

# 数字创意产业发展研究

陈 刚 宋玉玉

(北京大学, 北京 100871)

**摘 要:**在 2016 年印发的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中, 正式将数字创意产业列为战略性新兴产业之一, 但是目前数字创意产业的落地情况并不理想, 学术界对于数字创意产业并没有给予足够的重视, 对这一新兴产业的研究并不充分。当前, 数字创意产业需要形成新理念, 构建新模式; 积极探索数字化背景下文化和产业转型、升级、重构的路径, 促进数字创意产业成为文化发展的高点和经济增长的亮点, 不断满足人民对美好生活的需求。

**关键词:**数字创意产业; 文化产业; 数字经济; 创意创新

**中图分类号:**G124 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-6924(2019)02-082-088

**DOI:**10.13713/j.cnki.cssci.2019.02.012

2016 年 12 月, 国务院正式印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》(以下简称《规划》), 首次将数字创意产业纳入国家战略性新兴产业发展规划, 数字创意产业成为与新一代信息技术、生物、高端制造、绿色低碳产业并列的五大新支柱。

《规划》印发以来, 多省(市、区)纷纷制定相应政策, 对战略性新兴产业进行重点布局, 但在众多地方规划中, 数字创意产业却频频缺席。与此同时, 学术界对数字创意产业也没有给予足够重视。自 2007 年, 有学者首次就数字创意产业的概念进行界定与区分以来, 在此后长达十年的时间里, 相关研究基本处于“断档”状态。<sup>[1]</sup>直到 2016 年, 中国数字创意产业峰会发布了《2016 中国数字创意产业发展报告》, 该报告对“数字创意”的产业政策、细分市场、典型园区、企业案例、发展瓶颈与前景所做的相应解读, 可以看作是对数字创意产业的首次系统性梳理。<sup>[2]</sup>然而, 彼时数字创意产业还未被正式列入《规划》, 对其认识

还处于较初步的总结阶段, 也并未就数字经济对产业的深刻影响进行深入分析。

随着国家“十三五”规划的实施进入中后期, 对数字创意产业的深入研究愈发具有较高的理论意义和实践意义。一方面, 与其他产业一样, 文化产业也无法逃避数字化的冲击, 因此, 对这种剧烈变化的关注和回应成为必须; 另一方面, 数字创意产业“落地难”的现状普遍存在, 因此, 对这种普遍现状的针对性策略建议也成为必须。

本文将通过对数字创意产业相关政策力度的提升过程, 对数字创意产业的概念进行界定, 分析数字创意产业的战略意义, 并对数字创意产业落地的发展策略提出针对性建议。

## 一、数字创意产业相关政策的发展历程

数字创意产业是随着国家经济增长和互联网发展逐渐登上历史舞台的新兴产业, 笔者对 2008 年至 2018 年间数字创意产业相关的国家政策进行了梳理:

**基金项目:**国家社科基金重点项目“广告产业中国模式的理论建构研究”(14AXW012)。

**作者简介:**陈刚, 北京大学新闻与传播学院教授, 博士生导师, 北京大学新媒体营销传播(CCM)研究中心主任, 中国广告协会学术委员会主任, 主要研究方向: 数字营销传播、广告学; 宋玉玉, 北京大学新闻与传播学院博士生, 主要研究方向: 数字营销传播。

