

近年来,大数据已经成为一个热门话题。它不仅影响着电子商务、金融服务、零售、医疗健康等行业,也开始在文化产业的各个领域发挥作用。根据美国的统计资料,文化传媒行业数据是仅次于政府信息数据的第二大数据来源。文化产业本身就能够不断地产生或获得新的数据资源。如何有效利用这些庞大数据,提高对消费者需求和偏好的了解,生产出更符合目标人群的商品,实现价值提升,已成为文化企业的新课题。本期“环球参考”以新近案例呈现大数据在外国影视、音乐、旅游、游戏、设计等领域的具体应用。

大数据如何影响文化产品

樊 炜 郑 菁

影视:只拍观众想看的

过去,制作一部影视剧,主要靠导演、制片人的经验;投资一个影视项目,播出影视剧,则主要借力播出平台的品牌效应。在这些环节中,观众作为客体只能被动地接受。如今,在大数据时代,这一影视制作、播出模式已被颠覆——观众想看什么,导演才拍什么。在影视领域,大数据运用的成功案例当数美剧《纸牌屋》。该剧的制作方既不是电视台,也不是传统的电影公司,而是一家视频播放网站。2012年,视频网站 Netflix 开始准备推出自制剧。在决定拍什么、怎么拍时,Netflix 抛

开了传统的制作方式,启用大数据。通过在该网站上 3000 多万订阅用户每天的点击操作,如收藏、推荐、回放、暂停、搜索请求等,Netflix 进行精准分析,将这些数据用于倒推前台的影片生产。通过对大数据的分析、挖掘,Netflix 发现,其用户中有很多人仍在点播 1990 年 BBC 经典老片《纸牌屋》。这些观众中,又有许多人喜欢导演大卫·芬奇,大多爱看演员凯文·史派西出演的电影。Netflix 大胆预测,一部影片如果同时满足这几个要素,就可能大卖。于是,《纸牌屋》出现了,并大获成功。整部剧集一次性在 Netflix 网站发布,供订阅者观看,完全颠覆了传统的每周一集的播出模式。



Netflix 应用大数据制作的电视剧《纸牌屋》大获成功



《城市小镇》游戏推出之初就根据玩家反馈及时完善游戏



奥斯卡·德拉伦塔的设计独特而惊艳

《纸牌屋》大获成功后,影视业兴起了利用大数据的浪潮。亚马逊等不少有实力的网站均开始通过大数据技术制作自制剧。

旅游:预先知道游客想去哪儿

前不久在法国举办的阿维尼翁论坛上,大数据也成为人们讨论的热词。为吸引更多的外国游客,法国蓝色海岸区域旅游委员会和法国移动运营商 Orange 联合在蓝色海岸进行调研,对本区游客的游览路线、住宿、游客数量等进行测量和分析。试验期内,Orange 对超过 100 万个在漫游状态下的用户进行了分析。用户手机的定位系统提供了他们在该地区停留的时间,也较为准确地构建出了游客的活动范围。同时,Orange 公司与地区内的数据共享运营商 IGN 合作,有效收集到了该地区游客游览最多的地方、游客偏好的住所、到达该地区及离开的时间等。

这些微不足道的信息拼凑而成的大数据通过统计及图示的方式,为地区旅游发展提出了明确的修改方案,比如改善酒店位置、调整接待不同国籍外国游客的方式及地点、针对不同种类的旅游者制定相应类型的活动等。这些方案有效提高了地区的旅游服务。

同样的,法国旅游发展署也通过委托专业公司或到外国社交网络进行数据收集进行大数据分析。由于中国、日本游客近年来是法国旅游的主力军,法国旅游发展署在中国和日本的社交网络开展了相应的数据收集。

在线音乐:精确投放广告

在欧美国家,网络音乐下载需付费。在线收听免费,但需忍受音乐之间插播的广告。不合时宜的广告往往让用户大为扫兴。在大数据时代,这一状况将得到改善。一些在线音乐服务商通过收集用户的数据,如音乐类型偏好,收听音乐的场所、时间段等分析用户的口味,从而推送让用户感兴趣的广告,提高用户的体验度。Pandora 电台是美国最流行的提供在线音乐服务的软件,拥有 7200 万名活跃用户。用户只要输入喜欢的歌曲或歌手,Pandora 电台就会为用户建立一个私人电台,不断播放风格相近的音乐。收听过程中,用户还可以选择“喜欢”“不喜欢”或者“我听腻了”,来对电台进行调整,使其播放的音乐更符合自己的口味。

