

数字技术驱动文化产业高质量发展的机制与路径研究

崔颖然

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月4日

摘要

在数字经济与实体经济深度融合的背景下, 数字技术正成为推动文化产业经济价值释放的核心引擎。本文以数字技术对传统文化符号的资本转化为逻辑起点, 结合“数字敦煌”云平台、网络文学“策略性免费”模式、微短剧出海等多元典型案例, 系统分析数字经济与文化产业融合的经济维度: 从数字技术创新文化资本转化路径, 到文化产品带动产业链延伸形成的经济联动效应; 从“谷子经济”激发内需潜力, 到文化出海构建全球价值链的经济价值; 最终揭示二者融合对构建国内国际双循环、推动经济高质量发展的作用机制。研究表明, 数字经济通过重构文化生产与消费模式, 不仅实现了文化符号向经济收益的高效转化, 更推动文化产业成为刺激技术研发、扩大内需、优化产业结构的新经济增长点, 为经济硬实力提升提供了可持续的动力支撑。

关键词

数字经济, 文化产业, 文化资本转化, 产业链延伸, 高质量发展

Research on the Mechanism and Path of Digital Technology Driving the High-Quality Development of Cultural Industry

Haoran Cui

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 4, 2025

Abstract

In the context of deep integration between the digital economy and the real economy, digital

文章引用: 崔颖然. 数字技术驱动文化产业高质量发展的机制与路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 506-514.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14123888

technology has emerged as a core engine driving the release of economic value in the cultural industry. Starting from the capital transformation of traditional cultural symbols through digital technology, this paper systematically analyzes the economic dimensions of digital economy-cultural industry integration. Using multiple case studies including the “Digital Dunhuang” cloud platform, the “strategic free” model of online literature, and the global expansion of micro-series, it explores: how digital innovation reshapes cultural capital conversion pathways; how cultural products extend industrial chains to create economic synergies; how the “Grain Economy” stimulates domestic demand potential; and how cultural globalization constructs global value chains. Ultimately, it reveals how this integration drives the dual circulation strategy and promotes high-quality economic development. The research demonstrates that by redefining cultural production and consumption models, the digital economy not only efficiently converts cultural symbols into economic returns but also transforms the cultural industry into a new growth engine. This innovation stimulates technological R&D, expands domestic demand, optimizes industrial structures, and provides sustainable momentum for enhancing economic hard power.

Keywords

Digital Economy, Cultural Industry, Cultural Capital Transformation, Industrial Chain Extension, High-Quality Development

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字技术的迭代升级，全球经济进入“数字驱动”的新发展阶段。文化产业作为兼具精神属性与经济属性的特殊产业，在数字经济的赋能下突破了传统生产要素的束缚，不仅成为了“文化资源”，也成为了“经济资本”。根据国家数据局发布的《数字中国发展报告(2024年)》中的数据，2024年我国的数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达10%左右。同时根据国家统计局数据，2024年我国文化及相关产业营业收入规模超19万亿元。在此背景下，探讨数字经济与文化产业的融合路径，尤其是二者融合产生的经济效应，不仅符合“推动文化和科技深度融合”的国家战略导向，更对挖掘内需潜力、构建新发展格局、提升经济硬实力具有重要现实意义。

在数字经济与实体经济深度融合的时代背景下，数字技术驱动文化产业高质量发展已成为学界关注的前沿议题。现有研究已从多维度构建了坚实的理论基础：任保平与豆渊博(2025)从人文经济学视角阐释了融合的内在逻辑，强调其对构建现代文化产业体系的关键作用[1]；解学芳和陈思函(2025)则聚焦于“数实新场景”模式，系统分析了产业、政策与技术三重逻辑的协同演化机制[2]。在实证层面，张秀丽(2025)证实了数字技术创新对文旅融合高质量发展的显著促进作用及门槛效应[3]，而张苏缘和许珩哲(2025)基于地级市数据，揭示了数字经济通过产业集聚提升文化产业创新水平的非线性影响[4]。此外，针对转型中的现实挑战，闫杰(2025)剖析了融合度低、人才短缺等困境并提出了制度构建路径[5]，张振鹏(2025)则从文化强国战略高度，前瞻性地指出了数智化、全球本土化等未来趋势[6]。微观企业层面，陈梅和王建秀(2025)验证了数字化转型对企业价值的提升机制[7]，而杨逐原(2025)以“村超”为例、陆晓芳(2025)以中华优秀传统文化“两创”为例，分别从乡村文化IP打造和传统文化赋能角度丰富了实践案例[8][9]。

