

数字赋能中国文化创意产业 新质生产力发展的协同机制及时空演化

董文静 王昌森

[摘要]运用熵权法对中国31个省份(不含港澳台)数字赋能文化创意产业新质生产力发展水平及各子维度发展水平进行测度,研究数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的时空演化特征,并利用障碍度模型分析数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的障碍因子。研究结果显示,数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展综合水平整体呈上升态势,文化创意产业发展能力在指标得分上呈现由沿海向内陆逐渐递减的“梯队结构”,在空间分布上表现出比较明显的“马太效应”;数字赋能中国文化创意产业新质生产力综合发展水平呈现明显的空间分异,东部地区整体质效持续领先,中部地区崛起势头正劲,西部地区存在短板弱项但潜力势头强劲,且各省份在各子维度的发展水平不平衡现象显著;数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的主要障碍因子分别为,科技馆数量、R&D经费投入强度、工业企业新产品产值。最后,根据东部、中部、西部地区的主要障碍因子,分别提出相应的对策建议。

[关键词]文化创意产业;数字技术;协同机制;熵权法;障碍因子

中图分类号:G05

文献标识码:A

文章编号:1004—3926(2024)08—0028—09

基金项目:山东省社会科学规划项目“乡村振兴战略下乡村旅游高质量发展的逻辑机理及推进路径”(23DRWJ16)阶段性成果。

作者简介:董文静,复旦大学管理学院博士后,山东外贸职业学院经济管理系教授,管理学博士,研究方向:文化创意产业;王昌森,山东外贸职业学院马克思主义学院副教授,复旦大学管理学院博士后,法学博士,研究方向:文化创意产业政策。山东 青岛 266100

一、问题的提出

2022年10月,党的二十大报告提出“实施文化产业数字化战略”。^[1]2023年12月,习近平总书记在中央经济工作会议上强调,“要以科技创新推动产业创新,发展新质生产力。”^[2]2024年3月,习近平总书记在出席全国两会时强调,“要因地制宜、结合实际,紧紧围绕铸牢中华民族共同体意识工作主线,以发展新质生产力塑造高质量发展新优势。”^[3]数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展,为我国东中西部地区以及各民族之间的交往交流交融提供了更加便捷的条件,能够推动各民族在空间、文化、经济、社会、心理等方面全方位嵌入,有助于增进各民族和睦相处、和衷共济、和谐发展,增强中华民族的凝聚力和向心力。由此可见,数字赋能文化创意产业既是新质生产力发展的重要路径,也是增进东中西部地区以及各族群众民生福祉,铸牢中华民族共同体意识的有效途径。

数字赋能文化创意产业是以数字技术为手段,以文化创意产品和服务的生产、分配、流通、消费为核心,以资本为纽带,以大众消费为驱动力的产业形态^[4],具有数字技术和文化创意“双轮驱动”的特征,是新质生产力在文化创意产业领域呈现出的新质态。数字技术为文化创意产业的高质量发展提供强大的技术支撑,数字创意促进了文化创意资源的高效整合,数字营销拓展了文化创意产品和服务的营销渠道,数据分析有效精准定位文化创意产品和服务的目标受众。借助数字赋能,文化创意产业超越原有产业链条发展中的时空界限,实现文化创意产品和服务供给与需求的精准对接,推动产业发展态势从“规模经济”迈向“范围经济”^[5],形成新质生产力。

近年来,随着消费者对文化创意产品和服务的精神需求满足的提高,文化创意产业的发展面临新的挑战 and 机遇。有效借助飞速发展的数字技

术,深入发掘得天独厚的中国文化创意资源禀赋,对于实现文化创意资源存量向资本总量转变,深化社会主义市场经济和文化创意产业经济学的研究具有重要的理论意义;对于增强文化创意产业辐射带动功能、激发文化创意产业发展的新动能、谋求文化创意产业高质量持续向好发展,进一步解放和发展生产力、推进中国式现代化、铸牢中华民族共同体意识具有重要的实践意义。鉴于此,本文旨在揭示数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制的理论黑箱,厘清文化创意产业与数字技术的内在规律,在科学的逻辑推演基础上完成数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展能力的测度,并诊断其障碍因子,力图为国家制定数字赋能文化创意产业新质生产力发展政策提供科学依据,为促进东中西部地区以及各民族共同团结奋斗、共同繁荣发展提供有力支撑。

国内外学者有关数字赋能文化创意产业新质生产力发展的研究主要集中在以下几方面:第一,内容开发方面,涉及数字赋能文化创意产业资源开发、资源整合、内容生产等^①;第二,发展逻辑及发展机制方面,涉及数字赋能文化创意产业内在逻辑、价值共创逻辑以及生态系统机制、融合机制、作用机制等^②;第三,发展模式及发展动力方面,涉及商业模式、需求侧模式、发展模式以及动力变革、决定性动因、发展动力等^③;第四,效果测度及影响效应方面,涉及发展水平、发展效果以及影响效应、产业集聚的影响、产业效率的影响等^④;第五,策略对策及发展路径方面,涉及创新策略、策略选择、战略创新、发展对策以及创新发展路径、高质量发展路径、机制路径等^⑤;第六,研究层面方面,涉及全球、中国、区域、省域等层面^⑥;第七,关于新质生产力的研究。主要涉及新质生产力的时代内涵及其战略价值^[6]、发展演进及增长路径^[7],其推进中国式现代化的战略重点、任务与路径^[8]。

