

# 科技与文化创意融合下的婚庆文化产业优化路径研究

宋科伟

杭州首秀网络科技有限公司 浙江 杭州 310000

**摘要：**随着人们生活水平的不断提高，用在婚庆上的消费呈几何倍数增长，为了瓜分这块诱人的、极具潜力的“蛋糕”，大大小小的婚庆公司如雨后春笋般不断涌现出来。凭借大量数据、场景和产业化等优势，科技发展在十三五期间取得了众所瞩目的成绩，并且能够为人们的多元化选择提供有力保障，一大批自动化、智能化企业快速成长起来，给许多行业带来了巨大变革，因此该文研究科技与文化融合推动的文创产业，为推动婚庆行业更好地发展。

**关键词：**科技；文化；融合；婚庆文化；优化

## 引言

文创产业的主要内容是个体或团队通过创意概念，使文化呈现出系统性和普及性以利于其广泛传播，并以技术、创意和产业化的方式来开发和销售知识产权。近年来，我国文化创意产业规模不断扩大，但同时也存在文创产业大而不强、财政支持体系不完善、地方文创产业核心竞争力弱、品牌传播力不足、产业带动地域经济发展能力不足等问题。“互联网+文化”新业态保持快速增长，各区域文化企业经营状况近年来开始普遍趋于好转，但还存在较大的发展空间，需要继续寻求优化路径。

### 1 婚庆服务行业的定义

婚庆服务，是指为婚礼庆典提供策划，即婚庆机构为新婚人群制定婚前准备、婚礼庆典等系列产品和服务的过程。由于行业发展不成熟，恶性竞争等原因，我国婚庆行业存在诸多乱象。但我们认为，随着互联网技术、人工智能技术和AR/VR等技术的发展，婚礼流程有望结合最新的技术得到改进，让新人拥有更好的婚礼体验。

### 2 发展文创产业的必要性

文化创意产业是经济全球化背景下基于文化内容衍生的产业类型，以创造力为核心，以主体文化为根基，由个人或团队借助现代技术将文化要素予以加工并传播，具有创意性、潮流性和普及性等特征，产业门类涵盖广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺设计、雕塑绘画、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等多方面。因此，文创产业以其文化感召力、行业竞争力、消费吸附力，成为链接文化内涵式发展与现代产业化开发的新兴朝阳产业。文创产业是当前世界上最新和增长最快的经济领域之一，为世界经济带来了不可估量的价值。根据联合国教科文组织数据，2017年全球文化创意产业的产值首次超越电信服务业，达到2.25万亿美元，文创产业已成为发达国家的

优势产业。我国文创产业起步仅十余年，发展正处于初级阶段向高速发展期转变的关键节点。尽管2022年文创产业受疫情影响较大，但根据国家统计局数据，2022年文创产业相关的9个行业中，仍有三分之一行业的增速超过了国内生产总值增速，分别是内容创作生产（3.4%）、新闻信息服务（3.3%）和文化投资运营（3.2%）。文创产业的内容生产及跨境贸易事关经济潜力发挥、产业结构优化、地区形象建构和全球文化影响力。

### 3 当前文创产业发展存在的主要问题

在我国，大部分文化创意产业园区由政府管理。发展初期，政府进行前期规划建设，参与产业园区运营。在此期间，中国地方政府发挥了重要作用。时至今日，我国文化创意产业园区的开发、投资、设立和运营领域出现了新的发展方向。在长期的发展过程中，我们看到，文化园区和创意产业不仅是推动产业发展的平台，还是与城市品牌、城市旅游、城市产业交流的重要机构。因此，发展文化园区和创意产业正逐渐成为许多城市的主要活动内容。在政府的持续、积极引导和支持下，文化创意经济园区也为快速发展奠定了基础。近些年来，随着文化创意经济的快速发展和“开放窗口”政策的实施，蓬勃发展的文化创意经济园区也开始出现。即使如此，根据相关数据，我国只有不到10%的文化园区和创意产业能够持续创收。

