

“很高兴见到你”

改革纵横谈

明慧

文化数字化带给人们越来越多美好的体验。故宫博物院的“云游故宫”让您足不出户便可欣赏到数字文物库中83,005件艺术珍品,王希孟《千里江山图》的每个细节让您从心底升起无数个“赞”;中国美术馆App全方位展示国内外艺术大师的精品力作,现实主义、印象派、野兽派、新艺术、抽象派等流派作品引发您“瞳孔地震”;《三星堆奇幻之旅》制作了古蜀王国的奇幻场景,让您沉浸式体验探索考古现场,近距离观赏文物细节之美;云端大合唱让您一展歌喉、放飞自我;近日入职国博的首个虚拟数字人“艾雯雯”则以丰富的知识储备和互动技能吸引您的目光……

很高兴见到这些曾经因为种种限

制只出现在想象中的画面。当文化遇到科技,便碰撞出无数绚丽的“火花”。这无数的“火花”已成为满足人民美好生活需要的有效途径和经济结构转型升级的重要引擎。2021年,我国数字经济总规模超过45万亿元。其中,数字文化产业作为数字经济的重要组成部分发展迅猛。

已知的世界已很精彩,未知的世界更令人期待。在近日举行的“央博”数字平台建设启动仪式上,有这样一个声音吸引了很多人的注意:在这里,您将拥有自己的数字化身;在这里,数字世界的展览永不闭幕;艺术家可以在3D空间创建自己的个人展览,展示最新的作品;收藏家可以在这里创建自己的数字市集、炫藏品、结新交……

相信离那一天的到来也不会太久。随着数字化时代来临并日益发展,我国文化传播的方式方法将更加多元。数字技术的应用场景深入到社

会的各个层面,满足人民日益增长的物质文化需要,而这也是国家发展文化产业一直以来的努力方向。

习近平总书记指出:“衡量文化产业发展和水平,最重要的不是看经济效益,而是看能不能提供更多既能满足人民文化需求,又能增强人民精神力量的文化产品。”

因此,从《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》提出从文化的资源、生产、传播、消费实现全面数字化,到《中华人民共和国文化产业促进法(草案送审稿)》提出推动文化资源数字化分类采集、梳理文化遗产数据、标注中华民族文化基因;从党的十九届五中全会提出推进公共文化数字化建设和实施文化产业数字化战略,到《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》部署互联网、超高清、VR/AR、大数据、云计算、人工智能等数字技术在文化产业领域的创新应

用;从《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出到“十四五”时期末形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系,到《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》提出积极培育数字电影、数字动漫、数字出版、线上演播、电子竞技等领域出口竞争优势……一系列利好政策的出台,为文化与数字技术的深度融合注入了不竭的动力和活力。

用数字化的方式对传统文化进行保护、传承与传播,使整个中华文化全景得以呈现。通过努力让中华文明数字化成果全民共享,随处可见,不仅是弘扬中华优秀传统文化的重要手段,也是文化强国的必经之路。同时,用数字化的方式创造着我们向往的生活,用完全不同于传统模式的文化内容刷新着大众的认知,用一种令人惊叹的方式促进文化内容的繁荣兴盛,我们都乐见其成并期待早日相见。

声音

国际博物馆协会副主席、中国博物馆协会副理事长兼秘书长安来顺:

线上线下文旅资源在融合中实现优势互补

疫情防控期间,文化和旅游数字化发展的成果得以集中体现,并受到大众认可。我们应进一步梳理和总结数字文旅的受众群体、内容偏好等,以探索创新发展路径。同时,思考线上线下文旅资源的关

系。如,实体博物馆可以让大众与文化遗产面对面交流,数字博物馆可以为大众打开文化体验新渠道、带来新感受。从长远来看,线上线下文旅资源将在融合中实现优势互补,释放巨大潜力。

国家京剧院副院长袁慧琴:

疫情防控常态化背景下要积极发展数字文艺

在疫情防控常态化背景下,包括京剧艺术在内的传统艺术要稳固剧场演艺,更要积极发展数字文艺。应积极推动传统艺术时尚化,以符合时代审美的方式,用世界语言讲述中国故事,活态、立体展现传统文化;推动