以上研究为探讨数字赋能文化创意产业新质生产力发展奠定了理论基础,但仍存在深化空间:首先,有关研究多从宏观维度对数字赋能文化创意产业发展的作用机理进行研究,缺乏从中观维度对数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制的系统性研究成果;其次,有关研究多采用定性分析、实践总结和案例分析等方法,进行规范性描述和理性辨析,还未形成系统性的理论解析和分析框架,更缺乏结合具体实例,利用综合评价指标体系和数据模型对数字赋能文化创意产业

新质生产力发展能力进行定量实证研究的成果。鉴于此,本文拟运用协同创新理论构建“数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型”,多层次、多维度地揭示数字赋能文化创意产业新质生产力发展机制的黑箱,并构建“数字赋能文化创意产业新质生产力发展能力综合评价指标体系”,综合评价数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展能力,诊断其障碍因子,探索数字赋能文化创意产业新质生产力发展的优化路径。这有助于在理论层面清晰地构建数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制和溢出效应分析框架,也有助于在实践层面激发数字赋能文化创意产业新质生产力发展的新动能,盘活中国优秀文化创意资源,扩大优质数字文化创意产品和服务的供给,推进文化创意产业数字化转型升级。

二、数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型与综合评价指标体系构建

(一)数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型

关于产业发展的影响因素,古典经济学突出地理位置的重要性,新古典经济学强调劳动力、资本和土地三类生产要素,结构主义学派主张考虑经济、社会、文化等因子间的相互作用,人本主义学派注重人的价值和主体性。数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型构建需要综合考虑不同影响因素所发挥作用的大小,科学选取评价指标体系。在借鉴相关研究^[9,10]的基础上,构建如图1的数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同创新机制模型,从文化创意产业价值创造系统、文化创意产业外部环境系统和文化创意产业技术耦合系统三个维度阐释数字赋能文化创意产业新质生产力协同发展关系与过程,对数字技术嵌入文化创意产业所引致的赋能效应进行逻辑演绎和系统还原。

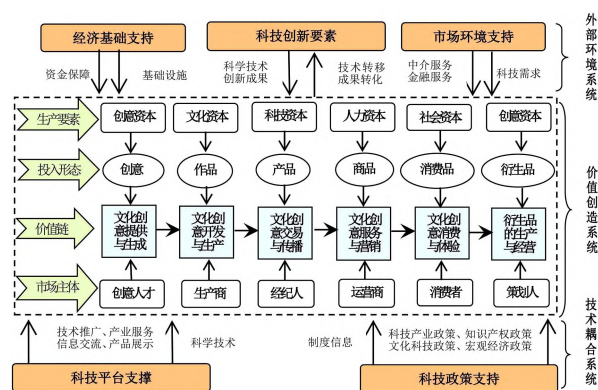


图1 数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型(来源:作者手绘)

1. 数字赋能文化创意产业新质生产力发展协同机制中的三大系统

(1) 文化创意产业价值创造系统

文化创意产业价值创造系统是数字赋能文化创意产业新质生产力发展协同机制的核心环节,表征创意源如何通过生产要素、投入形态、价值链、市场主体等子系统对各类资源进行整合并转化为文化创意产品的运作过程。文化创意产业价值创造系统主要由生产要素、投入形态、市场主体和价值链四个子系统组成。其中,文化创意产业生产要素主要包括创意资本、文化资本、科技资本、人力资本、社会资本;文化创意产业的投入形态分别为创意、作品、产品、商品、消费品、衍生品及相关服务;文化创意产业的市场主体主要包括文化创意人才、文化创意生产商、文化创意经纪人、文化创意运营商、消费者以及文化创意策划人;文化创意产业价值链包括文化创意的提供生成、开发生产、交易传播、服务营销、消费体验以及衍生品的生产与经营等环节。

(2) 文化创意产业外部环境系统

文化创意产业外部环境系统是数字赋能文化创意产业新质生产力发展协同机制的关键环节,表征在文化创意产业价值实现过程中,如何通过科技创新要素、经济基础支持、市场环境支持等外部环境资源实现数字赋能文化创意产业新质生产力发展。文化创意产业外部环境系统主要由科技创新要素、经济基础支持和市场环境支持三个子系统组成。

(3) 文化创意产业技术耦合系统

文化创意产业技术耦合系统是数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制的重要环节,表征在文化创意产业价值实现过程中,如何通过科技平台支撑和科技政策支持等技术耦合实现数字赋能文化创意产业新质生产力发展。文化创意产业技术耦合系统主要由科技平台支撑和科技政策支持两个子系统组成。

