

“大数据时代文化产业的机遇与挑战”高层论坛在洛举行

打造大数据高地 助力文化产业发展

核心提示

“这是一个信息爆炸的时代,这是一个数据为王的时代,这是一个充满无限可能性的时代”,无论您承认与否,大数据时代已然到来;无论您选择与否,大数据技术进入文化产业领域已是必然……大数据时代给我市文化产业带来哪些机遇与挑战,文化产业应以何种姿态应对?值得探讨。

4月12日,市文广新局诚邀国内高校学者、IT业精英、知名企业大数据领域专家聚集洛阳,深度剖析大数据时代文化产业的发展方向、战略路径,为我市文化产业发展把脉、定位、制定对策。现摘录部分嘉宾的精彩发言,以飨读者。

推动洛阳旅游进入大数据营销时代

陈勇良(江苏物泰信息科技有限公司总裁)



“文化产业经过国家的大力支持,得到长足发展,但目前依旧存在文化内容创作水平不高、服务质量不好、产品供需脱节、价格体系扭曲

等深层次问题。”陈勇良认为,在文化产业面临转型升级的重要时期,大数据作为一种革命性的技术发展趋势,正引领着商业和市场的深刻变革,也为文化产业转型升级提供机遇。

陈勇良说,数据即资产。通过大数据技术,对大规模人群的喜好数据进行分析,能够明确目标受众的需求,创造出适销对路的文化产品;通过大数据技术,能够有效分析出用户的消费承受点,找到产品成本和运营收入之间的平衡点,从而在降低产品运营风险的前提下,覆盖最广的消费人群;文化企业通过搜集整理游客的情感体验数据,能够有效分析和提炼市场的

时尚和审美发展趋势,这些数据有助于企业实现“产业文化化、产品文化化”。

最早在国内提出“智慧旅游”概念的陈勇良表示,江苏物泰信息科技有限公司将致力于建设融合大数据与洛阳文化旅游的平台,打造洛阳文化旅游大数据精准营销平台,通过收集用户的点击、访问、购物车和购买维度,进行人群细分和精准投放,让文化旅游产品变成订单;基于全方位的游客分析、游客个性化沟通和全渠道的游客沟通、以游客为中心的效果评估等大数据分析及应用,从而推动洛阳旅游进入大数据营销时代。

大数据时代,国内最大的红利在河南

翟玉峰(江苏美地旅游科技有限公司总裁)



翟玉峰认为,大数据时代,人人都是麦克风。大数据时代,谁掌握

的数据越多,他获得的资本就越多。现在通过博客、微博、微信、论坛等方式就能获得许多数据。当人类行为以数据的形式出现时,社会组织如政府、企业等所创造的价值也呈现为一系列的数据,这些数据对企业来说不仅是产品,而且是生命。

过去信息多由官方发布,现在基本表现为人与人之间的传播,每个人都是媒体,每个人都在传播信息,而且传播速度达到以秒计算的程度。“手媒体”让传统的话语权发生了变化和转移,文化产业的经营模式发生了变化。

翟玉峰说,大数据时代,国内最大的红利在河南,河南有一亿多人口,如果人手一部智能手机,其传播的商业价值相当大。上次来洛阳,他就被洛阳深厚的文化所吸引,但洛阳的这些文化大多积淀在游客的印象里、多埋在地下,迫切需要利用大数据整合洛阳文化资源,并加以传播。

翟玉峰建议,要深度挖掘河洛文化的媒体属性,借助最新的互联网媒体如微信、微博等,通过大数据的传播手段,使洛阳的文化产业实现实质性发展。

文化产业化需与资本紧密结合

孙鹏(北京博睿投资公司总裁)



孙鹏认为,国家对传统文化的传承越来越重视。振兴中华文化

统文化,是实现中国梦的重要组成部分。各国文化的传承和发展在不同历史时期的实现途径是不同的。过去,英国通过殖民使英语成为世界语言;现在西方国家主要通过文化产业化宣扬本国文化,如美国通过文化相关产业的全球发展,使其成为现代流行文化的核心,从而在全球建立以美元为主的货币体系。

