

751 文创园： 老厂房华丽转身时尚设计广场

■ 本报记者 朱晨辉

不好的时候要想办法变好,好的时候要想办法变得更好。“751”这个符号,10年前还是一个名不见经传、有点土气、举步维艰的国企,60年前则是一个刚刚成立两年、国家寄予厚望的新厂。然而今天,她已经脱胎换骨,不仅洋气十足,还把自己打造成一个国内国际都被口耳相传的751D·PARK时尚设计广场。

神秘工厂的变迁之路

为了探究751从一个煤气厂老国企华丽转身为时尚文创园的变革和创新之路,《中国企业报》记者日前寻访了正东集团两大产业之一、负责751文创园运营的北京迪百可文化发展有限责任公司,专访了总经理张军元,了解到命运多舛的751从诞生到辉煌再到没落的前世,以及杀出一条血路后今天的意气风发。

早在1954年,作为国家“一·五”期间重点建设的156个大型工业项目之一,751的前身751煤气制造厂问世,当时得到前苏联和民主德国(原东德)的厚爱,得到不少援建款,煤气产量最高峰时曾占到北京市民生活用气的1/3。为什么叫751?答案很简单,因为当时有军工的成分,为了保密,一般对外都用代号表示。追溯到上世纪50年代初,前苏联对中国实施一项援助,建造“718联合厂”,又称华北无线电零部件厂,下分718厂、798厂、706厂、707厂、797厂、751厂和11研究所。军工厂于1951年建成。许多老北京人都记得,这是一个“进厂必须查三代”的神秘工厂。到1960年前后,军工厂开始分家,前五个代号的厂子经过一系列兼并改造重组,成立了新公司,剩下一个751厂独立经营并转为民用,11所变为某技术研究所。这从一家变成三家后的企业,是各自独立的产权方,当时直属电子工业部。电子工业部在十年前撤销。

前苏联没了,原东德没了,718联合厂没了,电子工业部没了,大家都各奔前程了。751煤气厂的煤气虽然也没了,但厂子还在,其随着时代变迁而变化,转型做起了时尚文化的生意,而且还做得风生水起。大约10年前,煤气厂摇身一变,洋气了起来,还起了个中西结合的名字——751D·PARK时尚设计广场。

“联姻”服装设计协会

作为751东家的北京正东电子动力集团公司,在产业结构调整的过程中,得到了北京市委市政府、市委宣传部、



市经信委、市发改委、市规划委、中关村科技园管委会、朝阳区政府,以及上级主管北京电子控股集团有限公司的大力支持与关怀。2003年按照北京市政府政策性产业结构调整的要求,751退出了煤气生产行业,2006年在原北京市工业促进局牵线促动下“联姻”中国服装设计师协会,利用原属煤气厂保护留存的工业资源特色,将工业遗存与科技、时尚、艺术、文化紧密结合,靠经营创意设计、产品交易、品牌发布、演艺展示等产业一起“过日子”,“联姻”十年,成为“模范夫妻”,入列北京市文化创意产业集聚区。

如今的751,已经兵强马壮、高手云集,入驻园区的设计师工作室及辅助配套类公司已达150余家,其中服装设计、建筑、家居等设计类约占一半,另一半是影视传媒、咨询策划、时尚培训、网络科技等公司。

从2011年开始,在751D·PARK北京时尚设计广场内已连续六年成功举办了北京国际设计周——751国际设计节。751国际设计节是北京国际设计周最重要的项目之一,每年金秋九月面向公众开放。该项目旨在为中外创意设

