

武汉文化创意产业园的困境思考

□□ 邱伟

7月20日,在湖北省武汉市举行的“建设国家创新型城市动员大会”上,武汉市端出一揽子政策推动创新创业,提出建设国家创新型城市。文化创意产业作为创新型产业的重要一环自然也备受期待。而在之前,武汉已涌现出了汉阳造、楚天181、江城壹号、创意天地等一大批文化产业园,成为武汉文艺青年的乐选之地。这些产业园目前生存状况如何?武汉文化创意产业园的未来发展方向在哪里?

“汉阳造”背后的妥协

北京有798艺术区,上海有“上海M50创意园”,广州有红砖厂创意园,而武汉聚集文化艺术界声音的空间在哪里?

据统计,在武汉,大大小小的文化创意产业园有几十家,不经意间,或许你就踏足文化创意产业园范围内。这些产业园涵盖创意设计、艺术交易、文化旅游、动漫网游、现代传媒等多个行业,正以迅雷不及掩耳之势,漫及江城三镇。

高速发展的背后,真的如表象这般繁华?武汉大学城市设计学院副院长、国家文化创新研究中心兼职研究员詹庆明并不这么认为。他表示,武汉文化创意产业园总体数量虽多,但分布散而杂,缺少鲜明的地方特色文化。

此外,文化搭上产业,怎么看都是

那么美好吗?在一阵“大干快上”的大潮中,各地的文化创意产业园呈现出一种同质化形态,武汉也不例外。近年,一些文化产业园扛不住经营和盈利的压力,纷纷向商业利益妥协,在众多打着文化旗号的产业园背后,上演的是真实的商业故事。

2009年,由上海致盛实业集团有限公司操盘,对28幢老式厂房依照创意办公、创意展示、创意体验及文化休闲、时尚购物、美食娱乐等多功能进行规划布局,打造出“汉阳造文化创意产业园”(以下简称“汉阳造”)。

汉阳造是一个工业风格与时尚气息混搭的地方,经过几年发展,当前汉阳造内,酒吧、影楼、餐厅所占比例日益上升,整个园区环境的情调和气质与北京798艺术区相似,可是里面的艺术机构和艺术家却难觅一二。到了夜晚,这里众多的酒吧会是绝对的主角。“最多的是影楼,园内每天都有新人在拍婚纱照,还有不少淘宝模特,艺术家的工作室很少”有艺术爱好者对现在的汉阳造感觉有些失望。

据了解,在武汉,利用废旧厂房建造的文化创意产业园不在少数,楚天181文化创意产业园、403国际艺术中心、花园道等文化创意产业园都是在工业遗址基础上改造而成,旧厂房变身文化地标是好事,聚集人气本是产业园的目标,但矛盾的是,商业机会也跟着人气一起涌入,增加商业设施又变得更为急迫,反而挤走了真正的文



武汉“江城壹号”创意园内的标志性建筑

化艺术企业。

有专家介绍,其实文化产业园商业化的原因在于规划设计之初思路的偏差。现在很多文化创意产业园在建设过程中硬件思维明显,即先把园区建起来,再去招商,把钱都花在硬件上,缺少对产业和文化内涵的规划和提升。园区运作也与一般的写字楼没大区别,一般只是靠收取房租来维持运转。这样不仅缺乏标志性的艺术机构和企业带动形成产业链,园区也只扮演房东的角色,距离成熟的文化园区还很远。

“创意天地”的平衡实验

那么文化创意产业园区应该如

K11等艺术商场。同样是资本与艺术的跨界融合,创意天地运营者认为,前者是把艺术和商业进行结合,但核心还是商业,艺术是放在里面进行点缀和融合,以便提升商业的附加值和体验性,而创意天地的核心不是商业,该负责人强调,创意天地的目标是文化创意产业的集群和产业链的打造,也就是说,他们在建立一个文化创意产业的生态。

创意天地是一个文化创意全产业链平台,这里集艺术家交流,文化艺术品创作、展示、交易于一体。据了解,创意天地不仅规划有美术馆、艺术剧场、艺术家工作室等艺术场馆,也有酒店、创意商街、艺术品交易中心、餐饮店、创意工坊、商业中心、高层办公等商业生活功能板块。

笔者观察发现,创意天地不同于一般的文化产业园,其致力于打造一个具有包容性的平台,一个属于艺术家,以及文化创意产业链上各环节同仁的圈子。据悉,目前,创意天地已与国内多位知名艺术家和机构签约,文化氛围日益浓厚。

挑战与机遇并存

近年来,“文娱造名片”已成为城市公共建设、运营传承的一大趋势。目前武汉在建或已开业的文化项目还有“武汉客厅”“万达电影乐园”“汉秀剧场”“华中影视文化产业基地”“武汉

出版文化产业园二期”等,不同类型的文化产业园正在分别摸索各自领域的特色发展之道。

其中,“武汉客厅”已被挂牌“湖北省文化产业示范基地”,其面向小微企业量身定制的服务式写字楼——梦想特区,现代感的清新立面,曲径通幽的办公环境,已经是许多创业青年的奋斗大本营。在这里,艺术、文娱及消闲设施汇聚一起,吸引着更多人流、汇聚艺术人才,同时获取社会和经济的双重效益。

