



国内外数字创意产业研究综述

胡笑梅¹ 王梦洁²

(1、2. 安徽财经大学管理科学与工程学院, 安徽 蚌埠 233030)

摘 要: 利用 Web of Science 和知网 (CNKI) 数据库以国内外数字创意产业为研究对象, 主要探讨数字创意产业的研究现状与趋势。首先对国内外文献的数量、作者机构和关键词的分布进行计量分析, 其次对国内外数字创意产业研究的主要内容进行介绍, 最后探讨数字创意产业研究的不足与趋势, 以期国内数字创意产业的研究提供一些新的启示与动向。

关键词: 数字创意产业; 产业集群; 发展机制

中图分类号: F49; G124 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-9507 (2020) 04-0092-05

数字创意产业是随着互联网的发展和经济增长逐渐诞生的新兴产业, 其本质是优化与重构文化产业, 即文化创意产业和现代信息技术有机融合而产生的一种新型经济形态。当前, 数字创意产业在会展、产品可视化、虚拟现实等领域都有重要应用, 该产业已成为数字经济的重要组成部分, 是实现文化强国的关键途径。新时代, 数字创意产业发展迎来历史性机遇。在 2016 年印发的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中, 数字创意产业正式被纳入国家战略新兴产业行列, 成为推动国家发展的支柱产业之一。当前, 中国数字创意产业既是市场需求不稳定、发展不成熟、产业链不够完善的风险产业, 也是市场前景广阔、有效需求飞速增长、经济利益庞大的朝阳产业。因而, 厘清数字创意产业研究现状与趋势对于更好地贯彻落实国家规划具有重要意义。

一、国内外文献综述

国内外文献分别以 Web of Science 外文数据库以及中国知网 (CNKI) 中文数据库作为研究数据来源。利用 Vosviewer、数据库计量可视化分析功能以及 Excel 软件对选取的文献进行计量分析以及表格处理。同时, 利用 Endnote 软件作相关的转码

处理, 得到样本数据库, 然后对文献的年份、作者、关键词等进行分析, 进而得到该研究领域的主要研究人员、研究热点、研究现状等。

(一) 文献数量统计

利用 Excel 软件绘制出数字创意产业研究发文数量的年份分布曲线图, 图 1 为该领域国内外研究发文情况。

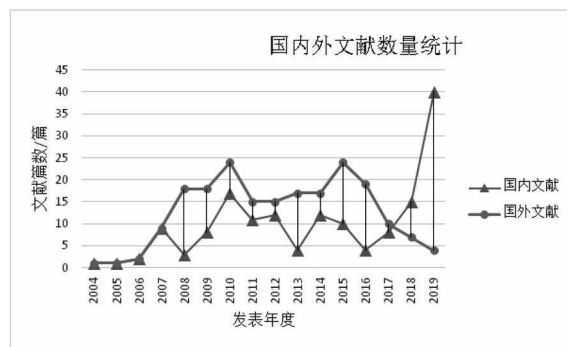


图 1 国内外文献数量统计

由图 1 可以看出: 第一, 国外数字创意研究在 2010 年和 2016 年达到发文高峰期, 而国内发文高峰期在 2010 年和 2019 年, 反映出国内外学者对于数字创意的研究进程大致同步, 国外略早于国内;

收稿日期: 2020-06-05

作者简介: 1. 胡笑梅 (1966~), 女, 四川宜宾人, 安徽财经大学管理科学与工程学院教授。研究方向: 信息资源管理、竞争情报。

2. 王梦洁 (1995~), 女, 安徽滁州人, 安徽财经大学管理科学与工程学院在读硕士研究生。研究方向: 信息管理与信息系统。

第二,在2007~2016年期间,国外发文总量明显高于国内,可见前期国外学者对数字创意产业关注度较高,国内学者则对其关注度略低。这一结果与国内早期对文化产业不够重视以及创意产业发展体系的不成熟密切相关;第三,近年来,国内在数字创意产业领域开展越来越多的研究,而国外对其研究力度自2016年其呈现下滑趋势,这主要说明相较于国内,国外数字创意产业的研究体系更为成熟,研究领域内容基本完备,较不易发现新的研究点。在国内,数字创意产业尚属于新兴产业,其应用与发展体系有待进一步完善。

