

放大“五个效应” 推动数字文创高质量发展

今年春节以来,“成都造”动画电影《哪吒2》持续爆火,成为成都数字文创产业蓬勃发展的生动写照。面向未来,要借势借力、乘势而上,充分发挥成都历史文化底蕴深厚和科技创新资源富集优势,催生更多像《哪吒》那样镌刻成都印记的现象级文化“爆款”,推动成都数字文创产业高质量发展,积极培育文化领域新质生产力,高水平建设具有全球影响力的世界文创名城。

□中共成都市委政研室课题组

在创新驱动中放大“溢出效应”

数字文创具有技术依赖性。随着新一代信息技术的广泛运用,文化产业内容形式、传播方式、业态模式等发生深刻变革。要瞄准未来科技和产业发展制高点,大力推动科技创新和成果转化,牢牢把握数字文创产业发展主动权主导权。

做实平台底座。建设数据中心、云平台等数字基础设施,完善数字文创“云、网、端”基础设施,打通“数字化采集—网络化传输—智能化计算”链条。依托成都超算中心、智算中心,构建一体化智能计算生态体系,强化基础数据、计算能力和模型算法支撑。加快建设数字文创领域重点实验室、工程技术研究中心、企业技术创新中心等创新研发平台。做强技术研发。整合龙头企业、高校院所、研究机构等资源,加快数字创意共性技术、关键技术原创研发和集成应用,推出更多引领新型文化消费的数字创意产品,开展智能创作、辅助创排、复杂场景渲染等艺术创作领域的技术研究,加快智能场景感知、人机交互、全息展演、沉浸式演出等体验互动与呈现技术研发。做活成果转化。优化数字文创成果供需对接与转化机制,支持建立产学研用协同合作的产业技术创新联盟,布局一批概念验证、中试熟化、小批量试生产等面向社会开放的中试平台,培育和发展一批数字文创领域科技咨询、技术评估、创业孵化、技术转移等服务机构,健全数字文创成果交易市场体系,助推更多原创成果“沿途下蛋”“沿途孵化”。

在叠加渗透中放大“衍生效应”

数字文创具有业态复合性,要在强化“物理集成”的基础上催生“化学反应”,推动数字技术、文化创意的融合创生,不断衍生新模式、新业态。

一方面,着力培育新型业态。积极创新线上直播、线上展览、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态,促进数字创意与虚拟现实购物、社交电商、“粉丝”经济等在线新经济结合,加强艺术衍生品、艺术授权产品开发生产,推动形成以个性化定制、精准化营销、协作化创新、网络化共享为主要特征的新型商业模式和文化业态。深化

虚拟现实、增强现实、无人机等技术在文化领域的应用,推动现有文化内容向沉浸式内容移植转化。另一方面,不断改造传统业态。推进文化产业“上云、用数、赋智”,加快图书、报刊、电影等传统业态数字化转型升级,强化数字化技术在博物馆、图书馆、工艺美术、演艺娱乐和创意设计等行业的应用,引导文化场馆、文娱乐场所、景区景点、街区园区开发数字化产品和服务。加强对传统工艺、文化遗产的数字化保护与开发创新,推进数字文创产业与先进制造业、消费品工业、智慧农业及现代服务业融合发展。

在场景赋能中放大“穿透效应”

数字文创具有场景驱动性。要主动适应前沿技术应用突破,着力构建面向社会、触摸未来的多元应用场景,促进新产品新服务加速孕育、持续迭代。

营造体验场景。利用数字孪生、多语言交互等新型体验技术和球(环)幕、智能感知等装备设备,发展在线式、沉浸式数字化文化新体验,依托四川名人馆等重大文化项目同步发展数字化文化体验场景,形成可品、可触、可闻、可听、可观的场景体系,满足市民多元场景体验新需求。营造互动场景。创新数字电视、数字投影等“大屏”运用方式,开发适配移动端等“小屏”的应用程序,量身定制个性化多样化的文化数字内容,促进网络消费、定制消费等新型文化消费发展,开启数字文创叙事新时代。营造展示场景。充分利用新时代文明实践中心、学校、文博场馆、影剧院等文化教育设施,依托购物中心、城市广场、机场车站等公共场所,建设数字化文化体验馆(厅),推动有条件的旅游景区发展智慧导览新模式,因地制宜建设一批数字化文创展示园。

在供需平衡中放大“极化效应”

