

中国数字创意产业发展研究

——基于产业链视角

王 博 张 刚

摘 要：数字创意产业是十三五规划提出的五大战略新兴产业之一，对中国经济发展有着至关重要的作用。本文从产业链视角分析了中国数字创意产业的全貌及发展现状，指出了当前产业发展面临的问题，总结了当前数字创意产业的发展趋势，并给出政策建议。

关键词：数字创意产业 产业链 细分行业

数字创意产业以文化创意与创新设计为核心，以数字技术和先进理念为推动，深度融合文化科技及相关产业，围绕用户的消费心理满足高阶需求，在经济发展方式不断转变的当下成为引领消费的新引擎。数字创意产业的高度发展显示出了消费对于拉动经济的重要作用，也是供给侧改革中通过需求促进投资结构变化和产业结构优化的重要抓手。

2016年，国务院总理李克强在《2016年政府工作报告》中，首次从国家层面提出了“数字创意产业”这一概念。“十三五”规划中，数字创意产业正式被列为战略性新兴产业之一，目标是打造成产值8万亿的新兴支柱产业。规划从技术和装备、内容与形式、设计水平以及产业融合的角度给出了发展路径，实现了该领域从无到有的重大突破，对产业发展意义深远。

本文从产业链视角深入分析当前中国数字创意产业的全貌、发展现状以及面临的问题，总结出了当前数字创意产业的发展趋势，并给出政策建议。

一、文献综述

国内外学界对数字创意产业这一新兴产业的研究并不充分。1912年，Schumpeter提出了现代经济发展的根本动力是创新。他认为，创新的关键就是知识和信息的生产、传播以及使用。这一观点奠定了“创意产业”的理论基础。1998年，《英国创意产业路径文件》中首次提出了创意产业的概念：创意产业是起源于个体创意、技巧及才能，通过生产和利用知识产权而创造财富和就业机会的产业。此后，发达国家掀起了一股研究与讨论创意产业的热

潮。随着数字化技术的发展以及大众传媒技术的提高，学者们将创意产业的研究纳入到数字化和网络化环境下，从而产生了诸如数码创意产业、数字媒体产业、数字内容产业以及数字艺术创意产业等新概念。Yusuf和Nabeshima（2005）认为，创意产业融合了大量高科技企业的特点，尤其是需要借助IT技术来打造。Garnham（2005）指出“创意产业”的概念是信息社会的产物，具有时代性，信息与通信技术赋予了创意产业生命力。

近年来，国内学界开始对数字创意产业展开讨论。薛晓东和谢梅（2007）给数字传媒产业定义为：以数字技术为基础的，提供以满足消费者某些精神文化需求为目标的相关企业联合体，具有数字技术性与知识文化性。金元浦（2005）认为，文化产业向数字创意产业发展已经成为时代的主流。夏光富和刘云海（2010）认为，构成数字创意产业的核心产业部门包括网络文化服务业、影视业、游戏业、动漫业、数字出版业等，同时还应当包括这些核心部门与其他产业的融合和延伸。

综上所述，本文将数字创意产业定义为：建立在创意资源基础上，运用现代数字技术、网络技术和大众传播技术等，以人的创造力为动力的企业及其以数字化、网络化生产方式进行的文化价值的创造和传播的产业，也包括运用文化创意和数字技术提高传统文化产业附加值。

从以往研究看，国内研究主要停留在数字创意产业的定义以及范围，在产业发展、产业链及产业政策等方面缺乏系统深入的分析。在十三五规划大

背景下,厘清国内数字创意产业的现状、产业链全貌以及发展趋势显得尤为重要。

二、数字创意产业链分析

数字创意产业链是指最初的创意通过数字技术手段到最终的创意产品再到消费者手中的整个链条,这个链条通过利润分配来实现并确定发展方向。

(一) 产业链全貌

根据数字创意产业的特点,可以将其产业结构分为上游、中游和下游组织。上游组织是内容创造方,中游组织是平台提供方,下游组织是渠道方。

1. 内容创造方:也是资源提供方,为整个行业提供内容素材,主要内容包括文化资源和数字创意产品,如文学原创、设计理念以及软件技术等,整合各方平台资源用以统一发布。在互联网日益发达的环境下,上游的内容提供方正在不断扩大,一切与文化创意相关的作品都可以成为数字创意产业可以发掘发挥的内容。

