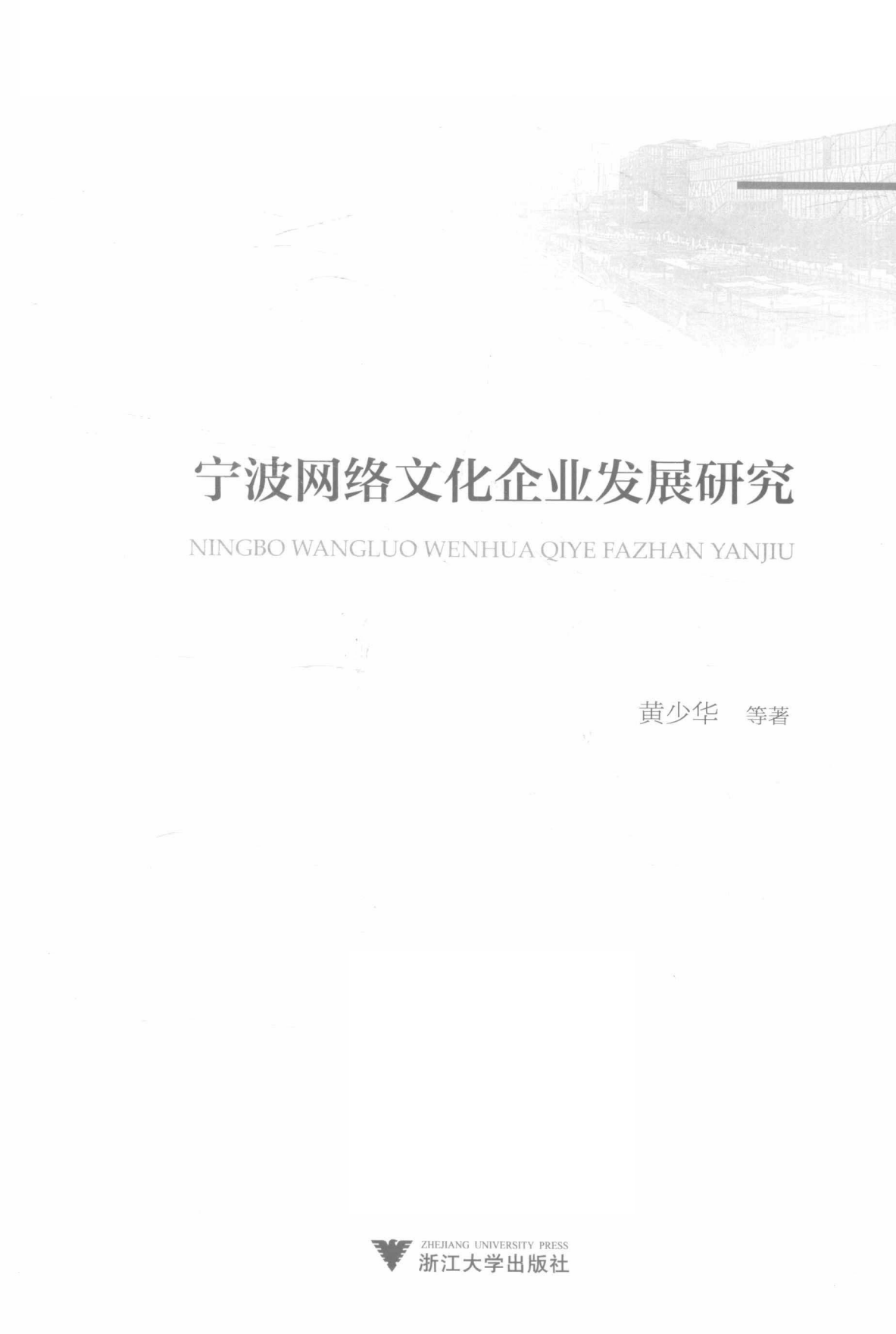


宁波网络文化企业发展研究

NINGBO WANGLUO WENHUA QIYE FAZHAN YANJIU



黄少华 等著



宁波网络文化企业发展研究

NINGBO WANGLUO WENHUA QIYE FAZHAN YANJIU

黄少华 等著

图书在版编目(CIP)数据

宁波网络文化企业发展研究 / 黄少华等著. —杭州:
浙江大学出版社, 2017. 8
ISBN 978-7-308-16679-9

I. ①宁… II. ①黄… III. ①网络文化—企业发展
—研究—中国 IV. ①G122

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 025984 号

宁波网络文化企业发展研究

黄少华 等著

责任编辑 杨利军

文字编辑 王建英

责任校对 吴伟伟 严莹

封面设计 春天书装

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 浙江时代出版服务有限公司

印刷 绍兴市越生彩印有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 15

字数 261 千

版印次 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-308-16679-9

定价 45.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

目 录

第一章 网络文化企业的类型	(1)
第一节 网络文化与网络经济	(1)
第二节 网络文化企业的类型	(15)
结 语	(30)
第二章 宁波网络文化企业发展历程	(31)
第一节 探索发展阶段	(32)
第二节 扩张发展阶段	(37)
第三节 加速发展阶段	(44)
结 语	(52)
第三章 宁波网络文化创意设计企业	(53)
第一节 宁波网络文化创意设计企业现状	(53)
第二节 宁波网络文化创意设计企业优势与特点	(59)
第三节 宁波网络文化创意设计企业困境与发展对策	(62)
结 语	(74)
第四章 宁波网络文化内容生产企业	(75)
第一节 内容为王的“东方热线”	(75)
第二节 “宁波大学生网”	(79)
第三节 DM 杂志的内容生产	(89)
结 语	(98)
第五章 宁波网络文化平台企业	(99)
第一节 网络文化平台	(99)

第二节	宁波网络文化平台企业现状	(115)