2. 数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制

数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制是以文化创意的提供生成、开发生产、交易传播、服务营销、消费体验以及衍生品的生产与经营等诸多环节所构成的文化创意产业价值链为主体,以经济基础支持、科技创新要素和市场环境等外部环境系统的支持为依托,以科技平台支撑和

科技政策等技术耦合系统的支持为保障所形成的协同发展机制。

(1)就文化创意产业价值创造系统协同机制而言,文化创意人才、文化创意生产商、文化创意经纪人、文化创意运营商、消费者以及文化创意策划人分别通过投入创意资本、文化资本、科技资本、人力资本、社会资本和创意资本等生产要素,依次形成创意、作品、产品、商品、消费品、衍生品等投入形态,依次实现文化创意的提供生成、开发生产、交易传播、服务营销、消费体验以及衍生品的生产与经营这一价值链条。

(2)就文化创意产业外部环境系统与文化创意产业价值创造系统间协同机制而言,经济基础支持为文化创意产业价值创造系统提供资金保障和基础设施建设;科技创新要素介入文化创意产业价值链的各个环节,对文化创意产业发展的全过程进行优化,为文化创意产业价值创造系统提供科学技术创新成果,而文化创意产业价值创造系统为科技创新要素提供技术转移和成果转化;市场环境支持为文化创意产业价值创造系统提供中介服务、金融服务以及科技需求。

(3)就文化创意产业技术耦合系统与文化创意产业价值创造系统间协同机制而言,科技平台支撑所具有的高效率集成管理和控制能力,为文化创意产业价值创造系统提供技术推广、产业服务、信息交流、产品展示等服务;科技政策支持对文化创意产业价值链进行全程覆盖,为其价值创造系统提供科技产业政策、知识产权政策、文化科技政策、宏观经济政策等制度信息保障。

(二) 数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的综合评价指标体系构建

数字赋能文化创意产业新质生产力发展既是深度挖掘文化创意产业现有资源,推动传统文化创意产业发展模式转型升级的主要路径,也是借力科技创新发展挖掘新的经济增长点的重要举措。因此,对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展进行评价,无法采用单一和笼统的指标,必须构建综合评价指标体系进行衡量。数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制模型揭示了数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的关键因素及其相互关系,强调外部环境系统、技术耦合系统等对文化创意产业价值创造系统的影响。基于上述思路,本文以“数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制”为理论基础,在参

考《“十四五”文化和旅游科技创新规划》《“十三五”现代服务业科技创新专项规划》《国家文化科技创新工程纲要》等文件精神,遵循科学性、可比性等原则合理选取指标,构建数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展能力综合评价指标体系(表1),力图客观反映中国各地数字赋能文化创意产业新质生产力发展的特征和运行规律。该指标体系由投入维度、产出维度、需求维度、环境维

度等4个一级指标体系,由基础设施、经费投入、人才投入、主体投入、知识产出、技术产出、产品及服务产出、需求水平、需求结构、经济基础、中介服务、金融服务等12个二级指标体系组成。由表1可以看出,在三级指标体系中,互联网宽带接入用户比例直接反映数字技术的市场应用,其他大部分三级指标与以数字技术为代表的科技创新直接相关。

表1 数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展能力综合评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
投入维度	基础设施	C1 科技馆数量(个)
		C2 科技企业孵化器数量(个)
		C3 众创空间数量(个)
	经费投入	C4 R&D 经费投入强度(%)
		C5 工业企业 R&D 经费(万元)
		C6 工业企业开发新产品经费(万元)
	人才投入	C7 工业企业 R&D 人员(人)
		C8 每十万人人口高等学校平均在校生数(人)
		C9 普通高校生师比(教师人数=1)
	主体投入	C10 普通高等学校数(所)
		C11 规模以上有 R&D 活动企业数(个)
		C12 R&D 机构数(个)
产出维度	知识产出	C13 工业企业专利申请数(件)
		C14 工业企业有效发明专利数(件)
		C15 国内发明专利授权量占专利授权量的比重(%)
产出维度	技术产出	C16 技术市场成交额(亿元)
		C17 专利所有权转让及许可收入(万元)
		C18 规模以上工业企业 R&D 项目数(项)
	产品及服务产出	C19 工业企业新产品项目数(项)
		C20 工业企业新产品产值(万元)
		C21 工业企业产成品(亿元)
需求维度	需求水平	C22 人均地区生产总值(元/人)
		C23 城镇居民可支配收入(元/人)
	需求结构	C24 城镇居民人均消费支出(元/人)
		C25 城镇人口比重(%)
环境维度	经济基础	C26 第三产业增加值(亿元)
		C27 互联网宽带接入用户比例(%)
	中介服务	C28 科学研究和技术服务法人单位数(个)
		C29 科学研究和技术服务业城镇单位就业人员(万人)
	金融服务	C30 金融业法人单位数(个)
		C31 金融业城镇单位就业人员(万人)

(三) 研究方法与数据来源

1. 研究方法。熵权 TOPSIS 法^[11]可避免主观因素对权重的影响,使结论更具可信性。故使用

该方法对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展水平进行测度。结合已有文献,本文将贴近期度划分成5个等级,用于评价中国文化创意产业

