

学科动态专题报道

2022 年 4 期

总第（70）期

经济管理视角下的文化产业专题

主办者：图书馆学科服务部

2022.04

为传播科学知识，促进业界交流，特编辑《学科动态专题报道》，仅供个人学习、研究使用。

前言

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段，也是促进文化繁荣发展关键时期。这一时期，我国文化产业的发展取得了辉煌成就，产业发展迎来一个个新增长点。以数字化、网络化和多媒体化为代表的信息革命，为我们带来了崭新的文化形态——数字文化、网络文化和多媒体文化，这些文化传播的新媒体、新载体的出现，以及随之而来的以高科技为支持的信息生产和复制技术，使得文化产品和服务以产业化的规模快速发展，文化产业的发展势不可挡。

本报道通过前期调研国内外相关研究，并采访我校文化产业领域教师的基础上，特将国内外经济管理学科领域有关“文化产业”的资讯、报告和发展动态等进行系统梳理，为广大科研人员提供研究参考资料。

本期学科动态主要分以下专栏：

《海外资讯》专栏的信息主要来源于国外新闻网站。

《国内资讯》专栏信息主要来自人民论坛网、中国文化报、新华网等网站。

《“微”资讯》专栏信息主要来自文化产业新视界、清科研究、文化产业评论、中国企业网等微信公众平台。

《国内分析报告》板块主要选取北京大学文化产业研究院、国家社科基金重大攻关项目“丝绸之路经济带沿线国家文化产业合作共赢模式及路径研究”有关文化产业的分析报告。

《国际分析报告》板块主要选取经济与商业研究中心、世界经济论坛有关文化产业的分析报告。

《国家社科基金项目统计分析》版块根据我校学科特点，主要对管理学科“文化产业”国家社科基金项目统计和分析，以便了解文化产业领域课题研究动态。

《知识可视化分析》板块运用文献计量工具 Citespace，对目前经济管理学科领域有关文化产业研究的发文趋势、研究热点、研究机构进行分析，以帮助科研人员快速了解该领域的研究发展现状和热点。

《资源获取门户网站》主要汇总“文化产业”相关信息和资料的免费获取网站及门户。

《馆内图书》将我馆现有文化产业相关图书进行展示，以便读者参考借阅。

目 录

【海外资讯】	1
神奇的虚拟博物馆之旅.....	1
跨文化管理挑战及应对策略.....	6
数字创新将塑造富有弹性的创意产业.....	9
创意和文化产业面临的挑战，恢复战略.....	11
【国内资讯】	13
国内首份数字文化产业报告发布：数字文化产业处于爆发式增长前夜.....	13
两会国是厅 全国人大代表吕建中：关于金融促进文化产业高质量发展的建议.....	19
文化产业赋能乡村振兴的北大乡创探索.....	22
博物馆数字文化服务实现新跨越.....	28
国工分子公司交流跨文化管理经验.....	30
【“微”资讯】	32
冬奥开幕式上的文化企业：数字文化产业的最新成果.....	32
文化科技融合加速，数字文化产业逆势上扬.....	36
北大报告：文化产业10大关键词、10大特征、10大趋势预测	40
产业发展 助力数字经济建设 推动文化产业发展.....	53
【国内分析报告】	57
“一带一路”文化产业合作发展报告（2019）	57
2020年中国文化产业的发展报告.....	58

【国际分析报告】	59
艺术和文化产业对英国经济的贡献 英格兰艺术委员会的经济与 商业研究中心 (CEBR) 报告.....	59
格鲁吉亚文化发展和创意产业.....	62
数字文化:数字转型的动力.....	63
【国家社科基金项目统计分析】	65
管理学科“文化产业”国家社科基金项目统计.....	65
管理学科“文化产业”国家社科基金项目分析.....	66
【知识可视化分析】	68
模块一: 年度发文趋势.....	68
模块二: 研究热点分析.....	68
模块三: 作者合作分析.....	71
模块四: 机构分析.....	72
【资源获取门户网站】	72
【馆内图书】	73

【海外资讯】

神奇的虚拟博物馆之旅

张福学 编译 张琪 校对

虚拟博物馆参观变得越来越普遍。虚拟现实技术可以将用户带入现实生活中可能永远无法到的地方，因此欢迎数字游客进入世界博物馆是一件自然而然的事情。对于全球各地的学生来说，这也是巨大的胜利，因为他们能够以前所未有的便捷方式探索世界历史上一些令人惊叹的片段。

作为一名在中东的英国课程学校工作的国际教育者，我与之产生了共鸣。参观这里的博物馆会有所限制，展品往往侧重于中东历史。当然，这没什么错——我们可以看到一些惊人的人工制品——但我们的课程探究得更远。举个例子，当我在2008年第一次搬来这里时，我在三年级工作。就像我在伦敦教的三年级学生一样，迪拜的学生也参与了一个古埃及项目。当然，回国的学生们还参观了大英博物馆，参观了一些世界上最著名的埃及文物。这里的学生就没有这样的运气（尽管我在回家的路上带着摄像机参观了博物馆，并给他们录了一小段徒步旅行。）

一些博物馆选择在线互动地图形式的虚拟旅游。其他则选择分享他们的艺术品图像库或3D扫描库。虚拟现实提供了最沉浸式的体验，在这里我想分享我最喜欢的十个虚拟博物馆之旅。我试着在不同的平台上进行了选择以突出其多样性。

1. 国立自然博物馆

平台：网络虚拟现实 <http://naturalhistory.si.edu/vt3/>

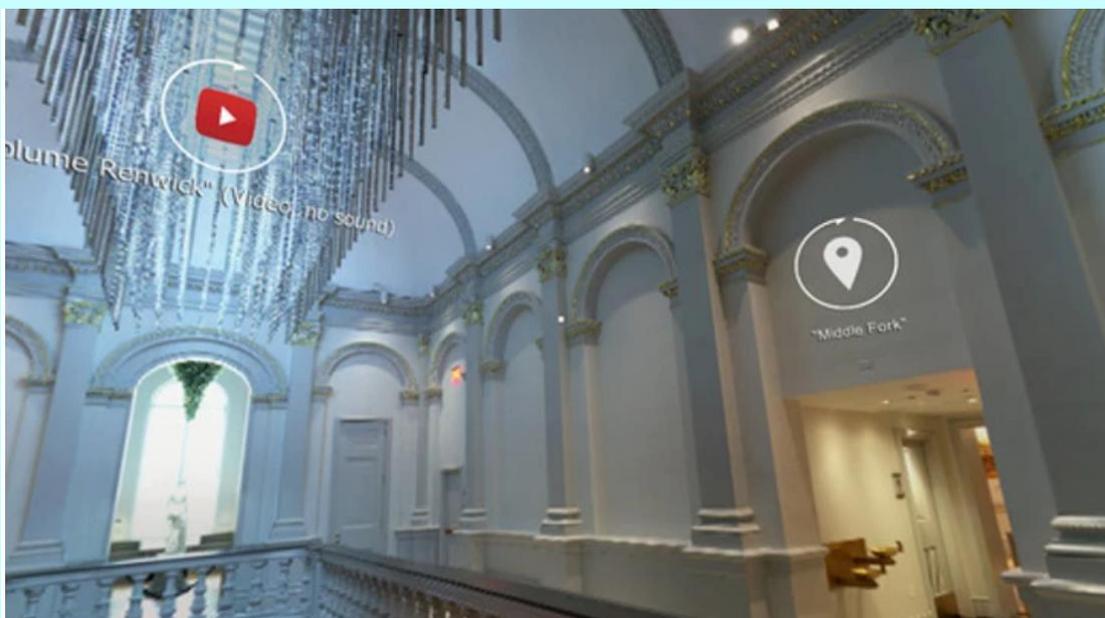


这个位于华盛顿的著名博物馆有几个虚拟游览直接集成到网络上。使用网络虚拟现实意味着虚拟访客可以使用任何头显，只要使用的浏览器能支持网络虚拟现实。这些展览包括永久性展览和过去的展览，核心巡展提供了数十幅全景图像，可以通过屏幕上的地图或互动箭头导航。虽然本次巡演缺乏辅助内容（展览没有额外的多媒体），但它在范围上有所弥补，重点关注恐龙、海洋生物、地质学等。

2. 伦威克画廊，史密森尼美国艺术博物馆

平台：Wonder 360 应用程序（iOS/Android）

<http://americanart.si.edu/multimedia/wonder360/>

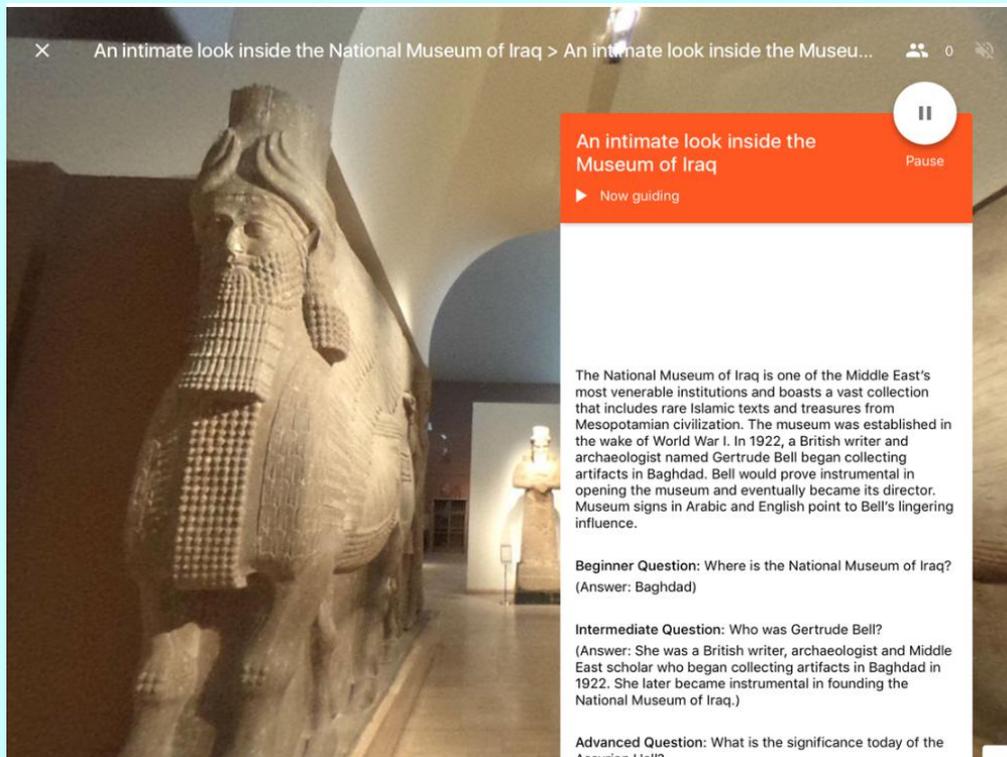


这个用 InstaVR（我最近一直在探索的一个平台）创建的虚拟之旅，由史密森尼博物馆以互动形式展示了伦威克画廊。九位著名当代艺术家创作了特定地点的、画廊大小的装置，你可以在博物馆的大厅中浏览探索它们。可以选择多媒体

标签来显示更多信息、视频等。

3. 伊拉克国家博物馆

平台：谷歌探险（iOS/Android）



探险队有几次博物馆之旅。我选择了伊拉克国家博物馆，因为我觉得这是一个很好的例子，很多人可能因为它的位置而永远不会参观它。通过这种方式访问它们的好处在于，老师可以通过共享的虚拟参观引导学生，引导他们的注意力，并使用综合信息来解释他们所看到的更多的内容。

4. 伦敦自然历史博物馆辛兹大厅

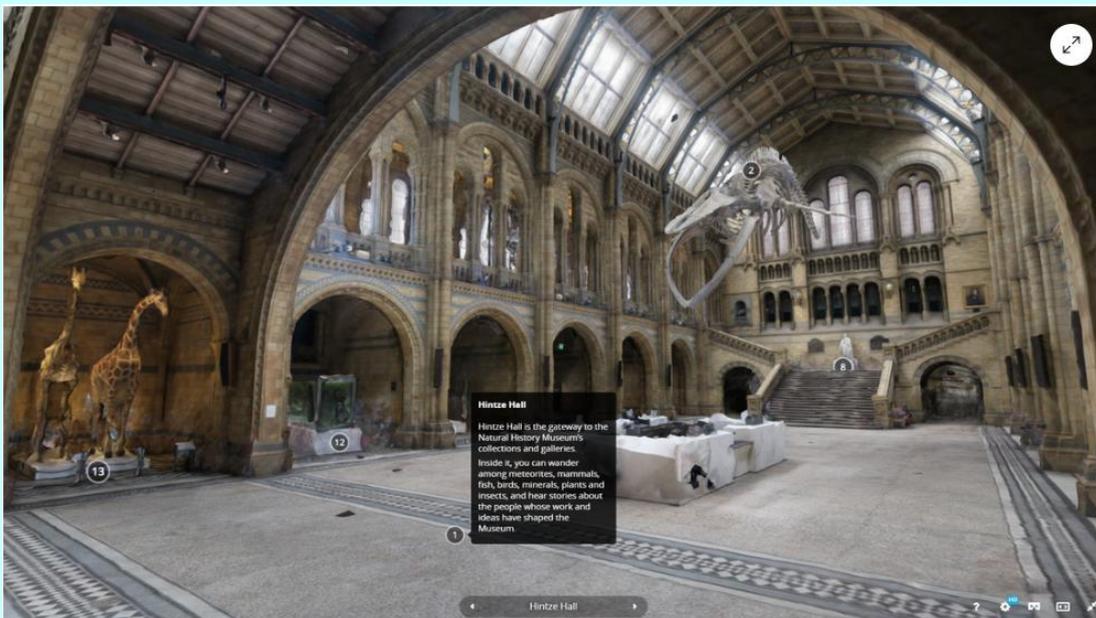
平台：SketchFab（任何设备）

<https://sketchfab.com/models/b2f3e84112d04bf1844e7ac2c4423566>

托马斯·弗林（Thomas Flynn）是 Sketchfab 的文化遗产主管，为他们的遗产和历史部门制作了一些杰出的模型。这张伦敦自然历史博物馆辛兹厅的 3D 扫描图就是一个很好的例子。通过多个焦点，虚拟现实参观者可以快速接近一些令人惊叹的展品，每个展品都附有注释以分享更多信息。

这些简短的文字概述附有超链接，可以从博物馆的网站上获得关于选定焦点的更多细节。这并不是名单上规模最大、最完整、甚至最精致的博物馆之旅，但

它确实预示着未来越来越多的游客将获得自己的 360 度扫描, 并为自己打造虚拟现实之旅。



5. 卢浮宫

平台: YouVisit (Web VR/iOS/Android)

<http://www.youvisit.com/tour/louvremuseum>



最近 YouVisit 的大学城之旅在高等教育界掀起了一股热潮。在这里, 他们提供了参观巴黎卢浮宫的导游服务, 可以通过网络或直接在他们的免费 VR 应用程序中访问。参观从室外开始, 穿过博物馆的十个区域。每个地点都提供额外的图像、视频片段和展品信息。

6. 大英博物馆

平台: 林荫大道 (Oculus Rift/Gear)

这款名为 Boulevard 的应用（原名为 Woofbert）应提供多种沉浸式虚拟现实博物馆体验，包括大英博物馆本身的最新版本。在 Rift 和 Gear 上免费提供，HoloLens 等其他平台正在开发中。它将很快成为寻找虚拟博物馆之旅的最佳地点之一。

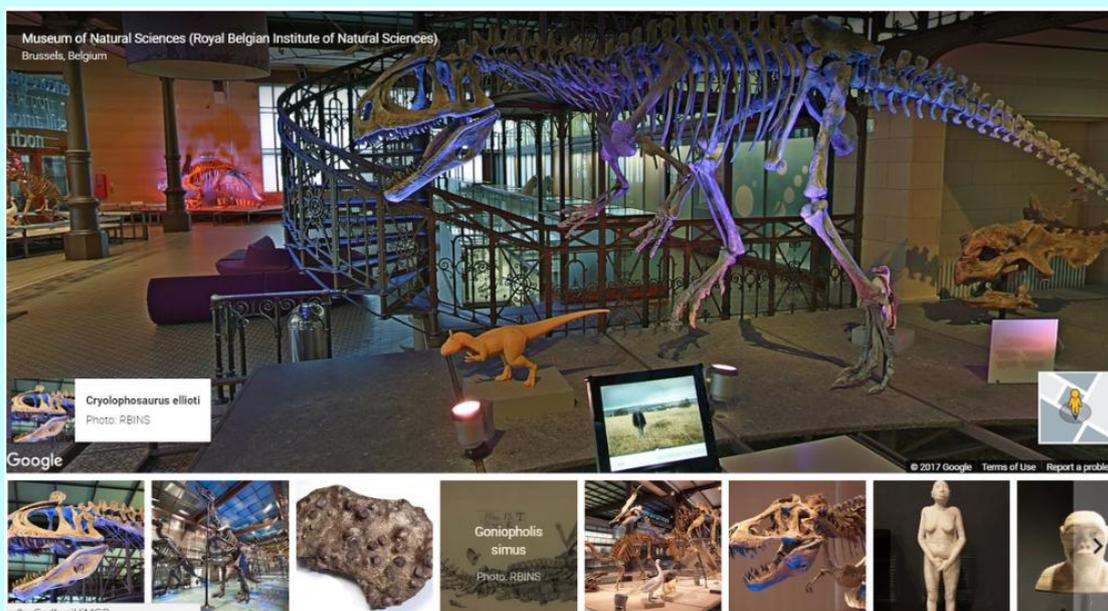
7. 大都会艺术博物馆

平台：YouTube360

大都会艺术博物馆有一个专门的虚拟现实之旅项目，名为 Met 360°。该项目采用了博物馆内 360 个视频的形式。这些视频被上传到 YouTube 上，每个视频都附有对内容的简短描述。该系列通过独特的视角，移除某些展品上的保护罩，让观众以前所未有的方式探索大都会博物馆。

8. 自然科学博物馆

平台：谷歌街景（web/iOS/Android）



谷歌街景是另一个提供多个虚拟博物馆参观的平台。这是谷歌文化研究所推出的更专业的巡演之一，它拥有大量的比利时科学博物馆内的全景收藏。每个位置都有一个高分辨率的图像和一些额外的细节。

9. 国家计算机博物馆

平台：Matterport（任何设备）

<https://my.matterport.com/show/?m=Vz8kCqGRjQA>

Matterport 通过 HistoryView 虚拟现实团队所做的工作引起了我的注意。他们的 3D 相机可以生成最为详细的 3D 环境。此次英国计算机博物馆之旅包括两个

主展厅，里面陈列着大量展品，详细解释了这些展品的嵌入式信息点。虽然这次参观只涉及博物馆的一部分，但它包括了世界上最古老的工作计算机和许多来自该领域的迷人艺术品。



10. VR 美术博物馆

媒体：HTC Vive

最后一个例子可以被认为是作弊或简单的天才。Vive 上的 VR 美术馆不是真正的博物馆。相反，这款免费的应用程序将一些世界上最著名的艺术作品从历史编年史整理成一个完全沉浸式的空间。大卫雕像欢迎你进入，并与蒙娜丽莎、泰拉科塔军队等人共享空间。这些画的细节令人难以置信，你可以近距离地看到画作的纹理，真的令人震惊。在我看来，这预示着未来的发展。很快，用户将在虚拟现实整理他们自己的个性化收藏。我相信专家们将能够整理某些主题的“超级收藏”，例如，世界上所有古埃及文物首次集中在一个地方。那就太棒了！

编译自：

<https://www.virtualiteach.com/post/2017/08/20/10-amazing-virtual-museum-tours>

跨文化管理挑战及应对策略

刘程 编译 张琪 校对

如何在跨文化误解出现之前解决它们

随着企业变得越来越国际化，其内部和扩展团队的文化也越来越多元，今天的管理者面临着一个前人从未面临的难题：如何有效进行跨文化沟通。

为了让企业保持效率和竞争力，领导者需要让员工参与进来，而不是只给他们提供信息指导。这样就会面临一些挑战：不同文化之间的沟通环境不同。而一些跨文化误解会被领导者留待解决。但通常，这会损害企业的内部和外部声誉。

在最糟糕的情况下，无法解决跨文化误解可能会毁掉有前途的企业或者导致企业被合并。想想戴姆勒-克莱斯勒（DaimlerChrysler）（这种合并构思时被称为“平等的合并”，几年后是一场惨败）或美国在线（AOL-TimeWarner）和时代华纳（AOL-TimeWarner的股价从2000年的72美元降至2008年的15美元），你会意识到如果不解决跨文化差异可能会造成的损失有多严重。

