



文化创新蓝皮书

BLUE BOOK OF CULTURAL INNOVATION

中国文化创新报告

(2017) No.8

武汉大学国家文化创新研究中心

顾问/冯天瑜

主编/傅才武

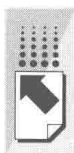
ANNUAL REPORT ON CHINA'S CULTURAL INNOVATION

(2017) No.8



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

2017
版



文化创新蓝皮书

**BLUE BOOK OF
CULTURAL INNOVATION**

中国 文化 创新 报告 (2017) *No. 8*

ANNUAL REPORT ON CHINA'S CULTURAL INNOVATION
(2017) No.8

武汉大学国家文化创新研究中心

顾问 / 冯天瑜

主编 / 傅才武



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

图书在版编目(CIP)数据

中国文化创新报告. No. 8, 2017 / 傅才武主编. --
北京: 社会科学文献出版社, 2018. 6

(文化创新蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 2669 - 4

I. ①中… II. ①傅… III. ①文化事业 - 研究报告 -
中国 - 2017 IV. ①G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 086203 号

文化创新蓝皮书

中国文化创新报告 (2017) No. 8

顾问 / 冯天瑜

主编 / 傅才武

出版人 / 谢寿光

项目统筹 / 桂芳

责任编辑 / 桂芳

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 / 三河市龙林印务有限公司

规格 / 开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 19 字数: 285 千字

版次 / 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 2669 - 4

定价 / 98.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2009 - 143 - 1/1

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

文化创新蓝皮书编委会

顾 问 冯天瑜

课题组工作人员

寇 垠 刘杰磊 韦雨才

本书除特别说明外，所有文献仅代表作者个人观点，不代表主编方武汉大学国家文化创新研究中心的观点。

主编简介

傅才武 武汉大学国家文化创新研究中心、国家文化财政政策研究基地主任，武汉大学中国传统文化研究中心教授，博士生导师，全国文化馆服务标准技术委员会委员，全国文化艺术资源服务标准技术委员会委员，第五届湖北省政府咨询委员会委员。2007 年被授予武汉大学优秀博士后称号。1989 ~ 2004 年先后在湖北省文化厅、湖北省文物局从事研究。2004 ~ 2008 年先后任华中师范大学文化产业研究所所长、湖北长江出版集团战略研究所所长、华中师范大学国家文化产业研究中心副主任。近五年主持和协助主持（执笔）完成国家社会科学基金艺术项目和文化部、财政部、国家文物局委托的公共文化政策调研课题 30 多项，在《文艺研究》、《新华文摘》等核心期刊上发表论文 40 多篇。主要著作有《中国人的信仰与崇拜》、《艺术教育管理学》、《近代化进程中的汉口文化娱乐业》、《文化市场演进与文化产业发展》、《转型期艺术表演团体改革模式研究》（副主编、执笔）、《中国农民工文化生活调查报告》（执行主编、执笔）、《中国艺术节的模式与经验（第一届至第七届）》（第二主编）、《中国艺术节的模式与案例：第八届艺术节》（第二主编）等。

摘 要

在文化和旅游部文化科技司的推动下，本书编委会编写了《中国文化创新报告（2017）No. 8》。本报告围绕我国“文化创新”这一重大问题，集中了国内数十位专家学者的最新研究成果，主要反映了互联网时代下我国文化科技融合、文化可视化传播、文化遗产数字化保护、大数据与文化产业发展、文化空间营造、公共文化服务升级等方面的最新进展，在此基础上讨论了我国公共文化服务体系建设和文化产业繁荣发展对于文化科技创新、文化理论创新、文化政策创新的紧迫要求，是当前我国文化创新领域最权威的研究成果之一。

全书逻辑上分为文化理论创新和实践创新研究两大部分，结构上包含了总报告、理论创新篇、行业创新篇和案例篇。总报告从国家宏观层面提出“互联网+”成为推动文化行业体制创新的动力来源，认为“互联网+”使文化业态加速分化与转型，信息技术作为文明的本质属性深度融入文化行业结构之中，智能手机和移动终端成为整合连接文化生产与消费的功能载体。“互联网+”对传统文化业态、混合业态和技术主导型业态分别产生了外延式革新、内涵式革命和系统性结构再造等不同类型的影 响。为此，我国文化创新发展必须要从封闭的行业系统思维转向开放的跨界系统思维，建立健全文化领域分类管理的制度体系，借助移动互联网实现文化供给侧与文化消费侧的有效联通。“理论创新篇”集中了我国文化发展重大问题的最新研究成果，对文化科技创新、文化消费创新等进行了积极有益探索。“行业创新篇”反映了新时期文化行业创新发展动态，就文化科技融合与特色小镇建设、互联网与图书馆服务升级、互联网与民宿行业发展、旅游演艺业可持续发展等领域展开了



