

数字经济背景下小微文化产业高质量转型发展研究

罗序斌¹, 周其丽²

(1. 江西师范大学, 江西 南昌 330022; 2. 北师大港浸大, 广东 珠海 519087)

摘要: 小微文化产业是文化产业的重要组成部分。在数字经济快速发展的背景下,我国小微文化产业高质量转型发展过程中还存在诸如原创性数字文化产品不足、数字化平台建设滞后、国际化内生动力不强等方面的问题。数字经济提供了新的价值源泉和发展模式,促进了组织结构、生产方式、产业边界等方面的变革,推动了小微文化产业高质量转型发展。其中,数字化转型是小微文化产业高质量转型发展的发力点,而技术创新、商业模式创新和管理创新是主要推进路径,并需从数字技术、资金融通、人才队伍、营商环境等方面构建相应的支持体系。

关键词: 数字经济; 小微文化产业; 高质量发展

中图分类号: F264.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 2095-0098(2021)02-0051-08

一、引言

促进文化产业高质量转型发展,既是适应新时代社会主要矛盾转变的客观要求,又是构建我国现代化经济体系的重要内容。以区块链、物联网、大数据、云计算、人工智能等数字技术为主要驱动力的数字经济正成为我国文化产业高质量转型发展的新动能。比如,2017年的政府工作报告首次提出数字经济的概念;2019年明确要发展壮大数字经济,驱动产业高质量转型升级;2020年再次强调要全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势。这为数字经济时代我国文化产业高质量转型发展指明了方向。

作为文化产业中的重要组成部分,小微文化产业主要是生产销售文化产品和文化服务的,其企业的经营规模、从业人数、缴税额度等指标均依据国家相关规定,采用定量化标准。有关统计数据显示,目前我国从事小微文化产业生产经营的企业数占文化企业总数的80%以上,从业人员占文化企业从业人员总数的77%,实现增加值占产业增加值的60%。当前我国小微文化产业迎来了发展机遇期。第一,数字经济的发展和文化产业的数字化转型为推进我国小微文化产业的高质量转型发展创造了重要契机;第二,快速增长的数字文化消费需求为推进我国小微文化产业高质量转型发展提供了广阔的市场空间;第三,《文化产业振兴规划》《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》《关于知识产权支持小微企业发展的若干意见》《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等相关政策以及国家“十四五”规划中提到的“文化产业数字化战略”,更是为我国小微文化产业的高质量转型发展提供了良好的外部条件。但是也应该认识到,在如今数字经济的大潮中,我国小微文化产业在推进数字化转型和高质量发展的过程中也面临着严峻挑战。尤其重要的是,作为一种新的经济形态或新的技术经济范式,数字经济是如何驱动我国小微文化产业高质量转型发展的?其具体的实现机制和推进路径是怎么样的?这有待进一步厘清。基于此,本文从分析数字经济背景下小微文化产业高质量转型发展过程中面临的问题入手,对其转型发展的机制和实现路径进行深入分析,并提出相应的支持政策,这不仅有利于拓展和丰富数字经济驱动小微文化产业发展的理论分析框架,而且有利于激活

收稿日期: 2021-01-05

基金项目: 江西省社会科学规划项目“江西小微文化产业发展潜力研究”(15ZT28)