2. 平台提供方:通过数字技术手段为文化资源提供传播平台和媒介,是以企业为主体产学研用相结合的最关键一环。这一平台主要包括两方面内容:创作生产的技术装备以及传播服务的技术装备。创作生产的技术装备是指进行数字创作、网络协同的技术手段,通过大数据以及人工智能等技术提高文化创意创作在生产领域的应用。传播服务技术装备主要是数字文化的呈现技术,将文化内容以真实、智能和快捷的方式呈现到消费领域。

3. 渠道方:渠道方是产业链末端的销售平台,直接对接消费领域,这一环节整合产业链上已成型的创作以及传播手段等资源,向大众提供服务。随着互联网和信息通讯等技术的发展,渠道方的发展已经非常成熟。当前,各类网络平台、应用市场以及资讯媒体等不断发展壮大,各个细分领域竞争激烈,为好资源的推广和销售提供了有利的条件。线下渠道,如主题展会、主题园区以及商店等,更是在全国各地不断兴起,资源充足。

(二) 细分行业及产业链构成

数字创意产业主要包括网络文学、VR(虚拟现实)、创意设计、动漫、影视、游戏以及在线教育七大细分领域。当前,我国游戏、影视行业发展相对成熟,一直处于产业中的领先地位;创意设计当前积极融合创意内容和智能设计,处于飞速发展阶段;网络文学、在线教育和动漫产业稳定发展;VR行业仍处于起步阶段,综合实力有待提高。

(三) 数字创意产业链的特征

1. 高附加值

数字创意产业是推崇创新设计、融合科技创意与优秀文化内容而形成的具有高度经济价值的产业形态。该产业知识高度密集,其附加值高于大多数的传统产业。随着大众信息采集手段的提高,数字创意产业的整体利润向上游的原创领域集中,内容资源的原创及集成配置能力正在成为产业链的核心环节。

2. 高科技

数字创意产业是高新技术产业,通过数字技术、现代通信技术以及网络技术等平台进行文化价值创造和增值,而且其产品和服务的传播和扩散都具有较强的网络性。“数字化”“网络化”特征明显。

3. 高风险

数字创意产品主要以满足消费者带有个性化色彩和不确定性的精神需求为主,具有强烈的精神属性。这样的属性在行业间会产生极强的“转换成本”,从而产生“锁定效益”,提高了产业的准入门槛和竞争强度,产业投资回报不稳定。另外,数字创意产业以智力投资为主,属于典型的轻资产行业,缺少不动产,再加上正处于起步阶段,技术和盈利模式不确定性较大,投资的风险强。

三、中国数字创意产业发展现状

(一) 发展势头

1. 发展迅速

近年来,数字创意产业规模发展迅速。2015年同比增速30.96%,2016年增速达25%。在十三五规划的强大刺激下,产业将会迎来更好的发展势头。2016年,数字创意产业上市公司营业收入增长整体维持了33.1%的速度,17家企业营业收入增幅达到100%,38家企业收入增幅超过50%。这也反映出我国消费需求增长以及消费结构升级带来的文化和信息消费的拉动作用。

2. 发展空间巨大

当前,全球正处在数字技术与创意交汇的拐点上,发达国家已经占领了数字技术创新的前沿高地,发展速度遥遥领先。数字创意产业在英美等发达国家经济体中扮演着极其重要的角色。以2015年数据来看,英国数字创意产业占GDP的比重达到8%,为全球首位;美国紧跟其后,为4%;日本达到了2.4%。相比之下,中国数字创意产业规模在GDP中仅占有0.86%,还有很大的提升空间。

3. 资本空前涌入

随着行业的快速发展,金融机构加大了对数字创意产业的扶植力度。以上市公司融资情况来看,2016年资产规模在前20位的数字创意上市企业借款合计大455.16亿元,近2/3的企业借款金额同比增速超过50%。而且银行等金融机构正在围绕创意企业的核心资产进行信贷创新,解决其轻资产贷款难的问题。

