

# “互联网+”背景下贵州文化产业发展研究

刘 星

(贵州师范学院历史与社会学院, 贵州 贵阳 550025)

**摘要:** 互联网时代是一个颠覆的时代,也是一个融合的时代。在“互联网+”背景下,几乎每个行业都可以借助互联网平台进行自身的转型与发展。文化产业作为贵州省重要产业之一,通过借助互联网平台,凭借贵州省大数据产业发展优势,探索适合贵州特色文化产业的创新发展道路,必将进一步推动贵州省文化产业在“互联网+”时代的快速发展。

**关键词:** 互联网+; 文化产业; 大数据

中图分类号: G124 文献标识码: A 文章编号: 1674-7798(2015)08-0057-05

DOI:10.13391/j.cnki.issn.1674-7798.2015.08.016

## Research on the Innovation and Development of Guizhou Cultural Industry in the Context of "Internet +"

LIU Xing

(School of History and Sociology, Guizhou Normal College, Guiyang, Guizhou, 550018)

**Abstract:** Internet era is an era of subversion and fusion, in which every industry can take advantage of the internet platform to achieve their own transformation and development. As one of important industries in Guizhou, cultural industry, by taking advantage of big data industry and the platform of internet and exploring the innovative way of development, will further promote the development of Guizhou cultural industry in the era of "internet +".

**Key words:** Internet +; Cultural Industry; Big Data

今年两会期间,李克强总理在政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划。这是一个互联网与一切行业融合的时代,也是一切行业都向互联网靠拢、触网的时代,可以说,互联网影响着每一个人、每一个行业。在这一背景下,贵州省在全国范围内率先提出发展大数据产业的构想,构建大数据基地,搭建互联网平台,推动“互联网+”计划的实施,促进各行各业与互联网的融合发展,并于2015年5月26日至29日在贵阳国际会议展览中心成功举办了2015贵阳国际大数据产业博览会暨全球大数据时代贵阳峰会(简称数博会)。此次数博会促成了相关项目的签约38个,签约资金近200亿元。数博会的成功举办,推动了贵州大数据产业的发展,也为文化产业与大

数据、互联网的融合发展带来了良好的发展契机。

### 一、“互联网+”的内涵

自李克强总理在今年两会上提出“互联网+”行动计划之后,“互联网+”这个名词一时间风靡全国各行各业。那么,什么是“互联网+”?它有什么内涵?

“互联网+”理念的最早提出者是腾讯公司董事会主席兼CEO马化腾,他指出,“互联网加一个传统行业,其实是代表了一种能力或者是一种外在资源和环境,是对这个行业的一种提升”<sup>①</sup>。之后,马化腾又多次提到“互联网+”这一概念,并进一步指出,“‘互联网+’战略主要是利用互

收稿日期: 2015-06-25

作者简介: 刘 星(1988-),女,云南临沧人,硕士,贵州师范学院历史与社会学院教师,研究方向:民族文化产业。

①来自首家在线保险公司(众安保险)落户上海外滩金融试验区,并获得了国内第一张网络金融牌照,开业典礼上马化腾的即席发言。

联网的平台,利用信息通信技术,把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来,在新的领域创造一种新的生态”<sup>①</sup>。

根据国家发展和改革委员会发布的《关于2014年国民经济和社会发展执行情况与2015年国民经济和社会发展计划草案的报告》中指出,“互联网+”代表一种新的经济形态,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提高实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。这是目前国内有关“互联网+”的官方定义。

关于什么是“互联网+”,可谓是众说纷纭。笔者认为,所谓“互联网+”,其实质就是各行各业通过借助互联网这一平台,创新发展思路,优化产品结构,拓宽市场渠道,以创造新的商业模式,寻找新的发展路径,形成新的企业生态。而文化产业作为一种涉及面广、附加值高、创新性强的产业形态,在与互联网融合发展上具有天然的优势,正如百度董事长兼CEO、中国民营文化产业商会会长李彦宏在2014年中国文化产业峰会上指出,“文化产业方方面面都能与互联网、移动互联网结合”。

