

深圳 OCT-LOFT 华侨城创意产业园的空间生产

诸武毅, 刘云刚*

(中山大学地理科学与规划学院, 广东省城市化与地理环境空间模拟重点实验室, 广东广州 510275)

摘要:通过深圳 OCT-LOFT 的案例研究,探讨了宏观制度结构和微观社会网络结构下的创意产业空间生产过程. 研究发现,制度红利推动了 OCT-LOFT 的空间同质化,间接导致其成为空间复制的产物,同时也创造了其异质性空间生产的条件. 这一空间生产过程首先表现为物理空间的生产,继而通过空间资源和社会网络的整合,实现了社会空间的异质性生产,从而在创意产业链中占据领先地位. 在市场体制下,创意产业的空间生产是提升空间竞争力及影响力的必然过程,对空间的生产必须重视空间的同质化与异质性的平衡.

关键词:空间生产; 同质化; 异质性; 创意产业园; OCT-LOFT; 深圳

中图分类号:K901

文献标志码:A

doi:10.6054/j.jscn.2013.07.023

目前,已有国内学者对创意产业的空间布局^[1]、创意产业对城市空间的构建^[2]、城市转型下创意产业空间的生产^[3]、文化创意产业对旧城空间生产的作用机制^[4-5]等进行了研究,较为系统地分析了我国创意产业空间生产的演化与现状,及其与城市空间的互动作用关系,并提出了相关的建议. 本文在此基础上,尝试以更微观的角度深入解释创意产业空间资源整合和社会网络拓展的过程.

深圳 OCT-LOFT 华侨城创意产业园(以下简称 OCT-LOFT)是深圳发展最为成熟的创意产业园之一. 本研究主要通过观察和访谈法进行资料收集,调查地点主要在 OCT-LOFT,其余还包括 F518 创意产业园、田面“设计之都”和深圳动漫城. 本文基于空间生产理论的宏微观结合视角,主要就其内部具体的、不平等的微观元素进行深入分析^[6]. 空间的生产是指空间与社会相互建构,其中资本、权力、社会运动与空间景观相互作用的过程^[7]. 此过程中,因资本再生产的扩大,空间也会成为一种生产资料,由于社会对规模化、标准化的高效率生产方式的追求,社会空间的“同质化”不可避免,即某一类社会空间逐渐趋同的现象^[8-9]. 根据空间辩证法,空间的“异质性”也必然存在. 因此,某一类同质化的空间中,某部分空间为具体目标在不同方面进行改变、转换,进而展现出来的差异性质. 本文主要从深圳创意产

业的宏观制度背景入手,首先着眼于 OCT-LOFT 空间生产的同质化过程;在此基础上,继续尝试从 OCT-LOFT 的空间形态、空间资源联系、社会网络拓展过程等方面,梳理 OCT-LOFT 空间生产的特殊性和异质性.

1 深圳创意产业园的发展

创意产业园是指创意企业及个人互相联结成具有相当活力的网络,并形成集聚效应的某些特定地区. 作为全国改革开放的先锋城市,深圳的创意产业主要采用行业集聚、空间集中的发展策略(图 1,来源:文献[10]),即发展创意产业园或基地. 截至 2010 年 5 月,深圳市经国家、省、市有关部门认定的创意产业园和基地共 39 个,具有一定规模的创意产业园 17 个^[11]. 其中部分创意产业园已在业内产生的较大影响,例如,OCT-LOFT 华侨城创意产业园荣获了全国首批“国家级文化产业示范园区”殊荣;田面“设计之都”创意产业园,吸引了 40 多家国内外顶尖级的创意企业入驻.

2 OCT-LOFT 的形成发展

OCT-LOFT 位于深圳市南山区,地处华侨城东

北部,占地面积约 0.15 km²,建筑面积约 0.2 km². 其四周以住宅区为主,毗邻康佳集团和其他工业区,人口较为密集,周边具备良好基础服务设施,例如餐饮设施、地铁站、公交站等(图 2).



