

·图书馆与图书馆事业·

从传统创意到数字创意:图书馆文创工作的发展转向

谷春燕

(1.重庆市大足区图书馆 重庆 632360)

摘要:数字创意产业作为一种新的经济产业形态,在一定程度上代表了一个地区、城市发展的潜力及活力,也是国家大力发展数字经济环境下的必争之地。图书馆文创工作与数字创意相结合有着来自政策、互联网+技术、企业等多种驱动因素,但也面临着商业模式重构等困难,坚持走跨界融合、拥抱新兴战略技术、强强联合、吸引用户粘性的发展道路,图书馆数字文创事业将得到快速发展。

关键词:图书馆;文化创意产业;文创产品开发;数字文化产业;数字创意产业

中图分类号:G255 文献标识码:A DOI: 10.11968/tsyqb.1003-6938.2018111

From Traditional Creativity to Digital Creativity: the Development Diversion of Library's Literary Creation Work

Abstract As a new form of economic industry, digital creative industry, to a certain extent, represents the potential and vitality of a region and urban development, and is also a hotly contested spot of the country's vigorous development of the digital economic environment. The combination of library creative work and digital creativity has a variety of driving factors, such as policy, Internet plus technology, enterprises, but also facing the difficulties of reconstructing the business model. Adhering to the development path of cross-border integration, embracing emerging strategic technologies, strong combination, and attracting users to stickiness, the digital genesis of libraries will be developed rapidly.

Key words library; cultural and creative industry; literary product development; digital culture industry; digital creative industry

自2014年以来,文化创意产业已上升为我国的发展战略,许多图书馆特别是副省级以上的公共图书馆都积极投身到了文化创意产业的浪潮之中,探索图书馆文创事业的发展之路和图书馆文创商业模式。数字创意产业作为一种在科技支撑和商业逻辑共同作用下形成的文化产业新业态,代表着文化产业发展的新趋势,具有较强的成长性和经济潜力。随着互联网和数字技术的广泛普及,数字游戏、互动娱乐、影视动漫、立体影像、在线教育、数字典藏、创意设计、虚拟现实等数字创意产业迅速发展,并已在推动创意城市发展、提升文化品质等方面展现出了极强的竞争力。探讨图书馆文创工作与数字创意产业的结合之路,无疑具有一定的现实价值。基于此,本文主要概述了数字创意产业及发展,分析了图书馆发展数字文创的驱动力量,研究了图书馆数字文创

工作的发展对策。

1 数字创意产业相关概述

1.1 数字创意产业的概念与发展

数字创意产业是2016年在《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划的通知》^[1]中提出来的概念,通知提到“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”。根据国家金融与发展实验室于2018年出版的《中国文化金融发展报告2018》^[2]相关表述,数字创意产业可从两方面理解:一方面是以VAR、全息成像、裸眼3D、交互娱乐引擎开发、大数据、AI等数字技术为基础,以数字化、智能化、网络化技术为支撑的数字技术;另一方面是包括网络文学、游戏、动漫、影视、创意设计、出版发行、在线教育等构成的

数字创意产业数字内容。与传统文化产业的对比来看,一是数字创意产业的网络传播特征更加明显,二是数据是数字创意产业的核心特征,三是数字创意产业 IP(内容生产)的数字化与资产化。

从正式的产业分类来看,国家发改委于 2017 年 1 月 25 日发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》(2016 版)^[3]才新增了数字创意产业。据国家统计局发布的《战略性新兴产业分类(2018)》^[4]显示,数字创意产业包括数字创意技术设备制造、数字文化创意活动、设计服务、数字创意与融合服务等。这一分类既说明数字创意产业近在我们身边,但它也远比我们一般想象的更加复杂和多元。从数字创意产业的发展条件和发展历程来看,战略新兴技术(如大数据、人工智能、VR/AR 等)、政策(双创、战略新兴技术发展上升为国家战略)、人口(如 2017 年我国网民数量达到了 7.72 亿^[5])和资本(如民间创投资本对数字创意产业的投资)是数字创意产业发展的四大条件,但传统的文化产业是数字创意产业发展的基础,也是从传统的文化产业到数字创意经济的发展必经阶段。特别是自党的十六大(2002 年)提出发展文化产业以来,我国的文化产业跟随中国经济高速增长,文化产业发展至今已成为国民经济发展的支柱性产业,2017 年文化产业的 GDP 达 3.5 万亿元^[6],为数字创意产业发展奠定了坚实的基础。在多重发展红利基础上,数字创意产业得到了快速发展,据国家统计局公布的 2017 年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入相关情况显示,数字创意产业特别是文化创意和设计服务业保持了蓬勃的发展势头,营收达到 11891 亿元,同比增长 8.6%,数字创意产业表现亮眼^[7]。

