

长三角数字文化产业：一体化与新动能

花建¹

【摘要】数字经济推动人类进入数字化城市星球时代，推动了数字文化产业的崛起。长三角发展数字文化产业的独特优势在于：迈向一个跨越工业化和信息化时代的“跨时代世界级大城市群”，一个“世界级经济型-文化型大城市群”重合形态的升级版正在加速形成。长三角数字文化产业发展的主要特色在于“一生态两引擎”，即建设有利于创新和创业的一体化发展生态，塑造“点、线、带、廊”结合的空间布局；打造充满活力的数字文化生产力引擎，增强数字文化产业发展的强劲动力；打造不断升级的数字文化消费力引擎，建设全国领先的一体化文化消费大市场。

【关键词】数字文化产业 数字星球时代 集聚效应 服务型消费

一、大城市群竞争跨入数字星球时代

（一）数字经济重塑了人类文明形态

跨入 21 世纪以来，数字经济作为不可阻挡的国际潮流，正在培育着新的生产力，创造出巨大的数字资产和增长动能，改变着人类的生产和生活方式。根据 2016 年 9 月 G20 杭州峰会《二十集团数字经济发展与合作倡议》所下的定义，“数字经济是以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通讯技术的有效使用作为结构优化和效率提升的重要推动力的一系列经济活动”^[1]。

数字经济推动人类文明跨入到一个新的时代。2019 年 9 月第 74 届联合国大会期间，联合国人居署发布的《全球城市竞争力报告（2018-2019——全球产业链：塑造群网化城市星球》指出：“过去 40 年间人类彻底告别分割、分散、独享的农业地球，进入聚集、联系、共享的城市星球。地球更多地被城市所覆盖，各种有形和无形的城市网络包围、穿透和突破了地球。一个个单中心的城镇星星，先组成城市圈城市群星系。而城市带的星河，又组成全球城市网络的星空。地球进入城市时代，城市进入星河时代，人类进入数字化城市星球时代。”^[1]

数字化城市星球时代的出现，代表着一种新的文明正在兴起。这种文明把数字数据作为最重要的生产力要素，重新评估和整合了资本、人才、技术等高级生产要素，培育出新的生产力形态，即数字产业化和产业数字化，也培育出新的人类社会形态，即智慧城市与智慧社会。数字文化产业也正是在此基础上孕育的文化新业态。

面对数字经济的潮流和数字文化产业的快速发展，中国政府做出了重要的战略部署。国家文化部颁布的《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》（2017 年）指出：“数字文化产业以文化创意内容为核心，依托数字技术进行创作、生产、传播和月良务，呈现技术更迭快、生产数字化、传播网络化、消费个性化等特点，有利于培育新供给、促进新消费。”在跨入中华民族伟大复兴第二个百年的历史性时刻，中国把发展数字文化产业作为一项国家级的大政方针，迅速地推动实施。《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》（2020 年）进一步提出：“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

¹作者简介：花建，上海社会科学院文化产业研究中心主任、研究员；北京大学文化产业研究院研究员

基金项目：本文为国家社会科学基金艺术学重大项目“习近平总书记关于文化建设重要论述研究”（18ZD01）阶段性研究成果。

²[1]《二十国集团数字经济发展与合作倡议》，<http://www.g20chn.org>，2020 年 11 月 20 日。

效途径和文化产业转型升级的重要引擎。”

（二）数字经济时代的大城市群竞争

数字化城市星球时代对城市群的发展产生了深刻的影响，使得数字经济竞争力成为城市群的核心竞争力和更新升级的强大引擎。在数字化城市星球时代的浩瀚天幕上，有些城市星群的星光明显黯淡了，而有些城市星群的光亮度却持续提升，其重要原因是城市数字经济发展水平的差异，包括数字基础设施、数字化专业人才、数字化创新研发投入和活动等。数字文化产业正是在城市数字经济基础上孕育的灿烂之花。上海社会科学院研究团队颁布的《全球数字经济竞争力发展报告 2020》（数字经济蓝皮书）指出，全球主要城市的数字经济竞争力包括三大要素：1. 城市提升数字经济竞争力必须有强大的经济实力，特别是形成先进的现代信息网络等基础设施；2. 城市推动数字经济增长必须以创新为动力，提高研发投入和产出效率；3. 城市提振数字经济活力必须依赖充裕的数字化专业人才及其竞争力。

2020 年全球主要城市数字经济竞争力前 15 强中，美国占据 6 席，欧洲占据 4 席，中国占据 2 席，澳洲占据 1 席，日本和新加坡各占据 1 席（见表 1）。而且中国 2 座城市的排名比 2019 年有所上升，其中，长三角的核心城市上海位列第 12 位，是上升幅度最快的城市之一，而且其在数字经济与基础设施竞争力等方面的排名领先，显示出强劲的上升势头。