舞台艺术影像化,充分运用影像思维和数字技术,实现“虚实相生”的中国韵味、中国气派;推动“互联网+”思维下的高效传播,以轻松快捷、碎片化的传播方式,让受众足不出户就可以感受艺术魅力。

中国广电董事长宋起柱:

夯实广电算力“底座”服务文化数字化战略

当前,科技和文化深度融合,算力网络成为推动文化数字化发展的关键基础条件。中国广电将认真落实《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,依托现有有线电视网络设施、广电5G网络和互联互通平台,形成国家文化专网,夯实文化数字化基础设施;建设具备云计算能力和超算能力的文化计算体系,布局区域性集

群智能计算中心,构建一体化算力服务体系,为文化数字化建设提供低成本、广覆盖、可靠安全的算力服务。一是以网强基,“5G+有线”双轮驱动,加快建设新型广电网;二是以算融媒,加快算力基础设施升级,夯实国家文化数字化底座;三是以媒促算,实施文宣领域算力应用创新,培育算力服务新业态。

相关报道

北京文化产业新业态发展动力强劲

本报讯 记者明慧报道 由北京市文资中心组织编撰的《北京文化产业发展白皮书(2022)》(以下简称《白皮书》)近日发布。《白皮书》提出,2021年,北京文化产业持续复苏,科技赋能文化产业发展,新业态发展动力强劲,文化与旅游、体育、商业、乡村振兴等领域深度融合,产业发展整体向好而行、向新而生、向深而为。

传统业态加速拥抱“云端”。《白皮书》显示,疫情影响下,传统文化业态从“倒逼上云”转为主动求新求变,演出机构、文化文物单位与新媒体平台、数字文化企业的合作互动成为常态,推出更多优质的“云端”产品和服务。国家京剧院和中国移动咪咕公司联合升级《龙凤呈祥》直播模式,借助“5G+4K”等技术多视角、多机位呈现舞台画面,加入“云导赏”“云解说”等幕后花絮环节,创新“云打赏”“云包厢”等多种实时交互模式,增强观众参与感和互动感。国家大剧院在快手App上的直播和短视频播放总量逾9亿,并推出四季系列音乐会,打造“直播+互动+杜比剧场音效”视听盛宴。故宫博物院与腾讯携手打造“数字故宫”小程序2.0升级版本,引入“智慧开放”的概念,给人们带来舒适的“线上+线下”融合游览体验。

电竞产业发展全面提速。《白皮书》提到,北京以电竞赛事为核心,完善产业生态,推动全球电竞产业优质资源在北京落地转化。“电竞北京2021”以王者荣耀世界冠军杯总决赛等头部赛事为引擎,带动全民赛、行业赛、校园赛等大众赛事,打造了周期覆盖全年的多层次电竞赛事体系。电竞版图向虚拟体育和新兴业态延伸,成功举办了2021年VR电子竞技国际大赛、Spark火花锦标赛。

“元宇宙”孕育新业态新模式。2021年被称为“元宇宙元年”,北京游戏动漫、文旅文博等领域积

极探索“元宇宙”应用场景,推动新业态的虚拟化、沉浸式、数字化发展。百度上线元宇宙产品“希壤”并首次于元宇宙中举办大型会议——百度Create2021(百度AI开发者大会),产品设计和互动体验中融入了诸多中国山水、历史等文化元素。北京首钢建设投资有限公司与红色地标公司、华为河图合作,采用数字空间多维搭建等方式,将首钢园工业遗产与科幻场景叠加,打造过去、现在与未来融合的元宇宙体验场景。

互联网平台传播弘扬优秀传统文化。《白皮书》指出,各新媒体平台通过视听节目、网络直播、电商等形式,积极传承和弘扬中华优秀传统文化,推动传统文化出圈出新。爱奇艺《登场了!洛阳》节目以古迹名胜和古洛阳出土文物等为依托,带领观众零距离观摩文化,沉浸式探索历史。濒危非遗在新媒体重获关注,各地非遗成为新的城市名片。2021年非遗内容成为抖音平台新热点,相关视频数量同比增长149%,累计播放量同比增长83%,在1557个国家级非遗项目中,抖音覆盖率已经达到99.4%。