在当前全球化日益深入和互联网技术应用日新月异的时期,传承和弘扬中华传统文化,必须适应新形势。除国家加大对文化的投入外,还要让文化与资本紧密结合,通

过资本投入,把中国文化产业化、市场化、品牌化,把各文化领域的精髓产品化、流行化、世界化。希望今后看到越来越多的中国年轻人身着中式服装出现在国际舞台上,看到越来越多的中国文化产品如同“中国制造”一样走进各国人民的生活。

孙鹏说,洛阳作为中国传统文化最具有代表性的载体,有着深厚的文化底蕴。洛阳市委、市政府把文化产业作为经济社会发展的动力之一,这是非常有远见的战略决策。作为投资人,我希望在洛阳能找到合适的文化领域投资项目。

给洛阳文化产业的四点建议

王洪俊(上海交通大学硕士生导师、上海浦东商会委员)



王洪俊认为,由于文化产业所涉及的行业和产品,在不断产生或更新数据资源。这些数据资源直

接面对消费者,有着明确的直接消费价值。加之文化产业本身的用户资源就极为丰富,所以文化产业引入大数据技术,有着极为广阔的前景。

王洪俊为洛阳文化产业的发展提出四点建议:

第一,应紧抓草根群体。“屌丝”是当前网络流行词,大量的用户以“屌丝”自居。实际上,在这些人中有很多属于高端人士,覆盖各个行业、领域。腾讯、阿里巴巴等公司的成功,就是因为抓住了大量“屌丝”。

第二,强化用户的参与和体验。让用户更多地参与、提出意见,用户也就愿意为自己选择的产品

买单。

第三,注重流量思维。流量意味着体量,很多商家都重视自己的流量,甚至用免费的方式来扩大用户群,最终实现赢利,而今天的免费是为明天更好地收费。

第四,有效利用社会化的媒体和平台。某手表品牌通过加入100多个微信群,发起对本品牌手表的讨论,有3000多人进行了转发,最终在11小时之内售出近1900只,订单金额超过900万元。这个案例说明,口碑营销是一种很好的营销方式。相比传统营销方式,口碑营销充分发挥平台和媒体的优势,与用户进行交流,更易抓住用户。

用大数据优化公共文化服务

冉军(吉林大学公共关系处副处长)



“目前我们处于信息快速发展的时代,在信息技术下的文化产业正逐步形成,文化的生产、创作、传播、消费方式已经改变。作为信息技术发展的前沿,大数据技术已深入到生产、生活领域,正颠覆着传统思维模式、行为习惯,深刻影响着传统文化的创新和发展。”说起大数据对传统文化产业的影响,冉军开门见山。

洛阳是十三朝古都、华夏文明的发源地,有着悠久的历史、数千年的文化积淀和丰厚的文化遗产。大数据时代,传统文化产业如何应对?

冉军认为,在这样一个全新的时代,巩固、提升洛阳在全国甚至世界文化领域的知名度与美誉度,是一个永恒、常新的课题。大文化与大数据碰撞可能产生耀眼的火花,但同时也给传统文化产业带来冲击。在大数据的背景下,文化创作方式、创意模式、传承方式都会得到不断改变,因此,通过大数据优化并提升公共文化服务的需求和潜在价值,抓住机遇探索文化产业发展方向是大数据时代文化产业发展的必由之路。

用智慧掘金大数据

戴蔚(海澜集团总裁助理、海澜商学院院长)



戴蔚说,大数据是信息社会出现的新名词,任何产品或服务都可以衍生出无穷的数据信息,这就是其内涵。如何解读、处理、利用这些大数据是一个新兴的产业。这些数据靠什么来整合利用?智慧!大数据经过智慧处理后就会成为“大宝库”;没有经过智慧处理,大数据就是“大垃圾”。

