新动力

目前，全国共有文化部命名的10家国家级文化产业示范园区、10家国家级文化产业试验园区和339家国家文化产业示范基地。文化创意产业园正如雨后春笋般发展起来——

新生代文创产业园“长”成啥样

本报记者 金 晶

①②日前，游客在北京798艺术区参观、挑选贵州民族民间手工艺品。 本报记者 赵 晶摄

如今，大众创业、万众创新的浪潮席卷而来，文化创意产业更以其“轻资产、重创意”的灵活特性，吸引着众多创业者目光，文化创意产业园在经历了坐收房租、增值服务和配套孵化等阶段之后，踏上“4.0时代”的节拍。互联网和移动互联网加速创新迭代，新生代的文化创意产业园会“长”成什么样？

养商业也要养生态

企业愿不愿意到园区里扎堆，关键要看能否解决核心问题，让园区服务紧随市场需求

走在北京“新华1949”园区的路上，会有一种赏心悦目的感受：怡人的青砖散步道，落地的展示玻璃窗，宽敞的大空间搭配立面裸露的砖和金属元素，高低错落中显出艺术“格调”。即便在炎炎夏日，这里一房一树、一草一木冒出的绿色，也会给人带来一丝宁静和愉悦。不过，在园区整体环境的绿化生态之外，该园区构建起的产业链“生态”，才是吸引文化创意类企业前来入驻的法宝。

“如果产业园区只充当‘房东’或者‘二房东’的角色，获得的经济附加值肯定不高，对客户群体的黏度也不够，长此以往很难持续。那些离城里稍远的园区，目前只能依靠优惠的房租价格，这已无法吸引企业入驻。”博文兴华(北京)文化创意有限公司董事长刘永瑞认为，文化创意产业园区已经伴随文化产业发展日渐成熟起来，摆脱了1.0时代收房租的传统方式。他们当下做的，是让服务紧随市场需求。

“企业愿不愿意到园区里扎堆，关键要看你能否解决它的核心问题。几年前文创企业缺少空间，当下它们最需要的是什么？可能是投融资，也可能是后期营销传播，或是解决资源对接的问题。”刘永瑞说。

以“新华1949”园区为例，其定位在发展中日渐明晰，就是做文化金融创新中心。它引入的企业倾向集中于两类，一是文化金融机构，另一类是社群。刘永瑞告诉记者，“新华1949”园区会在有入驻意向的企业中挑选，金钱已不是其衡量标准，那些符合园区业态、对园区有战略提升作用的企业，才是真正的目标客户，“我们通过做增值服务，在未来获得更高回报。”

做服务还需做品牌

国内的文化创意产业园风格上能复制，但无法复制其自身运营能力

不久前，上海宣布首批“上海市文化创意产业示范园区”名单，8号桥、800秀创意产业集聚区、M50艺术产业园、创智天地等10家园区在列。这些园区各有特色，运营模式也有所不同。

就像提到北京的“798”就会联想到艺术，提到北京的“751”就会联想到设计创意，文化创意产业园的数量越来越多时，其中一些园区的运营方开始注重它自身的运营服务和品牌价值。

“目前，国内的文化创意产业园风格上可以复制，但无法复制其自身的运营能力。”广东东莞永正文化集团董事长刘森则说。其公司打造的东莞33小镇属于复合型、多业态组合的文化创意产业园。

在黑龙江(大庆)文化创意产业园，记者看到，园区按照“一区八园”的产业布局，重点发展文化创意、资讯服务、设计服务等产业，在原有的文化创意产业园主体区、黑鱼湖国际艺术村、新华08国际石油资讯中心的基础上，又相继建设了大庆国际动漫城、大庆联想科技城等重点项目，其中文化创意产业园作为园区的核心区，配建了歌剧院、图书馆、博物馆等功能设施。“截止到2013年底，园区实现销售收入突破80亿元，正在努力打造富有自身特色的品牌。”园区相关负责人说。

