



文化科技蓝皮书

BLUE BOOK OF CULTURE AND TECHNOLOGY

文化科技创新 发展报告 (2016)

主编/于平 李凤亮

副主编/周建新 周志民 黄玉蓉

ANNUAL REPORT OF CULTURE AND TECHNOLOGY

INNOVATIVE DEVELOPMENT (2016)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2016
版

文化科技蓝皮书

BLUE BOOK OF
CULTURE AND TECHNOLOGY



文化科技创新发展报告 (2016)

ANNUAL REPORT OF CULTURE AND TECHNOLOGY
INNOVATIVE DEVELOPMENT (2016)

主 编 / 于 平 李凤亮

副主编 / 周建新 周志民 黄玉蓉



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

文化科技创新发展报告. 2016 / 于平, 李凤亮主编

. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2016. 10

(文化科技蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 9831 - 7

I. ①文… II. ①于… ②李… III. ①文化事业 - 技术革新 - 研究报告 - 中国 - 2016 IV. ①G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 245712 号

文化科技蓝皮书

文化科技创新发展报告 (2016)

主 编 / 于 平 李凤亮

副 主 编 / 周建新 周志民 黄玉蓉

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 蔡继辉 任文武

责任编辑 / 丁 凡

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20 字 数: 300 千字

版 次 / 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 9831 - 7

定 价 / 79.00 元

皮书序列号 / B - 2013 - 308

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

文化科技蓝皮书编委会

主 编 于 平 李凤亮

副 主 编 周建新 周志民 黄玉蓉

学术助理 钟洁敏

主要编撰者简介

于平 博士，中国文艺评论家协会副主席、南京艺术学院舞蹈学院院长、博士生导师，文化部文化科技司原司长，北京大学、北京师范大学、上海戏剧学院兼职教授。1970~1980年在江西省歌舞团做舞蹈演员。1980~1985年就读于江西师范大学南昌分院中文系并留校任教。1985~1988年就读于中国艺术研究院研究生部，1988年获硕士学位后任教于北京舞蹈学院，1992年任副教授，1995年任教授，1996年被评为文化部优秀专家并享受国务院专家津贴，1998年被评为“国家有突出贡献的中青年专家”。1996年任北京舞蹈学院副院长（主持院务工作），2001年调任文化部艺术司副司长，2004年任文化部艺术司司长，2009年任文化部文化科技司司长。主要著作有《中国古代舞蹈史纲》《中国古典舞与雅士文化》《中外舞蹈思想概论》《中国现当代舞剧发展史》《舞蹈文化与审美》《高教舞蹈综论》《舞蹈形态学》《舞台演艺综论》等。

李凤亮 教授，博士生导师，现任深圳大学副校长、文化产业研究院院长，国家文化创新研究中心（筹）主任。美国南加州大学访问学者，国家社会科学基金重大项目首席专家，“百千万人才工程”国家级人选和有突出贡献的中青年专家，教育部高等学校艺术学理论类专业教学指导委员会委员，教育部“新世纪优秀人才支持计划”入选者，教育部霍英东教育基金会“高校青年教师基金”和“高校青年教师奖”获得者，“鹏城杰出人才奖”获得者，深圳市国家级高层次专业领军人才。兼任中国世界华文文学学会副会长、海峡两岸文化创意产业高校研究联盟副理事长、文化产业（中国）协作体专家委员会委员等。专业领域为文艺理论、文化产业和城市