(二) 文献作者分布

1. 国内作者分布

作者的发文量能够反映其科学研究水平,因此高产作者大多是某一研究领域的专家。本研究对国内外作者的发文量进行了统计,如表1、表2所示。

表1 2004—2019年国外数字创意产业研究的作者发文情况

作者	发文数量 (篇)	所占比例 (%)	单位
Boix Rafael	5	2.66	瓦伦西亚大学
Cunningham Stuart	5	2.66	昆士兰科技大学
Potts Jason	4	2.13	皇家墨尔本理工大学
Bennett Dawn	3	1.60	科廷大学
Capone Francesco	3	1.60	佛罗伦萨大学
De Propriis Lisa	3	1.60	伯明翰大学
Hennekam Sophie	3	1.60	波尔多大学
Hesmondhalgh David	3	1.60	利兹大学
Lazzeretti Luciana	3	1.60	佛罗伦萨大学
其他	156	82.98	—
合计	188	100	—

由表2可知,国外发文数量较多的学者均来源于高校,发文量最多的学者 Boix Rafael 主要研究创意产业集聚模式、产业集聚影响因素等内容;发文量次之的 Cunningham Stuart 则从社交网络市场的角度对创意产业进行新的定义;发文量较低的学者主要对创造性劳动力的性质、创意产业发展的政策支持、创意产业特征、产业融合、金融支持等内容展开了研究。

由表2可知,国内发文数量最多的厉无畏学者来自上海市创意产业协会,其主要研究文化创意产业与城市发展的协同关系,发文量次之的为臧志彭与杨永忠,其中,前者臧志刚主要对创意产业的技术创新演化、产业集群等内容进行研究,后者则主要从产业融合角度对数字文化创意产业展开研究。总体来说,国内有关数字创意产业的研究尚缺乏权威学者,科研团队之间合作度不高。

表2 2004—2019年国内数字创意产业研究的作者发文情况

作者	发文数量 (篇)	所占比例 (%)	单位
厉无畏	12	7.6	上海市创意产业协会
臧志彭	10	6.3	华东政法大学
杨永忠	10	6.3	四川大学
张京成	7	4.4	北京市科学技术情报研究所
解学芳	5	3.2	同济大学
其他	114	72.2	—
合计	158	100	—

2. 文献的学科分布

通过分析学科分布,可以评估所研究问题理论基础丰富度以及研究方法的多样性程度。利用数据库计量可视化分析功能对国内外文献进行统计,研究涉及学科具体情况如表3、表4所示。

表3 2004—2019年国外数字创意产业研究学科分布情况

学科	发文数量 (篇)	所占比例 (%)
商业经济学	62	33.0
经济地理学	30	16.0
生态环境科学	30	16.0
行政管理科学	24	13.0
文化研究科学	21	11.0
城市研究科学	21	11.0
合计	188	100

表4 2004—2019年国内数字创意产业研究学科分布情况

学科	发文数量 (篇)	所占比例 (%)
经济与管理科学	65	41.0
哲学与人文科学	49	31.0
社会科学	15	9.2
基础科学	12	7.9
信息科技	7	4.3
其他	10	6.4
合计	158	100

文献学科分布差异与国内外该产业发展体系成熟度的不同存在一定的联系。国外学者较早开始关注创意产业,不仅开展了大量的定性研究,更进行了多方位的定量研究,包括创意产业的发展动力、机制、产业集群以及产业融合等方面内容,因而涉及学科较广。而国内学者起步较晚,针对数字创意产业开展的研究大多为定性的,少数研究产业链、产业融合等内容。同时,国内外经济与管理类学者对数字创意产业的关注度较高;国外学者还会从区域位置、行政、生态等角度探究创意产业的发展模式。另外,数字创意产业的研究存在多学科交叉发展的态势,不仅需要管理经济学科作为依托,也需要信息科技、人文科学等其他学科予以理论支撑。

3. 关键词共现分析

知识群1“creative industries (创意产业)”在

网络中是最大节点,它与“knowledge(知识)”“innovation(创新)”“creativity(创意)”等形成共现关系紧密的子网络,表明国外创意产业十分重视对产业创新、创意本质特征的研究;知识群2以“cities(城市)”为核心,与“cultural industries(文化产业)”“cultural policy(文化政策)”等组成关系紧密的子网络,表明国外数字创意产业重视研究产业与城市之间的发展关系,由于资源要素、人文环境等原因;知识群3高频关键词“economy(经济)”,与“technology(技术)”“networks(网络)”“media(媒体)”等组成共现强度较高的子网络。

