

# 把“网红”炼成“长红”

桂城通过空间再造、载体建设为文创产业腾挪空间,提升城市品质

记者手记

## 高起点高标准 桂城文创产业绽放出彩

桂城的文创产业有什么?今年国庆刷爆朋友圈的千灯湖动画展演里的人文龙、功夫狮,桂城街道最美图书驿站,南海氢能展示中心的互动体验,幼儿园科学室里的立体教学场景……我们身边的一点一滴都有文创的痕迹。

近年,桂城提出了“金融+总部+科创+文创+研发”的产业定位,我们走访了多家文创企业,发现产业集群和创意人才是文创行业目前最迫切需要的。

### 产业集群促进文化消费

作为桂城文创产业重点项目之一,位于三龙湾的电竞文创产业中心以电竞、文创、体育、动漫、泛文娱五大产业组团,涵盖国家A级电竞馆、办公、酒店、商业等多个业态,将引入具有国内官方授权的顶级赛事俱乐部,电竞上下游企业不少于28家以及泛娱乐产业企业不少于10家。

同样以电竞产业吸引受众关注的还有南海新经济小镇,位于项目核心位置的C仓将重点打造科技感十足的电竞馆、有格调的文创基地、Loft创意办公空间,还引入轮滑、卡丁车、攀岩等运动类业态。

可以预见,电竞产业将成为推动桂城经济发展的新动力、文化消费的新引擎,也是桂城城市形象的一张新名片。“无论是网红城市还是网红产业,都要避免同质化,要结合城市特色,打造具有差异化的文创产业集群,真正能够让市民愿意去体验、愿意去消费文创产业形态。”佛山洛客众创科技有限公司副总经理冯焯说。

### 创意人才仍是紧缺资源

对于一个新型业态,人才永远是发展的关键,对于讲求创意的文创产业而言尤为重要。“我们既是文创企业也是科技企业,但相较其他主打AR增强现实技术的企业不同,内容更是我们的王牌。”广东超体软件科技有限公司总经理关文华说。

如为了研发一套5G智慧幼儿科普学习分析系统,研发人员要梳理消化整套的课程内容,再有针对性地设计课程,再通过技术将内容表达呈现出来;又如制作一套电力工程AR展示系统,研发人员需要熟知整套隧道工程的布局 and 施工步骤,再用3D实景建模重现。

“因此我们对核心员工很重视,他们虽然都是90后,但我们都以配股的形式留住人才、激励人才。”关文华说。

同样的,南海新经济小镇也建议要培养文创专业人才、创意人才和复合型人才;可儿娃娃对人才也是高度重视,企业建议桂城能建立文创产业人才培养机制,政府牵头,联合学校与企业实现传帮带,营造“实践中学习、学习中实践”的文创教育系统与氛围。

作为新兴业态、新型产业,桂城的文创仍是起步阶段,但势头喜人,政府以长远的眼光、以高质量的要求关注、鼓励文创产业的发展。面对产业与企业的需求,如何为新兴产业开辟绿色通道,助力文创产业发展,是目前亟待考量的。我们相信,在这样的高起点、高标准下,桂城的文创产业定能绽放出彩。

“我们是网红,却不止是网红。”当很多人还将“文创”定义为小黄鸭毛巾、醒狮明信片、hello kitty各式文具时,桂城提出了“金融+总部+科创+文创+研发”的产业定位,推动产业结构优化升级,可见“文创”的地位之重要,前景之广阔。

近年来,桂城通过空间再造、载体建设,为文创产业腾挪大量空间,以内容为核心竞争力,赋能产业发展。紧抓全面建设广东省城乡融合发展改革创新试验区先行示范区的契机,桂城借助文创的力量,把整座城市当作“网红”来打造,实则是产业、文化、生态协同高质量发展的探索,书写一篇把“网红”炼成“长红”的大文章。

## “我们不止网红那么简单” 从0到1布局产业链条

“很多人会把我们定义为网红,但我们肯定不止网红那么简单。”跟广东金霏梵影视有限公司董事长郑景航交谈,满满是资深电影人的那份笃定,更多的是对霏梵影视文创产业园的信心。

绿皮火车、涂鸦天台、英伦街道、直击少女心的粉色旋转木马、沿江彩色集装箱打卡胜地……今年,桂城这个集多个INS风网红拍摄点于一身、临江而建、占地超20000平方米的霏梵印象公园正式亮相,吸引了近万名市民预约打卡。

“我们最初没有想过会成为网红公园,刚好与桂城的发展理念一拍即合。”郑景航说,这里原来是废旧的钢铁厂,在团队2017年刚进驻桂城还在规划布置时,偶遇在附近视察的桂城街道党工委副书记、办事处主任岑灼雄等一行人。在了解了项目详情后,政府高度关注项目方向与进展,多次与项目方碰头接洽,才有了现在的霏梵印象公园。