作者简介: 罗序斌(1981-),男,江西九江人,博士,副教授,研究方向为产业经济。

我国整个文化市场的活力,促进文化产业大繁荣。

二、数字经济背景下小微文化产业高质量转型面临的问题

数字经济的概念最早是由加拿大学者唐·泰普斯科特于 1995 年提出的。他认为,数字经济基本等同于新经济、网络经济或知识经济。之后,不同时代的学者从不同的角度、不同的经济发展阶段对数字经济的概念、特征等相关理论内容进行深入研究,比如,数字经济是由新一代互联网信息技术突破而催生的一种新的技术经济范式(王姝楠和陈江生 2019)^[1],是服务经济发展的最新表征(孙杰 2021)^[2],可以从通信基础设施是否网络化、信息是否数字化以及数字化的知识、信息是否在线化等方面进行特征判别。虽然如此,但迄今为止,数字经济的这个概念尚未达成一致,其中 2016 年 9 月杭州 G20 峰会通过的《二十集团数字经济发展与合作倡议》对数字经济的表述比较具有代表性,即“数字经济是以使用数字化知识和信息为关键的生产要素、以现代信息网络为主要的载体、以有效使用信息通信技术为提升效率和优化经济结构的重要推动力的系列经济活动。”据联合国《2019 年数字经济报告》显示,数字经济的发展规模约占世界 GDP 总量的 4.5%~15.5%,其中我国数字经济增长规模最快。比如,2019 年我国数字经济规模占 GDP 比重达到了 36.2%,数字经济的名义同比增速高于同期 GDP 名义增速约 7.85 个百分点,对 GDP 增长的贡献率达到了 67.7%。^[3]作为一种新的经济形态或新的技术经济范式,数字经济正成为文化产业高质量转型发展的新动能。2020 年我国文化和旅游部发布的《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》也明确提出,“文化产业以创新驱动推进供给侧结构性改革,与数字技术协同推进、融合发展,新型业态蓬勃兴起,为产业高质量发展注入新动能,数字文化产业成为优化供给、满足人民美好生活需要的有效途径和文化产业转型升级的重要引擎。”事实上,近年来我国数字文化产业增加值逐年提升,占文化产业的比重超过了 1/4,但这些增长主要以我国规模以上文化企业的相关产品和服务为主,而小微文化企业的经济贡献偏低,其在数字化转型升级过程中还存在一些突出问题,主要表现在数字产品内容、商业运营模式、市场覆盖程度等方面,这也导致我国小微文化产业高质量转型发展的后劲不足。

(一) 产品内容方面的问题:原创性数字文化产品不足,难以满足公众对优质产品的需求

数字技术的发展、数字经济的形成,虽然降低了文化行业的进入门槛,但与此同时也加大了市场竞争的程度,这对小微文化产业的产品创新提出了更高要求。然而,从目前的现状看,产品创新不足,特别是数字文化产品创新不足是现阶段制约数字经济时代小微文化产业发展的主要瓶颈,同时也是影响当前我国数字文化产业高质量转型的关键因素。比如,据第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》(2019)发现,网络文学、网络游戏、网络视频等数字文化产品活跃用户增速同比出现了不同程度的下降,其中两种主要的数字文化产品——网络文学活跃用户的规模增长从 15% 下降到 12%,网络游戏活跃用户的增长规模从 15% 下降到 2%。尽管近年来短视频活跃用户的规模呈快速增长态势,可是整个网络视频的活跃用户规模增长仍然停滞在 6% 左右。这种增长态势在一定程度上表明我国文化企业开发的一些数字文化产品的创新性在下降,吸引力呈衰减趋势,小微文化企业更是如此。经过深入调研,发现当前我国小微文化企业数字文化产品创新不足表现在以下几个方面:一是模仿创新的数字文化产品多,原创性的精品力作少。实地调研中了解到,国内多数小微文化企业对新技术革命和新产业变革的趋势认识不足,生产经营发展理念陈旧,对数字文化产品原始创新的重视程度还不够,开发出来的产品要么“不走心”、缺乏文化内涵,要么争相模仿、同质化较高,还普遍存在数字文化产品内容过度娱乐、形式过度包装、市场过度营销以及“唯票房、唯收视率、唯点击率”等乱象,甚至涌现出利用夸张的标题、低俗的内容、煽动性的言论等低劣手段,通过竞相压价、虚假招标、版权剽窃等恶性竞争来获取流量和经济利益的行为。二是优秀的文化创意人才少,数字化人才队伍建设滞后。优秀的创意人才是促进数字文化产品创新,提升数字文化产品质量最为核心的生产要素之一,但现在我国小微文化企业多数面临着人才缺乏难题,比如目前还缺乏既懂数字文化艺术又懂市场经营的复合型文化产业经营管理人才、缺乏从事数字文化创意产品设计和研发的高级技术人才、缺乏具有全球化视野的数字文化产品交流传播人才、缺乏把丰富的具有特色的文化资源转化为数字文化产品和产业的推广转化人才、缺乏具有创新和冒险精神的企业家,等。

