



加快发展文化新质生产力： 理论内涵与实践路径

2024年7月,党的二十届三中全会通过的《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》,对促进新质生产力发展作出部署。新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,以高技术、高效能、高质量为特征。文化新质生产力的概念、理论与实践,亦逐渐成为学界讨论的重要理论问题。文化新质生产力是新质生产力在文化领域内呈现出的新质态、新类型,是通过科技创新和文化创新共同发力,在文化生产、消费、交换等领域形成新产业、新模式、新动能。发展文化新质生产力,将为中国式现代化提供文化根基和精神引擎。鉴于此,《探索与争鸣》编辑部联合南方科技大学全球城市文明典范研究院共同举办“加快发展文化新质生产力”学术研讨会,围绕文化新质生产力的逻辑理念、内涵特征、发展生态等理论问题展开深入研讨,期冀为推动中国式现代化建设提供思想助力。本期择取此次会议成果刊发如下。

李凤亮教授指出,催生文化新质生产力不仅涉及培育新兴文化业态和未来文化产业、提升改造传统文化生产力,还包括发展所必需的政策理念、社会场景、消费环境的整体调整,即发展生态的持续优化。优化文化发展生态,具体包含生产要素变革、生产方式变化、生产关系优化三个重要维度。周建新教授通过对生产力理论发展历程的回顾,认为文化新质生产力不仅反映了对生产力认识的深化,也体现了社会生产力结构的变迁和优化。所谓文化新质生产力,是体现在文化领域的一种创新生产力,其核心在于文化的创新性。花建研究员指出,文化新质生产力的基本特色和实践路径体现为在先进生产力要素的组合中形成、在数字化新体系的基础上培育、在全空间和多象限的开发中拓展以及对生态文明与社会责任的鼎力承担等四个维度。魏鹏举教授认为,新质生产力在文化领域有效发挥作用的前提是对文化强国建设有准确的认知和把握。培育文化领域新质生产力,既是新时代实现文化强国战略目标的关键着力点,也是推动中国式现代化强国建设的巧妙支点。祁述裕教授指出,新质生产力是科技与文化双轮驱动的生产力。培育新质生产力不仅要关注科技因素,还应该重视文化所发挥的不可替代的作用。文化观念创新是培育新质生产力的土壤,文化需求是培育新质生产力的重要动力,文化与科技融合形成的新业态是新质生产力的重要组成部分,创造高品质生活是培育新质生产力的主要目标。臧志彭教授从文化生产力迭代演进史的视角出发,认为新一轮信息技术革命正在全面驱动文化领域的劳动者群体、劳动资料和劳动对象及其组合发生质的升维与跃迁,文化领域应主动融入新一轮信息技术革命,加速推动文化新质生产力的形成与发展。陈能军研究员从嵌入维度、效率维度和公平维度分析了新型文化生产要素加速形成文化新质生产力的作用机制,指出因地制宜是新型文化生产要素融合创新的关键策略。

——主持人 高原

以优化发展生态催生文化新质生产力

李凤亮，华南农业大学党委书记、教授，南方科技大学

全球城市文明典范研究院院长

文化新质生产力是新质生产力在文化领域内呈现出的新质态、新形式，其不仅指明了社会主义文化事业和文化产业高质量发展的前进方向，更展示了坚持物质文明与精神文明协调发展的中国式现代化的宏伟图景。文化新质生产力是与文化高质量发展相契合的先进生产力，其培育和发展至关重要。它是坚定文化自信、建设文化强国、建设中华民族现代文明的必由之路，也是推进文化自信自强的重要途径。文化新质生产力不仅涵盖新兴文化业态和未来文化产业，更要求政策理念、社会场景、消费环境等整体生态的优化调整，以实现文化发展的全面进步。

催生文化新质生产力的关键在于优化发展生态

文化发展是一项高度复杂的系统性工程。文化新质生产力的发展，以及与之密切相关的文化经济和人文经济的发展，实际上也是如此。文化新质生产力的发展需要在这一复杂系统中找到平衡点。文化新质生产力的孕育或者新文化的诞生，需要构建一个由价值观念、创新主体（创意人）、创意活动、创造平台（如大学、企业、社会组织等）、科学治理等要素构成的新生态。这些要素共同构建的新生态，将持续推动文化新质生产力的发展。

优化发展生态，特别需要妥善处理好几对关系。

其一是历史和现实的关系。文化新质生产力的发展不仅要关注新兴业态和未来趋势，更要妥善处理传统文化与新文化之间的关系。传统文化并非我们的包袱，而是宝贵的资源，需要通过创造性转化和创新性发展，使其焕发新的活力和魅力。我们可以重新演绎传统文化元素，使之与当代生活更加紧密地融合，从而让传统文化重放光彩。同

时，我们也需要密切关注新文化与传统文化的融合，使两者在交流中相互促进、相辅相成，共同推动文化新质生产力的发展。

其二是文化与科技的关系。这一议题早已受到学界的广泛关注。实现国家创新



战略并非仅依靠科技驱动，文化同样是创新的重要驱动力之一。^①多年来，笔者团队一直致力于研究文化科技融合和新兴文化业态，分析文化与科技之间的相互赋能关系。我们观察到，新文化的发展在一定程度上呈现出科技先于文化、实践先于理论的趋势。如今我们需要思考的是如何实现文化与科技的深度融合，使二者相互赋能，共同推动文化新质生产力的发展。这就要求我们在文化领域充分发掘科技的应用潜力，同时也需要在科技创新中融入文化的因素，实现两者的交流与融合。

其三是人文和经济的关系。当前，我们正处于一个文明力量“变现”，进而转化为经济力量的时代。如何让人文的力量、文明的力量、传统的力量在推动文化新质生产力发展中得以“变现”，是我们需要深入思考的问题。这实际上体现了人文和经济的辩证关系，以及社会效益和市场效益的良性互动。文化产业的发展不仅能够带动经济增长，还能为全社会提供精神滋养

① 王京生：《国家创新战略的文化支撑》，《中国文化报》2015年12月30日。



和文化享受。我们需要以人文精神来丰富文化经济发展的内涵，同时利用经济动能来促进人文精神的构建，这将是接下来文化新质生产力发展的重要维度。因此，在文化新质生产力的发展过程中，我们应高度重视人文精神，让经济的发展与人文精神的提升相辅相成。

其四是生产和生活的关系。人类的文明形态主要由文化生产和文化生活构成，特定的文化生产方式将催生相应的文化生活形式。因此，文明深植于这种生产方式和生活方式的变迁之中。^①文化消费的一个重要特征是，文化生产能够引领新的文化生活和消费趋势。文化生产的方式直接影响着人们的生活方式和文化消费行为。我们需要关注文化生产场景的创新与变革，使其能够引导出更加多样化和丰富化的生活方式。这意味着文化生产模式应向日常生活层面延伸，与大众日常生活相融合，从而满足人民日益增长的精神文化需求和对美好生活的向往。比如，有些地方将退役军舰改造成文旅商融合的场景，由此催生了新的夜间消费生活。再如，City Walk、特种兵式旅游等新型旅游消费模式在文旅市场中逐渐占据主导地位，这体现了新时代个性化、社交性和高品质的消费需求正推动文化生产与服务类型的创新。通过创新生产模式，我们可以推动文化产品与服务多元化发展，进一步丰富人们的文化消费体验，促进文化产业的繁荣。因此，如何妥善处理文化新质生产力发展中生产与生活的关系，是需要我们重新思考的问题。

其五是发展和治理的关系。当今，文化在不断发展的同时，也面临着深层次治理的挑战。文化新质生产力的发展必然伴随着对有效治理机制的需求，以应对新科技带来的各种挑战。以新一代互联网、信

息化、人工智能为代表的新兴科技催生了新文化，缩小了传统意义上的文化鸿沟，但也引发了一系列新的文化治理问题，比如技术伦理、文化安全、信息保护、数据过载、过度消费等。文化治理不仅要解决文化新质生产力发展所面临的道德、法律和市场问题，更要解决其所涉及的价值观塑造、全球协同、包容性增长等深层次问题。为此，我们需要建立健全文化治理体系，以确保文化生产力的健康有序发展。同时，我们也应关注全球化背景下的文化治理，加强国际文化合作与交流，共同应对全球性的文化挑战。

总而言之，优化文化新质生产力的发展生态，需要妥善处理历史与现实、文化与科技、人文与经济、生产与生活、发展与治理等多重关系。以此为基础，文化新质生产力才能持续健康发展，进而为社会文明进步和中国式现代化事业推进作出更大的贡献。

文化新质生产力的催生策略

中国生产力促进中心协会副理事长兼秘书长王玉羽曾提出过一个关于新质生产力的理论公式：

新质生产力 = (科学技术^{革命性突破} + 生产要素^{创新性配置} + 产业^{深度转型升级}) × (劳动力 + 劳动工具 + 劳动对象)^{优化组合}。^②

这一公式颇具启发性，对于文化新质生产力的发展生态和催生策略，应从创新驱动、要素配置以及多维协同三个方面入手。这些方面对于当前文化新质生产力的发展至关重要，值得我们集中关注和深入思考。

首先，坚持创新驱动是推动文化新质生产力发展的核心。这意味着我们需要不断引入新技术、新模式、新产业等创新元素，围绕新业态、新领域、新赛道，积累新动能和新优势，进而推动文化产业的升级和发展。一方面，在文化科技融合的新业态中，新兴产业不断涌现，为文化产业注入了新的活力。例如，随着数字技术的飞速发展，虚拟现实、增强现实等新技术正在迅速改变人们的文化消费方式，为文化产业带来了全新的发展机遇。另一方面，创新也包括对传统文化形态和产业的改造与升级。传统的阅读、电影、音

① 吴定海等：《城市文明论》，北京：商务印书馆，2022年。

② 王玉羽：《新质生产力核心要素指标的思考——形成新质生产力的核心要素指标分析与研究》，https://www.sict.edu.cn/jg_cjrh/tszs/11qy/2024/0318/42793.html。

乐等文化形态依然具有庞大的消费市场，通过创新改造，可以赋予其新的生命力和市场竞争力。因此，我们要坚持创新驱动，不断拓展创新的领域和路径，以促进文化新质生产力的持续发展。

其次，优化要素配置是推动文化新质生产力发展的基础。生产力的核心是生产要素的合理配置。要素配置涉及人力、资金、技术等各方面资源的配置和组合。新质生产力的发展改变了传统文化产业的资源投入方式，拓展了文化生产力的资源要素。例如，在文化产业发展中，我们需要加强人才培养和引进，形成具有创新精神和实践能力文化产业人才团队，为文化产业发展提供坚实的人才支撑。同时，资金是推动文化产业发展的重要动力，需要加大对文化产业的资金投入，引导社会资本向文化产业领域倾斜，为文化新质生产力的发展提供充足的资金保障。此外，技术创新也是推动文化产业发展的关键，需要持续加强新技术研发和应用，不断提升文化产业的技术水平，为文化新质生产力的发展提供技术支撑。

最后，实现多维协同是推动文化新质生产力发展的重要保障。文化具有“黏性”特征，文化产业的发展需要走融合创新发展的道路。这要求在文化产业内部实现各门类形态的深度融合，打破传统的产业壁垒，促进产业的良性互动和协同发展。同时，文化产业还需要与其他产业门类充分整合，实现产业链的延伸和价值链的优化，从而形成产业生态圈的良性循环。此外，政府、企业、高校等各方也需要加强协同合作，形成政、产、资、学、研、用的全方位良性合作机制，共同推动文化新质生产力的发展。

坚持创新驱动、优化要素配置和加强多维协同，是推动文化新质生产力发展的关键因素。我们应以更加开放的思维和更加务实的举措，不断完善发展文化新质生产力的相关体制机制，促进文化新质生产力的持续健康发展。

优化文化发展生态的主要维度

以优化文化发展生态催生文化新质生产力，涉及三个核心维度：文化生产要素的变革、文化生产方式

的变化以及文化生产关系的优化。

（一）以生产要素的变革催生文化新质生产力

要素驱动和资源配置是催生文化新质生产力的重要策略。当前，生产要素的内涵已得到扩展，除了传统的科技、信息、人才、资本等要素外，数据和治理也被纳入其中。关于文化新质生产力的发展，有四大要素值得关注。

首先是文化科技。作为文化新质生产力的核心驱动要素，科技在文化领域的应用日益广泛。从过去科技企业选择性介入文化领域，到今日科技与文化的深度融合，人工智能等新科技的发展使科技与文化的博弈更加深入，也进一步彰显了文化和人文因素在文化新质生产力发展中的作用。在科技全球化、标准化、新质化的背景下，如何发挥传统文化和创新文化在文化新质生产力培育中的作用，让文化作为一个重要的生产要素发挥作用，是我们需要深入思考的问题。

其次是文化数据。文化数据作为文化新质生产力的资源要素，其地位正在日益凸显。文化资源要素的内容丰富多样，在数字化时代，文化数据的重要性尤为突出。随着国家文化数字化战略的推进，文心一言、讯飞星火等人工智能大模型正引领文化数字化发展，迈向数字智能革命的新阶段。可以预见，未来的文化新质生产力将更多地表现为文化数字化生产力与智能化生产力的结合。在国家文化数字化战略的实施过程中，文化数据的问题显得尤为关键。政府部门和文化企业都在努力解决制约文化数字化发展的瓶颈问题，全国各地纷纷出台相关政策，以推动文化数字化进程。但在实际操作中，文化大数据的处理仍面临诸多挑战，如文化大数据的共享、使用、变现等问题尚未得到妥善解决，文



化大数据的编码和解码技术难题亟待攻克，而其确权和变现则是产业层面的难题。经济驱动和利益驱动是实现文化数据贡献最大化的重要途径，为此，我们需要探索合理的商业模式和激励机制。