沉浸式业态不断推陈出新。《白皮书》认为,通过场景打造、技术升级、内容创新等方式,多个传统行业实现与沉浸式业态的深度融合。展馆展览方面,故宫博物院推出“张灯结彩——故宫博物院藏宫廷灯具珍品展”,以沉浸式的戏剧表演和前沿的光影科技打造全新的展览形式;歌华文化与玉潭潭公园联合主办2021北京国际光影艺术节“万物共生—蔚蓝”户外光影艺术沉浸式体验展。文艺创作方面,开心麻花的沉浸式戏剧《偷心晚宴》根据剧情变化设置互动情景,让观众自觉代入剧情角色;繁星戏剧村推出“后沉浸式”演出《画皮2677》,探索“玩”在剧中的沉浸式观演模式。

当文化遇到科技:古老文明跨越千年相见

北京大学文化产业研究院学术委员会主任、中国文化产业促进会副会长陈少峰认为,文化数字化引领传统文化产业进入新业态,参与者通过跨界融合寻找新商业模式

特别报道

本报记者 明慧

“很高兴见到你。云游敦煌,从这里开始。”打开“云游敦煌”小程序,入眼便是这句亲切的问候。点开下方的“探索”,你就可以选择以视频、艺术形式、朝代、颜色、全景洞窟等任何一种形式欣赏敦煌壁画。此外,想要了解敦煌,你还可以去“数字敦煌资源库平台”上,经典洞窟的高清图像令人陶醉,全景漫游的方式让您大呼“过瘾”。

以前需要飞越茫茫戈壁,踏过漫漫黄沙才能看到的艺术珍品,如今,动动手指就可与之“亲密接触”。自20世纪90年代开始,敦煌开始数字化探索,为莫高窟的保护与传承开辟了全新路径。数字技术更让敦煌文物走出洞窟,跨出国门。

不只敦煌,近年来,长城、三星堆、故宫等文博界“大咖”纷纷牵手高科技,古老文明在前沿科技助力下跨越千年与人们相见。而这些只是我国文化数字化的一个缩影。随着数字时代的到来,特别是文化与科技的深度融合,线上看演出、听音乐会,“云端”看展、“云游”远方,探索元宇宙的奥秘……都不再是新鲜事。

北京大学文化产业研究院学术委员会主任、中国文化产业促进会副会长陈少峰近日在接受记者采访时表示,文化数字化可以一方面把传统文化产业变成文化数字化的提升,进入新业态;另一方面将传统产业与文化数字化融合,形成文化数字化或者是数字文化产业的一个组成部分。尤其是通过数字化与文旅产业的结合,可以实现沉浸式和交互式的旅游体验。

“云文化经济”营收可观

近年来,我国数字经济持续快速增长,成为推动经济高质量发展的重要力量。国家互联网信息办日前发布《数字中国发展报告(2020年)》显示,我国数字经济总量跃居世界第二,成为引领全球数字经济创新的重要策源地。其中,我国数字文化体系加快建设,涌现出更多高质量、特色化数字文化产品,线上线下文化传播体系更加完备高效,社会文化生活服务质量进一步提升,数字文化消费市场空前活跃,推动我国特色文化传播力、影响力、生命力更加强大。

尤其是在疫情防控常态化下,数字文化消费逆势兴起,云演出、云会展、云观影等一批“云文化经济”形态快速涌现,数字影视、线上社交、电子竞技、直播购物等细分领域增长迅速,成为驱动我国文化旅游产业发展重要动力。2021年,我国数字出版、互联网文化娱乐平台等数字文化新业态特征较为明显的16个行业小类,实现营业收入39,623亿元,比上年增长18.9%,两年



历经一年多的更新改造,上海城市规划展示馆日前正式对外开放。新馆增加2000多平方米的展陈面积,分为序厅、人文之城、创新之城和生态之城4个主题展厅,通过引入VR、AR、全息影像以及5D数字化城市沙盘等科技手段,为参观者提供沉浸式互动参观体验。图为参观者观看展示馆的“上海印象”城市画卷环形巨幕。

