

## 聚焦第九届深圳文博会

# 华侨城：创想生长的力量



成都东郊演绎狂欢



OCT-LOFT华侨城创意文化园夜景



深圳欢乐海岸的夜景



深圳华侨城



深圳世界之窗鸟瞰

从唱戏到搭台

## 华侨城积极搭建文化产业发展平台

本报记者 王学思

5月的深圳,文化产业再次成为全城的热词话题。由文化部、商务部、国家新闻出版广电总局、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府和深圳市人民政府联合主办的第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“深圳文博会”)召开。

作为一个国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会,连续多年举办的深圳文博会以博览和交易为核心,全力打造中国文化产品与项目交易平台,对于促进和拉动中国文化产业发展的平台作用不言而喻。

更让人惊喜的是,记者在走访本届深圳文博会期间发现,随着产业及企业自身实力的不断发展壮大,文博会的参展企业除了在这个平台上积极“登台唱戏”外,还充分发挥领军优势及示范作用,努力为中国文化产业发展搭台、助推产业转型升级。

总部位于深圳的华侨城集团更是其中的佼佼者。

### 以领先者的自觉和优势建产业平台

说到文化产业发展,文化产业平台建设是近年绕不过去的关键词之一。《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》中指出,“十二五”期间,我国将重点建设九大文化产业重点工程。其中文化产业公共服务平台建设工程为重点之一。规划中明确,文化产业公共服务平台建设工程要整合各类资源,提供可共享共用的基础设施、技术设备、信息资源和中介服务,降低文化企业的创业和运营成本,形成集聚和规模效应。

深圳文博会便是文化产业平台建设中的经典案例。自2004年首届深圳文博会举办至今,文博会始终围绕其“平台”属性,充分发挥“平台”作用,让中外文化企业在这里实现产品展示、文化交流和信息交流,并最终发展成为中外闻名遐迩的“中国文化产业展”。截至去年,在文博会交易的文化项目累计已超过5000亿元,一大批文化企业在这里成功地成为了登台唱戏的主角。

以华侨城为例,2006年参展第二届深圳文博会时,华侨城签约了11个文化产业项目,签约金额近6亿元;到2012年参展第八届深圳文博会时,华侨城签约了九大项目,签约金额超过12亿元,由此可以看出华侨城文化产业的发展壮大。

作为以文化产业为主营业务之一的央企,华侨城从深圳起步,经过28年的发展,已经成为文化产业领军企业,其业务覆盖文化旅游、文化节庆、文化演艺、文化科技、文化艺术、文化主题酒店以及文化相关产品制造七大板块,并在各自的细分市场中均处于领先地位,是文化产业领域当之无愧的主角之一。

然而,作为行业领先者,发展壮大后的华侨城所思考的并不只有自身的发展,而是以领先者的自觉,从文化产业整体发展出发,充分利用自身品牌优势、业务优势和市场优势,发挥带动作用及示范作用,积极搭建文化产业平台。

正是循着这样的思路,华侨城进行了多项创新和实践,积极搭建文化产业与资本市场之间的桥梁,

发布中国首个文化产业指数——华侨城文化产业指数,完善文化产业投融资体系;改造旧厂房建成OCT-LOFT华侨城创意文化园,为文化创意产业发展提供孵化器……

### 文化与资本融合产生强大能量

近年来,文化产业的发展越来越受到全社会的关注。每年的文博会,无论是声势还是规模都有增无减,证明了文化产业的发展势头。然而,当前的文化产业遇到了“资本”拦路虎。文化产业既是知识密集型,也是资本密集型的产业,具有资金投入周期长、不确定性大的特点。中小型企业的创业和发展需要多元化的社会投融资体系的支持,大型文化产业集团的形成和运营更离不开资本运作。但文化产业企业具有“轻资产”的特点,缺乏有形抵押物,所拥有的知识产权等无形资产难以进行价值评估,融资与其他行业相比更为困难。为此,业内专家总结出:文化产业投融资影响和制约文化产业发展。

作为文化产业中的领军者,华侨城早在2009年便实现了主营业务整体上市。借助资本市场的力量,华侨城不断完善文化产业链,拓展文化产业细分市场,综合竞争能力、盈利能力、可持续发展能力得到很大提升。2012年,华侨城文化相关企业收入达75亿元,累计接待游客超过2.2亿人次,连续多年入选全球旅游景区集团八强。