1.2 数字创意的中国典型发展模式

互联网文化融入到传统的文化产业之中是近年来我国文化发展的典型特征。相比传统文化产业,主要依靠科技力量、创意人群和创意环境等发展要素的数字文化产业对文化资源的依赖性小,让传统的“资源”不再成为第一发展助推力。因此,数字文化产业便成为许多城市转型发展的方向。而数字创意产业的发达程度决定了一座城市在文化产业发展中的地位和活力,因此数字创意产业也已是中心城

市乃至省会城市的必争之地。早在 2006 年,成都便以打造“中国数字娱乐第一城”为发展目标,在国内首次将数字娱乐产业规划为地方支柱产业,订立地方法规、成立扶持基金,2016 年仅高新区 51 家规模以上游戏企业实现营业收入就达 120.5 亿元,同比增长 43.5%。在国家大力发展数字经济和数字文创的环境下,成都又于 2018 年发布《建设西部文创中心行动计划(2017-2022 年)》和《成都市促进西部文创中心建设若干政策》等政策文件,意在进一步强调和推动成都的文创与科技、产业的融合发展,将成都打造成为中国网络视听内容生产交易中心、中国动漫名城、中国软件名城等^[8]。

不仅成都将数字创意与其它城市发展紧密结合起来,北京、上海、广州、深圳、重庆、杭州、武汉、南京、西安、佛山等地的数字创意也已深入城市肌理,纷纷加快产业布局,意欲让数字创意不仅促进文化产业发展,也让更多参与到城市形象和城市精神的重新诠释与塑造。如 2017 年 12 月,“上海文创 50 条”提出要将上海建设成为全球动漫游戏原创中心、全球电竞之都等,巩固国内网络文化龙头地位;2018 年 6 月,北京发布了《关于推进文化创意产业创新发展的意见》,提出新时期于将构建数字创意和内容版权“两大主攻方向”和“九大重点领域环节”组成的文创“高精尖”内容体系;杭州 2018 年 9 月发布了《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》,提出要“打造全球数字内容产业中心”。

2 图书馆发展数字文创的驱动力量

2.1 图书馆数字文创发展的政策力量驱动

自 2014 年“双创”成为国家政策以来,上到国家顶层设计,下到各行各业规划设计,“双创”成为了一个中心词汇,这一顶层政策的出台设计,一方面是源于火热的创新创业实践,另一方面则是经济新旧动能转换大背景下国家对产业发展动向的科学把握。在这一宏观的政策框架下,已成为当前社会重要经济支柱的数字经济受到国家重视与大力扶持,2016 年 12 月,中央经济工作会议指出,“实施创新驱动发展战略,既要推动战略性新兴产业蓬勃发展,也要注重用新技术新业态全面改造提升传统产业。”^[9]在数

字经济的生态产业链条中,数字创意产业是最具活力和发展潜力的重点产业,也自然成为国家重点支持对象。如:2016年出台的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》(以下简称《规划》)^[10]提出,以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展,促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。预期到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。在这一文件出台之后,相关部委、部分省市也均出台了若干数字文化创意产业发展的规划、意见等政策。如文化部在2017年全国文化产业工作会议期间出台了文化领域首个宏观性、指导性的政策文件《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》^[11],首次明确了数字文化产业的概念,也向全社会发出了鼓励数字文化产业发展的明确信号,其指导意义不论对业界还是各级地方文化行政部门都极具价值,并从政策上推动了数字文化创意的落地和发展。图书馆拥有丰富的馆藏资源,也是文化领域创意产品开发的最主要机构,国台办于2016年发布的36号文件《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》^[12],就明确对包括图书馆在内的文化文物单位的发展文化创意产业、开发文化创意产品提出了明确要求和任务。可以说,在上述多重政策的驱动下,图书馆发展数字文创事业已成为一种必然选择。