基于大数据研究,今年 1 月,Pandora 电台推出“口味广告”,力求为用户插播“最适合”的广告。电台通过长期播放用户喜欢的音乐,进一步发掘每个用户喜欢的音乐类型,找到类似风格的广告进行投放。例如,在一个周末下午,用户正在收听激昂风格的音乐,电台会考虑投放一个关于波多黎各冒险游的广告;而对于一个周一早晨在办公室听类似激昂风格音乐的用户来说,电台也许会投放一个传统巴黎之旅的广告。

艺术品市场:预测交易数量和市场变化

2013 年 3 月,德勤和 ArtTactic 联合发布了 2013 艺术品网上交易报告。该报告显示,艺术品在线拍卖将成为新增长点。过去的几年里,超过 300 家在艺术品风投公司成立,至少 71% 的艺术收藏家在线购买过艺术品。随着这一数字的增长,新的数据将会不断产生。大数据对于其他行业的引领和预测,在

艺术市场方面一样适用。艺术品行业的大数据主要包括用户、内容和渠道三方面。艺术品数据公司 Artnet 建立了覆盖美术、设计和装饰艺术的丰富数据库。签约用户可以通过搜集的艺术品交易记录,分析艺术品市场变化。比如将一些艺术家的信息选出,综合出一个流派的指数,从中观察交易数量的变化。这为艺术品研究报告的撰写提供了准确的数据。据相关报道,以过去 10 年来的艺术品交易市场情况为对象,通过大数据挖掘,发现占市场交易最大份额的是现代派和印象派画作,其中,现代派占比 34%,印象派则为 24%,二者抢占了全球艺术品市场的大半江山。

时装设计:社交媒体抢走前排座椅

大数据对时装设计也产生了变革性的影响。在时装行业,失败的代价将会非常高昂,而时装成功与否,往往取决于是否选择了合适的图案、颜色、面料、形状、尺寸等,而这些都属于大数据的范畴。

时装行业的大数据源自无孔不入的社交媒体。每天,全球有超过 10 亿人活跃在社交网络上。每天都有上百万人在社交媒体上评论、分享、发微博,讨论什么是潮流。

在大数据时代,最热门的时尚潮流不再专属于 T 型台。越来越多的知名设计师、品牌和零售商开始利用社交网络让公众参与到设计当中,而此前,这一行业只对时尚精英开放。例如,梅赛德斯-奔驰国际时装周已不再为时尚精英所独享。在过去的几个季节,越来越多的顶级设计师和品牌都在时装周之前和期间在网上发布全新的设计,如奥斯卡·德拉伦塔在 Instagram 上发布了最新的高级女装成衣系列,巴宝莉的官方微博账号在模特们走秀之前就发布了后台的照片……顶级买家和时尚杂志主编也感受到社交媒体的影响。原本属于他们的前排座椅已被流行博客写手、拥有大批微博粉丝的摄影师和网络红人所占据,他们对大众的时尚影响力远大于传统的精英人群。

电子游戏:让玩家参与创作

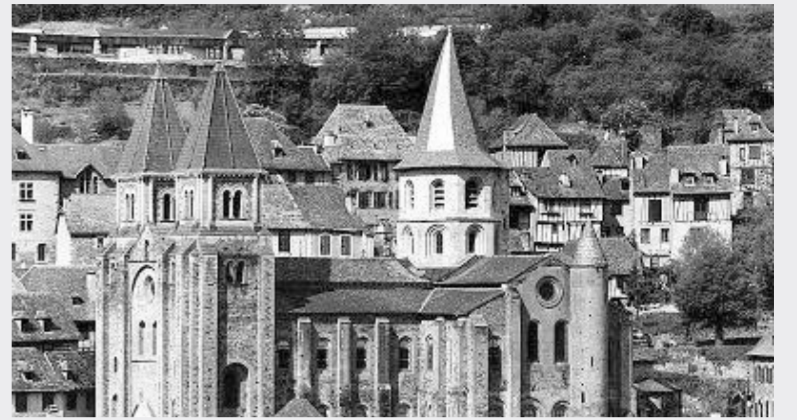
如今,无论是社交游戏、手机游戏还是主机游戏,数据和统计在开发过程中都发挥着重要作用。通过大数据分析每日、每月活跃用户数,玩家支付费用和游戏时间等,游戏设计者不仅能使已存在游戏的客户体验度得到提升,也能为新游戏的推出减免不必要的风险。

