

新媒体语境下国内隐性创意经济发展现状与对策研究

■李 勇

(长沙晚报社, 湖南长沙, 410016)

一、引言

隐性创意经济以文化创意产业为主体, 借助有特色、有创意、有品牌的文化产品, 创造更多的经济价值, 在很大程度上实现了经济价值、创意思维和文化资源三者的高度融合。进入二十一世纪以来, 新媒体技术不断发展、优化和升级, 我国文化创意产业的动力和活力逐渐增强, 各地政府开始重视基于新媒体技术而发展起来的隐性创意经济产业(如长沙设立马栏山视频文创园), 学术界也将隐性创意经济视为创意产业研究的重要分支而进行专门研究。

当前, 我国的经济增长面临着挑战和机遇, 优化、调整经济结构只管重要。传统的经济增长方式和产业结构已经不能满足我国现代社会的发展需求, 难以实现可持续的发展目标, 自然环境和资源正在承受着巨大压力。始于 2008 年的全球经济危机冲击了我国金融类产业, 可能在今后一段时间内, 金融类产业依旧难以成为带动国内经济发展的支柱产业。

现阶段, 大部分传统类产业已经基本完成世界范围之内的产业布局, 为了增强我国的经济增长实力, 需要挖掘新产业, 以低能耗、清洁型为主体的隐性创意产业正在承担起这一责任, 成为我国经济增长和文化输出的重要支柱力量。在当前“数字文创”高速发展的前提下, 湖南正加速从传统文创产业向隐性创意产业转型升级, 自主创新能力大大增强。其中, 湖南文化创意有限公司建立“这湘有礼”综合平台, 通过全产业链的搭建与孵化, 累计转化 4600 多件优秀文化和旅游创意产品, 并实施“湘品出湘”工程, 推动湖湘文化走出湖南走出国门, 正逐步实现湖湘文化创造性转化和创新性发展的目标。

本文将新媒体语境下我国隐性创意经济产业作为主要研究对象, 从其基本内涵和主要特征入手, 分析隐性创意经济在现阶段的发展情况, 并探讨该产业的有效发展策略, 以促进国内社会经济在数字

化趋势下的多样发展。

二、新媒体语境下隐性创意经济产业的主要特征

文化和科技的融合既催生了新的文化业态、延伸了文化产业链, 又集聚了大量创新人才, 是朝阳产业, 拥有广阔的发展前途。基于新媒体背景的隐性创意经济之所以能在社会各界引起关注, 很大程度上是因为其具有传统经济产业所不具备的开创性优势, 甚至还具有强大的社会变革性等特性, 可以创造更加巨大的经济价值、文化价值和社会价值, 对我国社会发展和经济市场的转型产生巨大的影响。与传统的工业核心经济产业相比, 新媒体语境下的隐性创意经济产业具有以下几点优势特征。

(一) 自上而下的生产消费模式

在传统工业经济模式当中, 文化类产品的设计、选型、生产及销售被严格掌控在大型企业或资本家手中, 由企业家和资本家全权决定开发内容与生产产品, 之后再利用广告等宣传工具刺激消费者, 促使其消费。但是在新媒体语境下发展的隐性创意经济产业当中, 网络的开放和多元化赋予了消费者更多的自主权, 使其能够获取更多的经济信息; 同时, 消费者拥有交流互动和评价反馈的权利, 在一定程度上消除了传统经济生产活动中的“主体、客体”关系, 经济生产过程已成为一种与消费者密切相关的互动模式。与此同时, 随着新媒体的不断赋权, 消费者已经完成了身份转变, 不再作为被动受众。

消费者可以以文化生产者和消费者的双重身份应对全新的隐性创意经济形势。隐性创意经济是建立在所有人的创造力或创造潜力基础上的, 在这种模式下, 每一个个体, 特别是消费者, 都可以充分利用其自身的创造力和创意思维, 构建一个新的经济和社会发展体系, 建立起自上而下的生产和消费模式, 使生产者和消费者都能从中获得较强的自我认同感, 进而为社会发展创造出更多的经济效益。

(二) 后现代式的经济组织模式

基于新媒体语境的隐性创意经济产业在实际发展过程中具有后现代性的重要特征, 其经济组织模

式体现了对传统工业经济发展模式结构的颠覆和创新。传统工业模式的经济时代将大型工业企业作为核心，而隐性创意经济以新媒体和网络技术的发展为基础，以小型文化产业为主体，表现为中小型经济单位。虽然其经济单位的人员规模和生产规模较小，但是由于其去中心化、扁平化、开放式及平等化等特征，在生产经营的过程中可以打破传统企业分级管理限制，更好地保护个人利益，为创意人才的持续发展提供重要保障。