表1 对数字创意产业相关国家政策的梳理(2008-2018年)<sup>[3]</sup>

时间	国家政策文件	文件内容摘要
2008年9月	《关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》	指出“要积极发展面向民生的服务业。如加快发展广播影视、新闻出版、邮政、电信、文化、体育和休闲娱乐等服务业。积极扶持电子书刊、网络出版、数字图书馆、网络游戏、电影特技制作、数字艺术设计、数字媒体、虚拟展示等新兴数字创意产业发展”。
2009年9月	《文化产业振兴规划》	明确提出“数字内容产业是新兴文化业态发展的重点”。在“重点任务”中,首先指出发展重点文化产业。
2010年10月	《国务院关于加强培育和发展战略性新兴产业的决定》	指出“大力发展数字虚拟等技术,促进文化创意产业发展。”
2011年3月	《“十二五”规划纲要》	提出“发展数字内容服务,大力发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、演艺娱乐、数字内容和动漫等重点文化产业”
2014年2月	《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	提出“促进文化产业与科技的融合,包括移动互联网在内的数字文化产业、动漫、手游等文创企业都将获得政府支持。”
2014年3月	《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	在第二项重点任务中,更为清晰地描绘了数字内容发展的蓝图,意见直接指出了数字内容在文化产品发展中的支撑作用和重要意义,以及数字内容与文化产业发展的双项融合意义。
2016年3月	《2016年政府工作报告》	在政府报告中首次提出“数字创意产业”。《2016年政府工作报告》中指出“启动新一轮国家服务业综合改革试点,实施高技术服务业创新工程,大力发展数字创意产业。要‘加快现代服务业发展,大力发展数字创意产业’。”
2016年12月	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	首次把数字创意产业纳入战略性新兴产业范畴,并指出:“计划到2020年,形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局,相关行业产值规模达到8万亿元。”
2017年1月	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录(2016版)》	明确国家战略性新兴产业的5大领域和8个产业。数字创意产业首次成为国家战略性新兴产业八大产业之一。

文献来源:在参考2008年至2018年间有关数字创意相关的政策文件和《数字创意产业发展探析》等文献的基础上整理而成。

从上表可以总结出数字创意产业政策的发展历程:

第一,数字创意产业最早只是区域性扶持产业。2008年9月,国务院在《关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》中指出:“积极扶持电子书刊、网络出版、数字图书馆、网络游戏、电影特技制作、数字艺术设计、数字媒体、虚拟展示等新兴数字创意产业发展。”这是在国家级文件上首次出现“新兴数字创意产业”的表述,但需要注意的是,这是数字创意产业的初级阶段,一方面,该政策本身是区域性的试点政策,另一方面,其涵盖的内容也相对简单。

第二,数字创意产业逐渐明晰同文化产业的关系。“数字创意产业”是“创意产业”的延伸与发展。但是,数字创意产业同文化产业到底是什么关系?2009年到2011年,国务院分别下发了《文化产业振兴规划》(2009年)、《国务院关于加强培育和发展战略性新兴产业的决定》(2010年)和《“十二五”规划纲要》(2011年)等政策文

件,文件明确指出了要支持和促进数字内容产业、文化创意产业和数字内容服务等文化产业的发展,意味着从政策层面,明确了数字创意产业本质上是文化产业的数字化。

第三,数字创意产业逐渐确定文化产业与数字科技融合的发展方向。国务院于2014年2月和3月份分别下发了《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》和《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,指出数字内容在文化产品发展中的支撑作用,以及数字内容与文化产业发展的双项融合意义。这为数字创意产业的发展方向提供了路径指导,一方面强调了内容数字化的重要性,另一方面指出了产业升级的方向。

第四,数字创意产业正式成为国家战略性新兴产业支柱产业。2016年3月初,李克强总理首次在《2016年政府工作报告》中提出“数字创意产业”的概念。《2016年政府工作报告》指出:“启动新一轮国家服务业综合改革试点,实施高技术服务业创新工程,大力发展数字创意产业。”同年12

月,在《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中,国家正式将数字创意产业列为战略性新兴产业之一,提出“将数字创意产业打造成五个‘十万亿级’的新兴支柱产业之一”的目标。2017年初,在《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录(2016版)》中,在2013年原有的七个细分产业的基础上,新增加了数字创意产业,并明确规定了数字创意产业三大重点方向,分别为数字文化创意、设计服务、数字创意与相关产业融合应用服务。这一系列政策,明确了数字创意产业的国家战略地位,提出了其发展目标,规划了其重点发展方向,形成了国家层面系统性的顶层设计。