在这篇文章中，我研究了一个五步策略，以避免在提前解决跨文化误解准备时的需要。

1.了解不同文化的沟通方式

不同文化背景的人交流方式不同。

一些国家，如美国、澳大利亚和英国，交流更加直接。他们的沟通是精确的、开放的，而且更加情绪化。这被称为“低语境”文化。

其他人，尤其是中国人、日本人和印度人，则更为婉转。语意通常没有明确说明，而是隐含在所提供的信息中。这被称为“高语境”文化。

有些文化中的沟通较为冷静，讨论完全基于事实，行动果断（线性主动）。而有些人彬彬有礼，善于倾听，和蔼可亲（被动）。三分之一的文化是热情且感性的（多主动）。

通过理解这些差异，你将能够相应地调整你的沟通风格，并在跨文化团队中更有效。

2.了解文化价值的差异

每种文化都有不同的价值观。这些可能会随着时间的推移而发展。例如，在英国盛行了数百年的以阶级为基础的社会基本上已经被消灭。在印度，尽管种姓制度被取缔，但它仍然非常活跃。

吉尔特·霍夫斯塔德确定了文化视角的五个维度：

- 权利差距
- 个人主义与集体主义
- 男子气概与女性气质

- 避免不确定性
- 长期定位与短期定位

作为上述的一个例子，权力差距是描述印度种姓文化的维度——不同人群之间不平等的接受度：

- 个人主义与集体主义是指强调个人或集体的成功。
- 男子气概与女性气质是指文化在多大程度上强调性别与工作相关的目标，而不是人文主义目标。
- 不确定性回避指的是规则和需求的方向，而不是模糊性。
- 长期定向与短期定向是指在时间范围内设定目标的水平。

通过了解不同文化如何在这五个维度中“运作”，你将能够弥合你的文化维度与你的员工或客户之间存在的差距。

3.培养有效的沟通方式

当你理解这些文化差异时，你可以发展你的沟通方式，避免解决跨文化误解的需要。这种能力与高水平的情商紧密相连，你会对模棱两可的沟通变得更加宽容，对不同的文化变得更加灵活，并且你会变得不太确定你的文化在所有情况下都是正确的。

培养沟通技巧，如开放性和随和性，将有助于建立员工对你作为领导者的尊重，并让你们产生有效的沟通。及时请求并期待反馈，以帮助你培养跨文化沟通能力。通过欣赏文化差异，你还能避免那些毁掉美好关系的跨文化误解。

4.避免沮丧

期待他人按照我们自己的文化规范行事是很自然的。如果不是这样，本能就是拒绝它。管理者和领导者不应该对由不同文化价值观决定的行为表现出如此的沮丧，尽管这非常难做到。

解决这一问题的方法是开放文化差异。与其带着偏见行事，不如通过询问决定某些行为的价值观来了解更多。这将有助于你在更加理解和合作的环境中解决分歧。

5.运用适当的动机

激励技巧和激励措施通常由企业文化决定，这往往与企业成立或目前总部所在地密切相关。公司通常采用单一的激励方案，在其所有地理位置上都有统一的

认可和奖励。这样通常也是没有考虑到团队内部的文化差异。

当扩展到其他地理位置、雇佣跨文化团队或通过远程就业从人才中获益时，如果存在文化差异，当前的激励计划和激励技巧可能会导致员工的生产力和效率降低。

应该指出的是，这种文化差异可以在工人社区中愉快地存在。例如，一个人可能会因为获得更多的自主权而受到激励，而另一个人可能会拒绝这种自由，因为他们希望自己的主管或经理对正在完成的任务负责。

了解人们的反应和互动，以及你是如何做的自然反应在很大程度上可归因于文化教养。通过理解这一点，领导者能够更好地为不同的个人文化雇佣合适的人，并自定义策略和过程的方法。

然而，对于一个领导者来说，这还不足以让他或她的多元文化团队充满活力。还有必要了解你的反应和行为，以及这些行为在多大程度上受你的文化背景影响。通过这种对自我的理解，你将能够通过调整你的领导风格来融入不同的文化，从而更能与多元文化团队中的其他人共情。

编译自：

<https://www.forwardfocusinc.com/inspire-leaders/cross-cultural-management-challenges-and-how-to-face-them/>

数字创新将塑造富有弹性的创意产业

刘程 编译 张琪 校对

各国政府需要与其他决策者密切合作，通过参与和机会而不是经济指标来评估文化政策的成功。

新冠肺炎疫情的流行对全球创意产业产生了深深的影响。随着博物馆、画廊、剧院和电影院被关闭，音乐会取消，世界各地的艺术家都在苦苦挣扎，街头娱乐和其他文化表演也被迫暂停。政府还不得不应对文化和创意产业带来的巨大收入损失。这些行业人员的失业进一步加剧了严峻形势。即使在全球经济复苏之际，创意产业的作用和未来也在重新被评估。

决策者必须认识到，创意经济对任何文明社会的增长、发展和文化认同都至关重要。例如，在欧洲，2019年创意产业雇佣了740万人，占有所有就业的3.7%。

联合国估计，创意产业每年产生 2.25 万亿美元的收入，在全球创造了约 3000 万个就业岗位。

振兴创意产业的国家政策

文化一直是阿联酋经济多样化议程的支柱。阿联酋文化创意产业国家战略于 2021 年启动，旨在促进该产业的发展，将其列为该国十大经济部门之一，其目标是贡献全国 GDP 的 5%。

在其他地方，疫情最严重时英国投入了 15.7 亿英镑（75.8 亿迪拉姆）支持其文化部门。德国投入了 500 亿欧元（2030 亿迪拉姆）的预算，这仍然是欧洲最大的文化支持方案。

随着创意产业进入一个新阶段，它们将需要政府支持和创新方法来应对新出现的挑战。在新加坡，政府采取行动十分迅速，它为中低收入工人提供失业补助金，并为自营职业者和文化专业人士的工资和租金提供补贴。其他国家也提出了创新方案：荷兰采取了新措施扶持营业额损失超过 25% 的微型公司。

尽管政府采取了这些积极步骤，但局势仍然紧迫。联合国教科文组织（UNESCO）总干事指出，全球音乐产业面临着约 100 亿美元的赞助损失，出版业将至少减缩 7.5%。欧洲文化基金会呼吁各国政府对其 730 万名创造性工作者进行社会保护。

数字化——未来发展的催化剂

毫无疑问，国家政策将在很大程度上帮助该行业重新站稳脚跟，但它也需要一个更长期的未来用以恢复机制。众多行业的数字化转型已经推动创意产业探索与受众互动的新方式。

人工智能越来越多地被用于艺术、音乐和时尚领域，产生了巨大的积极成果。一些创意行业潜力巨大，尚未开发，比如价值 1800 亿美元（6610 亿迪拉姆）的视频游戏行业。触摸屏、AR、VR 和二维码只是当今吸引观众的部分技术。这场大流行是整个创意产业采用这些技术的催化剂。例如，最新版的迪拜艺术展以数字艺术品、多媒体展览和沉浸式技术体验为特色。

确保稳定的未来

展望未来，创意产业的未来将取决于各国政府接受各自差异和独特文化的程度，以及赋予各自利益相关者的权力。

阿联酋领导的世界政府首脑会议（WGS）等元政府论坛为增强这种思维提供了关键空间。正如我们与WGS合作发布的报告所述，现在振兴大流行后的创意和文化产业的关键是政府与其他决策者密切合作，将“文化政策”视为整体的“人的政策”，在这方面，成功与否取决于参与和机会，而不是经济指标等传统结果。

他们需要让创意行业的利益相关者参与战略、决策制定，以及开发明确和可持续的就业机会，并利用优势为各个创意行业创造新的、颠覆性的和独特的价值主张。还需要通过新的伙伴关系和跨部门创新（例如，将经济和社会预算与文化预算相结合），采取瓜分负担的方式为该部门提供资金。最后，他们必须衡量该行业的质量影响，这既代表了其吸引力，也代表了其实力。

文化部门的恢复增长将与加密货币、旗舰基础设施或投资计划无关。相反，它将是关于倾听、反思和解决整个行业的共同问题。

编译自：

<https://www.arabianbusiness.com/opinion/digital-innovation-will-shape-resilient-creative-industries>

创意和文化产业面临的挑战，恢复战略

谭朔金 编译 张琪 校对

创意和文化部门被认为是世界上最年轻但增长最快的经济部门。根据联合国教科文组织的数据，这些行业占全球国内生产总值(GDP)的3.1%，占全部就业的6.2%。

尽管如此，这些部门是受疫情影响最严重的部门之一，仅在2020年就失去了1000多万个工作岗位。此外，创意经济被视为最脆弱的部门之一，因为它往往被公共和私人投资所忽视。在过去十年中，文化方面的公共投资一直在下降。因此，教科文组织提出了克服这些挑战所需的若干目标和战略，强调了将文化作为全球公益物的重要性。

第一个目标是支持可持续的文化治理，例如保护和促进文化表现形式的多样性，并鼓励积极参与。这可以通过与民间社会组织合作来实现。

然而，民间社会组织面临着各种挑战，例如如果它们希望参与文化决策、监

测和评估，就需要资金。共同制定政策的机会也相当有限这需要尽快解决。

下一个目标是实现文化产品和服务的平衡流动，增加艺术家和文化专业人员的流动性。在过去的三年里，全球文化产品的流动一直停滞不前。

在这些部门，发达国家和发展中国家之间的差距仍然很大。发达国家占文化服务总就业出口的95%，在这些部门的贸易中处于领先地位。

缺乏贸易援助是导致这种不平衡的原因之一。例如，发展中国家缺乏支持文化方面的微型企业和中小型企业投资，尽管这类企业对增加当地文化生产至关重要。这限制了文化和创意部门促进持续、包容和可持续经济增长的总体能力。

第三个目标侧重于努力将文化纳入可持续发展框架。实际上，如今许多国家的发展计划和可持续发展战略都认可文化对促进社会或经济发展成果的贡献，但往往并不具体。

此外，部门间协调机制往往忽视文化利益攸关方的需求和优先事项。这就阻碍了2030年可持续发展议程的全面执行。

此外，气候行动和环境可持续性仍被视为文化政策的盲点。由于缺乏认识、专门知识和能力，这些领域在气候战略和环境政策中大多被忽视。

最后一个目标是促进人权和基本自由，这被认为是促进文化多样性的必要条件。性别平等和艺术自由在这里通常被用作衡量标准。

在两性平等方面，尽管开始被确认为这些行业的优先事项，但担任领导职务的妇女人数仍然不足。例如，在文化和娱乐部门，48.1%的雇主是女性，但性别平等仍被认为是一个遥远的前景。与男性同行相比，女性获得公共资金的机会也较少，她们的工作知名度和认可度也较低，同时受到新冠肺炎疫情的影响也不成比例。

与此同时，在艺术表达方面，尽管各国修订了影响艺术表达自由的法律，但对艺术表达自由的攻击仍然普遍存在，甚至有所增加。

创意行业也往往不稳定，监管不足。艺术家的工作地位也依然模糊不清，只有少数为艺术家提供收入保障或职业过渡的计划。

编译自：

<https://www.thefineryreport.com/news/2022/2/13/unesco-report-the-challenges-faced-by-creative-and-cultural-industries-strategies-to-recover>

【国内资讯】

国内首份数字文化产业报告发布：数字文化产业处于爆发式增长前夜

2020年“数字文化产业迈入新时代——数字文化产业课题成果发布会”在国务院发展研究中心举行，国内第一份权威数字文化产业报告《中国数字文化产业发展趋势研究报告》正式发布。

报告指出，中国文化及相关产业在2004年到2017年的增速两倍于GDP增速。2017年，数字文化产业增加值约为1.03-1.19万亿元，总产值约为2.85-3.26万亿。该课题下的另一成果《国际数字创意产业前沿趋势研究报告》也同期发布。

本次发布会由国务院发展研究中心·东方文化与城市发展研究所和中国社会科学院中国文化研究中心联合主办，腾讯社会研究中心承办。

2018年初，国务院发展研究中心·东方文化与城市发展研究所、中国社会科学院中国文化研究中心、腾讯社会研究中心组建专项课题组，历时一年深入研究，对数字文化龙头企业进行重点调研，对行业概况进行系统梳理，对国际趋势进行比较观察，最终形成上述两份成果。文化和旅游部产业发展司对课题研究给予了悉心指导。

在发布会上，本次报告的相关指导部门和研究部门代表发表了致辞，在圆桌论坛环节，6位业内专家就“文旅融合趋势下，如何加速我国数字文化产业发展”主题进行了深入讨论。

卢中原 国务院发展研究中心原副主任、第十二届全国政协委员

■ 数字文化产业想要发展，最重要的是顺应三大规律

第一，遵从文化创作的个性化、非标准化、不拘常规、不可复制、不可预测的规律；第二，遵从数字文化产业特有的技术规律和产品生命周期，使高风险产品能够取得成功和回报；第三，遵从市场规律，衔接供求。希望我们的数字文化产业与传统产业携手为市场提供有效供给，让人民群众得到更多更好的精神文化产品和服务。

李培林 中国社会科学院学部委员、社会政法学部主任

■ 把握数字文化产业趋势，推动新文创大力发展

从实际发展进程来看，互联网科技给人类经济社会文化带来的深刻影响，远超出学者的预言和人们当初的想象。这两个报告是政府、学界、产业界协同合作的一个很好的成果，为我们揭示了互联网科技给文化产业带来了怎样的令人惊奇的变化，它将推动新文创的快速发展，为大众尤其是青少年提供更好的文化创意产品。

李磊 文化和旅游部产业发展司副司长

■ 新时代数字文化产业正面临着难得的发展机遇

数字文化产业发展要坚持正确政治导向和价值导向，坚持创新驱动，深化融合发展。希望报告的发布，为各行各业支持数字文化产业发展提供更多的参考和借鉴，也为广大数字文化企业的未来发展提供更多的启发和选择。

王立胜 中国社会科学院哲学研究所党委书记、副所长、中国社会科学院中国文化研究中心主任

■ 中华民族伟大复兴系于中国文化的贡献

此次发布的《国际数字创意产业前沿趋势研究》是社科院中国文化研究中心继《文化蓝皮书》系列之后推出的又一项里程碑式的成果，是我国第一次全面展示国际数字创意产业和我国数字文化产业的发展状况的成果，在我国数字创意和数字文化领域不啻一次具有创新性意义的文化事件，是跨部门跨学科、产学研协同创新的一次成功的实践。

我们深刻认识到，中华民族伟大复兴不仅系于经济军事硬实力的快速增长，同时更重要的，是看我们能否向当今世界贡献出直指人心的中国文化，贡献出具有典范意义的新的中国文明。

程武 腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官

■ 拥抱5G，以新文创迎接数字文化产业新时代

报告发布恰逢中国发放5G牌照，这意味着一个新的时代即将来临。5G将引发一场生活方式的革命，整个数字文化产业也将发生颠覆式的变革。2020年数字创意产业规模预计将达到8万亿元。

巨变到来之前，我们有必要认真思考科技与文化的关系，科技的进步如何为我们创造更美好的生活？腾讯给出的答案是新文创。这一战略的核心，是推动产

品商业价值与文化价值的良性循环，打造更多拥有全球影响力的中国文化符号。

杨晓东 国务院发展研究中心·东方文化与城市发展研究所所长

■ 数字文化产业迎来三个黎明

目前，我国数字文化产业正处于新一轮爆发性增长的前夜，呈现三大特点：

一是处于由新技术而产生的新一轮爆发性增长的前夜。以5G为基础，人工智能、大数据、云计算以及区块链技术都可能影响数字文化产业发展；二是消费互联网向产业互联网转进。随着产业互联网和消费互联网的融通，文化产业尤其是数字文化产业作为生产性服务业的带动能力作用将得到充分发挥；三是从国内市场竞争迈向全球市场竞争。

张晓明 中国社会科学院中国文化研究中心副主任

■ 我们正在进入一个数字化颠覆的时代

全球范围内数字技术与网络技术正在融合形成以网络为依托，以数据为关键资产，以高度智能化为发展方向，带动经济社会文化整体发展的新兴数字创意产业。各国政府纷纷出台战略，开启数字化转型之路。数字技术影响的未来具有高度的不确定性，在充分占有信息的基础上做出科学预测，管理和“驯服”未来的不确定性已经成为政府和企业的首要任务。

新兴技术正形成数字创意新的基础架构。一方面，新技术将从消费向生产渗透，带来全要素效率升级，提升消费体验和资源利用效率；另一方面，新一代信息技术与文化创意领域的结合，催生了O2O、分享经济等新模式新业态持续涌现。

在报告发布环节结束后，现场6位嘉宾展开了圆桌对话。

文化旅游产业是数字化转型最早、程度最深的垂直领域之一。文化和旅游部成立以后，政策层面和市场层面对文化旅游的数字化融合都有了更高的要求 and 期待。同时，伴随以5G为代表的新一代移动通信技术的兴起，文旅融合真正成为数字文化产业向产业互联网延伸的重要起点。

在文旅融合趋势之外，数字文化产业与产业互联网还有广阔的融合前景。与会专家就跨界融合带来的新场景、新业态以及新挑战展开了深入广泛的讨论——

许宪春 清华大学经济管理学院教授，清华大学中国经济社会数据研究中心主任

■ 探讨新经济统计问题，反映新经济发展变化

数字技术正在与国民经济各个行业相融合，催生出一系列新产业、新业态和新的商业模式。包括数字文化产业在内的新经济的快速发展，在稳定经济增长、推动经济结构转型升级，改变人们的生活方式，提高人们的生活品质等方面发挥了非常重要的作用。

同时，新经济的迅速发展也给政府统计带来严峻挑战。我们正在探讨新经济统计问题，目的在于为政府统计制度方法改革和发展提供建议，使政府统计能够客观、全面、准确地反映新经济的发展变化情况。

金元浦 中国人民大学教授，文化创意产业研究所所长

■ 文化与科技如车之两轮

科技是第一生产力，生产力在所有的社会架构中应该是最基础的。从长远角度来看，科技进步带来的一切也是人类文明和文化的成果。文化是人类精神和传统的寄所，是人类文明的根基所在。文化与科技如车之两轮，双轮驱动；如鸟之双翼，两翼齐飞。

我们也要看到，文化和科技之间需要通过创意，尤其是内容的创意来找到二者的平衡点。比方说故宫的数字文化创意，就是传统文化和科技进步的完美融合，给了我们一个很好的案例。这就是关注供给侧的创意为王、内容为王。

高宏存 中共中央党校（国家行政学院）创新工程首席专家、教授

■ 数字创意产业发展需要政府部门和业界共同努力

对数字创意产业来讲，目前国家政策在行业定位、政策取向上是整体支持的，将其定位为国家战略性新兴产业，是国家经济服务业转型的重要类型。要形成一种新的产业管理模式，还需要未来一段时间大家共同努力——既需要政府部门，也需要业界，尤其是腾讯这样的龙头企业发挥更大的作用。

黄斌 北京大学新结构经济学研究院国内智库主任，报告执行负责人

■ 数字文化产业将从消费性服务业迈进生产性服务业

第一个增量是在海外市场，通过“一带一路”向外辐射；第二，成为其他产业数字化成长的助手。目前已经有不少通过用户数据帮助相关领域企业做出更好产品的探索，接下来万物互联以后，生产环节的数据可以反馈给前端的创意设计领域，从而帮助企业设计和生产出更好的产品，这将是文化产业未来最大的增量市场之一，即数字文化产业从消费性服务业迈进生产性服务业。

报告要点

产业规模

在企业财务会计报告和相关机构研究的基础上,通过间接估算和直接估算相结合的方式,最终估算出我国数字文化产业的规模——2017年,数字文化产业增加值约为1.03-1.19万亿元,总产值约为2.85-3.26万亿元。

中国数字文化产业四大发展趋势

- 数字文化产业正在向包括产业互联网在内的更多经济领域拓展;
- 大数据和人工智能等技术在数字文化产业发展中的作用越来越重要,新技术将推动产业变革;
- 内容原创能力是当前市场竞争的核心,应该进一步提高我国数字文化的原创能力;
- 数字文化出海已经变成了领军企业的主动需求,并呈现出从资本出海向产品出海、技术出海和规则出海转变。

这些技术将助力数字文化产业发展

- 以5G为代表的下一代通信技术;
- 大数据的存储、计算与人工智能技术;
- 区块链相关技术。

产业互联网与消费互联网深度融合

- 产业互联网日益成熟,将成为第四次工业革命的基础设施和数字化转型的关键支撑力量。
- 产业互联网、消费互联网可能会融合成为一个跨界的融合性互联网,“软件+硬件+应用+服务”生态体系会成为企业、平台竞争的最高形态,文化产业在这一生态中将扮演十分重要的角色。

5G可能带来的落地场景

- 增强移动宽带将真正的推动VR/AR/MR技术的商用。电子游戏、影视视频、会展、旅游、新闻出版、家居设计等产业将受到影响;
- 低延时高可靠推动了无人驾驶技术的发展,随着车联网等技术的出现,未来或将出现基于汽车这一移动平台进行内容定制的公司;
- 推动万物互联而带来的大规模物联网业务,包括产业互联网、智慧城市