深入讨论。“案例篇”结合我国文化领域发展热点问题进行案例研究，讨论了文化机构科普工作、荆楚文化可视化传播、互联网时代下公共文化服务模式创新、大数据时代下湖北文化产业发展、文化遗产的数字化保护等方面。

目 录



I 总报告

B.1	“互联网+”成为推动文化行业体制创新的动力来源	
		课题组/执笔 傅才武 李国东 / 001
一	“互联网+”使文化业态加速分化与转型	/ 002
二	深入认识影响文化领域组织方式变迁的技术逻辑	/ 008
三	“互联网+”对三种基本业态的不同作用方式	/ 012
四	政策建议	/ 016

II 理论创新篇

B.2	文化科技发展趋势	闫贤良 王文德 傅墨庄 李洪波 / 018
B.3	我国文化与科技融合的主要成绩与对策措施	
		李国东 傅才武 / 032
B.4	“文化+科技”产业融合机制探析	张胜冰 郑洋洋 / 044
B.5	科技提升我国公共文化服务力的路径研究	
		谈国新 侯西龙 庄文杰 / 058
B.6	移动互联网对群体文化的影响研究	
		胡 川 郭林英 胡博文 / 077



B.7 推进公共文化参与和文化消费的衔接与互动

..... 蔡武进 黄舒沁 张崇民 / 089

III 行业创新篇

B.8 文化科技融合与特色小镇建设探析..... 李朝晖 / 101

B.9 “互联网+”时代下公共图书馆服务升级研究

..... 刘杰磊 寇 垠 祁穗鹏 / 113

B.10 从“相加”迈向“相融”走向“相离”

——“移动互联网”助推中国影视文化产业发展

..... 侯 顺 / 127

B.11 互联网时代下民宿行业发展对策研究

..... 任嘉浩 寇 垠 / 137

B.12 资本主导下旅游演艺业的技术崇拜与文化失语

——以《汉秀》为例 肖 波 钱 珊 / 155

IV 案例篇

B.13 公共图书馆科普展览服务的实践与思考

——以江西省图书馆为例 贺小燕 章忠平 / 172

B.14 关于公共图书馆开展科学普及活动的思考

——以襄阳市图书馆公益讲座为例 陶 鑫 魏国芬 / 183

B.15 公共图书馆创新科普服务探讨

——以长沙市图书馆为例 罗倩倩 / 195

B.16 荆楚文化可视化传播的路径与策略

..... 张 卓 吴 楠 陈 波 王少华 / 204

B.17 “互联网+”背景下公共文化服务模式创新

——基于杭州市下城区的案例分折 黄 凤 / 221

B. 18	互联网时代民间传统文化空间运营研究 ——以武汉地区和风雅致、博大品艺与偷闲居为例	乐锐锋 / 234
B. 19	大数据时代下湖北文化产业的发展模式探究	王晓娟 / 250
B. 20	文化遗产数字化保护	王少华 李建飞 辛后林 姚君兰 / 261
Abstract		/ 272
Contents		/ 274

皮书数据库阅读**使用指南**

总 报 告



General Report

B. 1

“互联网 + ”成为推动文化行业 体制创新的动力来源

课题组/执笔 傅才武 李国东*

摘 要： 进入 21 世纪 20 年代，由移动互联网技术、大数据技术和机器学习技术等构成的数字信息技术革命在加速改变人类生产生活方式的同时，也给人类社会的文化生产生活方式带来了革命性的影响。数字信息技术全面渗透到文化生产结构和文化消费结构中，一方面，正在加速改变文化领域的生产形态和分配形态，导致文化领域深层结构的变化；另一方面，正在加速形成的以手机为载体的居民文化信息和文化娱乐消费习惯，导致了文化组织方式即表层结构的深刻变化。文化

* 傅才武，武汉大学国家文化创新研究中心主任、教授、博士生导师，研究方向为文化产业、文化创新、文化体制；李国东，武汉大学国家文化创新研究中心博士研究生，研究方向为文化艺术管理、文化创意产业。



