



CNKI来源刊物

文化产业研究

Cultural Industry Research

主 编 顾 江
副主编 胡慧源 吕寒

新媒体科技对文化产业发展的支撑作用探析

周 凯 武晋原

我国文化产业嵌入GVC现状研究：基于技术含量的测度

郭新茹

现代科技与民族文化发展

李 炎 乔翠娟

网络时代传统传媒产业的资源整合策略与知识管理创新研究

朱锦程

竞争环境下亚马逊Kindle族发展策略探析

安小兰 李晓玺

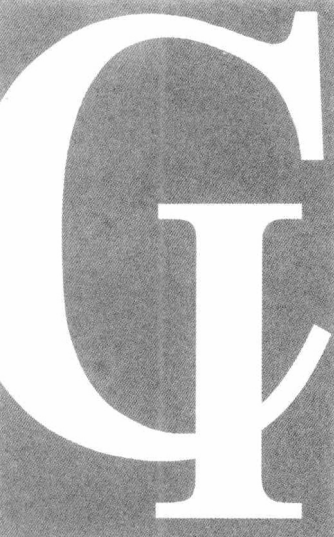
网络文化产业赢利模式探析

李文明 吕福玉



南京大学出版社

6



CNKI来源刊物

文化产业研究

Cultural Industry Research

主编 顾江
副主编 胡慧源 吕寒

 南京大学出版社

6

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 第6辑 / 顾江主编. —南京: 南京大学出版社, 2013. 4

ISBN 978-7-305-11318-5

I. ①文… II. ①顾… III. ①文化产业—世界—文集
IV. ①G114-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 072474 号

本 册 主 编 顾 江
本 册 副 主 编 胡慧源 吕 寒
本册编辑人员 吴建军 高莉莉 姜照君
马 卿 向飞燕

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093

网 址 <http://www.NjupCo.com>

出 版 人 左 健

书 名 文化产业研究(第6辑)

主 编 顾 江

副 主 编 胡慧源 吕 寒

责任编辑 刘光玉 纪玉媛 **编辑热线** 025-83686308

照 排 南京紫藤制版印务中心

印 刷 南京玉河印刷厂

开 本 787×1092 1/16 **印张** 15.5 **字数** 271 千

版 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-11318-5

定 价 38.00 元

发行热线 025-83594756 83686452

电子邮箱 Press@NjupCo.com

Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

《文化产业研究》编委会

(以姓氏笔画为序)

于 平

王廷信

王燕文

左 健

向 勇

刘玉珠

刘志彪

花 建

李 炎

李友根

李凤亮

李怀亮

沈坤荣

张晓明

范从来

金元浦

周 锦

周安华

胡惠林

洪银兴

顾 江

黄昌勇

熊澄宇

主办单位

文化部—南京大学国家文化产业研究中心

江苏省文化产业学会

南京大学文化产业研究所

南京大学商学院

编者寄语

实施科技创新战略 推动文化产业发展

当前正蓬勃发展的高新技术,广泛而深刻地影响着人类的生产方式、生活方式和思维方式,影响着包括文化生活在内的社会生活各个领域和各个层面。以数字化、网络化和多媒体化为代表的当代信息技术革命,全方位地作用于文化产业的各个发展阶段,不断地赋予文化创意新的时代内涵,拓展和丰富了创意产品的表现形式,再现和提升了文化作品的二元价值,在带来崭新经济形态的数字经济和网络经济的同时,更带来了崭新文化形态的数字文化和网络文化。

高速发展的文化产业,是文化和高新技术相结合的产物。文化影响着科技的生成、发展与传播,影响着创新的进程和结果。技术的进步又赋予了文化新的产品形式和展示方式。文化产业在我国取得飞速发展的同时,以信息技术为代表的高新技术成为文化产业发展的巨大动力。在文化的本体形态、经济形态和技术形态日益变革的时代,如何把握时代的脉搏,顺应高新科技发展的趋势,倡导科技创新,运用高科技手段去改造与提升传统文化产业,开发新兴文化产业,传播先进文化,实现文化产业的跨越式发展,促进中华文化的繁荣和创新,是我们正在面临的一个重大课题。