表 1 2020 年全球主要城市数字经济竞争力（15 强）^{[2]3}

排名	城市	经济与基础设施竞争力	数字创新竞争力	数字人才竞争力	总得分
1	纽约	69.40	87.35	67.90	74.88
2	波士顿	48.36	70.99	93.57	70.98
3	伦敦	54.75	73.62	68.20	65.52
4	新加坡	82.17	56.21	53.51	63.96
5	东京	49.83	86.53	55.12	63.83
6	旧金山	58.99	64.08	67.58	63.55
7	洛杉矶	43.44	71.56	63.21	59.40
8	北京	62.93	60.98	48.22	57.38
9	华盛顿	43.51	51.24	70.51	55.09
10	巴黎	39.37	61.03	63.44	54.61
11	芝加哥	40.62	58.03	60.57	53.07
12	上海	52.90	55.33	48.78	52.34
13	斯德哥尔摩	51.12	46.64	58.84	52.20
14	哥本哈根	46.46	34.25	75.72	52.14
15	悉尼	41.26	42.91	71.55	51.91

（三）长三角发展数字经济的内生动力

当前，世界城市体系正处于工业革命以来最深刻的持续变化中。亚太地区在世界城市等级结构中的快速提升，显示出世界

³[1]纽约联合国总部发布：《全球城市竞争力报告 2018-2019》，http://guop.cssn.cn/zjwl/hzhh/201909/t20190925_4977377.shtml，2020 年 11 月 28 日。

[2]王振、惠志斌：《全球数字经济竞争力发展报告（2020）》，社会科学文献出版社 2020 年版，第 31 页。

经济重心逐渐向亚太地区迁移的趋势。一些国际著名智库的研究成果指出:到 2025 年,全球 GDP 增长的 47%将发生在 440 个新兴国家城市。亚太地区的城市在总体实力上不断向顶级位置的前沿靠近。亚太地区不但会出现 1~2 个核心世界城市群,甚至可能出现全球的顶级城市^[1]。在这一场世界范围内城市数字化转型的激烈竞争中,长三角显示了独特而重要的优势。

第一,长三角正在自觉地迈向一个跨越工业化和信息化时代的“跨时代世界级大城市群”。工业化时代的世界级大城市群侧重追求城市的规模和物质财富,而后工业化时代(信息化时代)的世界大城市群侧重追求高质量的数字资产和流量经济,更强调城市的国际竞争力和全球影响力。

长三角是中国近现代工业的发祥之地,又是在工业化基础上率先推动产业转型的中国龙头城市群。长三角正在跨越工业化和信息化两个时代,在拥有世界第六大城市群的规模和物质财富的基础上,更加突出流量经济的特征,即在信息处理、信息流量、平台建设、配置全球资源方面都具备一流的能力,正在造就一个兼备物质财富、实物投资和数字资产、流量经济的全球数字之都。

第二,长三角正在奋力打造“世界级经济型-文化型大城市群”重合形态的升级版。随着长三角区域一体化与高质量发展,长三角作为世界级“经济型大城市群”的综合实力持续增强,以“一核五圈四带”为宏观布局形成了高度互联互通的经济共同体。5G、人工智能、大数据、云计算、工业机器人等新技术和新产业构建了长三角经济升级版的强大动能。

与此同时,长三角作为世界级“文化型大城市群”,传承了长三角共有的文化基因——江南文化,突出了注重开放、精致、审美、重商、应变的人文精神,同时依托发达的数字基础设施、数字人才和数字创新,特色文化资源正在转化为高价值的数字文化资产。上海图书馆年会首创的“数字人文与数字学术”论坛、浙江大学与哈佛大学共建的“学术地图发布平台”、复旦大学开发的中国历史地理信息系统(CHGIS)等,标志着长三角正在成为中国数字人文代表性成果和平台最集中的区域之一^[2]。

在长三角区域一体化发展的国家战略背景下,长三角数字经济快速发展。2018 年中国数字经济规模达到 31.3 万亿元,占 GDP 比重超过了 30%,规模位列全球第二位。其中,长三角数字经济规模总量达到 8.63 万亿元,占长三角 GDP 比重达到 41%^[3]。与此同时,2018 年长三角文化产业新业态的营业收入占全部文化产业营业收入的 20.12%,其中数字游戏占 77.5%,混合业态包括数字出版、数字音频、数字视听、数字文博等占总数的 22.5%,长三角出口的网络文化产品为 20279 个,接近全国出口总量的 60%^[4]。