再次是文化金融。文化金融是文化新质生产力的支撑要素。如果没有多元化的文化金融工具支撑，没有系统性的金融政策支持，文化新质生产力的发展将会受到很大限制。不仅文化企业和文化产业项目的评估、确权、质押、融资、交易等传统文化金融问题亟待解决，而且由文化新生产、新消费所产生的巨大金融需求也需要我们不断加以思考、研判和解决。比如，文化领域P2P的规范治理、电影产业的多元融资等，都是与此相关的问题。文化金融和文化版权保护可能成为未来制约文化新质生产力发展的两个关键因素。

最后是文化人才。文化人才是文化新质生产力的牵引要素。人才是第一资源，文化新质生产力的催生、发展，既需要普通的劳动者，也需要顶尖的综合型新型劳动者。为此，我们需要改革教育和人才培养模式。改革不仅针对学历化的国民教育，还应包括在职教育和终身教育。如果我们的教育体制和人才培养模式不改变，文化新质生产力的发展将会受到很大限制。目前高校的人才培养模式，无论是教学内容还是培养方式都难以适应当前文化新质生产力的综合化、前沿化需求。这种问题不仅存在于大学教育中，整个社会的教育体制机制都面临着类似的挑战与改革需求。

(二) 以生产方式的变化催生文化新质生产力

文化生产方式随着技术条件的革新、审美观念的变迁和消费潮流的变化而不断演进，同时也受到其他领域生产方式变化

的影响，其他领域生产方式的变化也会影响文化领域生产方式的转向。我们的文化生产方式在经历了农业化、工业化、新型工业化、信息化以及数字化、智能化等阶段后，已经发生了巨大变革。尽管我国在人工智能领域取得了显著进展，数字创新产业在全球市场中占据了相当份额，但与世界先进水平相比，仍不容乐观。在数字化、智能化的时代，生产方式的深层次变革或许已经迫在眉睫。面对这一变革，我们既要处理好融合创新问题，也要科学规划产业布局；既要重视催生新兴文化业态、未来文化业态，也要重视大规模传统文化业态的持续改造升级，其中尤其需要关注生产方式的科技含量问题。

(三) 以生产关系的优化催生文化新质生产力

治理既是一种生产要素，也是一种生产方式。在新技术条件下，生产力和生产关系已经进入了一个新的动态调整、博弈的进程当中。“中国式文化现代化以‘激发全民族文化创新创造活力’为现实路径。”^①然而，目前我们的文化生产关系中存在着一些不适应文化新质生产力发展之处，因此需要大力提升文化治理水平，以适应文化新质生产力的发展需求。在文化生产领域，法律问题、伦理问题、产业问题、市场问题交织在一起。在这样的市场背景之下，简单、草率的管理方式和粗线条的政策，对产业发展并不能真正起到规范、有序的推动作用。同时，文化治理也涉及跨门类的文化管理，如文化产业与文化事业、博物馆管理等。如果仍然简单地采取传统的治理方式，就无法适应文化新质生产力的发展需求。因此，当前需要进一步深化文化体制改革，真正激发全民族文化创新创造的活力。

[本文系研究阐释党的二十大精神国家社科基金重大项目“推进文化自信自强的时代背景与现实途径研究”(23ZDA081)、深圳市哲学社会科学规划特别委托重点课题“城市文明典范研究”(SZ2022A005)阶段性研究成果。]

① 李凤亮、陈能军：《中国式文化现代化建设论纲》，《广东社会科学》2023年第3期。

文化新质生产力的核心特性与逻辑意蕴

周建新，深圳大学文化产业研究院院长、教授

在新时代的创新语境中，“文化”不再是一种静态的、既成的存在，而是动态生成、不断演变的生命力。文化新质生产力概念的提出，标志着学界对马克思主义文化观和生产力理论研究的深化与创新，引发文化领域的深刻革新，影响着文化的生产、消费、传播和文化再生产的各个环节。文化新质生产力作为一个新兴的概念，其理论逻辑亟待明确。基于此，本文从文化新质生产力的核心特性和逻辑意蕴出发，来探索其深刻内涵，为界定和发展文化新质生产力提供有益的参考和借鉴，为实现中国式文化现代化和建设社会主义文化强国提供新的视角和着力点。

文化新质生产力的核心特性

文化新质生产力代表着一种文化生产力的新质态，强调文化的动态性、可重组性、实践性和未来导向性，其核心在于文化的创新性。文化新质生产力中的“文化”，是创新的文化。创新语境中“文化”的指向，一定是可以动态生成的，而非过去既成的；一定是可以析分重组的，而非锁闭无法更易的；一定是可以现实实操的，而非只停留于思辨推演的；一定是可以面向未来创新创造的，而非只能对过去泥古传承。

第一，内在内容层面，文化即“人化”，根本特质在于人的精神性。在当代社会，生产力发展的一个重要特征，就是精神文化因素对生产力的影响越来越大，以至于出现了所谓的“大生产力观”。精神力量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。不同时代的民族精神、社会精神、企业精神，无不展示了巨大的精神动力，具有鲜明的时代特色。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”。激发人民精神力量是推动文化新质生产力发展的重要因素。首先，作为个体和集体行动的内在

动力，精神力量是推动创新和进步的关键因素。通过不断激发和培育理想信念、价值观念、文化艺术等多个维度的精神要素，能够促进个体的创造力和集体的创新意识，为科技、文化等领域的发展提供动力。其次，文化认同是社会整合的重要机制，激发人



民精神力量有助于提升社会的凝聚力和向心力。在现代社会，人们的精神追求不仅仅停留在物质层面，而更加强调对于文化、价值观念等方面的认同和共鸣。通过共同的文化认同和理想信念，可以凝聚人心、凝聚社会力量，形成推动社会发展的强大合力。此外，精神力量与经济发展之间存在着密切的互构关系。内生增长理论认为，经济增长的动力来自经济体系内部的知识、技术和创新。精神力量，尤其是创新意识和创新能力，是推动知识积累和技术进步的关键因素，对实现经济的内生增长具有重要意义。

第二，外在形式层面，创新的“文化”是创新精神和意义借助符号中介而显现的。在符号学和结构主义理论的视角下，文化被视为一种符号系统，其语言、图像、仪式等元素和叙事结构都可以通过符号中介来表达和传递意义。这种表意功能不是静态的，而是动态的，可以根据社会的需求和语境进行重新组合和配置。这种重组性



为文化创新提供了广阔的空间，文化生产者和参与者能够在现有的文化框架内进行创造性的实验和探索。在文化生产和消费的过程中，创新精神和意义的表达往往需要借助符号中介，这意味着文化的生产者和消费者需要对文化符号进行解读和重新创造，以适应不断变化的社会需求和审美标准。同时，社会的政治、经济、技术条件可以为文化创新提供动力和方向，在这一过程中，文化符号的重新组合和配置能够反映和回应社会生产力的需求与变化。需要注意的是，文化创新并不意味着完全摒弃传统，而是在传承的基础上进行变革，通过重新组合和配置文化符号，在保留文化传统精髓的同时，赋予其新的生命力和时代意义。

第三，整体形态层面，创新性文化具备面向未来的、开放的、动态的属性。文化不是静态的实体，而是始终处在生成和发展的过程中。在技术进步、经济发展、社会结构变动等主导性驱动因素下，新思想的产生、新实践的实施以及新价值观念的形成，共同推动文化的自我更新和自我完善。创新性文化的生成是一个从意义的生发、阐释到意义具象、社会传播，再到被社会认可接受的复杂漫长过程。文化创新的逻辑生成链可以概括为“内化（个体）→外化→客观化→群化（被群体接受认可）→内化（群体）”。这个过程描述了从个体创意的内化，到通过创造性活动外化表达，再到这些表达被社会客观化认可，最终形成群体文化认同的循环。文化新质生产力是指文化领域中推动文化创新和生产力发展的新因素，如新的思想、技术、艺术形式等，能够不断产生新的文化价值和意义，从而推动文化的整体进步。在这一过程中，文化产品和文化实践必须适应时代的变化，现有的文化形式需要随之更新，新兴文化

的需求需要得到响应。这种适应性是文化持续发展的关键，也是保持文化活力的重要方式。文化创新不是一次性行为，而是一个持续的过程。文化创新需要不断地吸收新的元素、观念和方法，以保持其活力和前瞻性。在文化新质生产力的推动下，文化的动态性、未来导向性、适应性和现实性，共同构成了文化发展复杂而丰富的图景。

文化新质生产力的价值逻辑

文化新质生产力是回应党中央因地制宜发展文化领域新质生产力的应有之义和重要内容，需要深刻理解文化新质生产力的时代背景，科学揭示其丰富内涵，为培育和发展文化新质生产力指明方向。

（一）内嵌于新时代高质量发展的目标体系

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，加快形成新质生产力是新时代高质量发展的内在要求。习近平总书记关于发展新质生产力的重要论述，回应了中国当前经济和技术高质量发展的要求，强调了质的转变和生产方式的革新，反映了中国在全球经济新格局中的战略主动和创新竞争能力。

文化高质量发展成为新质生产力的重要着力点。社会生产力不是几个因素的简单相加，而是一个运动的、开放的、复杂多变的有机系统，是由文化力、劳动力和自然力合成的一种社会力量，是人类创造的物质产品和精神产品的总和。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，经济与文化在当代的融合，直接表现为文化本身成为一种产业，文化产业正是经济与文化一体化的突出表现。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”作用。唯物史观认为，人类社会历史发展归根到底是由经济因素推动的，经济因素是社会发展进步的“第一因素”或“基础因素”。但是，唯物史观并不是“经济决定论”，而是强调人的主观性与文化的力量。文化高质量发展始终以满足人民的文化需求和向往为出发点和落脚点，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

社会生产力的提升提供源源不断的动力。

(二) 揭示了中国式文化现代化的基本路径

新质生产力赋能文化高质量发展的根本目的和终极价值，在于提供丰富的精神产品，满足人民的精神文化需求。一方面，中国共产党是一个具有高度文化自觉的马克思主义政党，始终致力于建设一个文化繁荣、文明兴盛的社会主义中国。中国式现代化的一个鲜明特色就是“物质文明和精神文明相协调的现代化”。另一方面，新质生产力赋能文化高质量发展，能为文化建设注入发展动力，推动全体人民实现精神共同富裕。在国际上，南美和东南亚的一些国家由于收入分配差距较大等原因而陷入“中等收入陷阱”，欧美一些发达国家也因贫富悬殊、中等收入群体受损、阶层严重固化等问题，导致民粹主义、保守主义、极端主义等思潮抬头。在我国已全面建成小康社会、社会财富极大增长、人民物质利益得到极大满足的前提下，满足人民的文化需求，让人民享有高度的精神文明，实现人的全面发展，不仅是中国式现代化道路的内在要求，也是区别于西方式现代化道路的显著特征。

文化新质生产力的科学内涵

要理清文化新质生产力的理论逻辑，应明确文化生产力和文化新质生产力的科学内涵，不能简单地把与文化生产相关的一切都称为“文化生产力”，也不能把与文化数字化相关的一切都称为“文化新质生产力”。

(一) 文化新质生产力的理论回溯

文化新质生产力是从生产力理论的发展中演变而来。从古典经济学派、历史学派到马克思主义文化生产力理论，经济学家对生产力的认识逐渐深化，为文化新质生产力的提出奠定了理论基础。

从研究历程来看，18世纪经济学中开始出现了生产力的概念，经济学家将能够生产出物质产品的某一要素或自然条件称作生产力。法国古典经济学派的主要代表、重农学派创始人魁奈认为“大人口和大财富，则可以使生产力得到很好的发挥”。^①亚当·斯密在魁奈的基础上进一步提出“劳动生产力”的概念，认为分工可以增进劳动生产力，而劳动生产力又

是国民财富增长的源泉。^②大卫·李嘉图沿用了生产力和劳动生产力的概念，并基于其所处的机器大工业时代背景，初步形成了生产力是由劳动者和机器构成的观点。^③弗里德里希·李斯特系统地研究了生产力理论，他将国家生产力分为物质生产力和精神生产力，特别强调了精神生产力的重要性，明确提出脑力劳动具有生产性，认为“国家生产力的来源是个人的身心力量，是个人的社会状况、政治状况和制度，是国家所掌握的自然资源”。^④从古典经济学派到历史学派，经济学家对生产力的研究愈发具有延续性、系统性和整体性，这些理论成为马克思主义生产力理论的重要来源。

劳动者在生产力诸要素中居于主体地位，人是生产力中最具有决定性的力量和最活跃的因素。生产力的本质可以概括为人的生产实践能力，即改造客观对象以获得一定产品和使用价值的能力。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所必不可少的要素。“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。

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作用，将文化作为生产力的渗透性因素来理解。“在大文化观和大生产力观看来，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。”^⑥

综上所述，文化新质生产力是在经济学家提出的生产力理论的发展中逐渐形成

①《魁奈经济著作选集》，吴斐丹等选译，北京：商务印书馆，1981年，第69页。

②亚当·斯密：《国民财富的性质和原因的研究》，郭大力、王亚南译，北京：商务印书馆，1972年。

③大卫·李嘉图：《政治经济学及赋税原理》，郭大力、王亚南译，北京：商务印书馆，1962年。

④弗里德里希·李斯特：《政治经济学的国民体系》，陈万煦译，北京：商务印书馆，1961年，第192页。

⑤《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第698页。

⑥王恒富主编：《文化生产力的崛起》，北京：人民出版社，1998年，第2页。



① 李春华：《文化生产力与人类文明的跃迁》，北京：中国社会科学出版社，2016年，第18—19页。

② 魏炳义编：《生产力学》，北京：经济科学出版社，2009年，第39页。

③ 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。

的，它体现了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过程。这一过程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。