《文化产业研究》(第6辑)以“科技创新与文化产业发展”为主题,探讨科技创新背景下我国文化产业发展的新阶段、新特征与新模式。该辑主要内容包括技术进步与产业升级、科技发展与产业融合、技术引领与模式创新三个专

题,以期深化我们对科技创新与文化产业融合发展之路的认知与理解。

感谢江苏省社科基金项目“江苏文化产业规模化、集约化、专业化发展研究”(11ZHB005)、三江学院青蓝工程以及《文化产业研究》出版基金委对本辑出版的大力资助。

希望以《文化产业研究》搭建的学术交流平台能够不断推动我国文化产业的健康、快速、持续发展,最终在世界舞台上树立起文化传播的中国品牌。

目 录

技术进步与产业升级

新媒体科技对文化产业发展的支撑作用探析	周 凯 武晋原/	3
我国文化产业嵌入 GVC 现状研究:基于技术含量的测度	郭新茹/	12
中国制造业升级路径的新视角:文化产业与制造业融合	蔡旺春 李光明/	21
技术创新:中国动漫产业发展的必由之路	石德生/	30
技术进步、技术效率与江苏文化产业生产率	吴建军 顾 江/	45
我国文化产业创新的战略选择	周 锦 马 卿/	56
技术进步与广告产业升级转型:基于价值链视角	沈 艳/	65
科技创新背景下的江苏文化产业竞争要素分析	胡晓明 王 舒/	74

科技发展与产业融合

现代科技与民族文化发展	李 炎 亓翠娟/	85
网络时代传统传媒产业的资源整合策略与知识管理创新研究	朱锦程/	93
非物质文化遗产传承与文化产业导向 ——以吴歌为例的研究	廖文杰/	101
国家“文化兴国”战略下广电系统的“三网”破局之路	徐海龙 王潇琳/	112
破解科普产业困局:科技+创意	刘 洋 唐任伍 李 冲 杨美琼/	121
科技创新与文化产业发展中的价值悖论	段 莉 王晓玲/	130
文化科技企业服务平台构建的意义及其外部约束	胡慧源 刘 璐/	140
新兴文化产业服务平台构建:基于政产学研合作视角	高莉莉 向飞艳/	149
科技与文化融合:文化产业发展的的重要推动力	贾 辰/	158

技术引领与模式创新

竞争环境下亚马逊 Kindle 族发展策略探析	安小兰 李晓玺 / 167
网络文化产业赢利模式探析	李文明 吕福玉 / 174
昆士兰模式:澳大利亚创意产业发展研究之一	郭梅君 / 183
网吧产业发展战略与赢利模式创新	郭妍琳 / 196
上海演出市场艺术赞助模式初探 ——以中国上海国际艺术节为例	徐一文 / 210
媒介变迁视角下我国科学传播的理念转向及路径选择	姜照君 / 217
关于高级动漫创新人才培养模式的思考	李 云 张 宇 / 227

技 术进步与产业升级

新媒体科技对文化产业发展的支撑作用探析

周 凯 武晋原

【摘要】 文化产业是以新媒体技术的发展为核心支撑的集约型与技术密集型产业。新媒体技术的不断创新促进文化产业结构的快速升级,不但扩展了文化产业链的边界,而且促进了新的文化融合业态的不断涌现。本文在分析新媒体技术为文化产业的发展提供新的平台和助力的同时,也指出了新媒体技术在运用过程中出现的一些问题,并针对性地提出对策思路。