随着互联网产业的发展,大数据产业也越来越频繁地出现在大众的视线里,大数据产业是伴随着互联网产业而发展起来的,所谓大数据产业,是指“以云计算为基础的信息存储、分享和挖掘手段,可以便宜、有效地将这些大量、高速、多变的终端数据存储下来,并随时进行分析与计算”<sup>[1]</sup>。互联网、大数据、云计算是三个相互紧密联系的概念,互联网是前提,大数据是基础,云计算是手段,通过发展互联网产业,或者是借助互联网平台,收集、存储消费者大量的消费偏好、消费时段等重要信息,形成消费者数据库,然后通过云计算对这些数据进行分析、预测,为经营者的经营决策提供有价值的参考,帮助经营者更好地了解消费者的消费偏好和需求,从而更好地进行定制化生产与推送,满足消费者的个性化需求。

## 二、互联网对文化产业的影响

文化与科技的融合是文化产业发展时下趋势

之一,特别是互联网与文化产业的融合日益加深。在这种情境下,互联网对文化产业的影响也变得越来越广泛,究其表现,主要有以下几个方面。

### (一) 以强大的包容性推动产业融合发展

互联网作为一个巨大的内容存储与分享平台,具有强大的包容性,能够实现不同产业与互联网的融合发展,更能通过互联网平台的连接,实现不同产业、不同环节之间的良好对接。

从不同产业间来看,可通过以互联网平台为基础,进行电影、音乐、动漫等多领域、多平台的商业拓展,实现互联网与电影产业、音乐产业、动漫产业等不同行业的融合与发展,以创造新的发展模式,如2014年阿里巴巴对文化中国的收购并成立阿里巴巴影业就是互联网产业与电影产业融合发展的典型案例。

从产业链上下游来看,可通过互联网平台,实现资金投融资、内容制作、宣传推广、发行销售以及衍生品开发等各环节的一体化发展。

因此,在互联网平台的推动下,文化产业也不再局限在电影、电视、新闻出版、演艺等的市场化,而是突破文化艺术界限,由网络、出版、娱乐、媒体和传统文化艺术相融合,进行跨界重组,形成并发展出数字电影、数字电视、数字报纸、数字刊物、数字游戏等数字内容产业,是把传统内容、媒体、信息等进行重组、集成的新的经济领域,实现传统文化产业与互联网的融合发展。正如复星文化产业集团董事长钱中华所说,“互联网颠覆了经济,也颠覆了文化产业,形成了新的文化产业生态链,文化产业要根据自身的情况不断提升,并在这个新的生态链中找准自己的位置”。

### (二) 以先进的技术推动产业数字化发展

数字技术的发展,为文化内容的呈现与展示提供了更多、更直观的载体。文化内容与数字技术载体的融合,促进了文化产业的数字化发展。以出版产业为例,全球出版业作为数字内容产业的重要组成部分,正在呈现从纸质出版向数字出版的革命性转变。根据2014年6月清华大学国家文化产业研究中心发布的《世界数字内容产业研究报告(2014)》数据显示,2013年全球数字内容产业的总体规模达到570亿美元,同比增

<sup>①</sup>来自腾讯公司董事会主席兼CEO马化腾在2015年两会上的讲话。

长 30%<sup>①</sup>。

文化产业数字化发展已经变得越来越普遍,除了数字出版,数字阅读平台也变得越来越多样化。如亚马逊、豆瓣、盛大文学、起点中文网等一大批多样化的数字阅读平台也逐步发展起来,不断地颠覆原有的阅读习惯和消费模式。

### (三) 以便捷的消费渠道推动大众文化消费

互联网作为一个巨大平台,涵盖了文化产业众多领域,为大众提供了一个便捷而又便宜的文化消费平台。

首先,电子商务的进一步发展和完善,为消费者的文化消费提供了快捷、便利而又便宜的消费服务,如网络购票、网络购书、网络点播等等,方便了消费者的文化消费行为,可以说,互联网已经成为消费者文化消费的重要途径。