首次将数据分析的概念引进游戏领域的是社交游戏。Zynga、Playfish 等早期采纳者由于针对客户体验数据采取对策而获得巨大收获,并通过增值性的调整留存了更多玩家,掌握了吸引新用户的方法。Zynga 公司在发行游戏《城市小镇》之初,通过数据分析,发现新玩家很难完成游戏的初级任务,及时调整了关卡设计,在不丢失游戏魅力的基础上使任务简单化,并根据用户数据完善游戏设计,使游戏成功吸引更多玩家。

就此,游戏设计者斯科特·休梅克表示,在游戏发行之前,游戏设计者很难对游戏图形、级别设计及趣味性、吸引力等进行准确评估,所以游戏设计的推行、测试和调整是重要的一环。这个过程离不开玩家的参与,更离不开大数据。

环球扫描

法国鼓励企业和个人资助遗产保护



法国南比利牛斯大区的孔克被评为“法国最美的村庄”

本报讯 (驻法国特约记者刘望春)近日,法国南比利牛斯大区文化局和当地遗产基金会代表签署了一份促进文化遗产领域赞助事业发展的合作协议,旨在以此形成合力,吸引当地企业和个人以赞助的方式实施地区遗产保护修复工程,促进遗产的开发利用。

据悉,协议涉及的遗产范围包括历史建筑、名人故居等国家级遗产,著名园林,承载当地工业化历史的建筑和生产工具,一些城市和历史文化之乡遗产地等。协议鼓励遗产所有者在遗产基金会的支持下成立赞助俱乐部,并为实施遗产保护计划发起募捐活动。

协议规定,大区文化局和遗产基金会根据专家意见和项目遴选标准确定年度遗产资助项目,尽可能调动一切资源和合作机构支持遗产项目的开展,共同组织赞助企业对已修复或正在修复的遗产项目进行年度考察,共同组织展览、研讨会等活动,让社会各界了解遗产保护领域开展的行动。协议双方将定期公布协议框架内开展的行动,并就协议执行情况撰写年度行动报告。

根据法国文化部官网消息,这是首份由法国政府和私立机构签署的推动遗产领域赞助事业发展的合作协议。

韩国文化财厅向 4 处遗产拨款



庆州良洞村

本报讯 据韩国媒体报道,为了更好地宣传及保护韩国的世界文化遗产,韩国文化财厅宣布今年进一步加强支援地方财政,其相关方面预算约为 11.6 亿韩元。据悉,资金主要投向以下 4 个项目:安东市河回村和庆州市良洞村两座“韩国的历史村落”项目,主旨是保

持宣传其传统儒教文化;支石墓遗址考察项目(支石墓是韩国青铜器时期的代表性石墓),通过专家考察研究,进一步了解史前文化现象和社会结构、政治体制以及当时人们的精神面貌;组织培养济州的火山岛和熔岩洞穴解说员项目;朝鲜王陵整治保护项目。(程佳 编译)

都柏林规范历史街道修缮

本报讯 (驻爱尔兰特约记者黄非)近日,爱尔兰都柏林市政府出台新规,对历史街道维护修缮提出了严格规定,并草拟出一份内容详细的历史街道作业指南,对市政公司提出严格限制。街道修缮工程的成本因而将大幅提高。

都柏林市政府因过去在历史街道路面修缮时,允许使用沥青和花岗岩替代原有地面材料而遭到遗产保护组织的批评。就此,新的

规定要求所有公司在对原有路面和街道作业前,必须得到市政府的批准,并且禁止在都柏林超过 300 条年代已久的花岗岩路缘石、乱型铺路石或者小方块铺路石的街道上使用一切电动工具维护和修缮。此外,若需移动乱型或小方块铺路石,必须先仔细勘察拍照,所有需挪动的石材都要编号以便放回原处。搬起之前,清理好石头四周的缝隙以避免损坏石材。