图 1 深圳创意产业园位置图

Figure 1 Location of Creative Industry Parks in Shenzhen

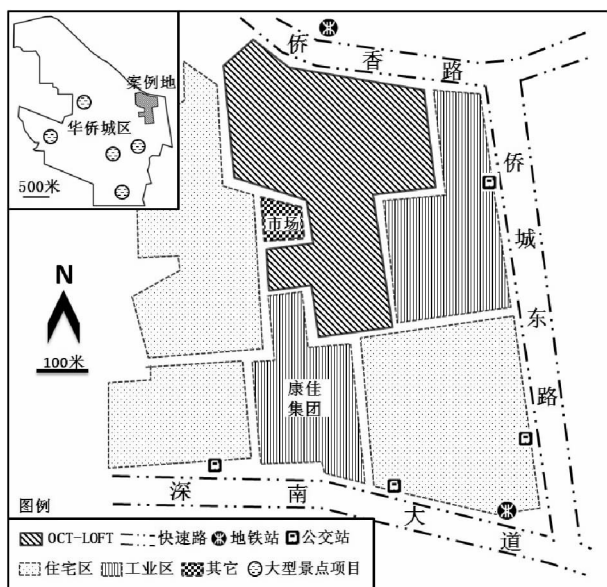


图 2 OCT-LOFT 的区位

Figure 2 Location of OCT-LOFT

开发 OCT-LOFT 主要有以下 2 个原因^[12]:

一是华侨城区工业的衰退为 OCT-LOFT 的改造提供了基础条件. OCT-LOFT 属于华侨城原东部工业区. 从 20 世纪 90 年代起,深圳社会经济结构开始调整,生产成本逐渐增加,华侨城区的工业能力随之衰退. 一方面,华侨城区内大量的企业外迁或遭关闭,工业结构单一化,其区内的代表企业——康佳集团更在 2001 年亏损达 0.7 亿元(图 3,来源:文献[12]),这使得华侨城区东部的厂房大部分处于废置状态. 至 2004 年为止,华侨城拥有的 0.358 km² 工业建筑用地中仅有 0.09 km² 用于生产,为总数的 1/4,废置的旧厂房为 OCT-LOFT 的改造提供了基础条件.

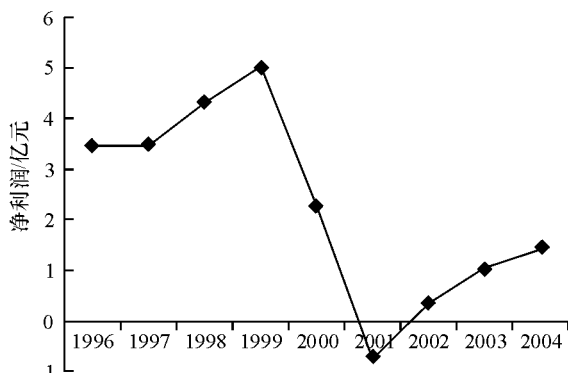


图 3 康佳集团净利润情况(1996—2004)

Figure 3 Retained profits of KONKA(1996 - 2004)

二是旅游业带动片区功能升级为 OCT-LOFT 的改造提供了环境条件. 华侨城集团非常重视旅游产业的发展,在创立初期便开发了锦绣中华、民俗村等一批经典的旅游项目,随后逐渐将发展重心由第二产业转移至第三产业,继续开发世界之窗和欢乐谷等旅游设施,游客人数也因此逐年上升(图 4,来源:文献[12]),为华侨城集团带来了巨大的商业效益. 在旅游产业的带动下,华侨城区实现了大部分区域的环境优化,华侨城集团开始配合其发展其他产业,其中以开发房地产最为成功,波托菲诺一、二期和锦绣花园三处高级住宅区的开发进一步实现了整个片区的功能升级. 良好的周边环境、完善的配套设施为 OCT-LOFT 的开发提供了良好的环境条件.

