

文 化 产 业 丛 书

数字文化资源运行模式研究

张宜春◎主编

中国传媒大学出版社

张宜春

1978年生人，2007年获中国传媒大学通信与信息系统专业博士学位。2007-2012年执教于中国传媒大学数字媒体技术系，2012至今工作于中国艺术科技研究所数字艺术中心，历任部门副主任，主任，2014年11月起，兼任演艺装备系统技术文化部重点实验室主任。

自2007年起，主要从事文化科技相关领域的基础研究、应用基础研究和软科学研究工作。主要研究领域包括消费类电子的业务安全、图像智能处理、大数据的社会学应用、数字视频处理等领域，目前参与或主持国家级科研项目5项，省部级项目20余项，各类公开发表物（期刊、会议、报纸）约50余篇，参编各类书籍4本，国家专利（含申请）4项。

文 化 产 业 丛 书

数字文化资源运行模式研究

张宜春◎主编

中国传媒大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

数字文化资源运行模式研究/张宜春主编.—北京:中国传媒大学出版社,2015.9

ISBN 978-7-5657-1514-3

I. ①数… II. ①张… III. ①数字文化—研究

IV. ①G124 ②F832.48

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 210481 号

数字文化资源运行模式研究

主 编 张宜春

责任编辑 黄松毅

责任印制 曹 辉

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14

版 次 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1514-3/G·1514 定 价 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录 Contents

引 言	/ 1
第 1 章 数字文化资源	/ 1
1.1 数字文化资源的概念	/ 1
1.2 数字文化资源的特点	/ 3
1.3 数字文化资源的分类	/ 4
第 2 章 数字文化事业与文化产业	/ 8
2.1 公益性文化事业	/ 8
2.2 经营性文化产业	/ 23
2.3 数字文化事业与文化产业的联系与区别	/ 38
2.4 公益文化事业与经营文化产业并行互惠的原因	/ 41
第 3 章 数字文化资源的商业模式	/ 44
3.1 商业模式的定义	/ 44
3.2 商业模型的构建方法	/ 46

2 ◇ 数字文化资源运行模式研究

3.3	数字文化产业的商业模式	/ 53
3.4	数字文化事业公益模型	/ 60
第 4 章	数字文化资源的公益服务与商业运营并行互惠模式	/ 65
4.1	研究现状	/ 65
4.2	公益服务与商业运营的并行互惠商业模式	/ 66
第 5 章	数字文化资源并行互惠模式案例分析及验证	/ 90
5.1	案例分析	/ 90
5.2	互惠模型在课题中的应用	/ 111
5.3	基于 e^3 -value 的商业模式价值验证	/ 129
第 6 章	数字文化资源价值评估体系及应用	/ 143
6.1	国内外现状	/ 144
6.2	数字文化资源产业化过程	/ 146
6.3	数字文化资产的价值评估	/ 150
6.4	数字文化产品的定价	/ 153
6.5	总结	/ 179
6.6	调查问卷	/ 180
第 7 章	总结与展望	/ 183
7.1	总结	/ 183
7.2	展望	/ 185
参考文献		/ 187

附录 1	专家调查问卷	/ 195
附录 2	用户调查问卷	/ 196
附录 3	用户调查问卷结果	/ 199
附录 4	数字文化资源价值指标的权重调查	/ 203

引 言

文化资源是社会及大众进行文化活动和文化生产可利用的各种资源,是文化事业、文化产业、文化服务业、文化旅游业及文化市场建设和发展所需求的特殊资源。目前随着网络与信息技术的飞速发展,文化资源的数字化在当今社会中受到越来越多的关注,为了更好地落实“十二五”时期文化建设重要任务,推进文化产业的发展,使其成为我国经济支柱性产业,加强文化产业的整体实力和竞争力,响应国家不断大力推动社会主义文化大发展大繁荣的号召,同时也为了能够更加广泛地保障人民群众的文化权益,积极发展文化事业,合理化运作文化基础设施的建设,营造良好的文化氛围,使广大群众的精神得到陶冶,在人们素质提升的同时提高生活质量,有必要对文化资源的数字化进行深入的研究。