关键词: 新媒体技术 文化产业 产业融合 霸权主义

2002 年发展文化产业作为一项重要内容被正式列入国家重要发展战略。与此同时,国家统计局颁布了新修订的《文化及相关产业分类(2012)》标准,把文化及相关产业的定义进一步完善为“为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合”。以高科技为核心支撑的文化产业是战略性、先导性产业,能够为社会经济发展提供精神动力、思想保证;推动文化产业成为新的经济增长点,可以为推动科学发展提供重要支撑,也是推进经济转型的强大引擎。当前,文化产业在 GDP 中的比重与日俱增,而新媒体科技在文化产业中所起的作用也愈加突显,新媒体与文化产业的协同发展不仅满足了全新时代背景下大众多层次、多样化的精神消费,更能通过经济结构的调整,提升经济发展速度,提高应对可能的经济危机的抗震性能。

一、当前文化产业发展的态势

文化产业具有极大的发展优势,资源消耗少、环境污染小,而且科技含量较高,是典型的低碳、绿色、环保经济。近年来,在国家政策的支持下,我国文化产业发展迅速。2010 年我国文化产业增加值突破 11000 亿元,比 2009 年增长 25.8%,占 GDP 的比重

为 2.75%。在发展态势良好的文化产业中,尤以新媒体文化产业扩张迅速。以在线视频为例,据艾瑞统计数据显示,2011 年中国在线视频市场规模达 62.7 亿元,同比增长 99.9%。同时,为推动文化产业的规模化、集约化发展,我国着力建设文化产业园区,2012 年 7 月,文化部已经公示了第四批国家级文化产业示范(试验)园区和第五批国家文化产业示范基地推荐名单。

在许多西方发达国家,文化产业早已成为国民经济的重要支柱产业。据不完全统计,全球文化产业每天创造约 220 亿美元的价值,并以 5%左右的速度递增,目前国外的文化产业发展主要有三种模式:市场驱动型、资源驱动型和政策驱动型。

市场驱动型以美国为代表,崇尚自由主义的美国并没有给予文化产业任何特殊待遇,认为政府在促进文化产业发展中的作用就是在遵循文化产业发展规律的前提下,为文化企业的经济活动以及个人的文化创意活动提供一个公平健康、合理竞争的市场环境。在美国,文化产业被称为“版权产业”,核心版权产业与交叉版权产业、部分版权产业、边缘版权产业结合显现出巨大的市场活力,为美国带来巨大的经济收益。以迪士尼为例,其核心版权产业是电影,票房收入是迪士尼的第一轮收入,随后发行 DVD、录像带等带来的第二轮收入也属于核心版权产业的范围;由核心版权产业衍伸出的部分版权产业包括迪士尼主题公园、迪士尼服装、家居产品、玩具、饰品、箱包等,其中迪士尼主题公园的推广带来了第三轮收入,品牌授权专卖则带来第四轮收入;最后一轮收入则由边缘支撑产业电视媒体的传播获取。据统计,电影发行加上最后的电视传播收入占 30%,主题公园的收入占 20%,其余的 50%则来自品牌销售。

英国是全球最早提出“文化产业”的国家,其文化产业的模式属于资源驱动型,即由原有资源实现价值的增长,产生一种新的资源。以悠久的历史、深厚的文化艺术为基础,英国政府积极地挖掘传统文化资源,赋予现代建筑、演出、广告等多种产业更多的传统文化内涵,用传统文化熏陶、培养着英国市民,实现了传统文化的再循环和再增值。目前,文化产业已经成为英国增长最快的支柱性产业,其创造的年产值超过了任何一种传统制造业所创造的年产值,占国内生产总值的 8%左右。

政策驱动型的代表国家是韩国,即政府政策在文化产业的发展过程中起到了极大的促进作用。1997 年金融危机之时,韩国政府就已经把发展文化产业放到了培养国家核心国际竞争力的重要战略位置,并于当年成立了“文化产业基金会”。随后几年,韩国政府制定了一系列文化产业发展计划,并加大了对文化产业的投入,在尊重市场规律的前提下,大力推进文化产业的成长。游戏、电子产品、电视剧、电影等主打产品的出口带来了一股韩流文化,中国国内“哈韩族”的兴起就是韩国政府大力推崇其文化