长三角数字文化产业的独特意义和示范作用在于“一生态、两引擎”,即依托世界级大城市群的强大实力,打造高度一体化的大城市群数字文化生态,建设充满活力的数字文化生产力引擎,打造不断升级的数字文化消费力引擎。它为全国提供了一个大城市群发展数字文化产业的先行示范经验,也为世界提供了一个新兴经济体和发展中国家大力培育数字文化产业集群的借鉴。

二、营造一体化的数字文化产业发展生态

(一) 覆盖长三角全境的数字经济载体

长三角数字文化产业建设的重点,是吸取国际先进经验,推动“数字经济一体化”和“数字文创一体化”相结合,形成资源

^[1]王战、王振:《上海 2050 年发展愿景——建立在信息文明、生态文明、治理文明、文化融合基础上具有影响力的全球城市》,上海社会科学院出版社 2016 年版,第 23 页。

^[2]数字人文是人文社科与大数据、人工智能等数字技术相结合而形成的新型学科范式。参阅丁波涛:《全球信息社会发展报告(全球信息社会蓝皮书)2019—2020》,社会科学文献出版社 2020 年版,第 262 页、第 277 页。

^[3]《2019 数字长三角一体化发展报告发布:长三角数字一体化全国领先,数字经济占比超 4 成》,21 世纪经济网, <http://www.21jingji.com/2019/10-10/xNMDEzNzlfMTUxMTUxNg.html>, 2020 年 10 月 20 日。

^[4]顾江:《长三角文化产业蓝皮书(2020)》,江苏人民出版社 2020 年版,第 154 页。

体系、支持体系、环境体系高度一体化的大城市群数字文化生态。长三角区域是中国城市群一体化发展最早、最为成熟的地区。早在 1984 年,上海就与苏锡常等城市联合率先启动了“上海经济区”建设,开启了跨省域大城市群建设的先河。经过 30 多年的发展,长三角的概念已经从地理概念的长三角(长江入海口的三角洲冲积平原)演变到经济概念和城市群意义的长三角(沪苏浙皖 26 个城市组成的长三角城市群)^[1],再上升到国家战略意义上的长三角区域(沪苏浙皖四省市全境)。目前的长三角区域包括沪苏浙皖的县级市在内,已经形成超大型城市、特大型城市、大中城市、小城市在内的城市等级金字塔结构^[2]。长三角一体化的核心是区域经济一体化,即在区域内形成高度融合、协调一致的大市场,从而实现区域内的资本、技术、人才等要素的自由流通与高效配置。

2018 年沪苏浙皖四地政府联合颁布了《长三角地区一体化发展三年行动计划(2018—2020 年)》,明确提出要打造覆盖长三角全境的数字经济产业集群,助推长三角高质量发展,这是全国第一个跨省市编制的三年行动计划。该计划自实施以来,一大批覆盖长三角全境的数字经济产业园区、数字经济研发中心、数字经济服务平台、数字经济重大展会迅速崛起,成为长三角区域一体化迈向高质量发展阶段的重要标志(见表 2)。截止 2020 年 6 月底,长三角地区已经建成 5G 基站 18 万个,5G 在智慧城市、智能制造等重点领域创新应用示范项目近 1000 个^[3]。长三角区域的著名高校、领军企业、行业协会、投资基金等纷纷在数字文化产业的内容制作、投资融资、技术研发、市场推广等方面建立各类合作联盟,营造了长三角数字文化产业在细分领域快速成长的优良生态。聚焦于移动互联网、大数据、人工智能、新型视听、数字游戏、云计算、混合现实、智能装备等领域的各类数字经济产业园区和集聚区超过 150 家,平均每家集聚了 100 家以上的企业、机构和专业平台。一个以世界级大城市群综合实力为基础,以资源体系、支持体系、环境体系等为内容的长三角数字文化生态圈正在悄然形成。

表 2 长三角主要数字经济产业园区(部分)^{[4]5}

省市	主要数字经济产业园区
上海市	张江科学城、金桥开发区、临港国际创新协同区、紫竹高新区、漕河泾开发区、市西软件信息园、市北高新区、创智信息产业带、创谷信息产业带、徐汇滨江、北杨人工小镇、人工智能未来小镇、临港松江科技城等 30 多个。
江苏省	中国声谷—江苏信息服务产业基地、江苏省互联网产业园、中国中小企业信息产业园、中国(南京)软件谷、常州创意产业基地、无锡(国家)工业设计园、无锡物联网小镇、泰州大数据产业园、苏州工业园等 40 多个。
浙江省	杭州高新区中国互联经济产业园、浙大网新产业园、新加坡杭州科技园、杭州未来科学城、杭州梦想小镇、云栖小镇、梦栖小镇、云谷小镇、望江智慧产业园、湖州多媒体产业园、嘉兴科技城、百度云智·宁波大数据产业基地、中国(舟山)海洋科技城等 40 多个。
安徽省	中国声谷(合肥)、合肥巢湖经济开发区动漫游戏产业集聚区、蚌埠大学科技园、铜陵铜官区 IT 产业园、马鞍山软件产业园、芜湖镜湖区信息软件园等 20 多个。