然而，既有研究多侧重于宏观机制探讨或特定业态的个案分析，对数字技术如何系统性地驱动文化资源向经济资本转化，并通过产业链延伸与内需扩大形成经济联动效应的内在路径，尚未形成整合性分

析框架。本研究正是在此基础上,旨在弥合宏观理论与微观实践之间的缝隙。与已有文献相比,本研究的创新之处在于:一是整合“技术赋能-资本转化-经济联动-格局构建”的分析链条,试图构建一个更具系统性的机制模型;二是着重剖析文化生产力在激活国内大循环与构建国际循环中的双重作用,从而明确本研究不仅是对现有理论的有益补充,更是对数字经济时代文化产业作为新增长极推动经济硬实力提升路径的深化与拓展。

本文基于“技术赋能-资本转化-经济联动-格局构建”的分析框架,整合文化遗产数字化(如“数字敦煌”)、网络文学(如番茄小说)、影视(如《哪吒之魔童闹海》)及电子游戏(如《黑神话:悟空》)等多元业态的实证数据,从文化资本转化、产业链延伸、内需激发、全球价值链重构四个层面,系统剖析数字经济与文化产业融合的共性与特性,旨在突破个案研究的局限,构建一个更具普适性的经济分析范式,为推动二者深度融合、释放经济动能提供全面的理论参考与实践启示。

2. 数字技术：传统文化符号向文化资本转化的经济基础

数字经济对文化产业的赋能,首要体现为通过技术创新重构文化生产模式,推动传统文化符号突破“非遗”“文物”等静态资源属性,转化为可量化、可交易、可增值的文化资本。这一转化过程依托创作路径、传播载体、表现形式三大技术维度展开,不仅降低了文化生产的边际成本,更扩大了文化产品的市场边界,为后续经济价值的释放奠定基础。

2.1. 创作路径创新：降低生产成本，提升文化产品经济上限

传统文化创作受限于载体(如纸张、画布)与技术(如手工雕刻、实体拍摄),存在生产周期长、成本高、复制难度大等问题,难以形成规模化经济效应。数字技术通过数字化重构与智能化工具,打破了这一限制:一方面,通过实物扫描、3D建模等技术实现传统文化符号的数字化存储,降低后续创作的重复成本;另一方面,借助数字技术、AI辅助设计等工具提升创作效率,同时突破物理空间限制,丰富文化产品的内容维度,从而提升其市场竞争力与经济价值上限。

以《黑神话:悟空》为例,开发团队通过对山西晋祠彩塑、重庆大足石刻等民间艺术进行实物扫描,将传统文化元素转化为数字化模型,既避免了传统手工复刻的耗时耗力,又实现了文化元素的精准还原。同时,运用虚幻引擎5的虚拟化微几何技术和实时全局光照系统,构建出具有沉浸式体验的“西游世界”,使文化产品的内容质量达到国际一流水平。这种创作路径的创新,不仅使游戏在全球范围内获得超过3000万份的销量,实现超11亿美元的直接收入,更通过技术复用性为后续文化产品开发降低了成本——其数字化的古建筑、文物模型可作为行业共享资源,推动整个文化创作领域的成本优化,形成“技术投入-成本降低-规模收益”的良性经济循环[10]。

2.2. 传播载体拓展：打破市场边界，扩大文化产品经济规模

传统文化传播依赖线下渠道(如博物馆、剧院、书店),受地域、时间、受众规模的限制,文化产品的市场覆盖范围有限,经济收益难以突破区域壁垒。数字平台(如视频网站、社交媒体、游戏平台)的发展,通过“无边界传播”特性打破了这一限制:一方面,数字化文化产品可通过互联网实现“一次生产,全球复制”,边际传播成本趋近于零;另一方面,数字平台的互动性与社交属性,能够激发用户自发传播与讨论,形成“口碑效应”,进一步扩大市场规模,提升文化产品的经济收益。