发展水平:很差 $[0, 0.2)$ 、较差 $[0.2, 0.4)$ 、一般 $[0.4, 0.6)$ 、良好 $[0.6, 0.8)$ 、理想 $[0.8, 1)$ 。为进一步考察各维度和基础指标对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的影响,引入障碍度模型^[12]对其进行诊断和分析,从而找出制约中国文化创意产业新质生产力发展的关键障碍因子。障碍度计算采用因子贡献度、指标偏离度和障碍度3个指标进行分析诊断,障碍度越大,代表该因子对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的阻力越大。限于篇幅,考虑到略去模型计算过程不影响文章的理解与整体性,因此具体计算过程在此不再赘述。

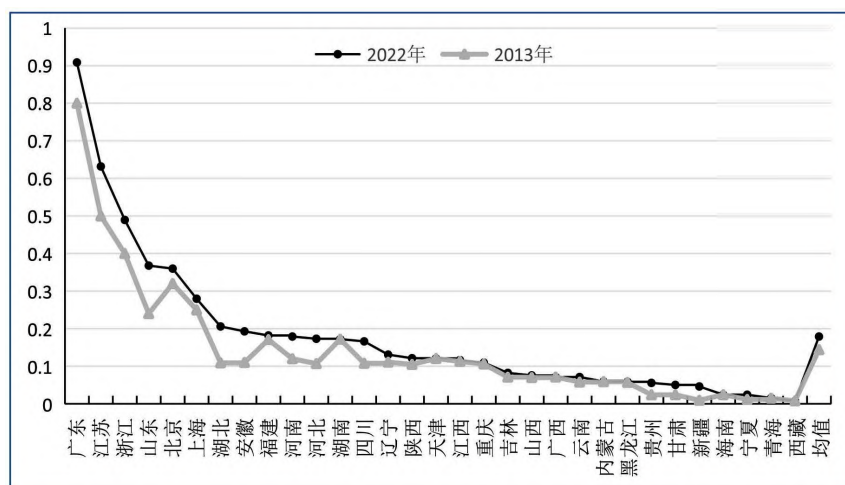


图2 数字赋能中国31省份(不含港澳台)文化创意产业新质生产力发展综合水平评价结果(2013、2022)

从全国层面来看,2013、2022年数字赋能中国31省份文化创意产业新质生产力发展综合水平均值分别为0.1791、0.1441。虽然各省份的整体水平不高,但各省份的综合水平呈动态上升态势。除前五位综合水平领先的省份外,其他省份数字赋能文化创意产业新质生产力发展综合水平的差距在逐渐缩小,但都有很大提升空间。从区域分布情况来看,2013、2022年数字赋能中国31省份文化创意产业新质生产力发展综合水平形成由沿海向内地的阶梯级递减非均衡分布格局,与经济发展水平呈现出正相关的空间分异特征。

为进一步分析数字赋能中国31省份文化创意产业新质生产力发展的时空演化过程,采用均值(E)与标准差(SD)对各省份进行分类:第一梯队(水平高于 $E + 0.5SD$)、第二梯队(水平介于 $E - 0.5SD$ 至 $E + 0.5SD$)、第三梯队(水平低于 $E - 0.5SD$)^[13]。具体来看:首先,广东综合水平排名第一,其次是江苏、浙江、山东、北京、上海,这些东部省份^⑦在综合水平评价中位列前六位,得分在0.2-1之间,属于第一梯队。第一梯队省份文化

2. 数据来源。本文数据主要源于国家统计局官网、《中国统计年鉴》《中国文化及相关产业统计年鉴》《中国科技统计年鉴》及各省份统计年鉴。

三、数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的时空演化特征

(一)数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的综合水平

利用中国31省份(不含港澳台)2013、2022年的截面数据,通过熵权TOPSIS法对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展综合水平进行评价,结果见图2。

创意产业新质生产力发展综合表现优异,文化创意产业发展的“马太效应”明显。湖北、安徽、福建、河南、河北、湖南、四川、辽宁、陕西、天津、江西、重庆得分在0.1-0.2之间。这些中西部省份在数字赋能文化创意产业新质生产力发展具有一定的优势,但综合水平表现得不够突出,具有一定的提升空间,属于第二梯队。吉林、山西、广西、云南、内蒙古、黑龙江、贵州、甘肃、新疆、海南、宁夏、青海、西藏得分在0-0.1之间,综合水平评价表现一般,具有很大的提升空间,属于第三梯队。

(二)数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展水平各维度分析

通过对中国文化创意产业发展水平各维度分析可深入探究不同地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展水平的异质性原因,由图3可知,不同省份文化创意产业综合发展水平呈现明显的地域差异,东部地区整体质效持续领先,中部地区崛起势头正劲,西部地区存在短板弱项但潜力势头强劲。