新华社记者 方喆 摄

平均增长20.5%,高于文化企业平均水平11.6个百分点,占文化企业营业收入比重的1/3。数字文化IP与实体产业或场景加速融合,激活新消费潜力。

数字文化的蓬勃发展,离不开政策的支持和引导。《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,加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式,壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。”

中办、国办今年5月印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》要求加快文化产业数字化布局,在文化数据采集、加工、交易、分发、呈现等领域,培育一批新型文化企业。

国家发展改革委提出,加快文化产业和旅游产业数字化转型,积极发展直播、数字艺术、沉浸式体验等新业态。举办数字文化和旅游消费体验活动,促进在线演出市场发展,鼓励上网服务场所参与公共文化服务,支持数字文化企业参与传统文化和旅游业态改造提升。

沉浸式旅游没有“冬天”

“我把文化产业看成三个阶段:第一阶段是传统文化产业,第二阶段是偏向平台型的互联网文化产业,第三阶段是文化与数字技术融合型产业。第三阶段是在第二阶段的基础上发展起来的。两者之间的区别在于文化和数字技术的融合不深,有点像之前卖场或者百货商店搬到互联网上。”陈少峰说。

在陈少峰看来,沉浸式交互式有兩

种体验方式,即人文类和技术类。文化产业第三个阶段发展的特点之一,就是人文的沉浸式体验和技术的沉浸式体验结合在一起。特点之二是线上线下的融合。特点之三是线上线下一体化。如,以户外为主的旅游变成沉浸式体验,在一年365天中都可进行。因此说,沉浸式旅游没有“冬天”。

“旅游行业因文化和科技的融合而改变,相应的产业结构也会改变。原来观光式旅游跟文化多数是分开的,但如果变成室内的体验旅游,文化就成了旅游的核心。因为在室内,数字技术就会表现得淋漓尽致。”陈少峰对记者说,“目前,数字文化最核心的不是数字产品,而是把传统的各种艺术创作、包括虚拟人的网红都搬到互联网平台上。如果到了6G环境下,全息、VR等数字技术就会形成很大的产业规模。”

陈少峰认为,数字文化产业今后有三个重点发展方向:一是文旅融合和数字融合,改变了线下的旅游和线下的文化体验。二是互联网文化产业的内容比以前多。因为除了互联网文化产业,还有很多虚拟产业,接下来可能还有文创电商等。三是线上线下一体化。可以派生出IP、衍生品等,最主要的是线下体验可以复制,形成一定的营业规模,可以增加上市公司的概率。未来10年,大概有1000家左右的企业在主板上市,这其中,就有文化科技、文旅、数字艺术类企业。

跨界融合寻找新业态

中国文物保护基金会会长、国家文

物局局长刘玉珠表示,我国拥有76.7万处不可移动文物、56处世界遗产、1.08亿件可移动文物,数量巨大的民间文物、散落海外的流失文物,共同构成有待深度挖掘和利用的中华文化遗产。让文化“活”起来,离不开数字技术的强大助力。

由此可见,文化数字化未来发展空间巨大。但当前仍有一些问题亟待解决。“一是文化跟科技的融合不够深入。如,现在做剧本杀的就做剧本杀,做数字体验就做数字体验,数字和文化分离就会造成收入单一,只靠门票收入就会有问题。我研究了中国的景区和主题公园,他们的人均收入只有迪斯尼的1/10。二是没有商业模式。如,智慧旅游没有给旅游带来高收入就是因为没有商业模式,无法有很大发展。三是目前做文化数字化的企业大多缺乏实力,或者有力量的公司不做,或者做的公司没实力。有很多企业把自己放在乙方的位置,造成乙方依赖甲方。”陈少峰对记者介绍说,他提出的这个方式叫“联合甲方”,即各方都要积极参与,包括数字技术、文化产业、公共服务等,所有参与者都可以从中受益,但取决于能否进行跨界的融合与合作。没有融合就无法进入新业态,不同他人合作也很难独立完成。参与者必须要改变原有的想法、理念、做法、业态甚至是商业模式。“联合甲方”是未来最有前途的合作模式。该模式跳出传统的甲方乙方的关系,IP、文创、电商联合做垂直开发,通过跨界融合,来寻找新业态的商业模式。