《哪吒之魔童闹海》的传播实践,为上述理论提供了有力佐证。该影片成功构建了线上线下深度融合的“立体传播网络”。在传统渠道层面,依托影院海报、预告片播放吸引线下观影;在数字渠道层面,则充分利用微博、抖音等社交媒体的裂变式传播特性。例如,影片在微博发布融入话题元素的角色海报

与预告片，引发大量转发讨论；在抖音平台发起互动挑战与特效滤镜，鼓励用户创作相关短视频，实现了病毒式传播，有效突破了地域限制，触达全球潜在观众。这种基于数字平台的“全渠道整合”策略，不仅极大扩展了影片的物理触达范围，其内含的互动机制更将观众从被动接收者转变为主动传播节点，通过用户自发的分享、评论和二次创作，形成了强大的口碑效应，最终推动其全球票房突破 158 亿元，位居全球影史前列。此外，数字平台还通过精准化传播进一步放大了经济效益。依托大数据分析用户偏好，《哪吒之魔童闹海》在哔哩哔哩等 Z 世代聚集的平台发布二次元风格物料，与游戏厂商进行角色联动，实现了对二次元爱好者、游戏玩家等细分群体的精准触达，有效激发了特定圈层的消费热情。这表明，数字传播载体不仅实现了范围的广度扩张，更通过精准洞察实现了传播的深度渗透，使文化产品得以在全球化市场中精准对接多元需求，最大化其经济收益[11]。

2.3. 表现形式丰富：激发消费需求，挖掘文化产品经济潜力

数字技术的赋能，极大地拓展了传统文化符号的表现形式与传播维度，使其从静态、单一的展陈品，转变为动态、多元、可交互的文化产品，从而有效激发消费需求，充分挖掘其潜在的经济价值。

首先，数字化呈现打破了文化体验的时空壁垒，极大扩展了消费群体和市场规模。例如，敦煌研究院围绕“数字敦煌”理念，通过数字化技术完成了 230 个洞窟的复刻采集、145 个洞窟的图像拼接及 160 多个洞窟的立体空间结构重建[12]，为文创产品的开发提供了海量数字资源。其推出的“云游敦煌”小程序，“云游敦煌”于 2020 年 2 月上线，上线后仅两个月，浏览人数就实现了累计浏览量超 1200 万人次，此项目还获得了国家文旅局的认可，于 2020 年获得了该年度的“中华文物全媒体传播精品(新媒体)推介项目”[13]。这种“云游”模式将不可移动的敦煌文化遗产转化为可随时随地访问的数字化产品，突破了实体场馆的物理限制和接待上限，触达了远超线下规模的潜在消费者，为大规模变现奠定了流量基础。

其次，交互式与沉浸式体验增强了产品的趣味性和用户粘性，直接刺激消费意愿。在数字经济赋能文化产业的框架下，交互式与沉浸式体验作为数字技术应用的核心环节，显著增强了文化产品的趣味性和用户粘性，直接刺激消费意愿。以文档一中的国风网游《梦幻西游》为例，其“锦衣”系统依托数字技术(如 3D 建模和实时渲染)创造了高度交互的虚拟时尚体验，用户可通过自由搭配锦衣改变角色外观，实现个性化表达。这种沉浸式玩法不仅提升了产品的视觉冲击力——如受访者强调锦衣颜色(如绿色“更养眼”)和设计细节(如“绶绶头饰”的飘逸感)带来的感官满足——还通过“可观赏性”机制激发用户持续参与。根据数据显示，用户累积消费金额达 2000 元至 10 万元，其中限量锦衣(如“青花瓷”)因稀缺性从初始 200 元升值至最高 4 万元，反映了消费意愿的强烈驱动。同时，沉浸体验加深了用户情感投入，如受访者描述搭配锦衣时进入“心流”状态，增强游戏忠诚度；而社交功能(如论坛分享打卡照)进一步延长用户粘性，形成“消费-体验-再消费”的循环[14]。