第三节	宁波网络文化平台企业发展趋势	(121)
结 语		(123)
第六章	宁波网络文化企业的组织结构与运作模式	(125)
第一节	宁波网络文化企业的三种类型	(126)
第二节	网络文化企业的组织结构及运行模式	(130)
第三节	宁波网络文化企业组织结构及运行模式	(136)
结 语		(148)
第七章	宁波网络文化小微企业	(149)
第一节	网络文化小微企业概述	(149)
第二节	宁波网络文化小微企业的现状	(154)
第三节	提升宁波网络文化小微企业的竞争力	(166)
结 语		(177)
第八章	宁波网络文化企业品牌建设	(178)
第一节	宁波网络文化企业品牌建设现状	(179)
第二节	宁波网络文化企业品牌化建设的困境	(187)
第三节	强化并提升宁波网络文化企业品牌化建设	(190)
结 语		(197)
第九章	宁波网络文化企业发展现状与对策	(198)
第一节	宁波网络文化企业概述	(198)
第二节	宁波网络文化企业的发展基础、机遇与挑战	(201)
第三节	宁波网络文化产业发展现状	(204)
第四节	宁波网络文化企业面临的问题	(208)
第五节	宁波网络文化企业发展思路与对策	(214)
结 语		(223)
参考文献		(224)
附录	创客空间的宁波实践与路径	(230)
索 引		(235)
后 记		(236)

第一章 网络文化企业的类型

自 20 世纪 90 年代以来,随着网络技术的日益完善和网络使用的迅速普及,网络文化产业发展也是日新月异,成为国民经济中重要的新兴战略产业门类。网络文化产业的崛起,不仅推动了经济的快速发展和结构转型,而且在一定程度上重塑了社会结构与社会关系,在经济、社会、文化等维度上都发生了深度拓展。网络文化产业的蓬勃发展,得益于政府机构、产业实体以及社会个体在政策策略规划、产业创意和生产、消费等方面的协同。其中,网络文化企业作为网络文化产业实体,在网络文化产业发展中尤其居于重要地位,甚至起着网络文化产业发展的引擎作用。

第一节 网络文化与网络经济

从 1994 年开放互联网使用至 2014 年,中国的互联网已历经 20 年。互联网促进了中国信息产业的发展、传媒产业的转型以及文化产业的振兴。网络文化是一种文化现象,也是一种社会运动过程,它体现了中国社会在改革开放与信息革命交织的旋律下进行着的社会变革,体现了中国在现代化与全球化进程中的社会发展。网络文化既反映了中国社会的经济转型,也反映了中国社会的文化变革。网络文化是网络社会与现实社会互动的产物,也是这两种社会形态之间的一座桥梁。网络文化一方面映射着现实社