工业经济模式下的产业大多都具有固定的经济单位，而新媒体语境下的隐性创意经济则以具体的经济生产项目为纽带，实现创意人员的聚集。这种新经济组织形式不受特定规则的约束，以创意共同体之间的交互为基础，不仅可以有力维护创意人才的独立身份，而且可以确保文化创意、经济创意等的个性化发展。

（三）多元化的经济盈利模式

在传统的工业核心经济发展时代，文化产品只有依托于其他商品的交易才能够获取基本的经济效益。由于文化产品很难被破坏，这使得其更容易达到饱和状态，难以出现商品缺口。这种固有化的矛盾导致文化产品丧失自身的价格优势，只有通过创造产品价格和质量等缺口，生产者才能最大限度地提高经济效益。然而，在基于新媒体的隐性创意经济中，文化产品表现出不同的盈利模式，可扩展其在价值链中消费环节的多样化，以有效增加经济效益。借助网络 and 新媒体技术，文化创意的传播和生产通常是“零成本”状态，一张照片、一段视频及一篇文章都可以作为独立的商业产品进行销售。同时，高质量的文化创意也可作为吸引流量和投资的重要入口，持续积累潜在消费者，借助广告宣传、周边开发及 IP 授权等商业交易模式，帮助产品实现从文化创意到商业产品的转变。

三、国内隐性创意经济产业的发展现状分析

近年来，我国凭借劳动力比较低廉等特点，成为世界范围内较大的制造类工厂，带动了国内各类经济产业的飞速发展。然而，无论是在浅层的设计经济行业，还是在隐性的创意经济行业，我国与世界强国之间依然存在着巨大的差距，特别是隐性创意经济的市场运转机制和经济管理模式非常混乱，尤其体现在以下几点。

首先，市场监管机制不够健全，尤其是作为隐性经济产业发展核心的创意产品和创意行为得不到有效的激励和保障。其次，缺乏良好的市场运行环

境，如今市场化的短视频产业非常繁荣，但是依旧存在设计理念落后及市场定位错误的问题。此外，国家及各级政府没有清晰、完整且系统性地认识到隐性创意经济战略的重要性，这使得我国隐性经济产业发展缺少有力的法律、政策及融资条件支撑，导致隐性创意经济无法进入持久发展的状态。最后，传统工业式经济发展思维的影响和限制较强，导致现阶段我国文化创意产品市场转换能力不足，以市场驱动为核心的创意经济产品的市场效益较低，导致隐性创意经济产业的发展受到严重限制。例如，湖南文化创意产业虽然声名远播，但是还存在“小量大企业”、“大量小企业”的格局问题，发展空间还有待进一步开拓。

四、推动我国国内隐性创意经济可持续发展的策略

（一）需要以政策引导作为基本保障

只有通过国家政策支撑和地方政府积极引导，才能够为隐性创意经济产业的发展创造良好环境，加快隐性创意经济产业的实际发展速度。发达国家和地区隐性创意经济产业成功发展经验表明，隐性创意经济是城市经济发展的新增长点。我国隐性创意经济产业不仅要借鉴发达国家的先进经验，还要进行详细且深入的市场调研。各地应全面分析本地区近年来隐性创意经济的实际发展状况，明确隐性经济发展总体战略的基本目标和发展思路，制订发展隐性创意经济的优化措施。同时，也要提高品牌影响力，反映城市文化特色，要尽量以培养创意产品品牌和体系为核心，使隐性创意经济产业不断延伸，并且强化其扶持功能，建立完整且全面的创意产业集聚区。

此外，还需要充分发挥政府的领导功能和组织作用，统一规划、整合产业园区和贸易平台，以发展区域性隐性创意经济，从而全面优化创意经济发展的内外部环境。政府要制定一系列的针对性政策，推动创意经济产业的实际发展，强化不同行业之间协调合作、抱团发展，加大在创意经济研发方面的财力和人力投入力度。例如，湖南“桃源工雕刻技艺”风格流派包含木、石、骨、根、竹等雕刻工艺，“桃源工”的艺术成就在中国工艺美术史上有着重要的地位，文化创意艺术价值的挖掘研究和科技创新融合发展占据着广阔的空间。相关公司在政府支持下入驻常德高新区，计划在3年内投资3亿元建成占地300亩的家居文化产业园。