同时,国内数字创意产业的研究热点也涉及3个主流知识群:知识群1的高频关键词为“文化创意产业”“文化创意”“数字文化产业”等,表明我国数字创意产业与文化产业密切相关;知识群2以“创意产业”为核心,与“文化产业”“创意”“创意产业园”“经济”等形成了关系紧密的子网络。创意设计是数字创意产业发展的又一核心关键要素。提升创意设计水平的发展数字创意产业的关键所在,借助“互联网+”迅速无边界渗透到其他行业,以推动社会经济的发展。

二、外数字创意产业研究的主要内容

(一) 数字创意产业的概念与内涵

随着数字化技术以及传媒技术的发展,创意产业的研究逐渐被置于网络化以及数字化的语境之下,进而衍生出多种新概念,如数码创意产业、数字内容产业、数字文化产业、数字艺术创意产业等。Yusuf^[1]等认为,创意产业是大量高科技企业特点的集中表现,尤为需要高新技术作为支撑;Bendassolli, P. F. 和 Wood, T. 认为创意产业的核心在于创意,借助信息技术处理文化,由知识产权获取经济价值,并提出艺术、商业与技术存在趋同的假设;Garnham^[2]认为创意产业是信息社会的产物,体现时代性,其产业生命力来源于信息与通信技术。近年来,我国逐渐重视发展数字创意产业,各地相继推出一系列政策措施以推动该产业的发展。薛晓东、谢梅^[3]等认为数字传媒产业是依托数字技术,为消费者提供能够满足其某些精神文化需求服务的相关企业联合体;金元浦^[4]指出,时代的趋势表明文化产业必将逐步发展至数字创意产业;夏光富^[5]认为,数字创意产业是基于文化资源,利用现代数字信息与通信技术,以人的技艺才能和精神创造力作为动力,进行数字化、网络化文化价值生产活动的相关企业的集合,该类企业也进

行利用高科技与文化创意提高传统文化产业附加值的活动。

数字创意产业属于创意产业或文化创意产业的一种产业发展形态,该产业是有机融合文化创意与科技创新,进而提高经济发展水平的新兴产业。

(二) 数字创意产业的发展机制

通过阅读大量国内外文献发现,不同国家数字创意产业的发展机制各有不同,具有鲜明的地域性。大体上包含四类:(1)市场主导。以美国为代表,美国生产的数字文化服务与产品不仅供应国内市场,还大量输出到世界各国。(2)资源驱动。典型的有法国、意大利以及英国,这些国家拥有良好的艺术文化受众基础,利用数字技术创新性转化和发展文化资源,能够有效提升和挖掘文化资源的价值;(3)政策驱动。澳大利亚、日本以及韩国通过制定和出台针对性较高的优惠政策、产业规划等,有效推动国内数字创意产业的崛起;(4)优势驱动。在数字音乐和网络游戏领域,瑞典与芬兰各自拥有一定的竞争优势。此外,研究发现国外学者也有从技术创新、消费需求等角度谈数字创意产业的发展。Leadbeater^[6]则指出,创意产业的发展不仅取决于供给方的创造力,也与供求双方的互动交流有关。有学者指出,创意产业发展的核心要素是创意阶层。

就数字创意产业的发展机制,熊澄宇和孔少华^[7]指出,数字内容产业主要具有消费需求动力、技术创新动力、传播扩散动力、政策引领动力以及资本流动动力五种发展动力;臧志彭^[8]认为,科技创新有助于提升创意产业发展速度,为其提供强大的技术支撑,而创意的发展又成为科技创新的动力;孙守迁结合我国数字创意产业的发展现状与趋势,提出创新设计和数字创意技术装备是该产业发展的基础支撑要素,内容创作、文化创意、版权利用是核心发展方向,体育与健康业、影视与传媒业、旅游业、动漫游戏业等则是周边产业领域。

(三) 数字创意产业与经济发展

国外学者对创意产业与经济发展的关系予以较高程度的关注,大量文献也为研究奠定一定的理论基础,其中最为关键的部分是对创意城市的关注,可以说,创意城市的提出将创意产业与经济关系直接联系起来。Allen Scott^[9]通过分析不同阶段不同城市经济与创意产业的对应关系,得出创意产业的发展与城市经济的发展相对应;Jason Potts 和 Stuart^[10]在研究创意产业与经济发展时建立了四种基本的数理模型,结果表明,创意产业的发展对城