(二) 商业模式方面的问题: 数字化平台建设滞后, 难以满足线上文化消费的需求

随着互联网特别是移动互联网的快速发展以及 80 后和 90 后逐渐成为我国的消费主力, 文化产品的线上消费成为数字经济时代主流的消费模式。据中国互联网络信息中心 2021 年 2 月发布的《第 47 次互联网发展状况统计报告》统计, 截止到 2020 年 12 月, 我国网民规模达到了 9.89 亿, 约占世界网民规模的 1/5 左右, 其中互联网普及率达到了 70.4%, 人均每周在线时长为 26.2 小时, 而网络音乐、网络视频、网络游戏、网络文学等数字文化产品的在线用户分别为 6.58 亿、9.27 亿、5.18 亿、4.60 亿。商业运行的平台化也由此成为数字经济时代文化企业生产经营最为典型的特征, 也是新时代推动文化企业数字化转型和高质量发展的重要引擎。据美国哈佛大学托马斯·艾丝曼教授的研究表明, 目前世界上市值最大的 100 家互联网公司中就有 60 家公司的主营业务收入来自数字化平台; 而排在前 15 位的无一例外都是采用了平台化商业模式。近年来, 我国文化产业领域的数字化平台建设有了长足进展, 比如有以微信读书、起点中文网为代表的网络文学平台, 以小红书、知乎等为代表的新型社交平台, 以优酷、爱奇艺为代表的网络视频平台, 以今日头条、新浪新闻为代表的内容分发平台和以猪八戒网为代表的创意平台等, 但还存在一些问题, 其中最为突出的问题就是小微文化产业数字化平台建设不足。具体表现在: 一是小微文化企业主观上对数字化、平台化转型升级的认识不足、积极性不高、平台意识还不强, 部分出版、广电、演艺等传统小微文化企业的企业经营模式僵化, 使得众多传统小微文化企业在新兴的数字文化业态发展中凸显疲乏态势。二是客观上还存在网络基础设施建设较薄弱、研发生产环节数字化低、转型成本高等方面的问题, 使得我国小微文化企业的企业数字化转型升级“叫好不叫座”。比如, 调研中了解到, 目前我国文化企业数字化平台建设的比例约为 25%, 远低于欧洲国家的 46% 和美国的 45%, 其中, 小微文化企业的这个比例更低, 有超过 55% 的企业目前还没有完成基础设施的数字化改造。

(三) 市场范围方面的问题: 国际化的内生动力不强, 文化产品的国际竞争力有待提升

大数据、云计算、移动互联网、区块链等新一代信息技术在经济领域中的广泛应用, 促进了国际贸易基础设施的数字化转型升级, 推动了国际贸易迈向高质量转型发展阶段。在“买全球、卖全球”的数字贸易全球化时代, 如何实施文化产业“走出去”战略, 促进文化产品在世界范围内的流动, 提升国际软实力, 已成为当前世界各国竞争的焦点。特别是在当前传统工业产品进出口贸易竞争日益激烈、利润空间日益收窄的大背景下, 文化产业以其高附加值、“无限生产”等特征, 正成为数字经济时代数字贸易的新增长点。随着我国积极实施文化“走出去”战略, 中国文化产业的国际化程度不断提高, 数字文化产品出口的数量和质量都有了明显提升, 产品的国际竞争力也在不断攀升。比如, 近年来我国的游戏产业出海发展势头就很迅猛, 尤其是在智能手机、5G 等通信基础设施日益完善的情况下, 《王者荣耀》《率土之滨》《梦幻西游》《荒野行动》等一些本土网络游戏开始“走出去”。据中国音数协游戏工委(GPC)发布的《2020 年中国游戏产业报告》数据显示, 2020 年我国自主研发的网络游戏海外市场实际销售收入达到了 154.50 亿美元, 其中海外地区分布中美市场的销售收入占比为 27.55%, 日本和韩国的收入占比分别为 23.91% 和 8.81%; 策略类、射击类、角色扮演类三类游戏的总收入占比达到了 66.5%。在短视频数字文化产品领域, 字节跳动的 TikTok 在美国、印度、泰国、德国、日本等地多次登上 APP 下载的榜首, 其中 TikTok 海外用户排名第一的国家是印度, 2020 年第一季度下载量就达到了 6.1 亿次, 占世界各国下载总量的 30.3%, 也大大超过了美国 1.65 亿次的下载量。尽管如此, 但与美国、英国、日本、韩国等国家相比, 我国数字文化产品“扬帆出海”的整体规模不大, 产品输出还主要是以传统文化工业品为主, 产品附加值较低。另从数字文化产品出口的企业主体看, 也主要集中在规模以上的大中型文化企业, 而数量众多的小微文化企业在国际市场开拓意识方面还比较缺乏, 营销能力也相对偏低, 且由于关税、知识产权和市场准入等贸易壁垒的影响, 我国小微文化产业参与国际市场的内生动力尚显不足。