计主体提供展示、交易、交流的平台,打造具有国际化、高水准、专业性强、开放创新的设计盛会。

引入知名品牌活动

“在入驻的1500多位设计师中,包括了历届春晚服装总监郭培、著名家居、室内设计师宋涛、刘峰等,知名音乐人小柯、张亚东、解晓东,奥迪亚太汽车技术研发中心、中国服装设计师协会及IT互联网精英郭宇、雷海波等,这些设计师及工作室担当着对中国服饰文化、音乐文化、时尚设计产业及互联网大数据应用的发掘重任,承担着首都城市时尚之都、设计之都建设的使命,为首都文化产业及时尚设计产业起到了带动作用。”张军元如数家珍。“此外,诸如阿玛尼、爱马仕、卡地亚、万宝龙、TOD’S、Max mara、兰博基尼、奥迪、皮尔卡丹、佳能、哈雷、周大福、阿迪达斯、可口可乐、GQ年度人物盛典等一些著名国际品牌的发布活动也对751情有独钟。有越来越多的品牌商开始认识到751这个平台的价值:不仅在于展示最新产品,更是一次传达品牌理念,讲述品牌故事

的绝佳机会。”

自从2007年中国国际时装周落户751以来,每年3月的秋冬时装周发布会和每年10月份的春夏时装周发布会,已经成为固定节目,来自中国(含港澳台)、日本、韩国、新加坡、法国、意大利、美国、俄罗斯、英国、瑞士、德国等十余个国家和地区的设计师、品牌和机构在751举办了近千场发布会,还有专项大赛和专项评选以及中国时尚大奖颁奖盛典。尤其是中国国际时装周,俨然已经成为中国服装界年度最受欢迎和最具影响力的时尚盛事。

打造创意产业平台

由于751D·PARK不断地向世界传递中国的时尚态度与激情,也成为演艺、展演等各类大型活动竞相追逐的首选之地。不断有重量级的大牌企业钟情于此,10余个国家和地区的50余家品牌参展商前来设展,内容涉及建筑、服装、新材料、工业设计、数字科技、儿童设计教育、家具、食品设计、书籍出版等领域,其中不乏世界一流品牌,如宾利、大众、奥迪、施华洛世奇、乐高、乐高、五指鞋等。这些异彩纷呈的活动使园区形成了动静结合,以服装服饰设计为引领的设计产品展示、时尚生活体验、国际创意设计产业交流的平台,也使751头上的光环愈加耀眼,光芒四射。

对于751存在的意义和未来的方向,北京市人大常委、民盟北京市委专职副主委、北京设计学会顾问宋蔚祖对记者表示,751现象值得转型中的国企学习,尤其是对于想利用老厂房和物理空间变身文化创意产业的老国企,更有借鉴意义。对于751自身而言,则需要将751园区发展中的制约因素和存在短板明确下来,以此作为建议上报政府部门,促进政府部门的政策调整。另外希望在此基础上提出文化创意产业园区的标准,通过制订标准来进一步促进文创产业园区的发展。

走进751的大门,一条曾经作为煤气厂内部运送煤炭的铁路专用线以及标志性的火车头会非常显眼地横亘在面前,铁道代表了老旧和衰落的过去,火车头意味着时尚和崭新的未来。这样一个一度事业辉煌的煤气厂,这样一个一度“蓝瘦”、“香菇”的老国企,如今已跻身时尚圈和设计圈的“大咖”,成为众多文创园区脱颖而出的“活宝”。如果说751原来是“生气”出身,生的是煤气,那么现在则是靠“生动”发展,生的是青春的律动、时尚的流动、设计的变动,层出不穷的活动。

768 产业园：利用软环境打开新思路

■ 宋冰冰 本报记者 朱晨辉

2016年11月15日下午,中关村768创意产业园“和谐共享双生态建设论坛”在768园区举办。出席本次论坛的领导有:北京市科委文化科技发展处副处长付文均、海淀区文化创意产业协会秘书长王蔚、北京市科委科技政策法规宣讲团及北京市中小企业公共服务平台专家库专家赵煜、北京电子控股有限责任公司新兴产业部部长马辉、北京大华无线电仪器厂党委书记李德友、北京大华无线电仪器厂财务总监孙福清担任此次论坛的嘉宾主持。