3. 文化产品的经济联动效应：产业链延伸与内需扩大

数字技术推动传统文化符号转化为文化资本后，其经济价值并非局限于文化产品本身，更通过“文化 IP+ 关联产业”的模式形成经济联动效应，带动产业链从文化产业向第二、第三产业延伸，同时激发消费需求，扩大内需，成为推动经济增长的重要动力。这种联动效应的核心逻辑是：优质文化 IP 形成的用户粘性，转化为对关联产品的消费需求，进而带动上下游产业发展，形成“文化产品-关联产业-整体经济”的价值传导链条。

3.1. 产业链延伸：从文化产品到“文化+”产业集群

数字时代的文化产品不再是孤立的“作品”，而是能够带动上下游产业发展的“IP 核心”。以《黑

神话：悟空》《哪吒之魔童闹海》为代表的优质文化 IP，通过授权、合作等方式，将文化价值转化为实体经济的经济价值，推动产业链从文化产业延伸至硬件制造、文旅、餐饮、零售等领域，形成“文化+”产业集群。这种延伸不仅提升了文化 IP 的经济价值，更带动了关联产业的技术升级与市场拓展，形成多产业协同发展的格局。

从《黑神话：悟空》的产业链延伸来看，其经济联动效应主要体现在三个领域：一是硬件制造领域，游戏对电脑、主机的性能要求较高，带动了硬件消费的激增。据工人日报数据，《黑神话：悟空》超过 3000 万份的销量，超过 11 亿美元的收入都标志了其在商业上的成功，而除了销量上的火爆，其经济上所带来的联动效应也使其成为中华优秀传统文化的“两创”实践所驱动经济硬实力发展的典型代表。游戏发售首日引发的硬件消费激增(游戏主机日环比增长 122%) [15]；二是文旅领域，在游戏发售后，山西省的文旅收入完成了 1.66 亿元的爆发式增长。三是餐饮零售领域，品牌联名产品“黑神话腾云美式”达到了 30 万+的销售量，这些都充分证明了，文化 IP 对相关产业链的推动作用[16]。

在 IP 衍生品领域，当前我国的“谷子经济”已经于 2024 年达到了 1689 亿元的市场规模，而且预计将与 2029 年增长到 3000 亿元[17]。而这种增长不仅验证了文化消费对扩大内需的战略价值，更预示着文化生产力将在构建新发展格局中发挥更重要的引擎作用。围绕文化 IP 所形成的产业链延伸则聚焦于“IP 衍生品”领域，形成了以“谷子经济”为核心的消费市场。数字经济的赋能，正是“谷子经济”实现爆发式增长并持续释放潜力的关键所在。具体而言，其驱动机制体现在以下三个方面：

首先，数字经济通过精准的线上营销与销售渠道，极大地降低了交易成本并拓展了市场边界，直接催化了“谷子经济”的规模效应。以《哪吒之魔童闹海》为例，《每日经济新闻》记者查询天猫潮玩盲盒回购榜发现，其与泡泡玛特合作的“天生羁绊系列手办盲盒”在天猫等数字电商平台上，以“超 7000 人回购”的数据登顶潮玩盲盒回购榜，并霸榜前三。这种基于数字平台的即时销售数据反馈和社交传播，不仅快速放大了 IP 热度，更形成了持续的消费热潮，据《中国影视行业知识产权发展与保护研究报告(2024)》统计，《哪吒 2》的 IP 衍生品销售金额超过 100 亿元。使得衍生品销售收入成为媲美甚至有望超越票房的重要收入，极其生动诠释了数字经济如何将文化 IP 的流量高效转化为实实在在的经济收益。其次，数字经济催生了以数据为驱动的 IP 开发与运营模式，延长了文化 IP 的生命周期，为“谷子经济”的可持续发展提供了核心动能。2025 年 6 月 26 日，光线传媒在互动平台表示，《哪吒之魔童闹海》的衍生品开发覆盖了盲盒、手办、文具等超过 30 个品类、200 多个产品，实现了对目标消费群体的精准覆盖。这种“小批量、多品类、快迭代”的柔性生产与销售模式，正是依托数字技术对市场需求的敏锐捕捉，使得 IP 价值得以在时间长河中多次、多维度变现。最终，数字经济的深度融合正推动中国影视产业从“票房依赖”向“IP 多元运营”的健康结构转型，这正是“谷子经济”战略价值的宏观体现。如光线传媒王长田所言，中国电影公司对票房的依赖度高达 90%，而美国这一比例约为 30%。数字经济背景下的 IP 衍生开发，正是降低单一票房风险、提升非票收入的关键路径。王长田提出的将票房依赖度降至 50% 的合理目标，以及万达电影陈祉希强调的好莱坞非票收入占比可达 60% 的行业趋势，均清晰地表明，以“谷子经济”为代表的数字文化消费新业态，不仅是扩大内需的短期热点，更是重构文化产业价值链、提升经济韧性的长期战略支点[18]。