文化研究，独立主持国家社科基金项目 3 项、省部级课题 8 项，出版著作（含合著）14 部，发表论文百余篇。

周建新 教授、博士生导师，深圳大学文化产业研究院执行副院长、文化部国家文化创新研究中心（筹）副主任、客家研究所所长。中山大学博士，国家社科基金项目通讯评审和结题鉴定专家，兼任中国中外文艺理论学会文化创意产业研究会秘书长、中国人类学民族学会客家专业委员会副主任、中国博物馆学会服装专业委员会副主任、中国社会学学会理事。主要从事区域文化产业、族群和区域文化研究。现主持国家社科基金重大招标项目 1 项，完成国家社科基金项目 2 项、教育部人文社科研究项目 1 项、省社科规划项目等 10 余项，出版专著 7 部，发表论文 100 余篇。研究成果获得省社会科学优秀成果奖一等奖 2 项、二等奖和三等奖各 1 项。获得国家社科基金重大项目首席专家、国务院特殊津贴专家、新世纪“百千万人才工程”省级人选、深圳市国家级高层次领军人才、深圳大学荔园领军学者、江西省青联委员等荣誉称号。

周志民 教授、博士生导师，深圳大学文化产业研究院副院长，深圳大学管理学院副院长。中山大学博士、香港城市大学博士后。美国南加州大学、英国中央兰开夏大学访问学者。入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”和广东省高校“千百十工程”省级培养对象，被评为广东省“十大杰出青年岗位能手”、深圳市高层次人才地方级领军人才、深圳市优秀教师、深圳大学优秀学者。担任中国管理现代化研究会营销专业委员会常务理事、中国高等院校市场学研究会理事、《营销科学学报》编委、《品牌管理》编委。主持国家自然科学基金项目等 10 多项课题研究，出版 5 部专著和教材，发表 70 余篇中英文论文，荣获广东省哲学社科优秀成果一等奖等 10 余项科研奖，获深圳大学 MBA 优秀教师等 10 余项教学奖。

黄玉蓉 博士，副教授，硕士生导师。现任深圳大学文化产业研究院学

术研究部主任、文化政策研究中心主任。中山大学文艺美学与文化传播专业方向博士，中国艺术研究院公共文化政策研究中心艺术学出站博士后，美国纽约大学艺术与公共政策系访问学者，深圳市高层次人才。目前主要从事文化政策和创客运动研究，担任1项国家社会科学基金艺术学项目负责人及2项国家社科基金重大项目子课题负责人，参与多项国家文化部、地方文化部门咨询规划项目。发表《中国文化产业公共平台建设现状分析及政策建议》《美国文化资助体系研究》《文化政策视野中的实体书店保护研究》《深港共建文化创意中心的战略意义与合作条件》《文化财政在基层》《促进文化与科技融合亟需设立国家文化科技基金会》《法国文化资助制度运作特点及其对中国的启示》《中国电影资助制度设计研究》《中国创客生态培育研究》等论文及研究报告。

摘要

近年来,文化科技创新发展迎来了前所未有的繁荣景象。新的文化产品和社交媒体不断产生,打破了传统文化产业的生产逻辑,开源项目、虚拟现实、增强现实、数字内容、移动互联、智能终端、自媒体、大数据、网红、直播等事物以前所未有的速度融入大众日常生活,推动文化与科技深度融合已成为各国提升文化软实力与竞争力的关键手段。就我国而言,以科技带动文化发展,发展新型文化业态,促进传统产业转型升级已进入国家顶层设计层面,成为实施创新型国家战略的重要举措。

《文化科技创新发展报告(2016)》(文化科技蓝皮书)是深圳大学文化产业研究院、国家文化创新研究中心(筹)发布的关于文化与科技融合背景下的产业发展现状、融合路径分析与战略研究报告,其主要内容集合了深圳大学文化产业研究院、国家文化创新研究中心(筹)对文化科技融合创新研究的最新成果,同时也吸收了国内外相关领域专家的前瞻性研究成果。

本报告基于文化与科技融合创新的现状分析与路径选择,集中探讨了文化科技融合的理论渊源、文化培育、金融支持、法律保障、商业模式、产业集聚范式以及在“互联网+”、“开源制造”、“数字生产”、“创新文化”等要素的推动下发展起来的创客运动。通过对国内外代表性城市、园区、艺术节等文化科技融合成功案例经验的分析,本文跨领域、多角度地提出了文化科技融合的发展政策和创新路径。本报告内容架构分为六个部分。