综合而言,数字创意产业的相关政策是随着数字经济的发展而不断变迁的。从政策支持力度来看,数字创意产业从最早的区域性扶持产业,提升到了国家战略性新兴产业;从产业涵盖范围来看,从早期以数字出版和数字内容为主,进一步指向文化产业整体的数字化;从产业的发展方向来看,从早期的内容数字化,不断丰富并延伸至数字创意、设计服务以及融合发展应用等。这种变化应该引起各方的高度重视,一方面要充分领会中央产业布局的战略考虑,另一方面也要充分认识这种战略考虑实际上是对经济发展规律的回应,意味着数字创意产业巨大的市场需求和发展机会,主动转型、积极应对是责无旁贷的责任和使命。

## 二、数字创意产业的界定

在数字创意产业的发展过程中,如何准确地理解数字创意产业的内涵,制定针对性的政策,形成具体的规划,是亟待解决的问题。如何界定数字创意产业?根据目前的研究,主要可以分为两类:

一类是从文化产业的延伸和转型的角度进行思考。比如,周志强和夏光富认为,“数字创意产业是指建立在文化资源基础之上;运用现代数字技术、网络技术、现代通信技术和大众传播技术;主要以人(个体和团队)的精神创造力、技艺才能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、传播和交易等活动;也包括运用文化创意和新技术提高传统文化产业附加值的活动。”<sup>[4]</sup>邱丽娜和张明军提出,“数字创意产业是指将文化、工业设计创意资源与信

息技术、网络技术紧密结合;依托拥有自主知识产权的原创内容;以数字展示技术来设计、研发、制作、服务和运作来实现意识形态高科技产业。一般包括网络游戏、手机游戏、数字动漫、产品设计、软件、广告等行业。”<sup>[5]</sup>2018年,王博和张刚进一步提出,“数字创意产业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。”<sup>[6]</sup>

另一类是为数不多的研究,试图跳出文化产业,开始从新经济的角度思考。比如,王红梅等于2010年指出,“数字创意产业以信息网络为平台、数字化技术为工具、知识文化为资源、创意为动力而进行的新经济活动。”<sup>[7]</sup>

笔者认为,数字创意产业不能仅从文化产业的视角进行分析,而要立足于数字技术变革引领的整体社会发展和产业发展,来审视数字创意产业的内涵。要把握数字创意产业的内涵,应该注意三个方面:

第一,数字与创意。数字创意产业最核心的特点是数字和创意。之所以同以往的产业形态不同,根本原因是数字技术的变革。数字技术包括了传输、网络、移动、大数据、人工智能等,这些技术的研发应用带动了产业的创新发展。所以,理解数字创意产业,最重要的是深刻地把握数字逻辑,而不是从文化产业等产业现有的形态去想象。在数字化变革中,创意的价值得到凸显,原来文化产业中机构、制作、渠道的价值和作用在不断地减弱甚至被技术所消解。而且,在数字化重构的过程中,创意在生活服务和生产制作领域的地位和价值得到巨大的提升。所以,数字创意产业中的创意不再是原有文化产业中所理解的同内容相关的创意,而是成为数字化生活服务和生产制造中的一个重要环节,内涵与外延都在变化。

第二,文化与经济。数字创意产业确实是产业,但是,这个产业同一般的产业不同,它首先是文化建设和文化服务的组成部分,承担着文化责任与文化使命。繁荣社会主义文化,建设社会主义文化强国,是数字创意产业责无旁贷的历史职责。技术的变革是一场文化革命,正在酝酿形成全新的数字文化形态。在中国特色社会主义新时代,数字创意产业的重要功能是适应时代的变

化,打造新型的社会主义数字文化发展模式。数字创意产业不同于现有的文化产业,不是文化产业的延伸转型或者所谓的“互联网+”,应该从数字经济的高度,把握变化的趋势,推动创意成为数字化生活服务与生产制造的动机,让数字创意产业成为数字经济发展的引擎。