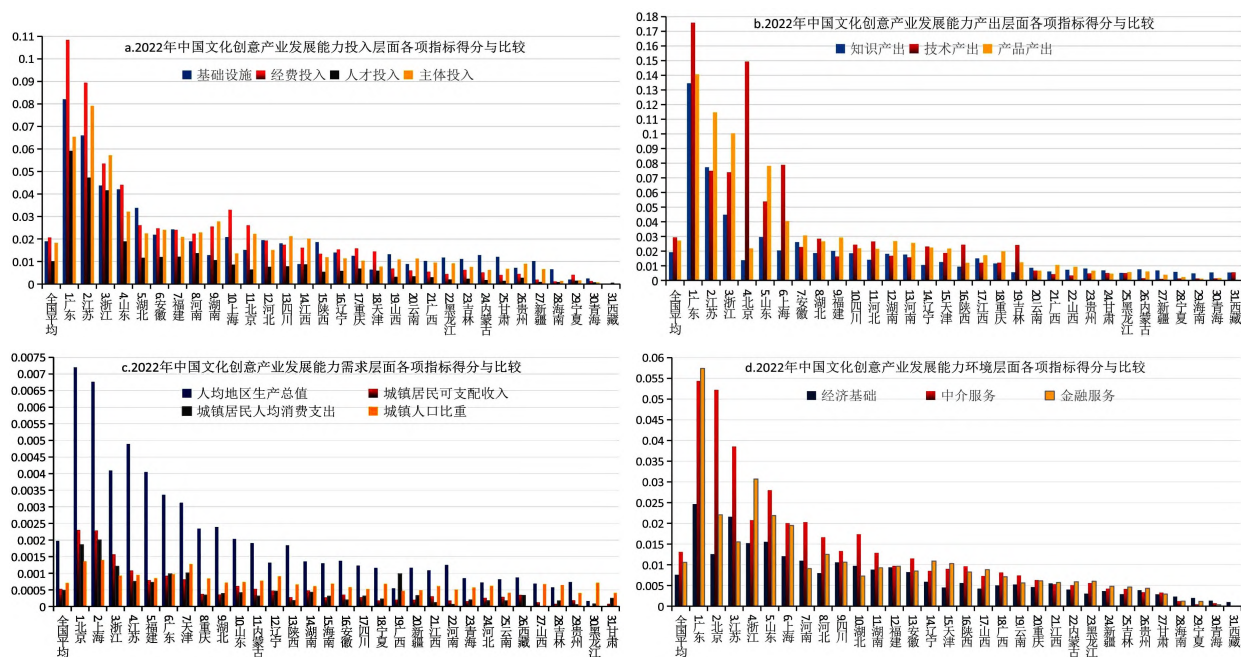


图3 2022年中国31省份(不含港澳台)投入维度、产出维度、需求维度、环境维度各项指标得分与比较

投入维度全国均值为0.0686,省域间文化创意资源投入不平衡现象突出。东部地区的广东、江苏、浙江、山东、福建、上海、北京得分均高于全国均值,可见较高的基础设施建设水平,较大的主体投入力度、人才投入力度、经费投入力度,为数字赋能文化创意产业新质生产力发展注入强大动能。中西部地区除湖北、安徽、河南、湖南高于全国均值外,其他省份均低于全国均值,可见,中西部地区在基础设施建设、主体投入、人才投入、经费投入存在一定短板,制约数字赋能文化创意产业新质生产力的发展。

产出维度全国均值为0.0756,文化创意资源产出呈现明显的省域差异。东部地区的广东、江苏、浙江、北京、山东、上海得分均高于全国均值,除海南外,东部地区其他省份在文化创意产业知识产出、技术产出、产品及服务产出层面均具有领先优势。这主要得益于相关省份关注文化育人及科技文化研究,可吸纳培养更多高质量文化技术技能人才,产学研与市场之间科技成果转化成功率较高,技术市场成果转移与知识交互层面有较多文化创新成果。中部地区部分省份具有一定的产出区位优势,安徽、湖北得分均高于全国均值,但得分与河南、湖南、江西、吉林等中部省份差异不明显。这表明,中部地区一些省份重视数字赋能文化创意产业新质生产力发展数字知识产出、数字技术产出、数字产品及服务产出维度建设,相关省份知识溢出效应明显。就分项而言,吉林、湖

北等中部地区省份在数字技术产出投入层面具有显著的比较优势,安徽、湖南、河南、江西等中部地区省份在数字产品及服务产出层面具有明显的后发优势。西部地区各省份得分低于全国均值,在文化创意产业产出维度尚存在进一步提升的空间,表明区域经济基础对数字技术产出具有显著的正相关性。但是西部地区的陕西在数字技术产出投入层面具有明显优势,重庆在数字产品及服务产出层面具有一定优势。对比投入维度和产出维度指标会发现,受创新成果市场转化存在一定体制机制制约的影响,中国文化创意产业数字技术投入并未有效转化为创新产出,大量数字技术创新没能有效市场化应用。