在文化产业与资本市场取得成功运作经验的华侨城,秉承央企的社会责任感,致力于推动文化产业的大发展大繁荣,以促进文化产业与资本市场融合为己任。为此,从2011年起,华侨城便主动和深圳证券信息有限公司联系,希望定制文化产业指数,为文化产业发展搭建金融平台。

最终,在2012年11月9日,由华侨城冠名的国内首个文化产业指数——华侨城文化产业指数在深圳证券交易所挂牌。业内专家认为,文化产业指数不仅可以反映出我国文化产业的发展水平和变动趋势,凸显文化产业在国民经济发展中的重要地位,还可以反映市场对文化产业上市公司运营与盈利的预期,为市场分析人士预测判断未来文化产业的发展趋势提供量化参考,为市场提供文化产业指数化投资标的。

搭建这一平台,推动文化产业指数面世的华侨城也被盛赞开创了“中国资本市场在文化产业指数领域的先例”。业内评价称:华侨城此举构筑了资本市场与文化相关产品制造七大板块,并在各自的细分市场中均处于领先地位,推动了文化产业与资本市场的融合发展。

### 旧厂房变身孵化器

与搭建文化产业的平台资本一样,华侨城在推进文化创意产业平台方面也不遗余力。“文化+创意”是本届文博会的展会特色之一,来逛文博会不能错过的地方恰恰就是OCT-LOFT华侨城创意文化园。

OCT-LOFT华侨城创意文化园位于深圳华侨

城原东部工业区内,占地面积约15万平方米,建筑面积约20万平方米,分为南北两区。2004年以前,这里是一片旧厂房,原入驻企业大多为上世纪80年代引进的“三来一补”工业企业,铸就深圳工业成长的历史印记。

进入新世纪,文化创意产业进入发展快车道。实现创意产业集聚不仅符合世界经济的发展趋势,也是提高文化产业竞争力和附加值的重要途径。加之创意产业需要充分发挥个人的创造力,更需要搭建交流及辅助平台,为此,华侨城采取了打造创意文化园区的思路——利用旧厂房的环境和氛围,为深圳文化创意产业发展搭建聚集的平台,成为文化创意产业的孵化器。

于是,2004年下半年,华侨城启动了相关的改造工程。如今,园区吸引了200家左右企业和机构入驻,包括设计、摄影、动画创作、艺术等多个行业,集工业设计、平面设计、空间设计于一体,具有创意设计、研发、制作、交易、展览、交流、培训、孵化、评估及公共服务等综合功能。这里有全国第一个周期最为密集,场地设施稳定的工作室创意市集,为世界各地知名设计师的街区,更有何香凝美术馆、华·美术馆共同组成华侨城“艺术三角”的OCT当代艺术中心,这里举办了深圳·香港城市·建筑双城双年展,华侨城创意文化园概念设计国际邀请展、国内首届创意管理论坛;这里汇聚了全国乃至全世界最顶尖的设计公司和创意人才,已成长为创意人才的朝圣地、创意产业的发源地,也成为众多文化产业设计与艺术文化的窗口,有国际影响力的文化艺术高地……截至2011年底,产值已接近70亿元,核心支柱从创意设计产业,扩展到当代艺术、先锋音乐三大产业。

为了充分发挥创意文化园的平台作用,华侨城不仅吸引创意企业的集聚,更致力于推动产业整合,不断拓展文化产业上下游的链条,使得创意产业相关企业(供应商等)产业要素聚集在一起,提升产业链效率,为把该平台搭建得更好,华侨城不惜资金投入自身的经济效益。以去年举办的爵士音乐节为例,华侨城创意文化园主动邀请,邀请了近30支欧美知名的爵士乐队参与演出,但票价仅50元,主动邀请了活动的场地、资金、宣传等各方面工作,还邀请入驻机构开展品牌联动活动,最终保证了活动的高水准和影响力。

在文化产业的发展过程中,领先企业的先锋作用不可忽视。从在文化产业中“唱戏”的主角,到作为助推文化产业发展的“搭台者”,华侨城将先锋作用发挥得淋漓尽致。以“创意家”为精神内核,华侨城不仅致力于成为国人“优质生活的创想家”,更致力于成为文化产业的领军者、开拓者和驱动者。为文化产业提供发展平台是华侨城作为产业“驱动者”的最佳体现,也是华侨城秉承文化央企的社会责任感所做出的必然选择。而正是源于企业精神内核和企业社会责任感,我们可以预见,未来的华侨城将在助推文化产业发展上走得更远、更好。