(二) 增长极、科创廊、产业带相结合的布局

在优良的数字经济生态基础上,长三角数字文化生态正在形成“点、线、带、廊”结合的空间大布局,并且通过这种极富长

⁵[1]2016 年国家颁布的《长江三角洲城市群发展规划》将长三角城市群确定为上海市,江苏省的南京、无锡、常州、苏州、南通、盐城、扬州、镇江、泰州,浙江省的杭州、宁波、嘉兴、湖州、绍兴、金华、舟山、台州,安徽省的合肥、芜湖、马鞍山、铜陵、安庆、滁州、池州、宣城等 26 市,面积 21.17 万平方公里。
[2]2019 年国家颁布的《长江三角洲区域发展规划纲要》,把长三角区域规划面积界定为沪苏浙皖四省市全部区域,面积为 35.8 万平方公里,经济总量约占全国 1/4,全员劳动生产率位居全国前列,成为引领全国经济发展的重要引擎。
[3]《这三年,沪苏浙皖一起干成哪些大事》,《解放日报》2021 年 2 月 10 日。
[4]据综合调研材料绘制。

三角特色的布局,加强创新资源的整合与培育,推动了长三角数字文化产业一体化的快速发展。

表 2 中所列举的许多数字经济产业园区,结合人工智能、大数据、区块链、云计算、混合现实、新型视听等,积极开发数字文化产业领域的核心技术和共性技术,集聚了资金、人才、项目等大量资源,同时,“点、线、带、廊”的空间布局 and 有机联通,有效推动了技术、资金、人才等在长三角区域快速流通和优化配置。如建设中的长三角 G60 科创走廊包括上海、嘉兴、杭州、金华、苏州、湖州、宣城、芜湖、合肥等 9 个城市,覆盖面积约 7.62 万平方公里。它包括多个数字文化产业的增长极和辐射带,在一市三地的接壤地带形成“珍珠成串、长藤结瓜”的发展态势(见图 1)。

其中,这一科创走廊中的乌镇,是世界互联网大会举办地,位于长三角的核心地带。它汇集了全球网络界领军人物共商发展大计,全景展示中国互联网发展的理念和成果,并且形成了一个充满活力的互联网产业集群。如果说乌镇等代表了一颗颗闪亮的珍珠,那么位于松江的上海科技影都及杭州湾北岸影视基地群则是一条充满活力的影视产业带。

其中,上海科技影都的核心项目之一长三角国际影视中心总投资近百亿元,由中国电视剧上市公司第一股、中国电视剧行业的龙头企业华策影视母公司大策集团和中国南山集团投资建设,目标定位于打造中国科技含量最高的高科技综合影视产业平台,显示了中国电影工业追赶国际先进水平的排头兵态势。