据记者了解,产业论坛是768园区文化节的一个重点项目,到今年已有三届。今年通过“和谐共享双生态论坛”,园区想达成四个效果:一个是向外界介绍和展示768创意产业园建设

发展7年来在“产业生态”和“自然生态”建设工作上取得的成果,并将园区共建共享“双生态园区建设”的模式进行总结和发布。再一个是通过园区六家不同业态的企业路演,展示园区入驻企业的优秀项目、技术优势、创新性和创造性。第三个是通过邀请领导和专家,让更多的人走进768园区,真实感受768园区的特点和特色,了解园区产业集聚、产业服务和产业发展,了解园区特色企业的动态。最后一个是通过专家讲解,让企业更加了解和掌握政府对于创新创业的支持政策,加强企业与政府、市场、媒体和企业间的交流与互动。

768创意产业园的前身北京大华无线电仪器厂(原国营第七六八厂),始建于1958年,是我国“一五”期间156项重点项目之一,是我国最早建成的微波测量

仪器专业大型军工骨干企业。2009年11月18日,大华集团成立768创意园管理委员会,开始全力打造768创意产业园。为了保持园区的定位特色与专业化程度,管委会拒绝了商业化及领域之外的企业进驻。甚至为了等待建筑设计业的龙头企业入驻园区,B座近8000平方米的厂房愣是空了一年多。现在,整个768弥漫着和谐、静谧的艺术氛围。

由于768距离高校较近,这里自然也成了老师和学生的聚集地。768创意产业园区发展部经理马进表示,这里基本上每一个设计公司都有高校背景。不仅公司创始人都是这些高校毕业的,而且高校老师有的来当顾问,有的直接作为主体研究人员。而园区也重视软环境,有意加强公共服务平台的建设,让园区更具魅力。768创意产业园身处中关村国家自主创新示范区核心区,其秉

承从“中国制造”到“中国创造”的跨越式发展观念,选择做创意产业园,已经有了良好的开端。

根据规划,768的园区空间将增加,并为高科技服务。除了吸引设计类企业之外,还将建立电子信息高科技产业孵化基地。在这里,将打造以工业设计为主的国内、国际知名高端设计创意园区。而768的建设恰好与中关村核心区打造高端产业聚集区的规划不谋而合,它正位于中关村科学城版图之内。下一步,768创意园管委会将继续保持与政府、协会的紧密结合和联系,在园区推广、品牌建设、政府支持与协助、政策资金申请、园区奖项参评等工作上继续努力,按照既定要求和“十三五”规划,努力将768创意园建成知名的生态型创意产业集聚区,为中关村科学城的建设增添一个新亮点。

在为期一周的活动中,纳泓的志愿者们陪同孩子们一起参观埃塞驻中国使馆、走访纳泓北京办公室、游览北京名胜,参加了鸟巢义卖活动,并与北京的同龄孩子一起举行联谊和文化交流活动,为两国儿童的文化交流搭建起了友谊的桥梁。

(张杰)

文创圈一周

关键词：
文化消费、博物馆文物

北京：诊脉文创园区研讨文化消费

好的文化产品不仅可以陶冶消费者的情操,提高消费者的文化素养、道德水平、科学知识水平和生活质量,还能对社会的发展与进步起到推动作用,从而产生不可低估的外部正效应。而不良的文化消费,不仅危害消费者本人创造美好生活,还会对社会及他人带来消极、不利的影响。为了引领文化消费意愿、激励文化消费行为,促进文创园区在生产创作文化内容的同时逐渐成为文化消费的新阵地,11月11日,北京市文化局产业促进处(市场开发处)在繁星戏剧村组织召开了第四届北京惠民文化消费季文创园区专题研讨会。此次以“文创园区——文化消费新载体,经济转型发展新动能”为主题,为本周消费季十大园区活动主办机构提供展示交流平台,建立共同推动文创园区发展的沟通机制。参加研讨会的都是业内专家和学者,如:北京市文资办产业促进处副处级调研员花小蒋、产业促进处汪卉,原中共北京市委研究室副局级调研员赵毅,中国社科院研究员、北京市政府参事赵京兴,国务院发展研究中心市场所研究员李布,中国经济网文化产业资讯部主任成琪,中国社会科学院文化研究中心副教授郭炜。他们在会上从各自研究的领域提出了很多有价值的和可操作的建议。