等，将激发文化产业作为生产性服务业所能发挥的重要作用。

我国数字文化产业新业态

- 新文创成为行业新引领；
- 技术在数字文化产业发展中的作用越来越重要；
- 海外市场拓展已经从企业的被动选择变为发展战略；
- 文化旅游成为数字文化产业向产业互联网延伸的重要起点。

国际数字创意产业七大特点

- 博物馆应对数字化转型挑战；

制定数字战略、采用人工智能、数据分析等先进技术、培训博物馆数字技能、促进区域博物馆数据共享。

- 音乐-科技孕育音乐产业新形态；

非科技企业(环球、索尼等)加大对音乐科技的投资，建立多个针对音乐科技企业的孵化；并聚焦于人工智能等新技术与音乐产业的结合，孕育新一代产业生态。

- 游戏成为推动新技术应用的领先者；

游戏产业基于旺盛的市场需求，更是带动了人工智能、虚拟现实、增强现实、语音和手势识别等技术的各类创新应用。电子竞技和 VR 游戏也成为新的增长点，成为全球游戏和科技企业的投资重点。

- 设计-人工智能与创意相互赋能；

在全球人工智能发展的浪潮下，计算机视觉、机器学习和深度学习、数据和算法正颠覆性改变设计的工具。

- 教育科技-科技重新定义学习生态；

研究机构预计全球教育市场规模超过 5 万亿美元，是软件市场规模的 8 倍，媒体和娱乐行业的 3 倍，而数字化只占其中 2%，未来将有巨大增长空间。

- 旅游科技-大数据打造无缝出行体验；

2015-2017 年，全球文化旅游需求不断增长，旅游人数稳步扩大；同时，在线旅游预订市场持续扩大，旅游科技投资稳步上升。

- 体育科技带动新消费市场。

随着体育产业结构升级，科技在体育产业领域的应用价值愈加凸显。体育科

技让体育赛事更加丰富，专业，多元，立体。

全球数字创意产业五大趋势

- 新兴技术形成数字创意新的基础架构；
- 数字创意产业与信息技术产业同步向智能化发展；
- 以人为本的“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；
- 创意型人力资本是数字创意产业最核心竞争力。

原文链接：<https://cloud.tencent.com/developer/article/1646829>

两会国是厅|全国人大代表吕建中：关于金融促进文化产业高质量发展发展的建议

一、案由

文化产业具有特殊性，既创造经济效益，也产生社会效益。同时，文化产业具有明显的意识形态属性，发挥着传播思想文化、培育价值观念、塑造时代精神的功能。发展文化产业是满足人民多样化、高品位文化需求的重要基础，也是激发文化创造活力、推进文化强国建设的必然要求，是增强人民群众获得感和幸福感、促进精神生活共同富裕的重要途径。

习近平总书记指出，谋划“十四五”时期发展，要高度重视发展文化产业。但目前来看，推动文化产业高质量发展依然受到金融支持力度不够的制约和掣肘。当前，文化企业融资困难主要表现在：一是银行机构对文化企业发放的基本都是抵押贷款和担保贷款，而信用贷款的门槛高、申请难、规模小；二是文化企业大多具有固定资产少、以无形资产为主的资产结构轻型化特点，而动产在价值确定、形态保存、处置变现等方面存在天然的不足，因此银行对文化企业发放的贷款几乎很少使用动产抵押；三是银行在对民营企业特别是中小微文化企业发放贷款时存在“重国有轻民营”“重大轻小”现象，使一些潜力大、后劲足的民营企业，特别是规模小、可抵押品少的民营文化企业贷款较为困难。统计显示，截至2021年10月末，银行业金融机构文化体育、娱乐业贷款余额3854亿元；而2021年末，全国人民币贷款余额192.69万亿元。2021年我国文化产业增加值占GDP比重达4.43%，相比较而言，文化产业贷款在全国贷款余额中的占比(约2%)

显然是偏低的。

新冠肺炎疫情暴发以来,经营主要依靠现场客流的文化企业受到的冲击更为严重,需要的金融支持更为迫切。统计数据显示,2021年我国国内旅游总人次32.46亿,仅恢复到2019年的54.0%。国内旅游收入(旅游总消费)2.92万亿元,恢复到2019年的51.0%。疫情影响下,文化企业经营相对困难,部分中小微文化企业面临较大的生存压力,经营业绩呈现断崖式下跌,同期下滑少则30%,多则达50%以上,停业、破产的也不在少数(仅疫情暴发初期的2020年一季度,全国就有11268家旅游类企业注销、吊销经营,据了解2021年的情况也不容乐观)。

因此,为确保“十四五”时期文化产业高质量发展,推动文化产业成为国民经济的支柱产业,亟需在金融方面给予更加精准、有效的支持。

二、案据

2010年,中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部等九部委发布了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》。

2014年,文化部、中国人民银行、财政部三部委联合发布《关于深入推进文化金融合作的意见》,从认识推进文化金融合作重要意义、创新文化金融体制机制、创新文化金融产品及服务、加强组织实施与配套保障四个方面提出了深入推进文化金融合作的要求。

2018年,国务院办公厅印发《进一步支持文化企业发展的规定》,提出“创新文化产业投融资体制,推动文化资源与金融资本有效对接。”

2019年8月,中国银保监会、国家知识产权局、国家版权局联合发布《关于进一步加强知识产权质押融资工作的通知》,提出“鼓励商业银行对企业的专利权、商标专用权、著作权等相关无形资产进行打包组合融资,提升企业复合型价值,扩大融资额度。”

2021年5月,文化和旅游部、国家开发银行发布《关于进一步加大开发性金融支持文化产业和旅游产业高质量发展的意见》,从主要任务、政策措施和组织保障等方面对开发性金融支持文化和旅游产业进行了明确。

综上所述可以看出,国家相关部门和金融机构对文化产业给予高度重视,出台了一系列政策,为文化产业高质量发展奠定了基础。但实际执行过程中,还存在一

些急需解决问题,需要金融机构、监管部门在实施细则和具体举措方面建立起相应的机制体制。

三、建议

(一) 建议中宣部、人民银行、银保监会建立对文化企业和项目的评价、分类体系,制定有针对性、可操作性的信用评估和贷款审批条例、制度。对于风险较低的文化产业项目,应建立审批的“绿色通道”,提高审批时效;对那些风险较高或处在起始阶段的企业,在信贷投放时要考虑其实际情况,通过调节利率水平来引导信贷结构更加合理;对于重点扶持项目和特色项目,在同类企业标准的基础上适当放宽相应条件;对于具有良好经济和社会效益,市场前景好,关联带动作用突出,技术含量和附加值高的企业和项目,给予优惠利率。

(二) 鼓励金融机构开发出更多与文化产业特点相匹配的产品。鼓励商业银行针对文化企业的专利权、商标专用权、著作权等无形资产开发混合质押贷等新的金融产品;对有稳定现金流的文化企业,可利用其应收账款设置抵押,解决其有形资产不足的问题;对于资金需求量大、贷款项目多的文化企业,可设计银团贷款、组合贷款产品,分散信贷压力;对于有租赁需求的文化企业,可以对其发放融资租赁贷款,联通企业的信贷业务和生产经营。

(三) 支持社会力量参与文化企业信用体系建设,发展第三方征信服务。引导社会力量提供信用调查、信用评级、大数据信用分析等相关服务,提高信息采集、分析、运用、更新的质量和效率,为文化金融提供更直观、更具有参考性的信息服务,解决信息不对称的问题。特别是发挥好文化产业行业商协会的作用,商会与银行携手,共同做好行业研究、优质企业和项目的遴选等工作,搭建文化产业投融资服务平台,确保贷款发放更加科学、精准、有效。

(四) 建立更加完善的 ESG 标准评价体系和披露制度,将 ESG 指标纳入金融机构投资指标。针对不同行业建立更加细化的 ESG 标准评价体系,提升信息披露的可得性、可用性和可靠性。文化企业在公共利益方面作出了巨大贡献,应引导金融机构在支持企业时,不仅关注企业财务、业绩方面的表现,更要关注企业社会责任的履行以及在环境保护、社会道德以及公共利益等方面的表现。根据 ESG 评价进行金融支持和信贷投放时,考虑到文化企业的良好社会效益和特殊公益性,应予以重点支持、优先支持。

(五) 重点加强对受疫情影响严重的文旅企业的金融支持。当前疫情防控形势依然严峻复杂,加之经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力,人民银行、银保监会应出台相应政策,重点支持文旅企业发展。一是要求银行等金融机构避免对受疫情影响严重的餐饮、零售、文旅等特殊困难行业企业抽贷、断贷、压贷,并合理予以延期、续贷;二是针对文旅企业“借新还旧”行为,不能简单以此为依据给企业信用降级。特别是应考虑文旅企业对推动经济社会发展的独特作用,出台更加优惠和具体的信贷支持政策,发挥好金融对文化产业的支撑作用。

(六) 协调银行等金融机构加大金融支持数字文化产业发展力度。支持5G、大数据、云计算、人工智能、区块链等新技术的研究和在文化领域的产业化应用。重点鼓励和扶持一批纳入国家重点支持名录的文化与科技融合发展示范项目和新型文化企业,发挥其先行先试、引领带动作用。

(七) 支持文化企业上市融资。通过文化产业发展专项资金、企业上市专项扶持资金、技术创新资金等多方面给予文化企业大力支持,完善文化产业补贴机制;鼓励和支持符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资;建议像科创板支持科技企业上市的相关政策一样对文化企业予以支持。

(八) 充分发挥文化产业基金作用。建议财政部加大对中国文化产业投资母基金的投入力度;由财政部出台政策,要求各省市将每年地方财政收入的一定比例投入到当地的文化产业基金中;此外,人民银行、银保监会应协调相关金融机构加大对各地文化产业基金的投入、支持力度。通过中央和地方各类文化产业基金协同发力,加大对文化企业和文化项目的金融支持,助推文化产业转型升级和高质量发展。

链接地址: <http://www.rmlt.com.cn/2022/0310/641863.shtml>

文化产业赋能乡村振兴的北大乡创探索

乡土文明是人类文明的历史起点,是现代文明的重要组成部分,乡村文化建设是中华民族探索中国式现代化新道路、创造人类文明新形态的重要议题。2022年1月,中共中央国务院在《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》中强调“启动实施文化产业赋能乡村振兴计划”;2022年4月,文化和旅

游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局和国家开发银行联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，要求“强化以城带乡、城乡互促，以文化产业赋能乡村人文资源和自然资源保护利用，促进一二三产业融合发展”。党中央和国务院提出的“启动实施文化产业赋能乡村振兴计划”，是对中国现代化文化建设规律的新认识，成为突破乡村诸多困境的崭新模式，在中国乡村振兴进程中具有划时代的历史意义，而且对全球深度贫困村庄探索文化减贫之路具有重要的参考价值。

北京大学文化产业研究院成立于1999年10月，2002年7月被原文化部授予国家文化产业创新与发展研究基地，2019年12月被文化和旅游部授予国家文化和旅游研究基地。研究院积极开展文化传承与创新发展的理论研究、智库咨询、人才培养和社会服务，推动产、学、研、用、智的一体化发展。研究院积极响应新时代高等教育“扎根中国大地开展教育科学研究”的号召，进一步聚焦国家乡村振兴重大战略需要，发挥文化创意融合发展的赋能机制，持续开展文化产业赋能乡村振兴的理论创新探索和社会实践，逐渐形成以“文化连接、创意赋能、价值共生”为核心理念的文化产业赋能乡村振兴的北大乡创模式，得到学界和业界的广泛关注和高度肯定，为新时代高质量全面推进乡村振兴提供了有益借鉴。

一、文化产业赋能乡村振兴的人才培养模式创新

乡村振兴需要多元化的人才支持，新时代中国广袤的乡村大地呼唤着大批充满专业实力、创意力、行动力的文化产业人才为乡村带来全新的观念和创新发展模式，以增益乡村发展的新动能。北京大学文化产业研究院紧密跟随北京大学“创建世界一流、服务国家战略”的发展目标，不断更新人才培育理念、创新人才培养模式，推动文化产业领域高素质人才培养，为文化产业与乡村振兴的有效融合和价值持续创新提供源源不断的人才保障。

研究院积极响应中央弘扬中华美学精神的号召，在北京大学艺术学院文化产业管理本科专业必修课“文化产业导论”和“创意管理学”、艺术硕士研究生必修课“创意与管理”“文化产业项目策划与运营”等课程教学中，结合乡村特色文化产业发展、乡村场景创意营造和乡村社会文化治理等案例，充分展示中国乡土文化的精神魅力和审美内涵，培养学生的乡土情感，让学生践行文化自觉、增

强文化自信,有效培养学生积极投入中国优秀传统文化传承与创新事业,增强学生推动乡村文化振兴发展的责任感和行动力。学生以专业知识为乡村文化传承和产业发展提供解决思路和创意策划,在课程中对乡土文化资源进行项目概念创意与运营方案设计,举行创意项目路演和乡创市集展览。课程成果获得学校高度肯定,被推荐至北京市及全国创新创业比赛、中国文化遗产基金会主办的“大运河文化带文化遗产创新创意设计大赛”,北京“三山五园”文化品牌在法国巴黎、美国纽约的数字展览和海外传播等赛事及活动,获得优异成绩和极高的评价。其中,“基于创意管理理论的文化产业赋能乡村振兴拔尖人才培养模式”获得2021年北京大学教学成果一等奖。

除了在课程中注重乡土美育和艺术教育的内容设置,研究院也积极探索数字、人文、设计和商业等不同领域融会贯通的跨学科教学模式,将课程学习与实践前沿相结合,建立了启发式授课教学、研究式研讨教学、实验式工作坊教学和实践式工作室的四位一体教学模式,融合原著研读、专题讲授、案例分析与乡土考现等不同的教学方法,让学生可以在课程学习中与本地村民、农村一线的乡村基层工作人员、最前沿的“三农”领域专家学者对谈交流,有效地训练了学生的专业技能、创意思维、批判意识和实践能力。

为激发学生运用理论知识解决乡村发展具体问题的兴趣和能力,研究院积极落实北京大学艺术学院“道技并重”的人才培养理念,引导学生在广阔的乡村振兴实践活动中开拓创新,以新的观念、新的思想、新的视野提升自己的艺术学养,汲取地方历史文化和优秀传统资源,磨练自己的创作技能,发挥自己的艺术创造力。自2019年5月起,研究院与澳门理工大学艺术及设计学院联合举办的艺术乡创训练营,连续三年入选教育部“港澳与内地大中小学师生交流计划”;2021年4月,研究院组织的“文化创意振兴乡村京港澳高校乡创研学计划”入选文化和旅游部“内地与港澳文旅交流重点项目”。这些乡创实践的持续开展为北大学子及其他参与活动的高校学子提供了广阔天地,让学生们有意识地将论文写在祖国的大地上,将“小我”融入到社会洪流的“大我”中,树立“扎根人民、深入生活”的艺术观和创作观。

二、文化产业赋能乡村振兴的乡创理论体系创新

文化产业赋能乡村振兴需要始终坚持顶层设计与基层创新相结合的方法论,

用正确的理念指导实践,并且需要根据实践变化不断优化和更新观念。北京大学文化产业研究院作为国家文化智库,先后承担国家发展和改革委员会、文化和旅游部、科技部、教育部、国家文物局等相关部委委托的课题研究近五十项,内容涉及电影、出版、动漫演艺、游戏、数字内容等诸多文化行业,包括文化遗产、文化金融、文化贸易、文化政策、文化园区、人才培养等重点领域,先后出版“文化产业蓝皮书”《中国文化产业年度发展报告》《中国对外文化贸易年度报告》、“‘一带一路’文化产业蓝皮书”《“一带一路”文化产业合作发展报告》等智库报告,为积极推动文化产业赋能乡村振兴的理论探索提供了宏阔的知识框架和顶层的政策视角。

依托将二十余年的地方文化产业发展规划和项目咨询的实践经验,研究院在乡村文化振兴领域不断深耕,先后出版了《白马:城乡连接与乡村营造》、《乡村振兴与地方创生》等乡创书刊,提出“文化连接”、“创意赋能”、“价值共生”的乡创理念,总结出“以农为本”“以土为本”“以人文本”的乡创原则,构建出“文化营造”“空间营造”“产品营造”和“关系营造”的实践路径,充分挖掘融入乡村自身的乡土文化基因,推动村落美学建设和乡土美育的开展,关注乡村场景与人的链接,关注居民、游客在空间的心理联系和感性参与,并通过人文、艺术、科技、产业等方式,组织具有仪式感、参与感和场景化的乡创活动,推动“人、文、地、景、产”乡土资源的总体营造和地方创生。

研究院积极将乡创理论应用于四川达州、江西抚州等地的乡创实践,积极培养乡创营造师,组织乡创营造师参与“一村一师”项目实践,推动乡土文化资源、乡土自然资源和乡土人力资源的时代转化,发挥乡创营造师作为文化陪伴者、创意赋能者、价值共生者的乡创角色,积极融入乡村大地,与土地上生活的人们休戚与共、命运相惜,复兴传统节日,引领村民实现乡土文化生活的重建和乡村美育的提升。研究院组织学生在全国20余所乡土博物馆开展乡创实地调研,系列调研成果发表在《中国文化报》。研究院组织北京大学学生实践团赴全国各地开展乡创实践调研,连续四年获得北京大学“假期社会实践团优秀实践团”荣誉称号,2019年实践团获得北京大学全校第一,被推荐参评“挑战杯”北京特别竞赛单元奖。

三、文化产业赋能乡村振兴的乡创社会实践创新

北京大学文化产业研究院充分发挥北京大学人才优势和学科优势,积极响应国家乡村振兴战略,组织北京大学的学生和访问学者,立足四川省达州市宣汉县白马镇毕城村、江西省抚州金溪游垫古村、甘肃省敦煌市月牙泉村、甘肃省敦煌市阳关镇龙勒村等多地务实开展社会服务,推进乡村文化振兴的在地发展。研究院编制乡创行动指南,组织乡创团队运用故事驱动、IP授权、创新协同和价值共生等创意营造的综合手段,通过搭建智库平台、培养乡创人才、打造乡创论坛和建立乡创金融体系等具体路径,积极培育乡村特色文化产业,打造乡村文化经济新业态,着重通过乡村文化营造-涵育乡村文化原创力、乡村创意营造-赋能乡村文化生产力、乡村生态营造-激活乡村文化创新力、乡村价值营造-共生乡村文化软实力等四种模式开展相关乡创实践,让乡创事业实现本土化参与和可持续运营,使“乡村空间”成为“乡土地方”,发挥公益+商业的融合机制,积极探索乡创社会动员机制。

研究院积极推动社会力量的参与,引导社会资金在四川宣汉建设白马花田间国际乡村创客营地,并成为北京大学文化产业博士后宣汉创新实践基地、北京大学思想政治实践课教育基地(达州)的工作总站。自2019年5月以来,来自北京大学、复旦大学、中央美术学院、澳门理工大学、美国波士顿大学等国内外高校三百余名志愿者先后在宣汉县开展艺术乡建和乡村支教公益活动。志愿者们通过主题墙绘、景观营造、文创IP开发、花田课堂等方式,积极挖掘地方特色文化资源,研发系列文创产品,创办花田喜市文创市集,举办大巴山花田艺穗节,将白马镇毕城村打造成为“巴适慢活地”和“花田文创村”,积极推动秦巴贫困地区的脱贫攻坚和乡村振兴。

随着项目试点乡村营造计划实施的常态化和制度化,研究院乡创实践团队积极探索文化产业赋能乡村振兴的白马乡创模式,提炼出以大巴山花田艺穗节为主体的节庆赋能、以花田艺绘计划为典型的美术赋能、以花田课堂STEAM夏校为核心的美育赋能、以白马乡土考现工作坊为代表的研学赋能、以白马故事影像计划为突出的影像赋能、以花田村民益行积分系统开发为重点的科技赋能和花田三日、花田农夫为探索的文旅赋能,有效推动了乡村文化资源的产业创新和乡村特色产业的文化赋能。

因在乡村开展空间营造、建筑活化、艺术介入与乡土美育等乡创实践的社会

影响,研究院乡创实践团队在四川宣汉开展的白马花田乡创实践成果受邀参加联合国教科文组织国际创意与可持续发展中心2021年度专题展,并于2021年9月参加在四川彭州举行的“乡村建设:建筑、艺术与地方营造实验”主题展,成为全国多样化乡建探索的参考范例。北大乡创实践注重乡土美学、传统文化的创意活化与文创激活,开发独立IP“花田小白”“符号巴国”“花神手信”等系列乡创产品,在“天府文创”“蓝马杯”等各类创意设计大赛中获得佳绩。北大乡创团队于2021年9月受邀参加在深圳举行的第十七届中国(深圳)国际文化产业博览交易会、2021年10月受邀参加在成都举行的西部博览城国际动漫互娱博览会。北大乡创团体开发的融交互体验和国风文化于一体的系列乡创产品,成为展览亮点,得到市场的检验与受众的肯定。