5月17日,深圳迎来文化产业界一年一度的顶级盛会——第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(简称“深圳文博会”)。历经10年发展,深圳文博会不断推陈出新,今年更对会场展区设置做了调整完善,首次增设文化旅游馆,越来越注重对文化产业新业态的培育。

据深圳文博会官方数据显示,今年共有来自90多个国家和地区的2118家展商参与,其中深圳本土展商依旧是主力。深圳本土企业、文化央企华侨城集团(以下简称“华侨城”)作为国内文化旅游产业领军者和深圳文博会“多期元老”更是备受瞩目。本次,华侨城从主会场文化旅游馆内展示文化旅

## 主会场聚焦 分会场热闹

# 华侨城“盛放”深圳文博会

本报记者 简彪

深圳华侨城国际传媒演艺有限公司制作、深圳歌舞团有限公司演出,创新结合多媒体、动画与舞台、音乐的艺术巨作,是华侨城创建优质地域文化品牌的典范。

### 主会场盛放 创想见证着成长

记者5月16日在华侨城展区看到,华侨城在文化旅游馆内,以白色和绿色为主色调,层次分明的树丛造型勾勒出华侨城今年的“创想生长”主题。步入主会场辅场的旅游行程和生活画卷,更让人身临其境地体验近30年来华侨城发展历程;还将游梦想象带到人们眼前的微缩主题公园——世界之窗。

深圳被誉为“设计之都”,文化创意产业是其城市繁荣发展的一大支柱。今年深圳文博会的创意设计类分会场就达14家,是历届最多的一次。作为南中国最有影响力的文化园区,深圳先锋艺术策源地——华侨城创意文化园,今年继续成为深圳文博会分会场。在去年“展望”的基础上,华侨城创意文化园今年开启“新·声 New Echo”,在形式上突出新人新作,在内容上展

现新开业的海洋馆一起,为广大市民谱写风情万千的舞曲。

据了解,文博会华侨城主展区和分会场从开幕之日起,将陆续推出为期一个月的演出、展览和多媒体放映等,期间还将联合新媒体互动平台为大家推选最精彩的文化活动。这也是28年来,华侨城“以文化为核,旅游为主导”发展历程的阶段性总结。

日前华侨城在全国已开发、建设大型旅游综合项目14处,截至2012年底累计接待游客2.2亿人次,连续多年入选全球旅游景区集团八强。华侨城正逐渐转型成为中国领先的现代服务业集聚型开发与运营商,率先提供多元化的综合性文化旅游产品,成为中国文化产业的引领者。

窗与锦绣中华,改变新一代人游玩观感的欢乐谷,让文化创意和先锋艺术在城市生根蔓延的华侨城创意文化园等。华侨城展区负责人接受记者采访时表示:“这次的主题展示以时间为轴,通过华侨城休闲度假、文化行旅两大部分的展示,追溯华侨城文化演变变迁,以此映射28年来华侨城为中国城市居民生活带来的点滴品质改变。”华侨城以“优质生活创想家”为目标,正广泛开展城市综合连片开发,试图以其旗下众多的文化旅游品牌,集结成可以抗衡美国迪士尼的巨无霸。

此外,大型原创多媒体音画诗画《国风·琴棋书画》于深圳文博会期间同步在华夏艺术中心分会场举行首演,这台由深

新媒体及创新设计,从5月初至6月16日,在为期一个多月的时间里,华侨城创意文化园将连续推出包括微电影《OCT-LOFT》首映礼、艺术电影展、国际新媒体艺术展、T街创意市集、国际乐队音乐专场及专题艺术讲座等在内的活动,通过聆听年轻新锐的发声,期待在大众的互动参与中产生共鸣和回响。

城市滨海岸客厅——欢乐海岸,则延续去年“风雅文化”主题,策划了“雅分享,乐生活!欢乐海岸——风雅文化资源地!”大型系列活动,为文博会带来国内外最前沿的创意文化热潮。从深圳湾畔、椰林沙滩到狂欢大道、创意广场,“穿越时空·探秘古埃及”文明展、欢乐海岸龙舟节、岸·风情·美食季将