（二）文化新质生产力的概念内涵

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、高效能和高质量的特点，是马克思主义文化生产力理论的具体深化和实践。

古代生产力主要以手工工具为生产工具，以土地为生产资源，以体力型劳动者为主体，以生存为主要功能。近代生产力主要以机器为生产工具，以资本为生产资源，以经验型劳动者为主体，以征服和扩张为主要功能。现代生产力则主要以信息技术和知识为生产工具和资源，以智力型劳动者为主体，以追求和谐发展为主要功能。^①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和典型形态、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。^②精神属性是文化生产力区别于其他物质生产力的本质属性。

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。与传统文化生产力相比，

文化新质生产力具有新的生产要素、生产工具、劳动对象、生产模式、劳动性质和市场形态。新的生产要素，是指新的内容生产者，文化生产者从单一、专职的脑力劳动群体演化为集专职、兼职、智能机器等形式于一体的混合文化生产主体；新的生产工具，是指以生成式AI为代表的人工智能技术在文化生产中发挥主体作用并渗透到文化生产全过程；^③新的文化劳动对象，是指文化劳动对象由有形领域延展至无形领域，如数字内容、网络文化等；新的文化生产模式，是指内容生产者、消费者、获利者的身份重叠，文化生产不仅生产可供消费的文化产品，塑造消费者的文化消费行为，而且也生产出消费文化产品的主体；新的劳动性质，是指由传统的以体力劳动为主过渡到以脑力劳动、情感劳动和情绪劳动为主；新的市场形态，则是由传统市场拓展到数字空间。因此，文化新质生产力是文化领域的一种创新力，具体而言，它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“高效能”为主要内容，以“创新性”为发展特征，以推动实现新时代文化使命为目标的新质生产力在文化领域的新质态、新类型。

深刻理解文化新质生产力的核心特性和逻辑意蕴，是构建文化新质生产力理论的基础。发展文化新质生产力要以人民需求为导向，深入研究和把握人民群众的文化消费趋势和特点；以科技创新为动力，推动文化产业与高科技领域深度融合；以文化跨界融合为目标，通过优化文化生产要素的配置和流动，形成产业发展的新优势；以文化消费为抓手，通过提升文化产品和服务的质量和多样性，不断满足和引领文化消费，实现文化高质量发展。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发展理念基础上，综合运用科技创新、产业融合、要素优化等策略，推动文化繁荣、建设文化强国和中华民族现代文明。这一过程既是发展新质生产力的具体要求，也是文化高质量发展的实践方略。

[本文系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）阶段性研究成果。]

文化新质生产力的基本特征与实践重点

花建，上海社会科学院文化产业研究中心主任、研究员

文化新质生产力是新质生产力在文化领域内呈现出的新质态、新形式、新趋势，是新质生产力所代表的高质量发展逻辑推动文化生产、流通、消费、贸易等环节融合重组和跳变跃升的结果。我们既要从历史和逻辑相统一的视角来把握文化新质生产力的基本特点，又要从它的时代背景和现实基础来明确其实践重点。马克思认为人的三种生产包括自己生命的生产（劳动）、他人生命的生产（生育）以及思想、观念、意识的生产（精神），强调从历史的角度来看待生产力和生产关系。一切文化生产力和生产方式都是历史性的、暂时性的、具体性的存在，经历着不断的嬗变与更新。文化新质生产力是在全球化、数字化、智能化不断深入的大背景下培育的，反映了新质生产力的普遍规律，又呈现出在文化领域推动要素组合、体系构建、创意拓展、生态和谐的四大大特色。

文化生产力要素的新组合

文化新质生产力的关键是创新，而创新的核心是对生产力要素的重新组合。资源整合是指将与产业相关的各类资源要素进行优化整合，从而推动产业的增长。资源作为一定地区所承载的地理、物力、人力、技术力等各种物质形态的总称，本身并不直接具有价值。当它们与生产商品或提供服务相关联时，它们便成为生产要素，通过合理组合而被赋予了各种价值。从资源到要素的转变过程，实际上是人类不断开发新生产力的过程。熊彼特在《经济发展理论》中明确指出，创新是企业家对生产要素的重新组合。^①

随着人类社会从农业社会、工业社会、信息社会迈向智能社会，生产力要素从土地、矿产、港口、初级劳动力、资本等传统要素种类，拓展到数字数据、算法、算力、前沿技术、优质内容等先进要素种类，形成多种新的要素组合方式。在第四次工业革命的带

动下，现代产业越来越重视生产要素报酬，即劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合在国民经济运行体系中所产生的回报。随着传统资源要素及其组合对现代文化生产的贡献率相对下降，先进技术、优良内容、优质资本等先进生产力要素及其组合日益



成为现代文化生产的主导力量，呈现出全要素生产率提升、边际收益递增等特征。文化新质生产力的核心要义，就是以创新为导向，对先进技术、优良内容、优质资本等先进生产力要素不断进行重组，并且带动传统生产力要素的整合提升（见图1）。

第一，先进技术是技术装置与技术实践的有效集合。首先，先进技术是人类对已知现象的有目的的编程，如扩展现实技术是在数字捕捉、编码、传输、还原、投射等基础上形成的虚实交互综合系统。其次，先进技术是技术实践和元器件等要素的集成，如生成式人工智能技术就是人类智能与人工智能相结合，集成大模型等装置而生成文字、图像、视频、音频的产业新形态。最后，先进技术是在一种文化框架中形成的技术装置和工程实践的集合，体现了价值观对技能的引领作用。

第二，内容是文化价值和人文精神的集中体现。文化生产所提供的核心价值是优质的内容，即文化从业人员在继承自然

^① 约瑟夫·熊彼特：《经济发展理论》，郭武军等译，北京：华夏出版社，2015年。

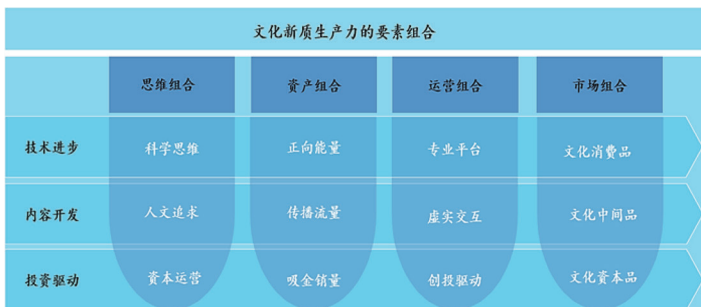


图1 文化新质生产力的要素组合

和人文遗产的基础上，所创造出的文化符号体系。它们是人的本质力量的对象化表达，凝聚了人类的理想、情感、智慧、审美、技巧等，是人类把握事物规律和审美创造的感性、知性、理性三者的有机统一。这些符号体系以知识产权形式获得保护，具有专有化权利、可价值评估、可交易流通、可延伸开发等四大特点。

第三，投资是增加产出和规避风险的有力杠杆。文化投资的核心是向文化领域投入可增值的价值量而成为生产的驱动力。在创新驱动文化生产力的背景下，由于创新主体和创新模式的多样性、高风险性和难以预测性，单一的投资模式已经难以适应，必须结合风投、众筹、信贷、债券、基金等多种方式。这使文化新质生产力的投资具有“聚焦创新领域”“多样化地投入价值量”“以赢利为目的”等基本特征。

从推进文化新质生产力的实践角度看，技术、内容、资本三者必须在创新性、规模化和增长性方面有机结合。开发先进技术，要以前瞻性的价值观为引领，推动创新实践和数字化智能化元器件的新组合，辩证地把握长期回报和短期收益的关系；打造优良内容，要遵循可持续发展和包容性增长的原则，体现“以人为本、科技向善”的科学思维和人文力量；培育优质资本，要选择具有资本投入规模收益递增特征的技术与IP内容，并将其逐步演变为产

业化的规模优势，最终引发生产过程和经济社会组织方式的重大转变，为市场提供大量的文化消费品、中间品、资本品。

主客体智能互联的新体系

上述文化新质生产力要素的新组合，不会凭空发生，而必须在软硬件结合、智能化升级、持续性迭代的新体系中才能大量产生。体系构建成为培育文化新质生产力的又一特色，其实践路径不是单点突破，而是系统性耦合和功能优化。联合国贸易和发展会议在《创意经济4.0》等研究报告中指出，创意经济自20世纪末首次被提出以来，经过了四个阶段的体系优化：1.0阶段突出以人的创意和智力为主要投入的经济活动；2.0阶段强调促进经济可持续增长的创意资产；3.0阶段突出技术、知识产权和旅游相互作用下的经济、文化和社会系统；4.0阶段强调智能化背景下全球价值链各类主体的互联互通以及比较优势。^①这正蕴含了文化新质生产力体系构建的升级规律和内在需求。

文化新质生产力是在数字化、智能化和第四次工业革命的背景下培育的。其开发过程和实现成果，以数字符号、数字音视频、沉浸式体验等数字物为特征，本身就具有体系化的要求。数字物是通过二进制数字语言表达的“元数据”系统。“数字物不同于自然物而属于技术人工物，可以被称为‘数字人工物’。”^②它们依托模块化、层级化的技术装备和组织网络而存在，表现为信息整理、储存、链接、计算、再现等数字物性，呈现出移动、转换、修改、互动、感知、表征等各类数字属性。它们不同于自然客体和传统的技术人工物（如书画、印刷品、人的肢体表演等），可以被称为“数字化准客体”。因此，文化新质生产力的体系构建，应以系统及功能、人才及能力为两大重点，形成软硬件呼应的持续升级过程（见图2）。

第一是系统和功能的持续升级。联合国贸易和发展会议报告将数字化体系描绘为一个由七个部分组成的有机体系，包括互联网平台、数字解决方案、电子商务、数字内容、IT硬件和软件、通讯、全球经济的

① *Creative Industry 4.0: Towards a New Globalized Creative Economy*, <https://www.unctad.org>

② 李三虎：《从物性视角看数字世界》，《中国社会科学报》2018年11月6日。



图2 文化新质生产力的体系化培育

数字化。^①这一体系从较纯粹的技术形态到复合型的数字内容等，涵盖了一系列过渡形态。培育文化新质生产力，必须在系统和功能方面持续迭代，以数字化基础设施为底座，加强信息通信产业建设和应用，构建广泛联通的文化数字数据库体系，发展通用和专用的AI大模型，提供大量的智能化工具包。

第二是人才和能力的持续升级。具有数字化、智能化技能和创新活力的多层次人才资源，是培育文化新质生产力的动力源泉，也是人类为适应新质生产力而改造自身的结果。在数字化、智能化对全球人口的渗透率达到历史新高的背景下，加速培育高能级、多层级、适用性、规模化的人才资源，已成为培育新质生产力的强大内生动力。这些人才资源可以分为五个层级，一是移动数据使用者，即所有使用移动设备的网民；二是专业数据传播者，其既是数字数据的消费者，也是数字内容的生产者 and 传播者；三是文化数字工作者，即参与文化数字化工作的实操人士；四是文化创新研发者，即结合科创和文创，开发文化新业态、新主体、新消费模式的专业人士；五是文化转型领导者，即承担文化政策创新设计和实施的管理者。从实践推进的角度看，我国积极培育文化新质生产力，必须持续加强主客体互联互通的体系构建，以培育系统及功能、人才及能力为两大重点，积累复合型的战略优势。

拓展想象力和创造力的新空间

文化新质生产力以全要素生产率大幅提升为核心标志，而人的想象力和创造力正是需要极大激发的生产力要素之一。马克思指出：“动物只是按照它所属的

那个种的尺度和需要来构造，而人懂得按照任何一个种的尺度来进行生产，并且懂得处处都把内在的尺度运用于对象；因此，人也按照美的规律来构造。”^②人可以超越任何一个物种的局限性，将理想、情感和力量投射在对象物上，按照美的规律来进行构造。人所发挥的想象力、创造力越丰富，人在实现自身解放的意义上就进入更为自由的阶段，这正是文化新质生产力所体现的人文精神和科学精神相统一的价值所在。在数字化、智能化和第四次工业革命的背景下，人类的想象力和创造力向四大象限拓展，成为文化新质生产力的重要标志（见图3）。

第一象限是空间维度，它让人类在物理空间和虚拟时空中进行文化创造。在强大的数字数据、算力和算法的基础上，人类能够以虚拟方式重塑自然界和社会界的全部要素，在时间轴和空间轴上进行远超日常经验的内容创造。这包括超越人类生活时空的文化创意，如模拟宇宙大爆炸、史前地球状态、火星移民社会等；跨越时间和空间的联想，如现代科技与未来世界相结合的场景呈现；非线性思维的运用，如在文本中穿插不同的主题意象、时间线或情感线；多逻辑和随机性的引入，如采用数理逻辑、时态逻辑、模糊逻辑等，创造虚实交互的大量数字文化资产。

第二象限是感知维度，它让人类在感性、知性、理性层面上全方位开发内容。新一代信息技术所实现的互联互通，使得人类的交流从声音、数据、文本、图像、音视频层次，进入感性、知性、理性三大层次的交融和共享。这正如马化腾所说的“全真互联”，即实现对真实世界全面感知、连接、交互的一系列技术集合与数实融合的创新模式。^③人类将开发出更宝贵的共情、共思、共商能力，在文化多样性的基础上拓展创作的自由。

① World Investment Report 2017-Investment and the Digital Economy, <https://www.unctad.org>.