数字文创具有消费引爆性。要主动适应社会消费需求变化趋势,积极创造需求、培育市场、引领行业,不断开辟数字文创产业发展新空间。

丰富数字文化消费供给。借助 AIGC、AR、VR、全息呈现、数字孪生、元宇宙等数字技术做好文化资源的数字化内容采集,建设文化资源数据库、文艺创作题材库,选择

适配的多元数字化表现方式,打造虚实交融、视角转换、角色互动、时空穿越的数字文创消费场景,不断增强应用场景“上新”能力。创新数字文化消费体验。积极培育 XR 体验馆、元宇宙主题乐园等消费业态,发展主题购物中心、全息情景营造、VR/AR 交互娱乐、沉浸式影院、5G 超高清赛场、数字光影艺术展、智能服务机器人等数字经济创新服务和产品,以充满科技感和未来感的互动艺术装置营造超现实体验空间,在黑科技驱动下丰富现实感知、拓展虚拟世界。优化数字文化消费环境。不断健全数字文化内容审查审核机制手段,建立完善数字服务管理平台建设,加强对数字文化消费全周期监管治理,支持运用前沿技术提高监管质效,更好保护数字文化消费者合法权益。规范原创内容和版权交易市场秩序,严厉打击盗版侵权行为,依法保护消费者安全和隐私,营造清朗的数字文化消费环境。

在开放合作中放大“联动效应”

数字文创具有市场全球性。数字文创形态多元,受众广泛、传播迅速,日益成为加强贸易开放合作、传播中华文化的重要载体。要立足国际国内两个市场,走开放式创新和国际化发展道路,不断提高数字文创的影响力和竞争力。

要坚定不移“走出去”,结合打造向西开放战略高地和参与国际竞争新基地,推进技术、人才、资金等资源互动,加快培育一批具有国际竞争力的企业和海外年轻用户喜爱的产品。大力发展数字贸易,加快国家文化出口基地建设,积极争创国家对外文化贸易基地。鼓励企业开拓国际市场,培育发展数字文创跨境电子商务,推动优质数字文创产品和服务出海。要全力以赴“请进来”,以举办成都世运会为重要契机,高水平办好中国网络视听大会、中国音乐金钟奖、金熊猫奖、“天府”华语科幻文学大赛等活动,依托自贸试验区、国别合作、综合保税区等载体和友城领事资源,统筹运用国际经贸活动、国际展会论坛、民间交流平台等资源,加快引进具有全球视野和品牌运作能力的国际知名商业运营企业,增强对全球高端数字文创要素资源的集聚运筹能力,在交流合作中不断拓展发展新空间。

(课题组成员:郑鉴洋、白飞、唐松)

进一步丰富生态价值转换途径

生态价值转换是践行“两山”理论的关键路径,更是破解超大城市发展约束的必然选择。刚刚结束的成都市两会,对2025年重点工作进行安排,其中之一就是“聚焦促进人与自然和谐共生,加力筑牢长江上游生态屏障、塑造公园城市优美形态”,明确提出要“丰富生态价值转换途径”。就城市发展现实而言,成都平原历经数千年农耕文明积淀形成的“田城相映”空间格局,生态资源优势突出,生态价值潜力大。如何进一步丰富生态价值转换途径,通过价值转换实现生态资源资本化重构,推动生态本底转化为发展动能,是推进城市发展方式绿色转型深入考量的关键。

□潘方勇

推动文商农旅体融合发展 促进生态资源产业化

基于自身资源禀赋,充分发挥生态资源引流聚人的优势,聚焦户外消费、品质消费需求,积极推动生态场景与消费场景、人文场景、生活场景渗透叠加,探索创新“绿道+”“蓝网+”“公园+”“林盘+”等模式,推动文商农旅体融合发展,促进生态资源向生态产业转换。比如,在“绿道+”领域,重点在前期探索建设基础上,进一步丰富“绿道+场景营造”,打造更多如“绿道+夜市”“绿道+美食”“绿道+文旅IP”等消费场景,引领消费时尚,促进产业发展。在“林盘+”领域,因地制宜探索“林子+院子”“森林+民宿”未来森林社区等消费场景,有效促进成都林业资源的生态价值转换。

塑造区域公用品牌 赋能生态产品持续增值

区域公用品牌不仅是生态产品品质的

象征,更是提升生态产品附加值的重要保障。结合成都实际,应加强推广绿色生产技术,持续完善农产品质量安全监管体系,确保生态产品源头的高品质,巩固“天府源”等重点区域公用品牌优势。同时,充分挖掘成都丰富的历史文化、民俗风情和地域特色,将文化元素融入生态产品品牌建设中,以都江堰猕猴桃为例,可进一步挖掘古堰农耕文化内涵,讲好品牌故事,提升品牌的文化附加值和市场辨识度。另外,要建立健全区域公用品牌运营管理机制,整合政府、企业、社会组织等各方资源,加大区域公用品牌宣传推广力度,吸引更多消费者关注成都生态产品。