广东：将围绕博物馆文物展开讨论

中国是过去几年全球新增博物馆最多的国家,目前全国登记注册的博物馆达到了4692家,是1949年新中国成立时的223倍,这个数字还在以每年200家左右的速度增加。然而,上世纪90年代以来,藏品搜集遇到难题,很多新建的博物馆展厅面积动辄几万平方米,展品却乏善可陈,甚至无物可展。国家文物局原局长励小捷在2014年12月25日接受媒体采访时就坦言:“尽管博物馆建设发展迅速,但随之而来的藏品不足、展陈单一、专业人才匮乏等新问题也较为突出。”这一情况在广东也普遍存在。据中新网11月15日报道,首届“博物馆征集与文创产业发展论坛”将于11月25日在花地艺城古玩城举办。论坛旨在加强博物馆与文物经营业的交流,规范文物艺术品行业的经营活动,促进相关行业的健康发展。论坛将邀请有影响力和示范作用的博物馆馆长、文创开发负责人及文物艺术品行业代表与会。

本次发展论坛将围绕博物馆藏品征集和文创产品的开发销售如何与市场有效链接等话题展开讨论,以期为博物馆收藏和文创铺路,求得各方共赢。此外,由广东省文物局作为指导单位,广东省文物艺术品行业协会、广东省文物总店主办的“粤海丝路文博文创交流荟”已准备就绪,首届“博物馆征集与文创产业发展论坛”作为活动的一个重要环节将同期举办。

苏州：文创产业将获政策支持

苏州是一个特别有文化历史的城市,现在共有文物保护单位690处,其中国家级34处,省级106处,数量仅次于北京和西安。集建筑、山水、花木、雕刻、书画等于一体的苏州园林,是人类文明的瑰宝,拙政园和留园列入中国四大名园,并同网师园、环秀山庄与沧浪亭、狮子林、艺圃、耦园、退思园等9个古典园林十几年前被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。苏州的文创产业近年来发展特别快,不仅政府文化投入增幅明显,文化创意和服务业也在成为文化产业重头,形成了多门类齐头并进的综型文化产业体系,成为苏州市经济的支柱产业和新的增长点。苏州市文化广电新闻出版局与市财政局近日联合出台《苏州市文化创意产业投资引导基金管理办法(试行)》(以下简称“《办法》”),以创新的文创产业投资基金管理方式方法,推动文创产业发展。11月13日起施行的《办法》规定,单个子基金奖励额度最高可达200万元,为有能力但没资金的文创企业雪中送炭和锦上添花。

其实早在2011年,苏州市文广新局、市财政局为解决文创企业的融资难问题就制定了《苏州市文化产业投资引导基金管理办法》,实行后效果出奇的好。但这两年随着行业的发展,原办法已经跟不上文创产业的需要,为了让社会资本投向苏州文创产业,苏州市制定了这个《办法》,明确了引导基金组织形式要采取“有限合伙制”,政府通过财政资金的引导和“种子”作用,吸引机构投资者资金、民间资本、国外资本等更多社会资金参与到风险投资,让社会资本分享到引导基金管理专业机构的智慧、资源和成果,对投资苏州市文创企业的资金额度超过引导基金在创业投资企业中出资额2倍的部分,可按照超额投资部分的1%—3%进行奖励,但单笔项目封顶200万元,扶持力度不可谓不大。

(本报记者朱晨辉文字整理)