“对文化产业园的品牌管理及品牌管理价值评估，可以测出园区的个性定位、管理架构、商业模式是否符合其品牌价值的表达，可以一目了然地认知其品牌管理状况和存在价值。”国家文化市场调查评估中心专家委员会专家、中国文化管理协会副主席刘瑛认为，有一些文化创意产业园是没有价值追求的，是以经济利益为导向建设的房地产项目。同时，还有一些地方的文化价值没有被开发出来。“这两种情况同时出现，希望和风险并存而行，这时就更需要有专业的操作团队介入，为文创产业园正本清源。”刘永瑞说。

助创新更要助创业

将创意具体化是实实在在的过程，除了有点子和心态，还要有能力和团队

对于创业、创新、创造来说，高校是一片“沃土”。这里是“发生器”，聚集、培养和吸引着各类人才。作为一个开放社区，高校提供着多元文化，其创意园也成为各类创意汇集的中心。

当下，依托高校建设的创业创新园区，借助高校的学术、科研和校友会等资源，将其迅速转化为创意产品，正在成为园区建设运营的一种途径。以高校云集的上海为例，依托上海重点院校开发的创意产业集聚区已占据所有创意产业集聚区的36%。

竹架、竹台、沙发、电脑、工艺品、绿植……一拓创意设计公司的办公环境让人感到惬意。这家以文化创意主导的公司2009年入驻黄河科技学院，至今已经做了“洛阳牡丹花会”动漫形象设计等项目。目前，公司和学校的艺术学院对接合作，招收实习生进入公司实习，进行产品设计开发。今年上半年就招收了实习生30多人次。

“公司整体面积将近100平方米，这是由校方免费提供使用的，每月每平方米的物业费只要5元。”公司创意总监张熙瑞告诉记者，“这项优惠为公司节约了大量成本投入。”

“文创产业看似简单，将创意具体化却是实实在在的过程。文创创业除了有点子和心态之外，还要有能力和团队。因此，学生只接触课本是不够的。只有动手做了，或是参与了项目，了解了流程步骤，明白具体困难如何去解决，才能具备更多的‘实战经验’。”他下一步想做的，就是在园区内申请开一个咖啡厅，将做文创行业的人聚集起来，互动分享经验，引入更多实操技巧和服务，让同学们在加入项目团队参与创业创新的过程中更有收获。

聚合、原创、平台、孵化……文创产业园正经历着自身发展的一次升级。在其规模化和品牌化背后，文化创意产业将更富活力。

文创园重在营建个性化商业模式

范 周

随着文化与实体经济的广泛融合，文化产业园区日益成为产业发展的重要载体。近年来，“提质增效转型升级”成为文化产业发展的重要目标，这对文化产业园区发展提出了重要命题。园区发展的“3.0”版本与“2.0”、“1.0”的核心区别在什么地方？从文化经济的角度而言，不是简单的园区功能叠加和产能提升，更多的在于商业模式创新。

当前，大多数文化产业园区没有成型的商业模式，还处于依靠房租存活的尴尬境地。园区内部尚未形成产业，更无产业链可谈。倘若没有产业链作为园区支撑，园区沦为文化地产的可能性就大大增加，最终造成文化产业园区失败运营模式的滋生——依靠房地产拉动盈利。

可见，文化产业园区的发展必须探索自身的商业模式，探索其个性化定位、盈利渠道以及实现可持续发展的方式。

首先，个性化定位的核心在于文化产业园区要有特色主题。文化产业是个比较宽泛的概念。发展园区需要确定自身的核心资源，也就是园区自身的发展主题，形成具体可行的发展方向，有效实现企业入驻。以动漫产业为例，在我国动画属于广电行业，漫画归属新闻出版行业。动漫产业园区在发展中的侧重点究竟处于哪个环节？作为行业类园区，必须明确自身的产业归属，有针对性地选择入驻企业，为其提供有针对性的服务。