产品的结果。此外,韩国还设立了许多机构推广韩国文化,从组织上保证了“韩流文化”的品质和影响力。比如韩国政府在北京、上海等地兴建了“韩流体验馆”;由民间专家学者成立“亚洲文化交流协会”,对出口的文化内容进行质量把关,防止劣质文化产品流出而降低外界对韩国文化产品的信任度;在“韩流”影响较大的国家和地区,韩国政府设置了驻外办事处和“韩国文化振兴馆”等机构。韩国政府通过各种推进政策将韩国文化输出到全世界,不仅提升了国家形象,也使韩国文化在世界风行。

二、新媒体与新媒体科技概述

文化产业的发展以人的智力投入和科技进步为依托,以高科技为核心的新媒体正为文化产业提供更大的发展空间、更美好的前景,麦克卢汉所预言的“地球村”、电子时代已经变成了现实。新媒体是在某一个时期相对于传统媒体而言的,新媒体的出现并不意味着旧媒体的消亡,而是与旧媒体在竞争中相互促进。随着科技的发展和社会的进步,曾经被称之为“新媒体”的媒体也将变为“旧媒体”。新媒体是由科技进步和社会文化发展共同作用而产生的,具体到当下,指的是第四媒体互联网和以数字技术为核心的第五媒体。美国学者大卫·赫斯蒙德夫对于新媒体的理解如下:如果把各种相互冲突的关于新媒体的定义摆在一块寻找相同点的话,核心的一条便是“数字化”。美国学者帕夫利克将新媒体技术所涵盖的领域进行了归纳整理,认为新媒体技术包含了采集和生产技术、处理技术、传输技术、存储技术和播放显示技术,涉及围绕着互联网和移动通信的输入与输出、处理全过程的各项技术。

在英尼斯的理论中,他着重将传播技术作为一切历史运转的轴心来探讨,麦克卢汉的很多观点就受到了他的影响。英尼斯在他的著作《传播的偏向》中,提出“一种新媒体的长处,将导致一种新文明的产生”,这一说法在现今文化产业的发展中有了更深刻的体现。以高科技为核心的新媒体技术是当今文化产业繁荣发展的技术支撑,不断创新的媒体技术构成了文化产业核心竞争力的基础,打造以数字技术为核心的文化产品是文化产业向高端发展的必然趋势。计算机技术、网络技术、光纤通信及卫星通信等新媒体技术的发展让人目不暇接,其速度快于文化产业内容产品的开发,这已经成为文化产业发展的一种潮流,改变了文化产业的生产、创作以及消费的方式。这些媒体技术发展所带来的影响已经超越了它们所传播的内容,正在不断冲击着人们的视听,对传统的文化传播系统形成挑战。从某种意义上可以说,技术产业的先行为内容产业创造了生长的土壤,带来了不断发展的契机。文化产业的发展依靠对新媒体技术的不断运用,提升了产业的内在发展力和外在传播力。

三、新媒体科技促进文化产业不断提升

（一）新媒体科技为文化产业的发展创新提供了新的平台

报纸、广播、电视三大媒体的出现都曾经改变了当时的社会文化信息传播的格局，电视的产生甚至对整个社会产生了巨大的影响，成为整个社会价值观念、意识形态等的重要来源。日本学者中野收在《现代人的信息行为》中，将在以电视媒介为主的环境中成长起来的现代日本人称为“容器人”，“容器人”极易受到电视等媒体的影响，而对任何外部强制和权威采取不认同的态度，这显示了媒介对于社会的影响。当今新媒体的出现则进一步改进和优化了文化传播系统，为文化产业的创新发展提供了新的渠道、新的平台和新的空间。