同时,随着近几年来移动互联网的快速发展,网络消费变得更加便捷,消费者只需下载安装特定的 APP 客户端、拥有数据流量即可登录特定的消费端口,选择自己喜欢的商品或服务,同时在客户端上进行付费购买。这打破了时间和空间的限制,进一步方便了消费者的文化消费。

其次,低廉的经营成本带来了便宜的商品价格,通过互联网平台进行图书销售、票务销售等文化产品销售,减少了实体店铺、人员管理等方面的成本投入。这就大大降低了商家的经营成本,大多数商家也都以更低廉的价格进行市场销售,以获取更多的市场份额。

正是在互联网消费快捷便利和价格低廉特点的推动下,消费者的文化消费意愿得到进一步的激发,并推动文化消费行为的实现,而文化消费需求的不断增加又反过来推动了文化产品供给和文化服务的提供,也推动了文化产业市场的繁荣与发展。

## 三、贵州文化产业发展现状与机遇

贵州省拥有丰富的民族文化资源、典型的红色文化资源和悠久的历史文化遗产。近年来,贵州省依托多姿多彩的文化资源,借助全国文化产业发展大趋势,正在走出一条以多彩贵州品牌为引领,以文化与旅游及相关产业融合发展为特色

的文化产业发展道路。

第一,从文化产业发展的数字统计上来看,贵州省文化产业在文化企业数量、文化产业增加值等方面都呈现逐渐增加的趋势。按照最新的文化产业分类标准,截止 2013 年年底,全省共有文化产业单位 11698 家,与 2012 年相比,同比增加 3269 个,共有文化产业从业人员 32.82 万人,同比增加 9.62 万人,文化产业增加值达到 209.72 亿元,同比增加 57.69 亿元,文化产业增加值占 GDP 比重为 2.62%,同比上升 0.4 个百分点<sup>②</sup>。

第二,从多彩贵州文化品牌建设来看,贵州省连续 7 年举办了“多彩贵州”系列选拔活动,建设培育了一批文化品牌,通过多彩贵州旅游商品设计大赛、能工巧匠选拔大赛及旅游商品展销大会等活动,不断撬动贵州省旅游商品产业的发展,仅 2012 年,贵州省旅游商品购物收入就达 360 亿元。“多彩贵州”品牌在全国率先探索了一条“文化引领经济,品牌提升价值”的文化品牌建设之路,通过商标的公益性与商业性授权使用,帮助 18 家企业大力发展演艺演出、主题公园、工艺品等 10 余个产业,带动投资超过 40 亿元<sup>[2]</sup>。

第三,从文化与旅游融合发展来看,基于贵州民族文化与旅游资源的比较优势,国发 2 号文件提出了将贵州作为“文化旅游发展创新区”的战略定位,贵州省委第十一届二次全会也明确指出,要打造 100 个旅游景区,带动文化旅游创新区建设。2013 年,贵州省推出了 83 项文化旅游系列活动,加快推进“文化旅游创新区”和旅游强省建设。2014 年 3 月 12 日,第 2112 场《多彩贵州风》再次迎来火爆的演出场景,为贵州省文化旅游发展再添精彩。作为享有首批“中国文化旅游新地标”、“中国历史文化名镇”等荣誉称号的西江苗寨也不断刷新游客接待量,仅 2012 年就共计接待游客 297 万人次,与 2011 年相比同比增长 40.3%<sup>[2]</sup>。

第四,从文化演艺方面来看,贵州省文化演艺精品佳作迭出。2013 年,贵州文化演艺集团从全国 16 家竞标演艺机构中脱颖而出,成功中标 2013 全国巡演项目。该集团旗下院团创作的《天蝉地雉》、《天地文通》等精品力作一举拿下全国多项大奖,并在海内外市场巡回表演;原遵义川剧

①根据清华大学国家文化产业研究中心《世界数字内容产业研究报告(2014)》整理。

②资料来源《贵州省 2013 年文化产业统计报告》第 5 页。

团改制重组后的遵义文化旅游演艺有限责任公司凭借一出《红军魂》。巡演11省,行程超过10万公里,演出收入超700万元;贵阳演艺集团木偶剧团,在改制两年后也一举拿下2个国字号大奖,并在2012年国际木偶节上成功签约120场商演等等<sup>[2]</sup>。

