



文化新质生产力的生成逻辑与框架构建*

周建新 骆梦柯

摘要:文化新质生产力是新质生产力在文化领域的新质态,根植于马克思主义生产力理论中国化时代化的实践,内嵌于高质量发展的目标体系,揭示了中国式现代化的文化发展基本路径,彰显了新质生产力的人文关怀。与文化生产力相比,文化新质生产力具有生产要素的革新化、生产工具的智能化、劳动对象的无形化、生产模式的融合化、劳动性质的多元化、市场形态的数字化等六大特征。文化新质生产力的发展需以新型文化人才、核心技术群、可转化的文化资源和文化金融这四大要素为核心,以传统文化产业升级和数字文化业态构成的新质文化产业、以数字文化生产力为代表的新动能、“多要素”+“多产业”+“多平台”的深度融合新模式、以创新性和技术性为主导的新消费这四大新质板块为依托,并通过人才培养、科技创新、优化生产关系这三大关键环节,共同促进文化高质量发展,为建设文化强国提供动力。

关键词:文化新质生产力;文化数字化;高质量发展

中图分类号:G02

文献标识码:A

文章编号:2095-5669(2025)01-0083-10

DOI:10.16600/j.cnki.41-1426/c.2025.01.012

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》,明确提出了“健全因地制宜发展新质生产力体制机制”的重要方针^①。这一决定不仅为经济领域的高质量发展指明了方向,也为文化领域的创新发展提供了重要的政策依据。从“新发展理念”到“高质量发展”再到“新质生产力”,改革发展的理念环环相扣、一脉相承,释放出驱动高质量发展的崭新思维和澎湃动力^②,也为进一步因地制宜发展新质生产力提出了理论和实践要求。新质生产力带来新型生产关系,理解新质生产力不能只局限在经济发展框架内,还要深入考察生产力发展对文化建设的影响^③,以及文化建设对新质生产力的提升作用^④。

进入新时代,文化产业呈现出高质量发展新态势,文化生产力水平实现了巨大提升,已初步形成了引领文化产业突破性发展的新的生产力质态。一方面,新质生产力与文化科技发展的新赛道同构互动,特别是生成式人工智能、虚拟现实、增强现实、大数据、云计算等颠覆性技术和前沿技术与文化产业进入深度融合阶段。另一方面,文化产业面对自身原创性内容不足、产业结构不完善、文化市场体系发展不充分等诸多制约文化高质量发展的短板问题,必须通过生产力水平的更大突破和发展予以破解^⑤。

作为一个全新的概念,文化新质生产力的内涵特征缺乏较为权威的界定,文化新质生产力的实践应用缺少典型案例支撑和模式总结。

收稿日期:2024-09-15

*基金项目:习近平文化思想研究中心重大课题“‘两个结合’的重大意义和丰富内涵研究”(24&WZD04)、深圳大学2035卓越研究计划重大攻关项目“习近平文化思想与粤港澳大湾区文化创新研究”(2YZD2310)、深圳大学人文社科领军学者创新团队项目“文化数字化创新体系研究”(24LJXZ03)。

作者简介:周建新,男,深圳大学文化产业研究院院长、广东省哲学社会科学重点实验室(深圳大学文化数字化与文化创新发展重点实验室)执行主任、二级教授、博士生导师(广东深圳 518060),主要从事文化产业、区域文化研究。骆梦柯,女,深圳大学文化产业研究院博士研究生(广东深圳 518060)。

理论层面上,文化新质生产力存在脉络不清、概念辨析和研究框架缺位等问题。目前,国内关于文化新质生产力的相关研究聚焦于文化新质生产力的概念定义、实现路径及其对文化产业高质量发展的促进作用^⑥,这为理解文化新质生产力提供了多维视角。但大部分学者都着力于阐述“如何提升文化领域的新质生产力”“新质生产力如何赋能文化产业”等问题,强调科技创新、人才培养和金融建设、文化综合治理对发展文化新质生产力的重要作用^⑦。对于“文化新质生产力如何形成”以及“文化新质生产力为何形成”“文化新质生产力遵循何种方式发展”等理论问题尚未进行深入探讨。实践层面上,数字文化经济催生的新模式、新消费层出不穷,云旅演艺、新国潮、虚拟场景应用等文化科技现象异常火热,文化新质生产力已经在实践中形成并展示出对文化高质量发展的强劲推动力、支撑力,但缺少可操作性的文化新质生产力的应用模式总结。

笔者认为,厘清文化新质生产力的生成逻辑、构建分析框架,成为必须解决的学术议题。基于此,本文将从价值逻辑、理论逻辑的角度探索文化新质生产力的生成逻辑,并从核心要素、新质板块和关键环节三个方面提出文化新质生产力的分析框架。在范式与经验之间,为发展文化新质生产力提供有益的参考和借鉴,为实现中国式现代化和建设社会主义文化强国提供新的视角和着力点。

一、文化新质生产力的生成逻辑

因地制宜发展文化新质生产力需要深刻理解文化新质生产力的时代背景,科学揭示其生成逻辑,为培育和发展文化新质生产力指明方向。

(一)文化新质生产力的价值逻辑

1.内嵌于高质量发展的目标体系

加快形成新质生产力是新时代高质量发展的内在要求。发展新质生产力是实现高质量发展,推进中国式现代化的必由之路^⑧。习近平总书记提出“新质生产力”这个新概念,指出新质生产力是创新起主导作用,具有高科技、高效