北大乡创实践得到文化和旅游部、国家乡村振兴局等国家部委的高度肯定和社会各界的广泛关注,文化产业赋能乡村振兴的“白马乡创模式”得到越来越多的地方认可和实践借鉴。2021年11月第四届上海进口博览会期间,北大乡创团队受邀参加文化和旅游部主办的“文化产业赋能乡村振兴的全球实践”国际论坛,向来自全世界的与会嘉宾分享文化产业赋能乡村振兴的价值逻辑与行动路径,产生了积极的社会影响。

北京大学文化产业研究院积极守护乡村文化遗产,开发乡村传统文化资源,发展乡村特色文化产业,培育乡村文化新经济,建设乡村文化社会。研究院持续探索文化产业赋能乡村振兴的理论创新和实践创新,为构建文化产业赋能乡村振兴的理论知识、政策体系、社会动员机制和人才培养模式而不懈努力,不断优化总结可借鉴、可复制、可推广的文化产业赋能乡村振兴的创新模式,围绕北京大学“双一流建设”的中心工作,更好地践行文化产业赋能乡村振兴的理论创新、人才培养和社会服务的北大使命,为推动我国乡村全面振兴、建设社会主义文化强国和中国特色社会主义现代化国家作出北大贡献。

链接地址:

<http://www.xinhuanet.com/culture/20220418/3f4d60f43d3f4069b353bb61532ead32/c.html>

博物馆数字文化服务实现新跨越

受新冠肺炎疫情影响,博物馆数字文化服务如何发展?优秀传统文化如何与数字科技进行深度融合?博物馆的数字文化服务如何聚合提升?日前,由故宫博物院和腾讯公司联合主办的第二届“文化+科技”国际论坛在广东深圳举行。本次论坛的主题为“冲击与启示——数字文化服务的新跨越”,来自国内外多家知名文博机构、高校及科技企业的专家学者共议数字时代博物馆的未来之路。

数字技术改变博物馆面貌

疫情发生以来,面对文博场馆关闭、观众不能到现场参观的状况,数字技术正在改变文博场馆的服务模式和观众的参观方式。

“国际博物馆协会先后开展的3次调查表明,受疫情影响,许多博物馆改变原有服务方式,将提升数字化服务水平作为重要选择,呈现出一种阶段性特征,即从匆忙应对到实现数量、规模增长,再到考虑可持续性和成熟度。”国际博物馆协会副主席安来顺表示。

“在疫情防控进入常态化阶段的当下,数字技术正在大踏步地进入博物馆领域,与博物馆更加深度地融合,将继续改变博物馆的面貌。”安来顺说,过去两年中,全球博物馆开展的线上活动数量持续攀升。国际博物馆协会在2020年春季和2021年春季开展的调查显示,在被调查的博物馆中,增加线上藏品的从18.1%增长到32%,增加线上展览的从16.4%增长到22%,增加活动直播的从19.1%增长到28.1%,增加社交媒体使用的从47.5%增长到53.4%。一年来,将数字化作为一项重要战略加以审视、优化的博物馆所占比例从76.6%增长到了83.4%,另有将近40%的博物馆尝试将数字化手段作为新的创收渠道。

为应对疫情考验,我国不少文博机构走上了数字化之路。12月21日,故宫博物院发布了“数字故宫”小程序2.0版本,可以让观众更加便捷地购票,还可以查看客流提醒,避开拥堵。同时,进一步优化了路线导览,设计了按颜色、按生肖、按纹样等观看方式。“数字故宫”是故宫博物院与腾讯集团合作开发的小程序。据腾讯集团副总裁程武介绍,该小程序集合了故宫新文创和新科技成果,既是一座移动展览馆,可以让观众“云”端漫步,零距离观赏近7万件文物;又是一座文化体验馆,按纹样或颜色串联起不同朝代、不同品类的文物,让观众来一场主题畅游。

“腾讯还与敦煌研究院合作开发了‘云游敦煌’小程序，让观众在‘云’端畅游千年，用指尖触摸敦煌。只要打开微信小程序，观众就能跨时空造访数千幅壁画和数百个洞窟，还可以每天获得个性化推送的壁画、故事、箴言。如今，很多用户习惯了每天打卡，在微信朋友圈分享。该小程序上线不到两年，访问已经超过5000万人次。”程武说。

广东省博物馆在2010年新馆开馆时，就注重智慧博物馆的建设。面对突如其来的疫情，广东省博物馆反应迅速，将数字技术应用到门票预约、远程办公、线上展览、线上讲座等方面。广东省博物馆副馆长陈邵峰介绍，广东省博物馆推出了“粤博导游吧”小程序，在3D空间里看展，找洗手间、无人售卖机，购买文创产品，都可以通过小程序实现，减少了观众的聚集和接触。“博物馆必须借助数字科技的力量，这是发展的必由之路。广东省博物馆将一直应用先进科技，让文化内涵延伸到年青一代。”陈邵峰说。

科技推动文博机构升级变革

2016年起，腾讯根据故宫古画谱写数字音乐，有1亿人次听众透过音乐聆听《千里江山图》的意境；将传统美学融入游戏场景，让年轻人从中体验故宫的建筑之美、服饰之美、色彩之美；将文化遗迹景观用直播呈现，让故宫金秋成为驻留8亿人朋友圈的醉人美景。腾讯还与敦煌专家从藻井、壁画中提取精美元素，在300万用户手中自由组合，设计出独特的“敦煌丝巾”。2019年，腾讯提出“深度数字化”发展的目标，开展文博“新基建”，用新科技保住文物的“形”，留住文物的“魂”。以故宫—腾讯联合创新实验室为支撑，通过“数字化+云化+AI化”，用科技手段完整记录文物的实物风采，对故宫10万件藏品进行数字化采集，打造文物影像档案的“云”端解决方案，让数字文物更安全和长久地保存；同时，运用“腾讯云”智能音视频处理方案，协助专家修复古文献资料；还与敦煌研究院合作开发AI工具，助力千年壁画的保护与修复。

“人工智能、云计算和5G通信技术的兴起，给博物馆的知识生产和文化传播的升级与变革提供了无限可能，也给博物馆社会价值的提升与社会影响力的拓展带来了新的动力。博物馆应该在特色和优势上做文章，要努力使科技以更加合适的方式，既要突出个性和技术应用的针对性、适用性，又要以人为本，满足观众的需求。”中国博物馆协会理事长刘曙光表示。

即将开馆的香港故宫文化博物馆，将利用新科技创新文物展示方式，打造优秀传统文化教育基地。香港故宫文化博物馆馆长吴志华表示，届时会向故宫博物院借出 900 多件文物到香港展出，推出 9 个开幕展览。这些展览将充分利用新科技与多媒体，制作 40 个多媒体视频与音频节目，用科技更灵活地揭示珍贵文物的内涵，让文物资源传播更广。

“疫情发生以来，澳门各博物馆在线下举办展览的同时也会举办相应的‘云’展览，利用 AR/VR 技术，让观众在线上参观博物馆。”澳门特区政府文化局副局长梁惠敏说，澳门正在建设澳门历史城区数字博物馆，通过信息化重塑，打造 1.2 平方公里的露天博物馆。目前已经进行了一些尝试，在澳门历史城区里推出 VR 线上参观服务，用粤语、普通话、葡萄牙语、英语提供景区互动、展品互动线上体验，游客透过屏幕就可以观看建筑的细节。

链接地址：<https://chycci.gov.cn/news.aspx?id=63946>

国工分子公司交流跨文化管理经验

近日，国工沙特分公司人力资源部、培训中心和厄瓜多尔子公司人力资源部通过远程视频会议就属地员工和国际员工管理经验进行了交流学习。

双方分别介绍了所在分子公司用工结构、部门人员配置、岗位分工等情况，以及与所属地区公司人力资源业务的分工。分享了在属地宏观政策、统一管理、雇员管理、薪酬福利管理、绩效考核、招聘配置、培训发展等方面好的做法，讨论了属地化率、签证管理、劳务纠纷、激励和晋升、招聘培训等具体问题，交流了在工作中积累的经验。

沙特分公司为积极履行社会责任，自 2012 年以来，先后与沙特石油服务学院（SPSP）和沙特阿拉伯钻井学院（SADA）合作培养沙特学生 270 余名，为当地培养不同层次的实用性人才。随着近些年委培生留用率逐年的上升，高质量人才队伍的加入，分公司属地化管理队伍的整体素质得到了明显的提升。沙特分公司在外籍用工和员工薪酬支付等方面严格按照沙特劳工法执行，并制定了井筒工程项目外籍员工职级晋升管理实施细则和属地雇员薪酬标准体系，为外籍员工提供了良好的职业晋升通道。

为促进跨文化的沟通和融合，沙特分公司及所属项目近些年选拔了优秀的属

地员工共计30余人去中国学习和培训。另外，还通过定期给属地员工和国际员工举办集体生日庆祝会，同属地员工和国际员工一起参加植树节、文体娱乐等活动，加强属地员工和国际员工对企业的归属感，促进跨文化交融。

厄瓜多尔子公司坚持“人才国际化、用工当地化”原则，严格遵照厄瓜多尔劳动法律法规，注重培养和使用当地管理和技术人才，加强对当地员工技能培训，学习借鉴国际大公司的管理理念和运作方式，打造国际化经营管理团队。当地化用工比例保持在80%以上，雇佣有10余名残疾人用工就业，带动了当地人员就业，履行了社会责任，创造了良好的社会效益。

厄瓜多尔子公司注重加强中外员工的跨文化交流，促进和谐团队建设，开展健步跑、中厄美食文化节、足球篮球赛、公司家庭日等活动。公司积极促进中外文化融合和当地员工发展，尊重当地宗教信仰、风俗文化和生活习惯，共同学习和感受各自节日文化，坚持以人为本、包容文化差异，增进对彼此文化的了解和认同。

沙特分公司和厄瓜多尔子公司虽处在不同地区的不同国家，属地员工和国际员工的管理同所在国政府的宏观政策、经济发展水平、属地员工受教育水平、劳务市场的成熟度、业主要求、社区要求等都有着很大的关系，但在属地雇员管理方面也有很多共同点：如薪酬福利要和市场接轨；提拔忠诚度高、业务能力强、沟通能力强的属地员工和国际员工来管理属地雇员；对属地雇员管理的要符合属地要求、顺应属地文化习俗，让员工感受到关爱，提升属地雇员的企业归属感。

作为公司海外业务规模较大、设置时间较早的境外机构，双方在属地员工和国际员工管理方面都积累了较为丰富的经验，此次交流学习开拓了大家的思路和眼界，对今后各项工作的开展也会带来很多启发。

链接地址：

http://www.sinopecnews.com.cn/xnews/content/2022-04/15/content_7028403.html

【“微”资讯】

微信公众平台文章内容丰富、阅读方便。“微”资讯板块致力于推送与学科动态报道主题相关且较为权威的微信推文,各位读者可以根据自身的需要订阅微信公众号,丰富研究视野与信息空间。对于一些重点关注的公众号,可以在打开公众号文章之后,在右上角点击“...”按钮,选择“在微信读书中阅读”,微信读书支持对文章的段落、句子进行划线、打标签、做标注等操作。

本期“微”资讯来源:文化产业新视界、清科研究、文化产业评论、中国企业网

冬奥开幕式上的文化企业:数字文化产业的最新成果

文化产业新视界

音乐光影流转之间,橄榄枝环绕的巨型“雪花”形主火炬台缓缓从明暗交替变幻的巨幅地屏中破空而出,炽烈的圣火燃烧在北京的夜空,这一刻会久久地回荡在世人的记忆中。

北京冬奥会开幕,恰逢立春。在这个万物复苏的好时节,北京冬奥会的举办让世界瞩目。刚刚结束的北京冬奥会开幕式,又一次让世界看到了中国的实力。为世界献上一场融合数字科技与美学创新,极富科技感、立体感、动态感、唯美感和体验感的全新视觉盛宴,也让中国最新文化创意和科技创新成果惊艳呈现在世界眼前!

这场开幕式也是我国数字文化产业发展最新成果的大展示、大检阅:有京东方的黑科技:超级地屏+雪花火炬;有利亚德雕刻“冰立方”成奥运五环;有宁波“大丰”制造冬奥会主火炬;还有北京理工大学计算机学院数字表演与仿真技术团队带来了“虚拟冬奥开幕式”……艺术和技术的结合,传统和现代的相遇,创意和创新的碰撞,这些美轮美奂的场景,是文化企业多年来专业深耕结出的硕果,也是科技和文化交融的产物,更指引数字文化产业的未来发展。

1、京东方的黑科技:超级地屏+雪花火炬

这场美轮美奂的开幕式中,巨型“雪花”形主火炬台和前所未有的8K超高清地面显示系统吸引了全世界的目光,这些“黑科技”正是来自于BOE(京东

方)。

此次开幕式的舞台地面是目前最大的8K超高清地面显示系统,整体面积达10393平方米,不仅面积是超大的,技术也堪称国际一流!京东方采用多个8K+级分辨率的画面融合技术,超大规模的光学校正算法可对每个显示画面进行像素点级的光学校正,可呈现出100000:1超高对比度,3840Hz超高刷新率,以及29900x15096超高分辨率的超高清绚丽画面。

通过搭载京东方自主研发的超大规模显示模组控制与同步系统,还可实时捕捉演员行进轨迹,实现画面与演员的无缝互动。同时,在长达5个月的高强度排演及冬季零下30摄氏度的极端低温雨雪天气,地面显示系统依然能实现稳定运行,在开幕式当天向世界完美呈现梦幻逼真的科技之美。

这一前所未有的“雪花”形态主火炬台,无论是整体硬件支撑还是软件系统都由京东方自主研发设计。本次开幕式主火炬台直径达14.89米,由96块小雪花形态和6块橄榄枝形态的LED双面屏创意组成,采用双面镂空设计,嵌有55万余颗LED灯珠,每一颗灯珠都由驱动芯片的单一信道独立控制。

为实现导演组火炬台要像“钻石般璀璨闪耀”的创意理念,京东方核心研发团队通过500多张设计图纸和近10轮的制样,研发出目前行业内发光面最窄的单像素可控异形显示产品,充分呈现雪花的线条感和细腻的画面显示效果,成功将导演组的艺术创意变为现实。

2、利亚德:雕刻“冰立方”成奥运五环

五环是如何被“雕刻”出来的呢?海淀高科技企业利亚德承担了北京冬奥会开幕式地屏、冰瀑、冰立方、南北看台屏和播放系统等装置生产、安装任务。“‘雕刻’的视觉是在激光与冰立方3D视效的结合下产生的。”利亚德集团董事长李军介绍。

冰立方长22米、宽7米、高10米,是由LED屏组成的。五环本身也是一个LED屏,当它亮相的时候,位于看台4层的激光照射在冰立方上,对冰立方进行“雕刻”,随着冰立方上部的顶盖的下翻,配合着激光的“雕刻”,底部的五环缓缓上升,冰立方四面的LED屏一边缓缓下降,一边播放冰渣四溅的三维视觉效果,三方面完美配合,就形成了五环被一点点“雕刻”出来的视觉效果。

除了冰立方外,现场还有11626平方米的地屏以及高60米的冰瀑,也都是

由LED屏组成的。

开幕式第一个节目中，小草复苏，幻化成一朵巨大的蒲公英，小男孩轻轻一吹，蒲公英飞散开来，天空中绽放出烟火，立春两个字清晰显现。这个精彩转换也离不开地屏、冰瀑的合作。利亚德集团冬奥会开幕式技术负责人王加志介绍，大屏上的小男孩剪影吹起蒲公英，蒲公英的种子通过地屏四散，飘到冰瀑上，缓缓向上升起，当蒲公英飘到冰瀑的顶端与鸟巢“碗口”持平时，烟花绽放在鸟巢上空，宛若蒲公英飘散在空中，呈现出梦幻般的画面。这个效果的实现，需要精确的时间控制，背后是开幕式的一个“时间轴”，所有的设备运动都是跟着时间轴去运转，达到分秒不差，才呈现出整场演出的精彩。

3、宁波“大丰”制造冬奥会主火炬

奥运圣火的点火方式历来是主办国的机密，同时也是最新科技成果的展示。国际奥林匹克委员会主席巴赫的演讲背景屏幕转换成主火炬已经令人称奇，庞大的主火炬宛如一片巨型雪花通过灵巧旋转升降，并且脱离火炬塔飞向夜空，更是出乎所有人的意料。这也创造了奥运发展史上主火炬点火的一个奇迹。

“我们创制的主火炬地面核心装置系统，实现了创新科技与精妙艺术完美结合。”宁波大丰相关负责人高兴地表示。

主火炬地面装置系统由三部分构成：LED底盘、主火炬辅助翻转提升装置和台阶踏步升降装置。

主火炬秉承绿色、可持续发展理念进行研发设计。除了主火炬燃料采用氢作为燃料，保证其能在极寒天气中使用，可抗风10级。主火炬地面装置也全部采用环保材料和工艺进行设计制造。主火炬翻转提升装置驱动系统由4套庞大又精密的齿条机构组成，长达9米的齿条在大丰独有控制系统的精确控制下，升降不同高度旋转不同角度，完成复杂的曲线运动，以四两拨千斤的巧劲将主火炬的以优美的弧线灵动举高8米，继而将主火炬凌空传送至高空，创造史无前例的奇观。

台阶踏步升降装置设计了巧妙的翻转补偿装置，让象征着中华24节气文化的24个台阶始终自动保持水平且高差一致，即便台阶在运动状态，火炬手也能拾级而上。

充满创造力且造型多变的主火炬装置，不仅有奇思妙想的想象力，同时具备撼动心灵的艺术感染力。大丰做到的，不仅仅是用硬核科技拓展开幕式核心环节

的立体展演空间，更是将绿色科技与北京冬奥完美融合，让全世界看到中国强大的科技创新力和艺术创造力。

冬奥会开幕式地面核心装置系统是一个与时间和环境赛跑的项目。鸟巢现场地面都是LED大屏，不能承受大件货物，地面核心装置系统要装在鸟巢中心区域升降台钢架中，对本次安装是一项重大挑战。

大丰团队创新性地采用260吨吊车，吊装跨度直径有60多米，在鸟巢通道处把地面核心装置设备单件吊入中心升降台进行拼接安装的施工方案，并获得奥组委、监理组及专家认可。

主火炬系统是开幕式保密级别最高的核心装置，项目安装和调试均需安排在午夜24:00至次日清晨8:00，安装时段正值北京一年中最冷的季节、最冷的时段，现场气温徘徊在零下10摄氏度；勇于担责且不惧艰难的大丰团队成员，任凭刺骨寒风在耳边呼啸，一丝不苟地专注于主火炬的构建工作，成就心中的梦想，铸就国家的荣耀。

75%座椅都出自大丰。作为本届冬奥建设项目的重点参建单位之一，大丰不仅为冬奥开幕式的核心环节提供核心装置系统，大丰还深度参与了“科技冬奥”国家重点研发计划项目的多个课题，并承担“体育展示互动呈现终端”的研发。受疫情影响，观众进场观看比赛无疑受到了影响。为弥补这一遗憾，大丰分别在国家体育馆和五棵松体育中心的8000个座位上安装了“荧光棒”。这并不是普通的荧光棒，它会基于无线群控技术和主动定位技术，根据工作人员在云端创编的内容，呈现城市动画、欢快熊猫、烟花、雪花、参赛国旗帜等不同的氛围效果。有观众的时候，观众可将荧光棒拿在手里挥舞，这样能让观众和比赛之间形成良好互动，增加场馆的氛围。而在没有观众时，这些荧光棒就放在扶手上，可以产生各种柔和的光，每个独立的荧光棒有256种颜色，呈现出观众满场的效果。

大丰完成了2022北京冬奥会75%有观众席场馆的座椅系统，其中北京赛区的所有比赛场馆座椅系统均由大丰提供。在可见的细节里，大丰的座椅系统凸显六大亮点：首先，外观设计线条流畅；第二，所有棱角都是圆角过渡，不会对观众造成伤害；第三，抗弯强度、抗冲击强度非常高；第四，座椅符合人体工程学原理，避免了观众因长时间观看比赛而引起疲劳感；第五，座椅原料在耐候、阻燃等方面都达到了国际领先水平；第六，座椅使用年限长，废弃座椅也可以回收，

粉碎后原料可回收再利用，对环境无污染。而在不可见的细节里，大丰已开始着眼于使用环保工艺，消除生产过程中的碳排放。大丰座椅系统不仅绿色环保，还可以通过智能运动变化实现场馆功能转换最大限度提高场馆使用效能。冰上五座场馆中仅有国家速滑馆为新建场馆，其余均为2008年北京奥运会既有场馆改造，具备冬夏项目场地双向转换能力，使奥运“遗产”得到最大程度利用。

4、北京理工大学计算机学院数字表演与仿真技术团队：带来了“虚拟冬奥开幕式”