第五,从文化企业发展情况来看,截止2013年底,经过不断深化改革与发展,贵州省已经组建了贵州日报报业集团、贵州广电传媒集团、贵州出版集团、当代贵州期刊传媒集团和贵州文化演艺集团等五个国有文化企业集团,共有从业人员11456人,总资产140.91亿元,净资产54.89亿元<sup>①</sup>。五大文化企业集团的组建,对进一步整合文化资源,做大传媒产业具有较大的推动作用。

随着互联网时代的发展,“互联网+”行动计划的提出以及贵州省大数据产业的不断发展,贵州省文化产业发展也迎来了前所未有的新机遇。

一是政策机遇。2015年7月6日,国务院印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,明确未来三年以及十年的发展目标,提出包括创业创新、协同制造、现代农业、智慧能源等在内的11项重点行动,并就做好保障支撑进行了部署。2014年3月,贵州省政府发布了《贵州省大数据产业发展规划纲要(2014—2020年)》,对未来几年大数据产业的发展做了详细规划,并明确了发展目标和路径。同时,贵州省政府第25次常务会议审议通过了《关于加快大数据产业发展及应用若干政策的意见》,赋予大数据产业发展在财税、投资、金融、产业、土地、人才等方面的优惠政策。这一系列政策都直接或间接地为演出业、影视业、音像业、文化娱乐业、文化旅游业、网络文化业以及艺术培训业等文化产业相关行业带来有利条件。

二是人才机遇。近年来,贵州省连续举办了三届“贵州人才博览会”,以优厚的待遇和强大的政策支持显示了贵州对人才的重视和贵州推动跨越发展的决心。这必将为贵州省文化产业发展提供强大的人才资源保障与技术支持。

三是资金机遇。从2015年起连续3年,贵州省和贵阳市、贵安新区每年各安排不少于1亿元资金,用于支持大数据产业发展及应用。三大电信商加上富士康、中关村科技园等在贵州的一系

列投资的金额将达到千亿。其中,中国联通(贵安)云计算基地计划投资约50亿,中国移动(贵州)数据中心计划总投资20亿,中国电信云计算中心总投资70亿。“贵州·北京大数据产业发展推介会”涉及基础设施及数据中心类、云应用与服务类、端产品制造类及关联带动类等项目35个,投资总额为560余亿元。“贵阳·深圳大数据和文化旅游产业发展推介会”上,贵州大数据和文化旅游产业获得华侨城、华为、中兴通讯等粤企青睐,签约项目36个,总投资达到375亿元。2014年中关村贵阳科技园与北京中关村有关企业签约106个项目,总投资达465亿元。富士康科技集团在贵州投资的金额不断增加,预计到2016年实现总产值500亿元<sup>[3]</sup>。这一系列的项目投资,为贵州文化产业发展提供了强大的资金来源保障。

#### 四、贵州文化产业创新发展的思考

基于贵州省文化产业发展现状,面对“互联网+”与大数据时代的发展机遇,贵州省文化产业发展需依托贵州丰富而独特的文化资源,以“多彩贵州”文化品牌为引领,转变发展思维,凭借互联网平台,借助大数据技术,优化产品结构,拓宽市场渠道,创新商业模式,实现贵州省文化产业的跨越发展。

##### (一) 以互联网思维发展文化产业

在首届世界互联网大会上,互联网正融入中国、融入大众、融入共识这“三个融合”极大地说明了互联网对人们生产和生活的影响。而要融入互联网发展文化产业,首先就要明确什么是互联网思维,只有明确互联网思维,将互联网思维与文化产业发展规律相结合,用互联网思维,以互联网的平台来发展文化产业。

所谓互联网思维,它强调的是一种平台思维、互动思维、极致思维等等。以互联网的思维来发展文化产业,就是要更加强调与文化消费者的互动,通过搭建互动平台和机制,加强产品体验与互动,甚至形成众创模式,发展体验经济,由消费者亲自设计、制作文化产品,参与文化活动,置身其中,亲身体验,让消费成为一种乐趣,让消费成为一种享受。

