

促进文化娱乐线上消费创新发展

陈琳琳 夏杰长 中国社会科学院大学商学院

“十四五”规划和2035年远景目标纲要明确提出“线上线下全渠道满足消费需求”，以新业态新模式引领新型消费，激发新型消费内生动力。同时，规划纲要还明确提出“实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式”。按照规划纲要精神，要加快文化产业创新发展，特别是要积极有序引导文化娱乐线上消费，创新文化娱乐线上消费方式，以此激励城乡居民消费新需求和推进消费转型升级。

文化娱乐线上消费激活消费需求新动能

“互联网+”助力文化娱乐产业新业态和新场景，创新消费新需求。“互联网+”助力文化娱乐产业新业态、新场景可以突破时空的局限，以用户需求为导向，不再是小众的自娱自乐，而是大众的文化盛宴。通过提高居民线上文化体验感，满足居民文化需求多元化，让人们愿意为更好的文化体验支付。线上文化娱乐体验不仅满足大中城市居民生活需要，同时也满足了偏远农村居民生活多元化的需求，这种消费结构多层面、多梯度提升的趋势释放了居民巨大的内需潜力，为扩大内需带来持续性拉动力。

文化娱乐与科技跨界创新融合，促进居民消费转型升级。文化娱乐线上消费需吸纳现代科技的思想、技术成果，运用新的思维模式，开辟出“多线进化”、“立体发展”和特色优化发展的新路径。构建以IP为核心的文化生产方式，打造更多具有广泛影响力的中国文化符号，以漫画、动画、游戏为载体，激发年轻人对传统文化的兴趣，用数字创意的艺术形式讲好中国故事，身体力行的践行传承与弘扬传统文化的责任与使命。这种文化IP+知识+科技+互动的娱乐方式，比起平铺直叙，技术简单、情节易猜的影视或游戏表现形式，更易影响青少年及高知人群，其内容影响力巨大，乃至风靡全世界。以创意融合驱动“中国制造”迈向“中国创造”，成为促进产品和服务创新、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径，是全面促进消费，顺应消费升级趋势的有力支撑。

我国文化娱乐线上消费的主要瓶颈

一是科技发展速度与产业发展速度不匹配。文化娱乐产业数字化发展，需要“科技+”与“文化娱乐+”协同创新，是两者在本性上的相互切近，它既需要科技的整合性与能动性，更需要文化的集成与价值的提炼与创新。与发达国家文化娱乐产业数字化发展相比，我国在关键技术创新和某些核心技术应用上仍有较大差距，5G、虚拟现实/增强现实、3D、区块链、云计算、大数据、物联网、人工智能、动漫游戏、全息影像等与“互联网+”的应用还未在文化娱乐产业新发展模式中普及，新兴文化业态还需不断更新。技术产业化与文化产业化交互发展需要以高新技术为依托、以数字内容为主体、以自主知识产权为核心，有效提升文化产品的附加值。需要利用“文化娱乐+互联网+”的新型平台，促进文化与旅游、科技、金融、生态农业、智能制造等行业的融合发展。

二是文化娱乐业市场定位与细分意识不强。集中化发展可以带来更好的服务质量，能够更好地满足消费者升级后的服务消费需求，消费者可以根据需求选择更专业化的供给。但从目前行业发展现状来看，文化娱乐线上消费模式尚不成熟，各大商业模式竞相出现，市场鱼龙混杂，争夺“流量”。市场定位不明确，细分意识不强，各大平台产品雷同，没有核心竞争力。以直播平台为例，综合类、生活类、游戏类、购物类、知识分享类直播平台均有多款软件，且种类交叉重叠。面对如此多的平台，如何细分市场，定位客户需求差异，提升客户的长期粘性，培养客户的数字

付费习惯，是目前国内文化娱乐线上消费亟待解决的问题。

三是文化娱乐产业地区发展不平衡。目前我国文化娱乐产业实施粗放式、铺摊子式的发展模式，文化娱乐新业态市场化程度低，地区发展不平衡，资源依赖现象严重，文化资源优势尚未转为文化产业优势，产业发展创新意识不强，避难就易，文化娱乐产业国际竞争力与影响力还有待提高。主要表现在两个方面：一是文化资源开发不合理。不同地区的文化资源开发利用不科学，城市和农村之间的资源配置差距颇大。具体来说，城市地区开发利用的文化资源相对比较丰富，城市文化产业人才相对较多，文化娱乐产业生产力相对高，文化基础设施建设也相对完善。二是文化产业体系不健全。例如文化遗产中文化价值和经济价值的认知割裂，忽视文化遗产本身的生命力和潜在价值空间，保护和开发严重对立。文化行业的体制壁垒、跨行业公共服务平台等体制、机制层面的实践和理论创新还不够，文化娱乐业与产业经济没有形成协同效应。