北京理工大学计算机学院数字表演与仿真技术团队所打造的冬奥开幕式仿真系统中的“鸟巢”，他们带来了“虚拟冬奥开幕式”。

北理工师生们采用原创的“智能化创编排演一体化”系统，按照开幕式导演组要求，打造了全仿真的“虚拟鸟巢”，本次仿真精确到每一位演员的位置、动作步伐速度……精确到开幕式的每分每秒，为开幕式的策划、设计和排练提供了有力的科技支撑。此前，在该系统上开幕式排演了12次。在“虚拟开幕式”的“演出”中观众席、灯带、主舞台和震撼人心的超大型LED屏幕每一个要素都尽收眼底。

链接地址：https://mp.weixin.qq.com/s/Bd2yGjYejG1j_4H7z9mUjw

文化科技融合加速，数字文化产业逆势上扬

清科研究中心 清科研究

在文化建设上，我国意识形态领域形势发生全局性、根本性转变，全党全国各族人民文化自信明显增强，全社会凝聚力和向心力极大提升，为新时代开创党和国家事业新局面提供了坚强思想保证和强大精神力量。

——十九届六中全会公报

数字化是近年文化产业发展的主要趋势之一，疫情推动文化科技融合进程加速，数字文化产业逆势上扬，成为文化产业高质量发展的新动能。2021年6月，文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》，指出要“加快发展新型文化业态、改造提升传统文化业态，包括培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态，强化科技在演艺、娱乐等传统文化行业的应用”。随着文化与科技的融合加深，文化正在作为生产要素促进其他行业的

价值创新,在消费体验、生产模式和产业边界三大方向迎来变量革新和增量释放。

2020年以来,国内疫情虽有反复但总体控制良好,国民经济稳中向好,股权投资市场活跃度明显回暖。随着百亿级中国文化产业投资母基金以及多个市级文化领域基金的设立,中国文化产业领域的投资活跃度有望进一步提升。同时,随着5G、VR/AR、云计算等新型信息技术在文化领域的应用渗透,以及文化与科技、旅游等的深度融合,探索文化产业新业态、新模式的创新型企业或将受到更多资本青睐。基于此,清科研究中心研究发布《2020-2021杭州文化创意产业投资发展研究报告》,报告主体内容主要包括以下五个章节。

第一章

中国文化产业整体发展概况,包括文化产业概念界定及分类;文化产业政策分析;文化产业规模及结构情况;VR/AR、视频云、休闲电竞、冰雪运动等文化产业热点领域的发展分析等。

第二章

2020-2021上半年中国文化产业投融资分析,包括文化产业整体投资分析(投资规模分析、投资细分领域、投资轮次分析、投资阶段分析、投资地域分布);文化产业投资机构分析(机构类型分析、代表性投资机构、机构整体投资特点等);文化企业融资分析(获投企业特点、代表性标的企业、企业融资特点等);文化产业退出市场分析(退出机构类型、退出行业分布、退出方式分布、代表性退出机构)等。

根据国家统计局数据,我国文化及相关产业增加值在2018年以前始终保持两位数增速,到2019年增长率下降至7.3%,但依旧保持着稳定的增长态势。根据国家统计局最新公布数据,我国文化及相关产业增加值已经从2014年的2.4万亿元,增长到2019年的4.4万亿元,增幅接近一倍,年均复合增长率约12.9%。

文化服务业在我国文化及相关产业中占据重要地位,2019年文化服务业增加值占文化及相关产业增加值比重约为63.6%。规模以上文化服务企业营业收入逐年增长,2014-2019年期间的年均复合增长率高达20.4%。

根据清科数据库统计,2020-2021H1,中国文化产业共披露投资案例1,617起,投资规模达1,373亿元。中国文化产业投资主要集中于教育培训、设计服务、信息服务及现代传媒四大细分领域,分别披露投资事件402起、302起、259起

和 233 起，共披露投资事件 1,196 起，占期间整个文化领域总披露投资案例数的 74%。

第三章

中国城市文化产业发展指数研究，包括城市文化产业指标体系构建（观察城市选择、评价维度划分、指标体系设计、基础数据来源、评价方法确立等）；中国城市文化产业发展综合指数评价；中国城市文化产业发展分项指数评价（文化产业指数、文化人才指数、文化消费指数、文化投资指数）；杭州、北京、上海、广州等典型代表城市的文化产业发展综述等。

20 个观察城市的指数分布呈明显的“阶梯型”

第一梯队：北京、上海，文化产业综合发展指数遥遥领先。

第二梯队：广州、杭州、深圳、南京，仍处于第二梯队，排位较 2020 年没有变化，但城市之间的指数差距略微扩大。综合指数较北京、上海仍有较明显差距，但也明显高于第三梯队城市。

第三梯队：苏州、成都、天津、武汉、西安、长沙、重庆、宁波，综合指数基本处于同一水平，但较二梯队城市有一定差距，在分项指数上也各有其侧重，其中苏州、成都、西安等城市的文化产业发展综合指数排位较 2020 年有所上升。

第四梯队：厦门、合肥、济南、无锡、珠海、青岛，在文化投资热度、文化消费水平等方面相对不足。

第四章

杭州市文化产业发展研究，包括杭州市文化产业发展现状、发展特点和发展路径分析；杭州市文化产业热点领域（动漫游戏、文化会展、文学及影视创作）发展分析；杭州市文化产业整体投资情况、投资机构和企业融资情况分析。

2020 年，杭州文化产业增加值为 2,285 亿元，实现 8.2% 增长，占 GDP 比重为 14.2%。杭州市文化产业发展规模始终保持浙江省第一位，占全省文化产业规模总量的 40% 以上，产业发展能级稳居全国前列。目前，杭州市基本形成以数字内容、影视生产、动漫游戏、创意设计、现代演艺为优势的文化产业高质量发展格局。

第五章

中国文化产业发展趋势分析，从文化产业数字化转型升级、文化热点领域发

展动态、行业整体投融资情况、区域文化产业发展特色等方面，分析新时期、新发展阶段，文化产业整体发展特点及趋势。

文化与旅游、科技深度融合发展，加速向数字化转型

“十四五”规划提出“推动文化和旅游融合发展”，文旅融合上升到国家战略发展新高度。

《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等系列政策发布，支持培育数字文化产业新型业态，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的创新应用，发展云演艺、云展览、数字艺术、沉浸式体验等领域。

目前我国网民规模9.4亿，互联网普及率67%，线上内容消费成为主流，超大规模市场优势为数字文化产业发展提供了广阔空间。

VR/AR、视频云技术应用升级，休闲电竞增长强劲

硬件技术持续突破，软件生态逐渐完善，应用场景拓展打开天花板，2021年或将成为VR/AR行业发展元年。

高新视频新业态对视频云技术提出更高要求，“软件算法优化+高性能硬件适配”推动视频云技术升级优化，综合化、差异化服务能力成为视频云厂商竞争关键。

休闲电竞增长强劲、助解游戏行业发展困境，商业模式创新探索、赛事体系完善以及休闲电竞平台组建是重要方向。

百亿级国家文化大基金设立，投资活跃度明显回暖

2020年下半年以来，在全球流动性宽松推动下，股权投资市场明显回暖；中国文化领域投资活跃度、总投资额均大幅回升。

随着百亿级中国文化产业投资母基金以及多个市级文化领域基金的设立，中国文化领域投资活跃度有望进一步提升。基于VR/AR、云计算等新型信息技术，探索文化产业新业态创新模式的企业有望受到资本青睐。

教育培训、现代传媒、文化休闲旅游等都是投资案例数较多、投资规模较大的细分领域。其中，教育培训领域的投资重点从学科培训向职业教育、基础教育、素质教育等转移。

建设区域特色文化产业带，形成联动发展的新格局

“十四五”规划提出“建设区域文化产业带”，各区域根据当地资源禀赋和功能定位，形成各具特色、优势互补、联动发展的文化产业格局。

围绕京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展、成渝地区双城经济圈等打造四个文化产业群和七条文化产业带。

京津冀文化产业群围绕2022年冬奥会和冬残奥会，推动京张高铁沿线文化产业与体育、旅游等领域融合发展；粤港澳大湾区文化产业群重点推动数字文化、创意设计、先进文化制造等产业发展；长三角文化产业群发挥文化产业在浦东打造社会主义现代化建设引领区、浙江高质量发展建设共同富裕示范区中的积极作用；成渝地区双城文化产业群以巴蜀文化为纽带，串联起川剧、川菜、蜀锦、蜀绣、石刻等两省市同根同源非遗项目的保护传承。

链接地址：<https://mp.weixin.qq.com/s/-Ow0DnVYeokq8pPZjW88gA>

北大报告：文化产业 10 大关键词、10 大特征、10 大趋势预测

文化产业评论作者团 文化产业评论

第十九届中国文化产业新年论坛2022年1月8-9日在北京举行。新年论坛上，北京大学文化产业研究院发布《中国文化产业年度报告（2022）》，内容包括2021年文化产业十大关键词、2021年文化产业十大特征、2022年文化产业趋势预测等三部分。

北京大学文化产业研究院发起成立于1999年10月，2002年7月经原文化部批准为国家文化产业创新与发展研究基地，2019年12月由文化和旅游部授予“文化和旅游研究基地”，是产、学、研、用一体化的国家文化智库。多年以来，研究院围绕北京大学“扎根中国大地、服务国家战略、创建世界一流大学”的发展目标，秉承“文化可以兴国、文化推动世界”的发展理念，积极整合国内外学术资源和社会资源，推动理论研究与社会实践相结合，推进文化创新战略和文化产业发展的学术研究、智力咨询、知识传播与文化实践，在国内外学术界享有较高的学术声誉和广泛的社会影响。

中国文化产业新年论坛由北京大学主办，由北京大学文化产业研究院联合国内相关机构，在每年新年之初举行。新年论坛以最深切的公共情怀、最缜密的学

术思辨和最锐意的进取精神,致力于学术与现实交融中国内形势的深刻洞察和国际趋势的热切展望。2022年新年论坛紧扣“百年征程”与“当代使命”,以“文化基因与中国道路”为主题,从不同角度透视中华文化基因与中国现代化道路的深刻联系、演变轨迹、价值逻辑和融合模式。

本次报告的发布由北京大学文化产业研究院向勇教授主持,研究团队包括郑雨琦、陈泳桦、黄碧玲、李典峰、李尽沙、潘智欣、裴慧恩、秦晴、徐嘉曼、张瑾瑜、张艺璇、赵晚晴、朱粲。《中国文化产业年度报告(2022)》研究成果将以“文化产业蓝皮书”的形式由社科文献出版社出版发行。

2021年文化产业十大关键词

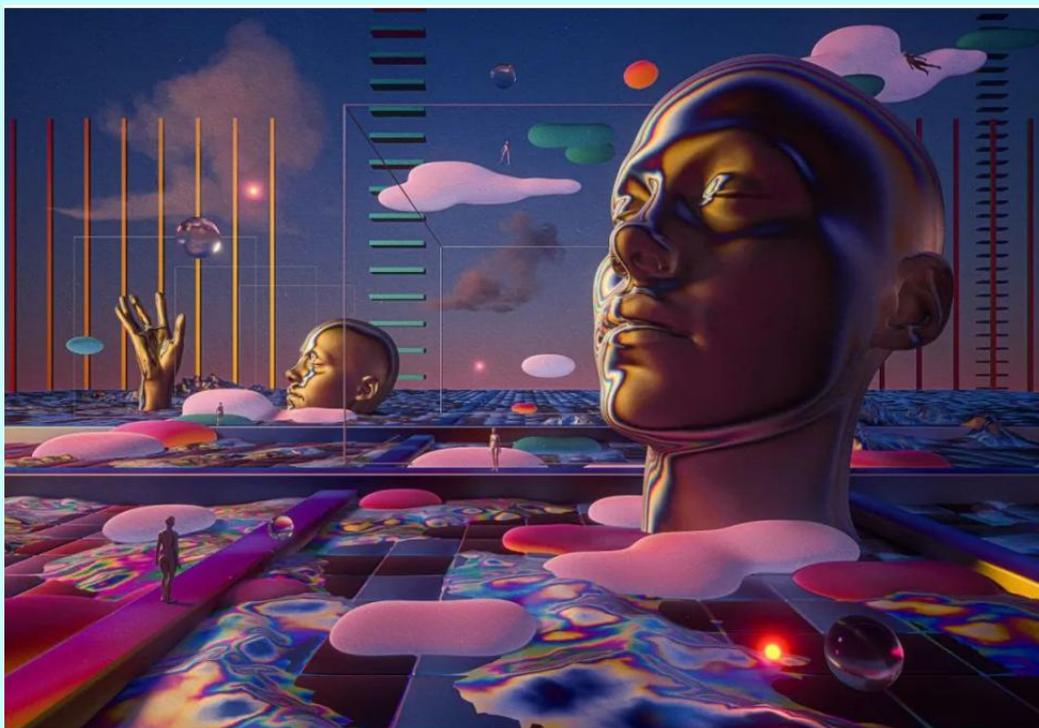
1.主题艺术作品



2021年正逢中国共产党建党100周年,文化艺术领域的许多创作也围绕这一主题积极展开。在电影行业,大量革命题材、重大历史题材的电影不断涌现。如《长津湖》描述了抗美援朝的历史故事,以总票房57.72亿元的成绩霸榜全球电影票房之首,同时《1921》、《革命者》、《守岛人》等主题电影也取得了良好的口碑及佳绩。在广播电视行业,国家广播电视总局于3月统筹规划指导,各广播电视台精心组织创作了多档广播电视建党百年重点节目,如《山海情》、《觉醒年代》等历史题材主旋律电视剧制作精良、拓新突围,在各年龄段尤其是年轻受众中反响强烈。在出版行业,2021年主题出版融入国家战略,围绕“主题IP”进一步优化选题结构、打造品牌标识。中宣部于8月5日下发了《中央宣传部办公厅关于做好2021年主题出版工作的通知》,全国各地各部门各出版单位上

报的主题出版选题达 2232 种，经评审，最终确定 2021 年主题出版重点出版物选题 170 种。这些不同门类的主题艺术作品竞相为党的生日献礼，谱写了中国新的华章。

2.NFT 艺术



NFT (Non-Fungible Token) 作为非同质化代币，具有不可拆分替代、非标准化等特质，为数字艺术藏品提供以区块链技术为底层的技术协议标准。它与传统艺术品金融、娱乐传媒、数字文博等领域逐渐融合，形成多样的数字资产和虚拟生态，与传统艺术品收藏相比具有价格公开透明、可追踪认证等优势，在 2021 年由国外进入国内，并呈爆发增长态势。Chainalysis 统计数据显示，2021 年 NFT 市场规模至少 269 亿美元；据科斯林统计，NFT 一词在 2021 年使用率增长 110000%，成为《科斯林词典》2021 年度词汇；2021 年 3 月，佳士得首次拍卖的 NFT 艺术作品《Everydays: The First 5000 Days》最终以 6835 万美元成交，成为在世艺术家拍卖史上价值第三高的艺术品，更是引发收藏、购买 NFT 艺术作品的热潮。在中国，支付宝、腾讯等互联网巨头亦纷纷加码 NFT 艺术，以蚂蚁链、至信链为底层技术支持先后推出敦煌飞天、九色鹿、新华社新闻等数字藏品深受年轻群体喜爱，并以 NFT 拍卖、NFT 盲盒、各式加密艺术展等形式不断拓宽 NFT 艺术的边界，为推动文化遗产数字化、年轻化、生活化提供新的机遇。

3.元宇宙

元宇宙（Metaverse）的概念最早起源于科幻小说《雪崩》，描述了一个人类以虚拟形象在三维空间中与各种软件进行交互的世界，其八大关键特征为身份、朋友、沉浸感、随时、低延迟、内容多样化、经济和安全。随着5G时代计算机性能提升、VR/AR头显设备成熟，在后疫情时代激增的虚拟生活、娱乐、社交、消费等需求刺激下，2021年元宇宙正在加速成为现实。2021年10月28日，Facebook CEO 扎克伯格宣布，将Facebook公司的名字改为Meta，在全球范围内掀起了“元宇宙”热潮。在国内，以腾讯、字节跳动、网易、米哈游等为代表的网络文化企业，依托微信、抖音、原神等王牌产品，加速布局元宇宙，为场景化社交、虚拟偶像、自组游戏、加密艺术、虚拟旅游等新型网络文化产品打开了更加广阔的商业潜能，也为工业、文旅业、互联网业、游戏业、教育业、房地产业等领域带来深远的影响和无尽的发展可能。

4.云展演

受2020年以来新冠疫情大流行及其防控管理措施的影响，线下的会展、演艺等艺术活动陷入停滞状态。为减少由此带来的经济损失，2021年相关政策相继出台，支持鼓励发展云会展、云演艺等业态，有力地帮助了它们的复苏。如老牌展会广交会相约云上，中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会于网上开幕，中国贸促会已举办线上展会300多场。与此同时，受益于5G网络的快速发展，数据传输效率上的大幅优化为4K、8K高清视频以及VR、AR等技术在移动端上的流畅播放扫清了障碍，使每一台手机用户都能在云端享受剧院级的视听盛宴，推动了线上演出向在场化、个性化、碎片化方向发展。以2021年2月国家京剧院和咪咕公司协力推出的线上京剧《龙凤呈祥》5G+4K超高清演播项目为例，演出借助VR技术以多视角、多机位呈现舞台画面并加入“云导赏”“云解说”等幕后花絮环节，让观众得以自主选择观赏视角，并对线下剧场环境进行“复刻”与升级，上线叫好、鼓掌、打赏等弹幕、表情包功能，创制“云打赏”“云包厢”等模式，增加云端剧场在场互动的体验感。



5. 红色文旅

2021年5月,文化和旅游部推出“建党百年红色旅游百条精品线路”,包括52条“重温红色历史、传承奋斗精神”主题线路,20条“走近大国重器、感受中国力量”主题线路,28条“体验脱贫成就、助力乡村振兴”主题线路,为广大游客提供了路线导览。根据携程发布的《2021年上半年红色旅游大数据报告》可知,上半年红色旅游景区预订量同比增长超2倍;在这些旅游群体中,“80后”、“90后”占比高达69%,不仅如此,红色文旅还在年轻家庭中广受欢迎;从地域方面来看,北京、南京、上海成全国最热门目的地前三。此外,红色路线还为乡村文旅增添了动力,使得乡村地区较为受益,个别地区订单量最高增长17倍。上半年红色旅游景区门票预订量同比增长超两倍,2021国庆假期红色旅游出游人次同比增长了230%。由此可见,红色文旅符合年轻化家庭的体验需求,为区域协调发展也带来了充足的益处,成为我国文化旅游在未来发展中一个极具潜力的新业态。

6. 国风节目

为了弘扬中国传统文化,彰显华夏风采魅力,进一步提高民族文化自信,以中央电视台、河南卫视等为代表的一批广播电视文化单位在2021年积极推出了一系列精彩的国风节目,广受观众的好评。作为全国优秀文艺节目出品方的重要

代表,央视在今年再接再厉,继续推出了一系列精品节目,例如国风少年创演节目《上线吧!华彩少年》以及经典名著领读节目《典籍里的中国》等,寓教于乐,对于我国传统文化的活化起到了积极作用;河南卫视在2021年的表现则更为亮眼:伴随着年初河南春晚《唐宫夜宴》掀起的第一股热潮,河南卫视迅速找到了弘扬传统文化的新路径,并在其后推出了以中国传统节庆仪式为主题的《清明奇妙游》、《端午奇妙游》、《中秋奇妙游》等系列国风晚会节目,其中精彩的表演如《芙蓉池》、《祈》、《龙门金刚》等歌舞演绎,无一不以极致的美学手段创造性的表达途径吸引着广大观众的眼球,激发着人们关注传统文化的热情。这些国风节目的成功推广,还掀起了一阵国风节目打造的热潮。2021年末,由中国东方演艺集团、故宫博物院等单位以《千里江山图》为蓝本联合打造的舞蹈诗剧《只此青绿》,将绘画融入舞蹈,在全国多地反复巡演,成为很多国人心中“审美巅峰”之作。

7.双碳战略

随着政府工作报告中“2030年前碳排放达峰”这一降碳目标的明确提出,2021年以来绿色发展将会落到更实际的层面。在“双碳国家战略”的指导下,我国各行各业都将加速自身的绿色低碳化之路,这一趋势在文化产业领域也得到了相应的体现。其中,节庆会展业的绿色低碳发展的重要性在“十四五”期间被进一步提升。我国的节庆会展业坚定贯彻国家战略,从展览馆设计、展品设计、传播渠道等方面促进其循环发展。不仅如此,国家和各级政府也相继颁布政策促进节庆会展业的绿色低碳发展。2021年4月颁布的《环保展台设计制作指南》以及2021年6月在天津举办的倡导绿色低碳会展的《2021年中国会展经济研究会年会暨中国会展经济(天津)论坛》等事件都显示出此倾向,为我国的节能减排事业贡献出自己的一份力量。