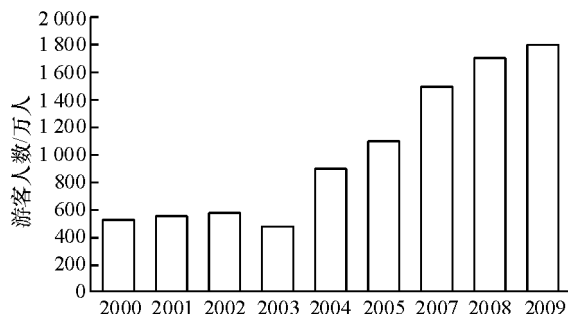


图 4 华侨城年游客人次

Figure 4 The number of yearly visitors to OCT

在废置的旧厂房得不到充分利用、第三产业还有巨大发展潜力的情况下,华侨城集团基于保留这些厂房的历史烙印,为深圳创意产业发展搭建一个聚集的平台,同时也出于华侨城区自身的发展需要,自 2004 年起,授权华侨城地产启动 LOFT 改造项目,促进其东部工业区厂房向创意产业主体转换. 2011 年 5 月 14 日,OCT-LOFT 实现整体开园,成为深圳市唯一的完全开放型、以消费为主,供市民生活、体验、休闲、消费的创意产业园,被评为全市唯一

一家“文化产业园”,荣获全国首批“国家级文化产业示范园区”的殊荣。

深圳创意产业园的发展时间不长,主要依靠政府政策、规划与资金推动其快速的成长,但同时存在一些问题,例如,对于创意产业园的定位与布局缺乏合理安排,出现重复建设、复制模仿的问题;多以封闭式园区模式发展高新产业,与公众市民的互动程度不高,缺乏活力等等^[13]。而 OCT-LOFT 能够突围而出,成为深圳市最知名的创意产业园,必有其独特的社会—空间因素。因此,本文尝试在空间生产的视角下,探讨推动其形成的制度基础和促进其从中脱颖而出的社会—空间的构建过程。

3 OCT-LOFT 的空间生产

关于空间生产的理论和实证应用,之前已有较多研究^[6],本文继续沿用制度结构、物理空间和社会空间的三维空间分析方法展开案例分析^[14],通过实地考察和访谈资料整理,将 OCT-LOFT 的空间生产过程分解为 3 个环节,即制度作用下的空间同质化、物理空间的异质性生产以及社会空间的生产对空间异质性的强化。

3.1 制度作用下的空间同质化

创意产业的起步大多依靠市场自发,呈现规模小、分散广的特征;而创意产业园的发展则多数依靠政府推动。OCT-LOFT 也是在深圳市政府的支持下迅速发展起来的,缺乏整体规划、相关制度配套不足、与其他同类园区同构竞争等也是 OCT-LOFT 的初期特征。

21 世纪后,国家“十一五”规划把深圳作为我国文化体制改革综合性试点地区之一。同时,深圳政府自身亦明确提出大力发展创意产业,于 2003 年率先

提出“文化立市”的发展战略,并制定了《深圳市文化产业发展规划纲要(2007-2020)》、《深圳文化创意产业振兴发展规划(2011-2015)》等政策文件。其后,深圳政府在各领域出台一系列优惠政策推动文化产业,包括出台鼓励将旧城区、旧村、旧工业区改造为创意产业园的政策,建立和完善深圳市知识产权保护体系等^[15]。上述政策带动深圳创意产业园“试点”开始蓬勃发展。不过,由于缺乏相关经验,深圳创意产业园在快速发展的同时,也出现了园区间定位重复、功能重复和形态相似的问题^[13]。在欠缺整体规划的情况下,各地均倾向于借助政府的优惠政策,尽快投入、建设自身的创意产业园,这就造成了深圳市创意产业园整体的空间同质化问题。

在此背景下,OCT-LOFT 的发展同样得益于上述的制度红利。政府大力推动,开发商积极投入,其区位选址主要基于自身的发展需要。这导致创意产业园整体布局相对集中,并且形态、功能同构,OCT-LOFT 成为空间复制和同质化的产物。