领域里层结构和表层结构的衔接与相互强化，形成了推动文化行业既有生产、分配和消费形态的迭代进化的强大动力，对中央与地方政府提出了数字信息技术下优化文化行业治理的重大命题。这就要求从国家宏观层面上，将信息技术作为效率手段的思维转变为大系统结构思维，同时要区分传统型、混合型、技术主导型三种基本文化业态，建立文化领域的分类管理策略。

关键词：“互联网+” 文化业态 文化体制

一 “互联网+”使文化业态加速分化与转型

近年来，随着互联网技术、信息技术、数字技术等现代科技的日新月异，特别是互联网技术在文化领域中的应用和普及，新技术在创造新的文化业态的同时，也推动着整个文化领域组织结构的变化，推动文化行业从文化、广电、出版等传统业态向传统型、混合型、技术主导型三种业态分化。

（一）文化领域的基本业态分化：传统型文化业态、混合型文化业态、技术主导型文化业态

根据现代科技在文化类（产品与服务）中“嵌入”和“融合”的程度以及潜在的影响力、文化行业与现代科技之间的“契合”度，我们将文化领域的基本业态分为传统型文化业态、混合型文化业态、技术主导型文化业态。

1. 传统型文化业态

所谓的传统型文化业态是指在文化产品的生产、消费、分配和流通过程中，科技只能作为一种载体，以辅助的形式加强文化生产的完美性、直观性和传播的广泛性。传统型文化业态主要分布在舞台艺术表演行业，如戏曲、戏剧、话剧、舞蹈、歌舞剧、音乐会等。传统型文化业态由于受产品属性的



制约，一般只能在固定式空间演出，使得现代科技在传统型文化业态中的应用受到了一定的局限。因此，现代科技还不能完全嵌入传统型文化业态中，只能作为一种工具或手段以完善传统型文化业态的生产、流通、传播方式。在一定程度上，表演空间、“脚本”在某些情况下是难以逾越的界限。^① 例如：杭州 G20 峰会中《最忆是杭州》在西湖上的演出，虽然应用了大量的 3D 全息投影、虚拟现实等现代科技，给人们打造了一个全新的视觉和听觉盛宴，但是这些现代科技只是起辅助性作用，并没有嵌入演出的最初生产过程——脚本的设计、代替真人的演出、场所的虚拟化等。无论互联网技术，如手机、App 等在舞台艺术表演行业的宣传、传播中发挥了怎样的作用，它都并没有嵌入舞台艺术行业的生产过程，也就无法改变舞台艺术行业的基本属性。

2. 混合型文化业态

所谓的混合型文化业态是指在文化产品的生产过程中，根据脚本的设计，利用现代数字技术、信息技术和互联网技术，在保持原有形态内容的基础上，以数码编程为基础，以指令嵌入数据的形式生产出全新数字文化产品。这种新的数字文化产品主要以现代手机、平板电脑等便捷式工具为终端，以互联网为平台和纽带，不受时间、空间的限制，可以随时随地进行消费。混合型文化业态主要包括数字出版、数字阅读、数字文创产品、数字图书馆和数字博物馆等。混合型文化业态是在传统文化艺术产业的基础上，利用现代数字技术、编码技术等，以工业化的形式进行大规模复制，是以互联网为纽带让文化与其他行业深度融合和聚集，形成新的文化业态和文化生态。混合型文化业态的文化产品具有半开放性，既可进行线上消费也可进行线下消费。同时，相较于传统型文化产品，混合型文化产品可以进行线上交易、线下生产。如创建于 2002 年的孔夫子旧书网，就是传统旧书行业结合互联网而搭建的 C2C 平台。截至 2015 年 7 月，孔夫子旧书网网上书店数量

① 黄鸣奋：《三大烙印：互联网对艺术产业的影响》，《重庆邮电大学学报》（社会科学版）2008 年第 2 期。



超过 10000 家，书摊超过 30000 家，展示图书超过 7000 万种。孔夫子旧书网的所有交易都是线上完成，这实际上是借助于互联网技术打破了出版行业的生产体系，由传统垂直体系向现在的扁平式、网络化体系转变。