三、数字经济推动小微文化产业高质量发展的转型机制

在数字技术的推动下, 数字经济创造了新的生产要素, 提供了新的价值源泉和发展模式, 推动了小微文化企业高质量转型。比如, 相对于资本、劳动力等传统的生产要素, 数据已成为一种新的生产要素, 是一种战

略型人造资源,这也是当前数字经济区别于以前数字经济不同发展阶段的主要特征之一。而基于大数据的工业互联网、工业云平台的发展在推动小微文化企业高质量转型发展中发挥了重要作用。

(一) 推动小微文化产业组织结构扁平化

他组织和自组织是企业组织变革的两种主要实现机制^[4],其中,他组织是由技术进步、市场需求等产业组织外部发展环境的改变而引起的,而自组织则是由产业组织系统内部企业的技术研发、流程再造等因素推动的。基于此,数字经济对小微文化产业组织结构的影响表现在以下两个方面:一是他组织变革引起的小微文化产业组织结构的扁平化。随着数字技术的广泛应用,文化产业的组织形态开始由传统的大型文化企业主导性逐步向产业生态、产业链主导型转变。在这种新的产业生态系统中,跨行业、跨企业、跨部门等“跨界共生”是产业组织变革的重要方面,产业与产业之间的融合不断加强,企业规模壁垒不断降低,产业集中趋势逐步下降,企业组织结构扁平化进一步加快;与此相对应,网络连接、信息共享、协作生产等方面的能力也成为影响小微文化产业核心竞争力的重要因素。小微文化产业组织结构扁平化,将使得数字文化产业的形态更加多样化,因为无论是大中型数字文化企业还是小微文化企业,都可以在文化市场上找到自己的定位,找到自己的用户群,并在网络化、协同化、共生化的数字文化产业生态系统中成为其中的组成部分。二是自组织变革促进的小微文化产业组织结构扁平化。在工业经济时代,企业职能部门、组织层级较多,组织结构也比较刚性,部门与部门之间、层级与层级之间泾渭分明。但数字技术在企业中的广泛应用,使得企业组织功能的柔性化再造具备了条件。小微文化企业可以把企业内外部的人员、生产设备、存储系统全部融入信息物理系统中(GPS),实现业务流程的横向、纵向和端对端的数字化集成,使企业从过去单纯地追求规模经济、标准化和大批量生产,更多地转向资源的共享、生产的协同。工业经济时代的产业组织结构适合于规模化、大批量的生产要求,而数字经济时代的产业组织结构则以分散合作的生产方式和扁平化的组织结构为主导,更加适合于当前数字文化产品的个性化和小批量的生产特点。

(二) 推动小微文化产业技术应用的数字化

技术应用的数字化是衡量数字经济时代小微文化产业高质量转型发展的关键指标。当前,以5G和人工智能(AI)技术为核心,融合大数据、云计算、物联网、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字化技术的“5G+AI”数字技术群^[5],对影视业、出版业、演艺业、传媒业等传统文化产业进行全方位、全角度、全链条的数字改造,促进文化内容质量升级和行业升维,并主导游戏动漫业、视频直播业、社交业等数字文化产业业态的创新。比如,借助AR/VR数字化的软件技术,Spiraloid Workshop公司推出的全球首部VR交互式图书《纳米机器人:事件一》就可以让读者有机会在虚拟的空间中进行参与式体验,从而完成由“阅读书本”到“进入书本”的转变。技术的数字化实质上也是技术的软件化过程,软件技术创新也是当前文化产业技术创新的主要形式。据《中国统计年鉴(2020)》有关数据显示,2019年我国软件业务收入为72071.87亿元,比2010年增加58483.32亿元,年均增长20.66%,其中,软件产品收入20857.2亿元,比2010年增加15926.47亿元,年均增长17.67%;信息技术服务收入43580.34亿元,比2019年增加37050.65亿元,年均增长23.85%;嵌入式系统软件收入6332.55亿元,比2010年增加4204.22亿元,年均增长14.47%。而从各个行业企业信息化及电子商务软件运用情况来看,2019年全国文化、体育和娱乐业有电子商务活动的企业数有2333家,软件应用占比达到了20.5%,比全国平均水平高10个百分点。因此,小微文化企业通过数字化的软件技术,构建数字化运营平台,能与其他企业和消费者互动,整合相关文化创意资源,可以更好地节约创新成本,提升产业创新能力。