第三,动态与拓展。数字创意产业本身是一种产业创新,目前并不成熟,还在不断地探索过程中;同时,数字技术的发展正处于突飞猛进的升级迭代过程中,总体来看,目前正处于互联网的下半场和物联网的起步阶段。在这样的环境下,对数字创意产业的理解一定要保持包容性和开放性,不能基于原有的模式、理论和方法进行分析思考,也不能基于阶段性的现象进行总结概括。应该关注技术变革的前沿,动态思维,不断地深化对数字创意产业的认识,不断地拓展数字创意产业的内涵。

在以上分析的基础上,笔者认为,数字创意产业,是依托数字技术,以创意为动力,进行文化价值的创造,促进生活服务与生产制造领域的数字化重构,推动数字经济发展的新型产业。

### 三、数字创意产业的战略意义

党的十九大以来,中国特色社会主义进入了新时代。一方面,人民日益增长的美好生活期待需要数字创意产业提供丰富的精神食粮。另一方面,随着供给侧结构性改革的深入推进,经济结构的不断优化,数字经济等新兴产业的蓬勃发展,数字创意产业也面临必须变革的机遇与挑战。上文已经对数字创意产业相关政策的出台过程进行了梳理,可以明确的是,发展数字创意产业已提升到了国家战略高度,产业地位得到明显提升。在此背景下,我们更加应该充分认识数字创意产业的战略意义。

第一,发展数字创意产业的本质是对文化产业的优化和重构。随着互联网在全球范围内的扩展,互联网正在深刻的改变人类的传播方式、生活方式与生产方式,人类社会正在进入数字社会。在这一社会形态下,所有产业都不可避免地面临数字化转型。发展数字创意产业的本质,即是文化产业的数字化,是对文化产业的优化和重构。这种优化和重构,是产业数字化生存的必由之路。

所谓优化,是指在不改变文化产业现有业态

的基础上,利用互联网技术破除传统文化产业发展的障碍与局限性,促使文化产业提质增效,助推文化产业转型升级。一是能够通过创新和应用数字制作和展示技术,减低成本,提升内容的效果,创造更多的优质文化内容;二是能够利用互联网传播的便利和多样的渠道,提升文化内容的传播效率;三是能够利用技术逐渐解决需求方与供给方之间信息不对称的问题,从而促使文化资源更加有效的合理配置。

而所谓重构,是指在不断优化的同时,培育新型的文化业态。十九大报告指出:“要健全现代文化产业体系和市场体系,创新生产经营机制,完善文化经济政策,培育新型文化业态。”<sup>[8]</sup>数字创意产业就是一种新型的文化业态,这种业态在数字技术的驱动下,将打破现有的产业边界,不断拓展产业链的长度和宽度,提升产业的服务能力和水平,实现与其他产业的多维互动和融合发展,为社会经济的发展提供新的增长点和新动能。

第二,数字创意产业是数字经济的重要组成部分。数字经济是指采用数字技术进行经济活动的经济范式,<sup>[9]</sup>数字经济的高速发展,已经成为我国经济的主要增长点。第五届世界互联网大会正式发布了《世界互联网发展报告 2018》蓝皮书,报告中明确指出,2017 年中国数字经济总量达 27.2 万亿元,数字经济对 GDP 增长贡献率达 55%。<sup>[10]</sup>

而具体到文化产业,2017 年中国文化产业实现增加值 35462 亿元,比 2004 年增长 9.3 倍,其增加值占 GDP 的比重由 2004 年的 2.15% 提高到 2017 年的 4.29%。虽然仅从文化产业自身来看,其发展呈快速增长态势,但如果与数字经济的总体发展速度进行横向对比,文化产业的发展是相对滞后的。因此,发展数字创意产业,是通过对文化产业的数字化优化和重构,来不断提升对数字经济的服务能力和贡献能力。

习近平总书记在 2018 年全国网络安全和信息化工作会议上指出:“要发展数字经济,加快推动数字产业化,依靠信息技术创新驱动,不断催生新产业新业态新模式,用新动能推动新发展。”这一指导思想可以帮助我们进一步明确数字创意产业的战略定位。一方面,数字创意产业通过技术驱动,形成新产业新业态新模式,用新动能推动新发展,另一方面,基于数字创意产业自身