黎巴嫩布斯坦音乐艺术节开幕



黎巴嫩布斯坦音乐艺术节

本报讯 (驻黎巴嫩特约记者陈中林)近日,第 21 届布斯坦国际音乐艺术节在黎巴嫩新政府成立的喜悦中拉开帷幕。

本届艺术节以“自然与音乐”为主题,从 2 月 18 日开幕到 3 月 23 日,将持续 5 周时间。演出形式包括交响乐、钢琴独奏、钢琴与小提琴协奏、合唱、独唱、歌剧、芭蕾等。与此同时,还将举办黎巴嫩造型艺术家纳比勒·赫罗的雕塑作品展和以“音乐与自然”为主题的艺术讲座。应邀参演的艺术团组包括格鲁吉亚第比利斯国家歌剧交响乐团、泛欧爱乐交响乐团、亚美尼亚国家青年交响乐团、俄罗斯赫

利山山歌剧院、格鲁吉亚国家芭蕾舞团、德国柏林劳滕室内乐团、突尼斯爵士乐队、黎巴嫩国家音乐学院和圣安东尼大学的合唱团,以及钢琴神童杨·李谢茨基、大提琴名家安东尼奥·曼尼塞斯等国际知名艺术家。黎巴嫩具有深厚的文化底蕴和浓郁的艺术氛围。这个面积只有北京 2/3、人口只有 400 多万的国家每年举办 10 多个艺术节,巴勒贝克艺术节、比布鲁斯艺术节、贝特丁艺术节、布斯坦艺术节等都在中东地区享有盛誉。其中,布斯坦艺术节是黎唯一在冬末春初举办的艺术节,犹如一股和煦的春风,带给人们温暖和希望。

美国研究报告:大数据应用将成为趋势

本报记者 樊 炜 编译

大数据影响着很多行业,也在无形中改变着我们的生活。现在,通过简单的移动应用软件,我们就能追踪自己的运动及饮食习惯,改善个人健康状况;营销者则通过大数据分析,制造出适合我们需求的商品;影视、音乐制作人利用大数据掀起一阵阵收视高潮……

根据一家名为“市场研究透明度”的美国商业信息服务公司发布的《大数据市场——全球方案、发展趋势、行业分析、分享与预测(2012至2018年)》报告,2012年全球大数据市场已达63亿美元。这是一个年轻的市场,有着很强的

增长势头,每年平均增长40%,预计将在2018年达到500亿美元。综合 Talend、Gartner 集团和德勤的数据可知,2012年,2%到5%的大中型企业将触角伸向了大数据,而在超大型企业和位居世界500强的美国企业中,这个份额分别占到了17%和30%。

如果说大数据在 2012 年和 2013 年在通信、金融、医疗、媒体、文化等领域的表现还不够出色,还未成为企业投资的重要方向的话,那么大数据应用将于 2014 年在企业投资中占据主流地位。

2014 年 1 月初,美国国际数据集团

发布了名为《2014 年 IDG 企业大数据调查》的研究报告。报告显示,今年各大企业将在与大数据有关的项目上平均花费 800 万美元。该研究还发现,其中 70% 的大企业已经部署或者正在计划部署与大数据相关的项目和计划,56% 的中小企业已经部署或正在计划部署大数据项目。此外,74% 的受访者预测,大数据将会至少在某一业务单位或部门成为主流应用。而对于推动大数据应用的最重要的因素,37% 的受访者认为是找出大数据能够产生最大影响的业务领域和流程;29% 的受访者认为是确保公司

拥有从大数据计划中有效获取价值的人力资本;25% 的受访者认为是确保公司拥有的存储、计算和网络资源能够支持大数据计划。目前推动大数据计划投资的 4 个主要方面是:改善决策流程质量(59%);加快决策速度(53%);改善规划和预测(47%);开发新的产品/服务和营收来源(47%)。

在大数据时代到来的今天,数据应用方面的专业人才的职业前景甚佳。19% 的受访企业计划在未来 12 至 18 个月内雇用数据编程人员,其次为商务分析、数据分析、工程师以及数据架构师。