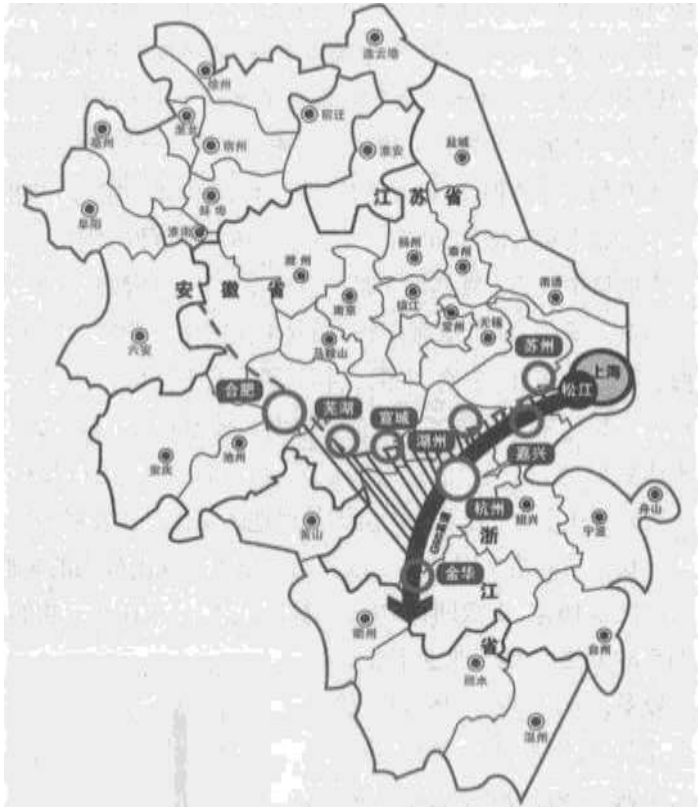


图 1 G60 科创走廊规划布局图^{[1]6}

三、建设充满活力的数字文化生产力引擎

⁶[1]《松江:“三朵云”成就 G60 科创走廊的未来》,上海市人民政府官方网站, <http://www.shanghai.gov.cn/nw15343/20210104/45bdde6f1b0d42deacd050c5fdd2c79e.html>, 2021 年 1 月 4 日。

（一）形成新兴的数字文化产业集群

长三角发展数字文化产业的重要举措,是大力培育数字文化生产力,形成强劲的发展数字文化产业的引擎。新增长理论指出,由传统要素投入而形成的规模效应可能出现报酬率递减的现象。我国文化产业增加值占 GDP 的比重从 2015 年的 4%提升到 4.5%,没有能够实现预期的文化产业在“十三五”末成为国民经济支柱产业的目标^[1]。

这其中的重要原因之一,就是传统要素投入而形成的报酬率递减,以及大量低端产能的过剩而造成效率低下,一些地方粗放型发展文化产业的方式已难以为继。在数字经济快速发展的大背景下,中国文化产业必须深入挖掘新的投入要素-数字数据,并形成优质的数字资产,才能推动文化产业增长方式的快速转变。

从产业革命的角度看,人类经历了四次工业革命。第一次和第二次工业革命主要通过蒸汽动力和电力改造劳动工具而提升生产力水平,第三次工业革命主要利用电子与信息技术实现劳动者和劳动工具协同的自动化程度,以及推广现代化管理来提升生产力水平。根据世界经济论坛创始人克劳斯·施瓦布的研究,在第四次工业革命中,人类采用数字技术、智能技术等,通过数据+计算力而极大地提升了生产力^[2]。

在文化产业领域中,数字产业革命的典型特征包括:通过智力革命突破劳动者的智力局限(如人工智能和人类智能混合的各种文化生产)、让劳动工具实现智能化(文化装备领域的工业机器人与智能化生产线)、提供前所未有的丰富体验(沉浸式体验和 5G 传输等)、以网络化与智能化改善生产与服务流程(流媒体及各种互动和柔性供应链等),加快释放产业升级的新动能。

从城市和区域的角度看,与数字经济和互联网紧密结合的创新型文化企业,成为上述新型文化生产力的集中代表。哪些城市群的创新型文化企业数量越多、规模越大,说明这些城市文化生产力的水平越高。李炎、胡洪斌领衔研究的《中国区域文化产业发展报告(2016-2018)》,把全国划分为环渤海、长三角、东北、东南、中部、西南、西北七个区域,其中长三角文化产业规模最大,占 GDP 的比重最高^[3],且长三角区域数字文化企业的增长最为显著。截止 2019 年末,长三角网络文娱产业上市公司数量达到 85 家,总资产达到 5159 亿元,营业总收入达到 1723 亿元,净利润达到 76.68 亿元,人均营业收入突破 100 万元^[4],显著高于全国其他地区文化产业发展的平均水平。

长三角网络文娱产业上市公司的分布呈现出鲜明的集群特点。上海拥有 36 家,浙江拥有 27 家,江苏拥有 16 家,安徽拥有 6 家(见图 2),它们分布在长三角的 14 个城市中,其中,上海以“龙头引领”而拥有的网络文娱产业上市公司数量最多;浙江呈现“一核多点”的特点,即以杭州为中心,嘉兴、金华等七座城市多点分布;江苏呈现“双核驱动”的特点,即以南京与苏州为两大核心;而安徽呈现“中心极化”的趋势,即合肥拥有 5 家上市公司,芜湖有一家上市公司。这些上市公司的主营业务集中在网络游戏(24 家)、影视生产(23 家)、文化信息(18 家),占比高达 75%,其余分布在数字阅读、网络动漫、网络视频等领域。这反映出长三角数字文化产业的核心业务正在向价值链的前端集中。