暑期对外开放。可以说,欢乐谷的出现宣告了一种新旅游产品的诞生,同时也宣告了大众普及化、娱乐化、休闲化、开放化的新旅游时代到来。至此,欢乐谷成为华侨城集团成功兴建的新一代主题公园,也是中国第一个自主创新的主题公园连锁品牌,成为中国文化主题旅游产业中最具代表性的创想符号。

28年前,华侨城从深圳一隅起步,如今它已在全国11个城市拥有大型旅游综合项目14处,累计接待游客量达2.2亿人次。这一段与中国改革开放几乎同步的“文化旅游变迁史”,恰好从一个侧面记录了“中国旅游产业30多年来的创新发展。与此同时,华侨城文化主题旅游产品不断换代升级,映射出来的是一个时代中国人旅游生活的日新月异,以及在经济不断繁荣的大背景下,人们对休闲娱乐、品质生活从最初的盲从模仿,到认知体会到如今具备自主需求和选择的变化过程。

2006年华侨城来到成都,在23年的经验积累之上,创造性地提出中央欢乐区(CHD, Central Happiness District)的概念,通过规划休闲度假生态、人文环境来创造和提升生活价值。成都华侨城中央欢乐区,聚集了大量旅游、娱乐、商业等文化产业集群,以多种城市功能形态为载体,提供居住社区、酒店及城市公共空间等配套设施,打造完善市政交通及良好的生态环境,形成了一个创新的欢乐体验的城市核心区。正如旅游行业专家所说:“真实、完整的

生活不仅需要多样化的生活元素和文化元素。”中央欢乐区突破了城市单一功能板块的划分,实现了聚合性的多功能板块,完成了生活多样性、社区多样性以及社区结构多样性完美结合。成都华侨城成为中国西南地区乃至全国最具创意和影响力的都市娱乐、文化、居住核心社区。

至此,华侨城关于优质生活的定义超越以往意义的社区竞争——“华侨城生活方式”不是仅仅满足于传统生活方式,而更关注整合优秀文化要素,追求审美享受的现代生活方式。

随着改革开放后经济的蓬勃发展和中国主题公园迎来历史性发展机遇,同时也面临着国内、国际双重竞争。而在此时,华侨城加快了资本运作步伐,以迎接更大的挑战做准备。1997年,华侨城整合旗下优质旅游资源,在深圳证券交易所挂牌成立上市公司,实现了由单纯产业经营阶段向产品和资本并驾齐驱的飞跃。一年后,深圳欢乐谷在深圳湾畔应运而生,以“动感、时尚、激情”的品牌个性和丰富内涵,为现代都市人提供了愉悦身心的多元化旅游休闲方式与都市娱乐产品。据了解,华侨城平均每年有不少于3000万元的资金投入主题公园当中,赋予主题公园新的生命力。

在深圳欢乐谷诞生后的15年里,华侨城秉承创想文化内核,迈开健行步伐,已先后在北京、上海、成都、武汉打造了5家欢乐谷主题公园。2012年5月,武汉欢乐谷落底,标志着华侨城欢乐谷连锁品牌“东来西归”的大中华布局已全面完成。目前,天津欢乐谷亦已动工,总投资逾27亿元,预计将在今年

发展大繁荣。

文化插上科技翅膀 飞得更高

进入新世纪,文化与科技的结合成为新的热点,文化科技成为文化产业中最迅猛的细分领域之一。早有专家预言:文化与科技融合已经成为实现文化产业整体转型升级的重要突破口。本届文博会的文化产业综合馆也首设文化新业态展区,以“文化+科技”为主题,集中展示我国文化科技产业发展重要及趋势。

华侨城也早早启动了这一细分市场的深耕。2011年6月,华侨城收购蓝山科技,成立华侨城文化旅游科技公司。该公司以高科技文化旅游产品的创意、策划、设计、开发、研制及综合服务为核心业务,并提供影视动画、网络游戏、娱乐终端等文化衍生产品增值服务,是国内一流的大型高科技文化旅游产品供应商,具有大型文化科技主题旅游项目的综合实现能力,并能提供文化创意、主题旅游、科技创新的产业链整合方案,构建文化、旅游、科技整合发展的桥梁。

