

从最初的文化旅游开拓者到深耕细作成为行业的领军者,经过近30年的建设与发展,华侨城从整体产业发展出发,充分利用自身品牌优势、业务优势和市场优势,在完善产业链的同时积极搭建发展平台,走出了一条以文化为核心,旅游为主导,多产业融合发展的创新之路,将“优质生活创想家”的企业理念生动展现在一座真实的文化之城里,成为了行业的驱动者

从主题公园到创意之城

——深圳华侨城探索实践文化产业融合发展路径

杨阳腾

营造发展空间 金融科技联动

党的十八大在全面建成小康社会的目标中明确提出,文化产业成为国民经济支柱性产业。今年3月,国务院以及相关部委密集出台多项政策,推进“文化+金融”、“文化+科技”等文化创意和设计服务与相关产业融合发展。华侨城作为行业领军者,借政策东风迎来文化之新一轮的快速发展。

早在2009年,华侨城打破旅游行业企业融资难的困局,凭借旅游文化“软实力”,得到资本市场的青睐,实现主营业务整体上市。作为中国文化领域第一笔私募债

券,华侨城采用信用担保方式在银行间债券市场发行60亿元债券用于欢乐谷、欢乐海岸等文化旅游项目建设,随后又推出“欢乐谷主题公园入园凭证专项资产管理计划”,以欢乐谷入园凭证为基础资产,实现资产证券化,合计募集资金18.5亿元。这些举措放大了优质文化企业信用功能,开拓了大型文化企业融资的新渠道。

依靠资本市场为产业发展提供有力保障的同时,华侨城主动借助科技力量提升综合竞争能力,产业链、可持续发展空间得到更大提升。华侨城文化旅游科技公司是

深耕文旅产业 丰富“城”的内涵

每月的第一个周末去OCT创意园赶场创意市集,晚上与三两知己在欢乐海岸小酌共聚,带来深旅游的亲朋好友去华侨城的景区踏青赏花……这是深圳人再熟悉不过的休闲方式。立足于6平方公里的总部土地,在近30年的时间里,华侨城深耕文化旅游及配套产业,跨越时空的阻隔,把这座“城”里描述的优质生活理念刻绘成真实的样本展现给人们。

上世纪80年代华侨城文化旅游在深圳起步,作为第

一代旅游产品,也是中国第一座主题公园——1989年落成的“锦绣中华”与1992年建成开业的“中国民俗文化村”,浓缩祖国秀美风景,展现各民族的建筑、艺术和民俗风情,赢得良好的市场反响。至今,华侨城已拥有了静态微缩景区、互动体验、生态度假、都市娱乐等四代文化主题旅游产品,众多品牌和业态如今已经走出深圳布局全国。

在景区取得开创性成就的同时,华侨城根据市场的

坚持文化为核心 建设智慧之城

统计数据显示,截至2013年底华侨城累计接待游客2.5亿人次,年接待游客量近3000万人次,连续6年进入全球旅游景区集团八强,是亚洲唯一跻身其中的同类企业。华侨城的成功秘诀在于始终围绕文化为核心,搭建平台整合资源从而形成不同的业态群,多层次助推这座文化之城的产业升级。

“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。”在发展之初,华侨城人就深刻认识到这点,并始终践

行。近年来,文化创意产业大发展,各地文化创意园如雨后春笋般出现,华侨城创意文化园无疑是其中的佼佼者。2004年华侨城对位于总部的旧厂房进行改造,遵循以文化为核的理念,华侨城摒弃大拆大建,利用旧厂房的环境和氛围,将其打造成为文化创意的平台。如今,这里吸引了150多家顶尖文化创意与设计企业进驻,多年来承办了文博会分会场、深港双城双年展、T街创意市集、国际爵士音乐节、深圳独立

有机融合 创想发展

——华侨城文化创意、设计服务与旅游融合发展的启示

殷楠

如何充分发挥文化创意和设计服务对旅游产业发展的支持作用,如何创造更丰富多彩的文化消费产品,成为人们共同关注的话题。近年来,华侨城在发展文化创意和设计服务与旅游融合的实践,促进了经济转型升级、提升了核心竞争力、满足了市场多样化消费需求,这些经验或许能给我们带来一些启发。