能、高质量的特征,符合新发展理念的先进生产力质态,强调科技创新在发展新质生产力中的核心作用,并指出新质生产力本身就是绿色生产力,要求进一步深化改革,形成与之相适应的新型生产关系^⑨。文化新质生产力的关键在于质量跃升。从文化产业角度来看,文化新质生产力的质量跃升主要体现在两个方面。

一方面,推动文化产业由“量的积累”到“质的升级”,提升文化产业全要素生产率。从数量到质量的转变,关键在于传统文化产业的升级和数字文化产业的引领。通过有效挖掘并开发文化资源,赋予各类产品文化内核、文化精神、文化活力、文化形态,可以为传统产业升级提供动力。而促进文化产业与前沿科技产业双向赋能,以科技提升文化产品创意能力和表现力,可以挖掘更多新的文化产业增长点,塑造文化产业发展新动能。

另一方面,推动文化品质的提升,促进文化精品的涌现、扩大国际文化影响力和文化传播力。文化新质生产力的培育和发展不仅仅是为了创造新的产业和模式,更重要的是要激发和满足人们对文化产品和服务的需求,推动消费升级和文化消费的增长。文化高质量发展始终以满足人民的文化需求为出发点和落脚点,以激发人民精神力量为着力点,以提高国家文化软实力和国际影响力为追求,推动科技、文化等各个领域的发展,从而为社会生产力的不断提升提供不竭动力。

2.揭示了中国式现代化的文化路径

中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化,是文化引领和科技进步共同推进的现代化,也是高质量经济发展和高水平人文创造相互融合的现代化。积极培育文化新质生产力,充分发挥文化的经济赋能效应和文化的精神引领作用,这也是新时代文化使命的重要内容。

一方面,经济的文化化和文化的经济化已是当前社会生产的客观事实。“从经济与文化的关系看,世界经济经历了从产品经济到服务经济再到文化产业经济逐步提升的过程。”^[1]目前我国正处于由速度增长转向追求经济高质量发展的转型时期,文化创意在产业结构由中低端

向高端转换,动力由要素驱动向创新驱动转换过程中有着巨大的发挥空间。文化作为一种软实力和竞争力量,成为经济软着陆、转变经济发展方式,形成更加持久、优质的经济体不可或缺的承载体和催化剂^⑩。全国文化及相关产业增加值从2011年的1.3万亿元增长到2022年的5.3万亿元,占GDP比重从2.75%增长到4.46%,超过同期GDP增速,已经成为当前经济增长的亮点,对国民经济的贡献度稳中有升^⑪。

另一方面,从精神生产的作用来看,文化等上层建筑对社会历史发展具有导向和浸润启迪的作用。精神激励着人们的主体意识,指导着人们的奋斗行为,对生产力的发展起着强大的推动作用^⑫。如革命战争年代的延安精神,20世纪60年代的雷锋精神、铁人精神,改革开放和社会主义现代化建设新时期的特区精神,中国特色社会主义新时代的探月精神、北斗精神等,无一不显示出巨大的精神动力。2021年3月,习近平总书记在福建考察期间强调,要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,以时代精神激活中华优秀传统文化的生命力^⑬。作为当代社会思想观念、价值追求和行为方式的集中体现,时代精神在中华优秀传统文化保护与传承、探索与创新、阐释与传播的过程中激活了生命力。精神文化以其心理激发力、精神感召力、情感平衡力、能量释放力而成为宝贵的生产力之魂。

3. 彰显了以人民为中心的价值内核

文化新质生产力强化了技术视角下的“人本位”思维,将人的自我实现与技术创新紧密结合,同时遵循中国特色社会主义的生产目的,实现物质文明和精神文明的协调发展。

一方面,新质生产力的生成不仅仅是技术创新的结果,更是人的自我实现过程的一部分。人的创造性劳动和文化表达是新质生产力不可或缺的组成部分。数据作为新型生产要素,只有与人的合理需求结合,促进了人的自我实现,才算生成了新质生产力。人工智能只有更好地解放人、服务人,才能成为新质生产力的生产要素^⑭。任何先进的生产要素以及科学技术的创新和应用本身并不能自动地生成新质生产力,只有遵循中国特色社会主义的生产目的,

把外在物的尺度与内在人的尺度有机结合,才是创造新质生产力的正确路径。

另一方面,文化新质生产力的发展必须坚持社会主义生产目的,即满足人民日益增长的美好生活需要,促进人的全面发展和共同精神富裕。这要求在发展生产力的过程中不仅要关注物质产品的生产,还要重视精神产品的生产^⑮。让人的生活更美好本身就是一种最大的经济效用。比如公共文化服务创新方面,江苏苏州的“文化巴士CITY TOUR”活动,通过“线上配送+线下打卡”的模式,畅通了自主点选、深度体验、评价反馈的服务链条。这种主观效用就是一种获得感、幸福感,体现了以人民为中心的价值内核。

(二)文化新质生产力的理论逻辑

要理清文化新质生产力的理论逻辑,首先需要明确何为生产力?何为文化生产力?不能简单地把与文化生产相关的一切都直接称为“文化生产力”,把与文化数字化相关的一切都直接称为“文化新质生产力”。