作为文化产业领域的企业,要有明确的发展定位。有两种方法供参考:一是产业化聚焦,就是立足于产业发展阶段和自身实力,定位于产业链的某一个环节,做深做精。如罗技公司的键盘、海澜之家男装连锁;二是集成化整合,对产业链上下游的产品进行集成创新,做总设计。IBM整合了信息产业、电子产业等,成为

一家智慧服务提供商,海澜集团也是把服装上下游资源进行整合,从而成为服装产业的龙头企业。

说到智慧就不能不提人才,发展大数据产业,首先要解决人才问题。

历史证明,任何一个产业的发展,一旦形成人才集聚效应,产业集群效应也应运而生。如美国的底特律汽车城、好莱坞影城、硅谷等。戴蔚表示,一流企业都建有自己的企业大学,如三星研修院、惠普商学院等。他建议,作为地方政府,要对行业人才集聚创造良好环境,积极出台政策进行引导,做好筑巢引凤工作,不要幻想用钱就能找到合适的人才。

用大数据助推洛阳文化产业繁荣发展

梁清华(广州好易电子联行服务有限公司总经理)



梁清华认为,洛阳是享誉海内外的历史文化名城,发展文化产业具有得天独厚的条件,必须抢

抓建设名副其实的中原经济区副中心城市和国际文化名城机遇,抢抓国家发展文化产业的一系列利好政策,利用大数据等高新技术,推动文化产业成为全市经济支柱产业。

梁清华建议,首先,洛阳要着力推动生产水平和产品提升的科技创新,重点是生产设备的升级改造,传统工艺生产技术的创新,可以引进智能机器人、3D打印机等高新技术,来提升文化产品的内在价值。

二要深入挖掘河洛文化、牡丹文化等文化资源,保护和传承好非物质文化遗产,将牡丹瓷、唐三彩、青铜器、澄泥砚等特色文化产业做

好做大。

三要完善网络信息技术,建设“创意云技术中心”,提高传播速度。研究文化产品在从提供商到消费者流通过程中的关键技术,建设传输快捷、覆盖广泛的文化传播渠道。重点研究网络环境下海量文化内容的高效展示与存储技术。

四要着力推动提高知名度和扩大市场影响的科技创新。依靠现代科技,建立产品展示营销平台,建立健全门类较为齐全的文化产品市场和文化要素市场。充分运用网络、微博、电子商务等新途径,开展形式多样的创新型营销活动。

利用大数据 加快文化产业转型

吕海军(市文广新局副局长)



“自从有了大数据,文化产品从生产、传播到销售,每一个环节都发生了很大的变化。”市文广新局副局长吕海军认为,信息技术对文化创作、生产、传播与消费的影响越来越

越大,在信息技术支持下的新型文化形态和业态进一步增多。作为一种更经济地从高频率、大容量、不同结构和类型的数据中获取价值而设计的新一代技术,大数据不仅深刻影响着当前的网络文化,而且深刻影响着传统文化的创新发展。

吕海军说,大数据打开了文化的窗口,推动新型文化业态快速成长,与文化产业的发展繁荣密不可分。在文化产业领域,从小数据发展到大数据,优化了文化市场的资源配置空间,为文化产业的发展提供了新型战略资源。从这个意义上讲,大数据的文化价值在于其重新定义了文化创造方式,扩展了文化资源内容,丰富了创意生成手

段,创造出新的文化生态,改变了文化传承方式,丰富了人类的文化哲学。

目前,文化产业业态规模不断扩大,创新能力不断增强,下一步我市文化产业将抢抓建设名副其实的中原经济区副中心城市和国际文化名城机遇,利用大数据等现代高新技术,推动文化、科技融合提升,着力提升文化旅游、艺术品及工艺美术、影视动漫三大优势产业,加快发展数字出版、网络电视、移动多媒体等新兴文化产业,推动文化产业成为全市经济的支柱产业。

本报记者 常书香 见习记者 张宁 实习生 元媛 通讯员 张武 昌 文/图

高端访谈