

北京文创功能区内涵:文化还是地产?

■ 本报记者 李金玲

刚刚面世的全国首个省级文化创意产业空间布局规划看上去很美。

《北京市文化创意产业功能区建设规划(2014年至2020年)》提出,到2020年,北京市将在平原地区规划建设20个文创功能区,形成特色化、差异化、集群化的发展态势。规划提出构建“一核、一带、两轴、多中心”的空间格局和“两条主线带动、七大板块支撑”的产业支撑体系。

规划一出即被业内大佬冠上了“文化房地产规划”之名。新浪微博认证为“光线传媒有限公司总裁王长田”的微博称,“(规划)中心在房地产。重心在房地产。核心在房地产。”更有网友直言“编着各种花样无非是为了卖房子。”

要规模还是做质量

“这一规划对北京创意产业的发展有重要推动意义。”中投顾问文化行业研究员蔡灵接受《中国企业家报》记者采访时表示,北京文创产业空间布局将产生较强的集聚和协同效应,有利于孵化有影响力的文创企业出现。

此外,文创功能区涉及的文化子行业较多,将促进文化子行业之间的联系,为文化产业融合发展提供良好条件。

“规划是好,但不能成为房地产企业借发展文化产业开发商业住宅的幌子。”海南电影公社的付伟浩对《中国企业家报》记者谈到,目前绝大多数产业园都追求大而华美,动辄就占地多少,规模有多大,而实际上,文化企业根本用不了这么多地。

“功能区的划定除了城市发展规划外,还应该从产业的特性去思考,文化产业不同于其它产业,可能只需要三五个人、一间40平方米的简易办公室,就能完成某个项目。”付伟浩直言,目前大多数国内产业园,吸引企业入园拼的是政策支持和税收优惠以及园区服务。

“影视产业功能区和主题公园功能区将成为今后规划区的核心区域。”蔡灵表示,全国的影视资源绝大部分集中于北京,今后此规划带建成之后有望吸引大量影视企业进驻,影视企业的集聚有助于规划带影响力和



王利博制图

知名度的提升。

借外壳还是做内容

究竟文创功能区商业区占比几成较为合理,文创产业发展怎样才不沦为房地产开发的外壳,企业究竟需要怎样的园区发展环境?

蔡灵在上述举例中提到,主题公园对规划带吸引人流量则有重要作用,对规划带内商户将形成有力支撑。

“文创功能区内商业区占整个规划区面积的五成左右比较合理。”蔡灵认为,商业区是文化功能区经济的主要来源,不可过少。但也不能过多,过度商业化将使文创功能区丧失特色,难以对大型文创企业产生较大吸引力,可持续发展性不强,最后或沦为“大杂烩”。

当前“醉翁之意不在酒”的文化地产项目的确不在少数,诸多地产开发商只是借文化产业的外壳,图短期利益。

“要避免步人发展文创产业功能区就是盖房子的误区。”海南电影公社付伟浩表示,需要将眼光放长远,将重心集中在文化产业上。

中投顾问文化行业研究员蔡灵也认为,相比普通地产,文化地产的可持续发展性更强,但相应的地产商业需要忍受更长的投资回报期以及在创新上多下功夫。

谋短利还是创未来

一直以来,文创产业园最受诟病的地方,就是这些园区似乎成了变相圈地的借口。

“只要打着文化的名头,总能很顺利地一口气规划出上百亩的土地。”一位从事影视文化创作的业内

人士对《中国企业家报》记者表示,拿到地意味着可以拿到银行贷款,于是开始大肆兴建,但最终到底是不是与文创有关,随着时间的推移,反而早就不再是重要问题。

据了解,因文化产业规划带火的商业住宅项目比比皆是,深圳22艺术区周边的商业住宅从一期每平方米的3.2万元,到二期每平方米3.5万元,高价商品房最终没能拯救日渐消亡的艺术区。

深圳22艺术区的消亡,伤了无数人的心。

这个曾经被誉为“安放艺术之梦的地方”,吸引了22个艺术家工作室,5家画廊,1家艺术酒吧,1家茶艺馆入驻。它也被业界称为是继北京798、云南创意仓库、重庆501艺术基地后,又一个新增的中国当代艺术“孵化地”。

在2007年22艺术区立项之时,便规划按5—6栋发展,已获区政府认可。但后来情况就变了。2012年,22艺术区对面盖起了商业住宅。

园区扩展无望,各项艺术活动陆续减少,艺术家和相关企业也陆续离开。直到2013年,因现有面积只有5000平方米左右,达不到园区认定新标准一万平方米的硬指标,被市里取消了文化产业基地的称号。

目前全国总共有超过2500家文创产业园区,每个园区都动辄投资若干亿元,规划上百亩土地,看似一片红红火火、欣欣向荣。实际上,超过70%以上的园区处于亏损状态,真正盈利的不超过10%。真正称得上是“文化产业集聚区”的园区不超过5%。