会,另一方面也深刻地反作用于现实社会。^①

一、网络文化

(一) 网络文化概念界定

网络文化包含非常复杂的内涵与层面,从任何角度进行定义都难免挂一漏万。国内外学界对网络文化的界定,大致有广义和狭义两种定义类型。广义的网络文化,主要指网络时代的人类文化,是人类发展到网络时代而出现的文化,分为物质文化、精神文化和制度文化等。狭义的网络文化,主要指建立在网络技术基础上的数字化的精神创造活动及其成果。彭兰认为,任何网络活动中的主体都是网络文化的构成细胞,网络信息、网络现象、网络活动等,都具有文化的意义。网络文化是综合的社会现象,是网络中各种主体互动的过程与结果的总和。^②

西方学者在定义网络文化时,充分显示了西方文化的视角以及维度的多样性。曼纽尔·卡斯特指出,网络文化最早是由技术精英孕育出来,然后由公开软件源代码的黑客对其进行技术升级。这里的黑客(hacker)绝不是有些人所理解的“以破坏代码、非法入侵系统或给计算机交通进行破坏的残忍的无聊人士。从事上述行为方式的人应该叫‘骇客’(cracker)”。黑客文化提供了网络文化的技术基础,这种自由、开放、共享的技术基础,吸引了大量网民的加入,形成了大量共产主义式的交流互动的虚拟社区,于是网络文化在技术基础之上,又有社会基础,网络文化真正发展需要的两只脚都具备了,网络文化从而如火如荼地发展起来。^③

国内学者结合网络文化发展的中国实践,纷纷尝试性地给出了网络文化的概念。有学者从技术与理性的视角提出网络文化的概念,比如臧学英认为,网络文化是随着现代科学技术,特别是多媒体技术的发展而出现的一种现代层面的文化。就其所依附的载体来说,它是一种彻底理性化的文化。任何文化若想加盟网络文化,就必须改变自己的既有形态,即变革传统的非数字化文化形态。^④

张革华认为,一般说来,网络文化是指以网络技术广泛应用为主要标志的

① 彭兰:《网络文化的构成及其与现实社会的互动》,《社会科学战线》2011年第7期。

② 彭兰:《网络文化的构成及其与现实社会的互动》,《社会科学战线》2011年第7期。

③ 曼纽尔·卡斯特:《网络星河》,社会科学文献出版社2007年版。

④ 臧学英:《网络时代的文化冲突》,《光明日报》2001年6月6日。

信息时代的文化,可以分为物质文化、精神文化和制度文化三个要素。物质文化是指以计算机、网络、虚拟现实等构成的网络环境;精神文化主要包括网络内容及其影响下的人们的价值取向、思维方式等,其范围较为广泛;制度文化包括与网络有关的各种规章制度、组织方式等。这些要素不是孤立存在的,而是相互制约、相互影响、相互转换,显示出网络文化的特殊规律和特征。^①

冯永泰在分析网络文化定义形成的基础上,认为网络文化是以网络技术为支撑的基于信息传递所衍生的所有的文化活动及其内涵的文化观念和文化活动形式的综合体。^②

田贵平在总结国内学者研究的基础上指出了网络文化的基本含义。他认为,其一,网络文化是一种蕴含特殊内容和表现手段的文化形式,是人们在社会活动中依赖于以信息、网络技术及网络资源为支点的网络活动而创造的物质财富和精神财富的总和。其二,网络文化是基于互联网的发展而产生的一种人文与技术结合的文化。其三,网络文化是网络化时代的文化,是人类传统文化、传统道德的延伸和多样化。其四,网络文化是人们在互联网这个世界中,进行工作、交流、学习、沟通、休闲、娱乐等形成的活动方式及其所反映的价值观念和社会心态等方面的总称。其五,网络文化是指以计算机技术和通信技术融合为物质基础,以发送和接收信息为核心的一种崭新文化,它是一种与现实文化具有不同特点的文化。他进一步指出,所谓网络文化,是指人们在以互联网为主的网络环境下,以收发信息为核心,在进行工作、学习、交流、娱乐等活动中形成的行为方式及思想观念的总和,是一种与现实文化相联系又区别于现实文化的文化。^③

作为一种新的文化景观,网络文化是技术与文化的最新联姻。它通过网话文的拆解与变形,大众文化身份的置换和颠覆,演绎着文化多元与精神自由,形成了新世纪的后新文化运动。大众第一次由文化的原料提供者变成文化的生产者,真正充当了文化的主角;通过“自精神”和“微内容”的文化试验,“沉默的大多数”第一次真正开口说话,形成了空谷足音式的“新意见”,“内爆”了“信息茧房”,抑制了“群体极化”,推动了人文精神的后现代变