（二）提高新媒体技术的交互性

如今，新媒体技术正在不断融入现代人的日常

生活，伴随着新媒体技术的持续普及及大众对于新媒体依赖程度的持续提高，人们已经越来越离不开作为传播、社交工具的新媒体。例如，微信应用促进了图片、语音、短片等微观影像的流行和传播，微博带动了图片和碎片化新闻等文字信息的广泛传播，抖音和快手则使得短视频成为现代视频艺术的核心。总之，“互动”已经成为互联网时代最重要的关键词之一。此外，与传统媒体艺术相比，新媒体艺术的特点是有较高程度的关联性和互动性。

另外，与传统的单向媒体相比，新媒体具有传播形式的个性化和多样化特点。传统的媒体传播形式，如广播、电影和电视、杂志和报纸，属于单向传播形式，但在新媒体时代，一对多类型的传统传播形态已经落后，并逐渐被新媒体的互动传播形式所取代。为了促进国内隐性创意产业的不断发展，就需要从新媒体语境入手，提高新媒体技术自身的交互性，实现隐性创意产业可持续的深入发展，为隐性创意经济产业构建更为强大的技术框架。为了有效提高新媒体技术的交互性，就需要企业从短视频等方面的新媒体艺术形式入手，增强其交互性，使民众更乐于接受新媒体艺术，接纳并参与隐性创意经济产业的发展，为我国隐性创意经济产业提供更加广阔的发展前景。

（三）重视各类宣传活动的辅助作用

增强相应的宣传活动，可以为我国隐性创意产业的发展创造的舆论环境。对于大多数人来说，隐性创意产业、文化创意产品等仍然是新鲜概念，隐性创意经济对中国未来经济发展发挥的作用也很难预测，因此，借助传统媒体和新兴媒体开展宣传活动、营造良好的舆论氛围变得非常重要。借助各种新媒体渠道形象化、立体化地宣传当前隐性创意经济产业的发展情况和前景，特别是隐性创意经济产业在刺激国民经济发展中发挥的积极作用，能最大限度地发挥隐性创意经济产业对区域经济发展的积极影响。网络作为新媒体技术的主要载体，是隐性创意经济宣传的主要渠道，隐性创意经济园区需要尽可能构建起自己的宣传网络，全面扩大隐性创意经济的实际影响力。

除此之外，企业还可以组织各种主题活动，以提高隐性创意经济产业的社会影响力。比如，企业可以定期组织以创新创意为主题的交流、研讨会和创新竞赛等活动。由于高校是创意经济产业人才最重要的培养基地，这类主题活动要尽可能地吸引大学生参加，全面促进国内隐性创意经济的发展。

（四）以专业人才培养作为根本

在创意经济变得越来越重要的情况下，吸纳和针对性培养创意人才可以有效扩大人才队伍。强烈的创新意识和创造力是隐性创意经济发展的核心。目前，我国创意人才的拥有量远低于发达国家，培养创新人才的任务也有一定难度。创意人才的培养需要从多角度、多层次同步开展，必须考虑到短期和长期效应的有机结合。

创意经济是我国社会未来经济发展的核心发展方向之一，发展前景良好，在实际发展过程中需要借助本区域的高校人才优势，加快创意型人才培养，可以借助各类激励措施和活动平台，实现产学研的一体化发展，通过设立奖学金、开展创意精英讲座、构建专业创意实践基地等方式，加大高校和创意经济企业的合作力度。此外，还需要将创意经济理念融入高校课程教学体系，设置单独的拓展类课程，探索产学研有效结合的培养渠道。例如，长沙马栏山视频文创产业园是以数字视频创意为龙头，以数字视频金融服务、版权服务、软件研发为支撑的视频产业集聚区。今年，该产业园与长沙学院等高校建立产学研战略合作关系，共建马栏山新媒体现代产业学院，举办校园专场招聘会，筹建马栏山新媒体实训中心及配套建设项目，培养新媒体人才，为学生提供接触创意经济的条件，培养学生的创意经济思维，为园区提供更持续的人才支持，有力推动当地隐性创意经济的健康发展。

五、结语

我国的社会经济发展环境和历史发展特点与发达国家之间的差异较大，决定了我国的隐性创意经济发展不能盲目照搬其他国家的发展策略，而要从我国实际国情为根本出发点，采用政策、宣传、服务、人才以及财力多方面相结合的措施，合理借鉴其他国家的实践经验，做到多管齐下、多措并举、多头发力。与此同时，还需要始终以新媒体语境为基础，以新媒体技术为主要框架，夯实隐性创意经济的发展基础，为其赋予强大的内在支撑力，对于现阶段隐性创意经济发展过程中存在的问题和不足，要进行针对性地分析和探究，探寻最佳解决方案和策略，促进隐性创意经济的全面发展和深化。

【作者简介】李勇（1972—），男，湖南长沙人，本科，主任记者，长沙晚报社，研究方向为传媒经济管理。