发展的逻辑和内容,已经成为数字经济中的重要组成部分,将全面参与并服务于网络强国、数字中国以及智慧社会的建设。如何实现数字创意产业的“支柱”性引领,是未来一段时间需攻克的重点课题。

第三,数字创意产业是实现文化强国的重要途径。党的十九大报告强调:“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路,激发全民族文化创新创造活力,建设社会主义文化强国。”<sup>[8]</sup>从这一高度去理解文化建设的重要性,就更应该重视数字创意产业蕴含的巨大力量。

一是发展数字创意产业将有利于加快文化传播的速率。在数字技术的推动下,快速推进传统文化的数字化编码与传播,实现新文化内容的创新与传递,推动新文化产品的落地与推广,从而迅速提升文化的影响力。

二是发展数字创意产业将有利于形成文化的正面导向力。通过系统的观念变革和资源整合,创造更多的优质文化内容,打造新的文化场景和社会风向,推动数字文化建设,强化数字生活空间文化的正能量和引导力。

三是发展数字创意产业是激发全民族文化创新创造活力的关键路径。通过市场的有效配置和政策的积极引导,形成释放个体、机构创意潜力,推动文化市场繁荣,培育创新创造氛围的重要入口,从而深入挖掘文化的丰富性、多元性、活跃性。

四是发展数字创意产业是满足人民对美好生活向往的重要手段。文化与创意是“美好生活”不可或缺的组成部分,在人民日常审美和愉悦感官中扮演重要的角色。随着文化消费的升级,如何为海量的市场提供高质量的数字创意产品,为人民的美好生活提供全方位服务,是数字创意产业的历史使命,也是为建设文化强国赋能的重要表现。

第四,新时代为数字创意产业的发展提供了历史性机遇窗口。数字经济时代,海量数据存储运用和高科技数据管理能力,使得供需双方的信息不对称得到有效缓解,物质产品供给和需求的可计划性会日益凸显,智能化对人力劳动的替代也会加速。在这一背景下,数字创意产业独特的

优势得以显现。

一方面,虽然利用数字技术,比如大数据分析,文化产业的生产也力图更多地与需求匹配,但总起来说,文化产业具有更多的不确定性。这种不确定性源于创意与文化的高度复杂性,决定了该领域将是未来人类智力和创造力投入的重点领域。

另一方面,在技术发展的推动下,社会生产体系的重构,使得文化消费的市场空间不断扩大,文化创意产业将拥有更广阔的市场空间。与此同时,更多的人力从社会生产体系中解放出来,并回流到数字创意产业中,为文化生产的繁荣提供了更丰富的人力储备和创造力释放的空间。

因此,笔者认为,数字创意产业遇到了历史性的机遇窗口,未来文化产业有可能进入数字文艺复兴时代。

第五,数字创意产业将成为数字经济中链接文化产业、生活服务、生产制造的枢纽。在数字化的发展过程中,数字创意产业将不再局限于文化产业,而成为数字经济中链接文化产业、生活服务和生产制造的枢纽。它是上述三者的交集,核心内容是以数字文化价值为载体,全方位服务于生活服务和生产制造,贯穿于人们生活生产的多维场景,成为数字经济的重要支柱力量。

#### 四、数字创意产业如何破局?

国务院在《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中设定了发展目标并对数字创意产业的规模进行了明确的表述:“到2020年,形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局,相关行业产值规模达到8万亿元。”<sup>[9]</sup>为了实现上述目标,《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》提出,在“十三五”期间国家层面会着力打造三项数字创意产业发展的重大工程,分别为数字文化创意技术装备创新提升工程、数字内容创新发展工程和创新设计发展工程。那么,数字创意产业到底应该如何落地?笔者认为,数字创意产业落地的关键在于三个方面:一是数字创意装备关键在于产品;二是数字创意内容关键在于模式;三是数字创意设计关键在于制造。