一个园区在经营过程中，正是由于缺少核心产业环节，兼具的产业类型太多，使得有限资源被分散到不同行业类型管理中去，人为地造成了园区运营能力下降。对于动漫行业的园区而言，如果侧重动画，应重点做好以广电为基础的制作、营销和放映等产业环节来推动产品更好地走向市场；如果侧重漫画，园区服务和发展的重点就应该是在印刷、包装和发行等新闻出版方面的努力。对于园区建设而言，在设计中就要明确自身的行业发展方向，确定自身在产业链条的位置。

其次，发展园区需要助力企业，服务区域经济，也需要形成一定的利润点。这个利润点是园区作为市场主体的经营所得。目前，很多园区运营者都以房屋买卖或者租售为目的，没有考虑文化园区的长久利益，以及打造品牌的持久效应。园区内可安排适当的房地产作为商业配套设施，并不能作为主业经营。房地产盈利资金可作为园区运营的现金流以及启动资金使用，一定要区分文化产业与地产的收入方式。这方面韩国Heyri艺术村的盈利模式值得探讨。它以自身特色化“艺术+”的模式，融合了园区内部艺术产业与餐饮、娱乐和培训等多个商业因素。租金只是其收入的一小部分，更多盈利在于通过举办大型会展活动带来的“人流经济”以及其他方面的消费。又如，2013年5月开园的深圳盐田国际创意港也是个典型的例子，其成立之初就以“文化+电商”、“学院+园区”融合为发展方向，开创了全国首个“文化创意+电子商务+工业设计教育培训”三位一体的发展模式。

第三，园区可持续发展是商业模式稳定发展的重要保障。关键在于建立园区内部的“文化共生系统”，即处理好园区与企业的关系。为保证园区长久运营，当地政府、园区运营商和入园企业利益要方向一致。作为园区方，要对入园企业设置门槛，与产业链有关的企业方可入驻，无关企业不能通融，以此避免同质化企业过多造成有限资源的激烈竞争。园区也要帮助入驻企业成长。由于文化创意型企业以中小型企业居多，生存与盈利能力较弱，园区应以企业为主体，帮助入驻企业发展，保证其利益。在这个系统中，政府、园区、企业应该是利益攸关方，是合作共赢，而非“零和游戏”。

根据“十二五”时期我国文化产业园区的相关统计，仅有10%的园区运转良好，大部分园区在依靠房租勉强度日。因此，“十三五”时期，文化产业园区发展不能仅仅停留在园区软硬件升级上，而应该将关注点更多地放在商业模式探索方面。“十三五”时期的文化产业园区是文化企业集聚的空间形式，更是现代文化产业市场体系中的重要一员，需要不断地创新探索寻找盈利渠道，实现园区的造血功能。

（作者系中国传媒大学文化发展研究院院长、博士生导师）

微观聚焦

打造继风筝、年画外的又一张名片——

青龙小镇弘扬古陶瓷文化

本报记者 周明阳

青龙小镇位于山东潍坊安丘，这个建筑面积约8万平方米的古陶瓷小镇地处山东景芝酒业股份有限公司建立的齐鲁酒地文化创意园区内，是中国文物保护基金会社会文物保护专项基金管理委员会山东工作站所在地，也是中国古陶瓷文物展现、保护、传承的重要文化场所，使得古陶瓷也将成为潍坊继“世界风筝都”、“中国画都”后的又一国家级城市名片。青龙小镇的古陶瓷文化发展定位，与潍坊市“艺术金融”的发展战略不谋而合，得到古陶瓷专业领域的权威认可及企业的战略支持，成为促进实现“文化潍坊 品位潍坊”的重要推动力量。