第一部分是总报告。主要梳理了自2015年以来虚拟现实的文化科技属性及其软硬件迅猛发展阶段,介绍了虚拟现实的技术、内容、平台和终端等四个环节,分析了其在影视、游戏、旅游、设计、教育等文化产业中的应用。



第二部分是开源创新篇。这是 2016 年度报告的特色主题，探讨了以教育培养创意文化达至开源创新的路径，创客运动对北美文化创意产业复兴和商业模式创新的带动；还以产品设计为例，探讨了以大众为核心的开放式设计模式如何提高开源项目的大众参与度，从而更好地利用大众智慧，创造出更好的产品。

第三部分是理论前沿篇。《文化治理视域下的舞台演艺生产》在“推进国家治理体系和治理能力现代化”的理论框架和“文化治理”视域中观照舞台演艺生产艺术要素和科技要素的有效集成；《寻求文化与科学的通约性》是深圳大学文化产业研究院“荔园文创译丛”即将推出的约翰·哈特利、贾森·波茨力作《文化科学》（中文版）的序言，两位作者综合了跨度可观的若干学科，推出一种新的文化研究方法，为文化创新研究提供了理论支撑。该部分还探讨了创客运动与创客群体的文化认同和文化科技金融的协同创新与法律保障。

第四部分是产业观察篇。探讨了互联网背景下东西方创客群落及产业集聚范式、数字时代音乐产业和“创客”文化的关系、科技创新视角下文化创意产业园区发展路径及版权贸易促进文化产业发展的机理及实证研究。

第五部分是案例研究篇。通过对移动互联网时代上海加快文化与科技融合的经验研究、洛阳牡丹文化节的跟踪调研和萧山区公共文化服务动态评估系统的分析，深入探讨了文化科技融合对公共文化服务和城市文化形象的提升。

第六部分是发展政策篇。从“互联网+”背景下中国公共文化众筹的制度设计、版权贸易促进文化产业发展的对策等方面，深入探讨了文化与科技融合创新的路径、模式和政策。

关键词：文化科技融合 文化产业 开源创新 创客运动 虚拟现实

序 文化与科技创新：模式与类型^{*}

李凤亮^{**}

回溯人类文明演进，整个社会在科技族谱与文化脉络两张“进度表”上总是呈现出强烈的对应关系。^①尤其是科技的每一次跨越式发展，都给文化的繁荣提供了强大的工具载体。从造纸术到印刷术、从蒸汽机到电动机、从计算机到互联网……科技嵌入文化领域的每一次重大突破，都给人类的思想解放和精神诉求提供了源源不竭的动力。历史发展的经验表明，科技影响着文化的生成、发展和传播，文化推动着科技的创新、突破和转化。进入21世纪，文化与科技的融合迎来了前所未有的繁荣图景。从微观层面看，新的文化产品和社交媒体不断产生，打破了传统文化产业的生产和生存逻辑，数字内容、虚拟现实、移动互联、智能终端、自媒体、大数据等以一种前所未有的便捷方式融入人们的日常生活；从宏观层面看，推动文化与科技融合已成为各国提升文化软实力与竞争力的关键手段。就我国而言，以科技带动文化发展，发展新型文化业态，促进传统产业转型升级等已经进入国家顶层设计层面，成为深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣的重要战略。