#### 3.1 财政支持体系尚不完善

当前，政府对文创产业采取分行业、分部门管理，针对文创产业出台的财政政策不多，多由于子行业等部门发布相关指导性文件。我国文创企业多数是由中小企业成长发展起来的，企业发展初期资金需求大，仅靠企业自筹资金是远远不够的，还需要政府的财政资金支持。

#### 3.2 文创专业高精尖型领军人才缺乏

优秀的文创设计人才是文创企业的核心。我国文创

产业发展时间较短,还未形成成熟的文创产业人才培养模式,现有的产业创意人才总量、人才梯队结构等无法满足产业的高质量发展需求。各地方的文创产业从业者多是艺术、设计、建筑、工程、管理等领域的人员。文创产业的高质量发展要求需要从业者在意思维、品牌设计、内涵文化等多个方面具有综合处理能力,是复合型的管理人才。从当前文创企业的发展情况来看,高精尖的文创领军人才的缺乏制约了企业的规模化发展、品牌化运营,影响了我国文创行业国际影响力的提升。

### 3.3 文创产业的 brand 和价值还有待提升

近年来,我国文创产业发展迅猛,但与西方文创产业相比,文创企业的核心创造力不高,更多还停留在形式上的包装以及低端产品设计的重复与变化上。高端文创产品需要设计者转变设计理念,对流行元素等进行综合设计,形成文创品牌。文创产品的价值有待进一步挖掘,具有保存价值的高端文创产品在开发设计、生产、销售等各个环节还存在提升空间,符合市场需求的文创产品系列以及能够传承的文创设计家族也有待培育。

### 3.4 中小文创企业的培育体系有待健全

我国文创企业目前还处于发展初期,以中小文创企业居多。地方政府出台了诸多扶持政策,以帮助中小企业成长。而对于多数文创企业而言,其发展与一般中小微企业有所不同。如文创企业属于文化领域,涉及行业范围广,包含的生产要素多,企业经营成本受市场影响变化大。因此,面向中小文创企业出台的扶持指导文件,创造良好培育环境的创造等还有待加强。各地已经开展了文化园区建设,但是在引入文创企业后,政府对文化园区的建设缺乏规范性指导,将中小文创企业做大做强的宏观机制急需健全。

## 4 科技与文化创意融合下的婚庆文化产业优化路径研究

### 4.1 政府出台政策支持

事实上,任何一个产业的发展壮大很大程度上受到政府的影响,尤其是我国文创产业发展处于初级阶段,市场发育还不充分,以往的发展中恰恰是因为缺少了政府的强势介入,市场机制在配置资源时存在缺陷,发展中容易出现结构性失衡等问题。针对市场上的企业采取一些不良手段,生产出一些缺乏创新力的文创产品以获得短期效益,最有效最直接的方法是政府的强制介入,政府出台政策加强该类产品的管控并加强对文创产业的扶持。一方面,该政策会引起各行各业的关注;另一方面,政府的政策支持能够在一定程度上加快产业发展,从而带来更大的影响力,行业产品质量得到提升,那么文创产业的发展壮大可谓是指日可待。以婚庆行业为

例,在以往的经验中关于婚庆行业的政策少之又少,婚庆行业门槛低,没有严格的限制,导致市面上的婚庆水平参差不齐,甚至是一些效果极差的婚庆公司只要自己不选择关门,也不会受到限制,影响整个行业的质量发展,如果政府能够出台相应政策限制这些质量过差的婚庆公司发展或对其提出强制性整改,婚庆行业的整体水平就能得到一定的提高。