首先,文化主题与旅游融合,促进经济转型升级。华侨城文化产业之路始于上世纪80年代末。当时的深圳是中国改革开放的桥头堡,但也被不少人看做一片“文化沙漠”。

针对这种独特的城市底蕴,华侨城把中华文化精髓与旅游融合,于1989年建成了中国第一座主题公园“锦绣中华”,与1992年建成的“中国民俗文化村”一起,展现各民族的建筑、艺术和民俗风情,赢得良好的市场反响。1994年,把世界文化精华与旅游相融合的深圳世界之窗开业,为渴望了解世界的中国人打开一扇窗户,再度引爆市场。至今,华侨城已拥有了静态微缩景区、互动体验、生态度假、都市娱乐等不同形式的主题景区产品,无不注入浓郁的文化内涵,均收获了良好的经济效益和社会效益。

实践证明,文化主题与旅游相结合,在所谓的“文化沙漠”也能结出累累硕果。

其次,文化元素与旅游融合,提升产业附加值。主题公园作为人造旅游平台,具有绝佳的主观能动性和元素

兼容性,可以充分挖掘文化内涵,拓展文化产业外延。

1991年,华侨城成功推出第一台大型旅游文化晚会《艺术大游行》。华侨城作为先行者,文化演艺整体规模保持全国领先的地位:在全国拥有千人以上专业剧场及表演场地27个,演职人员近3000名,累计推出各类原创的演艺节目61台(场),累计接待观众近8000万人次。目前,全国有10余场大型驻场演出,日均上座率超过70%。

主题公园一方面和传统旅游市场类似,受气候、假期等因素影响,有淡旺季之分,另一方面又面临不同的市场需求,人造旅游景点没有优美的自然风光,游客自然希望能够有很多的文化体验和消费。针对市场特点和需求,华侨城精心策划了各种节庆活动,通过“小节做活动、大节造市场”,不仅实现了“淡季不淡”的经营目标,还促进游客在精神层面与景区实现更高级的互动式交流。

多种文化元素与旅游产业融合,放大了文化的“溢出”效应,提升文化的附加值,游客的重游率和品牌忠诚度不断增强,推动华侨城成为“中国文化旅游第一品牌”。

第三,多元手段与文化旅游融合,实现产业可持续发展。“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。”华侨城旅游注入深厚的文化内涵后,具有了更好的包容性和延展性,近年不断加强与科技、金融等领域的融合。

△ 以金融和科技作为发展动力,不断实践文化产业融合的产业发展路径

由华侨城在2011年通过收购成立,研发多种集成数字电影、数字动漫、大型仿真系统等关键技术和自有知识产权的产品,将文化元素包装成一个个鲜活的主题故事,呈现在国内各大景区。如今,华侨城文化科技拥有知识产权65项,2013年在国内外市场签约金额达15亿元,发展势头强劲。此外,该公司在去年第九届文博会期间签约的土耳其安卡拉城市公园飞行影院、主题Darkride等项目将于今年10月正式对外运营,这座文化之城理念将被带到更多的地方。

△ 深耕文化旅游及配套产业,如今众多品牌和业态已经走出深圳布局全国

消费需求,不断完善自身产业链。1986年成立的华侨城旅行社,发展至今业务全、规模大、信誉好、实力强,成为华侨城文化旅游产业链中的重要一环。

华侨城始终坚持深耕文化旅游产业,“城”的内涵不断丰富,外延不断扩大。目前,华侨城在全国重点城市建成和开发建设大型旅游综合项目已有18处,生态度假、都市娱乐、滨海休闲、养生旅游,各种休闲娱乐需求都可以在这座“城”里实现。

△ 围绕文化为核心,搭建平台整合资源,形成不同的业态群,推动文化之城的产业升级

动画双年展等著名文化艺术活动,已成为中国创意文化产业的名片,2013年国内入驻企业总产值约82亿元。

全览华侨城旗下业务所覆盖的不同板块,搭建的平台还有很多。华侨城坚持以文化为内核,拓展产业上下游的链条,搭建平台整合资源,再在平台上注入更丰富的文化内涵,以此在各细分市场均处于领先地位,成为文化产业领域当之无愧的“主角”之一。