<sup>①</sup>资料来源《贵州省2013年文化产业统计报告》,第45页。

## (二) 以大数据技术创新文化产业

大数据技术是以云计算为基础的信息存储、分享和挖掘手段,可以便宜、有效地将这些大量、高速、多变化的终端数据存储下来,并随时进行分析、计算与预测,寻找到更多隐藏在数据背后的价值,使决策更加精确,并能根据这些数据价值,寻找新的商机。

2015年2月25日,国家级贵阳·贵安大数据产业发展集聚区创建授牌仪式在贵阳举行,贵州省经济和信息化委员会主任李保芳受托工业和信息化部向贵阳市、贵安新区授牌,这标志首个国家级大数据集聚发展试点示范区落户贵州。近年来,贵州大力发展大数据产业,构建大数据基地,营造了良好的大数据产业环境,同时,通过与北京中关村科技园合作,引进大批大数据企业和人才,为贵州大数据产业的发展奠定了良好的软件和硬件基础。

借助大数据,贵州文化产业迎来了新的发展途径。以报刊为例,通过建立数据中心,将报刊的发行数量、主要阅读群体、阅读习惯等进行分类收集和整理,最终建成一个读者数据中心,随时掌握读者需求和偏好,从而再根据这些读者信息,为读者专业化定制个性化内容,满足读者的个性化需求,最终实现定制化推送服务,改变以往大而全的文化产品生产和文化服务提供,而是以一种精细化、个性化、定制化的模式,为客户提供人性化、个性化服务。

## (三) 以互联网平台助推文化产业

第一,在文化资源的创意开发方面。将贵州丰富的民族文化资源、典型的红色文化资源、悠久的历史文化和良好的生态文化资源与互联网相结合,充分利用互联网开放、创新、高效的平台效应和即时、多元、包容的互动效应,通过互动讨论等形式,实现资源开发的大众创意,多向宣传,众创开发,推动多彩贵州文化资源的创意开发。

第二,在产品研发设计方面。充分利用贵州发展大数据产业的优势,凭借大数据技术,加强客户信息收集与分析,了解客户需求与消费习惯,进

行文化产品个性化、定制化研发,推动实现文化产品的专业化、个性化消费,促进消费者文化需求的满足,并创造和引导消费者形成新的消费偏好和习惯。

第三,在市场营销方面。互联网,尤其是移动互联网,正在以各种方式改变着人们的日常生活习惯和行为方式,以手机为代表的移动互联网已经融入到人们的日常出行、消费、社交等生活方式中。因此,发展贵州文化产业,须加强与互联网充分融合,借助互联网独特的传播优势,拓宽与创新传统文化产业的营销渠道,实现线上与线下的有机结合。

第四,在品牌宣传方面。通过网站推广、建立微信公众号、手机客户端、微博等形式,充分利用新媒体高效、直接的宣传效应,并与户外媒体、纸质媒体、电视媒体等传统媒体宣传相结合,对文化产业品牌进行全方位、立体化宣传与推广。

## 五、结语

随着互联网逐渐渗透到传统文化产业领域,文化产业的产品类型、商业模式、消费习惯等等都发生了巨大的变化,互联网正在不断地颠覆、变革文化产业。在这样的背景下,唯有加强与互联网的深度融合,通过借助互联网平台和技术,以互联网思维,不断创新文化生产方式,优化产品结构,丰富产品形式,拓宽宣传渠道,变革商业模式,推动文化产业的不断创新与发展。

### 参考文献:

- [1]维克托·迈尔-舍恩伯格,肯尼斯·库克耶.大数据时代[M].杭州:浙江人民出版社,2013.
- [2]文化贵州多彩前行——贵州着力推进文化大发展大繁荣[N].贵州日报,2013-04-01.
- [3]颜茵.大数据时代贵州文化产业发展机遇探析[J].新西部,2015(11).

[责任编辑:黄梅]