(三) 推动小微文化产业生产方式的敏捷化

敏捷化生产是快速配置企业内外部各种资源,响应市场需求、用户需求的一种生产模式。数字技术的发展改变了市场供需关系的反馈机制,改变了市场竞争格局,也对企业的生产方式进行了重塑。整个数字文化产业市场不仅需要大中型的数字文化企业集团,也更需富有灵活性的小微数字文化企业的积极参与。比如,韩国的影视剧和日本的动漫并非依靠大型文化企业,而是多个小微文化企业协作的结果;美国电影的制作也离不开许多小微文化企业和个体从业者所提供的创意、技术和服务。小微文化企业具有很强的环境变化适用能力和新技术应用能力。而如今新一代数字技术的发展则为小微文化企业的敏捷化生产提供了支

撑。许多小微文化企业正是利用新技术革命的契机进入文化产业领域,它们也是数字经济时代新技术的主要受益者。在数字文化产品生产的时间上,小微文化企业可以借助柔性制造、3D 打印等先进的数字化生产技术,在较短的时间内根据用户的个性化订单迅速作出反应,组织力量展开小批量生产;在数字文化产品的生产方式上,也可以通过数字化平台进行数字文化产品的生产分工和企业合作,推进企业职能跨区域和跨行业延伸,实现资源最优配置,达到零库存生产目的,促使企业利润最大化。因此,相对于在规模化生产方面具有优势的大中型文化企业,小微文化企业在敏捷性生产上优势明显,并且数字技术的迭代创新以及数字经济的发展更是加速促进了小微文化企业向这方面转型。

(四) 推动小微文化产业企业边界的模糊化

工业经济时代,企业的各类生产成本限制了小微文化企业的发展边界。而在数字经济发展的背景下,新一代互联网信息技术使得小微文化企业内部和外部之间的信息和技术交流变得更为有效,文化产品的传播变得更为便捷和快速,不仅提高了生产效率,也降低了生产成本。更为重要的是,数字技术及其数字经济的发展,使得企业之间的技术相互交叉渗透,产业边界和企业边界也开始变得日益模糊,企业的生产经营活动也不仅仅局限于原先固有区域和范围。^[6]因此,企业边界的动态性也成为数字经济时代小微文化企业发展的主要特征。从数字文化产品价值链的视角来看,目前小微文化产业的研发、设计、制造等多个环节都出现了一种突破企业边界、展开社会化协作的大趋势。而且企业的这种跨越边界也开创了全新的竞争空间,企业不再属于特定的行业,行业也不仅仅包含特定的企业,行业之内竞争的思维被彻底打破,现有企业不仅面临来自“同行”的竞争,还面临着其他行业的竞争。比如,电子书的畅销就对造纸业构成了巨大威胁。企业之间的跨域合作及其产业之间的融合发展使得众多小微文化企业能够在不同的领域中交织并形成广泛的合作网络,推动小微文化产业全链条跨界升级。

四、数字经济推动小微文化产业高质量发展的转型路径

数字经济背景下,数字化转型是小微文化产业实现高质量转型发展的发力点,具体可以从产业的技术创新、商业模式创新、经营管理模式等方面入手推进小微文化企业数字化。

(一) 小微文化产业高质量转型发展的发力点:数字化转型

纵观文化产业的发展史,先后经历了农业革命、工业革命、信息革命,每一次科技革命和产业变革都给文化产业的生产经营管理带来了质的飞跃。当前,文化产业正在进入以数字化生产力为主要标志的全新历史发展阶段。在这个新的数字新时代,许多传统的文化企业都加快了数字化转型升级步伐,试图借用数字化进行一次由内而外的颠覆性变革。以数字化技术为引擎,文化产业的发展驶入数字化增长的快车道,大量的传统文化产业都有望通过数字化实现跨越式发展。就我国而言,随着近年来“互联网+”“大数据+”等战略的出台及其大力推进,文化产业数字化转型升级的进程不断加快,成效也很明显。比如,据全国两化融合服务平台网站的数据显示,截至2020年第四季度,我国企业数字化的研发设计工具普及率为73.0%、关键工序数控化率52.1%、双创平台普及率85.4%。但是也应该看到,这与数字经济时代文化产业的高质量发展,特别是小微文化企业高质量转型发展的要求还是有一定的差距。数字化转型升级也是小微文化企业重塑的过程。第一,小微文化企业应该充分利用移动互联网、物联网、云计算、大数据等技术对小微文化企业的整个生产流程进行全面优化,促使企业由单机生产向网络化协同生产转变,打造一批智能车间、智能工厂,实现智能化生产^[7],持续提升小微文化企业产品质量和经营效率。第二,运用数字技术,打通小微文化企业各个环节的数据链,促进市场调查、研发设计、生产制造、仓储物流、售后服务等环节的数字化,建立以大数据平台为支撑的生产管理体系;加快推动整个产品生产线的数字化改造,进一步提升小微文化企业生产设备数字化率、研发工具数字化率和关键工序数字化率。第三,要推进文化产品数字化、文化服务数字化,提升文化产品和服务的附加值。