2011年,华侨城通过收购成立了文化旅游科技公司,研发多种集成数字电影、数字动漫、大型仿真系统等关键技术和自有知识产权的产品,将文化元素包装成一个个鲜活的主题故事,呈现在国内各大景区,并开始走向国际。如今华侨城文化科技拥有知识产权65项,2013年在国内外市场签约金额达15亿元。

文化作为旅游产业升级转型的“新引擎”,促进旅游融合多元手段,派出更多的触角,探索进入新的领域,实现产业的健康可持续发展。

第四,文化公益与旅游融合,提升社会文化软实力。华侨城秉承先做环境后做“城”的开发理念,历来坚持将公益建设融入整体文化旅游产业建设,在营造社会公共文化空间、提升公众文化素养方面不遗余力。

首个“国家级滨海湿地修复示范项目”华侨城湿地,是中国唯一地处大城市腹地的滨海红树林湿地,也是深圳全新的“生态名片”。通过免费开放、预约进入、严格控制人数等手段的综合运用,这里已成为集生态观光和环保教育于一体的绿色教育基地。2013年,通过举办“寻找中国最美滨海湿地守护者”活动,华侨城招募了6名有资深公益经历的优秀志愿者,与华侨城的志愿者一起呼吁社会各界共同关注滨海湿地、保护滨海湿地,引发巨大社会反响。



今年3月,国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,随后文化部出台了具体政策落实该意见。多个重磅政策的密集出台,体现了党中央在新形势下对文化产业战略地位和重大作用的准确把握,标志着文化创意和设计服务与相关产业融合发展已经成为国家战略。

杨阳腾

令人欣喜的是,一批文化产业的领军企业,早已在与相关产业融合方面进行了大量实践,中国文化企业30强——华侨城便是其中一家。

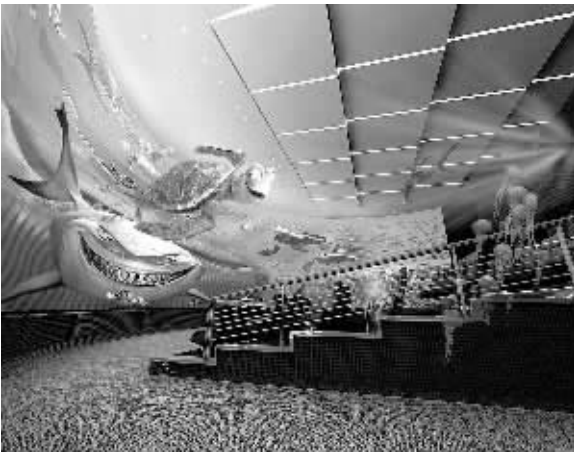
作为一家以旅游业务为主导的大型中央企业,华侨城从最初建设主题公园开始,坚持以文化为核心,不断向产业链的上下游延伸,在文化产业领域形成了多种业态高度融合的产业集群,打造出真实的文化旅游之城,培育了旅游及相关文化产业经营、主题社区及酒店开发经营、电子及配套包装产品制造等三项国内领先的主营业务。多年来,华侨城始终践行“优质生活的创想家”的品牌理念,探索出一条以文化为核心,旅游为主导,多产业融合发展的有益之路。

“文化资源,取之不尽,用之不竭,可以再生,沉淀下来还可以增值。”以深圳这个既无名川大山又无秦砖汉瓦的城市为起点,华侨城开创性地将文化创意与旅游产业融合,在完全竞争的市场环境中做了一次“产业文化”的大胆实践。如今,在新的形势下,文化创意和设计服务与相关产业融合发展成为国家重要战略,华侨城将依托现有平台,以金融和科技作为动力,以开拓者的坚忍不拔、领军者的高瞻远瞩,驱动者的孜孜不倦,一如既往地引领行业发展,为国人提供更加优质的生活。



到东部华侨城大侠谷参观的游客络绎不绝。

陆大勇摄



图为华侨城文旅科技公司产品动感4D放映厅。

杨阳腾摄