② 马克思：《1844年经济学哲学手稿》，北京：人民出版社，2000年，第58页。

③ 《腾讯联合埃森哲发布〈全真互联白皮书〉》，《北京商报》2022年9月26日。

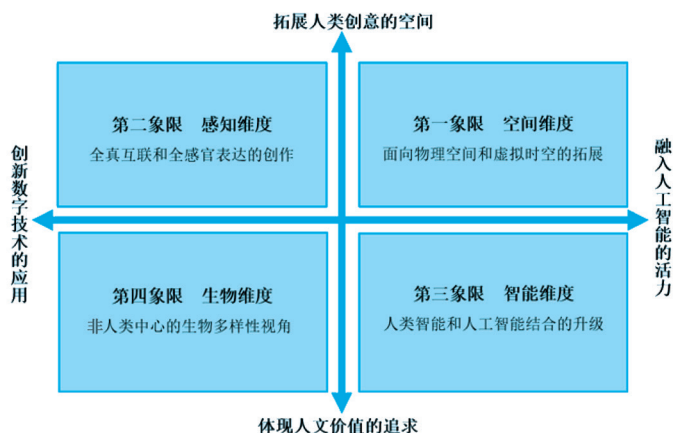


图3 文化新质生产力拓展人的想象力和创造力

持续发展和包容性增长的人类理想，文化新质生产力要对生态文明、节能减排、绿色生活等作出积极贡献，在重塑生产流程和内容创意的双重意义上体现绿色、生态、健康的先进生产力形态。国际能源署在《2023年全球碳排放报告》中指出，2023年全球二氧化碳排放量增加了4.1亿吨，这使得全球碳排放总量达到了374亿吨的新高，减少碳排放已是刻不容缓的重大任务。而全球文化产业和旅游产业在碳排放总量中占有不小的比例。有专家对全球旅游业碳排放量进行测算，发现其约占当年全球碳排放总量的8.33%，相当于约31亿吨的碳排放量；^①在城市和行业层面上，据成都绿色会展新经济创新中心的不完全统计，2021年仅成都市展览业就产生了约7万吨固体废弃物。以此推算，全国会展行业当年产生垃圾总量可能超过94万吨，足以让全国最大的垃圾填埋场——上海老港固废基地连续工作三个月。^②可见，文化产业及旅游产业等绝非天生的“无烟工业”，必须在生态文明的维度上加快转型升级。

文化新质生产力的建设，要结合绿色材料、绿色工艺、绿色消费及区块链技术等，为实现碳减排探索有效的实践路径。如实施文化行业碳交易机制，包括全国碳市场配额交易模式，即把碳排放配额分配到相关文化企业，要求纳入碳市场的文化产业主体承担强制性的碳减排责任；中国核证自愿减排量（CCER）交易模式，要求文化产业主体通过开展环保项目，对生产过程中减少碳排放作出贡献，向碳排放监管部门申请并核证减排量。与此同时，文化消费活动中的个人碳交易模式也日益获得重视。在国家部委和多地地方政府关于“环境、社会、治理”（ESG）的政策推动下，腾讯、抖音、横店、东方明珠、喜马拉雅等全国文化产业重点企业正在积极行动，相继围绕ESG进行实践，实施了《腾讯环境管理制度》、“光伏+影视”的横店模式等，这些举措显示了文化新质生产力对我国生态文明建设的鼎力担当，体现了先进生产力的鲜明特色和广阔愿景。^③

第三象限是智能维度，它让人类智能和人工智能结合进而拓展创造力。生成式人工智能技术正在形成空前强大的学习能力。随着AI从弱人工智能向强人工智能发展，AI将实现从结构层次的模仿脑、器件层次的逼近脑到智能层次的超越脑之升级，让人类节省下用于简单性、重复性劳动的大量时间，更好地聚焦于高效、智能的信息处理和创意设计，点亮想象、创意和表达的“阿拉丁神灯”。

第四象限是生物维度，它让人类拥有观察生物多样性的多维创造视角。在全球治理的大背景下，保护生物多样性和文化多样性已经成为人类文明发展的重要自觉。生物多样性是生物与环境形成的生态复合体以及各种生态过程的总和。人类对此的认识已经涵盖了生态系统多样性、物种多样性和基因多样性三大层次，在深刻的自我反思中拓宽了生命共同体和地球生态圈的广阔视野。文化新质生产力将超越以人类为中心的狭隘视域，创造出尊重生物多样性的新颖内容。

生态文明责任的新担当

文化新质生产力同时体现为对生态文明与社会责任的鼎力承担。为了实现可

① 翁钢民等：《中国旅游业碳排放脱钩效应及影响因素研究》，《地理与地理信息科学》2021年第2期。
② 《会展该追求环保还是美观：一场展会诞生一个垃圾场》，《南方周末》，<https://weibo.com/1639498782/NbdEZsm6k>，2023年7月23日。
③ 文中图片均由作者自行绘制。

新质生产力对文化强国愿景的效用

魏鹏举，中央财经大学文化经济研究院院长、教授

在国家战略层面，文化领域培育和发展新质生产力，应切实提升文化高质量发展的水平和效率，以更快、更好地实现文化强国的目标。新质生产力在文化领域有效发挥作用的前提是对文化强国建设有准确的认知和把握。文化强国不仅仅是文化本身的强盛繁荣，更重要的意义在于，通过文化软实力与科技、经济等硬实力的有机融合，“不断促进人类文明交流互鉴，为强国建设、民族复兴注入强大精神力量”。^①国家的强大，不仅体现在科技、经济以及军事等硬实力上，更在于拥有万众一心、百折不挠、历久弥坚的精神风貌。文化的强大是更为内在、更为持久、更具魅力的强国特质。培育文化新质生产力，既是新时代实现文化强国战略目标的关键着力点，也是推动中国式现代化强国建设的巧妙支点。

筑牢基础，以新质生产力保障文化遗产发展

文化自觉和文化自信是国家强大的精神底蕴，我们要着力发挥新质生产力在保障文化遗产发展上的先进效能。人类社会显著有别于其他的生物生态，其稳定和强大特别需要文化认同的凝聚与创新。中华文明之所以具有显著的连续性、统一性，形成超稳定的发展效应，正是基于中华文明显著的创新性、包容性与和平性等内在文化价值与涵养特性。中国传统社会所谓的“道统说”，放在今天，就内蕴着中华文化一以贯之的传承发展，这是维系庞大人类共同体不断发展壮大的关键聚合与共创力。中国要建设社会主义文化强国，基础就是要做好优秀传统文化的保护传承，不断增强全体国民的文化自觉和文化自信。新质生产力是一种创新驱动的先进生产力，同时，在中国式现代化的战略格局中，新质生产力理应是一种具有美好生活品质内涵、以人民为中心的先进生产力。新质

生产力在文化强国建设上首先可以发挥作用的领域是文化传承发展方面，这一点已经体现在国家的文化数字化战略部署上。当前需要着力之处是让新技术在生产领域发挥作用，持续提升文化保护传承的实力水平。同时，文化数字化成果能够起到



①《习近平致信祝贺首届文化强国建设高峰论坛开幕强调 更好担负起新的文化使命 为强国建设民族复兴注入强大精神力量》，《人民日报》2023年6月8日。

培育新质生产力、促进文化经济高质量发展的效用。

目前，中国已经很好地发挥了数字技术优势以及国家整体经济实力优势，国内文化文物资源的数字化保护和传承工作已经卓有成效，但还存在需要大力补足的短板，即海外流散的中国文物亟待开展系统性的数字化整合回归。散落全球的中国文物数量巨大，据联合国教科文组织的不完全统计，有164万余件中国文物被收藏于47个国家的200多家博物馆，而海外民间分散收藏的中国文物可能是大型博物馆馆藏数量的10倍以上。这些巨大数量的海外流散文物，既是中华文化源远流长、博大精深的体现，也是中华民族历经沧桑、饱受磨难的见证。积极整理并合理追索全球流散的中国文物，是当前需要着力推进的中华民族精神家园复兴工程，新质生产力就此大有可为。据中国文物学会估算，自1840年以来，超过1000万件中国文物流散到欧美、东亚、东南亚各国，其中100万



余件属于一、二级文物。自1949年中华人民共和国成立以来，我国通过法律追索、商业回购、捐赠、谈判协商等多种途径，成功实现了300余批次、15万余件海外流散中国文物的回归。但粗略估算，回归文物仅占海外流散中国文物总数量的1.5%左右。近年来，我国积极推进文物数字化回归工作，但其成果在海外流散重要文物总量中占比仍不足5%。因此，亟待发挥新质生产力作用，创新社会化、市场化机制，为文物数字化回归提速增效。

中国高速发展的数字文化产业，在全球市场上展现出突出的竞争力，是文化领域新质生产力的重要代表。中国的数字游戏、新媒体、国际电商等企业已具备良好的条件、能力与意愿，开展海外流散中国文物的数字化整合与回归工作。这需要中国政府机构的引导、鼓励和支持，积极推动建立社会化、市场化、可持续的实施机制。可由国家文物局牵头，成立包括海内外相关企业、金融机构、高校科研院所、非政府组织等多元力量参与的中国海外文物数字化回归联盟，倡导中华优秀传统文化在全球范围内的共建共享。鼓励游戏及文化科技企业发挥技术、人才及市场优势，系统性承担海外流散文物数据采集与数据库建设的任务。探索政府与社会资本合作模式，通过授权和保障社会资本市场化开发其所整合的海外文物文化数据资源，合法、合理地应用于游戏、短视频等文化产品或服务中。政府应给予适当的财政补贴或优先政策扶持，既促进文化领域新质生产力的发挥，又有效利用市场机制传播中华优秀传统文化，并以可持续的产业化造血机制建构国家文化数据库。

着眼发展，积极培育文化新质生产力

文化创新是国家强大的内生动力，我

们应积极培育发展文化产业新质生产力。草木的茁壮成长，不仅需要根深蒂固的基础，更需要枝繁叶茂、新陈代谢的旺盛活力。同样，一个国家的文化强大，最显著的表现就是国民的精神家园欣欣向荣、不断革故鼎新。文化发展生机盎然、文化创新活力四溢的国家，自然也是一个拥有深厚内生创新精神、综合实力显著的强国。文化强盛的国家，既要有能力和决心不断满足人民对美好生活的向往，保障物质生活丰裕，满足基本均等的公共文化需求，还要能充分释放和激活广大人民群众的文化创造力，繁荣发展市场化、产业化的文化供给与消费，在开放环境下不断增强文化传播力、影响力以及竞争力。这是一种新质生产力条件下更有综合效益的文化价值实现，也是更为积极的文化权益保障。

文化产业在近现代随着工业化发展而兴起，虽然受到一些文化精英主义的批判，但它也得到越来越普遍的承认，成为有效实现文化生产力发展和大众文化权益发展的现代文化创新发展模式。文化产业出现之初被称为“文化工业”，这是德国法兰克福学派基于文化精英主义立场对它的一种贬称，即认为高深神圣的文化被工业化技术及其生产消费方式简单粗鄙地抹平消解。然而，随着科技进步和产业效率进一步提升，文化产业新业态不断涌现、新消费不断增长，文化产业成为后工业时代经济增长的重要支柱产业，也成为充分满足社会大众多样性、个性化文化需求的基础性供给机制。同时，更为重要的是，随着科技创新对文化创新的支持方式与力度不断优化提升，文化产业成为人民共享共创文化成就的平台。在机械化技术所代表的新质生产力时期，图书出版业的规模化发展，带动了此前被权贵精英垄断的文献资源逐渐大众化的文化解放大势。在电气电子技术驱动的先进生产力快速发展时期，电影、电视、唱片、广告等多媒体文化娱乐业态繁盛，流行文化在全球风起云涌，使得普罗大众有条件有能力像曾经的文化特权阶层一样获得并享有丰富多样的文化产品与服务。互联网技术和数字技术作为先进生产力，对文化创新发展的促进作用具有革命意义。互联网从根本上改变了长期以来文化中心主义的格局。基于电子电气技术的多媒体文化产业，

虽然文化产品和服务形态更为多样丰富，但从文化伦理意义上看，这仍是一种由精英专家、文化权威掌控的文化生产传播形态。文化消费者是单向度的受众，尽管有一定的反馈机制，但他们也只是为文化生产供给中心提供有选择的参考。而互联网技术从一开始就是为了改善广播技术中心制、单向度信息传播模式而发展起来的多中心互联制、交互信息流通与生成模式，虽然仍产生了一些受行政权力、资本势力等控制的中心化平台，但在整体趋势上，普通大众不再是被动的受众，而成为能够进行自主信息选择、自我内容创作与交流传播的用户主体。相对于此前的文化生产力作用，基于互联网技术的文化科技融合发展，在进一步改善文化内容生产与传播的边际成本与边际收益的同时，更具有革命性意义的是，它让广大民众在技术与生产力的多个维度上成为文化创造与表达的独立主体。

互联网带动的全民文化共享共创发展，对于中国的文化强国建设具有重要意义。虽然互联网技术的早期创新发展不在中国，但在中国巨大活跃的内部市场、改革开放形成的激励环境以及统一高效的行政体系等共同作用下，互联网的生产力效应在中国得到了最迅猛、最广泛的发挥。网络经济渗透至生产销售和生活消费的各个方面，同时也为进一步培育和发展数字科技、智能科技带动的新质生产力创造了关键条件和场景。如果说在数智时代中国已经迈入与美国匹敌竞逐的全球第一方阵，欧洲或日本等正被甩在后面并且差距可能继续拉大，其重要原因之一就是中国互联网经济的显著比较优势。这种优势为数字化、智能化发展积淀了深厚的数据资产、算力储备、人才资本和创新投入。在当前数智时代的大潮中，中国文化强国建设的关键任务是要充分把握人工智能相关技术在推进文化创新方面的生产力效能，让文化生产力与新质生产力产生乘数效应，同时也为人工智能的发展建构“以人为本”的基石和“智能向善”的路径。基于比较优势和生产力效应，中国应该着眼于更具应用潜力的小参数模型人工智能的开发，这将更智能、更高效地辅助最大多数富有创造精神的普通人成为新时代文化创新的主体。制造业时代的中国人口红利，在数智时代