文化部曾下发通知,撤销广东省广州北岸文化码头国家级文化产业试验园区、辽宁省大连普利文化产业基地国家文化产业示范基地命名。数据统计显示,几年来,文化部累计摘牌三批共一家国家级文化产业试验园区、八家国家级文化产业示范基地。

资讯

赶集网发布中基层岗位薪酬报告

日前,赶集网联合北京大学市场与媒介研究中心发布了《2014中基层岗位职场薪酬研究》报告。报告数据显示,以中基层人才为主体的新移民已成为城市建设的主流,他们的平均月薪为3033元,同比增长16.5%。虽然生存状况并未有明显改善,但与以往不同的是,这一群体“身份意识”逐渐觉醒。报告运用赶集网的平台,收集来自全国各地超过27万份有效问卷,覆盖北京、上海、广州、深圳等36个城市,全面展现了中基层岗位群体的职场薪酬状况。

安华联合资本打造安全放心餐桌

近日,由中国安华集团与山东益生堂、湖北富程集团、易胜百和四川安诚投资北京五家集团公司强强联手组建而成的中国安华联合资本正式成立。据安华联合资本董事长周华伟介绍,安华联合资本注册资金1亿元。公司采用混合所有制组建,开创创新的爱斯派克(ISPEC)新商业模式,采用互联网(Internet)、店网(Store)、人网(People)三网合一及教育(Education)、资本(Capital)作为两大推力,为国人打造安全放心餐桌,让百姓“天天有机,人人健康”。

360公司成首家网络安全教育基地

日前,由北京市公安局、共青团北京市委主办的“北京网络安全教育体验基地”正式启动,安全厂商360公司成为第一家也是唯一一家承办方。据悉,体验基地主要面向北京中小学生学习,设置了网络安全发展展示、网络安全知识授课、网络安全技巧互动等三大专门区域,增强广大市民了解学习网络安全知识的热情。北京市科学技术委员会委员陈力工及共青团北京市委副书记杨海滨还分别向360公司授予“科普之旅开放单位”和“网络安全教育体验基地”铭牌。

易车C2B颠覆传统汽车电商模式

易车4月29日宣布,其全新的汽车电商平台“惠买车”正式上线,依靠C2B模式来反向定义汽车网购行为,充分满足汽车交易供需双方的需求。易车此番对惠买车的大力支持,标志着其对汽车电商模式的彻底颠覆和创新开拓。据了解,“惠买车”平台独立于易车网,分为WEB端、移动站、APP三个渠道。平台第一期上线覆盖北京、上海、郑州等十个城市,每个城市的合作经销商均为正规认证4S店,入驻时易车会严格审核资质。(李金玉)

首届中国服装电商大会落幕

日前,“首届中国服装电商大会暨中国最佳电商服装品牌颁奖典礼”于CHIC博览会期间举办,中国纺织联合会副会长杨纪朝、中国服装协会常务副会长陈大鹏、中国纺织出版社社长郑伟良等行业领导出席大会并为获奖企业颁奖。来自服装、电商、服装上下游配套企业、媒介等100多名行业人士分享各自的电商理念并参与相关互动,《中国服饰》杂志与中国轻纺城网络有限公司、广东顺德均安牛仔产业集群地还举行了“中国服装电子商务培训合作”的签约仪式。

力帆汽车亮相北京国际汽车展

近日,力帆汽车携手旗下全系车型亮相北京国际车展,其中两款全新车型——旗舰车型力帆820、小型SUV力帆X50,吸引了广大参展者的极大眼球,它们的首发登场,不仅令力帆汽车实现了对主流细分市场的全面覆盖,更使其整体竞争力得到了进一步增强。值得一提的是,这两款车型是力帆汽车以全球视野打造的全新产品,在造车工艺、车型品质等方面全面升级,预计将在年内全球上市。力帆汽车力邀世界足球先生路易斯·菲戈助阵,携手共同发起保护“绿肺”——巴西亚马逊雨林的全球环保公益活动。

第八届APEC技展会6月义乌举行

由工信部与浙江省人民政府共同主办的第八届APEC中小企业技术交流暨展览会技展会将于6月19日—22日在浙江省义乌市举行。本届APEC技展会将继续秉承“技术提升经济、合作创造未来”的主题,集中展示各成员经济体中小企业新产品、新技术及公共服务体系建设成果;举办技术交流大会,深入探讨中小企业技术热点,创新发展思路,破解发展难题,提升中小企业技术创新能力和市场开拓能力,推动APEC地区中小企业创新发展。