(二) 小微文化产业高质量转型发展的立足点“三大创新”

大数据、云计算、人工智能等数字化技术在小微文化产业中的应用改变了要素类型、投入结构和组合方式,大大提升了企业创新效率。具体表现在以下三个方面的创新:一是技术创新推动小微文化产业高质量转

型发展。小微文化企业的技术创新主要包括新技术、新产品的开发,或者是已有数字技术的应用。比如,利用人工智能数字技术模仿人的形象、声音,在电视节目中代替主持人和观众互动等。此外,随着人工智能数字技术的飞速发展,智能机器能够更加精准模拟人的认知与功能,能够为用户批量提供个性化和智能化的服务,改变目前小微文化企业挖掘受众需求的模式,生产出更加符合广大受众的数字文化产品。二是商业模式创新推动小微文化产业高质量转型发展。商业模式创新是小微文化产业实现价值创造的重要路径,也即小微文化企业在一定的产业价值链中如何改变企业的价值实现模式,向用户提供数字化的文化产品,以提升企业核心竞争力的一种活动。以影视文化产业为例,影视作品生产过程中投资、编剧、摄制等各个环节之间的清晰度不够,而大数据、云计算、区块链等数字化技术在其中的广泛应用改变了文化产品的商业运作模式,不仅可以实现所有业务流程的同步,保护影视作品的版权,而且也有利于影视企业整合导演、演员等各类相关资源,让任何单位和个人都可以参与到影视产品的智能化生产中来。三是管理创新推动小微文化产业高质量转型。数字经济时代建立起来的广泛、快速的信息交互方式已经彻底改变了小微文化企业的企业经营管理模式,引领整个产业发展水平向更高层次跃进。^[8]比如,建立在数字技术基础之上的数字化平台就为人们同频在线直接参与数字文化产品的创意、研发、生产、服务等环节提供了有利条件,增强数字文化产品与市场需求的匹配度。再如,小微文化企业还可以借助大数据挖掘技术分析市场的潜在需求,瞄准目标客户,制定适销对路的产品营销方案,增加数字文化产品和服务的销售规模。以新兴的网络视频文化产业为例,相关的数字技术可以将用户的视频浏览数据、视频试看数据和最终购买数据等进行结合,形成大数据中心,以此监测用户是如何由浏览、观看视频到形成购买行为的整个消费过程,了解用户的消费偏好,进而开发出相应的数字文化产品。此外,数字经济时代小微文化企业内部各个管理层级之间的沟通也较以往更加快捷和准确,管理者可以及时收集并传递各方面的信息,这有利于管理决策效率的提高。

五、数字经济推动小微文化产业高质量转型发展的支持体系

数字经济推动小微文化产业高质量转型升级是一个复杂的系统工程,需要从多个方面构建相应的支持体系。比如,如何加大数字化技术的创新,激活市场的活力,坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一,建设完善的文化市场体系,扩大优质数字文化产品的供给?如何推进文化产业数字化战略的落地见效,促进传统文化产业数字化转型以及文化产业新业态培育?如何加大小微文化产业“走出去”力度,讲好中国故事,提升小微文化企业的国际竞争力?