(二) 面临的问题

1. 数字创意的内容和形式还比较单一

当前,我国数字创意产业的上游资源主要以文学作品(以网络文学为主)、影视作品、动漫娱乐原创和机构平台为主。但是中国内容创造领域发展还不够充分,表现为:(1)优秀文化资源转化性不强。艺术品、非物质文化遗产以及地方特色文化内容等传统文化资源并没有得到很好的利用。中华文明博大精深,如果能够将丰富的民间文化和传统文化通过互联网传播的方式挖掘并激发文化创意,这个产业将得到飞跃式的发展。(2)数字创意内容原创水平参差不齐,具有优秀成长性和设计水平的企业或者平台,体量较小、数量不多、独立抵抗风险能力较差,很容易在市场中湮没。

2. 侵权现象依然严重

知识产权保护对该行业具有重大影响,而当前在国家知识产权保护并没有完全成熟的境况下,侵权行为将会严重影响企业发展。目前,在数字创意产业,内容和设计的原创层级盗版现象依然普遍,网络版权秩序混乱,严重影响了创意平台的市场规范。

3. 数字创意产业园过度扩张

伴随着国家发展新兴产业规划,各地方政府分别出台了配套措施鼓励本地企业发展,吸引外来投资。目前,全国数字创意产业园区数量已经超过2500家,文化部先后批准20家国家级文化产业示范园区以及335家国家文化产业示范基地。然而,这一数字的背后却是重复建设和同质化发展带来的产业混乱、分工不明确以及定位不准确。目前,多数地方园区企业难以盈利,仅能靠政府补贴得以维系。据统计,目前全国有90%的数字创意产业园区面临亏损或闲置。

四、基于产业链视角的 对中国数字创意产业发展的政策建议

1. 健全知识产权保护体系

知识产权是数字创意产业的核心和灵魂。行业健康发展的基础在于优秀文化原创内容的知识产权

保护。国家应当高度重视知识产权保护,建立高效的综合行政执法体系,彻底界定数字创意领域产权类型复杂和涉及面广的执法责任;建立简易案件迅速裁决的审判机制,完善知识产权审判程序;充分利用刑事手段,加大对侵权犯罪行为的打击力度;建立维权举报快速响应机制,形成全社会的监督体系。

2. 丰富数字创意的内容和形式

要依托当下先进的数字技术,推广全民创意等全新方式,挖掘中国优秀的文化资源,激发文化创意,打造更多优质、多样和个性化的数字创意产品。首先,应当促进优秀文化资源创造性的转化,鼓励对艺术品和非物质文化遗产等资源的数字化转化与开发;依托本土特色,创造具有鲜明区域特点的数字创意产品;还要强化高新技术对文化产品的支撑力度,建设数字文化资源平台,引导产业链健康运行。

3. 提升数字创意技术和装备水平

一方面,提升创作生产的技术装备水平,完善数字文化创意产业技术和服务标准,推动数字创意内容的开发和应用。另一方面,要增强传播服务技术装备水平,研发具有自主知识产权的高端装备,大力发展数字艺术呈现技术,提升技术装备关键标准,打造一流的技术和装备平台。

4. 推动产业融合

政府要引导创意产业重点领域融合发展。推动数字创意在电子商务、教育以及农业领域的应用,加强数字技术对相关产业的融合和推动作用,构建数字创意项目资源库和对接服务平台,采用线上线下推广手段,提高各类产业发展水平,并开展跨界交流合作,打造各领域的数字创意全产业链企业。

参考文献:

- [1] Croitoru A. Book Review: Schumpeter J A. 1934 (2008), The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle [J]. Journal of Comparative Research in Anthropology & Sociology, 2012, 3 (2): 12.
- [2] Yusuf S, Nabeshima K. Japan's Changing Industrial Landscape [J]. Policy Research Working Paper, 2005.
- [3] Nicholas Garnham. From Cultural to Creative Industries [J]. International Journal of Cultural Policy, 2005, 11 (1): 15~29.
- [4] 薛晓东,谢梅.数字传媒产业自组织运营模式研究[J].电子科技大学学报(社会科学版),2007,9(1):50~53.
- [5] 金元浦.中国理念的充分展示[J].瞭望,2005(29):57~57.
- [6] 夏光富,刘应海.数字创意产业的特征分析[J].当代传播(汉文版),2010(3):70~71.

作者单位:王博,中国人民大学农业与农村发展学院
张刚,中国人民大学劳动与人事学院