1. 文化新质生产力从生产力理论的发展中演变而来

从生产力的发展维度来看,人类社会的生产力形态经历了从古代到现代的演变,每个阶段的生产力都有其特定的生产工具、生产资源、生产力主体和生产力功能。文化生产力作为当代生产力形态,具备了信息化、高知识、高智力等当代生产力的特征,并且具有其独特的精神属性。在此基础上,文化新质生产力进一步体现了创新性、高效能和高质量等特点,是马克思主义文化生产力理论的具体深化和实践。

从古典经济学派、历史学派到马克思主义文化生产力理论,经济学家们对生产力的认识逐渐深化,从而为文化新质生产力的提出奠定了理论基础。从人类社会生产力发展的历史来看,新质生产力本质上是先进生产力的一种质态^⑯。从生产力的研究历程来看,18世纪经济学中开始出现了生产力的概念,把能够生产出物质产品的某一要素或自然条件称作生产力,如土地、河流等。法国古典经济学派的主要代表、重农学派创始人魁奈第一次提出生产力概念,并特别强调人在发展生产中的作用,亚当·斯密

进一步提出了“劳动生产力”这一概念,认为分工可以增进劳动力,而劳动生产力又是国民财富增长的源泉^①。大卫·李嘉图沿用了生产力和劳动生产力的概念,并根据所处的机器大工业时代,初步形成了生产力是由劳动者和机器构成的观点,认为机器从制造到使用都离不开劳动者^②。李斯特第一个系统地研究了生产力理论,主张一切都要为促进和发展国家生产力服务,他将国家生产力分为物质生产力和精神生产力,特别提出了精神生产力的重要性,明确提出脑力劳动具有生产性。从古典经济学派到历史学派,经济学家们对生产力的研究愈发系统,这些理论成为马克思主义生产力理论的来源。

马克思提出,生产力是人们应用能力的结果。这一命题,既划清了与李斯特等资产阶级经济学家的理论界限,又阐明了生产力的本质和特征。马克思对构成生产力的要素划分了层次,认为劳动过程的简单要素是:有目的的活动或劳动本身、劳动对象和劳动资料^③。劳动者在诸要素中居于主体地位,提出人是生产力中最具有决定性的力量和最活跃的因素,指出生产力所反映的是人以自身的活动来引起、调整和控制人和自然的物质变换过程^④。随着社会生产力和劳动过程的不断发展,在简单要素的基础上,有一些新的要素成为构成社会生产力系统必不可少的要素。劳动生产力是随着科学和技术的不断进步而不断发展的^⑤。在马克思的理论基础上,随着社会的发展和科技的进步,文化要素逐渐成为生产力的重要组成部分。

“文化生产力”可以视为一个马克思主义中国化时代化的原创性概念。古代生产力以手工工具为生产工具,土地为生产资源,体力型劳动者为主体,功能以生存为主。近代生产力以机器为生产工具,资本为生产资源,经验型劳动者为主体,功能以征服和扩张为主。现代生产力以信息技术和知识为生产工具和资源,智力型劳动者为主体,功能追求和谐发展^⑥。文化生产力指的是创造和生产精神文化产品的能力,在当代是指以社会化生产和市场经济为依托、以现代科学技术为手段、以文化产业的兴起为标志的典型形态的、生产满足人们精神需求的文化产品的水平和力量。文化生产力系统包含了

文化服务体系(公益性文化事业、经营性文化产业)、知识生产力、教育生产力、制度生产力、创意生产力和形象生产力六部分^⑦。作为当代生产力形态,文化生产力具备了信息化、高知识、高智力等当代生产力的特征,区别在于精神属性是文化生产力与其他物质生产力相区别的特殊性,是其本质属性。随着世界文化经济一体化潮流的迅猛发展,特别是我国市场经济体制的逐步完善和深入发展,许多学者开始研究文化与生产力的关系,认为文化对生产力发展具有巨大的作用。王恒富把文化作为生产力的渗透性因素来理解,认为“文化与生产力已不再是互不相干的两码事,它们之间你中有我,我中有你,正在经历一场一体化运动”^[2]。

从物质生产力到精神生产力、文化生产力,再到文化新质生产力的演变,不仅反映了生产力理论的深化和发展,也反映了社会生产力结构的变迁和优化。

2. 文化新质生产力是对传统文化生产力的更新与超越

文化新质生产力是对传统文化生产力在代际能级上的更新与超越,是在科技创新推动文化创新的基础上形成的,以“高质量发展”为着力点,以“创新性”为发展特征,以培育和发展“新产业、新模式、新消费”为主要内容和基础支撑,孕育新动能,形成新优势,最终推动实现中国式现代化和全面建成社会主义文化强国的新质生产力在文化领域的新质态^⑧。文化新质生产力是以创新性、高效能、高质量为显著特征的新质生产力与文化生产力理论的结合,其生产要素、劳动对象、劳动工具、生产模式、劳动性质和市场形态具有新的变化,是文化生产的一次革命性飞跃。

与传统的文化生产力相比,文化新质生产力具有新的特征。一是生产要素的革新化。文化生产者的队伍从专业的脑力劳动者扩展到了包括兼职工作者和智能机器在内的多元化主体,形成了一个更为广泛和灵活的生产群体。二是生产工具的智能化。人工智能尤其是生成式人工智能技术成为文化生产的核心工具,渗透到了文化创作的各个环节。如虚拟数字人在影视制作、文化旅游和艺术娱乐等领域参与核