2.2 图书馆数字文创发展的“互联网+”力量驱动

进入Web5.0时代以来,互联网已成为社会发展的最主要助推之源。我国也自2015年提出“互联网+”以来将其上升到国家战略高度,并经过近几年的发展之后其已深入和影响到各行各业,商业消费的习气和习惯特别是中青年群体的消费呈现出典型的“小众窄群化”特征,符合个性化、细分化消费诉求的产品才能得到市场认可^[13]。相较于大众消费用品和成熟的消费品牌,赋予了创意、技术元素在其中的文创产品就更需要在IP(内容生产)、跨界融合等方面富有竞争力,与以“跨界融合、创新驱动、重塑结构、尊重人性、开放生态、连接一切”为理念的“互联网+”有着绝佳的契合之处,因而可以预判到“互联网+”将在图书馆文创产品的开发方面得到长足的应

用和发展,也推动图书馆文创产品开发向数字化、网络化方向即数字文创开发方向发展。杨继瑞等^[14]研究认为,“互联网+”事实上已经对我国文创产业从创意和生产端、渠道和消费端两个方面带来了核心变化,并在创意经济形成的微博式、社交式、攻略式、资源式、大人社交混合式等五种商业模式可以借鉴构建文创产品商业模式上。实践领域也已在文创产品的IP及衍生、线上线下资源整合、产品营销等方面开展,“互联网+”作为一种新的经济形态都有着一一定的表现与价值输出。

2.3 图书馆数字文创发展的企业力量驱动

政策引领和“互联网+”的助推发展,是推动数字文创发展的最重要力量,但企业在全社会数字文创发展中所发挥的作用也不容忽视。如腾讯集团在前期与故宫博物院、敦煌研究院合作,利用旗下游戏、音乐、动漫等七大业务参与传统文化的创造性转化和创新性发展,推出如“飞天”主题的游戏皮肤、《古乐重声》音乐会以及敦煌漫画等一系列数字文创产品或内容的基础上,于2018年提出了“新文创”战略,就是希望以产品IP构建为核心,打造更多具有全球影响力的中国文化符号,进而推动中国数字文创产业的高质量发展。此类“机构+企业”数字文创发展模式,不但突破了传统的商业范畴,也联动了更加广泛的文化主体。如腾讯与成都数字文创之城建设的结合之佳作——动漫《一人之下》,带着四川口音的女主角冯宝宝,在网络上积攒了人气,宣传了成都的风土人情,也通过QQAR等技术引导游客走进成都的大街小巷^[8]。在图书馆文创发展过程中,也不缺乏企业的影子,如深圳雅昌集团、北京华夏言国际文化创意有限公司、上海自贸区国际文化投资发展有限公司等在产品印刷、装帧设计、品牌包装、展览宣传等方面均发挥着重要作用,为未来图书馆数字文创的合作发展积累了经验。

3 图书馆数字文创发展的对策

数字创意产业作为国家的战略性新兴产业,已经成为中国经济发展的活力及动力之一,而其在文化、旅游、科技等领域的应用,也为转变当前经济发展方式、促进消费增长、引领社会风尚提供了有力支撑

和有效供给。从本文可知在新时期文创工作成为图书馆延伸服务的增长点背景下,图书馆与数字创意产业融合,走图书馆数字文创发展道路将成为一种必然的选择。然而在当前文创工作尽管成为一种图书馆增值服务、延伸服务,以及新环境下发展图书馆事业的内在驱动力,但如何选择图书馆数字文创发展道路,既决定着图书馆文创工作未来发展的成效,也影响着在新环境下图书馆创意挖掘、创新产品开发的成败。把握“互联网+”时代的发展脉搏,让跨界融合从图书馆其它业务向图书馆文创业务延伸、从图书馆内部流程融合向图书馆内外部业务融合发展,拥抱人工智能等战略新兴技术,走强强联合发展道路,培养用户的数字文创习惯,最终构建新型的图书馆数字文创商业模式,将是图书馆数字文创发展的未来图景。