第一,数字创意装备的关键在于产品。技术的创新推动了数字创意产业发展。在技术的变革中,会带来与文化消费相关的硬件变化。数字

创意装备目前存在的误区是,把技术直接物化,把文化消费的硬件直接做成产品推向市场。比如各种AR或VR类体验产品。应该说,对用户来说,这种新的装备会有一定的新奇感,但是这种新奇感并不持久。如果要成为适应数字生活空间的产品,首先必须改变观念,应该基于互联网产品经理的思维和方法,而不是停留在传统的文化产业的思路。其次要结合生活场景,而不是局限于文化,在生产场景中发现痛点,切入需求,成为应用产品,创造价值。

比如,近年来,智能语音交互技术发展迅速。如何把这种装备变成产品?创造规模化的市场?在银行等一些行业,智能语音成为展示性的服务机器人,应该说,这种产品是有一定的功能和市场的,但是很难成为规模化的产业。2017年,各互联网平台相继推出智能语音音箱。以阿里的天猫精灵为例,除智能语音交流外,天猫精灵融合了媒体内容、信息咨询、电子商务等功能,同时,基于家庭的场景,成为智能控制家庭电器的枢纽。同展示类的服务机器人相比,智能语音音箱真正体现了互联网的产品思维,迅速成为现象级的家庭场景应用的娱乐性和功能性的产品。在2018年“双11”期间,消费电子行业冠军首次花落智能音箱行业,打破了过去以手机为主的传统消费电子产品稳坐“双11”电子行业冠军的局面。

第二,数字创意内容的关键在于模式。数字创意产业的内容部分首先是符合社会主义核心价值观的内容供给。在内容供给部分,结合数字技术的创新,不断地把文化资源,尤其是传统文化、博物馆、红色文化进行数字化的制作和展示,是数字创意产业的首要工作。

在数字文化的建设过程中,目前数字创意产业发展最关键的任务是如何探索和构建基于数字技术的内容生产模式和经营模式。

在数字生活空间海量的内容中,存在着无效供给过剩,优质内容不足的问题。要助推优质的数字文化内容不断的生产供应,必须在数字技术的支持下内容生产模式的创新。新的内容生产模式应该应用大数据的技术。一方面,利用已经较为成熟的用户数据平台DMP(Data-Management Platform)分析用户需求,另一方面,加速研发内容数据化和语义分析的技术,建设内容数据管理平台CMP(Contents-Management

Platform),在用户的大数据分析技术和内容的大数据分析技术的基础上,组织开展精品内容生产和多元化个性化的内容生产,进行数字文化内容的供给侧改革,提升效率和质量,改变无效供给过剩的问题,更好地满足文化服务的需要。

数字创意产业作为新型产业,应该在内容的知识产权保护和交易模式方面进行经营模式的创新,激发内容生产的活力,创造数字文化内容的社会价值和商业价值。在知识产权保护方面,应不断探索和推动IP在商业方面的应用延伸。在内容的交易方面,目前知识付费、内容付费发展迅速,逐渐规模化,但主要是以大平台和大IP为主,需要进一步扩展到更多优秀的数字文化内容,探索文化电商的模式。从发展来看,共享是数字经济的特色,如何创造数字文化内容的共享模式,是需要进一步研究的方向。

第三,数字创意设计的关键在于制造。随着数字技术的发展,创意设计开始向数据化、智能化转变。程序化创意发展迅速,创意内容生产已经能够在技术的支持下,实现智能化、规模化、个性化和快速化。2018年6月,阿里妈妈在戛纳国际创意节上正式发布“AI智能文案”产品,该产品能够结合淘宝、天猫的数据库资源,通过算法,自动生成基于商品的高品质文案。智能文案的应用和完善,从一定程度表明,程序化创意已经从简单的元素排列向更深的方向发展,这意味着创意设计服务于企业数字化转型的能力大幅提升。