一 文化与科技创新的模式建构

现代文化科技产品赋予消费者新奇独特的用户体验和人们对产品文化内

* 项目来源：国家社会科学基金重大项目“文化与科技创新的内在机理与战略路径研究”（项目编号：11&ZD023）的研究成果之一。

** 李凤亮，深圳大学副校长、文化产业研究院院长，文学博士、教授，研究领域为文艺理论、文化产业与城市文化。

① 陈鸣波：《2013 上海推进文化和科技融合发展年度报告》，上海市科技信息中心，2013，第7页。



涵的自觉追求，给文化与科技的融合创新发展带来了前所未有的光明前景和良好机遇。文化科技融合创新带来的经济价值和社会效益，也使其作为经济发展第一引擎的地位愈加凸显。同时政府产业政策的积极调整、中介机构的主动参与、政产学研跨界互动频密等，也无不显示出文化科技融合创新的向好发展。^①近年来，随着国家日益重视文化与科技融合的推进，学界也越来越多地关注到这一趋势并积极地投入相关研究当中。但是，文化与科技之间究竟“如何融合”，其具体呈现的模式类型又有哪些，仍是一个值得探讨的问题。一般观点认为，文化与科技的融合就是文化与科技相互作用、相互影响从而形成一体化的状态，是“文化科技化”与“科技文化化”的过程，具体表现为科技对文化的载体支持与文化对科技的内涵提升。但笔者认为，这样的探讨似乎过于简单。推动文化科技融合创新是一个复杂而庞大的“系统工程”，其涉及主体和行业之多、影响范围之广泛、战略意义之重大等，都需要我们站在更为广泛的视域去探究文化与科技的融合模式和呈现形态。

哲学意义上的“主体”与“客体”关系帮助人们理解世界，其作为认识论中的一对范畴，亦有利于人们在现实生活中发现事物的规律。站在辩证唯物主义的立场上，社会实践维系着主客两端，主体与客体则形成了改造与被改造的关系。我们毋宁将文化与科技的“融合创新”也看作新世纪人类探求自身文化发展的一场实践活动，而“文化”与“科技”作为这一实践活动的两大要素，其融合手段的差异性与目的多样性必须从文化与科技融合创新的“主体”与“客体”中寻找。这对于理解与推动当代文化与科技发展的核心理念与内在机制具有重要意义。换言之，文化与科技的融合本身意味着创新，而要实现这种创新，二者必须走上融合之路。那么，究竟是谁如此“能动”地推动着这波融合浪潮呢？

一般而言，当代文化与科技的融合创新涉及主体众多，但主要包括个

^① 李凤亮、谢仁敏：《文化科技融合：现状·业态·路径——2013年中国文化科技创新发展报告》，《福建论坛》（人文社会科学版）2014年第12期，第56页。



体、企业、消费者、政府和中介这五大主体。由于不同主体的地位和性质差异，它们在推动文化与科技融合过程中所扮演的角色和承担的职责各不相同。比如个体主要是通过个人智慧开拓创新，是推动文化与科技融合最原始的动力，揭示的是人类生存的必然诉求；企业创新则相对可以看作一种“集体智慧”的聚合行为，是探索文化与科技结合的真正主体；对于消费者而言，对新型文化科技产品的需求体验直接刺激了企业的生产，提供了源源不断的需求动力；政府和中介则是“官方”和“民间”两大力量对文化科技融合实践活动的支持，既为文化与科技之间的融合搭建了桥梁，也是促进各个主体协同创新的“润滑剂”。由此可以看出，推动文化科技融合创新，五大主体各有侧重，缺一不可。那么，这些“主体”试图通过“融合创新”这一实践活动改造的“客体”又是什么呢？解决这一问题，有助于我们真正理解文化与科技融合的内涵。按照党的十八大报告提出的推进社会主义文化强国建设所强调的，“促进文化和科技融合，发展新型文化业态，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”。而其根本落脚点则在于如何提供更多“丰富人民精神文化生活的文化精品”。从文化与科技融合的宏观层面而言，二者的融合就是通过将各类文化的内容、形式与服务等与科学技术的原理、方法等有效结合，提升有关文化产品的价值与质量，更好地满足人民日益增长的文化需求，这既是目的也是手段。^①由此可以看出，文化科技融合创新的“客体”主要是指产业和产品两个层面。其中产业是平台，产品是载体，最终任务则主要落在了企业这一市场主体上。