① 张革华:《加强网络文化建设 改进高校德育工作》,《思想理论教育导刊》2002年第5期。

② 冯永泰:《网络文化释义》,《西华大学学报》2005年第2期。

③ 田贵平:《中国特色社会主义文化中的网络文化研究》,天津师范大学博士学位论文,2006年。

迁,自由向后自由理念转变,民主向后民主精神滑移,主体性向后主体性跃升,最终达到重构人类文化和人类社会的可能。但同时,透过辩证法的视窗,网络文化展现出另一个镜像:文化霸权、虚拟异化与操控大众。网络文化呈现出文化的多棱镜。在这个多棱镜里,网络文化折射出的阳光远远大于其留下的阴影。因为实践一次次地展示:证实前者、证伪后者远大于证实后者、证伪前者。^①

综合国内外学者不同角度的研究,可总结出以下内容:网络文化发轫于网络技术的创新与革新,同时在发展的过程中重塑社会结构和社会关系,更重要的是在资本与消费的双重力量推动下天然地具有产业和经济的特质。

(二)网络文化的特点

网络文化作为一种独特的文化,既具有一般文化的特点,又具有自身的特点。我们可以从技术、精神和主体等三个维度,来界定网络文化的基本特征。

1. 网络文化的技术特征

网络文化首先是一种技术文化,是信息技术和网络技术进步催生出的文化。每一次技术的革命性突破都会推动网络文化新方式、新内涵的产生及扩展。可以说,技术特征是网络文化最基本的属性,其他特征都是建立在此基础上的。从技术特征层面观察,网络文化的特性体现的是互联网的特性,最主要的是虚拟性、交互性、共享性和时效性。

(1)虚拟性

网络文化产生并依赖于虚拟的“赛博空间”而存在。在网络产生以前,人们一直生活在实体空间。网络产生以后,人们的生存空间发生了变化。“赛博空间”是一个由无数符号组成的虚拟空间,在虚拟空间中每个人都可以尽情表现。许多在物理空间中难以寄托的梦想、行为可以在虚拟空间中得以实现。在物理空间里,人们所建立起来的一整套的准则和习惯被打破,取而代之的是一个全新的网络虚拟世界。人的角色意识在两种不同的空间里进行转换,现实世界表现的有限性与内心世界倾泻的无限性冲突都会在网络行为中体现出来。

^① 徐世甫:《网络文化:技术与文化的后现代联姻》,《上海大学学报》2010年第4期。

(2)交互性

交互性是指人们在网络活动中发送、传播和接收各种信息时表现为互动的操作方式。互联网作为一种崭新的传播媒体,区别于其他传统传播媒体的最本质特征,就是交互性。在互联网出现以前,传播媒体的传播交流方式基本上是单向的,互联网改变了这一切。互联网的交互式操作方式表现出多方向、大范围、深层次的特征,使人们的沟通交流方式面临深刻变革。在网络中,每一个网民都不仅是信息资源的消费者,同时又是信息资源的生产者和提供者。人们的信息获取方式由传统的被动式接受变为主动参与。在沟通碰撞中相互引导,提高了信息的传播效果。

(3)共享性

信息和资源的高度共享性是网络文化的又一基本特征。互联网的并行能力很强,它允许在同一时间对同一信息源进行同主题的多用户访问,基本实现了资源供给与需求的一致性原则,避免了信息资源的浪费,减少了重复建库的时间和经费浪费等问题。共享性使得网络文化在存在特点和表现形式上都具有极大的趋同性,将本属于个别文化区域的资源转变成了所有文化的共同资源。

(4)即时性

互联网的传播不受时间和空间的限制,信息的搜集、资料的查询变得更加快捷和有效。通过网络,人们可以几乎以与面对面同步的速度传输文字、声音、图像视频,且不受印刷、运输、发行等因素的限制;可以在瞬间将信息发送给千家万户,而且用户也可以随时方便、快捷地获取所需信息。