另外,有着武汉汽车发展历史的“江城壹号”,就很好地传承和发扬了汽车文化,世界汽车知名品牌凯迪拉克、奔驰等相继在园区举办区域新车发布会,园区同时也成为汽车爱好者群体的乐园,比如与湖北音乐广播电台合作推出的“汽车人飙歌大赛”,通过线上转入江城壹号平台,加上宝马MINI店、超跑俱乐部、车镇文化艺术吧入驻园区,使江城壹号成为了名符其实的“汽车文化园”。

有关业内人士表示,从当前情况看,武汉的文化创意产业与北京、上海等一线城市依旧存在较大差距,资源劣势更加明显,这是短时间内无法改变的,毕竟发展文化产业需要经济做支撑。但该人士还是对武汉的文化创意产业园区发展未来充满信心:“是差距也是机会,随着武汉不断发展,崇尚个性的‘90后’走入社会,创意文化产业将有很大的发展空间。”

投资者说

文化产业园区的重要价值之一,就是营造有利于企业发展的微观产业生态环境,而服务体系则是这个产业生态系统中最为核心的组成部分。

怎样做好文化产业园区的服务?

□□ 孟剑

按照发展规律,文化产业园区的发展可以分为成本导向、服务导向和市场导向3个阶段。目前,全国近2000家文化产业园区中,处于成本导向阶段的园区占很大比例。所以,完善服务体系,让服务成为园区核心竞争力,是文化产业园区完善升级、促进文化产业加快繁荣发展的重要课题。

文化产业园区的服务体系是园区平台所承载的文化产业主体可持续发展的基础,也是文化产业园区综合能力竞争的焦点。构建文化产业园区服务体系需要哪些要素?应该怎样抓住文化企业和文化人才的需求?

园区服务体系的四要素

区别于公共文化服务体系和通常所见的工业园、科技园的服务体系,文化产业园区的服务体系主要由服务主体、服务环境、服务资源、外界互动等要素组成。

服务主体是指服务要素的整合者和服务资源的提供者,在服务体系中,服务的有效性取决于服务主体的主观能动性,服务的价值取决于主体资源整合的覆盖面和资源被激活的程度。

服务环境是指园区平台为服务主体及被服务对象提供和营造的条件。服务环境可以分为硬环境和软环境。硬环境是指由服务活动所需要的物质条件、有形条件之和构筑而成的环境。软环境是指由传播活动所需要的非物质条件、无形条件之和构筑而成的环境,如政策、服务制度、法律、思想观念等。

服务资源是指围绕文化产业园区所存在的服务主体能够对文化企业的发展和文化人才的成长给予的有价值的物质及精神供给。互联网时代,服

务资源不再仅限于技术、信息、资金等,数据和有市场价值的渠道成为更加活跃的资源。

外界互动是指文化产业园区的企业与人才通过服务平台与外界资源进行物质和信息等方面的联系和交换。文化产业园区服务体系的价值在于引导和帮助产业主体与外界的被动性互动行为转变为主动。

文化产业园区要建立有序、高效的服务体系,必须结合自身资源禀赋,在互利互惠的基础上,建立由政府、企业、科研院所及高校、金融机构、中介服务机构等共同支撑相倚的市场化体系,并以调整商业模式、转换服务机制为重点,将服务体系的建设作为园区运营的核心。

建立园区服务体系的五条路径

笔者认为,要建立文化产业园区服务体系,共有5条路径。

一是整合资源,文化产业园区应在积极争取各级政府政策落地的基础上,发挥经济政策的导向作用,通过建立与文化企业的信息沟通机制,及时向文化企业提供国际、国内文化、金融等领域最前沿的信息,让文化企业能够找准未来的市场切入点,通过文化产品创新把握发展的方向和自己的命运。

二是建立以科学研究为依托的技术融合服务体系,一方面加速适用于产业发展的科学技术成果转化和广泛应用;另一方面,以文化创意产业发展对技术创新升级的需要,反作用于科研院所及机构的研发和创新。同时,文化产业园区应探索建立对基础研究、前沿技术研究和公益类研究相对稳定的对接方式,实现真正意义上的融合。

三是建立以教育培训为助力的知识传授服务体系。文化产业属于知识经济范畴,其价值的根本来源是

人才。文化产业与生俱来的融合性特质,要求文化产业人才必须是善创意、懂管理、知营销、会技术的复合型人才。

美国硅谷排名前10位的孵化器之一“Founders Space创始人空间”看到了人才的重要性,聘请来自全美各大高校的300多位教授组成导师团,他们针对企业和人才培养需求提供的定制化、立体化、全方位的培训,已经成为其最核心的价值服务。