3.2. 内需扩大：文化消费成为内需增长的新引擎

在我国经济转向“内需驱动”的发展阶段，文化消费作为消费升级的重要组成部分，其增长潜力正被数字经济持续激发。数字技术通过降低文化消费门槛、丰富文化消费场景、提升文化消费体验，使文化消费从“小众消费”转向“大众消费”，从“低频消费”转向“高频消费”，成为扩大内需的重要动力。

从消费门槛来看,数字文化产品通过“免费+付费”的模式降低了消费门槛,吸引了更广泛的消费群体。以网络文学领域为例,番茄小说APP等平台推行的“策略性免费”模式极具代表性。从平台经济学理论的角度来看,这一模式本质上是利用平台的多边市场特性和网络效应,加速文化资本的转化与增值。平台作为中介连接供给方(作者、内容创作者)和需求方(读者),通过免费内容吸引海量读者(需求侧),形成庞大的用户基础。这反过来吸引更多作者入驻(供给侧),产生内容供给的规模效应,形成“正向反馈循环”。平台的“免费+付费”梯度设计是一种典型的交叉补贴策略:免费层用于扩大网络规模,付费层则挖掘用户剩余价值。同时,平台通过数据驱动算法实现内容精准匹配,不仅降低了文化产品的传播边际成本,还通过用户行为数据优化内容推荐,提升文化资本的转化效率。具体而言,该模式通过提供海量免费阅读内容,彻底消除了用户的经济门槛,使网络文学从过去付费阅读时代相对小众的消费,转变为触达数亿月活跃用户(如番茄小说MAU达1.75亿)的大众化消费。这种“免费”入口快速做大了市场基本盘,并培育用户习惯。在此基础上,平台再通过会员增值服务(如去广告、离线阅读、优先更新等)构建“付费”层级,精准满足深度用户需求,实现了从“流量”到“销量”的价值转化[19]。从平台经济学理论的角度来看,网络文学平台的“策略性免费”模式本质上是利用平台的多边市场特性和网络效应,加速文化资本的转化与增值。平台经济学强调,平台作为中介连接供给方(作者、内容创作者)和需求方(读者),通过降低交易成本、激发跨边网络效应来实现价值创造。具体而言,番茄小说APP通过免费内容吸引海量读者(需求侧),形成庞大的用户基础,这反过来吸引更多作者入驻(供给侧),产生内容供给的规模效应,形成“正向反馈循环”。这种模式将传统文化资本(如文学IP)置于平台生态中,通过数据驱动算法实现内容精准匹配,不仅降低了文化产品的传播边际成本,还通过用户行为数据优化内容推荐,提升文化资本的转化效率。此外,平台的“免费+付费”梯度设计是一种典型的交叉补贴策略:免费层用于扩大网络规模,付费层则挖掘用户剩余价值,这体现了平台经济学中的价格结构非中性原则。最终,平台通过这种商业模式,将文化资本从静态的符号资源转化为动态的经济收益,同时强化了文化生产的可持续性,为文化产业的高质量发展提供了理论支撑。这正是数字经济在文化产业中的典型应用:利用数字产品边际成本趋近于零的特性降低初始门槛扩大受众,再通过数据洞察对用户群体进行精细化分层运营,以梯度化的服务实现商业变现,最终形成“免费扩大基础、付费挖掘深度”的良性循环,充分释放了文化消费的内需潜力。