首先，文化与科技融合对产业的创新大致可以用“新”和“旧”两个字来概括：一是创造了“新”的产业形态，一般指由新科技成果转化与文化结合而成，可以称之为“新兴文化业态”，典型的如数字技术催生的“数字内容产业”和互联网背景下诞生的“互动娱乐产业”。二是改造了“旧”的产业形态，主要指不同产业相互跨界渗透过程中，通过文化与科技要素聚

^① 姜念云：《“文科融合”的内涵、意义与目标》，《中国文化报·热点评论》2012年2月4日，第3版。



合促进了原有产业的转型升级。比如传统旅游业态都不同程度地遭到了现代科技和互联网势力的“觊觎”和“入侵”，进而形成了新的旅游产品和经营形态。其次，就产品而言，文化与科技融合的提升作用也主要包括两个方面：一是通过科技创新牵引形成的“科技型文化产品”，比如腾讯公司推出的“微信红包”，既是一种金融创新，也是一种技术创新，更是一种文化创新，俨然变成互联网时代的新“民俗”。二是通过文化创意驱动形成“文化型科技产品”，苹果公司简约、典雅、唯美的 iPod、iPhone、iPad、Apple Watch 等系列产品，正是这类产品的典型代表。近年来，随着文化与科技融合运动的日益高涨，二者之间的互动逐渐发展成为一种“新常态”，政府的频频参与也给文化与科技的融合带来了新的突破，以政府为主导，推动各个主体参与的政、产、学、研“协同创新”浪潮正成为文化与科技融合的新模式（见图1）。

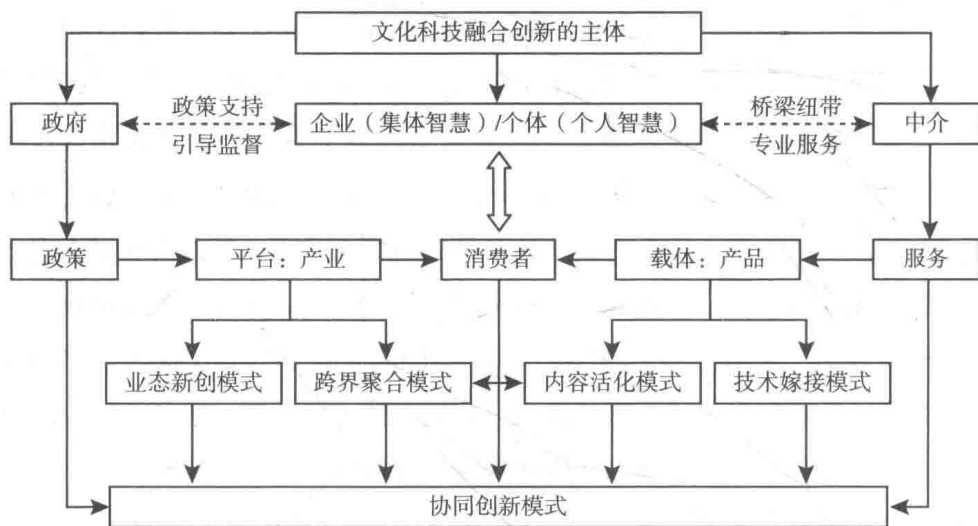


图1 文化科技融合创新模型建构

二 文化与科技融合创新的模式分析

文化与科技融合创新的复杂性与多样性，与当代所处的文化、科技、产



业和政治语境息息相关，更受到个体创新、技术革命、市场变迁、政策环境等因素的深刻影响。本文基于上述模型，从文化科技融合创新的背景出发，结合典型性案例，提炼出文化科技融合创新的五大模式类型，借此抛砖引玉，共同探讨。以下就每一种模式进行系统阐述和分析。