然而文化资源的建设是一个长期的过程,单纯靠国家的投资很难实现可持续的良性发展。为了可以更好地发展国家文化,满足大众日益增长的基本精神文化需求,本书研究了公益性文化事业和经营性文化产业的不同特点以及运作模式,在文化资源建设中引入商业机构共同参与和投入,在运营中有差别地提供用户服务。对于普通的文化资源提供公益性免费服务,对于一些对文化

资源有特殊需求的机构和人群提供商业收费服务,并在此基础上提出了数字文化资源的公益服务与商业运营并行互惠的运行模式,同时也构建了数字文化资源的价值评估体系。

本书的研究有助于国家大范围的数字文化资源的整合以及高新技术的运用,增强文化产业自主创新能力和核心竞争力,提升传统文化产业整体发展水平;有助于形成国家级精品文化品牌,促进动漫产业、游戏业、文化旅游业等新兴文化业态发展,满足人民群众日益增长的精神文化需求,拉动我国文化产业的市场内需;有助于实行文化产业依靠当地的文化资源,走特色化、差异化的发展路线,进而培育出一批有特色有优势的文化产业基地和文化产业集群,推动我国文化大发展大繁荣。本书构建的数字文化资源价值评估体系,将使全国各地的数字文化资源能够组织成为一个有机整体,统一标识,为数字文化资源的采集及相关服务提供有力的理论支撑,从而带动全国范围内数字文化资源的共建共享,促进我国公共文化服务体系建设。

第1章

数字文化资源

1.1 数字文化资源的概念

在了解数字文化资源之前,要首先清楚文化资源的概念。目前与文化资源相关的名词有人文资源、文化遗产、非物质文化遗产等,在不同的文献中均被赋予不同涵义及分类。

联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》指出:非物质文化遗产是指被各群体、团体,有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。各个群体和团体随着其所处环境、与自然界的相互关系和历史条件的变化不断使这种代代相传的非物质文化遗产得到创新,同时使他们自己具有一种认同感和历史感,从而促进了文化多样性和激发人类的创造力^[1]。

国际产业文化资产保存委员会指出,文化遗产指的是具有历史的、技艺的、社会的、建筑的或科学价值的文化遗产^[2]。

费孝通先生在《关于西部人文资源的研究与对话》中指出,人文资源是人类从最早的文明通过慢慢地积累、不断地延续和建造

起来的,它是人类的历史、人类的文化、人类的艺术,是我们老祖宗留给我们的财富^[3]。尽管人文资源的范围广泛,但概括起来就是:通过人类的文化创造,并保留下来,为时代发展继续提供文化基础。人文资源和文化遗产是相同的物质,当文化和当前社会发生脱节时,就成为过去时代的遗留物,就是我们所说的文化遗产。当某些文化和当今社会并行发展,是未来发展的文化基础,已成为当地的文化身份的象征,成为文化产业的发展和使用的对象,这样文化将转化成一种资源,即人文资源^[3]。

而数字文化资源也就是文化资源的数字化,两者拥有相同的内涵而具有不同的表现形式。数字文化资源是基于数字媒体的形式来进行生产、保存和传播的文化资源。数字文化资源是文化产业与信息产业联合产生的,是指全部利用互联网数字化技术,将文化资源的相关内容数字化后变成相关文字、图像、音视频的产品或服务,其中包含 2D/3D 动画、文化视频、音频、各种文化游戏软件及文化数字教育等。具体来讲,数字文化资源的电子媒介形态包括两个方面:一是互联网、移动终端的应用、数字电视等新媒体;二是传统媒体报纸、期刊、广播等与其他移动终端等的相互融合,产生的像手机报、移动电视、电子期刊等新的媒体形态。这些数字文化资源既有商品属性,也有公益属性。

文化是国家的“软实力”,是推进国民经济发展的重要力量,是综合国力的重要组成部分,而且还代表着一个国家的精神文明程度以及发展水平和高度。当前随着人民生活水平的提高,文化精神生活将会得到人们更多的关注,同时文化消费也慢慢成为人们日常生活中不可缺少的一部分,数字文化资源将会成为一个新的投资热点。特别是在中国,经济的快速发展带动了中国文化产业

和事业的发展,中国政府越来越重视对文化的发展,加大扶持力度,支持和鼓励文化产业的发展,同时随着信息科技的快速发展,中国的文化尤其是数字文化资源,将发展成为中国的支柱产业,成为中国经济文化的新起点。