2. 网络文化的精神特征

文化的精神属性体现了文化的价值取向和追求,标志着文化赖以生存发展的本质特征。从网络文化的精神属性观察,网络文化具有开放性、平等性、多元性和自由性。

(1)开放性

用户可以自由地访问网络上的各种资源,也可以发表各种言论,上传各种信息。在网络文化中,开放性得到了最深刻而具体的体现。互联网上不同主题的网站、新闻组、论坛、聊天室、博客等,基本上都是开放的。任何人都可以自由地获取各种信息资源、观点、思想,任意地与世界各地网民进行联络、交流。任何人在任何地点、任何时间都可以自由表达其观点,突破了以前任何形态的文化都是区域性的局限。

(2) 平等性

信息时代的网络文化,在参与上是垂直的,在交流上是平行的,在关系上是平等的,在选择上是自主的。因为网上交流可以匿名,可随时更改资料,设置虚拟身份,所以它是一个没有上下级关系、没有等级障碍的平台和自由空间。人们在走过“法律面前人人平等”的艰难历程后,将随着网络的日益普及步入一个“网络面前人人平等”的新天地。

(3) 多元性

信息来源的开放性带来了信息内容的多元化。网络上的文化产品没有数量限制,并且兼容各色各类文化产品和价值理念。形形色色的文化样式、价值观念通过网络的高速传递呈现在大众面前,满足不同品位、不同心理需求的人们需要。多元性也反映在包容性上,网络文化使人群与人群之间的差异性、独立性、创新性、宽容性得到认同;同时,网络文化使不同文化完全冲破了地域限制和时间限制,不同文化之间得以相互了解和沟通。

(4) 自由性

网络文化的自由特性体现在人们可以自由参与、自由发表言论、自由表达观点、自由选择行为方式、自由决定价值取向等方面。网络文化求同存异,具有很强的包容性和宽容度。由于网络突破了传统文化的各种限制,它为每一个上网的用户提供了一个广阔的自由对话的领域。网络文化不仅增强了不同地域文化和传统文化之间的接触与交流,而且扩大了不同文化背景下的个体之间的接触,为个体的异地远程联系提供了方便。人们在网上可以进行任意主题的、长时间的、多媒体形态的联络,这种文化联系的自由度是前所未有的。

3. 网络文化的主体特征

文化的主体是参与其中的人,网络文化也不例外。从主体特征的角度看,网络文化具有个性化、大众化、平民化和集群化特征。

(1) 个性化

文化主体个性化的特征,在网络空间里得到淋漓尽致的体现。网络是虚拟、匿名的,给人们提供了充分展现自己个性的舞台。在网络空间,只要不危及社会,不有意伤害他人,人们可以尽情展现自我。人们比从前任何时候更加容易接纳众多与众不同的观点,不论有些观点是多么奇异。“客文化”流行就是网络文化个性化特征酣畅淋漓的体现。几乎所有的门户网站、新闻网站和部分专业网站都为适应网民需要,纷纷搭建了网络平台,形成了千姿百态的“客文化”,如博客、播客、威客、炫客、闪客、维客、印客、拼客、黑

客等。

(2) 大众化

网络文化的大众化体现在覆盖范围的广泛性和参与受众的广泛性上。网络使用者不分阶层、民族、贫富、老幼、男女等,都可以上网访问。它是一种几乎没有门槛、没有限制的文化交流与沟通载体。每个网民既是文化的生产者、创造者,又是文化的传播者、消费者。对一种观点、一种说法,网民往往会从新的角度提出自己的看法。由于互联网的匿名性和互动性,网络淡化、模糊甚至消除了作家与读者,记者、编辑与受众的区别和界限,使人人参与、人人是主角成为可能。比如很多网络歌曲,没有经过任何电视台的宣传包装,而在一夜之间迅速唱遍大江南北,为群众所喜闻乐见,就足以说明网络文化在大众中的影响力。

(3) 平民化

网络文化是“草根文化”,有着很强的平民特征。在传统媒介上,普通民众缺少话语权。但在网络上,任何人都可以畅抒胸怀、指点江山,随意自由发表观点,表现出对传统的颠覆和对权威的挑战。人们不再仰视专家和学者,而是将他们的观点与自己掌握的知识进行比较分析,从新的角度提出自己的看法。对于社会热门话题,大到强国富民,小到菜篮民生,普通百姓都可以畅所欲言。网络孕育了无数的“草根”名人。