需求维度全国均值为0.0037,区域差异较显著。东部地区的北京、上海、浙江、江苏、福建、广东、天津得分高于全国均值且排名依次递减,可见东部地区受人均GDP和居民消费水平普遍较高的影响,需求水平和需求结构层面具有明显优势。中部地区仅湖北得分高于全国均值,名列第九名,其他省份差距明显。具体而言:湖南、安徽、江西、河南等中部地区在需求水平层面具有明显优势,这与其人均GDP和城镇居民可支配收入相对其他中部省份较高有关,但需求结构层面存在弱项;山西、吉林、贵州、黑龙江等中部地区省份在需求水平和需求结构层面均具有短板。西部地区仅重庆得分高于全国均值,名列第八名,其他西部地区省份在需求水平和需求结构层面均不具有优势。

环境维度全国均值为 0.0312,呈现明显的省域差异。广东、北京、江苏、浙江、山东、上海、河北等东部地区省份得分高于全国均值,表明东部地区在数字赋能文化创意产业新质生产力发展环境维度层面具有综合优势突出,良好的经济科技发展水平、中介服务与金融服务水平为数字赋能文化创意产业新质生产力发展提供坚实保障。中部地区除河南、湖北、湖南高于全国均值,西部地区除四川高于全国均值外,其他省份均低于全国整体平均得分,表明相关省份在经济基础、中介服务与金融服务层面存在一定短板,环境支持资源供给不足已经成为数字赋能文化创意产业新质生产力发展的重要制约因素。

表 2 2022 年数字赋能中国 31 省份(不含港澳台)文化创意产业新质生产力发展主要障碍因子

地区	省份	障碍因子排序			地区	省份	障碍因子排序			地区	省份	障碍因子排序		
东部地区	北京	C29	C4	C20	中部地区	山西	C24	C3	C4	西部地区	云南	C20	C1	C4
	天津	C4	C29	C24		吉林	C1	C24	C3		西藏	C1	C4	C24
	河北	C29	C24	C1		黑龙江	C4	C24	C1		陕西	C20	C4	C1
	辽宁	C4	C1	C29		安徽	C3	C20	C24		甘肃	C1	C4	C20
	上海	C29	C4	C1		江西	C24	C3	C4		青海	C4	C24	C20
	江苏	C4	C29	C24		河南	C24	C3	C20		宁夏	C1	C20	C4
	浙江	C1	C29	C3		湖北	C20	C3	C4		新疆	C1	C4	C20
	福建	C29	C24	C4		湖南	C3	C24	C20		内蒙古	C4	C1	C20
	山东	C29	C20	C1		重庆					广西	C20	C4	C24
	广东	C1	C29	C4	西部	四川								
	海南	C4	C1	C29		贵州								

从全国层面来看,中国数字赋能文化创意产业新质生产力发展障碍度排名靠前的单项指标分别为:科技馆数量(C1)、R&D 经费投入强度(C4)、工业企业新产品产值(C20)、科学研究和技术服务业城镇单位就业人员(C29)、城镇居民人均消费支出(C24)、众创空间数量(C3),其中科技馆数量(C1)、R&D 经费投入强度(C4)、众创空间数量(C3)这 3 项指标属于投入维度。由此可知,文化创意产业基础设施不完善、经费投入强度有限是数字赋能中国文化产业新质生产力发展的主要障碍。

从区域层面看,东部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要障碍层为中介服务、经费投入、基础设施,排名前 3 位的主要障碍因子是科学研究和技术服务业城镇单位就业人员、R&D 经费投入强度、科技馆数量。可见,中介服务能力、经费投入强度、基础设施建设水平是阻碍东部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要因素,说明提高文化创意产业数字化投入水

四、数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的障碍因子诊断

为进一步确定数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的阻碍因素,本文引入障碍度模型对其进行诊断和分析,考察各维度的三级指标对数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的影响,从而找出制约中国文化创意产业新质生产力发展的主要障碍因子。由于评价因子数量相对较多,本文通过对各个评价指标进行障碍因子分析,统计各指标因子出现频数,并根据指标层障碍度的大小,筛选出累计障碍度排名前三位的指标作为数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的主要障碍因子(表 2)。

平是推进东部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的有效路径。中部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要障碍层为产品及服务产出、需求结构、基础设施,排名前 3 位的主要障碍因子是工业企业新产品产值、城镇居民人均消费支出、科技馆数量。可见,产品及服务产出效率、需求结构改善、基础设施建设水平是阻碍中部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要因素,说明提升文化创意产业产品及服务产出效率、优化升级需求结构、强化基础设施建设是推动中部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的有效途径。西部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要障碍层为基础设施、经费投入、产品及服务产出,排名前 3 位的主要障碍因子是科技馆数量、R&D 经费投入强度、工业企业新产品产值。可见,基础设施建设水平、经费投入强度、产品及服务产出效率是阻碍西部地区数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要因素,西部地区推动数字赋能文化创意产业新质生产力发

展,需要着重从这三个方面入手。

五、结论与政策建议

(一) 结论

本文基于“数字赋能文化创意产业新质生产力发展的协同机制”构建数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展能力综合评价指标体系,运用熵权 TOPSIS 法对中国 31 个省份(不含港澳台)数字赋能文化创意产业新质生产力发展水平及各子维度发展水平进行测度,研究数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的时空演化特征,并利用障碍度模型分析数字赋能中国文化创意产业新质生产力发展的障碍因子。结论如下:

第一,中国各省份的文化创意产业新质生产力发展综合水平整体呈上升态势,文化创意产业发展能力在指标得分上呈现由沿海向内陆逐渐递减的“梯队结构”,空间分布上表现出比较明显的“马太效应”。

第二,中国各省份数字赋能文化创意产业新质生产力综合发展水平呈现明显的空间分异,东部地区整体质效持续领先,中部地区崛起势头正劲,西部地区存在短板弱项但潜力势头强劲。其中,投入维度各省份不平衡现象严重,产出维度各省份处于极端不充分的状态,需求维度各省份差距较大,环境维度各省份差异明显。

第三,中国数字赋能文化创意产业新质生产力发展的主要障碍因子分别为:科技馆数量、R&D 经费投入强度、工业企业新产品产值。其中,东部地区的主要障碍因子为科学研究和技术服务业城镇单位就业人员、R&D 经费投入强度、科技馆数量。中部地区的主要障碍因子为工业企业新产品产值、城镇居民人均消费支出、科技馆数量。西部地区的主要障碍因子为科技馆数量、R&D 经费投入强度、工业企业新产品产值。

(二) 政策建议

一是优化东部地区发展格局。首先,牢固树立各族人民休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同体理念,加大力度支持中西部地区文化创意产业新质生产力发展,形成东中西部地区以及各民族相互促进、优势互补、融合互动的文化创意产业发展格局。其次,扶持数字赋能文化创意产业新质生产力中介服务发展,提升数字赋能文化创意产业新质生产力发展质量,加强面向数字创新的公共中介服务平台建设,激活知识产权服务、人才服务、资本服务和信息服务等各类文化

创意产业要素,因地制宜打造数字赋能文化创意产业新质生产力发展的中介服务承载区域。再次,加大财税、金融政策扶持力度,明确政策支持领域和方向,建立数字赋能文化创意产业新质生产力发展专项资金,引导基金、风险投资和金融机构等支持数字赋能文化创意产业新质生产力发展。最后,创新文化创意产业产权交易供需对接机制,促进文化创意领域科技成果转化与应用,完善数字赋能文化创意产业新质生产力发展的基础设施服务体系建设。

二是推动中部地区加快崛起。首先,发挥好承东启西的作用,强化与东部和西部地区在数字赋能文化创意产业新质生产力发展方面的合作,构建与东部和西部地区错位发展、优势互补、协同高效、各具特色的文化创意产业体系。其次,系统性地出台数字赋能文化创意产业新质生产力发展规划,强化数字赋能文化创意产业新质生产力发展体系建设,完善数字技术与文化创意产业深度融合“产学研用”机制体制,增强数字技术的正向溢出效应,提升知识产权成果的贡献率。再次,完善数字赋能文化创意产业新质生产力发展的基础设施建设,鼓励企业自主搭建数字技术与文化创意产业深度融合平台载体,引导文化创意产业领域人才集聚,形成数字赋能文化创意产业新质生产力聚集效应。最后,多渠道增加城乡居民的财产性收入,提升城乡居民文化娱乐的消费能力,持续进行供给侧和需求侧改革,着力打造文化创意产业新的经济增长点。

三是挖掘西部地区发展潜能。首先,坚持东中部地区支持与自力更生相结合,建立健全东中西部地区战略统筹、市场一体化发展、区域合作互助、区际利益补偿等机制,促进西部地区文化创意产业新质生产力发展。其次,加大对数字赋能文化创意产业新质生产力发展的支持力度,建立健全数字赋能文化创意产业新质生产力发展资金筹措机制,撬动更多金融和社会资本投入。再次,加快信息基础设施建设与应用,实施公共文化基础设施建设提升工程,提高公共文化服务网络的覆盖率,完善覆盖城乡的公共文化服务体系。最后,厚植自身发展优势,加快发展步伐,提升发展水平,挖掘西部民族优秀传统文化发展潜能,提升数字技术与文化创意产业的融合能力,借助文化软实力和科技硬实力驱动文化创意产业新质生产力发展。

注释:

①参见:花建《数字文化产业的资源开发——TCI框架、三大维度与提升重点》,载于《同济大学学报》(社会科学版),2023年第3期;Caroline W. B.《The Logic of Platforms: How “On Demand” Museums Are Adapting in the Digital Era》,《Critical Arts》,2018年第32期;傅立海《数字技术对文化产业内容生产的挑战及其应对策略》,载于《湖南大学学报》(社会科学版),2022年第6期。

②参见:秦志爽《数字文化产业虚拟集群的形成机理及其系统动力学分析》,载于《经济问题》,2024年第1期;周锦《数字经济推动文化产业价值共创:逻辑、动因与路径》,载于《南京社会科学》,2022年第9期;傅才武、明琰《数字信息技术赋能当代文化产业新型生态圈》,载于《华中师范大学学报》(人文社会科学版),2023年第1期;Heo P. S., Lee D. H.《Evolution of the linkage structure of ICT industry and its role in the economic system: the case of Korea》,《Information Technology for Development》,2019年第25期;向勇《数字文化产业高质量发展的融合机制:连接、赋能与共生》,载于《人民论坛·学术前沿》,2022年第23期。