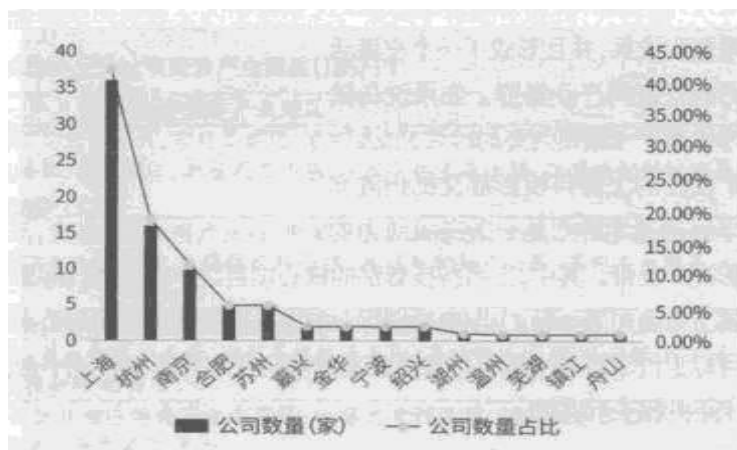


图2 长三角城市网络文娱产业上市公司分布状况^{[5]7}

（二）以先进生产力推动产业提质增效

随着中国新一轮经济转型的加速推进,培育新型生产力和推动产业提质增效成为一项紧迫的任务。正是从这个意义上,长三角数字文化产业显示了以先进生产力推动产业提质增效的深刻意义。它不仅仅意味着长三角区域数字文化企业的规模在持续壮大,上市公司的数量和市值在稳步上升,更重要的是,长三角数字文化产业领域的一批重点企业,在艰苦的创新和奋力的追赶中,以数据+算力为核心,以先进生产力提升了产业增量,提高了投入产出效率,开发了许多新领域和新业态,成为具有示范引领性的产业“第一”和行业“之最”,发挥了推动中国文化产业高质量发展的排头兵作用。

第一,激发新动能,在传统产业中注入新智力。在文化产业领域中有许多传统形态的产业,如演艺、印刷、零售、电影放映、文化用品生产等,这些产业在投入和产出的效率上缺乏竞争力,全要素生产率比较低。数字经济与文化产业结合而产生的新动能,不仅仅表现在开发数字出版、电竞游戏等新业态,而且表现在通过数字技术和“数据+算力”,推动传统产业实现智能化升级。如文体广电演艺装备,是横跨科技月艮务业、先进制造业、现代月艮务业的重要领域,也是“中国制造”迈向“中国智造”、体现中国文化软实力的重要内容。随着中国文化产业发展的规模和水平日益提高,各地对文化装备的质量和规模提出了更高的要求。长三角地区是中国文化装备企业最为集中的区域,以数字经济带动文化装备产业向科技型、智能化、品牌化方向持续升级,成为近年来长三角数字文化产业的一大亮点。如中国文体广电演艺高端装备上市公司第一股——“浙江大丰”,是G20杭州峰会、金砖厦门峰会主要场馆核心设备及20多年央视春晚相关设备的提供者,在全国中高端细分市场占有率达70%以上。

第二,推动新供给,以规模竞争创造新效益。在文化生产领域中包括“在地”“在场”“在线”三大形态,传统的产业思维专注于画地为牢,而数字文化产业则以在线、智能、交互、跨界为四大特征。创新型的企业可以运用互联网思维,能够对超量资源进行快速整合与掌控,形成流量经济的规模化优势。如先后11次入选全国文化企业30强的宋城演艺,被称为“中国旅游演艺上市公司第一股”。它以“一切始于文化,一切围绕文化”为主线,开发了规模宏大的“千古情”演艺系列,形成了“六间房”等线上和线下相结合的旅游演艺新业态,成为全世界演出场次最多、每年吸引观众人数最多、演出票房规模最大、打造旅游演艺项目最多的领军企业。

第三,开发新技术,开拓文化消费新空间。大量事实表明:一个国家巨大的文化消费潜力,不会自然而然地转化成为文化生

⁷[1]《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》提出到“十三五”末文化产业成为国民经济支柱性产业。一般而言,一个产业贡献的增加值必须占国内生产总值的5%以上,才能被认定为国民经济支柱产业。