3.2 物理空间的异质性生产

空间的同质化、异质性是辩证的存在。制度红利推动了 OCT-LOFT 的空间同质化,但也为在此基础上异质性空间生产创造了条件。OCT-LOFT 的空间生产因此可以看作同质化和异质性空间生产的叠合,尤其后者是空间生产中能动要素(agency)作用的体现。异质性的空间生产首先表现对物理空间的生产,是 OCT-LOFT“空间再生产”的过渡阶段。

相比于北京、上海等历史名城,深圳市发展时间短,创意产业园大多缺乏历史痕迹,缺少文艺气息。鉴于此,包括 OCT-LOFT 在内的大部分深圳创意产业园都是借助相对较好的区位条件进行物理空间的生产(表 1)。

表 1 深圳四处创意产业园的对比

Table 1 The comparison of 4 creative industry parks in Shenzhen

创意产业园名称	区位条件	交通可达性
OCT-LOFT	南山区,位于深圳市中心	紧靠深南大道,多条巴士、地铁线路通过,毗邻华侨城旅游区。
F518 创意产业园	宝安中心区,位于深圳前海片区	西乡大道附近,现状有少量巴士线路通过,但未来将有地铁 11 号线通过。
田面“设计之都”	福田区,位于深圳市中心	紧靠深南大道,较多巴士、地铁线路通过。
深圳动漫城	南山区南部,位于深圳市中心	紧靠南海大道,多条巴士线路通过,未来将有地铁 10 号线通过。

OCT-LOFT 位于繁华的深圳市中心南山区,坐落于华侨城区东北部,毗邻世界之窗、欢乐谷等旅游区以及华侨城住宅区,旅游景点的人流、居住区的居民等都为 OCT-LOFT 园区活力的提升构筑了基础。

在交通上,OCT-LOFT 周边有 2 个地铁站及 4 个公交车站,所在片区有 4 个停车场,车位共计超过 200 个,具有明显的便利性。星巴克、国际青年旅舍等多家餐饮生活企业进驻其中。通过对自身及其周边配

套设施的优化, OCT-LOFT 在众多创意产业园中逐渐展现其与众不同的空间特征, 进而加强其空间异质性的生产。

3.3 社会空间的异质性生产

OCT-LOFT 以物理空间的异质性生产作为基本条件, 通过自身空间资源和社会网络的运用, 实现社会空间的异质性生产。对此, 本文称前者为内部空间的充实, 后者为外部空间的拓展(图5)。

3.3.1 内部空间的充实 OCT-LOFT、华侨城工业、旅游资源、社区和其他商户同置于华侨城区内, 同属于华侨城集团, 所以在面对激烈的市场竞争时, 更容易形成紧密、和谐、共生的关系, 不断巩固和强化现有的社会空间。

在华侨城工业逐渐衰退的情况下, 为促进产业升级及功能多样化, 发展 OCT-LOFT 成为其最佳选择, 共同提高市场竞争力; OCT-LOFT 与周边已存在的旅游资源联合, 形成基于旅游空间生产的发展网络, 产生集聚效应, 此点从华侨城年游客数可见一斑, 其自 2000 年起一直呈现上升趋势(图4); 在上述发展过程中, OCT-LOFT 既为园区提升了文化品味和品牌, 又为周边提供了优裕有序的生活社区环境, 以高品质的配置吸引高品位、高素质的顶尖创意机构进驻, 包括 PAL 设计事务所、世纪雅典居等, 同时, 设置 Ein 品牌女装、品高生活等多家以创意为主题的商业机构, 结合星巴克和国际青年旅舍等咖啡店、茶馆、生活用品相关配套设施形成了以创意消费为基础的商业链^[13], 完善了市民生活、体验、休闲、消费功能, 提高了华侨城东部片区的地产价值, 例如波托菲诺一、二期和锦绣花园三处高尚小区。