3.1 跨界融合型让业态更加多元

在传统图书馆所强调的信息中心、文献中心位置有着极大弱化的新发展时期,图书馆跨界和被跨界早已被人们所接受。对图书馆数字文创而言,就需要坚持“互联网+图书馆+文创+N元素”这一深度融合、协同发展思维,通过“互联网+图书馆+文创+科技”“互联网+图书馆+文创+金融”等一系列产业融合新模式,构筑图书馆文创跨界融合多元业态。对图书馆实践而言,就是要通过与创意机构、互联网公司的深度合作,以一个产品IP为核心运用大数据分析、优图人脸识别、视频互动直播等技术去开发不同类型的产品和服务,最终形成互相融合的体系化产品与服务。

腾讯公司是数字创意产业领域的引领者,其相关布局包含了相互融合的游戏、阅文、动漫、影业、电竞等多个领域,也在与城市的数字文创产业融合、数字创意城市建设等方面有着广泛的合作。如在2018年5月9日,腾讯与英国国际贸易部在伦敦签署战略合作备忘录,宣布在影视、高端艺术、游戏等数字创意领域开展广泛合作,以数字化手段助力文化创意行业的快速发展。合作协议签署后,腾讯将陆续与英国旅游局、英国广播公司(BBC)、英国时尚协会、施普林格·自然集团等多家知名机构及企业展开合作,向对方提供一整套时尚场景的数字化解决方案,推进一揽子项目落地。目前,全国图书馆文创联盟已经成立,图书馆应该看到腾讯在数

字文创领域的积累与优势,可以在联合制作、内容开发、商业授权、推广发行等方面与腾讯公司展开深度合作,充分利用腾讯在人才、技术、渠道等方面的优势,打造一批内容丰富、类型多元的图书馆文创精品。

3.2 重视AI应用让技术成为卖点

2016年9月,谷歌、脸书、IBM、亚马逊和微软等五大科技巨头宣布成立一个人工智能联盟,旨在进行人工智能技术的研究与推广。两年多来,我们可以看到人工智能已在包括数字创意产业等多个领域得到了极大发展应用。如腾讯优图实验室曾利用计算机视觉与大数据分析技术,找到最受95后年轻一代欢迎的服装颜色,又联合英国时装设计师,通过AI技术、社交平台 and 大数据等创新应用,了解年轻人的潮流喜好,并融入时尚设计中,实现“AI+艺术”的融合。图书馆界的AI应用目前还主要分布在读者导航、服务咨询等服务层面上,图书馆需要看到以AI为代表的战略性技术如VAR、5G、区块链在数字体验、服务互动、神经感知等方面的优势,加快传统资源与文创产品的技术化呈现,生产一批高技术含量的数字文创产品,让技术成为图书馆文创产品的卖点。

3.3 广泛合作实现强强联手

尽管图书馆是一个不断发展的有机体,文创开发也紧跟国家的发展步伐,但图书馆并不在文创开发的技术研发、创意人才、资金投入、商业模式构建、市场运营等方面具有优势,广泛合作实现强强联合是图书馆数字文创事业壮大发展的最佳捷径。文化领域的强强联合之路,早已有敦煌研究院等进行了探索,而正是有着这样的前期探索及合作实践,才让敦煌石窟壁画彩塑的数字化,不仅永久保存了文物信息,也使传统文化的数字产品更具市场价值。图书馆有着丰富的馆藏资源,仅目前国家图书馆数字资源总量达1160.98TB,年增长量超过130TB^[5]。如何让这些丰富的文化资源得到创意开发,进而释放其具有的商业价值,除了争取国家的政策支持等传统渠道外,还需面向社会寻求广泛合作,寻找最强联手伙伴,共同助力图书馆数字文创事业。