两年多来,华侨城文化旅游科技公司开发了10多项高科技游乐产品,拥有60余项专利、软件著作权及影视作品著作权等自主知识产权,通过了TUV管理认证,取得了国家特种设备A类大型游乐设施制造安装许可证和广播电视节目制作经营许可证。该公司还将自主研发的多个大型高科技文化旅游项目结合为一体,打造新型文化旅游科技旅游综合体。其内容涵盖现代科技、科学幻想、神话传说、历史文化、主题旅游等多方面,以视听互动游戏体验为表现形式,用现代科技表现文化传承与创新,实现了文化、艺术与表现科技完美结合,是一种崭新的拥有完全自主知识产权的文化园区形态和文化创想展示平台。

同时,该公司借助华侨城旅游项目的平台,利用项目的主题文化内容和创意支持,大力开发华侨城旗下的影视动画、网络游戏、娱乐终端等数字化衍生产品,构建线上文化、旅游、科技整合发展的桥梁。通过文化科技串联起景区线上和线下的游乐体验,对主题景区内容的游戏化提炼,开发线上虚拟游戏互动娱乐平台,与线下的景区互动,让游客在公园中玩游戏,让玩家在游戏中逛公园,有效解决了主题公园运营等时间内的游客体验、生动再现主题文化内容等问题,提供了虚实完美结合的游乐体验。

深度挖掘细分市场,完善产业链对于文化产业发展的作用不言而喻。文化产业发展前景无限,尚有巨大空间可挖掘、提升。华侨城作为文化产业的领军企业之一,凭借对于文化产业发展趋势的洞察,在已经取得巨大成功的基础上,秉持文化产业航空母舰的目标,再一次充当“开拓者”角色,不断扩大文化产业战略布局,找寻新兴市场及细分市场,并进行培育和深耕。而这些细分市场的开发,已成为华侨城推动文化产业转型升级的撬动点,也为华侨城实现文化产业航空母舰的目标注入巨大动力。

## “航母”华侨城开疆辟土 深耕文化产业细分领域

孙楠

店超过40家,客房总数近6000间。这些酒店构成了游客体验旅游文化的重要组成部分,更为提升旅游业务运营管理水平 and 赢利能力做出了重要贡献。

深圳文博会作为国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会,已成为中国文化产业发展的风向标。在今年的深圳文博会上,一些文化产业新趋势逐渐呈现:在整个文化产业蓬勃发展的形势下,文化产业各细分领域迎来发展的良好时机。一些领军企业更是积极探索文化产业的发展路径,以开拓者的姿态,积极培育文化产业细分市场,不仅取得了产业先机,更引领了产业发展潮流。

《国风》巧妙地选取琴、棋、书、画作为根基,以经典人物、历史事件、神话故事为载体,融合舞蹈、魔术、武术及戏曲的多种表现元素,是一部将多媒体与舞台、音乐进行结合和创新,展现瑰丽中华文化内涵的大剧目。

这是华侨城在文化演艺道路上的一大步。这一步的起源要追溯到1989年锦绣中华景区葡萄架下的临时助兴演出。起初,华侨城希望景区艺术表演满足游客的多样需求,却由此形成了中国景区秀的最早雏形,文化演艺也成为华侨城景区备受游客青睐的拳头产品。

1991年,华侨城成功推出第一台大型旅游文艺晚会《艺术大游行》。2001年,华侨城投资1亿多元建设了被称为“中国第一舞台”的深圳世界之窗环球舞台,创下多项亚洲领先指标。2007年,在主题公园驻场演出日臻成熟的基础上,华侨城推出在景区内独立运作的驻场式表演项目剧目——拉斯维加斯大型驻场秀《E秀》,探索类似于美国拉斯维加斯“酒店+娱乐业”的运营模式。2008年至2011年,又先后在深圳、北京、成都建造了独立于景区的城市剧场,打造出了与这几座城市的城市文化、地方特色紧密融合的大型城市秀《金面王朝》、《天府蜀韵》、《深重秘境》。至此,文化演艺从旅游剧场的门票中剥离开来,成为华侨城文化产业的重要分支。截至目前,华侨城共建设了近60个享誉国内外的演出,拥有千人以上专业剧场及表演场地23个,演职人员近2600人。