已升级为更具创造力潜能的新人才红利。正如短视频应用程序 TikTok 在全球的强大市场竞争力所反映出的，中国的算法、算力、人力等综合优势，正推动数智文化产业在全球竞速赛道上赶超领先。

放眼全球，建设充满人文魅力的强大国家

文化开放包容是国家强大持久的生命力，我们要通过人类文明交流互鉴的宏大视野，让新质生产力融汇人文魅力。“中国式文化现代化是面向世界的文化自信自强。”^①建设文化强国尤其需要开放包容，足够的开放才能验证一个国家文化强大的信心与定力，才能让一个文化强大的国家保持生生不息的活力和魅力。此外，文化强国绝不是自我陶醉，而是自觉自信与尊重接纳的双向强化。中华民族自古以来就是一个文化强大的共同体，一方面体现为持续稳定的本体文化价值认同，另一方面体现为在漫长的演进过程中得到其他国家或民族的认可、尊重以及融合接纳，这两个方面的交互作用不断强化中华文化的凝聚力和影响力。

文化软实力对于现代国家的发展繁荣，相较于传统社会更为重要，软实力的竞争也更为激烈和关键。在基于国际法的全球秩序得到普遍认可之前，传统的国家竞争总体上遵循军事意义上的硬实力规则。第二次世界大战以后，绝大多数国家硬实力消耗严重，人心思安，因此自愿接受并参与维护以联合国为核心的集体安全体系，以及由世界贸易组织、世界卫生组织、世界银行、国际货币基金组织、联合国教科文组织等政府间国际组织共同构成的基本国际秩序。在战后国际秩序框架下，国家间竞争与合作日趋经济化和文化化，同时，

① 李凤亮、陈能军：《中国式文化现代化建设论纲》，《广东社会科学》2023年第3期。



也伴随着全球经济文化化和文化经济化的趋势。经济发展水平与文化影响力，成为衡量国家强大与否的关键指标。中国的文化强国战略本身就体现了坚持民族振兴、和平发展的基本国策。当前，要更好地实现中华民族伟大复兴与大国和平崛起，就必须坚持改革开放的发展道路，积极培育以数字化、智能化为代表的新质生产力，在中华文化保护传承以及创新发展中积极作为，维护和推动开放、竞争、合作的世界大市场体系，增强中国的对外文化贸易水平，提升中华文化的国际传播力和影响力。

在开放的国际环境中，一个国家的文化软实力往往是由其文化经济的“巧实力”决定的。美国是利用全球开放市场建立起经济优势和文化霸权的典型代表。在国家策略上，美国政府明确地将经济、科技硬实力与文化软实力作为相互关联并相互赋能的外交工具和在全球推行美国价值观的重要手段。在外交策略上，鉴于二战后国际秩序的竞争格局，1990年哈佛大学教授约瑟夫·奈提出了相对于硬实力（hard power）的软实力（soft power）概念。2009年1月时任美国国务卿希拉里在国会听证会上使用“巧实力”（smart power）来描述其外交方略。时任美国总统奥巴马2013年到好莱坞考察时直言，娱乐业是美国经济的重要引擎，也是美国外交政策的重要组成部分，其传播美国价值观，帮助美国塑造全球文化形象。中国在经济总量上已经是紧随美国之后的全球第二大，但对于全球的文化影响力尚不能与自身经济地位相匹配。积极发展以新质生产力为动能的文化产业，提升对外文化贸易的水平与质量，是促使中华优秀传统文化有机融入人类文明交流互鉴格局、实现有效可持续国际传播的现实途径。工业技术帮助欧洲实现了

图书出版业的规模化发展，也助力欧洲价值观在全球的传播；电子电气技术推动美国创造了大众流行文化的繁荣，并帮助其占领全球文化市场，进而建立了文化霸权地位。数字时代，中国的经济与科技硬实力正在潜移默化地带动文化软实力在国际社会拓展。一方面，在欧美这样传统文化霸权根深蒂固的区域，中国文化的影响力越来越强，甚至部分地触发了政治意识形态上的对抗，比如美国政府对于TikTok采取的封禁政策；另一方面，在“一带一路”合作框架内的友好合作地区，中国的数字文化应用、电子产品、新能源汽车等都广受欢迎。2018年中东地区短视频和直播应用前20名榜单中，来自中国的互联网产品高达15个，该榜单上的产品在当地苹果应用商店和谷歌在线商店的总收入高达1.07亿美元，其中来自中国的应用收入约1.02亿美元，占比高达95%。2021年7月，国务院办公厅《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》表明，中国将积极推进数字化国际贸易，提升文化外贸数字化水平，支持以网络视频、文学作品、电竞游戏、数字音乐为代表的文化内容进一步拓展海外市场，支持数字内容业态提升获客能力。

和平性是中华文明最突出的特征之一，在构建全球文明共同体的新国际秩序格局中，中国需要积极有效地传播中华文化，讲好中国故事，让全世界了解中国的和平发展理念，并愿意与中国人民携手一道实现和平、有序、共赢的人类命运共同体。中国需要让新能源、人工智能等先进技术及其相关产业积极融入全球产业体系，大力推进新质生产力与文化生产力的深度融合与赋能，以增强中国的经济、科技硬实力和软实力的综合国际竞争力和影响力，建设一个充满人文魅力的强大国家，并全面系统地实现建设社会主义文化强国的战略任务。

[本文系北京市社会科学基金重大项目“坚持文化建设的人民立场研究”（23LLMLA143）研究成果。]

培育新质生产力： 科技与文化的“双轮驱动”

祁述裕，中共中央党校（国家行政学院）教授

“新质生产力”理念提出后，如何准确把握新质生产力的内涵，成为社会各界研讨的一个热门话题。目前在新质生产力的讨论中存在一个倾向，即仅着眼于经济角度，单纯强调科技驱动的作用。我们应突破唯技术论的单一视角，拓宽对新质生产力内涵的理解。笔者认为，新质生产力既是科技驱动的生产力，也是文化驱动的生产力，其本质上是科技与文化“双轮驱动”下的生产力。培育新质生产力不仅要关注科技的力量，还应该重视文化的力量；不仅要重视新质生产力对经济发展的促进作用，还应该认识到创造高品质生活是培育新质生产力的重要目标。

文化观念创新是培育新质生产力的土壤

文化的核心内涵是价值观、生活态度，是人们判断问题、评价事物、行为处事的方式。价值观和生活态度决定人们的行为。科技创新是培育新质生产力的主导力量，但科技创新不会凭空产生，而是需要由文化创新奠定坚实基础。因此，培育新质生产力首先需要推动文化观念创新。

历史上每一轮重大科技进步来临之前，往往都有一次思想解放运动。这些思想解放运动帮助人们摆脱传统的思维定式，激发人们以极大的热情去探索未知领域，从而催生新产业、新工艺、新经济体系。从16世纪开始，世界经济和科学中心经历了意大利—英国—法国—德国—美国的转移，每次转移都和文化变革、观念更新密不可分（见表1）。

文艺复兴运动使意大利率先冲破神学思想的束缚，人文主义精神的兴起唤醒了人们的理性，也点亮了近代自然科学的曙光；随着新教精神的传播，英国开始注重世俗生活和个人价值，加上实证主义方法论和科学教育理念的普及，推动了科技中心向英国转移。

启蒙运动与法国大革命极大地解放了法国人的思想观念，伏尔泰、孟德斯鸠、卢梭等启蒙哲学家大力提倡科学和民主观念，促使法国成为新的世界科技中心。“教研合一”改革使德国成为科学研究的乐园，德国还率先将科技成果与产业应用紧密结合。



《独立宣言》等文件为美国核心文化价值奠定了基础，二战以后，美国完善了人才引进制度，吸纳了一大批顶尖科学家，使美国成为新的世界科技中心。

中华民族的科技进步同样如此。一般认为，有历史记载以来中华民族出现过四次科技大发展时期，分别是春秋战国时期、两宋时期、近现代时期和中华人民共和国成立以后（特别是改革开放之后）。这四个时期的共同特点是伴随着深刻的社会变革，人们的思想观念发生了深刻变化，新理念、新知识层出不穷并广泛传播，为新的经济形态和科技进步奠定了基础（见表2）。

从古今中外的实践看，观念创新是科技创新的重要前提，是孕育新质生产力的土壤。只有确立了有利于创新的价值观和社会氛围，才有可能催生出重大科技创新。

文化需求是培育新质生产力的重要动力

文化需求历来是科技进步的催化剂。

表 1 世界历史上五大科学中心的文化背景和科技发展状况

科技中心	起止时间	文化背景	科技发展状况
意大利	1540—1610 年前后	文艺复兴运动兴起，提倡人文精神，先后出现了一批艺术家、思想家	哥白尼创立日心说，开普勒发现行星运动的三大定律，引发天文学革命；维萨里出版《人体结构论》，引发医学革命
英国	1660—1730 年前后	新教精神树立了新的价值取向，注重现世生活；培根提倡科学实验，洛克提出科学教育理念，对科教观念影响深远	牛顿提出三大运动定律；纺织机械技术和蒸汽机技术的发展，带动了专业化和大机器生产，机器工厂开始代替手工工场
法国	1770—1830 年前后	涌现出伏尔泰、孟德斯鸠、卢梭等启蒙思想家，产生天赋人权、三权分立、主权在民等思想学说	蒙特戈菲尔兄弟发明热气球；拉普拉斯发表《天体力学》；拉瓦锡奠定现代化学的基础；公制度量衡诞生
德国	1830—1920 年前后	康德批判哲学、黑格尔思辨哲学，形成了第一个属于资产阶级本身的哲学体系	欧姆发现电学中的欧姆定律，西门子发明世界上第一台直流电动机，人类进入电气工业时代；形成了以合成染料、人造橡胶以及新药品为主要内容的新型化学工业
美国	1920 年至今	《独立宣言》等文件为美国文化价值核心奠定了基础	形成了包括信息技术、空间技术、生物技术、新能源技术、新材料技术等在内的高新技术体系，人类进入信息时代

表 2 中华民族历史上四次科技大发展时期的文化特征和科技发展状况

科技大发展时期	起止时间	文化背景	科技发展状况
春秋战国时期	公元前 770—公元前 221 年	礼崩乐坏、百家争鸣	青铜工艺繁盛；冶铁技术进步，铁制工具大范围使用；牛耕、水利灌溉、人工施肥等农业技术广泛应用；中医学、天文历法体系初步形成
两宋时期	960—1276 年	提倡格物致知，奉行右文政策，礼遇文人、士大夫，注重文教	出现活字印刷、指南针等重大科技发明；火药正式应用于军事领域；形成古代算术的完整体系
近现代时期	鸦片战争至五四运动前后	中华文化现代转型，提倡民主与科学理念	大规模翻译西方社会科学和自然科学技术著作；煤矿、铁路、机械、造船、轻工、化工等领域取得重要突破，开启中国现代工业
中华人民共和国成立以后	1949 年至今	提倡解放思想和实事求是，反对教条主义	取得载人航天与探月工程、超级杂交水稻、高性能计算机、超大规模集成电路、第三代移动通信技术等一批重大科技成就

从媒体产业发展史看，人们对于生产、交流、传播文字信息的需求，引发了造纸术、印刷术等书写技术的兴起；对于生产、交流、传播音视频信息的需求，促进了摄影、唱片、电影电视等视听技术的蓬勃发展；对于文字、图像、声音、视频等各种传播媒介融合的需求，促使数据采集及编码、大数据、云计算、人工智能、VR/AR 等数字技术不断涌现。

在当代社会，随着人类物质生活的日趋丰裕和精神需求的增加，文化需求对科技进步的促进作用更加突出。例如，各种生成式人工智能技术的快速迭代，与其在影像、音乐、演艺、文学、网络游戏等文化领域的巨大需求和应用前景密不可分。2024 年年初，OpenAI 推出了文生视频大模

型“Sora”，其可根据提示词输出长达 60 秒的视频，并呈现出清晰逼真的周边环境和较为复杂的多角度镜头。“Sora”的出现是当代前沿科技与文化需求融合的必然结果。在可预见的未来，人类对于知识获取、逻辑推理、艺术创造和创新实现等方面的智能化需求，必将不断推动生成式人工智能向全方位、多领域的通用人工智能演进。文化需求与科技进步总是相辅相成。文化需求催生科技进步，科技进步则不断创造出新需求和新消费。例如，在人类历史上的很长时间里，人们习惯于在竹简、纸张等介质上阅读文字。而随着网络技术、数字技术的进步，人们可以在各种移动设备上阅读。技术进步又引发了人们对柔性显示技术、数字内容分发平台等数字阅读方面的新需求。这种“需求—科技进步—新需求”的不断循环跃升，为科技创新提供了不竭动力。