8.非遗电商

根据由中国社会科学院舆情实验室联合阿里巴巴发布的《2021年非遗电商发展报告》,淘宝天猫平台上非遗消费者数量、人均消费支出连续三年实现双增长,截至2021年6月30日,这些平台上非遗店铺总数量超过3.5万家,较两年前增长接近32%,在2021年创下历史新高。其中,85后和90后是目前非遗电商的消费主力,而非遗商家当中也不乏年轻人的身影,预示了其可观的发展前景。

“非遗+电商”的模式，不仅引领年轻人才回家，还为乡村振兴作出了卓有成效的贡献：近一半的非遗产业都位于县域及以下地区，这种下沉式产业充分拉动了地方经济的发展，带动了地方的就业与增收。可以说，非遗电商已经逐渐从冷门走向热门，从小众走向大众。它的出现，让更多的非遗手艺人走出一隅，迈向更为广阔的天地，也让文化遗产的保护、活化与传承步入到一个新的台阶。

9.漫改 IP

近年来，中国二次元用户规模进入平稳增长期。根据 2021 年的《新华·文化产业 IP 指数报告》可知，在数字文化内容的诸多价值来源当中，漫画已经成为继网络文学之后的第二大来源，占比达到 20%。2021 年初，爱奇艺与中国电视剧制作产业协会青年工作委员会正式达成战略合作计划，并公布了 2021 重点漫画片单，提出了 IP 孵化的重点工程“苍穹计划”，致力于扶持中国原创动漫，打造优质品牌，挖掘新人创作者。一年以来，原生漫画 IP 在各方的积极支持下正在茁壮成长，不仅被改编成为动画、电影、游戏等多种形式，而且还参与到旅游推广等多种跨界性质的合作当中，使得动漫行业总体的文化价值与经济价值日益受到重视。

10.女性电影

2021 年，女性题材与女性导演纷纷在大银幕上大放光彩。从开年的《你好，李焕英》到年尾的《爱情神话》及《穿过寒冬拥抱你》，女性导演为 2021 年的中国电影贡献了无数高光时刻。其中《你好，李焕英》、《我的姐姐》等电影，实现了口碑与票房的双丰收，成为一年以来的新爆款。2021 年国际电影节期间，四位女性电影创作人相聚上海，发起了一场以《看见大银幕的女性力量》为主题的论坛，在不同的年龄、身份与风格的碰撞之中，刻画出当代女性电影创作人的生存图谱。从题材上看，无论是家庭亲密关系的表达，或者是对爱情的态度，以及对世界可能性的探索，女性导演大多从自身经历出发，以情感为锚，讲述了一个又一个让人难忘的故事。除了演员转型作为导演之外，大部分女性导演均有专业教育背景和创投市场打磨的经历，她们以专业的态度和细腻的情感触觉为 2021 年的中国电影贡献出不可缺少的光彩。

2021 年文化产业十大特征

1.打造积极向善的文化环境

2021年5月,由国家网信办牵头、工信、公安、文化、工商、新闻出版广电等多部门共同参与的网络空间治理“清朗”系列专项行动正式展开。作为网络空间的一次“大扫除”,此举为政治网上各种负面文化现象做出了积极的贡献;12月14日,在中国文联十一次会议、中国作协十次会议上,习近平总书记给广大文艺工作者提出5点希望:一是心系民族复兴伟业,热忱描绘新时代新征程的恢宏气象;二是坚守人民立场,书写生生不息的人民史诗;三是坚持守正创新,用跟上时代的精品力作开拓文艺新境界;四是用情用力讲好中国故事,向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象;五是坚持弘扬正道,在追求德艺双馨中成就人生价值。这些行动与会议指示,都预示着我国正在规避各种泛娱乐化的文化现象,积极向文化艺术行业规范化管理不断迈进,建立起和谐、进步的公共文化空间。

2.双减政策下艺术教育兴起

2021年“双减”政策开始在全国推行,随着各项政策的出台,教培行业陷入有史以来最动荡的时期。在这个大背景下,新东方、学而思等各大知名学科培训机构释放业务转型的信号,甚至跨行转型艺术教育,在这种种现象的背后,都意味着教培行业正面临前所未有的大变局。新东方官方社会招聘一栏上线美术相关职位,职位包括但不限于美术教学研究、少儿美术教师、少儿美术项目主管等。此次美术项目为线下教学,主要面向3-8岁儿童进行线下绘画教学。字节跳动大力教育旗下的中小学课程在线辅导品牌清北网校也于近期推出了美育大师课系列内容,应对不同领域的美育启蒙。这些艺术教育的出现与成熟,对于青少年的全面发展与身心健康成长起到了积极的促进作用。

3.双线融合发展成为新趋势

2021年,随着“新冠”病毒在世界范围的继续蔓延与传播,社会进入后疫情时代。尽管病毒大流行的情况不断出现新的挑战,但是我们已经摸索出一套相对成熟的应对机制与管理模式,并进入到与之持续性抗争的阶段。在这样的背景下,不同门类的文化产业也发展出了各自的应对策略。一方面,传统的线下文化行业积极寻找新的市场通路,开辟自己的生存空间;另一方面,线上的文化产业也在不断加力发展,积极推出创新性产品,增强用户的线上体验。2021年6月商务部印发的《“十四五”商务发展规划》提出了发展线上线下融合的模式,积极促进双线融合。这也意味着,无论在后疫情时代的具体情况如何,我们都不应

该过分侧重或依赖于线下或线上的单一方面，只有形成双线融合，达成彼此的合作与互补，才能构成更加健康完整的文化产业新业态。

4.美学经济助力城乡发展

美学经济是消费者日益增强的体验经济和日益丰富的消费需求的产物，其核心为美学，即审美。这样一种以美学为核心的生产与消费也使劳动者、企业、和价值生态发生了转变。在实践探索上，美学经济的应用场景不断增加，如河南修武县美学经济与乡村振兴的融合实践出圈，引起了社会各界广泛关注，成为了探索美学经济驱动县域发展的典型案例。美学经济在乡村振兴创新人才培养，赋能乡村特色产品产业升级，推动乡村文明美丽环境建设上发挥了重要作用。为修武当地的文旅融合、美丽乡村建和村民就业上带来了积极影响。在未来，美学经济的应用场景将更加广泛和多元，也将进一步向城乡地区推进。简而言之，美学经济是迎合消费者消费升级的必然选择，也是提升产品文化附加值的重要手段，更是推动区域文化传播的有利途径。

5.数字文化出海力度加大

在2021年的五·三一讲话中，习近平总书记强调了要加强文化的国际传播工作，提出要讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国。11月，商务部、中宣部等17部门更是联合印发通知，大力支持国家文化出口基地的高质量发展。受全球疫情等外在条件的影响，传统文化产业出口陷入相对的停滞期，迫使我们寻找更多新的出路。而以游戏、网络文学等为代表的数字文化产业，因依托于其互联网媒介的特殊性质，则加大了出海的力度，成为中国文化对外传播的新载体与新表现形式。依赖于我国移动互联网及相应的人工智能、云计算等先进技术的发展，各类原创性的、具有中国特色的作品与IP源源不断地涌向海外，有效地提升了我国文化在海外地区的影响力。

6.体育行业成为新引擎

2021年是体育盛会之年。延迟举办的2020东京奥运会、欧洲杯和美洲杯足球赛在这一年都全面回归，牵引着全世界的目光；中国第十四届全国运动会的顺利举办，同样彰显着我国运动健儿们卓越的风姿。2022年初，北京更是即将迎来首届冬奥会的举办，下半年，在杭州还将举办第十九届亚运会。这些海内外的各种体育盛事，都在无形中促进了中国体育行业的不断兴起：一方面，体育行业

的影响力不断破圈，成为人们茶余饭后关注的焦点，也引领着文娱的新气象；另一方面，越来越多的人开始意识到体育锻炼的重要性，也感受到了各色体育运动的独有魅力，并积极参与到其中，从而带动了我国相关行业的快速发展。可以说，体育培训已经成为了一片新蓝海，体育产业成为国民经济增长的重要引擎。

7. 工艺美术专业人员职称制度改革

基于中央职称改革工作领导小组转发原轻工业部发布的1986年《工艺美术专业职务试行条例》，2021年，人力资源社会保障部、工业和信息化部印发《关于深化工艺美术专业人员职称制度改革的指导意见》，部署工艺美术专业人员职称制度改革工作。针对工艺美术业制度体系不够健全、评价标准不够科学、评价机制等问题。《意见》健全制度题词，优化公共服务，适用于工艺美术制作、工艺美术研究、工艺美术设计等领域的工艺美术专业人员，为我国工艺美术行业的规范化管理提供了坚实的保障，促进了我国工艺美术行业的高效发展。

8. 智慧城市数字化转型

2021年以来，全面推动城市数字化转型正成为国内一线城市新一轮发力博弈的焦点。年初，上海率先打响头炮，发布《关于全面推进上海城市数字化转型的意见》，明确提出到2025年城市数字化转型要取得显著成效，形成国际数字之都的基本框架，到2035年全面建成国际数字之都。目前，智慧城市成为了国际城市化发展的热门之一，全球都在热火朝天地布局智慧城市建设，中国同样也在积极开展智慧城市试点，并形成了多个智慧城市群。2021年伊始，各个地区便相继发布新政，智慧城市开局即成热门。对此，国家住建部也明确表示将大力推荐智慧工地，智慧建筑等相关技术的运用。智慧城市成为我国未来城市化之路一个新的指引方向。

9. 知识产权保护提升

2020年修订版的《中华人民共和国著作权法》已于2021年6月1日正式施行。新《著作权法》从作品的定义、领域与类型，权利内容，权利归属，权利限制，邻接权，权利保护等方面进行了充分而细致的修改，为很多新型的作品和文化业态提供了法律上的保护。新著作权法的修订，给文创企业带来了重大的影响，一方面，它调整了视听作品著作权归属的规则，对于作品素材使用的侵权风险做出了说明；另一方面，它用表述的开放性保护了文创企业新类型作品，实现了交

又保护、多层次保护。这种对于文化产权的保护提升,有益于行业的规范化管理,积极鼓励了文化创意的生成,对于提振我国的文化产业具有重要意义。

10.中国表达不断加强

在文化艺术作品当中,中国的表达在不断增强、民族性意识在不断觉醒。一方面,民众声音中出现了进口片争议。2021年以来,进口片和国产片相比,无论在引进数量及票房上都全面溃败,国产影片的票房及好评度均超越了进口片。如《速度与激情9》创造了13.9亿元的全年度进口分账影片票房成绩,但远不及排名前三位的国产电影。而《无依之地》、《尚气与十环传奇》等影片所引发的争议也影响了进口电影的发行。另一方面,广电总局推出“中国经典民间故事动漫创作工程(电视动画片)”、“中华文化广播电视传播工程”等多项扶持举措,为体现中华文化基因、中国故事元素和中国审美特色的节目走出国门提供创作扶持。不断觉醒的国人意识以及自尊自信需求,不仅是创作者需要关注的重点,更是全球电影制作和发行策略端不可不考虑的议题。

2022年文化产业趋势预测

1.文化强国建设全面推进

2021年是中国十四五规划的开局之年,在未来,我们将继续致力于完成到2035年建设成为社会主义文化强国的战略目标。因此,未来我们将在文化产业开展全方位的发展布局,坚持扩大优质文化产品供给,坚持以社会效益为首位、社会效益与经济效益相统一,同时加强科技发展规划,顺应数字化大趋势,在互联网大潮中积极应变,加强年轻化传播,促进智能化发展。此外,文化强国的建设要求各地区之间的协调统一,为此,需要加强粤港澳、长三角、京津冀、成渝区等区域的文化协同共进,增强区域合作的凝聚力,同时以点带面,带动全国各地文化产业的建设与发展。

2.文化产业继续数字化转型

近年来,文化产业的数字化伴随着新技术的发展与成熟不断转型升级,而这在未来依然且始终将是一个不可忽视的重要趋势。随着数字中国建设的深入实践,各种新业态、新服务、新模式不断涌现。搭乘“数字快车”,文化产业也在朝着家庭化、数字化、智慧化的方向继续发展。科技创新赋予文化产业发展新动能,将是未来10年的时代主题。整合人工智能、大数据等科技产业资源,推进

5G与VR/AR、4K/8K超高清视频等技术相结合,积极发展新型文化设施,加快推进文化产业重点领域数字化消费、数字化生产、数字化运营,是未来持续不变的主题,也将有力地提升我们文化产品的创意性与文化服务的体验感。

3.电子竞技成为被主流认可的文化活动

2018年的雅加达亚运会电子体育表演项目中,电子竞技作为表演赛事首次登上亚运舞台,中国队取得2金1银的成绩,为国争光。2021年11月,由中国珠江集团公司出资组建的EDG俱乐部派出的代表队在冰岛夺得了S11英雄联盟年度总决赛的冠军,标志着经过十年在电子竞技领域的深耕,我国在《英雄联盟》这一赛事项目上已经取得了和韩国同样成绩。如今,电子竞技作为正式项目入选2022年杭州亚运会,响应了12月13日亚奥理事会在官网“支持鼓励单项协会和各自对应的虚拟运动合作”的口号,也标志着电子竞技作为年轻人喜爱的竞技赛事,已经走在了规范化、成熟化、体系化的道路上。在未来,电子竞技将越来越成为被主流认可的一项文化活动,对于我国的文化产业发展起到重要的推动作用。

4.健康与生态问题成为关注重点

随着工业化与城市化的发展,绿色、生态、健康、可持续等等关键词将愈发成为广大人民的新诉求。尤其是对于年轻一代而言,健康养生与人居环境质量的问题也日渐进入到人们的视野当中。当下,我国不再着眼于追求纯粹的经济增长速度这一目标,而开始持续关注人民生活质量方面的话题。一方面,由于中国人口结构日益趋向老龄化,老龄网络用户规模也在迅速增长,“银发经济”成为一个新的增长点,养老型文化产业也将成为一个重点关注的领域;另一方面,年轻人的健康养生型产业,例如养生餐饮品牌、各类保健运动等,也在不断涌入市场;此外,在双碳政策的宏观背景下,我们对于绿色发展提出了更高的要求,在文化产业领域,相关的低碳模式也将成为重点关注对象。

5.美育成为社会新风尚

2021年,美育教育利好政策频出,美育已经被提到时代的高度,受到了前所未有的重视,已然成为一个新的行业发展机遇。2021年4月,教育部成立首届全国中小学美育教学指导专业委员会。2021年5月6日,教育部体育卫生与艺术教育司发布《全面加强和改进新时代学校美育工作有关情况》(以下简称《情

况》)。《情况》对近年来美育工作进行了总结,并提出今后工作的三个重点方向:其一是全面深化学校美育教学改革,其二是改善学校美育办学条件,其三是完善强化学校美育评价机制。在未来,除基本学科教育以外,美育教育也会成为基础教育中的一大重点,这种模式的推广,对于改善我国国民素质,促进人的多维度提升,培养德智体美劳全面发展的新时期人才具有重要作用。

6.双循环格局进一步完善

自2020年提出要构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局要求以来,我国便致力于在后疫情时代推动经济的高质量发展。在文化产业领域,这一新发展格局的目标也将在未来更加清晰明确。从国内情况来看,首要的便是深化供给侧的结构性改革,不断推出高质量的优秀文艺作品;从国外环境来看,无论世界格局如何变动,我们都需要牢牢把握住自身的文化资源优势,锐意创新,积极拓展文化交流渠道,形成多元化的文化出海模式。例如,作为中国网文出海先行者的阅文集团,入选了2021-2022年度国家文化出口重点企业,其开创的“生态出海”模式,实现着全球化与本土化的相互融合。

7.严格、规范化网络管理成为常态

规范且明朗的网络环境对于促成虚拟性公共空间的和谐、文明发展具有重要的意义。近年来,我国逐渐重视网络平台的规范化管理,积极介入监督,加强正向引导。尤其是对于出生在互联网时代的青少年一代,更是要着力于建立起他们正确的人生观、世界观与价值观。例如在游戏领域,相关部门严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间,严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求,加强对防止未成年人沉迷网络游戏有关措施落实情况的监督检查,对未严格落实的网络游戏企业,依法依规严肃处理等。这些趋势在未来一年还将继续坚持推进,为青少年的健康成长营造一个良好的环境。

8.广播电视领域行业法规将明确化

2021年3月,国家广播电视总局发布了关于公开征求《中华人民共和国广播电视法(征求意见稿)》意见的通知,这也意味着我国首部广播电视法将要在未来出台。意见稿提出,国家将加强智慧广播电视建设,推动广播电视科技创新与服务升级,提升广播电视数字化、网络化、智能化水平,推进广播电视在全媒体传播体系中深度融合发展。征求意见稿从业务准入、制作播放、传输覆盖、公

共服务等多个方面进行拟定,整体内容明确显示出国家层面对构建全媒体传播体系的高度重视,以及财政、金融层面对广播电视行业改革发展的鼎力支持。这也预示着我们的广播电视行业在未来会生成更多规范化的管理模式,也将会带来更多优质的文化输送服务。

9.网络发行机制更加成熟

经过了2020年疫情的网络电影大爆发,本年度网络电影无论在制作还是在发行方式上都更加成熟及多元。多部预备于院线发行的电影转为网络首发,如《东北恋哥》等,为网络电影市场带来了更加成熟和精良的制作。富有经验的电影人开始陆续转战网络电影市场,为市场繁荣和革新带来了新的气氛。由于正处于刚刚兴起的阶段,网络电影尚没能突破其自身观影人群的天花板,市场下沉的基础上并未出现口碑引爆之作。在未来一年中,伴随着疫情防控常态化的继续推进与市场的进一步发掘扩大,网络发行机制将更加成熟,更多的优质作品涌现将成为可能,网络影视的发行将会迎来一个新的发展契机。

10.原创性文化艺术内容质量提升

2021年末,《网络短视频内容审核标准细则》出台,对于当前常见的短视频剪接、授权等方面都提出了更多的要求。在这种管理规定之下,一部分基于二度创作、视频搬运的内容制作模式将难以再成为竞争致胜的法宝,也因此开始倒逼内容生产者朝着提升质量、注重原创、深耕内容的方向发展转型。可以预见,未来一年中,更多的原创性作品将出现在我国的市场中。同时,它也向广大文艺创作者发出了一个指引信号:只有那些注重大众需求,不断提质增效,着力于打磨内容主题,为人民群众喜闻乐见且具有积极社会意义的优质文艺作品,才能够成为在文化艺术领域角逐中的佼佼者。

链接地址: https://mp.weixin.qq.com/s/NhOMdQwgLassUQOF_1ynM

产业发展 | 助力数字经济建设 推动文化产业发展

梁隽好 中国企业网

“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”,文化的力量贯穿人类社会历史演进的始终,是一个国家和民族进步之魂。文化兴则国运兴,文化强则民族强,大唐西市集团董事局主席吕建中在接受《中国企业报》记者采访时表示,

文化自信是基于当代中国发展的现实而提出来的,同时又是对往古来今的中华文明深切的关切,自己作为中国文化产业多年的深耕者,一直在思考中国文化及相关产业的发展及发展中需要面对的问题。

2022年全国两会,吕建中的多份建议都没有离开文化产业。他说,百年变局和世纪疫情叠加交织,全球性挑战层出不穷。构建人类命运共同体,需要树立正确的文明观,构建人类命运共同体的文化文明力量。坚定文化自信,推动社会主义文化繁荣兴盛,文化产业的发展必须走在前面。

加强国际民间交流 促进文明互鉴

我国在全球公共话语体系中仍处于劣势,虽取得重大成就却未能得到公平的承认和文化的认同,存在着明显的“话语赤字”。2019年5月15日,习近平总书记在亚洲文明对话大会主旨演讲中强调“文明因多样而交流,因交流而互鉴,因互鉴而发展”,倡导不同国家、不同民族、不同文化的交流互鉴,共建亚洲命运共同体、人类命运共同体。

吕建中建议:一要发挥民间组织的独特优势,动员民间力量增进文化交流;二要组织举办好各类国际文化交流活动;三要表彰并宣传为促进国际人文交流、民间友好做出突出贡献的机构和代表人物。

加强金融支持 促进文化产业高质量发展

当前,文化企业融资困难主要表现在:一是银行机构对文化企业发放的基本都是抵押贷款和担保贷款,而信用贷款的门槛高、申请难、规模小;二是文化企业大多具有固定资产少、以无形资产为主的资产结构轻型化特点,而动产在价值确定、形态保存、处置变现等方面存在天然的不足,因此银行对文化企业发放的贷款几乎很少使用动产抵押;三是银行在对民营企业特别是中小微文化企业发放贷款时存在“重国有轻民营”“重大轻小”现象,使一些潜力大、后劲足的民营企业,特别是规模小、可抵押品少的民营文化企业贷款较为困难。