(一) 小微文化产业高质量转型发展的数字技术支持

主要从两个方面入手:一是加强政府对数字化技术创新的支持力度。应该大力支持大数据、云计算、人工智能、物联网、5G、区块链等新一代互联网信息技术在文化产业领域的深入应用和集成创新;要推进小微数字文化企业、高校、科研机构等产学研用各个环节中的技术创新资源构建产业创新联盟,重点聚焦文化产业数字化转型发展过程中的共性技术、关键技术的研发和应用,鼓励通过许可、转让、入股等各种方式推动技术要素的流动,特别是向小微文化企业转移;建设大数据中心、5G网络基站、云平台等数字化基础设施,不断优化小微文化产业技术创新的条件。二是加大小微文化企业数字技术创新的力度。要加大企业数字技术应用的研发投入力度,联合建立技术中心、设计中心等研发机构,提高文化产品内容制作、传输和使用的相关数字化硬件装备、数字化软件系统的自主研发水平,加强工业互联网、物联网在小微文化企业数字化创新平台建设中的应用,研发一些移动APP和小程序,提高企业的生产经营管理效率;要加强优秀文化资源的数字化转化,加大具有鲜明中国文化特色的原创IP开发力度和能力建设,创造出更多优质的、能够满足人民文化需求的数字文化产品,提升数字文化品牌的影响力;深入推进“互联网+小微文化产业”,大力促进小微文化企业上线上云,加快传统线下文化业态的数字化改造和转型升级,打造新兴的数字文化资源传播平台。

(二) 小微文化产业高质量转型发展的人才队伍支持

数字化的人才数字经济时代的核心资源。当前我国小微文化产业的人才结构基本是以文化产品的生产、经营和服务为特征,既缺乏优秀的创意人才和专业的技术人才,也没有足够的实力招揽、储备和留住优秀的人才,人才的流失率较高。实地调研的有关数据表明,与大中型文化企业相比,我国小微文化产业的人才

流动更为频繁,大中型文化企业人才流失率一般在10%~15%左右,而小微文化企业的流失率大概在60%~70%,且高层经营管理人员和核心专业技术人才流失较为严重。因此,要在人才队伍上加大建设力度,促进小微文化产业的数字化转型和高质量转型发展。一是要在数字化人才的引培上加大支持力度。要创造条件,自主培养和从海内外招揽一批既懂经营管理,又兼具文化内涵、技术水准和创新转化能力的数字文化产业复合型人才;要在高校中加大学科交叉的力度,开设数字文化产业、大数据、人工智能等方面的专业,扩大招生规模,可以先行先试产教融合联合办班的方式,对小微文化企业现有人员进行在职培训,建立与数字经济时代相适应的终身学习和就业培训体系,增强应用新技术、新理念的人力资本贡献。^[9]二是构建长效的激励机制。要建立合伙人制度,抓紧大数据、互联网、人工智能等数字技术快速发展的便利条件,加大数字化人才的团队建设力度,通过专业人才队伍的建设提升小微文化企业的数字化能力。三是要培养一批具有创新精神的民营企业企业家,发挥其在小微文化产业“新内容、新技术、新业态、新模式”等方面数字化转型和高质量创新发展中的带头示范作用。

(三) 小微文化产业高质量转型发展的资金融通支持

小微文化企业的高质量转型需要较大的前期投入,而且周期长、见效慢。充裕的资金在小微文化产业数字化转型和高质量转型发展的初始阶段能够起到十分重要的促进作用。一是对小微文化企业的企业经营成本提供融资支持。可以支持设立小微文化产业专项补助资金,促进小微文化企业数字化转型和高质量转型发展。比如,实地调研中了解到,目前小微文化企业的办公房租成本在其生产经营成本中的占比达到了30%,大大挤占了其人才引培、产品研发等方面的经费支出。对此,应出台相应的优惠措施,给予一定的财政支持,减轻小微文化企业的负担。二是要实现融资信息共享,拓宽小微文化企业的融资渠道。应将金融、工商、税务、海关等相关的融资信息进行整合,建立信息共享机制。要引导各种类型的私募股权投资基金、创业投资企业等各类投资主体对小微文化产业进行投资,同时要创造条件支持一定实力的小微文化企业利用多渠道资本市场进行融资;要健全知识产权抵押贷款融资体系,鼓励小微文化企业开展债券融资,支持区域性的文化产权交易平台为小微文化企业数字化转型升级和高质量发展提供融资服务。三是要加大金融产品的创新力度。要鼓励金融机构和保险机构开发创新出符合小微文化企业特点的金融产品和保险险种,展开保证保险、信用保险等方面业务;大力发展产业链金融,鼓励金融机构、数字文化产业链龙头企业、数字文化金融服务中心等建立产业链金融服务平台,为上下游小微文化企业提供融资服务。