纵观科技发展史，一项重大技术发明从研发到应

用往往需要经历漫长的过程。能否成功走完从研发到应用的全过程，既取决于科研能力和科研条件，更要看该项技术是否适应市场需要。前沿科技只有与市场需求相结合，找到合适的应用出口，才能实现可持续的技术创新。在当代社会，随着人们文化需求的不断增长，文化消费市场成为科技成果转化的强有力推手。一个普遍现象是，前沿科技的市场化应用往往与文化市场相结合，从文化消费中寻找突破口；而文化消费市场对新产品的认可，又会反过来刺激数字科技的研发和创新，两者相互促进、相得益彰。以演艺市场为例，近年来，随着AR/VR等数字技术的发展，演艺业的呈现方式和表现手段日趋丰富，借助数字科技，涌现出一大批更具互动性和沉浸式体验的文旅演艺节目。沉浸式演艺市场的繁荣进一步推动了智能演艺软硬件产业链的形成和拓展。再以网络游戏为例，巨大的市场消费需求使得网络游戏成为云计算、5G、AR/VR、边缘计算、大数据、人工智能等当代数字前沿技术的试验场。

文化与科技融合新业态是培育 新质生产力的重要组成部分

一部文化产业发展史就是一部文化创意与前沿科技不断融合的历史，文化创意与科技融合形成的新业态引领着文化产业发展，在当代社会，这一趋势愈发显著。据国家统计局统计，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，比上年增长15.3%，快于全部规模以上文化企业7.1个百分点。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为70.9%。其中，可穿戴智能文化设备制造、数字出版、多媒体游戏动漫和数字出版软件开发、互联网搜索服务、娱乐用智能无人飞行器制造、互联网其他信息服务6个行业小类营业收入增速较快，分别为24.0%、21.6%、19.4%、19.3%、17.9%和16.5%。^①

以文化创意和数字技术融合为特点的数字创意产业已经成为战略性新兴产业和未来产业的重要组成部分。2016年国务院印发的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，明确将数字创意产业作为重点扶持的

五大战略性新兴产业之一；2024年工业和信息化部等七部门联合发布的《关于推动未来产业创新发展的实施意见》，将演艺与游乐先进装备、沉浸式体验设施等高端文旅装备列为创新标志性产品。在数字集成技术创新赋能下，文化体验装备不断升级，越来越多的创新产品涌入文娱市场。比如，在交互体验设备方面，基于眼动追踪技术、实时渲染算法等技术推出的空间现实显示器，使用户无需佩戴任何设备，即可欣赏高度逼真的裸眼3D内容；在沉浸式体验设备方面，通过融合三维立体投影、特效动画等技术，能够定制化创造沉浸式夜游、主题娱乐、体验式营销等多个主题的数字媒体项目；在智能演出设备方面，近年来大型无人机灯光表演越来越多地出现在公众视野里。成百上千架无人机通过编组与集成控制，完成各种主题演出，使天空成为无边界的立体舞台。

需要强调的是，发展新质生产力不能忽视传统产业，更不能放弃传统产业。实际上，传统产业在文化创意、科技等要素的赋能下，通过转型升级同样能培育出新质生产力。例如，近年来，一些地方运用新材料、新技术、新工艺，推动传统烟花产业向智能、绿色、安全、标准化的方向发展，各种低烟、无毒、无刺激性气味的新型环保烟花应运而生，不仅实现了烟花产业的提质增效，还拓展了其应用场景，不少烟花艺术作品成为备受瞩目的当代艺术，烟花+光影秀、烟花+科技秀等新产品层出不穷，使传统烟花产业焕发出勃勃生机。

创造高品质生活是培育 新质生产力的重要目标

新质生产力不仅要推动经济增长、物质富足，还要推动精神富有、文明提升。培育新质生产力的最终目的是服务于人，

① 国家统计局：《2023年文化企业发展持续回升向好——国家统计局社科院高级统计师张鹏解读2023年全国规模以上文化及相关产业企业数据》，https://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202401/t20240129_1946972.html。



增进民生福祉，提高人民生活品质。创造高品质生活是培育新质生产力的重要目标。

第一，培育新质生产力应致力于为大众创新创业提供更大的空间。高品质生活是创新活力竞相迸发、创业激情充分涌流的生活。培育新质生产力应最大限度地为大众想象力自由驰骋、创造力充分发挥创造条件。一是为社会大众参与艺术生产创造条件。随着生成式人工智能的发展，通用大模型、垂直大模型层出不穷，艺术创作的门槛大大降低，艺术生活化、生活艺术化正在成为现实。应鼓励技术研发，打通生产与消费、工作和娱乐的边界，进一步激发文化生产力。二是为激发个人创造、推动社会协作搭建平台。近些年，我国平台经济快速发展，但目前我国的文化和旅游网络平台主要服务于国内市场，还缺少全球性内容平台，知识、信息和技术等还没有通过国际化的内容平台实现有效集成。应努力在游戏、影视、购物、社交等领域建设一批全球性内容平台，吸引全球用户，提供文旅产品及服务，为激发大众创新创业热情提供更大的空间。

第二，培育新质生产力应致力于为公众提供更多高质量的精神文化产品。高品质生活是精神产品丰富、精神境界不断提升的生活。大数据、人工智能、AR/VR、5G、物联网等现代科技极大地提升了文化艺术的表现力和感染力，降低了文化艺术创作的门槛，为文化生产拓展了新的广阔空间。但必须看到，现代科技固然有助于丰富艺术表现手段，但并不能取代文化内容创新。在当代社会，随着数字技术越来越多地应用于文化生产，热衷于追求感官冲击力、技术大于内容、文化创意缺失的文化产品并不少见。早在1970年代，美国思想家丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》中就指出，西方现代派艺术的一个突出特点是通过利用科技手段达到震惊

效果，以掩饰内容的贫乏和肤浅。今天，丹尼尔·贝尔的批评仍有警示意义。从文化领域来看，培育新质生产力的基本目的是让前沿科技为精神文化产品的内容和价值追求服务，丰富人的精神生活，提升人的精神境界，为社会生活建立意义系统和价值系统，引导人们追求更高尚的生活意义，实现精神富有的高品质生活。

第三，培育新质生产力应以全民共享科技进步成果、实现科技普惠性为目标。高品质生活是精神上共同富裕的生活。在精神文化领域，无论是城市还是乡村，东部地区还是中西部地区，年轻人还是老人、儿童，都有权享受现代科技红利，提升文化生活的便利度。以近年来大力推进的公共数据开放和共享为例，这是解决“数字鸿沟”“数据孤岛”“数据垄断”等社会问题的有益探索。数据来源于民众并最终服务于民众。开放数据的目的是确保公众能够更好地分享数据，最大限度地发挥数据的效能。各地在数据开放和共享方面有很多探索，比如“让百姓少跑腿、让数据多跑路”的服务口号，在网上为企业提供一站式服务等。这些都体现了数据开放和共享的理念。要实现高品质生活，需要更多类似举措，推动新质生产力更好地为社会公众服务。

第四，培育新质生产力应秉持科技向善的理念，确保科技进步始终朝着有利于增进人类福祉的方向发展。现代科技在促进经济发展和社会进步的同时，也伴随着许多突出问题，如算法歧视、信息茧房、个人隐私泄露、侵犯知识产权等。这些问题给社会价值理念和道德伦理带来很大冲击。我们应该认识到，科技本身是中性的，其对社会的影响取决于人们如何认知、如何运用。在现代科技发展日新月异的今天，更加迫切需要发挥文化在规范科技进步、促进科技向善中的不可替代的作用，通过文化的力量为科学研究、技术应用等提供价值遵循和社会认同，降低科技进步可能带来的负面影响，控制科技进步伴随的种种潜在风险，确保新技术、新产品、新应用符合科技伦理，防止科技的误用和滥用。

[本文系中国行政体制改革研究会课题“国家文化公园建设研究”(2023CSOARJJKT009)阶段性成果；中央戏剧学院数字戏剧系博士研究生邓雨龙对本文亦有贡献。]

文化新质生产力：新一轮 信息技术革命的升维驱动

臧志彭，同济大学人文学院教授、同济大学中国特色社会主义
理论研究中心特约研究员

新质生产力在文化领域的内涵延伸与应用实践形成了“文化新质生产力”。所谓文化新质生产力，其核心是以文化创意与科技创新的深度融合为主导，以高科技、高效能、高质量、高创意为特征，以文化领域劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵，以新一代信息技术集成应用为生产逻辑进行文化产品或服务的创意设计、生产制作、分发传播及消费服务从而大幅提升全要素生产率的先进生产力质态。文化新质生产力由信息技术的革命性突破及其引发的文化生产要素创新性配置、文化产业深度转型升级而驱动催生，需要从信息技术革命的历史演进趋势中加以深刻洞察。

人类历史上四次信息技术革命： 文化生产力迭代演进史

文字的发明是人类历史上第一次信息技术革命，也是人类根本区别于动物的文明起点。距今五千多年的古代西亚的楔形文字、古埃及的象形文字，以及公元前1600年左右我国商朝时期出现的甲骨文等文字的发明和迭代演化，^①推动了人类历史上文化生产力第一次质的飞跃。文字使人类能够创作生产更为复杂的文化内容，能够跨越时间和空间的局限，长期记录和广泛传播复杂的思想、知识和文化，极大地促进了人类文化的积累和文明的传承。

造纸术和印刷术的发明推动人类进入第二次信息技术革命时代，同时也带来新一轮文化生产力的质的提升。在纸张发明之前，文字的主要载体是龟壳、竹简、羊皮卷等，这些载体传输的内容是单一的文字及简化的图形，文化生产力低下且难以大范围传播。随着纸张和印刷技术的发明，文化生产能力和传播效率再次获得质

的提升，书籍编撰和印刷成为可能，小说等文学作品的生产创作和诗词歌赋的广泛传播得以实现，以报纸和期刊等为载体的新闻传媒业也迅速发展。可以说，造纸术和印刷术的发明，真正催生了现代意义上的文化产业。

第三次信息技术革命是人类文化光芒绽



① 于省吾：《关于古文字研究的若干问题》，《文物》1973年第2期。

放的电子信息时代，它可以分为两大阶段。第一阶段是以电话和无线电为主的电子通信时代，人类的文化生产与传播从书面文字升级为电子信号和声音，实现了内容模态的根本性提升，并催生了音乐文化产业的诞生和发展；电子通信还重构了人与人之间的时空关系，大大提升了信息传播速度，使跨越空间的实时交流和即时文化生产成为现实。第二阶段是电影和电视的发明，它们将文化内容生产与传播升级到图片和动态图像阶段，推动全球进入影视文化产业时代，催生了表演、时尚、影视内容制作、电影院线与电视台、录音录像设备等众多文化细分行业，以前所未有的多样化业态极大地满足了人类的精神文化需求。

第四次信息技术革命开启了人类历史上辉煌的数字文明时代，它同样包含两大阶段。第一阶段是计算机的发明推动的文化生产力的数字化升级，使得文化内容的大规模储存、检索和处理成为可能，数字音乐、数字影视、数字游戏、数字艺术等

数字文化产业开始全面兴起。第二阶段是互联网和移动通信技术推动的数字文化革命,使得人类文化生产力在多个方面实现了升维:一是内容创作的数字化;二是文字、图片、音频、视频、流媒体、直播等各种模态内容的生成与组合;三是传播方式的数字化、网络化和移动化;四是结合人工智能和大数据技术推动文化生产力进入算法时代;五是推动人类进入移动化文化生产与社群化文化传播的新时代。

文化新质生产力:新一轮信息技术 集成驱动与组合跃迁

回顾人类历史上的四次信息技术革命可以发现,每一次信息技术革命都会对人类社会的文化内容形态、文化生产能力、文化传播范式和文化分发渠道进行深刻的重塑,进而引发人类社会精神财富的创造革命,推动形成新一轮的文化新质生产力。

(一)三大主导技术群驱动文化新质生产力的内在机理

以扩展现实(XR)为代表的元宇宙空间交互技术群、^①以区块链为核心的Web3.0技术群和以AIGC为代表的生成式人工智能技术群,正在以磅礴之势引领人类社会新一轮信息技术革命浪潮,其影响力之大,足以被称为第五次信息技术革命。这三大主导技术群的革命性突破正在加速推动新一轮文化新质生产力的形成与发展。

一是从空间交互维度看,元宇宙信息技术革命推动文化媒介的全面升级。在内容生产端和分发传播端,元宇宙不仅涵盖音视频图文等多媒体形态内容,还融入了气味、触感、氛围感等互联网时代难以传输的模态内容;在内容消费端,受众除了能接收到视觉和听觉信息之外,还能接收到嗅觉、味觉、触觉和整体的场景知觉。相

较于以往的文化生产力仅调动部分感官信息,元宇宙文化生产力能调动“全感信息+具身感觉”,从而引发心理共鸣,建立更深入的共情连接关系。

二是从区块链维度看,Web3.0信息技术革命带来信息、身份和价值的全面变革,推动信息互联网向价值互联网的转变。区块链NFT技术第一次真正解决了人类、物品和信息在虚拟世界的唯一性问题,赋予了个人对数字身份和数据资产的自主控制权,从而打破了中心化平台对用户信息权的垄断和剥削。Web3.0(区块链)构建了价值互联网的新范式,确立了数字资产价值,实现了价值资产的自由流通,促进了用户参与共创的价值回馈,并让用户能够自主控制价值收益的分配。这将为人类社会带来全新的价值互联网,为数字经济时代的文化生产关系建构奠定基础。

三是从AIGC维度看,人工智能信息技术革命正在从根本上颠覆传统的文化生产与内容传播范式,全面加速全球文明的融合进程。生成式AI的技术创新催生了全新的内容生态,塑造了新型人机关系。^②AIGC技术使得普通用户也能轻松生产高质量的文本、图像、视频等内容,从根本上打破了专业内容生产和中心化传播渠道的局限,促进了文化生产的民主化与平等化。AIGC技术还实现了内容的大规模定制化、多语种多平台智能化分发,极大提高了内容分发效率、降低了信息传播成本,并提升了海外传播能力和全球可及性。AI大模型让各类文明资源可以瞬间实现无国界调用,为全球各地的创作者提供了丰富的素材库,新颖而多元的精品力作将大规模涌现,世界文明大融通时代即将来临。