4. 文化生产力与新发展格局:数字经济与实体经济的深度融合

文化生产力是数字经济时代的新型生产力,其核心是通过数字技术激活文化资源的经济价值,推动文化产业与实体经济深度融合,进而构建国内国际双循环的新发展格局。从理论逻辑来看,文化生产力的发展遵循“经济基础决定上层建筑,上层建筑反作用于经济基础”的规律:一方面,经济发展为文化生产力提供技术、资本等物质基础;另一方面,文化生产力通过激发消费需求、推动技术研发、优化产业结构,反作用于经济基础,推动经济高质量发展。从实践来看,文化生产力通过“对内激活消费、对外拓展市场”的双重向度,成为构建新发展格局的重要支撑。

4.1. 对内激活消费潜能:推动国内大循环的畅通

国内大循环的畅通依赖于产业链、消费链与资金链的协同联动。文化生产力通过对这些链条的重塑,成为推动国内大循环的关键节点。其传导机制具体表现为:在消费链层面,数字技术通过降低门槛、丰富场景,将文化消费从低频、小众行为转变为高频、大众消费,直接扩大了终端消费市场规模。在产业链层面,终端消费市场的旺盛需求向上游传递,形成强大的“需求牵引”效应。这不仅直接拉动了文化内容创作本身,更带动了更广泛的关联产业;在资金链层面,上述产业链各环节产生的经济收益,一部

分转化为企业利润用于再投资，另一部分通过就业和税收转化为居民收入与政府财力，进而反哺消费市场，形成“居民增收－消费升级－产业扩张－技术迭代”的良性闭环。最终，文化生产力通过激活消费链、延伸产业链、优化资金链，实现了“需求牵引供给，供给创造需求”的动态平衡，有力推动了国内大循环的畅通与能级提升。

从文化供给创新来看，数字技术深刻改变了文化内容的创作、呈现与分发模式，驱动供给端从标准化、批量化生产向个性化、精细化定制转型。一方面，人工智能、大数据等技术的应用显著提升了文化生产的效率与多样性。例如，基于 AIGC 技术，文化内容创作的门槛得以降低，实现了从“专家创作”到“大众共创”的转变，这不仅极大地丰富了文化产品的供给数量，更能通过用户数据分析，生成更贴合不同圈层受众偏好的个性化内容，有效满足了市场长尾需求。另一方面，数字技术推动了文化遗产资源、传统文化符号的数字化转化与活化，使原本静态、沉睡的文化资源转变为可交互、可体验的动态数字内容，如“云游敦煌”等项目，极大地拓展了文化供给的品类与形态，创造了新的消费场景。另一方面，强势文化 IP 的形成能有效创造并引领市场需求，进而倒逼上游供给体系的升级[20]。以《黑神话：悟空》和《哪吒之魔童闹海》为例，其成功不仅直接拉动了游戏、电影市场的消费，更形成了强大的 IP 辐射效应，催生了对于周边衍生品、联名商品、文旅体验等多元化、高品质供给的旺盛需求。这种“需求牵引供给”的效应，促使制造业、旅游业、零售业等关联产业主动进行技术升级与产品创新，以适应文化消费市场的新变化。最终，优质的文化供给与被激发的消费需求之间形成了正向反馈循环，即“供给创造需求，需求优化供给”，从而有力推动了国内大循环的畅通与能级提升。

4.2. 对外拓展市场：推动国际循环的构建

在全球化不可逆转的背景下，文化产业的“出海”不仅是文化软实力的体现，更是推动国际循环、提升经济硬实力的重要路径。数字技术通过打破地域限制、降低出海成本、适配国际市场需求，使我国文化产品能够更高效地进入国际市场，构建全球价值链，推动国际循环的构建。