③参见:张振鹏《数字文化产业生态的基本特性、运行机制与演化趋向》,载于《学术论坛》,2023年第6期;张铮、许馨月《从创意者经济到认同者经济——数字文化产业发展模式的需求侧转型》,载于《苏州大学学报》(哲学社会科学版),2023年第2期;Rogers D. L.《The Digital Transformation Playbook: Re - think Your Business for the Digital Age》,New York: Columbia University Press,2016年;车树林、王琼《数字经济时代文化产业高质量发展的动力变革与路径选择》,载于《学术交流》,2022年第1期;秦志爽《数字文化产业虚拟集群的形成机理及其系统动力学分析》,载于《经济问题》,2024年第1期;Nambisan S., Wright M., Feldman M.《The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes》,《Research Policy》,2019年第48期。

④参见:韩松、王洛硕《数字经济、研发创新与文化产业高质量发展》,载于《山东大学学报》(哲学社会科学版),2022年第3期;惠宁、张林玉《数字经济驱动与文化产业高质量发展》,载于《北京工业大学学报》(社会科学版),2024年第2期;宁楠、惠宁《数字经济与文化产业高质量发展——基于新发展理念视角的分析》,载于《统计与决策》,2023年第18期;刘玉杰、黄韞慧《数字新基建对文化产业集聚的影响:基于准自然实验的研究》,载于《现代经济探讨》,2023年第11期;周佰成、阴庆书《数字技术对我国文化产业效率的影响研究》,载于《山西大学学报》(哲学社会科学版),2023年第2期。

⑤黄松、谭腾《中国式现代化视野下文化产业数字治理体系的建构:逻辑理路与创新策略》,载于《学术探索》,2023年第8期;陈知然、庞亚君、周雪,等《数字赋能文化产业的发展趋势与策略选择》,载于《宏观经济管理》,2022年第10期;顾江《文化强国视域下数字文化产业发展战略创新》,载于《上海交通大学学报》(哲学社会科学版),2022年第4期;Vial G.《Understanding digital transformation: A review and a research agenda》,《The Journal of Strategic Information Systems》,2019年第28期;周锦《数字经济视域下文化产业数字生态体系的构建与创新》,载于《江苏社会科学》,2023年第5期;许艳萍、岳强《数字经济背景下数字文化产业高质量发展

路径研究》,载于《经济问题》,2024年第3期;周建新、谭富强《大数据如何赋能数字文化产业高质量发展?》,载于《东岳论丛》,2022年第10期。

⑥参见:王冉《数字经济对文化产业全球价值链分工地位攀升的影响》,载于《统计与决策》,2023年第20期;陆建栖、任文龙《数字经济推动文化产业高质量发展的机制与路径——基于省级面板数据的实证检验》,载于《南京社会科学》,2022年第5期;姚正海、姚佩怡《数字技术驱动长三角文化产业转型升级的作用机制与影响效应研究》,载于《南通大学学报》(社会科学版),2023年第4期;王琴、杨颖、程欣伟《江苏文化产业与数字技术产业融合发展研究》,载于《艺术百家》,2022年第2期。

⑦东部省份包括北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南11个省市;中部省份包括山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南8省;西部省份包括重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆、内蒙古、广西12省区市。

参考文献:

- [1]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-11-1(1).
- [2]李可愚.把恢复和扩大消费摆在优先位置[N].每日经济新闻,2022-12-19(1).
- [3]习近平.铸牢中华民族共同体意识 推进新时代党的民族工作高质量发展[J].中国人大,2024(3).
- [4]陆淑敏,饶元,金莉,等.面向科技融合的文化创意产业协同创新机制研究[J].西安交通大学学报(社会科学版),2013,33(3).
- [5]郭晗.数字经济与实体经济融合促进高质量发展的路径[J].西安财经大学学报,2020,33(2).
- [6]姚树洁,张小倩.新质生产力的时代内涵、战略价值与实现路径[J].重庆大学学报(社会科学版),2024,30(1).
- [7]钟茂初.“新质生产力”发展演进及其增长路径的理论阐释[J].河北学刊,2024,44(2).
- [8]任保平,王子月.新质生产力推进中国式现代化的战略重点、任务与路径[J].西安财经大学学报,2024,37(1).
- [9]Scott A. J. Entrepreneurship, Innovation and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited[J]. Small Business Economics,2006,1(26).
- [10]文婷,胡兵.中国省域文化创意产业发展影响因素的空间计量研究[J].经济地理,2014,34(2).
- [11]郑丽琳,姚永络.碳市场对地区经济高质量发展影响研究——基于市场机制视角[J].软科学,2024,38(2).
- [12]张俊婕.中国农业农村现代化发展水平的时空特征及障碍因子分析[J].经济体制改革,2022(2).
- [13]李锦宏,肖林.文化产业高质量发展的区际比较与动态演进[J].统计与决策,2022,38(4).

收稿日期 2024-04-30 责任编辑 罗 敏