(二)信息技术革命驱动文化领域劳动组合的升维跃迁

新一轮信息技术革命正在全面驱动文化领域劳动者群体、劳动资料和劳动对象及其组合发生质的升维与跃迁,具体表现在四个方面。

一是文化领域劳动者群体的新质化重塑。新一代信息技术的集成应用从根本上推动文化领域劳动者群体的新质化。一方面,其重塑了文化劳动者群体的认知思维与劳动技能,具体而言,其一,新一代信息技术推动文化劳动者对元宇宙、AIGC、Web3.0等颠覆性创新形成根本性的认知思维改变;其二,文化劳动

① 本文采用狭义的元宇宙概念,即主要指以虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、混合现实(MR)等为代表的具有空间交互能力的虚拟世界。

② 刘纯懿、胡泳:《人机逆转、叙事僵死与无事实时代——生成式革命的影响与危机》,《探索与争鸣》2024年第1期。

者的劳动技能得到重塑，虚拟世界构建能力、交互式体验设计能力、AIGC 协同工作能力和数字资产运营能力将成为新一代文化劳动者的基本技能。另一方面，文化劳动者的群体构成将迎来颠覆性突破，传统的单一人类劳动群体将成为历史，文化生产领域将进入虚拟数字人、智能机器人、智能体等具有类人智能的新型文化劳动者群体与人类协同生产的新时代。

二是文化领域劳动资料的新质化重塑。在劳动工具和技术方面，传统的文化领域劳动资料和工具早已被数字化工具所取代，并正在逐渐被元宇宙、人工智能、区块链等新一代信息技术所重构，AIGC 正在为文化劳动者提供全新的、强大的生产工具和随时可调用的全球虚拟专家团队。在劳动基础设施和劳动空间方面，元宇宙为创作者提供了全新的创作空间和表达方式，打破了现实世界的物理限制。基于 AIGC 的内容生成平台和创作工具正在不断涌现，Web3.0 分布式账本技术为文化生产提供了可信的基础设施。

三是文化领域劳动对象的新质化重塑。在新一代信息技术集成应用的背景下，文化领域的传统劳动对象正在发生深刻改变：其一，传统的文化生产原材料和能源已被文化数据、虚拟文化资源和算力算法及数学模型所取代；其二，传统的文化内容正日渐被数字化 IP、NFT 与数字藏品、AIGC 多模态与跨模态内容、虚拟土地、虚拟建筑、虚拟物理环境等广泛重构；其三，虚拟经济体系（包括数字资产、虚拟货币、虚拟交易市场等）和虚拟社会系统（涉及虚拟用户、数字生命、虚拟社交等）成为文化劳动者需要理解和参与的新领域劳动对象。

（三）新一轮信息技术驱动下的文化新质生产力趋势性特征

在新一轮信息技术革命的集成推动下，文化新质生产力在生产空间、生产主体、生产内容、生产方式、生产网络等五大层面呈现出新的趋势性特征。

一是多维融合的空间生产。元宇宙空间交互技术创新将推动文化新质生产力超越互联网文化时代的连接逻辑和网络效应，建构元宇宙时代的文化空间生产运行逻辑。正如苹果公司首席执行官库克在 Vision Pro 发布会上提到，他期待将人类带入“空间计算时

代”。未来文化生产将在空间计算、扩展现实、计算机图形学、机器视觉等技术的融合加持下，实现文化资源素材的良性共享、协议标准的友好对接、跨界联合开发以及跨组织融合生产。

二是指挥密集型的人机交互。传统的文化生产力时代，人类社会除了少部分精英群体是“指挥者”外，大部分人是“执行者”。而在生成式人工智能大规模投入文化生产过程后，智能机器将全面充当“执行者”的角色，并推动人类群体向“指挥者”升级。当创作执行者角色被智能机器大量取代后，人类长期以来被忽略或压抑的“创意和智慧”将会获得前所未有的释放，人类的文化生产力将从“执行密集型文化生产力”升级为“指挥密集型文化生产力”。

三是跨模态的内容生成。跨模态内容生成是通过 AI 大模型技术对不同模态（如文本、图片、音频、视频等）的信息进行有效整合，生成具有多模态表现形式的内容作品。传统的文化创意内容生产遵循“文生文”“图生图”的线性生产逻辑，而在 AI 大模型能力涌现的基础上，现在已经可以实现文字生成图片、短视频等，未来甚至可能一句话生成一部电影或者一款游戏。随着 AIGC 技术的快速迭代，跨模态内容生成将成为文化新质生产力的一大突出特征。

四是全面的私人定制。传统的文化内容产品大多是标准化的。然而，在 AIGC 的推动下，同一部电影，每个人看到的情节和结局可能是不同的；同一款游戏，每个人经历的关卡和战局也可能是不同的；同一个景区数字空间，每个人经历的内容也将是独特的。基于 AIGC 的数字文化产品将根据消费者的喜好，进行一对一的私人定制化内容生产。此外，消费者也不再仅仅是被动的内容接受者，而将主动发挥自身才智和个性偏好，指挥 AIGC 工具创作



更符合自身需求的文化产品，从而获得独一无二的文化体验。

五是用户共创共治的价值网络。在基于区块链技术建立的价值互联网络生态中，利用加密技术、时间戳技术、NFT 技术等手段，赋予文化内容产品唯一性与不可篡改性，开辟了文化生产新的创作和交易空间。未来，整个文化产业的价值链将全面打通，形成价值共创网络。基于区块链智能合约技术，价值网络中的用户将自动获得与自身劳动贡献相对应的利益分配，从而激励用户主动参与、自主贡献与共同治理，推动整个文化价值网络的持续生长。

融入新一轮信息技术革命， 加快建构文化新质生产力

主动融入新一轮信息技术革命，加快建构新时代文化新质生产力，具体可从如下四个方面着手。

第一，促进文化创意与新兴信息科技深度融合。应积极遵循新一代信息技术集成创新应用的文化生产核心逻辑，加快推动文化劳动者准确把握世界科技前沿、掌握多维知识结构、开发关键核心技术、熟练使用新型生产工具。同时，高效推动文化领域劳动资料与新一代信息技术、先进制造技术、新材料技术等融合应用。努力拓展虚拟空间场景、虚拟经济体系和虚拟社会系统等新型劳动对象范畴，不断提升利用人工智能、区块链、元宇宙等新兴科技深度赋能文化事业和文化产业的国家能力。

第二，以版权 IP 数字化为核心，优化文化产业结构。基于新一轮信息技术革命的趋势，加快调整和优化文化产业结构，打造以版权 IP 数字化为核心的文化新质生产力，积极探索文化场景、业态与模式的转型升级和颠覆性创新；推动区域数字文化产业发

展，打造特色文化科技融合产业带；形成具有国际竞争力的数字文化产业集群，抢先建立数智时代文化产业全球价值链主导权；优化文化产业布局，构建以文化新质生产力为核心的现代文化产业体系，实现各类文化行业间价值链的顺畅贯通，建立良性繁荣的文化生态系统。

第三，推动国家文化数字化层级跃升。从全球主要发达国家文化数字化演进态势看，文化数字化战略逐渐显现出三大战略层级：1.0 层级是面向文化资源的数字化战略，2.0 层级是面向文化生产力的数字化战略，3.0 层级是面向数字经济的文化数字化战略。要结合国家文化数字化战略层级，着力构筑文化新质生产力的战略基础。在 1.0 层级上，应建立常态化的文化资源数字化采集和存储机制，文化资源科学分类、规范标识和科学检索机制，以及基础的文化资源数据标注与关联机制，构筑文化新质生产力的坚实资源基础。在 2.0 层级上，应通过资源端、云端、生产端和消费端来形成文化数字化生产能力，构建文化新质生产力的价值链基础。在 3.0 层级上，应着力构建“数字身份→数字资产→数字经济+数字社会→新数字文明”的文化新质生产力全新运行逻辑，为其构筑坚实的新型基础设施。

第四，以文化新质生产力的人才培养为根基，铸就中华民族现代文明建设的中坚力量。文化新质生产力的形成和发展，需要强大的创新型文化科技人才作为支撑。为此，要加强面向第五次信息技术革命的文化科技人才队伍建设，注重依托以虚拟现实为代表的空间交互技术群、以区块链为核心的 Web3.0 技术群和以 AIGC 为代表的生成式人工智能技术群等，全面塑造新的文化类学科体系、教学培养方案体系和知识体系，构建完善的基础教育、职业教育、高等教育人才梯队体系；加大力度吸引掌握新一轮信息技术集成应用能力的海外优秀文化科技复合型人才回国工作，为文化新质生产力的加快发展提供充足的人才保障。

[本文系中央高校基本科研业务费专项资金“国家文化数字化发展现状及策略研究”(22120230345)研究成果。]

新型生产要素融合创新

——文化新质生产力的关键内容

陈能军，南方科技大学全球城市文明典范研究院研究员

马克思将文化生产视为“生产的一些特殊的方式”，即与物质生产相对应的精神文化生产，认为其发展“受生产的普遍规律的支配”。^①随着社会的不断进步和科学技术的飞速发展，新的生产工具和生产关系不断涌现，为文化生产力的发展提供了新动能、指明了新方向并赋予了新意蕴。在全球化背景下，文化产业已成为国民经济的重要组成部分，同时也是文化与经济双向渗透、相互融合的新兴产业载体。由此，文化生产力开始成为“文化经济化”和“经济文化化”耦合式发展的标志，具备了物质性与意识形态性的社会实践统一。新的经济社会环境催生了新的社会生产要素及其组合形态，这为生产力的新质化奠定了基础；反过来，在新质生产力的内涵性规定中，也必然包含新型生产要素的集聚、融合与创新。新技术推动下的文化大数据、文化大模型、文化大算力、文化新生成、文化新基建、文化新感知、文化区块链、文化数字孪生等多元新质要素及其融合，将成为新阶段推动文化生产力蓬勃发展与质态跃升的强大动力。

新型生产要素的科学内涵及其文化领域呈现

新质生产力相对于传统生产力，具有适应新时代、集聚新知识、拥有新工艺、开发新产品、蕴含新动能、拓展新市场和满足人民新需求等质态内涵，^②这些质态内涵本质上反映了生产力对于生产要素新质化的内在要求。

（一）新型生产要素的科学内涵

在西方经济学传统中，对生产要素的考察始于古典政治经济学鼻祖威廉·配第，他提出“土地为财富之母，而劳动则为财富之父和能动的要素”。^③这一观点为后来马克思论证资本和财富的起源提供了合理的

理论支撑。亚当·斯密在《国富论》中进一步将商品价格归结为三个组成部分，即劳动、资本和土地，形成了“三要素论”。随后，马歇尔等人将“管理”和“技术”纳入考察范畴，形成了西方经济学的“生产要素五元论”。在马克思主义理论体系中，劳动



被视为开启社会发展之谜的总钥匙，以劳动视角来观察生产力，不难发现生产力的核心在于“始终是有用的、具体的劳动的生产力”，“在劳动过程中，人的活动借助劳动资料使劳动对象发生预定的变化”。^④同时，马克思认为“劳动生产力是由多种情况决定的，其中包括：工人的平均熟练程度，科学的发展水平和它在工艺上应用的程度，生产过程的社会结合，生产资料的规模和效能，以及自然条件”。^⑤这些论述共同构成了马克思主义的生产要素理论，即生产力包括劳动者、劳动资料和劳动对象三个基本要素。

相较于西方主流生产要素理论，马克思主义劳动生产要素理论遵循社会生产的动态发展规律，突破了资本主义的制度藩篱，从一开始就强调了社会化大生产需要不断更新和增加新的生产要素，^⑥生产要素是一个社会历史性的理论范畴。同时，马克思主义生产要素论的理论内涵相比西方经济学更加直指本质，具有现实指导意义。

① 马克思：《1844年经济学哲学手稿》，《马克思恩格斯全集》第42卷，北京：人民出版社，1979年，第121页。

② 罗建文：《新质生产力是马克思主义生产力理论的新发展》，《学术交流》2024年第4期。

③ 威廉·配第：《赋税论 献给英明人士 货币略论》，陈冬野、马清槐译，北京：商务印书馆，1963年，第71页。

④⑤ 马克思：《资本论》，《马克思恩格斯文集》第5卷，北京：人民出版社，2009年，第59、211页，第53页。

⑥ 卫兴华：《马克思的生产力理论超越了西方经济学》，《人民日报》2017年4月10日。

无论是资本、劳动、土地还是管理或技术，它们都不过是“劳动者—劳动资料—劳动对象”这一闭环的衍生物。

① 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。

② 赵玉洁：《马克思主义如何理解“生产力”》，《学习时报》2024年5月20日。

③ 李凤亮、陈能军：《中国式文化现代化建设论纲》，《广东社会科学》2023年第3期。

④ 郭全中：《我国文化大数据体系建设研究》，《中国编辑》2020年第12期。

⑤ 高书生：《文化大模型：蓄势待发》，《科技与出版》2024年第2期。

党的十八大以来，我国持续深化生产力变革和生产关系重塑，新型生产要素逐渐被纳入国家战略方针层面。2019年10月，党的十九届四中全会将“数据”增列为新型生产要素，使得“六要素论”成为中国特色社会主义经济理论繁荣发展的重要基础。2023年9月，习近平总书记在新时代推动东北全面振兴座谈会上，提出“加快形成新质生产力”的论断，为社会生产力的高科技、高效能、高质量发展开启了新篇章。新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，特点是创新、关键在质优、本质是先进生产力。^①将劳动生产力和生产要素理论嵌入发展新质生产力的社会实践，新质生产力对于生产要素的新要求主要体现在：劳动者方面，应具备更强烈的创新意识、更深厚的知识储备、更尖端的技术水平，以迈向战略性人才和应用型人才行列；劳动资料方面，应秉持创新驱动原则，加快原创性技术、颠覆性技术突破，赋予生产资料更高技术含量；劳动对象方面，应以战略性新兴产业和未来产业为主要“试炼场”和载体，拓宽劳动对象范围。^②