《国风》将进一步推进华侨城文化演艺产业创新发展的进程。未来,华侨城计划将《国风》因地制宜地复制全国各地,以精干的演员阵容及方便便捷的舞台器械,通过空试驻场演出与巡演相结合的模式,走向国内更多地区及国际演艺市场。

华侨城在其“十二五”发展规划中提出,要把华侨城20多年的文化演艺经验在全国迅速复制并转换为真金白银,进一步领跑国内文化演艺市场,赢得新一轮市场开发的主导权。《国风》是一个突破,华侨城希望借助该剧在剧目上的创新,实现文化演艺项目管理理念、运营经验、服务模式的突破,并最终提升其市场竞争力。

而这不仅仅是华侨城文化产业化的长远战略,华侨城还将其视为演艺品牌输出的重要支点,希望借此突破国内演艺产品的表现形式及运营模式,推动文化演艺产业进步,进而推动文化大

### 用创想引领 领航国内文化旅游市场

文化旅游一直是华侨城旅游产业的核心,在创想文化的浸润下,打造独具文化特色、文化品质的旅游产品是华侨城始终坚守的目标。如今,华侨城旗下位于深圳的华侨城民俗文化节、世界之窗、欢乐谷和东部华侨城,已形成我国最大的主题公园群落。2012年,华侨城接待游客达2600万人次,连续多年入选全球旅游景区集团八强。

回溯至上世纪80年代末期,我国首家微缩主题公园锦绣中华在深圳开业,集中凤凰名胜与风俗习惯于一体,当年便接待300多万游客,成为深圳特区朝阳产业的明星。在相同造园理念指导下,华侨城再接再厉,于1994年开创世界之窗,华侨城开创性打造的,以微缩景观为内容的主题公园,满足了20世纪八九十年代的中国人游世界的梦想,体验日常生活之外风景风情的初级旅游梦想,突破了以往由劳顿的旅游方式,开启了中国人主题公园的先河。

随着改革开放后经济的蓬勃发展和中国主题公园迎来历史性发展机遇,同时也面临着国内、国际双重竞争。而在此时,华侨城加快了资本运作步伐,以迎接更大的挑战做准备。1997年,华侨城整合旗下优质旅游资源,在深圳证券交易所挂牌成立上市公司,实现了由单纯产业经营阶段向产品和资本并驾齐驱的飞跃。一年后,深圳欢乐谷在深圳湾畔应运而生,以“动感、时尚、激情”的品牌个性和丰富内涵,为现代都市人提供了愉悦身心的多元化旅游休闲方式与都市娱乐产品。据了解,华侨城平均每年有不少于3000万元的资金投入主题公园当中,赋予主题公园新的生命力。

在深圳欢乐谷诞生后的15年里,华侨城秉承创想文化内核,迈开健行步伐,已先后在北京、上海、成都、武汉打造了5家欢乐谷主题公园。2012年5月,武汉欢乐谷落底,标志着华侨城欢乐谷连锁品牌“东来西归”的大中华布局已全面完成。目前,天津欢乐谷亦已动工,总投资逾27亿元,预计将在今年

发展大繁荣。

文化插上科技翅膀 飞得更高

进入新世纪,文化与科技的结合成为新的热点,文化科技成为文化产业中最迅猛的细分领域之一。早有专家预言:文化与科技融合已经成为实现文化产业整体转型升级的重要突破口。本届文博会的文化产业综合馆也首设文化新业态展区,以“文化+科技”为主题,集中展示我国文化科技产业发展重要及趋势。

华侨城也早早启动了这一细分市场的深耕。2011年6月,华侨城收购蓝山科技,成立华侨城文化旅游科技公司。该公司以高科技文化旅游产品的创意、策划、设计、开发、研制及综合服务为核心业务,并提供影视动画、网络游戏、娱乐终端等文化衍生产品增值服务,是国内一流的大型高科技文化旅游产品供应商,具有大型文化科技主题旅游项目的综合实现能力,并能提供文化创意、主题旅游、科技创新的产业链整合方案,构建文化、旅游、科技整合发展的桥梁。