(4) 集群化

网络文化呈现出多集群化的文化结构,尤其是在互联网发展到 Web2.0 阶段,通过即时通信工具、博客圈、论坛等,在网络空间中建立群组极为方便。即使是某个人自己创建的个性栏目,都有可能会成为喜欢它的网民的一个群体文化的栖所与代表。网络文化的集群化还体现在多样和自由选择上,一个人可以建群、营造部落,同时也可以参加其他栏目、群组的讨论,这时他就成为那个栏目上那些情趣相投的人群中的一员,即其他群体文化的一部分。

二、网络经济

(一) 网络经济的崛起

在《网络社会的崛起》一书中,卡斯特基于现实社会的最前沿,以对信息技术革命的关注为开端,围绕“新经济”这一全新而独特的经济形态,通过阐释其形成基础、主要特征、主体、文化精神、工作及就业等,对信息时代的经济与社会进行了卓越分析。卡斯特指出,新经济的出现主要源于信息技术

与经济、国家和社会之间的复杂互动;信息化、全球化与网络化是其主要特征;网络企业是其重要主体和组织形式;“信息主义精神”为其文化精神;工作及就业特征主要体现为工作模式之分叉与劳动的两极化、弹性工作者的出现等。卡斯特的网络经济社会论体现了经济社会学对新时代背景下研究问题的重要回应。^①

可从不同的层面去认识网络经济。从经济形态这一最高层面看,网络经济就是有别于游牧经济、农业经济、工业经济的信息经济或知识经济,由于所说的网络是数字网络,所以它又是数字经济。在这种经济形态中,信息网络尤其是智能化信息网络将成为极其重要的生产工具,是一种全新的生产力。

从产业发展的中观层面看,网络经济就是与电子商务紧密相连的网络产业,既包括网络贸易、网络银行、网络文化企业以及其他商务性网络活动,又包括网络基础设施、网络设备和产品以及各种网络服务的建设、生产和提供等经济活动。

从企业营销、居民消费或投资的微观层面看,网络经济则是一个网络大市场或大型的虚拟市场,其交易额几乎每百天增加一倍。

网络经济的上述三个层面是相互联系的。网络市场扩大了,网络产业发展了,表现为全新经济形态的网络经济也就必然水到渠成了。

由于网络经济是信息经济的一个特称或别称,它对经济理论的影响,主要是通过两个途径实现的。一个途径是以新的视野或用新的方法来解释原有的理论,使其有新发展。例如,引入信息的不完全性、有成本性、非对称性,使经济学中传统的市场理论、均衡理论、企业理论等发生质的变化。另一个途径是从新的经济现象出发,研究和确立新的经济理论。例如,信息产业的发展推动经济学研究边际效益递增理论、无形资产及其评估理论的作用等。^② 乌家培认为,网络经济对经济理论有广泛而深刻的影响。他从网络经济对生产力要素、对边际效益递减理论作用范围、对规模经济理论相对重要性、对通货膨胀率与失业率此消彼长理论以及对经济周期波动理论等几个方面的影响来论述网络经济的冲击性甚至颠覆性作用。

① 张荣:《卡斯特网络经济社会论探析》,《石家庄经济学院学报》2014年第1期。

② 乌家培:《网络经济及其对经济理论的影响》,《学术研究》2000年第1期。

(二) 网络经济时代的生产、交易和消费

1. 生产

生产活动是人类最基本的活动,用以满足人类物质和精神需要,是人们在与自然的交往中获得经济效益的经济活动。

(1) 脑力劳动生产率大幅度提高,技术创新及其应用的速度加快

脑力劳动生产率的提高、技术进步的加速、生产资源结构和成本结构的变化以及分工与专业化程度的增进,无一不是网络经济中生产活动的显著特征。

在人类发展史上,每一次机器对人类劳动的替代都是生产力发展的巨大动力。工业革命时期,由蒸汽和电力驱动的设备取代了人类简单、重复的体力劳动。从 20 世纪 40 年代开始,计算机及其相关技术的发明、发展和推广应用逐步用电脑替代人脑,用电子设备来替代人类重复、单纯的脑力劳动,提高了人类的脑力劳动生产率。特别是在现代社会中,体力劳动占全部劳动的比重越来越少,脑力劳动是社会劳动的重要部分和大部分价值的创造源泉,因此,计算机和计算机系统对人类脑力劳动的替代、对劳动生产率的提高具有重大的意义。