心制作。三是劳动对象的无形化。文化劳动的对象超越了传统的有形界限,拓展到了数字内容和网络文化等无形领域^⑤。四是生产模式的融合化。在新的生产模式下,生产者、消费者和受益者的角色趋于融合,文化生产不仅创造出文化产品,更塑造了消费者的文化消费行为,并培养了消费文化产品的文化主体。如在新兴的C2M定制、众筹等模式下,《迷宫·如意琳琅图籍》《哪吒之魔童降世》手办、《迷宫·金榜题名》等传统文化题材排名前三,这也就是阿尔温·托夫勒在《第三次浪潮》中所预言的“生产型文化消费”^⑥。五是劳动性质的多元化。劳动从传统的体力劳动转变为以脑力劳动为主,同时融入了情感和情绪劳动的新维度。如网络平台上粉丝与偶像之间形成了一种虚拟的“共在”,粉丝沉浸于想象中的亲密关系,并为了巩固这种关系甘愿做“免费劳工”,以偶像形象为基础进行二次创作,包括写文章、剪辑视频、修图、绘制同人漫画、设计游戏等^⑦。六是市场形态的数字化。市场从传统的物理空间转变为以数字平台为核心的新型市场。

二、文化新质生产力的框架构建

文化新质生产力的核心要素包括新型文化人才、核心技术群、可转化的文化资源和文化金融。新型文化人才是这一力量的最活跃要素,涉及文化治理、创意生产、文化科技融合和文化传播等多个方面。核心技术群,如空间交互技术和生成式人工智能,为文化内容创新和传播提供了新平台。可转化的文化资源构成了文化新质生产力的基石。文化金融则作为中介,促进文化资源与金融资本的有效对接。此外,文化新质生产力的发展还需依托四大新质板块:传统文化产业升级和数字文化业态构成的新质文化产业、数字文化生产力为代表的新动能、“多要素”+“多产业”+“多平台”的深度融合新模式,以及以创新性和技术性为主导的新消费。这些要素和板块以人才培养为保障,以科技创新为动力,以优化生产关系为靶向,共同推动着文化高质量发展,为建设文化强国提供动力(见图1)。

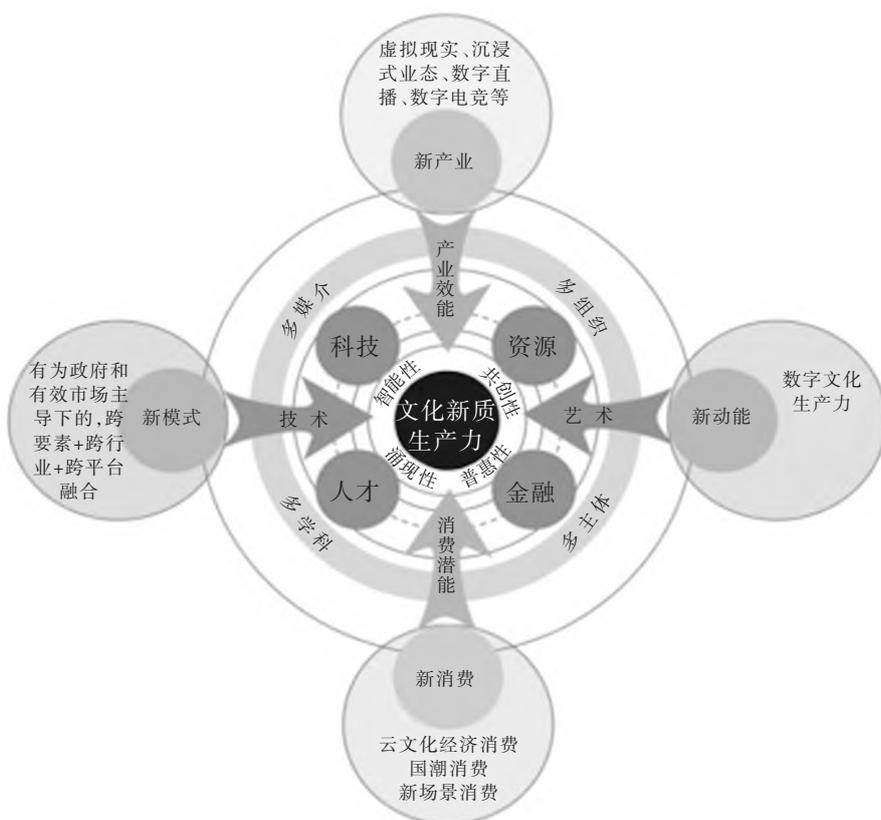


图1 文化新质生产力框架构建

(一)四大核心要素

生产力的构成和转换有明确的马克思主义政治经济学理论框架,文化新质生产力的核心要素是什么?从生产力的角度解读,对应的分析框架应该由哪些部分组成?马克思在《资本论》中提出劳动者、劳动资料和劳动对象三大要素共同构成了生产力的基本形态。随着生产力要素在当代的创新发展,三者之间的“质”的优化也发生了革命性变化。文化新质生产力的核心要素包括:新型文化人才、核心技术群、可供转化的文化资源和文化金融(见图2)。