两年多来,华侨城文化旅游科技公司开发了10多项高科技游乐产品,拥有60余项专利、软件著作权及影视作品著作权等自主知识产权,通过了TUV管理认证,取得了国家特种设备A类大型游乐设施制造安装许可证和广播电视节目制作经营许可证。该公司还将自主研发的多个大型高科技文化旅游项目结合为一体,打造新型文化旅游科技旅游综合体。其内容涵盖现代科技、科学幻想、神话传说、历史文化、主题旅游等多方面,以视听互动游戏体验为表现形式,用现代科技表现文化传承与创新,实现了文化、艺术与表现科技完美结合,是一种崭新的拥有完全自主知识产权的文化园区形态和文化创想展示平台。

同时,该公司借助华侨城旅游项目的平台,利用项目的主题文化内容和创意支持,大力开发华侨城旗下的影视动画、网络游戏、娱乐终端等数字化衍生产品,构建线上文化、旅游、科技整合发展的桥梁。通过文化科技串联起景区线上和线下的游乐体验,对主题景区内容的游戏化提炼,开发线上虚拟游戏互动娱乐平台,与线下的景区互动,让游客在公园中玩游戏,让玩家在游戏中逛公园,有效解决了主题公园运营等时间内的游客体验、生动再现主题文化内容等问题,提供了虚实完美结合的游乐体验。

深度挖掘细分市场,完善产业链对于文化产业发展的作用不言而喻。文化产业发展前景无限,尚有巨大空间可挖掘、提升。华侨城作为文化产业的领军企业之一,凭借对于文化产业发展趋势的洞察,在已经取得巨大成功的基础上,秉持文化产业航空母舰的目标,再一次充当“开拓者”角色,不断扩大文化产业战略布局,找寻新兴市场及细分市场,并进行培育和深耕。而这些细分市场的开发,已成为华侨城推动文化产业转型升级的撬动点,也为华侨城实现文化产业航空母舰的目标注入巨大动力。

2006年华侨城来到成都,在23年的经验积累之上,创造性地提出中央欢乐区(CHD, Central Happiness District)的概念,通过规划休闲度假生态、人文环境来创造和提升生活价值。成都华侨城中央欢乐区,聚集了大量旅游、娱乐、商业等文化产业集群,以多种城市功能形态为载体,提供居住社区、酒店及城市公共空间等配套设施,打造完善市政交通及良好的生态环境,形成了一个创新的欢乐体验的城市核心区。正如旅游行业专家所说:“真实、完整的

生活不仅需要多样化的生活元素和文化元素。”中央欢乐区突破了城市单一功能板块的划分,实现了聚合性的多功能板块,完成了生活多样性、社区多样性以及社区结构多样性完美结合。成都华侨城成为中国西南地区乃至全国最具创意和影响力的都市娱乐、文化、居住核心社区。

至此,华侨城关于优质生活的定义超越以往意义的社区竞争——“华侨城生活方式”不是仅仅满足于传统生活方式,而更关注整合优秀文化要素,追求审美享受的现代生活方式。

随着改革开放后经济的蓬勃发展和中国主题公园迎来历史性发展机遇,同时也面临着国内、国际双重竞争。而在此时,华侨城加快了资本运作步伐,以迎接更大的挑战做准备。1997年,华侨城整合旗下优质旅游资源,在深圳证券交易所挂牌成立上市公司,实现了由单纯产业经营阶段向产品和资本并驾齐驱的飞跃。一年后,深圳欢乐谷在深圳湾畔应运而生,以“动感、时尚、激情”的品牌个性和丰富内涵,为现代都市人提供了愉悦身心的多元化旅游休闲方式与都市娱乐产品。据了解,华侨城平均每年有不少于3000万元的资金投入主题公园当中,赋予主题公园新的生命力。

在深圳欢乐谷诞生后的15年里,华侨城秉承创想文化内核,迈开健行步伐,已先后在北京、上海、成都、武汉打造了5家欢乐谷主题公园。2012年5月,武汉欢乐谷落底,标志着华侨城欢乐谷连锁品牌“东来西归”的大中华布局已全面完成。目前,天津欢乐谷亦已动工,总投资逾27亿元,预计将在今年

发展大繁荣。

文化插上科技翅膀 飞得更高

进入新世纪,文化与科技的结合成为新的热点,文化科技成为文化产业中最迅猛的细分领域之一。早有专家预言:文化与科技融合已经成为实现文化产业整体转型升级的重要突破口。本届文博会的文化产业综合馆也首设文化新业态展区,以“文化+科技”为主题,集中展示我国文化科技产业发展重要及趋势。