脑力劳动生产率提高促使人类将更多的精力投入到更复杂、更具创造性的脑力生产活动——技术创新中去,技术进步的速度大大加快。如果没有计算机取代人力承担天文数字的试验和计算工作量,生物技术和航空航天技术在这二三十年间取得如此大的进步是不能想象的。同时基于现代信息技术,信息、知识和技术的储存、传播和交流都更快捷、方便和成本低廉,脑力劳动的分工和协作得以在更深的程度上和更广的范围内实现,这大大加快和提高了大型项目的研发速度和质量。

(2) 生产资源结构的变化

作为工业经济与知识经济之间的一道桥梁,网络经济中生产资源结构的变化速度加快了:生产中最重要资源第一次由具有稀缺性的物质资源变为无形的信息资源,而且这种资源具有非排他性和非消耗性,不再是传统意义上的稀缺资源。这里的信息资源是广义的,既包括普通意义上的信息,也包括信息经过人脑加工处理后的高级形式——知识以及与之紧密联系的技术、技能等。

在知识经济时代,信息会变成最重要的生产要素,这种无形资源是可共享的,而且在生产、传播和使用中,不仅不会消耗而且会产生新的有价值的

信息,信息非但不会减少,反而在增加。在这一意义上,不存在资源的稀缺性。在工业经济时代,资本流动速度和获得的价格是至关重要的,发达的金融体系是提高资本流动速度、降低资本流动成本的物质基础。同样,知识经济时代,信息的传播速度和加工处理的成本也是至关重要的。全球互联网的兴起是提高信息流动性和降低信息成本的最佳渠道,使得信息能渗透和影响经济生活的方方面面,成为重要的生产要素;而计算机技术又极大地提高了信息加工和处理的效率,知识与技术的积累和发展速度加快了。因此,网络经济为生产资源结构的变化提供了技术和物质基础,促使生产资源结构的变化发生了一次质的飞跃。

(3) 生产成本的结构变化

网络经济中信息产品、信息技术产品和服务占社会总产值的比重不断增大。这些产品的前期不变投入(不随产量的变化而变化的投入)非常巨大,诸如巨额的研发费用、设备的购置费、知识产权的购买费用和广告费等,但随着产品产量增加而追加的可变投入如人工、原材料很少甚至可以忽略,也没有生产能力的限制,如芯片、软件等的生产。而且目前普通商品由于知识和技术含量越来越高的趋势也很显著,无形资本的投入较之有形资本的投入不断增加,不变资本较之可变资本数量巨大,增加产量无须消耗太多可变资本,反而摊薄了前期的不变资本。总的来说,在一定的前期投入下,随着产量的增加,生产的边际成本降低、边际产品增加,扩大生产规模不会遇到边际成本增加的瓶颈,反而呈现生产要素收益递增的规律。

网络经济中之所以会出现这种情况,是由于生产资源结构变化引起的。工业经济中生产主要以物质资源为主,由于物质资源是稀缺的,并具有消耗性,所以成本约束使得规模经济的范围受到限制:生产规模超过一定的限度,成本约束就会使得平均成本和边际成本的递减减缓、停止甚至反向上升。而网络经济中生产以信息资源——知识、技术和管理才能等为主。这些资源一经投入,可以免费地复制,也可以重复地使用和重复地销售,生产规模再大也不会受到成本约束的限制。平均成本和边际成本递减的趋势会一直持续下去。

2. 交易

交易是达成生产与消费的最重要的中间环节。网络经济中,交易技术的进步和由此引起的交易方式的创新降低了交易成本,提高了交易效率。

一般来讲,交易过程可以看成是供给者寻找合意的需求者,需求者寻找合意的供给者,并最终签订和履行契约实现产权的部分或全部转让的过程。

交易费用一般应包括三个项目:一是为了了解、确定交易对象而支付的信息费用,即搜寻费用。市场经济自由竞争的高效率不是自发的无成本实现的,而是通过交易双方有成本的搜寻实现的。二是为了获得交易的可能性而支付的费用,即交易双方为了使自己处于能够交易的环境和条件之中所支付的费用,即交易实施费用。如购买者获得可接受的支付手段、前往商场等行为的成本,以及销售者租用场地、周转库存、运输和派送货物等费用。三是与产权转让有关的费用,即内生交易费用,如产权的界定,契约的谈判、拟定、实施以及监督等费用。