OCT-LOFT 联合华侨城区内的各个单位, 借助区内舒适的环境, 相互合作再开发自身空间, 提升空间质量, 其中重点是提供了“创意”的环境, 同时提高了东部社区的生活质量, 打造了一个充实的内部空间, 建立了共存互利的关系。

3.3.2 外部空间的拓展 利用华侨城集团强大的品牌效应, OCT-LOFT 通过现代化的媒体传播, 积极营造空间社会网络, 进一步拓展及突出其空间的外溢效果。得益于制度红利, 凭借华侨城集团强大的实力和影响力, OCT-LOFT 项目倍受政府的重视, 如每年 OCT-LOFT 都会得到来自政府的专门升级优化资金, 政府的重视相应的表现为 OCT-LOFT 给深圳市带来了巨大的文化产业影响力; 为进一步与社会外界建立紧密的联系, OCT-LOFT 积极与社会创意单位合作举办各式艺术活动, 而创意单位亦得以通过

OCT-LOFT 向社会扩大宣传, 其中最具标志性的是从 2005 年开始的“深圳·香港城市建筑双城双年展”, 极大地丰富了 OCT-LOFT 和创意单位的文化影响力。另外, 区内每月首个周末的“创意 T 街”活动, 则为年轻艺术家贩卖、展出自己的作品和教学宣传提供了有效场所, 为园区增添了活力; 最后, 在符号性已成为“物”被消费的主要目标的这个时代, 品牌的重要性空前强化, OCT-LOFT 作为“华侨城”品牌文化扩张性的产物, 借助品牌忠诚及定位, 以低成本、高速度占据创意产业市场, 并利用“华侨城”品牌的光环效应, 树立自身文化品牌, 对消费者、政府、合作者及其他社会公众产生一种亲和力、吸引力及认同感^[16]。

在 OCT-LOFT 拓展外部空间的过程中, 适宜的制度平台是基础, 丰富的合作、参与是保证, 及时的信息传播、反馈是核心, 社会空间于其中则作为融合剂, 使得 OCT-LOFT 能有效地与社会外界联合成为一个有机的整体, 从而在创意产业链中占据更顶层的位置, 产生更强大的影响力, 使其空间异质性生产得以实现。

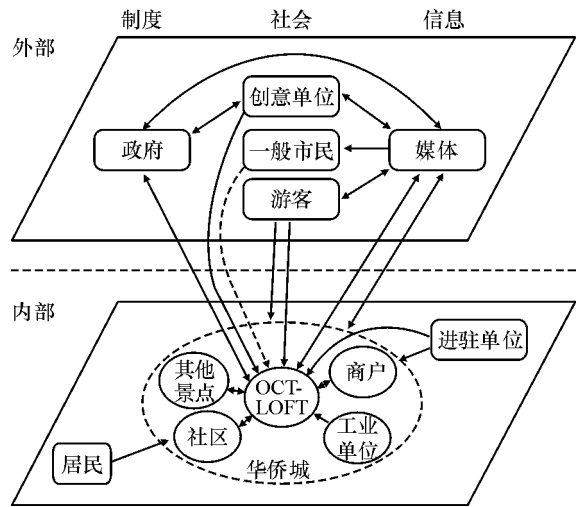


图5 OCT-LOFT 的社会网络

Figure 5 Local social networks based on OCT-LOFT

3.4 小结

OCT-LOFT 的空间生产凭借“制度大力支持, 政府不断推动, 开发商积极投入”而快速实现, 此空间生产模式也被深圳其他创意产业园利用, 并在相似物理空间条件下相互借鉴、模仿开放, 是空间同质化快速生产的表现。进而 OCT-LOFT 又通过华侨城空间资源的优势和社会网络的充实, 完善功能、丰富配置、拓宽市场和推广品牌, 从而在同质化空间中脱颖而出, 实现空间的异质性生产(图6)。这是一种在市

场体制下以提高自身竞争力及影响力为目标的必然过程.