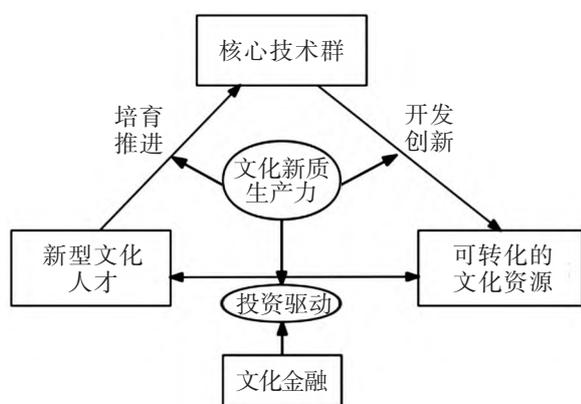


图2 文化新质生产力核心要素

1. 新型文化人才是文化新质生产力最活跃的生产要素

人才是第一资源,创新驱动本质上是人才驱动。新质生产力的本质是解放人、发展人、成就人的生产力。人的全面自由发展不仅是发展新质生产力的首要目的,也是新质生产力发展的主要手段。党的二十届三中全会提出:“加快适应信息技术迅猛发展新形势,培育形成规模宏大的优秀文化人才队伍,激发全民族文化创新创造活力。”^⑧要坚持人才引领文化生产力变革的战略地位。具体而言,新型文化人才可被界定为:具备人文素养与文化自觉的文化治理人才,从事创新创作与产品开发的文化创意与生产人才,深谙文化内涵且技术娴熟的文化科技融合人才,以及拥有全球视野与跨文化关怀的文化传播人才。

2. 核心技术群是文化新质生产力的驱动力

文化新质生产力的根本是创新。以核心技术群为代表的科技创新和文化创意两者互补互促,共同构筑了文化新质生产力的核心驱动

力。核心技术群包括空间交互、以区块链为核心的Web3.0和生成式人工智能(AIGC)在文化内容的创新和多样性、文化传播的广度和效率、文化消费的模式等方面影响显著^⑨。空间交互技术,如虚拟现实、增强现实,为文化产业提供了全新的体验方式;区块链技术以其去中心化、不可篡改的特性为文化产业提供了版权保护和交易安全的新考量。以区块链为核心的Web3.0有利于构建一个更加开放、互联、智能的文化生态系统,促进文化内容的创造、分享和价值转移;生成式人工智能技术能够自动生成音乐、文本、艺术作品等内容^⑩,极大地扩展文化创作的可能性,并促进文化产业全要素生产率的提高。这种创新主要表现为:第一,技术创新催生新的文化生产方式。云计算、区块链、大数据、AI、VR、AR、超高清等加快了文化生产方式的变革^⑪。《太阳报》曾使用AI记者“Robby the Robot”报道体育赛事,科幻短片*Sunspring*的剧本部分由AI编写,游戏*No Man's Sky*使用AI生成亿万个独特的星球和生态系统。第二,技术创新引领业态创新。3D游戏引擎技术的成熟、跨平台游戏移植工具的开发、云计算技术的发展催生了数字电竞、沉浸式业态、数字直播等新产业和数字博物馆、云演艺等文化场景消费新模式,为文化产业带来了新的经济增长点。第三,技术创新带动传统文化产业更新换代,促使传统文化产业向高端创意产业转型,迈向高技术、高集约化新阶段。第四,网络平台、社交媒体等新兴渠道使得文化扩散效应明显,文化影响和传播力大为增强。

3. 可转化的文化资源是文化新质生产力的根基

文化新质生产力的根基在文化资源。传统文化的创造性转化和创新性发展是重新定义和激发文化新质生产力的重要途径。要重视从中华优秀传统文化矿藏中寻绎出中国“从何处来、往何处去”的历史轨迹,更加重视对中华民族文化性格、精神禀赋的认识和发展。要采取系统化方法,将文化资源重新定义、唤醒并转化为文化新质生产力。但需要注意的是,文化资源的创造性转化和创新性发展应该注重文化价值的挖掘、传播和文化版权的保护^⑫。技术与文化资

源的结合,特别是数字化文化资源的开发和数字技术催生的文化新形态,为文化新质生产力的发展提供了新的动力。数字化还有助于文化资源的保护和传承,通过数字手段对传统文化进行记录、保存和再现,可以使其得到更好地传播和利用。如中华书局建成的总字数超70亿的古籍大数据中心,数据主要用于机器深度学习、训练人工智能,目前已经实现了自动给古籍断句标点、自动标记人名地名、自动核对引文等功能,极大提高了整个古籍文化产业的生产效率。同时数字技术催生的文化新形态可以转化成具有较强生产和传播力的、能够进入主流文化消费平台的文化IP,如数字博物馆、数字电竞、数字艺术与NFT等。

4. 文化金融是文化新质生产力的重要中介

文化金融是以内容生产为核心的产业金融形态,是服务于文化产业而形成的特殊金融活动及其相关服务体系,包括产品、机构、市场和基础设施等。通过有效的金融支持和服务体系,促进文化资源与金融资本的有效对接^③,并产生新的文化资本驱动文化人才建设和技术革新,提升文化产业的整体竞争力和创新能力。文化金融可以通过多种手段促进文化新质生产力的发展。例如,金融科技可以提高金融服务的效率和覆盖面,从而更好地支持文化企业的发展。同时,文化金融还可以通过创新融资模式,如股权融资、债权融资等,为文化企业提供更多的资金来源,增强其创新能力。从实践层面来看,文化金融通过多种方式促进文化新质生产力的发展。例如,南京市文化金融服务中心通过政府的政策支持和金融机构的合作,开创了多种创新型文化金融产品,如服贸贷、永续贷等^④,这些创新模式不仅促进了文化企业的融资,还推动了整个文化产业的数字化转型。北京市东城区通过建设国家文化与金融合作示范区,提供全方位的文化金融服务,促进文化资源与金融资本的有效对接,进一步激发了文化产业的内生动力。