吕建中提出了多个方面的建议:一、建议中宣部、人民银行、银保监会建立对文化企业和项目的评价、分类体系,制定有针对性、可操作性的信用评估和贷款审批条例、制度;二、鼓励金融机构开发出更多与文化产业特点相匹配的产品;三、支持社会力量参与文化企业信用体系建设,发展第三方征信服务;四、建立更加完善的ESG标准评价体系和披露制度,将ESG指标纳入金融机构投资指标;

五、重点加强对受疫情影响严重的文旅企业的金融支持；六、协调银行等金融机构加大金融支持数字文化产业发展力度；七、支持文化企业上市融资；八、充分发挥文化产业基金作用。

用好海南自贸港先行先试的政策优势 创新推动对接国际经贸规则

艺术品行业作为文化产业的重要组成部分，自2017年开始，通过经营场所建设及艺术品制造业快速拉动，经历了两年的快速增长。目前行业已进入缓慢增长期，而以市场为主要纽带的艺术品服务业则一直未有明显的起色。究其根源，市场交易方式的限制是艺术品服务行业发展缓慢的主要原因之一。市场诚信和规范运作是艺术品市场发展的基础。然而，此前的艺术品市场从一级市场到二级市场充斥着不规范及欠诚信，主要表现在：一是真伪难辨，时有纠纷；二是价格难以确定；三是艺术品是“非标准化”产品，因而流动性差，买入容易出手难。以上原因造成了我国艺术品市场发展陷入停滞。

吕建中认为，目前重要的任务是建立符合新时代背景的艺术品行业价格形成机制，通过高效的价格发现功能找到市场均衡，让消费者没有后顾之忧地进出市场，让艺术家在价格引导下管理艺术创作，实现艺术品从生产到消费的资源配置优化。

为推动文化艺术品市场的活跃和繁荣，他建议应用好海南自贸港先行先试的政策优势以及《海南自由贸易港法》赋予的立法自主权，建立规范、高效的艺术品交易市场，吸引全球文化、文物艺术品汇聚海南，助推海南建设国家对外文化贸易基地、国际旅游消费中心。

推动文化产业高质量发展 促进精神生活共同富裕

人民群众对美好生活的向往，不仅有物质方面的需求，更有精神文化方面的需求。当前社会采用的更多仍是传统的公共文化服务供给方式，缺乏精准化、个性化的文化产品和服务来满足人们越来越多样化的精神文化需求。

吕建中建议：一、财政、税收、金融等相关部门出台相关政策，通过政策引导、专项扶持等举措大力发展数字文化产业。二、鼓励和支持民营文化企业发挥好“生力军”作用。三、发挥好行业商协会作用，成立文化产业发展基金，深化文化领域供给侧结构性改革。四、鼓励和支持数字博物馆建设，提升公共文化服务水平。

制定智慧博物馆建设工作条例 助力文化强国建设

近年来,随着互联网、云计算、大数据、5G、AR/VR/MR等新一代信息技术的发展和应用,博物馆逐渐从单一的实体形态向具有完整智能生态系统的智慧博物馆方向发展。加强智慧博物馆建设,不仅有利于加快数字资源采集,提升馆藏文物保护能力,丰富数字文化内容供给,发挥博物馆展陈、教育等服务功能,提高博物馆的智能化管理水平和服务效能,更重要的是能够实现文化遗产的永久保护与永续传承,增强中华优秀传统文化数字资源的利用与开发,助力文化强国建设。

然而,目前我国智慧博物馆建设仍处于起步阶段。据此,吕建中建议:一、研究制定“智慧博物馆建设工作条例”,明确智慧博物馆的定义、类别、建设要求、评定规范、考核验收、社会服务等事项,为各地开展智慧博物馆建设提供根本遵循。二、制定智慧博物馆建设中长期发展规划,根据各省市不同情况,明确智慧博物馆的建设周期、建设数量以及资金保障、技术保障、人员保障等政策措施,有计划、有步骤、分阶段实施。三、发挥高校和科研机构作用,加强博物馆数字化专业人才培养。鼓励和支持高校和重点科研机构加强交流合作。四、建立智慧博物馆建设标准体系。认真研究博物馆智能化建设过程中的产权问题,做到产权明晰,资源共享。五、建立智慧博物馆安全管理体系。从数据采集、存储、分析、应用、数据库管理、数据共享权限、数据版权、安保人员培训、公众隐私等方面形成科学规范的制度体系。

科技诠释文化 加快制定数字经济促进法

据了解,大唐西市是国内唯一在唐长安西市原址上再建的以盛唐文化、丝路文化为主题的国际商旅文化产业项目,是唯一反映盛唐商业文化和市井文化的项目,是唯一用丝绸之路起点命名的项目,具有保护、展示西市遗址和反映丝路文化、盛唐商业文化、市井文化珍贵文物的功能,已成为西安市的城市客厅和重要的公益性文化基础设施。

吕建中说,我们做的是一个阳光的事业,一个受人尊敬的事业,一个国际化的事业,一个可以永续传承的事业,我们致力于将大唐西市打造成今日的经典,明日的遗产。这两年,经历了新冠肺炎疫情,“更让我越发认识到文化产业的发展离不开科技支撑”。如今,大唐西市集团积极布局新兴业务板块,用高科技诠

释文化内涵，取得了可喜成效。

“我们自主研发了一批支撑国际文化艺术品交易平台运行的高科技软硬件技术设备，取得了多项专利和软件著作权；搭建了面向文化艺术品和版权的行业区块链信息基础设施‘大唐链’，也正在搭建‘大唐云’。我们联合中国民营文化产业商会等单位共同推动实施的基于‘大唐链’的版权及艺术品登记交易创新应用项目，成为国家区块链创新应用试点。”吕建中说，“新的一年，我给自己定了新目标，充分利用好各个平台，将文化艺术品国内资源与国际资源更好地进行对接，在助力数字经济建设的同时，推动我国文化产业特别是民营文化企业实现高质量发展。”

基于以上文化产业数字化工作实践和行业发展面临的问题，吕建中在《关于制定数字经济促进法的议案》中建议：全国人大应加快制定“数字经济促进法”，为推动数字经济高质量发展奠定良好制度基础。同时，他还针对“数字经济促进法”立法提出具体建议：1.明确推动数字经济发展的目标、原则和任务；2.建立促进数字经济发展的相关机制；3.加快推进数字经济标准体系建设。他建议，“数字经济促进法”可以在各地开展促进数字经济发展相关实践的基础上，开展调查研究，总结实践经验，在海南自贸港开展先行先试。

链接地址：<https://mp.weixin.qq.com/s/wrXoUWgkz-E7H7bjF2sulQ>

【国内分析报告】

“一带一路”文化产业合作发展报告（2019）

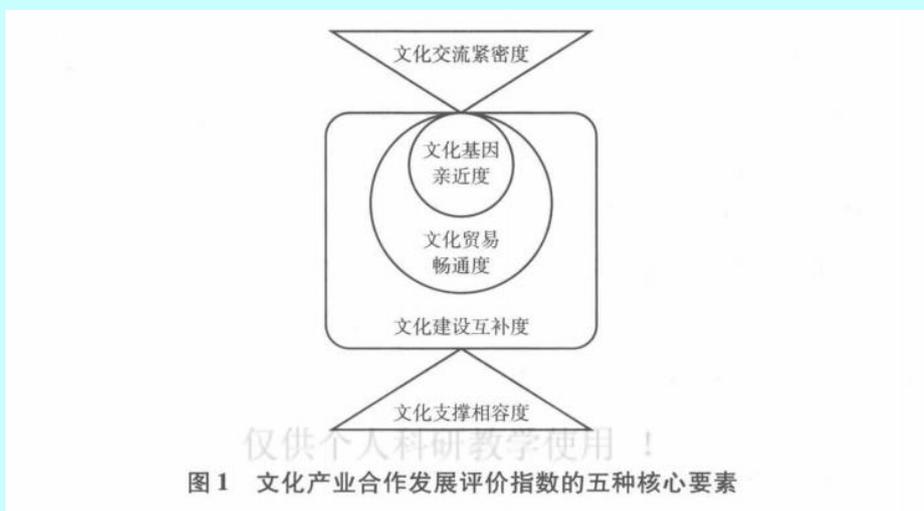
在总报告《中国“一带一路”文化产业合作的形势与趋势》中，从文化遗产传承、文化品牌打造、艺术联盟建设、产业重点推进等宏观角度回顾了“一带一路”文化产业合作的发展历程，分析了国内各省份和世界各国在合作发展中的做法和成果，总结了合作发展的海外生产、渠道代理、加盟共享、文化基建、并购融合、版权输出等六种主要模式，并对未来发展做出展望。

在分报告的8篇文章中，根据我国与沿线国家的资源禀赋特点和产业发展特色，对文化旅游、演艺娱乐、工艺美术、数字创意、电影、电视剧、出版、文化装备等八个行业进行深入剖析。

在专题报告的5篇文章中,《“一带一路”文化产业合作发展指数》综合考虑国家文化产业竞争力和投资贸易可行性构建合作发展指数,为国家和企业的未来发展提供参考;《“一带一路”文化创意产业发展格局与中国路径》利用文创上市公司数据评价各国文化产业的发展现状与未来潜力;《“一带一路”文化产业国际合作的优势选择与重点突破》通过在数据统计基础上的全面分析,就合作机制建立、文化政策价值取向等进行详尽分析总结,以期为未来扩大文化产业领域国际合作提出有参考价值的建议和对策。最后,按照国内“丝绸之路经济带”和“海上丝绸之路”的发展侧重划分为两个基本区域,选取重点省份新疆和福建对国内区域建设情况分别进行梳理总结。

在国别报告的5篇文章中,依照地理区位将沿线国家划分为俄罗斯、中亚五国、西亚北非、东南亚、中东欧五个部分,分别选取俄罗斯、哈萨克斯坦、阿联酋、马来西亚、波兰等五个重点国家论述其与中国文化产业合作发展情况。

在案例报告的6篇文章中,选取奥飞娱乐、山水盛典、四达时代、祁红等文化产品“走出去”的企业案例和中国与马来西亚、中国与澳大利亚等产业合作的国际探索,从成功经验中总结值得学习的理论经验,为未来的合作发展探索提供有益参考。



附件：“一对一路”文化产业合作发展报告（2019）.pdf

2020年中国文化产业的发展报告

中华人民共和国成立以来,文化事业全面繁荣,文化产业快速发展。站在新

的历史起点上，我国文化产业面临重要的战略机遇，“十三五”规划再次把加快推动文化产业发展成为国民经济支柱性产业作为重要的战略目标。2019～2020年，我国文化产业发展呈现动能转换、业态稳步提升的总体特征，主要体现为文化与新技术不断融合催生新产品、新业态，行业监管逐步完善为行业发展和产业价值提升提供保障，文化金融及产业园区助推产业高质量、生态化发展，文创开发促进更广泛的社会效益的实现。最后，本报告从科技融合、产业创新等角度提出未来产业发展建议。

表1 2019年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入情况

行业类别	绝对额(亿元)	比上年增长(%)	所占比重(%)
新闻信息服务	6800	23.0	7.9
内容创作生产	18585	6.1	21.5
创意设计服务	12276	11.3	14.2
文化传播渠道	11005	7.9	12.7
文化投资运营	221	13.8	0.3
文化娱乐休闲服务	1583	6.5	1.8
文化辅助生产和中介服务	13899	0.9	16.0
文化装备生产	5722	2.2	6.6
文化消费终端生产	16532	5.5	19.1
总计	86624	7.0	100

附件：2020年中国文化产业的发展报告.pdf

【国际分析报告】

艺术和文化产业对英国经济的贡献 英格兰艺术委员会的 经济与商业研究中心（CEBR）报告

本报告重点分析艺术和文化产业对英国经济的贡献和影响。并对国内生产总值、就业和家庭收入的额外贡献等宏观经济指标进行了评估。本报告还审查了艺术和文化产业通过其供应链联系以及雇员将收入用于更广泛的经济所刺激的活动而可能产生的间接和诱发的倍增影响。

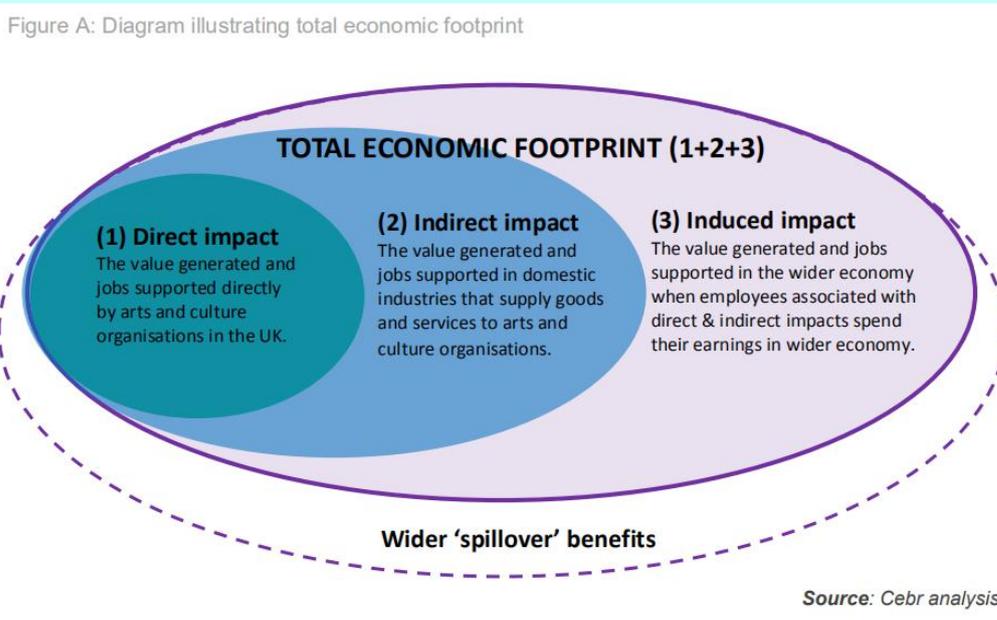


Table A: Direct and aggregate economic footprint of the arts and culture industry, 2018

Metric	Arts and Culture Industry	
	Direct Impact	Aggregate Impact
Turnover (£bn)	28.3	64.2
GVA (£bn)	13.5	29.4
Employment (FTE)	187,458	461,307
Employee Compensation (£bn)	7.3	16.4

Source: ONS, Cebr analysis

Table B: Direct and aggregate economic footprint of the NPOs, financial year 2018/19

Metric	NPO Impacts	
	Direct Impact	Aggregate Impact
Turnover (£bn)	2.1	4.1
GVA (£bn)	1.6	3.1
Employment (Headcount)	27,807	58,550

Source: ACE, ONS, Cebr analysis

1. 介绍

1.1 研究背景和目的

2. 范围和方法

2.1 研究范围

2.2 方法和方法概述

3. 艺术和文化产业的直接经济贡献

3.1 文化艺术企业的营业额贡献

- 3.2 艺术和文化企业的总增值(GVA)贡献
- 3.3 就业
- 3.4 员工薪酬
- 3.5 生产率
- 3.6 财政部对艺术和文化产业的贡献
4. 艺术和文化产业更广泛的乘数效应
 - 4.1 经济模型概述
 - 4.2 总营业额影响
 - 4.3 总增加值(GVA)影响
 - 4.4 总体就业影响
 - 4.5 总薪酬影响
5. 英国地区对艺术文化产业的影响
 - 5.1 直接影响
 - 5.2 按区域划分的总足迹
6. 文化艺术产业结构特征
 - 6.1 艺术和文化产业的市场结构
 - 6.2 文化艺术行业最大雇主错误—书签收藏不明确
 - 6.3 艺术和文化行业就业收入结构
 - 6.4 消费者在艺术和文化活动方面的支出
7. 非营利组织(NPOs)的经济影响
 - 7.1 为非营利组织提供资金
 - 7.2 非营利组织支持的经济足迹
 - 7.3 非营利组织的国际足迹
8. 与艺术和文化组织相关的静态溢出效应
 - 8.1 发展技能和生产力的作用
 - 8.2 支持创意社区
9. 动态溢出效应与创意集群
 - 9.1 集群简介
 - 9.2 布莱顿和霍夫

9.3 布里斯托尔

9.4 林肯

9.5 索尔福德

9.6 南伦敦

(翻译:谭朔金 校对:张琪)

原文链接:

https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/CEBR%20Main%20Report%20Contribution%20of%20the%20arts%20and%20culture%20industry%20to%20the%20UK%20economy_0.pdf

附件:《Contribution of the arts and culture industry to the UK economy》

格鲁吉亚文化发展和创意产业

十多年来,文化和创意产业(CCI)s得到了欧盟的认可,并被纳入其政策文件和方案。本报告概括介绍了欧洲东部伙伴关系六个国家(亚美尼亚、阿塞拜疆、白俄罗斯、格鲁吉亚、摩尔多瓦和乌克兰)的文化和创意产业部门,但最重要的是,报告针对具体国家提出了挑战意见,并为格鲁吉亚的文化创意产业提出了量身定制的建议。

内容

1. 执行摘要 团队和致谢
2. 欧盟创意产业
3. 任务和方法
4. 发展文化创意产业——地域分析与佐治亚州细想
 - 4.1 国家背景简要分析
 - 4.2 识别 CCI s 的横向特征
 - 4.3 建立参与性政策和平台
 - 4.4 依托新兴创意中心
 - 4.5 放宽获得特定资金和支持的条件
 - 4.6 改进创造性创业教育和技能
 - 4.7 发展受众和市场

4.8 鼓励国际化与合作

5. 关于格鲁吉亚发展文化和创意产业的建议

5.1 决策、参与和平台。

5.2 基础设施、资金和框架

5.3 技能、受众和市场

5.4 国际化与合作

(翻译：谭朔金 校对：张琪)

Georgia's main general opportunities include:	Georgia's main general challenges include:
<ul style="list-style-type: none"> > Growth of Georgia's profile in global media and tourist inflow > Recent EU visa regime for Georgia allowing free movement and exchange > Ongoing efforts to attract foreign investment and promoting Georgia internationally > Creation of tech-innovation ecosystem and policy incentives for SME development, including film-production and fashion as priority sectors > Governmental policy support to CClIs 	<ul style="list-style-type: none"> > Considerable unemployment and poverty rates while growing sectors still require support services (tourism) > Relatively low cultural consumption reveals internal territorial and social imbalance > Technological potential is not sufficiently connected with emerging CClIs > Continued weak performance and complex access to finance for micro and SMEs > Lack of overall awareness about CClIs and their potential

原文链接:

<https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/171116%20Creative%20Industries%20Report%20for%20Georgia.pdf>

附件：《Creative Industries Report for Georgia》

数字文化:数字转型的动力

数字技术和商业模式正在推动商业颠覆。疫情加速了这一趋势，使数字化转型成为企业成功的关键。然而，光靠技术是不够的；领导者需要看到他们组织中人性的一面。文化和人们与技术互动的方式是数字化成功的重要因素。

这份与企业高管和学术界合作创建的交互式指南为高管提供了可行的框架和工具，以改善其组织中的数字领导力和文化。这份互动文件将引导你进入一个数字化的办公空间。每个“房间”都为您提供了一种不同的方式来了解和促进数字文化：



接待处

- 了解什么是数字文化
- 了解文化是如何变化的
- 利益相关者影响空间
- 了解数字文化如何推动利益相关者的影响力

镜子房

- 通过引导式自我评估了解自己的状况

窗户房间

- 查看其他人在趋势和案例研究方面做了什么

未来房间

- 获取关于如何嵌入和
- 强化整个组织的数字文化

传达空间

- 为我们的案例库提交一个报道或对指南提供反馈

图书馆

- 参考其他案例和资源
- (翻译：谭朔金 校对：张琪)

链接：

<https://www.weforum.org/reports/digital-culture-the-driving-force-of-digital-transformation>

附件：《WEF Digital Culture Guidebook 2021》

【国家社科基金项目统计分析】

本模块通过统计及分析“国家社科基金项目数据库”中“文化产业”相关项目的数据信息，因我校设有文化产业管理研究室，特此统计了学科分类为管理学的项目信息，以便我校学者了解文化产业领域课题研究动态。

管理学科“文化产业”国家社科基金项目统计

项目类别	学科分类	项目名称	立项时间	项目负责人	工作单位
青年项目	管理学	资金配置与西藏文化产业发展的路径及对策研究	2016	王小娟	西藏民族大学
一般项目	管理学	我国文化产业安全实现机制研究	2015	曾荣平	南昌大学
一般项目	管理学	丝绸之路经济带背景下西北民族地区文化产业与旅游产业融合发展机制、路径、模式研究	2015	南宇	西北师范大学
重大项目	管理学	文化产业伦理研究	—	金元浦	上海交通大学
一般项目	管理学	引导民间资本投资文化产业研究	2014	陈芳平	兰州财经大学
一般项目	管理学	我国文化产业安全预警体系构建研究	2014	周晓宏	安徽工程大学
青年项目	管理学	数字化生存下的陕西历史文化资源与文化产业发展的研究	2013	赵东	陕西社会科学院
青年项目	管理学	西域历史文化资源与新疆文化产业发展的研究	2013	杨洁明	塔里木大学
一般项目	管理学	文化产业创新体系理论模型与实践比较	2012	郭淑芬	山西财经大学管理科学
重点项目	管理学	推动文化产业成为国民经济支柱产业研究	2012	杨永忠	四川大学
重大项目	管理学	中国文化产业人才培养体系建设研究	2012	牛维麟	中国人民大学
青年项目	管理学	基于文化产业发展的版权保护优化研究	2011	彭辉	上海社会科学院
一般项目	管理学	我国文化产业管理模式与绩效评估研究	2011	杨卫武	上海师范大学商学院