1.2 数字文化资源的特点

数字网络自身就是一种新的文化形态,因此数字文化是一种技术,是社会的现实,更是一种文化的现实。数字文化资源除了拥有文化资源的特点外,还有如下特点:

(1)无体性^[4]。数字文化资源是由数字方式表达和构建的,不具备物质形体的特性,不占有空间,不像实物文化商品必须依托特定的物质实体而存在,且内容丰富,占用存储空间小。

(2)可支配性和可再生性^[4]。数字文化资源因为存在于一定的介质之内得以固定,从而具有可支配性。它不受时空限制,时时可与人具有交互性。但由于其易于复制传播、快速低廉,会导致规模经济和相关版权保护问题。

(3)文化价值性。指数字文化资源能满足文化和精神生活需要的属性,消费者可以通过使用和欣赏,享受它的审美价值和使用功能,获得从物质产品上无法得到的美感、愉悦和便利。这也是数字文化资源区别于其他数字资源的唯一特性。

(4)数字文化资源的获取需要依赖于数字网络平台,其网络传输速度和服务水平直接影响数字文化资源的质量及用户体验。

文化资源以数字化的形态出现,具有更强的生命力、渗透力。信息技术的普及促进了传统文化资源以更加便捷、新载体新体验

的方式走向大众。同时“地球村”的形成,也促进了全球文化的交流,数字化的发展,大大缩短了不同地区之间以及传播者与接受者之间的距离。同样,数字化给传媒领域也带来了翻天覆地的变化,从传播效果看,实现了即时传播。以光纤通信线路为传播载体,数字文化资源实现了随时随地发送,省略了传统纸质媒介的很多环节,多媒体技术的运用,综合了文字、动画、声音、影像等多媒体形式进行信息传播,可以使公众即时看到文化资源的情况,同时使数字文化资源信息的展现更形象、生动,更容易吸引受众的眼球。当然,不同的数字文化资源及其不同的表现形式,在进行数字化时花费的成本不同,带给消费者的交互体验感受也会随之不同。

1.3 数字文化资源的分类

我国地大物博,文化资源样式众多、内容丰富。从2006年开始,中国非物质文化遗产名录中已收录了1 000余项非物质文化遗产^[5]。到2012年7月,中国共有43个项目被列入《世界遗产名录》,排名世界第三,其中世界文化遗产项目为27项。

1.文化资源分类研究现状

一般来说,文化资源可以分为物质文化资源和非物质文化资源两类,物质文化资源是静态的形式,而非物质文化资源则是活态的形式。

在联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》中将非物质文化遗产分为以下五类:(1)口头传统和表述;(2)表演艺术;(3)社

会风俗、礼仪、节庆;(4)有关自然界和宇宙的知识和实践;(5)传统的手工艺技能。^[6]

而根据非物质文化遗产名录,非物质文化遗产在收录中分为以下几类:(1)民间文学;(2)传统音乐;(3)传统舞蹈;(4)传统戏剧;(5)曲艺;(6)传统体育、游艺与杂技;(7)传统美术;(8)传统技艺;(9)传统医药;(10)民俗。^[6]

在《非物质文化遗产法》中,非物质文化遗产主要包括六类:(1)传统口头文学和作为其载体的语言;(2)传统美术、书法、音乐、舞蹈、戏剧、曲艺和杂技;(3)传统技艺、医药和历法;(4)传统礼仪、节庆等民俗;(5)传统体育和游艺;(6)其他非物质文化遗产。^[7]

目前由于研究者出发点的不同,文化资源分类仍没有一个统一的标准,而文化资源的数字化、商业模式、价值评估及运营手段都需要在确定其分类的基础上才能进行。根据相关资料文献的研究,可以看到目前文化资源分类存在如下问题:

(1)各个领域对文化资源的定义没有明确的划分;

(2)已有的研究种类繁多,无法正确分类存档,不利于搜索查询;

(3)对于非物质文化遗产的研究较多,而对文化资源的分类不明确。

由于各类文化资源的表现形态不同会造成采集方式的差异,对其数字化要采取必要的保护措施,同时也要因其特点而采取适应各自特点的不同方法,所以需要对数字文化资源的多层次类型进行分类,这对于数字信息的采集处理以及价值评估是非常重要的。