### 4.2 科技创新助推文创产业转型升级

通过科技创新,原有产业可以衍生新产品,提供新的服务,并渐渐发展成新的产业。随着时代的发展,文创产业在发展初级阶段短期内往往表现出产出效率高和发展速度快的特点,更多人关注这种科技与文化融合的新形势并为其消费买单,文创产业如果能够得到健康的发展,就可以成为推动经济增长的重要力量之一。从以往的经验来看,与科技相关的产业一般是知识和技术密集型企业,或者向知识和密集型方向靠拢,科技含量高产业趋于高端,能够更有效地提高经济增速。将科技渗入文化中,能够使文创产业发生革命性的变革,促进文创产业的转型升级。从历史上发生的科技革命来看,这些都可以得到有力证实。传统的表达更偏向于文字表达,因此以前流行报纸、新闻APP之类的信息载体,而通过科技创新,将表达方式再一次创新,例如,大数据和5G快速发展,抖音迅速火爆起来,这也为婚庆提供了宣传销售渠道,通过短视频的宣传,短短几分钟就能够让人感受到现场的效果,扩大宣传的范围,并在短时间内获得高流量、高关注度。提升文化创新创意能力,才能带来“1+1>2”的效应。

### 4.3 “互联网+”推进融入文化创意产业的实践之中

“互联网+”作为近几年来新的经济形势,能够与文化创意产业良好地融合,能够利用智能化、物联网、信息化等技术创新为产业的创新提供一个渠道多、成本低的平台;另外,互联网已成为文化创意产业消费的主要平台,从而使从业者能够从互联网角度考虑用户的需要,使文化创意产品和服务更好地适应互联网的生产,以及传播需要。作为以创新为驱动的产业之一,文化创意产业需紧紧跟随互联网的脚步,不断更新自身的形式与内容,不断提高产业生命活力。婚庆行业的主要消费群体已经是“80后”“90后”甚至是“95后”的年轻人,需求的重心已经逐渐从低价与省心转移到对个性化的追求,需求发生变化,经营方式也要发生变化,“互联网+”婚庆,尝试电商与O2O的模式,打造更多“互联网+”婚庆品牌,抓住这类人群对互联网的依赖心理,使“互联网+”婚庆品牌在这类人群中广受欢迎,将“互联

网+”推进融入文化创意产业的实践中,有效改善文创产业的问题。

#### 4.4 引入高素质人才,推动文化产业的发展创新

通过对文创产业发展的制约因素分析总结,对于人才现状,从创意人才对人才功能及作用发挥的相关影响要素、文创产业发展的功能性影响等内容进行研判,结合强化人才体系建设、增强产业综合实力建设、有效的制度环境建设等,形成人才建设与发展的思路安排,通过优化人力资源配置、强化培训交流、形成人才品牌、实施多元化激励等途径达成有效的文创产业人才建设目标。特别是在培训方面,增强培训制度建设,保证培训效果是培养文创产业人才的重要途径之一。以婚庆行业为例,婚庆单位要对该单位从业者进行有效管理,不仅要坚持抓技能培训,还需要抓学历教育,将持证上岗和在岗培训相融合,不断提升自身专业能力,做到人岗匹配,在整个过程开发婚庆行业的优秀人才,对现有薪酬体系进行管理,同时还要深化产业用人制度改革,将职位与薪酬、学历等因素进行关联,给从业者提供完善的职业发展路径,及时将培训结果转化为生产效率。

#### 结束语

无论从国内还是国际的范围来看,科技创新发挥着

重要作用,科技创新不断为文创产业发展注入新内涵、提供新动力、催生新业态。科技与文化融合成为我国实现文创产业整体升级转型的重要突破口,把握文创产业的发展机遇,不断将科技与文化进行深度融合,打造更加完整的产业链。近几年来,科技与文化加强融合,文化与科技融合正推动文创产业快速成长壮大。坚持文化自信,坚持科技内容创新,强化科技支撑,充分挖掘产业发展前景,满足群众和市场的需求,积极引导大众数字文化消费,推动与各相关产业更大范围、更深层次、更高水平的融合,引进高素质人才,引领产业更高质量发展是文创产业未来需要做出的努力。

#### 参考文献

- [1]崔云飞.文创设计产业的发展与升级路径[J].经济研究导刊,2022(23):35-37.
- [2]孙薇,郑海.文化创意产业:应对危机的可行之路[J].新西部(下半月),2009(06):104-105.
- [3]周莉.文化创意产业发展的财政支持研究[J].传播与版权,2020(09):105-107+116.
- [4]王瑛.我国文化创意产业的现状与发展[J].魅力中国,2010(13):237-238.