首先，新媒体技术为文化产业的发展提供了完善的技术支撑。数字媒体、网络媒体和多媒体等技术平台的完善建设，为文化产业的发展提供了更加高端的载体。由东方卫视和天涯网络社区共同推出的时事辩论民意调查节目《东方直播室》，就是将网络媒体、电视媒体、手机媒体等多种媒体结合在一起，构建了一个更为广泛的意见平台。以动漫、影视、演艺、传媒、会展、广告等为代表的文化产业，依托高科技含量的新媒体技术对传统文化实现了现代表达，为传统文化开辟了新的价值空间。我国古典文学名著《三国演义》与当下数字技术的结合便为传统文化的传播开辟了新的空间，也赋予了传统文化新的价值。其手机版的有声可动漫画上市之后大受欢迎，3个月内点击率达到13万次，和传统的纸质媒介漫画相比，收益提高了几十倍。3D数字技术的发展也给电影带来了继有声电影、彩色电影之后的第三次电影革命，3D电影能够真实地还原三维空间感，观众在视觉和听觉上有身临其境之感。由于3D技术的融入，电影成为了真正的“梦工厂”。

其次，新媒体技术的不断涌现拓展了文化产业工作者的创新空间。新媒体的出现不但给文化产业工作者提供了更加舒适便利的工作环境，而且给文化创意工作者带来新的思路，不断激发他们的创意灵感，从而提高文化产业竞争的软实力。比如在新媒体技术的基础上，玩具的设计者们对玩具的设计思路早已超越了玩具概念本身，而玩具的目标消费者也不再只是儿童类群。设计师们在计算机上绘制图画甚至进行实物模拟，生产出来的玩具也更富情感性、科技性、体验性和互动性。在新媒体的思路生产出来的现代玩具融入了图像识别技术，可以捕捉用户的动作并将其建模，从而可以与虚拟空间产生互动。

第三，新媒体技术的发展也带来了文化产业投融资体制的创新。由于新媒体技术

普及性强,扩散速度快,带来的竞争也极为激烈。以新媒体技术为基础、以创新为发展力的文化产业的关注点将不再只集中于依靠人力、物力和财力取胜的大型规模企业,富有活力、灵活性强的中小企业已成为文化产业发展新的推动者和领跑者。在这一现状下,政府开始加大对中小文化创意企业的政策支持,以促进中小文化企业向“专、精、特、新”的方向发展。全国各省市都建立了“文化产业发展专项资金”,用于每年支持重点文化项目的发展,帮助各类中小企业进行投融资。

(二) 新媒体科技促进产业融合和新的业态的产生

所谓产业融合,是指由于技术进步、体制创新及需求拉动等原因,同一产业的不同行业或不同行业间由于技术融合或数字融合所带来的相互渗透、相互交叉,最终会导致产业边界模糊化或融为一体的状况。产业融合的结果就是产品、业务与市场的融合,产生新的产业或新的经济增长点。

首先,新媒体科技带来了文化产业内部的融合。默多克认为,文化产业的融合包括了文化形态的融合、公司产权的融合及媒体技术的融合。新媒体技术的出现则大大加速了融合的过程,为新的文化业态的展示和推广提供了基础载体。传统电视业在新媒体技术的基础上,形成了数字电视、IPTV、手机电视、网络电视、移动多媒体电视等新的业务形态。电视台也不再是制作电视节目的唯一机构,网络视频企业等也涉足其中,共担风险,共享利润。

新媒体技术的快速发展也加快了知识产权的融合。侵犯知识产权的行为已是当今保护智力成果和创造性产品的一个突出问题,而对于知识产权的保护一直是文化产业健康发展的一个关键问题。知识产权是智力劳动产生的成果所有权,包括专利权、著作权、商标权等,是一种无形的财产权,和其他有形财产一样都受到国家法律的保护。现在,运用数字化技术则可建立知识产权信息平台,在这个平台上可以检索包括专利权、著作权、商标权等在内的各类信息,为知识产权的交易提供专业化的服务,从而避免侵权和重复创作,创造一个低成本、高效率的知识产权市场格局。