2. 本书提出的改进方案

在本书的分类设计过程中,主要是根据麦肯锡公司咨询顾问在金字塔原理中提出的原则:MECE (Mutually Exclusive Collectively Exhaustive)分析法^[8]。这种分析方法是本着各个分类之间相互独立、完全穷尽的原则进行的。即对于一个研究对象主体,在分类的同时要做到每个层次类别之间不重叠、不相互干扰,而整体的分类范围要广,从而不遗漏任何子类。依据此方法能够有效掌握问题的核心以及解决问题的方法,也就是说要符合以下要求:

- (1)各分类部分之间相互独立;
- (2)所有分类部分完全穷尽。

相互独立是指问题的分类是在同一维度上并且给予明确的区分、不重叠,而完全穷尽则是指问题涉及全面且严谨。遵循以上原则,本书中采用多层次分类的方法,将文化资源初步分为七类:动态艺术文化、器物文化、历史文化、民俗文化、旅游文化、宗教文化以及图书文化,使用树形结构进行直观化表现,将每一类文化的具体内容细化,如图 1.1 所示。

由于数字文化资源的特殊性,在交易过程中,按照数字文化资源的初始表现形式,我们又可以把文化资源的数字化分为两大类:第一类是传统文化资源的数字化,即形成数字产品(如国家图书馆、国家博物馆的文化资源数字化);第二类是直接以数字形态存在的文化商品(如网络小说)。而本书探讨的是第一类,即传统文化资源的数字化。

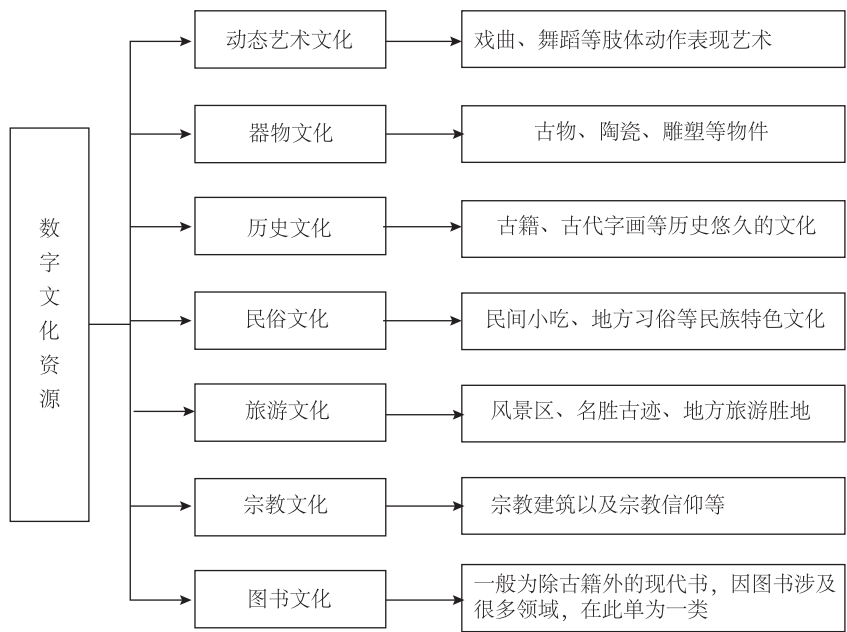


图 1.1 数字文化资源的分类

第2章

数字文化事业与文化产业

前文讲述了数字文化资源的特点,在这一章首先介绍文化事业和文化产业的概念,分析其运营模式及相关产业链;其次,通过对数字文化事业和文化产业的分析,进而总结归纳两者之间的联系与区别;最后,探讨数字文化事业和文化产业需要并行互惠合作的原因。

2.1 公益性文化事业

2.1.1 文化事业的定义

什么是文化事业,目前尚无统一公认的定义,它是我国特有的术语。根据相关文献的论述,文化事业的主要包含以下内容:

(1)文化事业是满足人们基本的休闲娱乐,并定期举行知识交流满足其需求的相关活动,同时为各种公益性服务工作提供适当的资金、场地等。^[9]其任务是继承且发展优秀传统文化,使人们的生活、思想等更加丰富,同时注重优化社会风气以及人民群众的行为规范、价值取向等,给人和社会的全面发展带来精神动力和