(二) 四大新质板块

1. 传统文化产业升级和数字文化业态构成的新质文化产业

传统文化产业升级和数字文化业态是文化

新质生产力的产业效能体现。文化新质生产力在产业层面体现为以新的科学发现、新的生产技术、新的生产工具、新的生产要素以及新应用为特征的传统产业升级,如数字音乐、数字媒体、数字营销、在线教育、数字出版、数字文旅、动漫及衍生品等;以数字化、网络化、智能化、融合化为代表的“新业态”,如数字电竞、虚拟现实、数字直播、沉浸式业态产业等。这些都将成为现代化文化产业体系中最活跃和最具创新性的组成部分,推动文化产业迈向高效能、高质量和创新性发展阶段。

2. 以数字文化生产力为代表的新动能

数字文化经济是文化领域新质生产力的重要表现。作为数字经济和文化经济融合的新经济形态,数字文化经济将科技与文化这两个渗透到经济社会运行各个环节的变革力量和影响因素纳入一体,推动经济社会进入智能化运行状态。据国家统计局统计数据显示,文化新业态近两年营收逐年攀升,增速和占比屡创新高。2022年文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入50106亿元,比上年增长6.7%,文化新业态行业营业收入占全部文化产业营业收入的30.3%^⑤。2023年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入52395亿元人民币,比上年增长15.3%,文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率超过70%^⑥。由此可见,文化领域新质生产力的新动能正在迅速被激发,数字文化生产力的效应日益显现。

3. “多要素”+“多产业”+“多平台”同构互动和深度融合的新模式

我国文化产业的快速发展始终与“融合”相伴而生。这种融合性特征在现代文化生产中表现得尤为明显,现代文化产业本身就是文化与经济、文化与科技融合的产物,文化产业实际上是上述领域渗透融合在产业层面的具体体现。20世纪80年代以来,在信息技术的推动下,文化生产中多元素、多学科、多领域、多产业相互交叉融合与相互渗透,日益呈现出规模不断扩大、内涵日趋丰富、高度综合化的特征。文化产业的融合不局限在跨要素融合、跨行业融合和跨平台融合,而是实现了有为政府和有效市场

主导下的,“多要素”+“多产业”+“多平台”的同构互动和深度融合模式,打造出“淄博烧烤”“贵州村超”“哈尔滨冰雪旅游”等综合案例,催生了“文科旅”“农文旅”“虚拟现实”“数字电竞”等要素、产业、平台同构互动的文化产业新业态。例如深圳在全国率先探索出“文化+”的特色发展模式,如华侨城的“文化+旅游”、腾讯的“文化+科技”、雅昌的“文化+艺术”、华强方特的“文化+创意”等,并朝着“文化x”的方向转型升级。文化新质生产力在实践中具有了新内涵,形成了新模式。

4. 以创新性与技术性特征为主导的新消费

文化新质生产力的根本目的和终极价值,在于生产和提供丰富的精神产品,满足人民的精神文化需求。以创新性与技术性特征为主导的文化新消费,是文化新质生产力发展的核心趋势。这种趋势不仅体现在文化产品和内容的创新上,还表现在技术应用和模式变革上。具体体现为三个消费大类:一是云文化经济消费,通过互联网、大数据、云计算等技术手段,实现文化产品的在线展示、互动体验和交易。云旅游、云娱乐等新型消费形态正在迅速发展,短视频、直播、虚拟数字人等新兴形式成为新的消费热点^⑤。二是国潮消费,体现了文化新质生产力的人文底蕴和文化赋能效应。国潮现象是具有普遍性、真实性的经济现象、社会现象,也是具有持续性、深刻性的文化现象、心理现象^⑥。在《2024 深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜》中,贵州茅台、华为、李宁等经典国货品牌持续受到关注,“茅台+瑞幸”联名咖啡引爆互联网平台^⑦。在电影领域,传统题材不断被焕新,推出了一大批优秀的国漫作品,广受市场好评。三是新场景消费,主题公园、体验式零售和文化节庆活动,通过创新的互动体验设计,增强了文化消费的趣味性和沉浸感。

(三) 三大关键环节

1. 以人才培养为保障

推动科技创新关键在于人才。第一是加快构建与市场需求紧密对接的教学体系和课程体系。既要注重传统文科的教育,加大对音乐、美术、舞蹈等艺术学的教育投入,也要增设经典文化与哲学、中华传统美德、中华优秀传统文化等

通识课程,培育具有人文素养和文化自觉、创新意识和领导力的文化治理人才和科技人才。另外,要特别强化对数字文化人才的培养,增设数字人文、文化遗产数字保护等前沿课程。第二是优化文化产业人才培养模式。要促进多元主体参与,以政府机构为主体,鼓励社会文化服务中心、文化决策机构、文化保护中心、社会人才一体化综合服务等平台机构参与,创立文化实践站、文化创新研究所、人才保障中心等模块,完善人才评价标准。要打造产教融合平台,鼓励人工智能、大数据、移动互联网等数字智能技术的技能培训,例如中华优秀传统文化云端协同平台、中华优秀传统文化云虚拟博物馆、3D打印技术文化遗产复原等。第三是完善文化人才工作机制。制定公平合理的劳动报酬制度,强化文化产品的知识产权收益分配机制,要鼓励优秀文化人才脱颖而出,发挥其独特的创意能力、设计能力、表现能力,通过市场分配机制为其提供与其精神劳动质量相匹配的物质激励^⑧。