[2]克劳斯·施瓦布:《第四次工业革命——转型的力量》,世界经济论坛北京代表处译,中信出版社2016年版,第15-19页。

[3]李炎、胡洪斌:《中国区域文化产业发展报告(2016-2018)》,社会科学文献出版社2018年版,第2-4页。

[4][5]上海文化研究中心、腾讯研究院:《2020长三角数字文化消费研究报告》,2020年11月,第30-32页,第30-32页。

产力，它需要富有创新活力的文化企业，率先开发出具有前瞻性和领先性的文化产品和文化月良务，才能激发文化消费市场的新蓝海。正如苹果公司创始人史蒂夫·乔布斯所指出的：“创新将领导者和跟风者区别开来。”“我们坚信：有激情的人终能将这个世界变得更美。”^[1]真正意义上的创造需求，必定是从0到1，即“无中生有”。它包括在整个系统尚不成熟时，像贝尔、富兰克林、爱迪生一样超前发明先进的技术，也包括在某个系统相对成熟时，将新产品镶嵌在成熟的产业系统中。近年来，长三角区域涌现了风语筑、亮风台、高重等一大批在细分领域推动“数字研发+文化创意”的重点文化企业。如科大讯飞作为中国最大的智能语音技术提供商，被称为“智能语音上市公司第一股”，它是全国唯一以语音技术为产业化方向的“国家863计划成果产业化基地”，荣获了中国语音产业第一个“国家科技进步奖（二等奖）”。

第四，建设新平台，推动产生巨大的流量经济。数字经济极大地推动了流量经济的增长，即在特定区域建立先进的数字化平台吸引区域外的资金、人才、技术、信息等发展要素集聚，促进要素的重组和升值，再向外埠甚至是国际范围内输出要素和产能等，带动更大范围内资源的双向流通。数字化平台不仅是汇聚各方数据信息和开展计算的中枢，更是实现价值创造的核心，也是推动巨型流量流通的主要引擎。长三角地区已经集聚了一大批相关的数字文化产业平台，如华策影视、哔哩哔哩、阅文集团等，已经构建了产生巨大流量经济的先发优势。

四、打造不断升级的数字文化消费力引擎

（一）核心引领与全域拉动的消费大格局

长三角数字文化产业发展的另一个有效举措，是打造不断升级的数字文化消费力引擎，建设全国领先的一体化文化消费大市场。

大力推动数字文化消费，增强内需市场对经济增长的拉动力，是中国构建以国内大循环为主，国内和国际双循环相互促进新格局的迫切需要。我国国内最终消费支出对GDP的贡献率从2015年的69%^[1]降到2019年的57.8%^[2]，与西方发达国家最终消费支出对GDP贡献率高达70%以上的差距在逐步拉大。从构成最终消费支出的居民消费和政府消费的情况来看，自从2008年以来，两者的比例关系基本稳定在7:3。由于中国中等收入阶层不断壮大、城市化进程不断加快，提振国内消费正在成为拉动需求的主战场。

长三角发展数字文化产业的意義在于，数字文化产业消费作为一种非刚性、非必需的消费市场，主要不是通过扩大必需品的生产产能来形成规模效应而是通过提高价值增量，即创造新的文化消费价值，包括审美、社交、体验、新鲜、愉悦、高雅、精致等附加值，引导人们追求高品质文化产品和服务的。

纵观长三角数字文化产业的宏观发展趋势可以发现，数字文化消费是以网络为载体而“去中心化”的，在各省各市城市发展不平衡的背景之下，数字文化消费如电竞赛事、数字游戏、数字视听等，需要依托优良的基础设施和市场体系，可以先做向心集聚，在达到一定的饱和度之后，再形成“中心-周边”扩散，从而形成长三角数字文化消费的特色，即核心引领、多圈扩散、带动全域、梯度提升。

长三角数字文化消费形成了明显的“一超三强，拉动全域”的特点。长三角的中心城市先后出台了推动数字经济发展的政策和文件，对发展数字文化产业和推动数字文化消费做了具体的部署，如《上海在线新文旅发展行动方案（2020-2022年）》《杭州市全面推进“三化融合”打造全国数字经济第一城行动计划（2018-2022年）》《推进数字经济和数字化发展三年行动计划（2021-2023年）》《南京市数字经济发展三年行动计划（2020-2022年）》等。在有效市场和有为政府共同的作用机制下，长三

^[1]卡迈恩·加洛：《非同凡“想”——乔布斯的创新启示》，陈毅骊译，中信出版社2011年版，第1页、第246页。

^[2]国家统计局：《2019年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为57.8%》，<http://finance.sina.com.cn/roll/2020-01-17/doc-iihnzakh4681012.shtml>，2020年1月17日。

角区域入选全国数字文化指数 TOP10 的城市明显高于全国其他六个区域,长三角核心城市“一超三强、拉动全城”的文化消费特点正在不断被放大,文化消费潜力不断释放。值得关注的是,长三角区域根据国家部署打造了“一核五圈四带”,即以上海为核心,包含苏锡常、南京、杭州、宁波、合肥五大城市圈,沿海发展带、沿江发展带、沪宁合杭甬发展带、沪杭金发展带为四大发展带,共同构建了长三角数字文化消费的新支撑。