市经济具有正的外部性。Piergiorgianni^[11]选取意大利一百多个省的相关数据,实证分析得出数字创意产业与经济发展成正相关关系;Stam Erik 等则探究了创意产业对创新的影响,并最终对城市就业增长的影响;Pratt Andy C 基于金融危机,探讨了创意经济与城市关系的几个关键问题。厉无畏^[12]指出,创意产业的发展有助于创新企业盈利模式、变革企业思想观念、促进产业升级转型,对中国经济社会的转型发展具有重要意义;金元浦认为,数字创意产业是基于文化背景、产业结构以及经济模式的,是文化、科技与经济的融合;夏富光从数字创意产业特征分析出发,指出该产业具有高附加值性,以创意为核心,将文化、科技创意等转换为具有高度经济价值的产物,创造巨大社会财富;王红梅等人通过构建钻石模型分析了我国数字创意产业发展的制约因素,指出发展数字创意产业这一新的经济增长点应从培养与引进创意人才、开发市场需求、改造产业环境、发挥政府作用等方面实施决策,予以重视。可见,创意产业与经济发展存在正相关互动关系,经济发展为创意产业提供发展空间;创意产业发展则有助于实现经济社会的全面转型。

(四) 数字创意产业集群

在全球范围内,创意产业呈现集群发展趋势,厉无畏从集群效应的角度出发,研究了创意产业对城市空间的影响;褚劲风^[13]认为,创意产业集群对实现城市经济稳定增长、产业结构优化、旧城区改造等起到重要推动作用。同时,数字创意产业集聚的空间特征也是国内外学者争相研究的热点问题。Currid^[14]认为创意产业应集中于具有创新性与原创性的区域、CBD 边缘地区以及大城市的内城区域,尤其是内城中废弃的旧仓库、旧厂房等,以打造新的城市生产空间。姚磊^[15]等人运用核密度分析方法,对南京市创意产业空间布局与演化进行了研究,初步得出影响产业空间分布的相关因素,不同类创意产业的空间分布存在差异,其主要原因在于产业的行业关联特征有所不同。还有学者从构建中国数字创意产业全球价值链角度出发,研究产业集群发展模式。

三、述评与展望

(一) 数字创意产业研究的不足

1. 数字创意产业研究的理论与实践基础薄弱

作为新兴产业,数字创意产业的研究尚缺乏足够的关注度与新的视角。此外,数字创意产业研究较为缺乏实践基础,文献偏向于定性研究与描述,研究方法主要为理论模型构建和描述归纳法,结合

具体案例的研究较少,这就导致文献研究内容的理论部分不够透彻、实践部分不够突出。

2. 缺乏数字创意产业区域影响因素的研究

现有对数字创意产业的研究大多从宏观环境出发,大多借用国民经济主导部门的选择标准来指导区域发展数字创意产业的发展。但是由于国民经济主导产业的理论假设是各地区的均质化,忽视了各区域的空间特性、产业基础、经济条件、工业化程度和资源优势等因素,导致研究方法缺乏合理性。这提示需要对数字创意产业的区域影响因素进行深入研究。

3. 缺乏数字创意产业技术领域的研究

数字创意产业是创意产业与现代数字信息技术相互融合而产生的一种新经济形态,属于跨界融合的新兴产业,数字技术为其发展提供支撑。而当前数字创意产业较为缺乏技术领域的研究,技术因素大多只作为发展动力之一被讨论,具体的应用途径、政策支持、经济与创新效益等内容则较少得到研究与分析。

4. 缺乏数字创意产业针对性培育政策研究

当前,有关数字创意产业培育政策的研究大多关注宏观性、思想性材料的描述,例如涉及到产业引导、优化布局、科技支撑等,这些建议与策略过于宏大与抽象,缺乏切实可行、具体的操作措施。因而,今后的研究需要不断创新数字创意产业建设机制,为该产业的发展与培育提供切实可行的建议与策略。

(二) 数字创意产业研究的趋势

1. 深入理论研究,加强实证定量研究

通过对国内外数字创意产业文献内容进行总结,本研究发现国内外研究学者大多采用定性的研究方法,国内学者尤为突出。若要提高数字创意产业的研究层次,实证与定量研究是不可或缺的。因而,今后有关数字创意产业的研究将偏重于实证与定量研究,参照研究体系较为完善的主导产业,如高端装备制造业,以进一步提升数字创意产业发展水平。