不久前，在举办于青龙小镇的中国古陶瓷高峰论坛上，中国古陶瓷研究会会长叶文程表示，陶瓷古迹如果流失到社会上，保护工作要打折扣，保护工作不能仅仅靠政府推动，也需要企业的介入；青龙小镇对艺术品、实际标本等进行了有效保护，这项工作应该继续加强。目前多位古陶瓷专家已入驻青龙小镇，将定期为古陶瓷收藏爱好者举办古陶瓷专家讲座、大众鉴宝服务以及其他以服务藏友为宗旨的各类文化活动。

为了更好地展示和保护珍稀的古陶瓷，景芝酒业按照国家博物馆标准设计建成了中国古陶瓷博物馆——青龙古陶瓷博物馆，分为社会文物馆和古窑遗珍馆，共设12个展区。目前展出的500余件古陶瓷珍品绝大多数是全国各地收藏品的精选，包含了唐三彩以及宋代汝、钧、官、哥、定5大名窑的各类珍贵陶瓷展品。

景芝酒业董事长刘全平表示，面对浩瀚博大的古陶瓷文化，公司要集中力量全面打造好中国古陶小镇，进一步丰富馆藏珍品，提升服务功能，普及古陶瓷知识，为广大古陶瓷研究和爱好者提供一个鉴赏、传播、交流的良好平台。为了使文化产业创意园区实现可持续发展，山东景芝酒业采用“传统做实，现代创新”有机结合的发展模式，把古陶瓷展馆在传统展示和学术交流方面做实、做强、做大，嫁接腾讯资源和雅昌艺术网站，联手运营雅昌“古陶瓷频道”和“中国微艺”两个古陶瓷文化互联网传播平台，探索传统艺术与现代科技传播结合的“互联网+”新模式。

版权护航 质量过硬

漆线雕工艺重焕光彩

本报记者 金 晶

在第十个文化遗产日到来之际，记者日前来到位于福建省厦门市禾祥西路的蔡氏漆线雕旗舰店，看到店里的员工正在包装最新创作的“丝路”挂屏作品，准备送到文化馆参加文化遗产日的展览。大胆创新、充满风情的构图，精致、华美、细腻的工艺，这6幅新作让人叹为观止。“真是巧夺天工！”前来参观的人群中不断发出这样的赞叹。“创作这6件套的作品，团队整整花了一年的时间。”蔡氏漆线雕研发创新部经理助理、厦门市级非物质文化遗产代表性传承人蔡超荣说。

厦门漆线雕技艺，在当地已流传了300多年，是首批获得国家、省、市三级非物质文化遗产保护名录的民间传统技艺。将生漆揉成细如毫发的漆线，作为装饰花纹图案“画”到彩塑上，加以彩绘、描金，这就是有名的“漆线开金”。经此流程生产的作品精致雅观，经久不褪色，形成独特的艺术风格。这种技艺以前用于佛像雕刻，后来推广到民间，成为一种陈列艺术品。

和许多非物质文化遗产作品一样，正宗的漆线雕生产在当下还只能靠纯手工完成。当大量由树脂加工而成的假漆线雕产品走低价充斥市场时，真正的漆线雕作品便被逼至困境。

“以前我们只重技艺发展，忽略了作品版权保护。现在我们成立专门的办公室，专人负责申报。由公司艺术总监牵头的创意团队，每年创作的新作品和新产品，只要符合申报版权要求的，公司都认真整理材料及时申报。”蔡氏漆线雕董事长张学平告诉记者。

正是有了版权护身，漆线雕才重新焕发了活力。张学平说，版权法律法规在实施过程中还存在侵权案件处理难度大、牵扯精力多等现象，但他坚信市场终将净化而有序，“避免对版权保护的忽视，让版权护航非遗工艺，是实现非遗保护传承、创新发展的新路。”

日前，在重庆市垫江县，大石竹编的第五代传承人赵行恩正在制作竹编工艺品。大石竹编是全国罕见的非物质文化遗产，通过一根根竹丝制作而成，具有观赏性和艺术性。 李 远摄

本版编辑 梁剑箫