具体而言，数字技术从三个方面为文化出海提供了关键支撑：一是降低本地化成本与门槛。以人工智能翻译技术为例，AIGC 的应用使得网络文学等文本内容得以“一键出海”，显著降低了多语种译制的成本与时间，实现了全球读者的“零时差”追更。二是创新出海模式与路径。数字文化贸易呈现出交易中介平台化、内容数字化的特征。企业不再局限于传统版权输出，而是通过自建国际流媒体平台(如 WeTV、ReelShort 等)或与海外平台深度合作，实现从“借船出海”到“造船出海”的升级，直接触达全球用户，掌握渠道主动权。三是精准适配国际市场。数字平台能够依托数据洞察海外消费者的兴趣偏好，推动文化产品进行本土化创新改编。例如，网络游戏《Mobile Legends: Bang Bang》通过植入熊猫、京剧等中国文化元素，并依托在当地举办电竞赛事，成功融入东南亚市场，实现了文化价值与市场效益的双重收获[21]。

由此可见，数字技术通过赋能传播渠道、优化运营模式和驱动内容创新，有效提升了我国文化产品的国际竞争力，使其成为畅通国际循环、提升经济硬实力的重要载体。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

本文基于“技术赋能－资本转化－经济联动－格局构建”的分析框架，系统剖析了数字经济赋能文化产业的经济逻辑与实践路径。研究结果表明，数字技术通过重构文化生产、传播与消费的全链路，深刻变革了文化产业的价值创造模式，使其成为推动经济高质量发展的重要引擎。其一，数字技术是传统文化符号向文化资本高效转化的经济基础。通过创作路径创新、传播载体拓展和表现形式丰富，数字技

术不仅显著降低了文化生产的边际成本,更极大拓展了文化产品的市场边界,为《黑神话:悟空》《哪吒之魔童闹海》、“数字敦煌”等文化 IP 的价值释放奠定了坚实基础。其二,文化 IP 的经济价值通过产业链延伸与内需扩大形成强大的联动效应。优质文化 IP 不再仅是孤立的作品,而是成为带动硬件制造、文旅、衍生品等第二、三产业协同发展的“价值核心”。同时,以“免费+付费”为代表的数字消费模式有效降低了文化消费门槛,将小众、低频消费转变为大众、高频消费,充分激发了内需潜力,形成了“供给创造需求,需求优化供给”的良性循环。其三,文化生产力通过对内激活消费与对外拓展市场,成为构建新发展格局的关键支撑。数字经济推动了文化供给的个性化与精细化,满足了国内市场的多元化需求,畅通了国内大循环;同时,通过降低本地化成本、创新出海模式和精准适配国际市场,显著提升了我国文化产品的国际竞争力,使其成为畅通国际循环、提升经济硬实力的重要载体。综上所述,数字经济与文化产业深度融合,通过“技术赋能-产业联动-双循环构建”的作用机制,不仅实现了文化价值向经济收益的高效转化,更推动文化产业成长为刺激技术研发、扩大内需、优化产业结构的新增长极,为经济硬实力的提升提供了可持续的动力支撑。

5.2. 未来展望

尽管数字经济赋能文化产业已取得显著成效,但仍面临一系列挑战,未来可从以下三个方向重点发力,以释放更大的经济动能:首先,加强文化 IP 的长效运营与价值深挖,破解“短生命周期”困境。当前部分文化 IP 存在“昙花一现”的问题。未来应超越短期流量思维,构建 IP 长效运营机制。通过开发续集、衍生作品、搭建用户共创平台等方式,持续更新 IP 内容,维持用户粘性,实现 IP 价值的多次、多维度变现,延长其经济价值的释放周期。其次,完善文化产业链的协同机制,提升整体效能。文化产业链上下游之间存在技术标准不统一、利益分配机制不完善等问题,制约了联动效应的最大化。未来需建立跨行业、跨领域的技术标准与利益共享体系,推动形成“风险共担、利益共享”的合作模式,构建高效协同的产业生态。最后,提升文化出海的精细化与本土化能力,应对全球化竞争。面对复杂的国际文化市场,简单的产品输出易遭遇“文化折扣”。未来应深化与海外当地企业、创作团队的合作,加强对目标市场的文化习俗、审美偏好和法律法规的研究,推动文化产品在内容、营销和运营上进行“在地化”创新,实现从“走出去”到“走进去”的跨越,在全球价值链中占据更有利位置。