其次,新媒体科技促进了产业间的融合。不同产业之间的融合,文化产业与其他产业之间的交互渗透,也依赖于新媒体技术层面的融合。科技进步为文化产业和其他产业的融合提供了强大的技术支撑。文化产业和其他产业的融合就是指文化理念、文化符号价值等创意思维向其他产业的渗透,文化产业和体育、信息、物流、建筑等产业之间的合作,可以增加相关产业的文化含量,延伸文化产业链,提高产品附加值。新媒体实现了文化产业和不同产业之间角色分工的关联,构建了一个各产业对话交流的平台,在这个平台上,各角色可以资源共享、便利交互。在产业整体格局中,新媒体作为

产品创作、成果展示、信息交流的载体,实现了文化产业和其他产业的联动。早期海尔集团投资影视业拍摄的《海尔兄弟》便对品牌塑造和提升推广起到了助力作用。当今新型的电视产业链中融合了文化产业和信息业,包括了内容提供商、平台提供商、传输商、终端屏幕提供商等企业(事业),大大扩展了电视业的范围和发展空间。

而电子游艺游戏便是大型制造业和文化产业融合形成的新的产业形态,现在蓬勃发展的卡通动漫游戏主题乐园集市场研发、产品展示、娱乐体验、参与活动等为一体,形成了涵盖研究开发、策划设计、营销推广、制造安装、场所投资管理等较完整的产业链。由此可见,新媒体技术赋予了文化产业高联动性的特质,与其他产业部门之间发生融合渗透,最终形成以高科技为支撑、文化为内涵、高关联度为特质的庞大的产业链群。

(三) 新媒体科技推动文化产业结构升级

文化产业在日本被称为“内容产业”,在英国被称为“创意产业”,可见内容和创意对于文化产业的核心价值之所在。我国目前传统产业的发展主要依靠大量的资金投入、低廉的劳动力和低成本的自然资源,只有大力发展文化产业才能够改善我国的产业结构,新媒体技术则促使文化产业加快实现产业结构重构、整合和优化升级,更加体现出内容创意的重要作用。新媒体为文化产业带来的是深刻的结构性变化,也推动了整个文化产业系统的进化和更新。

在文化产业生产的最初创意阶段,计算机技术和数字技术帮助研发设计者真实地呈现设计思路和产品,如在开发动漫和游艺游戏产品中需要用到的图形处理技术、数据传输技术和计算机仿真技术等,在工业设计中用计算机辅助工业设计软件(3DSMAX、Pro/E、RIHNO3D等)进行思路展示和三维造型。在生产阶段,高新技术使文化产品得以切合消费者需求的多种形态呈现,如消费者可以通过光盘、软件包、网页视频、荧幕等多种媒介载体,接触到同一部电影或电视剧,而同一内容资源在新媒体的整合下又可通过动漫、电影、游戏等不同的产业形态展现出来。除此之外,新媒体技术可以使文化产业的生产由劳动密集型转变为技术密集型和智力密集型。在产品发行阶段,除传统的发行方式外,新媒体技术带来了更为便捷的发行渠道和方式,突破了旧媒介样态不同的障碍,打通了不同媒介样式产品的发行渠道。如产品交易可以通过网络以电子商务的形式进行,电影发行也不再需要复制出许多电影胶带而可以直接由卫星数字传输到用户终端,大大节省了人力和物力资源。出版业也由传统的纸质书刊向电子出版业过渡,用户可以极低的成本阅读到自己喜欢的出版物,既便利快捷又节约资源。在消费阶段,新媒体技术为文化产品的消费和服务提供了完善的软硬件支