一般项目	管理学	基于超限战视角的文化产业国际竞争战略研究	2011	钱寿海	中共江苏省委党校
一般项目	管理学	经济全球化趋势下我国文化产业对外开放与维护国家文化安全研究	2010	欧阳有旺	南昌大学经济与管理学院

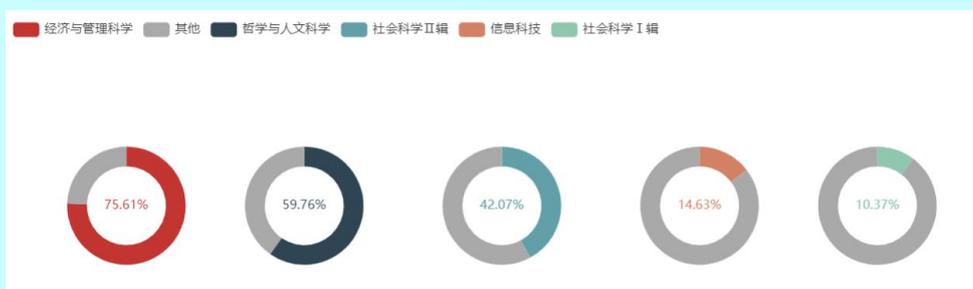
数据来源：国家社科基金项目数据库

管理学科“文化产业”国家社科基金项目分析

根据管理学科“文化产业”国家社科基金项目统计表中的项目名称，分别在知网中进行基金搜索，共检出相关基金项目成果文献共164篇，对这些文献进行了以下分析。

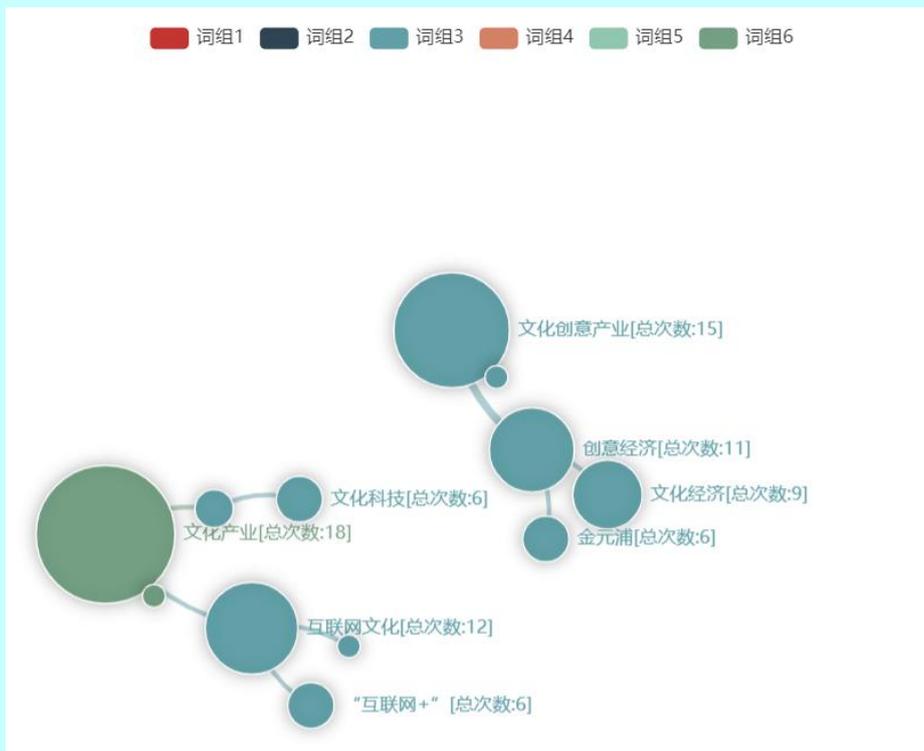
（一）学科分布

管理学科国家社科基金“文化产业”相关项目中，学科分类主要集中在“经济与管理科学”（75.61%）、“哲学与人文科学”（59.76%）等学科类别。



（二）关键词共现

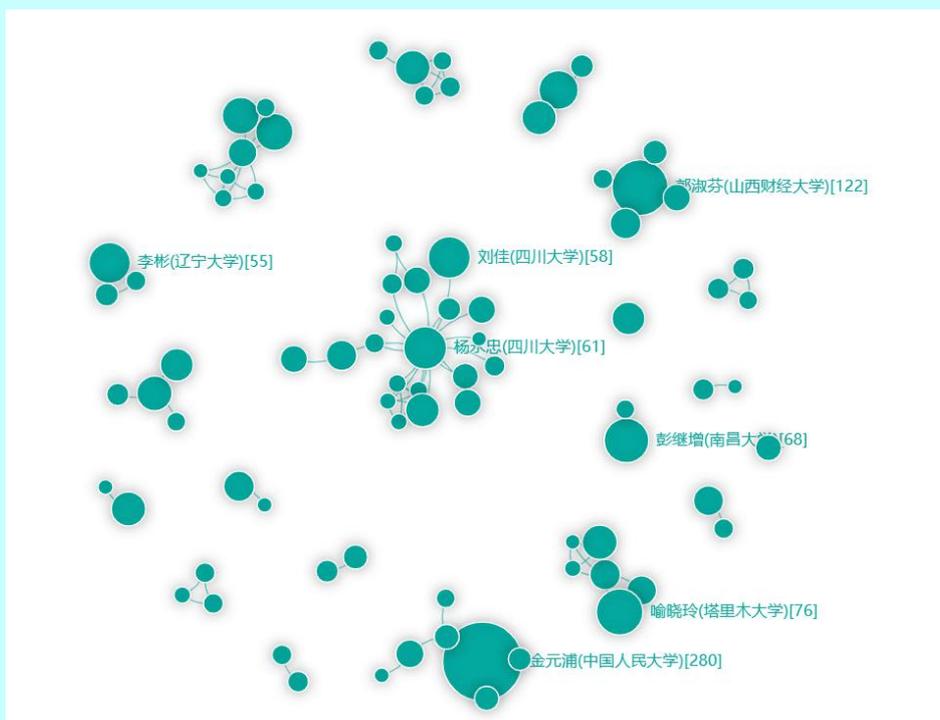
根据管理学科“文化产业”国家社科基金项目统计表中的项目名称，分别在知网中进行基金搜索，共检出相关基金项目成果文献共164篇，对这些文献进行关键词共现网络分析，得出下图。



从上图的关键词共现网络可以看出，出现频率较高的关键词主要有：文化产业（18次）、文化创意产业（15次）、互联网文化（10次）、创意经济（11次）。这些主题都是“文化产业”相关国家社科基金项目研究的热点话题。

（三）作者合作分析

对检出 164 篇基金项目成果文献进行作者合作网络分析，得出下图。



如上图所知可知,管理学科“文化产业”国家社科基金项目研究中,研究该领域较多的作者合作形成以项目负责人为中心,同机构研究人员为主的研究团队模式,如郭淑芬(山西财经大学)和杨永忠(四川大学)等都与同机构研究人员形成研究团队进行相关国家社科基金项目的研究;也有项目负责人协同其他机构合作的模式,如金元浦(中国人民大学)与西安交通大学、青岛科技大学、上海市教育委员会和澳大利亚科廷大学等机构的科研人员都有合作。

【知识可视化分析】

模块一：年度发文趋势

以“篇名”或“关键词”包含“文化产业”,来源类别选择“CSSCI”和“北大核心”,文献分类选择“经济与管理科学”,在知网进行检索,得到4788篇文献,为了更准确的把握文化产业的研究前沿,将时间限定调整为2017年-2022年,再次检索得到969篇文献。对检索结果进行知网自带的计量可视化分析,得到下图“文化产业”年度发文趋势。



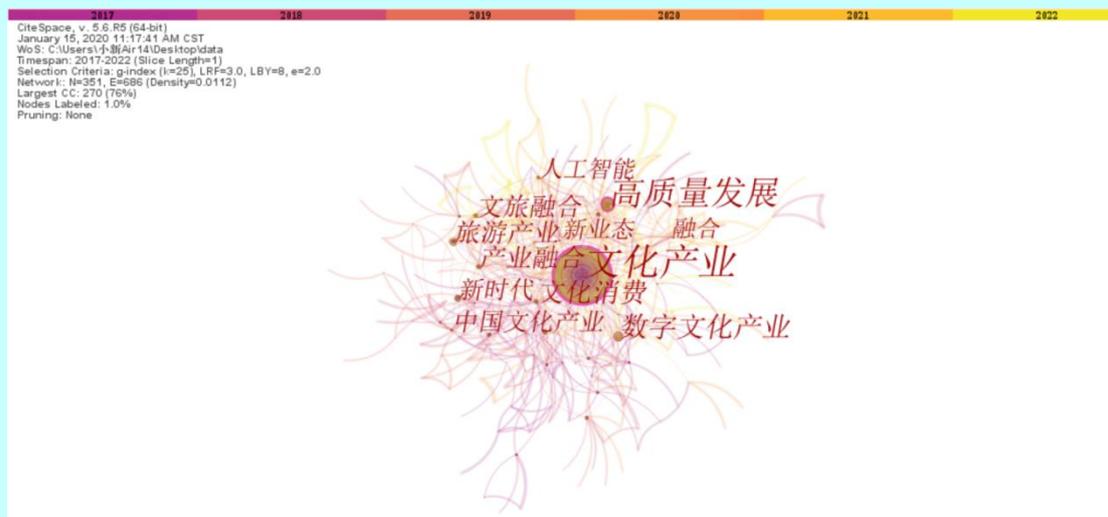
由上图可知,2017-2022五年间,我国关于文化产业的研究趋势趋于平缓,研究热度逐渐降低。2017年相关文献数量最多,2018-2021年,数量缓慢减少,相关研究趋于饱和。

模块二：研究热点分析

运用文献计量工具Citespace对检索出的969篇文献进行研究热点分析。

(一) 关键词共现

运用 Citespace 软件绘制出文化产业领域的关键词共现知识图谱，如下图所示。图中的每一个节点均代表一个关键词，出现次数越多则节点越大。节点越大，则越说明其是该领域的研究热点。图中的线条纵横交错，表示各个关键词之间并不是独立存在，而是有着千丝万缕的联系。



关键词词频共现图

在 CiteSpace 中可以看到各个关键词出现的频次以及关键词中心度，表 1 为排名前 20 的文化产业研究热点关键词，表 2 为中心度大于 0.1 的文化产业关键词。

表 1 “文化产业”高频词 TOP20

序号	关键词	频次	序号	关键词	频次
1	文化产业	624	11	文化自信	13
2	高质量发展	53	12	文化资源	12
3	数字文化产业	31	13	中国文化产业	12
4	旅游产业	29	14	文化贸易	11
5	产业融合	21	15	文化产业政策	11
6	文化消费	18	16	互联网	11
7	文旅融合	18	17	发展路径	11
8	“一带一路”	17	18	特色文化产业	10
9	人工智能	15	19	乡村振兴	10
10	新时代	15	20	供给侧改革	10

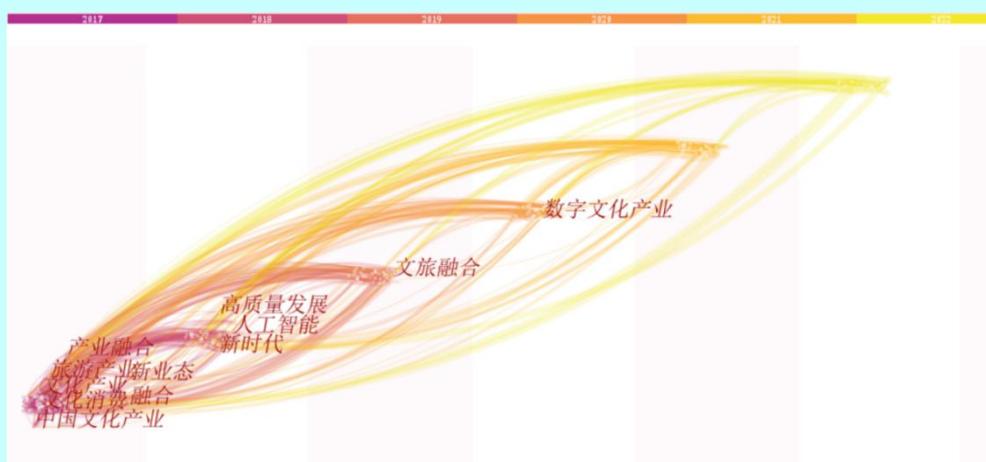
表2 中心度大于0.1的文化产业关键词

序号	关键词	中心度
1	文化产业	0.59
2	高质量发展	0.22
3	数字文化产业	0.13

在综合关键词共现图谱、高频词表后，我们可以直观看出，文化产业、高质量发展、数字文化产业等关键词最为突出，反映了文化产业领域的研究热点。

（三）“文化产业”研究演进

运用 CiteSpace 软件生成文化产业研究的时区图谱如下。图谱上的每一个关键词所处的时区，即这个关键词首次出现的时间，彼此之间的相连线条体现了关键词间相互联系，由此反映出文化产业领域研究热点的演化过程。

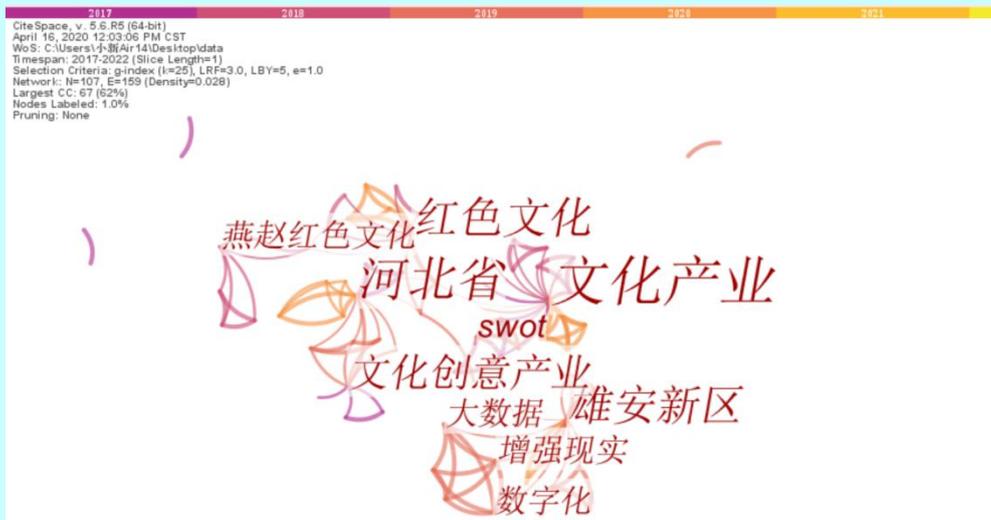


文化产业相关研究演进图谱如上图所示，每年都会出现新的热点关键词，展现着文化产业研究领域的演进过程，如2017年的热点关键词较多，“中国文化产业”“文化消费”“产业融合”“新业态”等成为这一时期文化产业领域的热点主题；“文旅融合”“数字文化产业”成为近几年文化产业研究领域的热点主题。

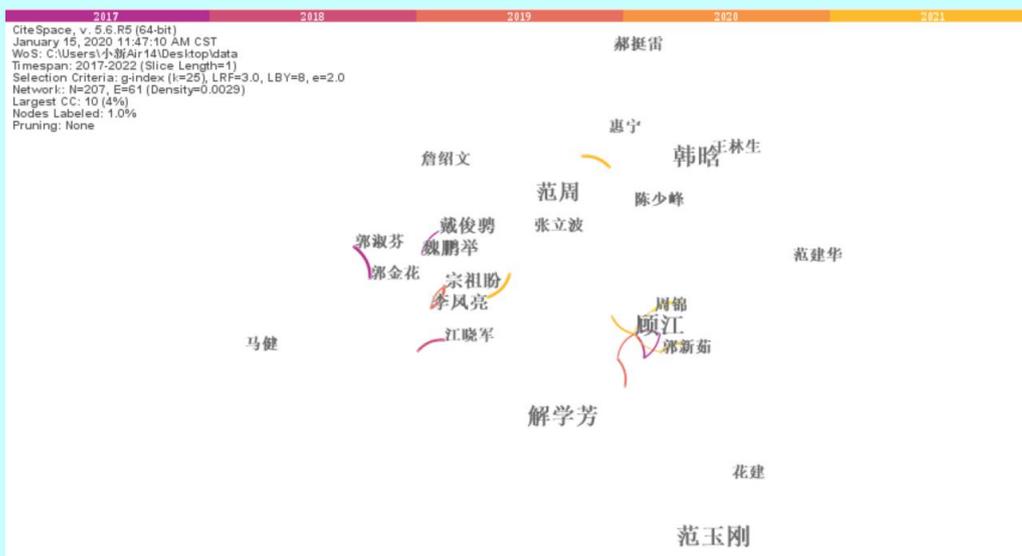
（三）“文化产业”我校研究热点

关于我校师生文化产业领域研究热点，在知网中限定作者单位为“河北金融学院”，并且主题为“文化产业”进行检索，发现我校师生共发文127篇。运用 Citespace 软件对文章进行关键词贡献分析，如下图所示。我校师生在文化产业领域的研究更多关注“文化产业”“河北省”“红色文化”“雄安新区”“文化创意产业”等主题，我校相关主题发文中王宪明老师发表的《推进文化产业发展的金融支持机制研究》一文被引频次较高，刊登在北大核心、CSSCI 期刊《国家

行政学院学报》；杨帆、刘景辉和田钰莹老师发文数量较多，对文化产业相关主题有持续关注和研究。



模块三：作者合作分析



作者共现图谱

通过作者共现可以识别研究领域内的核心作者群体，还可以明晰作者间的合作关系。从作者出现的频次来看，发文量最多的作者是韩晗（14篇），其次是范玉刚、顾江，均为11篇。在一定程度上说明当前文化产业的研究成果较为分散，尚未形成核心作者群体。

模块四：机构分析



发文机构共现图谱

由上图发文机构共现图谱可知，节点较大的机构，发文数量也较多，如深圳大学文化产业研究院（21篇）、华中师范大学国家文化产业研究中心（20篇）、武汉大学国家文化发展研究院（14篇）和中国传媒大学文化产业管理学院（13篇）等。有关文化产业的研究多为跨地区机构的合作，如中国海洋大学管理学院与北京大学艺术学院、北京大学文化产业研究院等机构的合作；同济大学人文学院与南京大学长三角文化产业发展研究院、武汉大学信息管理学院等机构的合作。较为突出的是深圳大学文化产业研究院、华中师范大学国家文化产业研究中心和武汉大学国家文化发展研究院，对于文化产业的研究成果丰富，影响力较大。

【资源获取门户网站】

1. 中国政府网：<http://www.gov.cn/>
2. 中国文化产业网：<http://cnci.sznews.com/>
3. 世界经济论坛：<https://www.weforum.org/>
4. 新华网财经频道：<http://www.news.cn/fortune/index.htm>
5. 北京大学文化产业研究院：<https://www.ici.pku.edu.cn/>
6. 人民论坛网：<http://www.rmlt.com.cn/>

7. 北京朝阳文化产业网：<https://chycci.gov.cn/>

微信公众号：



文化产业新视界



清科研究



中国企业报

【馆内图书】

序号	索书号	题名	出版者
1	G124/Z322	文化产业发展路径与安全预警机制研究	社会科学文献出版社
2	G127/L315/2:2019-2020	中国区域文化产业发展报告	社会科学文献出版社
3	G124/W414/3:2020	中国文化产业供需协调检测报告	社会科学文献出版社
4	F592.3/W085	新型城市化下旅游与文化产业融合研究	河海大学出版社
5	G127.22-53/G852	河北省文化产业发展问题研究	人民出版社
6	F592.3/X680	新时代文化产业与旅游业互动融合发展研究	中国社会科学出版社
7	G124/F168/2	中国文化产业40年回顾与展望	商务印书馆
8	G124/F168/3	数字经济下的文化创意革命	商务印书馆
9	G124/Z216	基于重要性和表现维度的中国创意文化产业区分析	经济管理出版社
10	G124/Z175	文化产业政策与法规	中国政法大学出版社

主编：刘雁 周莉

编辑：张琪 王凯艳 邸焯梅 苑艺