3. 技术主导型文化业态

所谓技术主导型文化业态是指根据脚本设计，以现代数字化技术为基础，着眼于数码编程，通过指令性程序在艺术文本中嵌入字体、图画、动画、音频、视频等多媒体素材，嵌入取自数据库的各种信息、通向其他文本的链接，主要包括网络游戏、网络动漫、数字艺术等。技术主导型文化业态打破了传统文化业态和混合型文化业态的封闭性与半封闭性，形成了一个完全开放的系统；打破了传统文化业态行业内协作关系，推动科技、文化、金融等行业以及政府、社会共同协作，这种协作方式，远远超过了传统文化业态的分工与协作模式，引起文化领域生产、交易、消费结构的革命性变化。

（二）不同文化业态具有不同的发展趋势

以互联网等现代科技构建技术主导型文化业态引发了文化行业的结构性变革。业态转换背后的技术创新巨力，突破了工业化时代以来的传统分工结构、市场结构，影响极其深远。这些影响，在今天也还只是初露端倪，在未来还会逐步显现其摧枯拉朽的威力。^① 互联网与文化领域的深度融合，在改变文化生产方式的同时，对文化生产关系也产生了颠覆性的影响：“将传统的以机构为基本单位的社会性传播改变为今天的以个人为基本单位的社会性传播。于是互联网作为一种革命性力量，已经并将继续改变着整个社会的资源配置方式和权力结构。”^②

1. 传统文化业态变化：传统舞台艺术行业的式微

随着现代科技发展的日新月异，传统文化业态赖以生存的社会环境受到了极大的触动，曾经辉煌一时的传统文化业态的主导地位逐渐被混合型和科

① 梁春晓：《阿里研究院：互联网革了谁的命？》，《文化纵横》2017 年 8 月刊。

② 喻国明：《互联网是高维媒介：一种社会传播构造的全新范式》，《编辑学刊》2015 年第 4 期。



技主导型文化业态所代替。如在 20 世纪八九十年代曾经繁荣一时的戏曲进入 21 世纪后日益式微，传统的剧场、戏院等戏曲艺术形式正在逐步成为小众产品。为了改变传统戏曲艺术在互联网时代的颓势，国家文化主管部门将数字技术和网络技术引入传统舞台艺术领域，推动建立了一大批与传统舞台艺术相关的网站、论坛、微信、微博、App 等平台。据不完全统计，截至 2015 年，与戏曲相关的网站有 229 个、微博平台 318 个、微信公众号 163 个、App 76 个。^①但是，由于戏曲发展的社会环境发生了巨大的变化，碎片化、快节奏、随时化的文化消费习惯与传统戏曲的表现形式之间还完全没有找到嵌入点、契合点和关联点，传统舞台艺术的边缘化趋势仍然存在。

2. 混合型文化业态的分化转型：以出版行业为例

一是出版行业体系的分化与重建。出版行业的出现是工业社会发展的结果。造纸术、印刷术的发明，建立了专业化出版体系的技术基础：专业化的写作、专业化的编辑、工业化的印刷、专业化的发行渠道、专业化的管理机构等，形成了以创作、编辑、印刷、出版、销售、管理为链条的组织结构严密、分工明确、规模庞大的行业体系。出版行业的互联网化、数字化则是现代科技发展的结果，在互联网技术、数字技术驱动下，传统出版以“链条”为基础的专业化分工协同系统被打破，以互联网为载体，以手机、平板电脑、电子书阅读器为终端，以网络文学、移动自媒体为代表的数字出版，已经悄然打破了出版业原有的业务流程和管理结构。传统的金字塔式管理模式和直线式营销手段正在被以互联网为平台的扁平化管理模式和网络化营销模式所代替。

二是数字出版产业迅猛发展。以信息技术、互联网技术为核心的数字出版业务已经成为整个出版行业的支柱。2016 年国内数字出版产业对全行业营业收入增长的贡献超过 2/3，整体收入规模为 5720.85 亿元，比 2015 年增长 29.9%。其中，互联网期刊收入 17.5 亿元，电子书 52 亿元，数字报纸（不含手机报）9 亿元，博客类应用 45.3 亿元，在线音乐 61 亿元，网络动

^① 中国戏曲学院中国文艺评论基地：《2015 中国戏曲发展态势研究》，《艺术百家》2016 年第 4 期。



漫 155 亿元，移动出版（手机彩铃、铃音、移动游戏等）1399.5 亿元，网络游戏 827.85 亿元，在线教育 251 亿元，互联网广告 2902.7 亿元。^① 2016 年，14 家国家数字出版基地（园区）共实现营业收入 1705.9 亿元，较 2015 年增长 17.4%；拥有资产总额 1759.4 亿元，增长 36.6%；实现利润总额 271.1 亿元，增长 3.8%。^② 数字出版已经成为拉动出版产业增长的“三驾马车”之首。