借力生态资源正外部性 探索打造新型产业园区

从经济学理论的外部性原理来看,良好的生态本底能产生显著的正外部性。优质的自然环境如清新的空气、优美的景观等,不仅能提升园区内企业和员工的工作生活质量,吸引更多高素质人才入驻,还有助于激发员工的创造力和创新思维,形成

创新型产业集聚效应。叠加当前数字技术、人工智能等技术快速发展趋势,办公时空距离约束减弱,良好的生态本底在打造新型产业园区中的优势更加凸显。下一步,应充分发挥成都建设践行新发展理念의公园城市示范区的机遇,利用成都丰富的生态资源,探索打造诸如蒲江国际田园生态商务区等类型的新型产业园区,在更深层次推进生态与产业的协同发展,更大范围释放生态资源的经济价值。

完善生态权益交易机制 推进生态资产证券化

生态权益交易机制是对生态资源稀缺性和价值的市场确认,通过明晰生态权益的产权,让市场在生态资源配置中发挥决定性作用,实现生态保护与经济发展的协同共进。成都在生态权益交易机制建设上已取得一定成果,但仍存在交易品种有限、市场活跃度不足、配套制度有待完善等问题,应进一步丰富交易品种,除碳汇交易外,积极开展水权、排污权、用能权等交易,拓宽生态权益交易的广度和深度,同时鼓励企业、社会组织和个人参与生态权益交易,提高市场活跃度,并强化科技支撑,利用大数据、区块链等技术,提升交易的透明度和效率。探索设立“绿道银行”“生态账户”等,为生态项目融资提供新渠道。鼓励金融机构开发绿色金融产品和服务,如绿色债券、绿色信贷等,加大对生态保护和生态价值转换项目的资金支持。

(作者系中共成都市委党校科技与生态文明教研部主任、副研究员)



图据新华社

自2025蛇年春节上映以来,《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)连续打破多项影史纪录,在票房持续攀升的同时,也带动了相关产业的发展。无论是“跟着哪吒去旅行”的出圈,还是相关衍生品的“一吒难求”,“哪吒热”都显著激发了文化消费的活力,在文旅产业和衍生品市场等方面展现出了强大的拉动效应。

《哪吒2》不仅是中华文化自信的鲜明体现,也是我国文化科技融合赋能文化产业高质量发展的生动注脚。这背后,更需要我们从供给侧综合施策发力,更好地满足人民日益增长的文化消费需求。

□张珈琿 季春芳

“跟着哪吒去旅行” 文旅融合提升消费体验

当下,文旅融合已成为文旅产业发展的新趋势。《哪吒2》热映后,“跟着哪吒去旅行”这一独特概念正悄然兴起,成为文旅融合创新发展的生动范例,为消费者带来全新且丰富的消费体验。

多个城市推出的以哪吒为主题的旅游线路和体验活动,吸引了大量游客前往参观体验。天津推出哪吒主题旅游线路,哪吒套餐等消费新场景和新体验,近期客流量增加近30%。四川成都街头的哪吒塑像及电影《哪吒2》的制作公司可互动动画所在地,成为网红打卡点,引得市民以及游客纷纷拍照打卡。此外,还有一些地方推出了“哪吒灯光秀”“哪吒嘉年华”活动等,通过逼真的动漫人物形象、多彩的光影展示,让游客仿佛穿越到神话世界,亲身感受哪吒的传奇故事。这种将文化元素与旅游场景深度融合的方式,极大地激发了游客的兴趣和好奇心,吸引着大量游客前来打卡,也驱动着旅游消费的升级。

在文旅融合的大趋势下,部分景区景点围绕《哪吒2》这一文化IP,巧妙运用科技手段,使游客在感受哪吒文化魅力的同时,获得了更加新奇、有趣的体验。通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、全息投影等技术,游客如同身临其境般置身于奇幻世界,能看到哪吒、敖丙相关的激烈打斗画面,感受到法宝碰撞时的震撼特效,甚至能听到呼啸的风声和角色的呐喊声。这种沉浸式的体验,极大增强了游客对哪吒文化的理解和感受,让他们不再仅仅是通过文字或影视作品去想象,而是真正“走进”了故事中,从而提升了消费的趣味性和吸引力。上述科技手段的创新应用,为游客带来了更加丰富、多元的哪吒主题消费体验,使哪吒文化在现代科技的助力下焕发出新的活力,也为文旅产业的发展提供了新的思路 and 方向。