华侨城也早早启动了这一细分市场的深耕。2011年6月,华侨城收购蓝山科技,成立华侨城文化旅游科技公司。该公司以高科技文化旅游产品的创意、策划、设计、开发、研制及综合服务为核心业务,并提供影视动画、网络游戏、娱乐终端等文化衍生产品增值服务,是国内一流的大型高科技文化旅游产品供应商,具有大型文化科技主题旅游项目的综合实现能力,并能提供文化创意、主题旅游、科技创新的产业链整合方案,构建文化、旅游、科技整合发展的桥梁。

## 创想无界 生长不息

——以华侨城为例透视文化旅游发展之路

孙楠

暑期对外开放。可以说,欢乐谷的出现宣告了一种新旅游产品的诞生,同时也宣告了大众普及化、娱乐化、休闲化、开放化的新旅游时代到来。至此,欢乐谷成为华侨城集团成功兴建的新一代主题公园,也是中国第一个自主创新的主题公园连锁品牌,成为中国文化主题旅游产业中最具代表性的创想符号。

2006年华侨城来到成都,在23年的经验积累之上,创造性地提出中央欢乐区(CHD, Central Happiness District)的概念,通过规划休闲度假生态、人文环境来创造和提升生活价值。成都华侨城中央欢乐区,聚集了大量旅游、娱乐、商业等文化产业集群,以多种城市功能形态为载体,提供居住社区、酒店及城市公共空间等配套设施,打造完善市政交通及良好的生态环境,形成了一个创新的欢乐体验的城市核心区。正如旅游行业专家所说:“真实、完整的

生活不仅需要多样化的生活元素和文化元素。”中央欢乐区突破了城市单一功能板块的划分,实现了聚合性的多功能板块,完成了生活多样性、社区多样性以及社区结构多样性完美结合。成都华侨城成为中国西南地区乃至全国最具创意和影响力的都市娱乐、文化、居住核心社区。

至此,华侨城关于优质生活的定义超越以往意义的社区竞争——“华侨城生活方式”不是仅仅满足于传统生活方式,而更关注整合优秀文化要素,追求审美享受的现代生活方式。

随着改革开放后经济的蓬勃发展和中国主题公园迎来历史性发展机遇,同时也面临着国内、国际双重竞争。而在此时,华侨城加快了资本运作步伐,以迎接更大的挑战做准备。1997年,华侨城整合旗下优质旅游资源,在深圳证券交易所挂牌成立上市公司,实现了由单纯产业经营阶段向产品和资本并驾齐驱的飞跃。一年后,深圳欢乐谷在深圳湾畔应运而生,以“动感、时尚、激情”的品牌个性和丰富内涵,为现代都市人提供了愉悦身心的多元化旅游休闲方式与都市娱乐产品。据了解,华侨城平均每年有不少于3000万元的资金投入主题公园当中,赋予主题公园新的生命力。

在深圳欢乐谷诞生后的15年里,华侨城秉承创想文化内核,迈开健行步伐,已先后在北京、上海、成都、武汉打造了5家欢乐谷主题公园。2012年5月,武汉欢乐谷落底,标志着华侨城欢乐谷连锁品牌“东来西归”的大中华布局已全面完成。目前,天津欢乐谷亦已动工,总投资逾27亿元,预计将在今年

发展大繁荣。

文化插上科技翅膀 飞得更高

进入新世纪,文化与科技的结合成为新的热点,文化科技成为文化产业中最迅猛的细分领域之一。早有专家预言:文化与科技融合已经成为实现文化产业整体转型升级的重要突破口。本届文博会的文化产业综合馆也首设文化新业态展区,以“文化+科技”为主题,集中展示我国文化科技产业发展重要及趋势。

华侨城也早早启动了这一细分市场的深耕。2011年6月,华侨城收购蓝山科技,成立华侨城文化旅游科技公司。该公司以高科技文化旅游产品的创意、策划、设计、开发、研制及综合服务为核心业务,并提供影视动画、网络游戏、娱乐终端等文化衍生产品增值服务,是国内一流的大型高科技文化旅游产品供应商,具有大型文化科技主题旅游项目的综合实现能力,并能提供文化创意、主题旅游、科技创新的产业链整合方案,构建文化、旅游、科技整合发展的桥梁。

两年多来,华侨城文化旅游科技公司开发了10