总之,随着数字技术的持续迭代与文化产业的不断创新,二者的深度融合将释放更大的经济潜能。通过聚焦 IP 长效运营、产业协同与出海本土化,有望构建更具韧性和国际竞争力的现代文化产业体系,为我国经济高质量发展提供坚实支撑。

参考文献

- [1] 任保平, 豆渊博. 人文经济学实践中文化产业与数字经济的融合[J/OL]. 经济与管理评论, 2025: 1-10. <https://link.cnki.net/urlid/37.1486.F.20251010.1141.002>, 2025-11-04.
- [2] 解学芳, 陈思函. 数实新场景赋能的中国式数字文化产业高质量发展模式研究[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2025, 46(5): 92-105.
- [3] 张秀丽. 数字技术创新与文旅融合高质量发展: 理论机制与实证分析[J]. 统计与决策, 2025, 41(19): 72-77.
- [4] 张苏缘, 许哲哲. 数字经济对文化产业创新的影响效应[J]. 山东师范大学学报(社会科学版), 2025, 70(5): 109-122.
- [5] 闫杰. 中国文化产业数字化转型: 现实困境、创新实践与路径选择[J]. 学习论坛, 2025(5): 103-111.
- [6] 张振鹏. 文化产业驱动文化强国建设的逻辑跃迁、实践突破与趋势演进[J]. 行政管理改革, 2025(9): 15-26.
- [7] 陈梅, 王建秀. 数字化转型对文化产业上市公司价值的影响机理研究[J]. 技术经济与管理研究, 2025(8): 124-131.
- [8] 杨逐原. 数字传播时代乡村文化 IP 打造: 逻辑、模式与路径——以贵州省黔东南自治州“村超”为例[J/OL]. 吉首大学学报(社会科学版), 2025: 1-11. <https://link.cnki.net/urlid/43.1069.C.20250910.1427.002>, 2025-11-04.

-
- [9] 陆晓芳. 数字技术赋能中华优秀传统文化“两创”的实践进路[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2025, 39(5): 130-136.
- [10] 王超越, 吕拉昌. 文化产业数字化驱动与创新路径: 以《黑神话: 悟空》为例[J]. 当代经济管理, 2025, 47(4): 54-60.
- [11] 王瑶. 数字时代动画电影的创新传播路径——基于《哪吒2》商业模式画布的分析[J]. 传媒与艺术研究, 2025(2): 141-147.
- [12] 郑紫薇. 基于 SIVA 理论的敦煌研究院文创产品的场景营销策略探究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛科技大学, 2023.
- [13] 吕强, 王昕. 数字文旅的服务创变、传播新态与现实效益——基于微信小程序“云游敦煌”的考察[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2025(2): 74-84.
- [14] 蔡文轩, 陈雅莉. 感官刺激、情感回报与社交连接: 国风网游用户的虚拟时尚消费体验研究[J]. 华夏传播研究, 2025(1): 179-198.
- [15] 苏墨, 杨召奎. “悟空”点燃多个产业“黑神话效应” [N]. 工人日报, 2024-08-27(004).
- [16] 罗晓晨, 张晓华, 杨晟毅. 产业链视角下国产游戏爆火的经济效益剖析——以《黑神话悟空》为例[J]. 中国商论, 2024, 33(24): 65-68.
- [17] 杨逸, 赵媛媛. “一吒难求”背后的文化密码[N]. 南方日报, 2025-02-28(A01).
- [18] 毕媛媛. 154.5 亿元票房“收官”后, 《哪吒之魔童闹海》还在赚更多的钱? [N]. 每日经济新闻, 2025-07-04(006).
- [19] 余人, 丁麦. 未来网络文学是免费阅读还是付费阅读——基于番茄小说 APP 的思考[J]. 编辑学刊, 2025(1): 22-28.
- [20] 周建新, 谢金苗. 2024 年文化数字化研究——前沿热点、多元视角与未来展望[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版), 2025, 38(3): 94-111.
- [21] 方英. 全球数字文化贸易格局与我国的样态创新[J]. 人民论坛, 2024(15): 100-105.