笔者认为,企业的数字化转型可以从数字服务化的角度来理解。“数字服务化即应用互联网技术,基于超级规模化的人际传播、组织传播的特点,重塑组织、整合资源、创新流程、创造价值。”<sup>[12]</sup>数字服务化的核心要义在于,“规模化的个性化”。<sup>[13]</sup>在这个逻辑的基础上,创意设计的智能化,作为规模化生产个性化产品的关键环节,将成为企业生产方式变革的重要途径,也可以看作是数字服务化的重要环节。

在工业社会,从创意设计到产品问世,“制造”是不可逾越的中间环节。而进入数字社会后,数字逻辑重构了生产链条。一方面,互联网技术的发展,为低成本大规模生产定制性个性化产品提供了技术条件,另一方面,新兴制造技术的推进,消解了从设计到制造的高昂成本,使得通过程序和机器,能够快速、成本可控地完成

产品生产。这种变化,预示着数字创意设计发展新阶段的到来——设计就是制造。

在这一阶段,数字创意设计的关键在于制造。具体来看,一方面,数字创意同大数据和需求结合,能够进行个性化、定制化的产品生产,另一方面,数字创意同 3D 打印技术相结合,将诞生未来创意设计服务的全新模式。长远来看,它可能演变成制造业最新的一种形式和形态,这也将是数字创意产业发展的重要机会。

### 五、结语

党的十九大报告中指出,目前我国的社会主要矛盾已经由人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,这种矛盾在文化领域体现得尤为明显。深刻理解与把握数字创意产业,厘清中国数字创意产业所处的环境与所面临的问题,明晰数字创意产业的未来发展出路,有利于数字创意产业更好的落地,促进数字创意产业成为文化发展的高点和经济增长的亮点,不断满足人民对美好生活的需求。

当前,数字创意产业需要形成新理念,构建新模式。数字创意产业发展理念与发展模式的建构是一个探索的过程,同时也是一个孵化的过程,目前,全世界处在同一个起跑线上。中国应该把握住数字创意产业变革的契机,积极探索数字化背景下文化和产业转型、升级、重构的路径,推动社会主义数字文化和数字经济的新发展。

### 参考文献:

- [1] 臧志彭.数字创意产业全球价值链重构——战略地位与中国路径[J].科学学研究,2018(5):825.
- [2] 程丽仙.《2016 中国数字创意产能发展报告》发布:数字创意成为经济增长新动力[N].中国文化报,2016-09-30.
- [3] 孟宇.数字创意产业发展探析[J].西北广播电视,2017(22):17.
- [4] 周志强,夏光富.论数字创意产业[J].新闻爱好者,2007(12):14.
- [5] 邱丽娜,张明军.关于数字创意人才培养的若干思考[J].高等理科教育,2008(3):62-64.
- [6] 王博,张刚.中国数字创意产业发展研究——基于产业链视角[J].中国物价,2018(3):25-27.
- [7] 王红梅,李代民,孙莹.我国数字创意产业发展的制约因素分析——基于钻石模型视角[J].福建论坛(人文社会科学版),2010(4):100-103.
- [8] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[N].新华社,2017-10-18.
- [9] 新华网.什么是数字经济? [EB/OL].[http://www.xinhuanet.com/info/2018-04/03/c\\_137084919.htm](http://www.xinhuanet.com/info/2018-04/03/c_137084919.htm), 2018 年 11 月 15 日.
- [10] 人民网.2018 世界互联网大会蓝皮书发布 [EB/OL].<http://media.people.com.cn/n1/2018/1108/c40606-30389683.html>, 2018 年 11 月 8 日.
- [11] 丁文华.中国数字创意产业的发展——在 BIRTV2017 主题报告会上的演讲[J].现代电视技术,2017(9):26-27.
- [12] 陈刚,潘洪亮.重新定义广告——数字传播时代的广告定义研究[J].新闻与写作,2016(4):29.
- [13] 陈刚,王苗,潘洪亮.数字服务化企业的特点与模式研究[J].新闻与传播评论,2018(1):92.

[责任编辑:明秀丽]