（一）新兴产业推动下的“业态新创”模式

20 世纪四五十年代以来，新的科学技术发展突飞猛进，新的科研成果和新兴技术的发明不断涌现，标志着人类社会进入技术革命的新阶段，以电子、信息、生物、新材料、新能源、海洋、空间等为代表的一大批新技术不断应用和产业化。尤其是电子和信息产业的广泛应用，已经深入人类日常生活的方方面面。在新兴产业的推动下，新技术在改造传统产业和自身产业化的过程中，也不断与文化生活相结合，催生出大量的新兴文化业态（见图 2）。如果说，“前两次科技革命主要以物质生产的效率提高为目的，那么以电子计算机、信息技术应用为主要标志的第三次科技革命则更多地转向了非物质生产效率的提高，其核心内容以精神生产和物质生产的高度融合为目的，即加强科技创新与文化创意的高度融合”。^① 在这种背景下，世界各国出台了一系列重大文件和指导意见，对促进文化产业业态创新、推动文化产业新兴业态发展给予了高度重视。新型文化业态的出现，不仅丰富了人们的精神文化生活，更为文化与科技的融合创新实践提供了崭新的“试验场”。



图 2 文化新业态的演变路径

所谓“业态新创模式”，就是指在新技术、新产业的推动下，文化与科技在新兴业态中得以融合发展而形成的一种创新模式。主要表现为市场主体

^① 向勇：《文化与科技融合发展的历史演进、关键问题和人才要求》，《现代传播》（中国传媒大学学报）2013 年第 1 期，第 56 页。



以新的经营方式、经营技术、经营手段来运作传统或新创的文化内容，由此创造出新形式、新风格或新产品组合的新式文化产业形态，来满足不同的文化消费需求。以信息和通信技术（Information and Communications Technology, ICT）为例，其最初主要应用于计算机硬件和软件、网络和通信、应用软件开发等领域。但是随着计算机和互联网的普及，这一技术被广泛用来生产、处理、交换和传播各种形式的信息，从而形成了一个庞大的信息产业，催生出计算机行业、通信行业、互联网行业、信息设备制造业、软件业、信息服务业等多种新型业态。当这些业态触及更广泛的文化领域，如处理书籍、文件、报刊、唱片、电影、电视、语音、图形、照片等信息时，文化与科技的结合又进一步催生出新兴文化行业。

由此我们发现，新兴文化业态区别于传统的、常规的文化业态的最主要因素在于，科技的介入使其产生了“颠覆式”、“替代性”的创新，具有一种“脱胎”于传统文化产业的性质，并在一定程度上带动了相关产业的发展，引发了新的经营模式和消费形式等一连串的“连锁反应”。此外，新兴文化业态的发展具有“非预见性”，即我们无法预测三年以后的新文化产业业态和新文化产品形态。站在唯物史观的角度来看，时世推移，新旧交替，每一个时代都有自己的新兴文化业态，而一旦发展成熟又会被视为旧的阵营，只是不同历史条件（诸如技术、思潮、政策）的影响会造成更替节奏的快慢。^①目前，世界各国都处在新旧业态交替的剧烈震荡期，呈现出周期短、更新频、速度快等特征。文化与科技的融合在新兴文化业态中呈现的形式多样，但主要集中在新技术催生的新型服务领域和新技术与传统产业结合的领域。主要表现为两种形态。

一是基于“适用性新技术”形成的新兴文化业态。这里的“适用性新技术”，是指新技术成果在应用转化的过程中与文化及相关产业关联度和结合度高，并能产生巨大经济和社会效益的一类共性技术，其典型特征是科技