(四) 小微文化产业高质量转型发展的营商环境支持

优化营商环境就是提高生产力。具体表现在以下几个方面:一是加大各类市场主体的培育力度,构建大中小微型文化产业共生发展的新生态。要着力培育一批核心竞争力较强的大中型数字文化企业,并通过发展云演艺、云展览、沉浸式业态等文化产业新模式,扶持小微数字文化企业成长,培育一批细分领域的“瞪羚企业”和“隐形冠军”的企业。要充分发挥龙头数字文化企业在模式创新和产业融合发展中的带头作用,搭建平台让大中小微企业之间更好对接合作,形成产业联盟,并通过生产协作、开放平台、共享资源等方式,带动上下游小微文化企业发展,构建合作共生的产业新生态。二是建立健全要素市场。要大力支持上下游文化企业开放数据,引导数据资源开放流动,提升数据流通共享商用水平;要构建文化数据安全的责任体系,引导小微文化企业增强数据安全服务;要通过制定产业发展标准或立法的形式,加强数字文化新产品新业态新模式的知识产权保护。三是优化市场竞争环境。完善文化产业市场行政审批信息公开制度,建立健全小微文化企业信用评级体系,完善失信惩戒和激励制度,构建以企业信用为基础的新型监管机制,引导小微数字文化企业诚信经营,优化市场竞争环境。四是搭建数字贸易平台。要鼓励数字文化产业向国家级、省级文化产业园区等重点功能平台聚集,促进数字文化产业集群发展;要为小微文化企业建设专门的进出口交易平台,要大力支持企业参与境内外综合性、专业性展会,发展数字贸易。五是推进政府“放管服”改革。要放宽文化产业的准入条件,简化行政审批;推动有效市场和有为政府的更好结合,营造公平的竞争环境,鼓励企业兼并重组,促进小微文化企业与大中型文化企业和谐共生。

参考文献:

- [1]王姝楠,陈江生.数字经济的技术-经济范式[J].上海经济研究,2019(12):80-94.
- [2]孙杰.从数字经济到数字贸易:内涵、特征、规则与影响[J].国际经贸探索,2020(5):87-98.
- [3]温军,张森.数字经济创新:知识产权与技术标准协同推进的视角[J].现代经济探讨,2021(4):1-7.
- [4]杜传忠,王飞.产业革命与产业组织变革——兼论新产业革命条件下的产业组织创新[J].天津社会科学,2015(2):90-99.
- [5]解学芳,陈思函.“5G+AI”技术群赋能数字文化产业:行业升维与高质量跃迁[J].出版广角,2021(3):21-25.
- [6]于畅,李佳雯.数字经济时代企业边界突破的逻辑与路径[J].商业经济研究,2021(4):106-110.
- [7]罗序斌.“互联网+”背景下中国传统制造业转型升级研究[J].金融教育研究,2019(1):18-29.
- [8]罗序斌,余玉乐.“互联网+”驱动传统制造业创新发展的研究进路与试题[J].金融教育研究,2020(7):30-37.
- [9]罗序斌,黄亮.中国制造业高质量转型的水平测度与省际比较——基于“四化”并进视角[J].经济问题,2020(12):43-52.

Research on the High-Quality Development of Small and Micro-sized Cultural Enterprises Under the Background of Digital Economy

LUO Xubin¹, ZHOU Qili²

(1. Jiangxi Normal University, Nanchang, Jiangxi 330022, China; 2. Beijing Normal University-Hong Kong Baptist University United International College, Zhuhai, Guangdong 519087, China)

Abstract: Under the background of the digital economy, small and micro-sized cultural enterprises are an important part of cultural industry, and some problems exist such as Lack of digital culture products originality, Digital platform construction lagging behind and Lack of internationalization endogenous power in the process of high-quality transformation and development. However, The digital economy provides new value source, promoting the transformation and remodeling of organizational structure, production mode and industrial development boundary for the high-quality transformation and development of small and micro-sized cultural enterprises. Among them, The enterprise digitalization is the point of high-quality transformation and development of Small and micro-sized cultural enterprises, and The technology, business model and management innovation are the main way, and need to build an integrated support system from digital technology, capital and finance, talent team, business environment.

Key words: Digital Economy; Small and Micro-Sized Cultural Enterprises; High-Quality Development

(责任编辑:沈 五)