世界城市群的发展存在两个相反的效应:集聚效应和拥挤效应。由于人口向心集聚,可以降低生产成本和形成规模经济。但是人口过度集聚,也会到达某一个拐点,即带来生活成本的升高、资源的紧张和人均公共服务水平的下降,从而降低城市对人口的吸引力而产生离心扩散。在一个特大型城市群的范围,必需兼顾中心城市与周边城市、向心集聚和离心扩散的适度平衡,才能促进人口和资源的便捷流动、可持续增长。

事实证明:长三角依托“一核五圈四带”大格局所形成的数字文化消费市场,兼顾了大中小城市之间的适度平衡,是动态平衡而且可持续发展的。2016年6月,国家文化部公布的第一批26个国家文化消费试点城市中(第一次),长三角地区的上海、南京、宁波、合肥入选,占比达到15.4%;2017年2月,国家文化部公布第一批19个国家文化消费试点城市中(第二次),长三角地区的苏州、杭州、芜湖入选,占比达到15.8%。这七座国家文化消费试点城市,分布在长三角的沿海区域、大江南北、运河沿线,每个又形成了多层次的辐射圈,而且彼此呼应,既有向心集聚,又有离心扩散,显示了长三角通过发展数字文化消费,惠及大中小城市与全体人民的有效成果。

(二) 积极开发促进文化消费的新路径

国务院有关文件所倡导的新消费门类包括服务消费、信息消费、时尚消费、品质消费等,与文化产业具有密切的关系。而人民群众日益增长的文化消费需求并不能自然而然地转化成为现实的文化消费力,必须通过宏观的规划引导、精准的政策扶持、有效的市场培育、鼓励新兴的业态等举措,才能开发出一片数字文化消费的“新蓝海”。

第一,加强数字文化的交互作用,激发广阔的文化消费市场。数字经济通过互联网直达无数的消费者个体,使得消费者对于数字文化内容的小众化、个性化需求明显增加,对数字文化消费形式迭代更新的需求更加强烈。而数字文化产品和数字文化服务,借助数字交互技术,又让原先封闭的文化生产过程变得开放,从而形成了生产者和消费者实时共享型、多方参与性的文化消费新业态。正如尼葛洛庞帝说:“数字化使我们得以传达艺术形成的过程,而不只是展现最后的成品”^[1]¹⁰。长三角数字文化产业不断创造新消费的引力场,吸附了各类人群通过PGC、UGC、EGC等多种方式参与文化生产和文化消费,大大扩展了数字文化消费市场的规模。长三角涌现了一大批细分领域的数字文化开发和服务平台,在国内市场上具有高额的市场占有率。它们把主要目标客户群确定为中国80后、90后约4亿人的群体,并且根据这一群体熟悉互联网,注重互动性与体验性消费,愿意购买品质消费品的特点而不断创新消费形态。如哔哩哔哩开发了动画、番剧、国创、音乐、舞蹈、游戏、知识、生活、娱乐、鬼畜、时尚、放映厅等15个互动式内容分区。

第二,提升数字文化的示范力,建设数字消费的应用新场景。以2020年中国全面建成小康社会为标志,中国社会的消费主流正从传统消费为主跨入以新消费为主的时代。传统消费以满足人的基本生理和生存需求为主。而新消费的主流是人们在小康水平的基本需求得到满足后,以精神和心理需求引领更高生活品质的消费追求。2020年在全国22座GDP过万亿的城市中,长三角有上海、苏州、杭州、南京、宁波、无锡,南通、合肥等8座城市,占比超过1/3,是全国新消费市场潜力最大的城市群之

一。以享受精致生活、满足精神需求为主的服务型消费正在成为长三角居民消费的新潮流。长三角数字文化产业应顺应这一大趋势,加快推动“在地、在场、在线”相结合,建设一大批线上消费与线下消费互动的应用场景。如江苏省把5G和人工智能技术融入大运河文化开发,打造“5G大运河沉浸式体验馆”,描绘“最精致”的江苏美感生活;浙江省建立“网络文学—数字出版—数字媒体—ip衍生服务”全产业链条,形成以咪咕数媒、天翼阅读、浙报传媒等为代表的数字阅读产业中心;上海市大力

¹⁰[1]尼古拉·尼葛洛庞帝:《数字化生存》,胡泳、范海燕译,海南出版社1997年版,第262页。

发展音频服务消费市场，喜马拉雅作为中国最大的音频分享平台，已吸引用户超过 6 亿，其推出的“有声城市服务解决方案”小雅 AI 智能音响等新业态新产品，彰显了长三角数字文化产业在新时代惠民服务的广阔前景。