海淀工商局举办“诚信+品牌=成功”主题活动

4月25日,北京市工商局海淀分局在蓝景丽家大钟寺家居广场举办“诚信+品牌=成功”的主题交流活动。国家工商总局商标局驻中关村办事处领导和辖区著名商标企业代表、正品同盟商户代表等共计90余家企业参加了本次活动。海淀工商分局邀请了商标代理机构的专业律师通过实际案例讲解了商标注册和品牌保护的法律知识,深入浅出地讲授了商标管理和监督的基本方法。海淀工商分局商标科现场受理参会企业关于品牌发展、商标保护、著名商标申请、正品同盟企业等业务咨询,对企业关心的商标注册、商标维权等问题进行深入解析,并发放《新商标法有哪些变化》等宣传材料130余份。企业代表也在活动中介绍了各自品牌的发展历程,交流了诚信经营和品牌推广保护的发展经验。

北京海淀工商专栏

案例

破解“有卖场没工厂、有市场没产业”局面

借力京津冀一体化 香河家具产业二次创业

■ 本报记者 彭涵

购绿色家具,品香河肉饼,观京剧大戏,逛民俗庙会……4月28日至5月3日,由中国家具协会、河北省家具协会和香河国际家具城共同主办的第三届“中国香河国际家居文化节”开幕。据了解,此次文化节吸引3000多家企业,展示7500余家家具体品牌、十万余种商品,文化节期间单日客流量达到3.5万人次。

这是香河为“中国家具之都”目标的又一次发力。在全国楼市疑似步入下行通道、北京家居产业整体外迁规划已然完成的大背景下,香河将如何把握自身的发展路径,也将成为“京津冀一体化”进程中区域经济借力的又一典型案例。

“二次创业”盘活区域经济

目前,香河家具城由金钥匙、鑫亿隆、红星美凯龙等30座单体家具展厅组成,总面积达到300万平方米。2013年,其市场销售额已经突破260亿元。

香河家具城管委会人士介绍,香河的家具产业整体经历过一次生死攸关的转折点。2008年世界金融危机之后,中国房地产市场面临史上最严厉调控,楼市经历了政策与市场、供需与平衡之间的考验。而作为下游行业的家具产业,在国内外的多重压力下,出现市场萎缩的情况,体现在香河家具业的层面,就是交易额的急速下滑与投诉率的爆炸式增长。

2012年以来,香河县提出把握京津冀一体化协同发展有利时机,建设“中国家具之都”的发展定位,明确了发展思路,把行政、人力、金融等资源向家具产业倾斜,开展了“二次创业”。

“二次创业”着重解决的是香河家具“有卖场没工厂、有市场没产业”的尴尬局面。“标兵越来越远,追兵越来越近,环首都地区区域发展竞争在不断加剧。”香河县委书记王凯军表示,如何从单一的家具卖场衍生出全产业链式的发展,是赢得环首都区域经济竞争的突破口。

通过一系列的政策引导及招商引资,香河成功带动了木材加工、泡沫、布匹、皮革、五金等相关产业迅速发展,一个家具城成功衍生出家具流

通、家具制造、原材料采购三大基地。目前,全县家具制造及相关配套企业总数达到2200余家,2012年完成增加值近20亿元。

同时,家具城每年600多万人的客流量,极大带动了餐饮、住宿、物流、地产等相关行业快速发展,创造了业内瞩目的“市场奇迹”。

完善产业链 应对两大竞争对手

3月16日,《国家新型城镇化规划(2014—2020年)》出台,京津冀将建成“世界级城市群”,京津冀一体化战略又一次得到重大推进。“香河地处对接京津的最前沿,京津冀协同发展的核心位置,因此,香河县必须积极抢抓并利用好这一历史性机遇,在服务北京中发展自己,在融入北京中寻找机遇。”香河县委书记王凯军说。

“基础设施一体化建设,将促进京、津、冀区域内服务、资源等的快速流通,带来空前的投资机遇。”经济学家宋鸿兵表示,“而产业的协同发展,将使得津、冀迅速完善现有核心产业,优化两高产业,实现优势互补,错

位发展的城市群协同发展目标,为产业经济的发展铺好道路。”

事实上,香河对此的实践已经展开。2013年,香河国际家具城将市场拓展工作辐射香河周边,在北京、天津、唐山等七个地区设置了服务办事处,为当地消费者提供送货上门、安装到户服务,服务办事处最远开设到了相距450公里的辽宁朝阳,全年开通免费班车3000多班次,仅此一项就带来11.42亿元的销售额。

机遇在前,挑战也接踵而至。据河北省工业和信息化厅厅长王昌透露,北京市经信委去年底提出锻造、家具两个整体退出行业向河北转移;经过共同研究确定邯郸成安县、鸡泽县承接北京锻造产业转移,石家庄行唐县承接北京家具产业转移,2014年北京将集中清退的规模以上家具企业有83家。

“坚守好自身的家居产业基础,借力香河家居产业一体化发展的政策驱动,通过完善产业链和引入先进的商业模式,实现产业优化与升级,积极主动承接北京的大家居产业,必然创造出更多的投资机遇。”宋鸿兵说道。