^① 李凤亮、宗祖盼：《科技背景下文化产业的业态裂变与跨界融合》，《学术研究》2015年第1期，第138页。



带动能力强，应用前景广，并具有普遍制约性。比如早期印刷技术促进了印刷品的大量出现，形成了传统印刷业雏形；电讯技术突破了空间和时间的限制，将人类引入“大众传播”时代。就当下而言，与文化领域结合最为紧密的当属信息技术的运用，主要是指数字技术、互联网技术、计算机信息技术等给文化生产、文化传播、文化营销、文化消费等带来革命性变化。具体行业如网络游戏、网络社交、数字媒体、互动娱乐、3D 打印等。以“LBS 技术”（Location Based Service，基于位置服务）为例，其最初起源于军用目的的全球定位系统（GPS），曾广泛用于测绘和车辆跟踪定位等领域。随着定位技术和通信技术的发展，许多国家推出了各具特色的商用位置服务。2009 年，以美国为代表的基于用户地理位置信息的手机社交服务网站 Foursquare 给 LBS 市场带来了新的商机。随后，以定位为核心的应用不断涌现，出现了基于位置服务的休闲娱乐模式、生活服务模式和社交模式等，深刻影响和改变了人们的工作和生活方式。腾讯公司出品的“微信”在推出后不久就能够在同类产品中脱颖而出，正是因为其创新性地将 LBS 技术加入即时通信工具，在新版本中增加了“查看附近的人”“摇一摇”“漂流瓶”等功能，形成了全新的社交结构，增加了通信功能外的附加价值和用户黏性，创造了一种新的文化社交模式。

二是新科技改造传统产业从而形成的新兴文化业态。“在新经济条件下，专业化分工导致了传统产业链的分解，传统产业的升级需求导致了高技术产业与传统产业的融合，因此，新产业业态的诞生成为了历史必然。”^①用科技改造传统产业并不是一个新的话题，但是对传统文化领域的渗透，却是最近十年来的事情。新科技改造传统产业形成的新兴文化业态主要体现在两大领域：①新科技对传统文化产业和文化事业的改造，表现为传统文化内容与信息技术、网络技术、数字技术对接，派生出一系列新业态，为文化艺术提供了新的表现形式和传播渠道，影响了传媒产业、展演产业、视觉艺

^① 科技部火炬高技术产业开发中心、北京市长城企业战略研究所：《中国增长极：高新区产业组织创新》，清华大学出版社，2007，第 191 页。



术、文化遗产保护、公共文化服务等文化产业和文化事业的科技转型。②以信息、通信和传播技术为主的科技产业的转型。过去许多企业仍处于 IT 产业链的底端，生产效益低，附加价值不高。在文化科技融合的背景下，IT 产业的转型似乎也出现了与文化融合的苗头，纷纷进军文化产业。比如 IT 行业向软件、内容、新媒体行业转型，突出的例子有蓝色巨头 IBM 将 PC 业务卖给联想，实现了从硬件制造商到软件服务商和方案解决商的转型。随着移动互联网的发展，如今的联想公司也深刻意识到生产传统终端产品在移动互联网时代的危机，并积极寻求转型。

（二）产业融合实践下的“跨界聚合”模式

经济全球化和高新技术迅速发展，使传统工业时代产业边界固定、行业分立明显的局面被打破，“产业融合”（industry convergence）正日益成为现代经济发展的另一种新现象和新趋势。从 20 世纪 70 年代开始，通信技术（光缆、无线通信、卫星）的利用和信息处理与传播技术的革命，推动了电信、广播、电视、报刊等传媒间的相互融合；90 年代以来，随着数字化进程的加速和新媒体、互联网的广泛应用和普及，影视、音乐、广告和出版等创意产业的融合又波涛汹涌。在经历技术融合、产品与业务融合和市场融合之后，产业之间又开始出现融合现象。^① 产业的融合为文化与科技的跨界聚合提供了条件。随着科技的进步，信息技术迅猛发展，企业兼并浪潮进一步突破了地区和行业界限，过去经济学家关于三大产业的划分已经不能适应于产业结构出现的新变化。三大产业的界限趋于模糊，产业融合发展的趋势明显。

所谓“跨界聚合”模式，是指在产业融合实践的基础上，文化产业、科技产业与其他产业之间不断跨界的过程中，文化与科技要素通过互动聚合对原有产业形成转型或升级的一种融合模式。这里包含两层含义：一是产业的“跨界”，主要是科技推动不同产业之间的跨界现象，包括传统产业之间

① 厉无畏：《产业融合与产业创新》，《上海管理科学》2002 年第 4 期，第 4 页。