通过对交易费用的细分可以清楚看到,网络经济中最常见的商业模式——电子商务(无论是企业—企业模式还是企业—用户模式)以及网上的金融服务都可以极大地降低第一类和第二类交易成本。目前,交易双方可以通过互联网在极短时间内以极小的费用在全球范围内搜索最理想的交易伙伴,并可以立刻通过网上的金融服务和四通八达的物流配送系统实施这笔交易。虚拟的交易场所以及零库存管理技术,都可进一步降低实施交易的成本。

交易技术的进步也导致交易方式的变化。比如,以前产品交换的专业部门——零售业的交易方式都是“打开门面做生意”,铺面和商店是客户考察产品、讨价还价和确定交易的重要场所。而现在的零售业根本就可以不要门面,只需在网上建立网站或者在网上购物中心租赁网上店铺即可,既节约了商家租赁铺面的成本,又节约了顾客的交通成本。基于信息网络的新的物流模式省掉了层层中间商的仓储,直接将物品从生产企业分配到个人。当然,这种直接物流模式早已超越了市场经济初期那种交易效率极低的原始形式(现有层级的批发零售网络本是为了改善初期物流形式的交易效率)。网络经济中出现的许多新的商业模式都蕴含着适应和充分利用交易技术进步的、改良的和全新的交易方式,这里就不一一叙述了。^①

3. 消费

如果我们将网络经济理解为是建立在国民经济信息化基础之上,各类企业利用信息和网络技术整合各式各样的信息资源,并依托企业内部和外部的信息网络进行动态的商务活动和管理活动所产生的经济,那么网络经济就不是整个社会经济的一个活动环节或一个构成部分,而是建立在传统经济基础上并相互融合而构成的知识经济。

^① 张蕊:《网络经济及其在中国的发展》,四川大学博士学位论文,2002年。

马克思把消费分为两类：一类是生产的消费，包括劳动和劳动手段、劳动对象的消费；另一类为原来意义上的消费，这就是“由第一种的生产物质之消灭引起的”，即生产物品的消费。生产物品包括物质产品和精神产品。这种消费活动和消费行为决定着人类的生存和发展。

网络消费指的是，网络经济条件下的物质产品和精神产品的消费。这种消费的主体，一是代表社会的政府消费，又称社会消费；二是家庭和个人的消费，又称个人消费。从社会生产和再生产的层面上考察网络消费，它的地位已有别于在大工业生产方式下的地位。^①

既然探讨网络文化产业中的消费，我们不妨将理论视野做一些限定，即从网络文化消费的视角审视网络经济中的消费行为特征。这样做，既能体现网络消费的经济属性，也能观照网络消费的文化内涵。

(1) 网络消费文化主体的独立性

荷兰学者约斯·德·穆尔分析了赛博空间的时空转移。他认为，赛博空间不仅是——甚或在首要意义上不是——超越人类生命发生于其间的地理空间或者历史时间的一种新的体验维度，而且也是进入几乎与我们日常生活所有方面都有关的花花八门的迷宫式的关联域。这就是说，人类世界的一部分转变成为虚拟环境，我们日常生活的世界同时也日益与虚拟空间和虚拟时间交织在一起。易言之，“移居赛博空间”与一种（通常是难以觉察的）“赛博空间对日常生活的殖民化”携手并行。^②正是在这种殖民化的虚拟空间里，受众实现了“身”与“术”的分离。由于网络消费者的匿名性特征，消费者可以对“术”的展示格外大胆，网民的创造性生产与消费是网络消费文化不断发展的内在动力。

在网络消费中，作为消费文化创造者的受众同时也是孤独的消费者。网络消费是一个自主性的消费过程，作为受众的消费者在信息接近权、消费主动权、消费话语权等方面享受极高的独立性。

(2) 网络消费文化对象的共享性

正如保罗·莱文森所言，电脑屏幕到来了，它不仅接收信息，而且发送信息，在家里、在办公室里、在全球各地，这证明了麦克卢汉关于地球村的另

^① 黄宗捷、蔡久忠：《网络经济条件下的消费理论研究》，《成都信息工程学院学报》2001年第2期。

^② 约斯·德·穆尔：《赛博空间的奥德赛——走向虚拟本体论与人类学》，麦永雄译，广西师范大学出版社2007年版。