四是文化娱乐业数字化发展市场信用监管不力。文化娱乐产业数字化领域创新活跃，新业态、新模式不断涌现，容易导致监管真空，政府监管跟不上行业发展步伐，盗版侵权等失信事件频发。近年来，网络文学、数字音频等领域盗版现象仍然普遍，知识产权意识普遍淡薄。网络直播领域的极端、恶性直播事件时有发生，平台恶性竞争和垄断行为屡禁不止。短视频领域盗版改编剪辑电影电视版权作品现象泛滥，各大娱乐、社交平台，服务能力和治理能力良莠不齐，消费者权益得不到保障。

促进文化娱乐线上消费创新发展的政策建议

首先，提高我国科技研发能力，普及关键技术和核心技术应用。文化娱乐线上消费融合发展离不开科技的发展和关键技术、核心技术的普及应用。近些年，动漫游戏、广播电视、出版业等不断融入数字技术，衍生出网络游戏、网络视听、网络出版等文化娱乐新业态，数字出版和高端印刷使图书具备了视频、音频等功能，可以按需印刷，形成新的出版业态。实践证明，数字技术的渗透和应用，极大提高了文化产业生产能力和效率。当前，要着力发展4K/8K等新媒体技术、虚拟现实/增强现实、广告创意、网络传播、数字版权等需要的科技支撑和5G、人工智能、超高速超高清摄像等文化娱乐领域需要具有自主知识产权的核心技术，避免在核心技术领域被“卡脖子”。

其次，细分文化娱乐产业市场，满足消费者差异需求。更加科学地细分文化娱乐产业市场，既使产品更好地满足消费者对其功能的需要及升级后的服务消费需求，又促进市场主体合理地战略定位和配置自身资源，增强市场专业性，降低营销成本。为此，需要努力发掘市场中不同的消费者从现有的供应品中获得不同的满足程度，从消费者年龄、职业、心理等方面列出影响市场需求和消费者行为的各项指标，通过人工智能、大数据分析，结合各细分市场上消费者的特点，用形象化、直观化的方法细分市场，打造市场中的特色，形成市场精准定位，满足消费者差异需求。

再次，完善对文化娱乐线上消费的扶持引导机制，引导文化资源和要素合理流动。加快文化娱乐线上消费创新发展，需要政府在尊重市场规律和充分利用市场机制的基础上，加强和改进扶持政策，提高政策长效性，特别要重点突出对高科技、高创意、高文化含量文化企业的引导和扶持。通过统筹协调、整合资源，进一步加大对文化创意集居区（文化创意产业园）建设及高端文化人才培养和引进的资金扶持力度，提高资金使用效率。加大文化资源和要素城乡合理流动。通过文化娱乐线上消费重点建设项目的合理性区域布局，平衡区域发展，增强产业辐射力，不断提升产业的规模效应、聚集效应和示范效应。

第四，推动文、旅、商创新融合发展，拓展消费新领域。以文化娱乐为灵魂、旅游为载体、商业为驱动力，通过合理有效的产业化组织和政策促进，将文化资源潜力转化为旅游魅力和产业实力，形成特色突出、优势互补的文旅商一体化产业链。加强新型基础设施建设，促进文旅产业数字化、网络化、智能化、高速化发展。运用5G、人工智能、虚拟现实/增强现实等影视技术赋能旅游景区线上面对面、旅游产业云讲堂，展现非物质文化遗产、历史名人景区、红色文化、民族文化等，满足游客不同旅游需求。依托“云+人工智能+5G”等技术，充分利用微信群、小程序、

直播、短视频等社交平台吸引潜在客户流量，并利用人工智能大数据运算，根据客户喜好推送体现不同文化特征的景区相关视频及与该景区文化配套的一系列产品，从而激励出新消费需求，不断拓展消费新领域。

第五，优化发展环境，创新数字文化娱乐业监管方式。健全文化娱乐产业知识产权（版权）评估、服务和激励制度，健全知识产权（版权）创造、保护和运用的政策措施。明确数字文化娱乐产业信用评价指标体系，强化行业规范，制定行业标准、交易规则和执法规则，解决行业快速发展与市场监管不匹配的问题。加强数字文化娱乐业市场动态监管，不断创新和规范数字文化娱乐业的监管方式，较好的解决数字文化娱乐业发展过程中存在的企业信用基础薄弱、失信处罚力度小、信用管理制度和法律不健全、信用监管缺位、盗版侵权严重等问题，创建良好的市场竞争环境和信用环境，促进我国数字文化娱乐产业经济体健康良性循环发展，充分发挥数字文化娱乐产业在扩大消费需求和建设现代化经济体系中的重要作用。