期档动画电影《哪吒之魔童降世》票房目前已突破40亿元……如今,文化消费已成为提升国民幸福感的重要途径,文化产业坚守内容为王、创意制胜,积极健康的优质内容成为主流。

日前,国家统计局对全国规模以上文化及相关产业近5.6万家企业调查数据显示,今年上半年,上述企业实现营业收入40,552亿元,按可比口径计算比上年同期增长7.9%(未扣除价格因素),总体继续保持平稳较快增长。

保持平稳较快增长

新闻信息服务营业收入2997亿元,增长25.1%;创意设计服务5424亿元,增长12.4%;文化投资运营198亿元,增长10.2%……今年上半年,我国文化及相关产业9个行

业中,有8个行业的营业收入实现增长。其中,增速超过10%的行业有3个。

“今年以来,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入保持8%左右的增速,文化产业保持平稳较快增长。”国家统计局社科文高级统计师殷国俊解读数据时表示。

国家统计局日前发布的《新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告》显示,自2003年文化体制改革试点到全面展开,我国文化产业从探索、起步、培育的初级阶段,进入快速发展的新时期。我国文化市场繁荣发展,演艺市场规模呈现井喷式增长。

2019年上半年,国内文化休闲

基础设施日益完善,各地文化旅游、民俗活动、节庆娱乐等休闲活动精彩纷呈,居民和游客文化消费持续升级,文化体验已经成为提升生活质量和幸福感的重要途径。

产业结构继续优化

文化服务业的占比继续提高;文化核心领域的占比继续提高;中西部地区增长同比加快……据殷国俊介绍,今年上半年,文化产业结构优化体现在三个方面。

一是文化服务业的占比继续提高。文化服务业营业收入增速为13.0%,分别比文化制造业、文化批发和零售业快8.6个百分点和7.5个百分点;文化服务业营业收入的占比达40.9%,比上年同期提高了4.2

个百分点。二是文化核心领域的占比继续提高。核心领域营业收入增长11.5%,远高于相关领域3.0%的增速;文化核心领域营业收入的占比为60.1%,比上年同期提高了5.1个百分点。三是中西部地区增长同比加快。中部地区文化及相关产业营业收入增长10.2%,西部地区增长15.6%,分别比去年同期加快0.6个百分点和2.2个百分点,占全国的比重分别提高0.4个百分点和1.1个百分点。

随着文化体制改革的不断深入,我国文化产业集群化发展特征日渐明显,许多有竞争力和实力的文化骨干企业数量大幅增加,文化产业园区和基地规划建设稳步推进。截至2018年年底,全国共有10

个国家级文化产业示范园区,10个国家级文化产业实验园区和335个国家级文化产业示范基地,标志着我国文化产业进一步向规模化、集约化、专业化方向发展。

新业态发展势头强劲

“文化新业态发展势头强劲,拓展和创新了文化发展领域,引领和推动了我国文化产业的发展。”殷国俊指出。

如今,文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程不断加快,数字内容、动漫游戏、视频直播、视听载体、手机出版等基于互联网和移动互联网的新兴文化业态已经成为文化产业发展的新动能和新增长点。

文化产业继续成为领跑者

坚守内容为王、创意制胜,积极健康的优质内容成为主流