“一吒难求” 衍生品市场带动全产业链发展

在《哪吒2》热播的同时,哪吒形象的衍生品迅速走俏市场,成为文化消费领域的热门商品。从玩具、文具到服饰、家居,哪吒衍生品种类繁多,满足了消费者对文化产品的个性化、多元化需求。电影《哪吒2》衍生品市场的繁荣,得益于产业链上下游企业的紧密合作和协同创新,也为全产业链发展增添了动力和活力。

衍生品市场的火爆,为相关企业带来了可观的经济效益,带动了相关产业链的发展和升级。衍生品市场的繁荣促进了全产业链的协同发展,如设计、制造、电商、物流等产业都从中受益匪浅。许多中小企业通过参与衍生品的设计、生产和销售,不仅实现了业务量的快速增长,而且业务水平也得到了提高。同时,衍生品市场的繁荣也有助于推动文化产业创新发展。如在衍生品的开发设计和生产包装过程中,企业需要不断探索新的创意和表达方式,升级生产工艺,提高生产效率,以更好满足消费者的文化品位和消费需求。这种向上的创新性探索,不仅为文化产业注入了新的活力,也有利于推动相关产业的转型升级和高质量发展。

衍生品市场的繁荣,为中国文化产业

的国际化发展提供了有力支撑。目前,中国文化的影响力在全球范围内不断扩大。从国产游戏《黑神话:悟空》到国产电影《哪吒2》,这些取材于中华优秀传统文化的作品,受到了全世界人民的喜爱,充分彰显了中华优秀传统文化的独特魅力。衍生品作为文化产业的重要组成部分,正在通过IP授权和国际贸易等方式实现“出海”。

这种国际化发展路径,不仅为中国文化产业带来了更多国际机遇和市场空间,也有利于推动中国文化的全球传播和交流,讲好中国故事。未来,中国文化产品如果能在本土观众转化、多语言适配及长期IP运营等方面持续发力,有望在国际市场实现从“现象级爆款”到“常态化输出”的跨越,进一步推动中国文化全球传播,不断提升国家文化软实力和中华文化影响力。

鼓励文化内容创新 以科技赋能文化产业发展

习近平总书记指出:“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。”近年来,我国出台一系列政策文件,支持新质生产力发展,不断促进文化产业高质量发展。文化市场的健康发展,文化消费的持续增长,成为满足人民群众精神文化需求和拉动消费增长的重要引擎。

《哪吒2》的成功,显现出了新质生产力已成为推动文化产业高质量发展的重要力量。影片制作过程体现了新质生产力的核心驱动作用。在文化创新方面,导演饺子及其团队不断挖掘和提炼哪吒文化的深层内涵和价值,结合当下的时代环境和精神,用观众喜闻乐见的方式将其表现出来;在技术创新方面,创作团队采用了“动态水墨渲染引擎”、“乾坤”渲染系统、动作捕捉系统等多项自主创新技术;在产业协作方面,影片制作由4000人团队完成,涉及138家动画公司,展现了工业化协作的强大力量。《哪吒2》成功背后的生产力密码,在于创作者对中华优秀传统文化的创新性、时代性表达,在于中国动画工业的技术自主和技术突破、在于整个国产动画行业的集体托举。这些突破性的技术创新和大规模的产业协作,使新质生产力在文化创新领域迸发出巨大潜力。

《哪吒2》彰显出了持续推进文化和科技融合、发展新型文化业态的必要性。当前和今后一个时期,我国文化消费市场发展面临的主要问题,在于供给侧、在于高质量文化供给相对不足。人民群众并不是没有文化消费需求,而是需求的品质提高了。解决这一结构性问题,需要着重从供给侧综合施策发力。要提倡和鼓励文化内容创新,发掘中华优秀传统文化中蓬勃旺盛的原始生命力,并赋予其新的时代内涵,使文艺作品贴近时代、走近观众,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展;要充分利用先进技术来提升文化产品质量,优化文化服务和文化产品供给,满足人民群众日益增长的文化需求;还要加强文化产业的协同发展和产业链整合,形成良性循环的产业生态,推动文化产业高质量发展。

(作者:张珈琿,淮北理工学院马克思主义学院;季春芳,中国社会科学院当代中国研究所副研究员)

《哪吒2》大火：更需要从供给侧综合施策发力