2. 以科技创新为动力

文化新质生产力的根本是创新。科技创新包括知识创新、技术创新以及现代科技引领的管理创新。三者相辅相成,共同促进整体创新能力的提升。首先,知识创新既包括创新型人才的培养,也包括创新型环境的塑造。既要培育具有数字素养和文化理论、文理兼通的新型文化劳动者,又要发挥文化对创新氛围的引导,建立鼓励创新、尊重研发、终身学习的文创行业文化,激发文化科技创新的活力动力。其次,加强对原创性、颠覆性科技创新的支持,加快实现高水平科技自立自强。这种类型的科技创新能够催生新产业、新模式、新动能,是发展文化新质生产力的核心要素。具体而言,一是要推进以大数据、区块链、AIGC 等为代表的第五代信息技术与文化生产领域的全方位融合。二是政府、学术界、产业界等应共同参与,促进各类创新要素向文化企业聚集,提高文化科技创新成果的实际转化率。三是现代科技引领的管理创新,一方面是要建立健全文化科技融合创新体系,构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的文化科技创新体系,鼓励不同区域根据其文化、科技资源禀赋和经济社会发展水平,构

建各具特色的文化和科技融合模式。比如腾讯研究院发起的“探元计划”，投入资金、技术、资源进行扶持与孵化，公开征集评选创新前沿技术应用项目，解决文化数字化链路上的技术卡点，助力中华优秀传统文化的传承发展。另一方面要从创新治理的维度推动现代文化产业体系建设^⑩，以高质量发展为指向，大力加强数字时代文化治理在体制、规则和标准等方面的建设和创新。

3. 以优化生产关系为靶向

文化新质生产力亟须通过全面深化改革和优化市场化机制，塑造与之相适应的新型文化生产关系，进一步激活文化生产力的动力活力。一方面，健全文化产业链条联动机制。畅通“教育—科技—人才”循环和“科技—产业—金融”循环，推动“文化+创意”“文化+科技”“文化+金融”等优质文化生产要素跨行业、跨领域自由流动和高效配置；也要推动文化与旅游、农业、体育、制造等领域的跨界融合。从根本上推动创新链、产业链、资金链和人才链深度融合，为文化新质生产力发展提供制度保障。另一方面，深化文化体制机制改革，有力破除文化制度障碍。具体而言，一是完善文化合理利用的市场机制，构建统一开放、竞争有序的文化市场体系，落实统一的市场准入负面清单制度；二要健全文化监管和激励机制，完善文化信息发布和公开制度，建立和完善社会机构监督制度，加快形成全面、系统、常态化的文化保护奖励机制；三是要建立文化跨行政区域和跨部门协调机制，完善跨部门合作的组织架构与流程。要充分实现市场在文化生产要素配置中的积极作用和政府文化建设中的领导作用的有机结合，形成经济秩序和创新活力良性互动的文化发展格局。

结 语

发展文化新质生产力，是人类文明应对技术演进所形成的社会冲击的必由之路，是文明面对挑战和应战的时代变奏。然而，正如卡尔·波普尔所言，理论是我们为了捕捉“世界”所抛出的网。探寻文化新质生产力的内在机理、变迁脉络和未来走向，是我们不断深化理解文化新

质生产力科学内涵及本质属性，构建文化新质生产力理论的重要角度。发展文化新质生产力是一项系统工程，需要在坚持以人民为中心的基础上，综合运用科技创新、人才培养、产业融合、要素优化等策略，推动文化大发展大繁荣、建设社会主义文化强国。这一过程既是发展文化新质生产力的具体要求，也是文化高质量发展的实践方略。

注释

- ①②《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》，中国政府网，2024年7月21日，https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm。③钟瑛：《加快形成同新质生产力更相适应的生产关系》，中国社会科学院网，2024年7月25日，https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202407/t20240726_5766996.shtml。④侯亚、张雯婕：《新质生产力赋能中华民族现代文明：关系、支撑与实践》，《统一战线学研究》2024年第3期。⑤燕连福：《以文化建设助推新质生产力的逻辑共契、难点问题及推进路径》，《西安交通大学学报（社会科学版）》2024年第4期。⑥严若谷：《以新质生产力赋能文化产业繁荣发展》，《南方日报》2024年4月29日。⑦杨义成：《新时代如何加快发展文化新质生产力》，《中华读书报》2024年5月1日；魏鹏举：《作为新质生产力的文化科技融合与人文经济发展》，《福建论坛》2024年第6期。⑧相关研究参见苏衡：《元宇宙视域下文化产业新质生产力发展探索》，《江苏社会科学》2024年第4期；明庆忠、闫昕、刘宏芳：《“五链”融合赋能文旅新质生产力发展的逻辑及实现路径》，《学术探索》2024年第9期；李凤亮：《论文化新质生产力》，《党建》2024年第7期；祁述裕、邓雨龙：《论新质生产力推动文旅产业高质量发展》，《治理现代化研究》2024年第3期；文丰安：《新质生产力何以助力文化治理》，《社会科学研究》2024年第4期。⑨杨虎涛：《从历史维度深化对新质生产力发展规律的认识》，《红旗文稿》2024年第10期。⑩习近平：《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》，《求是》，2024年第11期。⑪骆梦柯、陈献勇：《文化产业发展效率的时空差异及影响因素研究——基于浙江11市的数据检验》，《文化产业研究》2023年第1期。⑫《2022年全国文化及相关产业增加值占GDP比重为4.46%》，国家统计局网，2023年12月29日，https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231229_1946065.html。⑬骆郁廷：《精神动力论》，武汉大学出版社2013年版，第16—17页。⑭《福建扎实推动中华优秀传统文化保护传承》，《人民日报》2024年2月1日。⑮郭万超：《论新质生产力生成的文化动因——构建新质生产力文化理论的基本框架》，