3.4 提高用户粘性培养用户习惯

仔细分析数字创意产业的产品开发和商业模式经验,其中最为重要的一条就是任何一项产品都是

用户潜在需求与商业追求的结合体,是否成功取决于能否找到保证其生存和发展的途径,越成功的数字创意商业模式越接近最佳平衡点。用户粘性是实现现代任何互联网商业模式的基础,如腾讯的动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等数字创意产品均因为拥有着广泛的用户基础,也最终才构建了腾讯体系化、规模化的数字创意产业矩阵。图书馆的数字文创开发,也就是需要在稳固现有传统文创产品的基础上,让数字文创产品进一步深入到用户的学习、工作、生活需求之中,提高产品的用户粘性,最终培养图书馆数字文创产品用户的知识付费、数字付费等消费习惯,让图书馆文创产品及图书馆这一有机体的市场价值进一步提升。

4 结语

在数字经济浪潮的来袭下,数字文化产业俨然成为中国产业经济的下一个风口,图书馆文创事业是一项参与社会创意创新发展的社会性工作,兼具商业特性。图书馆文创开发要想在全国乃至国际文化创意产业的竞争中脱颖而出,就必须充分认识文化创意产业的未来发展趋势是数字文化创意产业。图书馆开展数字文创开发有着多重驱动力,也面临着诸如没有成熟的商业模式等发展困境,但只要走跨界融合、拥抱技术、强强联合、吸引用户粘性的发展道路,最终构建新型的图书馆数字文创商业模式,图书馆的数字文创工作将走向繁荣。

参考文献:

- [1] “十三五”国家战略性新兴产业发展规划的通知[EB/OL].[2018-09-24].http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/19/content_5150090.htm.
- [2] 杨涛,金巍.中国文化金融发展报告(2018)[R].北京:社科文献出版社,2018.
- [3] 中华人民共和国国家发展和改革委员会.《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》(2016版)[EB/OL].[2018-09-24].<http://www.ndrc.gov.cn/gzdt/201809/W020180921604930901348.pdf>.
- [4] 国家统计局.战略性新兴产业分类(2018)[EB/OL].[2018-09-24].http://www.stats.gov.cn/tjgz/tzgb/201811/t20181126_1635848.html.
- [5] 中国互联网发展报告 2018[R/OL].[2018-09-24].<http://www.ebrun.com/ebrungo/zb/292992.shtml>.
- [6] 国家统计局.2018 中国统计年鉴[Z].北京:中国统计出版社,2018.
- [7] 2017 年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增 10.8%[EB/OL].[2018-09-24].<http://kuaixun.stcn.com/2018/0131/13944126.shtml>.
- [8] 数字文创的“成都模式”[EB/OL].[2018-09-24].<http://www.qhnews.com/newscenter/system/2019/01/18/012790028.shtml>.
- [9] 着力振兴实体经济——从中央经济工作会议看明年实体经济新发展[EB/OL].[2018-09-24].<http://theory.people.com.cn/n1/2016/1221/c40531-28966601.html>.
- [10] 中华人民共和国中央人民政府.国务院关于印发“十三五”国家战略性新兴产业发展规划的通知[EB/OL].[2018-09-24].http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/19/content_5150090.htm.
- [11] 文化部.文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见[EB/OL].[2018-09-24].http://zwgk.mcpcc.gov.cn/auto255/201704/t20170424_493319.html.
- [12] 文化部.文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见[EB/OL].[2018-09-24].http://zwgk.mcpcc.gov.cn/auto255/201704/t20170424_493319.html.
- [13] 曾旺盛.文化产业价值链视角下的文创项目分析——以文创潮流生活品牌“POP MART 泡泡玛特”为例[J].商场现代化,2018(10):11-12.
- [14] 杨继瑞,薛晓,汪锐.“互联网+”背景下消费模式转型的思考[J].消费经济,2015,31(6):3-7.
- [15] 马愿.文化产业带动相关产业创新发展研究[D].长沙:湖南大学,2018.

作者简介:谷春燕(1981-),女,重庆市大足区图书馆馆员。