三是智能出版、定制出版逐渐显示出出版行业的未来发展趋势。互联网技术、数字技术以及阅读终端的便捷化，使人们的阅读习惯发生巨大的变化。阅读时间的碎片化、空间的无差异化及随地化等，倒逼出版行业不断地进行创新，以适应现代市场和消费者的需求。智能出版、定制出版将是未来出版行业变革的方向。借助人工智能、大数据、云计算、5G 等现代科技，生产、展示、传播都将根据不同消费者的需求，进行量身定制、精准化投放。随着传播技术的转型升级，人工智能、云计算等智能分析技术的发展，智能推送和智能搜索已经成为当下出版的新亮点。一些机构尝试运用大数据和数据挖掘技术，不断地致力于智能搜索和智能推送的结合，创新“垂直搜索”的出版新业态，^③ 这在一定程度上代表了出版行业的发展方向。

3. 技术主导型文化业态的迅猛发展：以网络游戏为例

中国音数协游戏工委、伽马数据、国际数据公司（IDC）共同编写的《2016 年中国游戏产业报告》显示，我国网络游戏产业发展迅猛。2016 年中国游戏产业规模 1655.7 亿元，同比增长 17.7%；自主研发的网络游戏达到 1182.5 亿元，同比增长 19.9%；移动游戏用户数达 5.28 亿，同比增长 15.9%；全年海外市场销售达到 72.35 亿元。2016 年，国家新闻出版广电

① 中国数字出版产业年度报告课题组：《“十三五”开局之年的中国数字出版》，《出版发行研究》2017 年第 7 期。

② 国家新闻出版广电总局：《2016 年新闻出版产业分析报告》（摘要），《中国出版》2017 年第 15 期。

③ 孙韵：《“互联网+”视域下的传统出版转型的现状、问题和对策》，《科技与出版》2016 年第 4 期。



总局批准出版国产游戏约 3800 款，其中移动游戏约占 92.0%，网页游戏约占 6.0%，客户端游戏约占 2.0%。这反映出移动游戏市场依然是最具市场活力的领域。2016 年，网页游戏市场实际销售收入为 187.1 亿元，同比下降 14.8%，首次出现负增长。2016 年，移动游戏市场实际销售收入为 819.2 亿元，同比增长 59.2%。

中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会组织编写的《2016 年中国游戏产业报告》公布的数据显示：一些市场巨头纷纷涉足移动游戏领域，利用 IP 尤其是客户端游戏 IP，实现从客户端游戏到移动游戏的价值转化，并间接推动自主研发网络游戏市场销售收入的增长。截至 2016 年末，中国上市游戏企业 158 家，其中 A 股上市游戏企业占 81.6%，港股上市游戏企业占 10.8%，美股上市游戏企业占 7.6%。尽管移动游戏市场竞争激烈，但资本市场仍然看好网络游戏的产业价值，我国网络游戏市场仍然处于一个快速发展的通道上，仍然存在巨大的成长空间。

从总体上看，当下正在发生的第五次科技革命，对文化行业的发展轨迹产生了颠覆性的影响。随着 5G、3D 打印、人工智能、物联网、AR、VR、量子通信、区块链等现代科技在文化领域中日益广泛地应用，数据信息技术一方面推动了文化系统结构的重建，互联网、物联网、智能终端等平台的建立和运营，已打破传统类型技术所支撑的文化行业壁垒，加速了文化行业与金融、科技、旅游、教育等行业的跨界融合，重塑文化行业组织架构、管理模式、营销模式，推动了新的文化结构体系的建立；另一方面，以现代科技为核心的文化市场体系的日益完善，由新技术所支撑的文化内容消费的特色化、个性化、定制化，改变了民众的日常消费习惯和文化生产生活方式，进而瓦解了传统的文化市场体系。未来的文化消费向沉浸式、体验式、互动式、参与式以及更深层次的人机实体交互等方向发展，人们对文化产品内涵的理解及消费方式和审美方式也将出现适应性变化，以数字化和人工智能为基础的数字化文化产品的生产和消费将成为主流，并涉及社会上层建筑（文化制度结构）的适应性改变，也必将带来整个社会文化生产、分配、消费体系的重组。