《山东大学学报(哲学社会科学版)》2024年第4期。^⑮王立胜:《重视社会主义生产目的:新中国70年的理论探索》,《马克思主义研究》2019年第8期。^⑯李增刚:《构建推动新质生产力加快发展的制度框架》,《山东师范大学学报(社会科学版)》2024年第2期。^⑰[英]亚当·斯密著,郭大力、王亚南译:《国民财富的性质和原因的研究》,商务印书馆1972年版,第164页。^⑱[英]大卫·李嘉图著、周洁译:《政治经济学及赋税原理》,华夏出版社2013年版,第32页。^{⑲⑳}[德]马克思、[德]恩格斯:《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1958版,第202页,第97页。^㉑[德]马克思、[德]恩格斯:《马克思恩格斯选集》第4卷,人民出版社1972年版,第201—202页。^㉒李春华:《文化生产力与人类文明的跃迁》,中国社会科学出版社2016年版,第18—19页。^㉓魏炳义:《生产力学》,经济科学出版社2009年版,第39页。^㉔周建新、骆梦柯:《文化领域新质生产力的发展路径》,《南方日报》2024年6月3日。^㉕速继明、华诺:《进一步解放和发展文化新质生产力》,《文汇报》2024年3月22日。^㉖[美]阿尔温·托夫勒著,朱志焱、潘琪译:《第三次浪潮》,生活·读书·新知三联书店1983年版。^㉗晏青、何丽敏:《从猎奇到疗愈:虚拟偶像崇拜的技术取向》,《新闻与传播评论》2023年第5期。^㉘臧志彭、董美孝:《Web3.0文化数字资产监管:域外模式与中国路径》,《南京社会科学》2024年第5期。^㉙佟雪娜:《生成式人工智能对音乐传播的变革探讨》,《福建论坛》2024年第2期。^㉚付茜茜:《技术文化视域:智能媒介文化生产、消费文化生成及辩证省思》,《理论月刊》2023年第5

期。^㉛王育济、李萌:《数字赋能中华优秀传统文化“两创”的产消机制研究》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2023年第3期。^㉜宗娅琮:《文化资源资产化、金融化发展路径的核心要素》,《学习与探索》2016年第6期。^㉝王曙光、雷雪飞:《中国文化产业发展:打造强大文化资本的模式创新与制度支撑》,《艺术评论》2020年第2期。^㉞《2022年全国文化及相关产业发展情况报告》,国家统计局网,2023年6月29日, https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202306/t20230629_1940907.html。^㉟《2023年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长8.2%》,国家统计局网,2024年1月30日, https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240129_1946971.html。^㊱陈思函、解学芳:《AIGC驱动下的数字文化消费:困境透视与纾解路径》,《新疆社会科学》2024年第4期。^㊲胡钰:《论国潮的时尚传播、消费文化与文创理念》,《当代传播》2022年第6期。^㊳《2024深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜发布》,网易,2024年7月23日, <https://www.163.com/dy/article/J7Q2D5O4055647FF.html>。^㊴周绍东、陈蔓茜:《推动精神文化实践领域的新质生产力发展研究》,《齐鲁学刊》2024年第4期。^㊵顾江、陈鑫、郭新茹等:《“十四五”时期健全现代文化产业体系的逻辑框架与战略路径》,《管理世界》2021年第3期。

参考文献

- [1] 金元浦.文化产业成为重要经济增长点[N].人民日报,2015-11-01(05).
[2] 王恒富.文化生产力的崛起[M].北京:人民出版社,1998:3.

The Generation Logic and Framework Construction of New Quality Productive Forces in Culture Sector

Zhou Jianxin and Luo Mengke

Abstract: The new quality productive forces emerge in culture sector, which is deeply rooted in the practice of the sinicization and modernization of Marxist productive force theory. Embedded within the target system of high-quality development, these forces reveal the fundamental path of cultural modernization with Chinese characteristics and highlight the humanistic care. Compared to traditional cultural productive forces, it exhibits six major characteristics: innovation in production factors, intelligence in production tools, intangibility in labor objects, integration in production models, diversification in labor nature, and digitalization in market forms. The development of the new quality forces in cultural sector is driven by four core elements: new types of cultural talent, core technology clusters, convertible cultural resources, and cultural finance. This evolution is supported by four new quality sectors: the upgrade of traditional cultural industries, the composition of new quality cultural industries in digital culture, the new impetus of digital and urban cultural productive forces, innovative integration across multiple elements, industries, and platforms, and new consumption led by innovation and technology. Through talent cultivation, scientific and technological innovation, and the optimization of production relations, these new productive forces promote high-quality cultural development, providing momentum for building a culturally strong nation.

Key words: new quality productive forces in culture sector; cultural digitalization; high-quality development

[责任编辑/周舟]