综上所述，新型生产要素是指在经济社会发展中，随着科技进步和产业变革，涌现出的有别于资本、劳动和土地等传统要素的，具有独立形态的新生产要素，它们不断参与到社会生产大函数中，并以此实现价值分配。新型生产要素的引入旨在提高全要素生产率、降低生产成本、改善产品质量。新型生产要素具有以下核心内涵：其一，新型生产要素包括但不限于科技创新、智能制造、绿色环保、跨界融合等因素，其更大的潜力空间在于各类新旧

要素之间的融合创新；其二，新型生产要素并非独立出现，而是需要与传统的土地、劳动、资本等要素相辅相成，共同发挥作用；其三，新型生产要素并没有脱离“劳动者—劳动资料—劳动对象”的闭环，所有活动均生发于其中；其四，随着新技术、新理念、新模式和新业态的不断涌现，新型生产要素的具体形态也将不断丰富和完善，其始终受动态发展的现实规律影响。

（二）新型文化生产要素的基本呈现

以新型生产要素“对文化进行创新是丰盈人民精神生活、提高人民精神力量、实现中国式文化现代化的本质要求”。^③新型文化生产要素与传统文化生产要素的差异在于其更加注重创新驱动，通过技术加速文化生产的数字化、智能化、网络化、融合化趋势，而传统文化生产要素则更强调传承、手工制作和地域性特征，跨界融合程度较低。在当前的文化生产实践中，涌现出文化大数据、文化大模型、文化新内容、文化新基建、文化新感知等多类新型文化生产要素。

第一，文化大数据。这是通过大数据技术和方法对文化领域的数据进行采集、整理、分析和应用而形成的信息资产。^④主要包括：文化产业数据（如影视、音乐、出版、游戏等文化产业的市场数据、用户行为数据和作品数据）、文化遗产数据（如历史文物、艺术品、文学作品等文化遗产的数字化数据、保护修复数据）、文化消费数据（如观众、读者、游客等文化消费者的消费行为数据、偏好数据和社交互动数据）以及文化传播数据（如社交媒体、新闻媒体、传统媒体等平台上的文化内容传播数据、影响力数据和话题热度数据）。

第二，文化大模型。“文化大模型是在基础大模型的基础上形成的行业模型，文化机构再基于文化大模型开发专业模型，也就是场景模型。”^⑤文化大模型是人工智能工具，它需要数据、算法和算力的支撑，才能对文化建设和文化产业进行深入分析、描述和再创。当前流行的 Sora、Runway、VideoPoet、文心一言等，都是文化大模型的典型代表。

第三，文化新内容。文化新内容可以通过跨文化交融或深耕原创内容等方式产生的纯粹精神内容，

也可以是基于新载体的文化新呈现,还可以是新文化业态、新技术手段以及生产和消费理念等。近年来兴起的网络文学、数字动漫、移动短视频、无人机演艺、UGC(用户生成内容)、数字广告等,都可以视为文化新内容的范畴。

第四,文化新基建。文化新基建是以数字化、智能化、网络化为核心,推动文化领域数字化转型升级和高质量发展的新型基础设施建设。它将促进文化产业高质量发展的新需求涌现、新场景应用、新模式变革和新价值重构,并进一步拓展新业态的培育路径。^①文化新基建主要包括文化大数据系统、文化算力设施、超高清带宽设备、云储存设施、5G通信设施、文化数字化工程等。

第五,文化新感知。文化新感知是新型传感设备在文化领域的应用,通过智能机器连接,结合云计算、大数据、人工智能等技术,促进文化传感生态圈的裂变式发展,进而为文化产业的智慧应用赋能。^②文化新感知增强了文化产品的自动感知能力,丰富了人们的文化想象,辅助文化内容创新,并创造了更为交互和沉浸式文化消费体验。虚拟现实设备、定位系统、体感游戏机、数字互动展馆等都具备了文化新感知元素。

新型文化生产要素加速 文化生产力新质化的三个维度

如果说新型生产资料的要素化是生产力新质化的同步过程,那么,从生产资料要素化的两大基本点来看(其一,生产要素能为经济增长作出贡献;其二,生产要素能参与收入分配),新型文化生产要素作用于文化新质生产力的机理维度主要包括三个方面:新型要素嵌入文化大生产过程,新型要素的集聚、组合与增值,以新型要素参与文化产业价值分配。前两个方面从属于前述的关于经济增长的第一基本点,第三个方面则与分配相关。

(一)嵌入维度:新型要素全面嵌入文化大生产过程

将数据、技术、创意、人工智能、基础设施等新

型文化生产要素嵌入和渗透到文化大生产的全过程,即文化产品与服务的设计、生产、传播、交易等全产业链环节,不仅可以有效降低产业联动的边际成本,还能促进文化产业内部融合以及文化产业与其他产业的跨产业融合进程,从而催生丰富多彩的文化新业态。^③

在设计环节,大数据和人工智能应用有助于设计师们理清思路、拓展视野,为他们提供自动化设计平台,引导设计成果更具创意和贴近市场需求,并对设计全程的相关要素开展数据分析管理,深度发掘产品设计与消费需求之间的有机连接,使设计与产品快速占领消费市场,获得市场竞争优势。在生产环节,新技术要素的嵌入有利于文化企业优化生产流程、变革组织结构、压缩运营成本,提升文化产业整体生产效率。例如,通过大数据精准预测文化产品生产所需要素的价格波动,优化生产决策,规避产业链风险,实现经济效益最大化。^④在传播环节,利用自媒体、融媒体和短视频等数字传播平台,人们可以通过智能手机充分利用碎片化时间接收和传递社会信息。同时,智能算法也能够为人们精准推介个性化信息,使文化传播更高效。在交易环节,新技术要素改变了市场资源配置方式,使传统的“生产—供应—消费”模式向新兴的“需求刻画—订单生产—精准营销”模式转变,有效契合文化生产与文化消费之间的一致性趋势,大幅降低交易成本和不确定性风险。

(二)效率维度:新型要素的集聚、组合配置与增值

嵌入维度主要是从嵌入文化产业大生产过程的角度,探讨新型文化生产要素如何加速文化生产力新质化,而效率维度则侧重分析新型文化生产要素如何通过自身的多元聚焦、融合与增值,以提升文化生

① 陈能军、李凤亮:《5G“新基建”赋能数字创意产业高质量发展》,《中国社会科学报》2021年2月23日。

② 陈能军、史占中:《5G时代的数字创意产业:全球价值链重构和中国路径》,《河海大学学报》(哲学社会科学版)2020年第4期。

③ 祁述裕、闫烁:《数字时代文化产业治理新特点与繁荣文化产业新思路》,《山东大学学报》(哲学社会科学版)2024年第1期。

④ 许安明:《大数据与文化产业融合发展:内涵、机理与路径》,《求索》2022年第4期。

产效率，进而加速文化生产力的新质化进程。

第一，新型文化生产要素通过集聚发展提升创新能级。整合各类新型文化生产要素，形成具有高度协同效应的创新体系，能够提高各要素组合之间的整体创新效能和经济效益。新型文化要素的集聚发展将优化创新环境，促进人才交流合作，增进不同领域跨界融合，推动文化产品转型升级。此外，集聚带来的规模效应也能吸引更多优质投资和政策扶持。第二，新型文化生产要素通过融合创新提升产业效率。例如，我国在文化领域具有显著的内容资源优势，通过文化大数据与文化大模型的融合创新与应用，能够使我国分散、孤立、沉淀的丰富文化资源，转化为可关联、可计算、可分析的现实性文化资产。文化感知与新技术的融合创新也能带来新的综合性增长，利用VR、AR、MR等新技术提升用户感知，能够使人们更直观地体验和参与文化活动，推动文化消费质量齐增。第三，新型文化生产要素通过整体增值提升要素报酬。当新型文化生产要素参与文化生产整体增值过程时，其价值和贡献也会相应提升，以确保其报酬增益。例如，引入创新的制作工艺和技术手段、创新的营销策略和推广方式，强化要素之间的协同合作，均可能提升文化产品的市场价值，为相关要素争取更大的报酬空间。

（三）公平维度：以新型要素参与文化产业价值分配

价值分配公平意味着激励，也意味着自由市场中某种产权风险的解除。只有充分保障新型文化要素公平地参与产业价值分配，才能最大限度地实现新型要素的价值化、资本化，激发新要素融合创新的自主能动性，进而使新型文化生产要素真正成为具有同等要素报酬的生产资料，并

挥其创造价值的最大潜力。

新型文化要素价值化，最为核心的功能在于激发创新活力，推动新技术、新产品、新业态的涌现，进而促进文化新质生产力的不断发展。然而，新型生产要素的价值化，离不开“定标—确权—入表—交易—风控”这一完整链条。由于新型文化生产要素多为新质事物，形式种类多样且各具独特性，当前各类新型文化生产要素的价值化流程往往存在不同程度的断裂。以文化数据要素为例，数据标识问题的存在，可能导致其在确权、检索、互联互通和安全控制等环节遭遇障碍，无法实现“可见可不见，可控可计量”的目标。同时，数据“两源”（溯源+开源）问题未解决，也会威胁到交易安全和交易可行性。从文化数据的独特性质来看，其多主体生产、多场景复用属性可能导致精准确权和付费上的障碍，信息脱敏的高标准要求必须增强安全监管的严格性，文化数据减损贬值快则会影响到交易时效的敏感性，而交易与交互流通方式的并存可能会削弱其场内交易意愿。^①这些问题亟待政府、市场和理论界协同攻关，通过理论研究和实践探索，不断疏通新型文化要素价值化路径中的痛点与堵点。

因地制宜是新型文化生产要素 融合创新的关键策略

为何将“因地制宜”作为新型文化生产要素融合创新的重要关切，可从要素禀赋和创意要素成本非均衡两种理论路径来进行阐释。各地的文化要素禀赋差异决定了它们挖掘获取、倚重哪些要素及如何配置要素。同时，创意要素成本的非均衡性为不同创意要素投入约束的地区（或主体）提供了不同的生产要素投入策略。例如，文化创意初创型企业，尤其是要素投入有限的主体，应尽量避免“习得成本”和“初创成本”成为沉没成本，而是选择投入具有收益无限复制权的“母本成本”。^②

结合文化新质生产力主题以及我国文化生产力发展现状，因地制宜的关键举措主要有以下三方面。

第一，走“数实结合”的文化发展道路，夯实文

① 江小涓：《数据的经济学分析：要素、产业和市场》，中国数字经济发展和治理学术年会（2024）主题演讲，2024年2月23日，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794564405069004152&wfr=spider&for=pc>。

② 徐海龙：《创意不会导致“生产要素拥挤”？——试论文化生产中的创意成本及风险》，《国际新闻界》2023年第5期。

创产业高质量发展基石。我国拥有庞大的实体经济数据体系，这为文化新质生产力的发展提供了坚实的数据基础和实体经济支撑。我们应充分结合这一文化经济发展实际，使文化生产与数据、算力、算法等新型生产要素在优化配置的基础上融合，形成现代服务业特别是生产性服务业，构建“创意者+工程师”的人才与知识驱动模式，赋能新能源生产、新能源汽车、半导体以及

机器人高端装备等先进制造业和实体经济的发展，加速生产工具的升级换代，引领劳动资料效能提升。同时，应避免过度追踪“大算力、大模型、大数据”等热点技术，确保技术与应用紧密结合，加快重大创新成果从“实验室”走向“生产线”。

第二，深入挖掘中华优秀传统文化资源，实现创造性转化与创新性发展。中华优秀传统文化源远流长，蕴含着丰富的智慧和财富，是我国文化要素禀赋的巨大优势。对传统文化的创造性转化和创新性发展，有利于发掘资源和降低创意要素成本。我们应通过现代科技手段和艺术表现形式，使传统文化与现代社会相结合，赋予其新的生命力和魅力。应持续推动传统文化数字化工程，提升技术支持和人力资源配备，建立全面的数字化档案库，制定传统文化资源数字化工程的标准和规范，确保数字化成果的质量并形成长期保存的能力。

第三，以满足人民群众文化需求为根本，破除技术垄断下的普惠化障碍。应以发展人文经济为使命，以科技引领文化消费升级，为文化消费者提供更丰富多样的体验，更好地满足最广大人民群众的精神和物质生活需要，促进文化发展的普惠化。同时，以科技创新为核心促进文化产业全要素生产率大幅提升，降低整体要素价格，实现文化新质生产



“加快发展文化新质生产力”学术研讨会

力发展的全民共享。当前，西方资本主义社会出现了“技术垄断陷阱”，即以技术要素价格全面抬升整体要素价格水平，进而造成生产成本居高不下、技术创新丧失动力的局面。面对这些问题，我们应在加快发展文化新质生产力的过程中，以破除技术垄断为导向，为技术要素设定合理的价格区间，在充分激励技术创新的同时，避免陷入“技术垄断陷阱”。唯有如此，才能最大限度地解放生产力、发展生产力。

[本文系国家自然科学基金艺术学项目“中国式现代化引领下的文化产业动力机制及优化策略研究”(23BH166)、深圳市社会科学规划重点课题“城市文明典范：丰富拓展人类文明新形态的深圳实践研究”(SZ2023A005)阶段性研究成果。]