郑景航深耕电影行业15年,邀请多名资深电影人共同创业,这样实力强劲的团队,其目标不止打造一个网红景点,“我们希望以园区为原点,打造上规模的影视文创产业链条。”郑景航说。

霏梵影视文创产业园所在的平洲,地处广佛交界处,距离广州珠江电影制片厂只有10多分钟车程,到达西樵国艺影视城和南海影视城也仅需30分钟,能共享周边的影视资源。产业园将盘活区域内空置物业资产,建设艺术公园、水上剧场、网红直播、影视文化、创意集市、影视产业城,打造华南最大的影视集群。

“网红”对于一个企业、行业、产业而言,可以说是从0到1的过程。同样被贴上“网红”标签的文创项目还有南海新经济小镇,致力于成为佛山首个“24小时不打烊的温度社区”,打造成为新文创网红商业街区。“我们站在大湾区的大视野之上,更着眼于新文创人才的培育和孵化,通过打通品类、品牌和新客群,希望实现文创上下游产业生态链的构建与闭环。”广东海逸集团产业运营事业部总经理、南海新经济小镇总经理周志慧说。



▲南海新经济小镇。

▼霏梵影视文创产业园。



## “把市民的诉求放在第一位” 与“三生相融”不谋而合

霏梵影视文创产业园所在的永安旧圩网红水岸和南海新经济小镇,都是桂城全力打造特色网红打卡点。

今年以来,桂城全面建设广东省城乡融合发展改革创新试验区先行示范区,提出要全力推进12个拥有桂城特色和城市品质的特色网红打卡点建设(夏滘粮仓文创园、南海新经济小镇、爱车小镇、澳门城印象小镇、永安旧圩网红水岸、叠水夜市、桂城电竞梦工场、灯湖夜蒲西街、灯湖光亮工程、怡海美食都会、千灯湖创投小镇、佛罗伦萨小镇)。其中,过半网红打卡点都能看到“文创”的影子。

无论是钢铁厂改建的影视文创产业园,还是从旧仓库摇身一变的南海新经济小镇,抑或是因效能跟不上城市发展节奏而升级的爱车小镇,都是桂城通过空间再造,为文创产业腾挪空间的生动实践。

以往的“三旧”改造,政府侧重于满足企业生产、产业集聚的需求。如今,以人为本的理念在桂城的城市更新、空间再造中得到了更大程度的贯彻与执行,既要实现“生产空间集聚高效,生活空间舒适宜居,生态空间近山亲水”,也要让城市更有“烟火气”“文艺味”,更有朝气和活力,提升对年轻人的吸引力。

“文创产业的每一步发展,都要把市民即未来用户的诉求放在第一位。”佛山洛客众创科技有限公司副总经理冯焯认为,这与桂城建设广东省城乡融合发展改革创新试验区先行示范区的理念不谋而合,以人为本,其本质都是要真正让市民愿意体验、愿意消费,符合年轻一代对年轻城市的向往与追求。

## “不仅要好看更要好用” 赋能城市人才与产业

网红效应说到底就是“眼球经济”,具有明显的短期化特点,无论对于文创企业还是对桂城而言,如何将“网红”炼成“长红”,才是未来要思考的核心要素。

纵观桂城多家知名文创企业的发展之路和主营业务,他们都以内容为核心竞争力,背靠佛山强大的产业实力与旺盛的需求,在时代的激流中勇往直前。

如知名创新设计企业佛山洛客众创科技有限公司不仅打造出南海区品牌规划及品牌形象设计、南海区艺术四季及南海区第十一届运动会主形象、桂城街道最美图书驿站、桂城13个厕所改造项目等吸引眼球的作品,还通过工业设计、品牌设计、服务空间设计、研发供应链,针对不同产业进行深度合作,比如金蒂、瑞洲、宝照、格来德、欧谱曼迪、艾科智泊(一点停)等。

又如国家高新技术企业广东超体软件科技有限公司研发的5G智慧幼儿科普学习分析系统,能让孩子通过裸眼全息技术置身于不同的立体教学场景,成为佛山教育界的“香饽饽”。除了这款网红产品外,超体还与广东伊之密精密机械股份有限公司、宜奥集团、大金(中国)投资有限公司、南方电网集团等工业企业深度合作,开发出5G智能网关随时随地管控工厂和设备,在软件中放置3D模型并提供实时传感器数据等。

同样位于瀚天科技城的中国第一时装娃娃品牌——可儿娃娃在玩具开发的基础上,通过文化营销建立的IP文化势头,开展全线授权与衍生合作,创作广度渗透到文化产业链每条分支,实现文创产业链的形成与文创资源整合平台的构建。

之于桂城,亦是如此,高质量的“网红”,不仅要“好看”,更要“好用”。岑灼雄提出,要打造具有桂城特色和气质的网红城市,文化创意不仅要提升城市的品质,更要服务城市的人才,赋能城市的产业,才能把“网红”炼成“长红”。