2. 加强数字创意产业区域影响因素的研究

通过分析国内外研究文献,有关数字创意产业区域空间特征的研究近些年一直受到学者的关注。同时,随着数字创意产业作为战略性新兴产业的政策落实,学者对数字创意产业区域影响因素会越来越关注。区域发展数字创意产业应注重因地制宜,正确选择产业发展导向与依托,积极提升技术创新水平,优化社会经济结构,以推动数字创意产业走向产业化与市场化。

3. 强化数字创意产业集群与产业融合的研究

从数字创意产业的生产方式角度看,它既是技术基础上传统有线电视网、计算机网以及电信网的融合,也是科技创新与文化创意的交融,更是传统文化产业与数字创意产业的结合,因而,集群化发展是该产业发展的必然趋势。此外,数字化能够推动创意无边界渗透到每一个行业,使得传统产业链突破边界实现无限延伸。加快数字与文化创意产业在内生互通和价值外延两个维度的融合是抢占市场先机的先决条件。

4. 加强数字创意产业技术领域的研究

数字创意技术体现了数字化环境下产生的信息和传播的所有形式,也体现了创意产业与新一代信息技术深度融合与应用的所有形式。以新一代信息技术为核心的数字创意技术持续推动影视、设计、出版、动漫、广告等相关产业的发展。其中,新一代数字媒体技术、虚拟现实技术以及创意大数据技术正逐步成为数字创意产业的关键技术领域。未来学者将从技术资源配置、研发资金投入、技术人才培养、政产学研结合度等方面出发,加强数字创意产业技术领域的研究,进而为产业发展奠定更好的技术基础。

参考文献:

- [1] Yusuf S, Nabeshima K. Japan's Changing Industrial Landscape[J]. Policy Research Working Paper, 2005.
- [2] Nicholas Garnham. From Cultural to Creative Industries[J]. International Journal of Cultural Policy, 2005, 11(1): 15-29.
- [3] 薛晓东,周传军,谢梅,黎友源.我国数字传媒经营现

状及存在问题[J].电子科技大学学报(社科版),2007(3):43-47.

[4] 金元浦.数字港·物联网·云计算——文化创意产业集群区与国际贸易的高端融合[J].科技智囊,2010(12):66-68.

[5] 夏光富,刘应海.数字创意产业的特征分析[J].当代传播,2010(3):70-71,75.

[6] Leadbeater. Britain's Creativity Challenge, Creative and Cultural Skills[R]. London Centre for Arts and Cultural Enterprise, Transcript of Panel Discussion Paper, 2004, (27).

[7] 熊澄宇,孔少华.数字内容产业的发展趋势与动力分析[J].全球传媒学刊,2015(2):39-53.

[8] 臧志彭.数字创意产业全球价值链:世界格局审视与中国重构策略[J].中国科技论坛,2018(7):64-73,87.

[9] Allen Scott. Creative cities: conceptual issues and policy questions[J]. Journal of Urban Affairs, 2006(1):1-17.

[10] Jason Potts, Stuart Cunningham. Four Models of the Creative Industries[J]. International Journal of Cultural Policy, 2008(3):233-247.

[11] Piergiovannietal, Carree M A, Santarelli E. Creative industries, new business formation, and regional economic growth[J]. Small business economics, 2012(3):539-560.

[12] 厉无畏,王慧敏.创意产业促进经济增长方式转变——机理·模式·路径[J].中国工业经济,2006(11):5-13.

[13] 褚劲风.世界创意产业的兴起、特征与发展趋势[J].世界地理研究,2005(4):16-21.

[14] Currid E. New York as a Global Creative Hub: A Competitive Analysis of Four Theories on World Cities[J]. Economic Development Quarterly, 2006, (20):330-350.

[15] 姚磊,张敏,汪飞.基于细分类型的南京市创意产业空间演化特征与差异[J].人文地理,2013,28(5):42-48.

Review of Research on Digital Creative Industry at Home and Abroad

HU Xiaomei¹ WANG Mengjie²

(1,2. School of Management Science and Engineering, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu 233030, Anhui, China)

Abstract: This paper uses Web of Science and CNKI database to study digital creative industry at home and abroad, and mainly discusses the research status and trend of digital creative industry. Firstly, the number of domestic and foreign literature, author institutions and the distribution of key words were quantitatively analyzed; secondly, the main contents of domestic and foreign digital creative industry research were introduced; finally, the deficiencies and trends of digital creative industry research were discussed, in order to provide some new inspirations and trends for the research of domestic digital creative industry.

Key words: digital creative industry, industrial clusters, development mechanism

(责任编辑:刘青)