四是建立网络化的文化传播服务体系。文化和文化产品的价值产生于传播,尤其是近年来“互联网+”成为文化产业转型升级的重要战略,园区应突破传统的“点到面”的单向传播方式,通过自媒体、互动社区等新型网络平台,让文化产业园区内诞生的优质文化IP接受流量冲刷,实现传播者与接受者“点对点”的充分互动。此外,文化产业园区还应尽快完善数字文化服务体系,加大云计算、大数据等现代科技在文化服务中的应用。

五是建立市场化的价值提升服务体系。文化产品和服务的高附加值必须获得市场的认可方能体现其价值。市场证明,文化企业需要通过更加丰富的产品搭配,在种类和品牌方面形成多样化选择,这样才更易于被市场接受和认同。在这个过程中,文化产业园区应扮演组织者的角色。

建立市场化的价值提升服务体系,还需将生活、生产和生态3种要素有机结合,一方面搭建文化产品和成果展示交易的平台,借助跨域的展会和国际交流,推广文化产品和服务;另一方面通过策划组织“创意市集”等形式多样、主题丰富的文创活动,引导文化消费习惯,提升文化消费层级,为文化产品提供开放性的展示、体验平台。

(作者系吉林省东北亚文化创意科技园董事长)

蓝图

景区附近的房车露营地 如何再分一杯羹?

□□ 本报记者 孔德 迟玉珉

说起房车露营地,人们脑海中浮现出的画面往往是荒野中一连串的车队和帐篷。然而,在成熟的安徽黄山景区脚下,却悄然兴起了一股房车露营热。今年“五一”,“自驾游奇瑞黄山宿营地”(以下简称“黄山宿营地”)对外开放迎客,“五一”期间共接待游客2200人次,旅游综合收入达8.3万元,景区附近的房车露营地有何魅力?如何依靠景区再分一杯羹?

躺在床上看云海

黄山宿营地位于黄山风景区西大门的黄山焦村镇,这里是进入黄山西门的必经之地。黄山宿营地占地面积1000亩,落地投资5亿元,现拥有超过200台房车、数十个森林休闲木屋,还有青年旅社、快捷酒店、湿地公园、帐篷营地等其他游乐设施。走进房车露营地,能看到秀美的黄山山脉连向无涯的天空,而群山之中山岚漂浮,宛若玉带挂腰身,让人产生置身云端的仙境之感。山下的绿色丛林之中,星星点点的房车如珍珠般洒落一地,衬托着灰墙黛瓦的古徽州建筑,就是一幅天然的水墨画。

据黄山宿营地相关负责人介绍,该营地由奇瑞汽车股份有限公司(以下简称“奇瑞”)投资建设,是全国功能较完善的汽车营地,目前共开放160多拖挂式房车,并有配套的烧烤区和自驾车泊位,可满足游客住宿、烹饪和淋浴等需求,游客可以根据自己的喜好选择美式或欧式装修风格房车。

如果喜欢传统式的入住体验,可以选择这里的快捷酒店和青年旅社。营地内设有一个会议接待中心,将来还会修建温泉度假中心、森林树

屋和水上漂屋等,以黄山风景区为依托,将这里打造成多功能全方位的自驾游、自助游、房车露营地。

游客看中这里恐怕还是因为营地方便的地理位置。“在户外对着巍峨雄壮的黄山山脉享用美食,运气好的话还能看到黄山的云海,出行住宿的地理位置一定要方便,住在这里,躺在床上打开窗帘就能看到日出,不需要洗漱完全副武装一路狂奔跑出去看景。”一名游客如是说。

与景区互惠互利

除了黄山宿营地,奇瑞在安徽还有两个房车露营地正在建设:龙山房车露营体验公园和芜湖裕丰农庄露营地,两处露营地分别依托凤鸣湖风景区和裕丰农庄,探索城郊和乡村露营地的区别经营。

奇瑞露营地股份有限公司负责人认为,目前中国汽车露营地发展滞后于市场需求,从汽车露营地的数量与分布上来看,露营地供给已无法满足日益增长的需求。“从已建成的汽车露

营内容上来看,我国现有的汽车露营地产品过于单一,季节变化性、观光性、参与性不足,可供选择的产品不多。”该负责人称,从露营地的网络化发展上看,也还处在起步阶段。为了提升景区自然景观及生态旅游的独特魅力,景区和房车露营地联合是双赢的选择,很多景区希望在其内部或周边建设房车露营地,作为旅游地产的延伸,深挖时尚、休闲的旅游体验价值。

据了解,同为五岳之一的陕西华山也有了自己的自驾露营地,它位于华山游客中心内部,是西北首家5星级自驾游露营地,项目占地面积130亩,建筑面积3000平方米,依山靠水,内有停车场、客房区、商品部、餐饮部等,是集旅游、度假、自驾于一体的自由休闲露营地,可满足团队住宿、房车露营、休闲娱乐等游客的多样化需求。其项目负责人称,除了提升游客在景区停留时间,露营地也带动了景区整体旅游线路的发展,同时,房车露营地对景区及周边自驾游也能起到良好的疏导和服务作用。



自驾游奇瑞黄山宿营地可以看到黄山云海