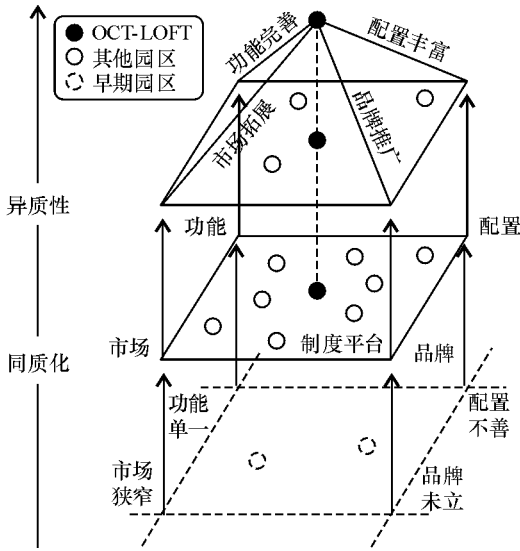


图 6 OCT-LOFT 的“空间再生”过程

Figure 6 Process of ‘reproduction of space’ of OCT-LOFT

4 讨论

在深圳创意产业的发展过程中,OCT-LOFT 能够成为全市唯一成功的完全开放型的创意产业园,表现了由空间同质化转向异质性生产的过程,本文将此过程定义为“空间再生”(图 7).

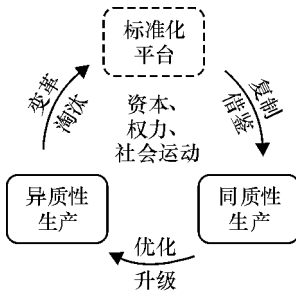


图 7 “空间再生”过程

Figure 7 Process of ‘reproduction of space’

当空间演变为一种生产资料,由于生产资料的标准化、市场的潮流化和思想的僵化,导致了空间同质化,但它并不完全负面,此“质”代表了标准,是在某领域空间生产中被证明合理的、可行的、被大众接受的,且生产风险、成本相对较少,因此,社会、市场自然会趋向并争取此类空间,此过程的确产生了积极作用,能快速地占据空间.另一方面,当空间同质化达到一定程度,就会出现同质危机,具体表现为个体与个体间的取代性增强,竞争力下降,资源浪

费、分散、配置不平衡,可能导致整体发展停滞.因此,社会、市场必须寻求变化,在同质化空间中找到突破点进行优化,且必须达到跨越式的升级,才能有足够的力量实现空间的异质性生产.而实际上,由于具体条件的千差万别,空间的异质性生产又在一定程度上一直存在着,只是这些异质性力量相对较小,难以摆脱同质化的强大作用.

在理想情况下,“空间再生产”是一个循环的过程,只要其中资本、权力、社会运动足够强大,某个空间的异质性也会由于社会、市场的某股力量实现跨越式的升级,导致这个空间被淘汰,整体空间平衡被打破,继而这股力量又在社会、市场构建新的却又并不牢固的标准化平台,继而在其巩固自身空间生产的过程,也是整体社会、市场空间同质化转向异质性生产的过程.

目前,在国内还存在其他类似的城市空间同质化的现象,如多数的新城规划的目标都是发展高端商务区、商贸流通区,难免会形成“千城一面”的直观印象;“建城市一样的房屋,过村里人一样的生活”的无规划、无设计、无特色的“千村一面”新农村建设;“不断破坏近现代建筑,却又不断复制假古董”的“历史街区伪保护”等,均在一定程度上短暂快速地推动了其空间生产,达到“立竿见影”的效果,但倘若这些区域在资源、环境等条件上有较大的共性,且在面对相似的机遇前,却又不采取错位竞争的方式,势必会过度地消耗和分散资源与人力,难以形成有效的集聚,更严重的问题在于难以实现空间的异质性生产,出现发展雷同、刻板与僵化等问题,丧失特色、个性与传统文化.因此,空间继续无度的同质化必然会引起更多的社会问题.可是,当前中国城市化快速发展,不推进城市、乡村和商业、工业空间的建设并不现实,但应该优先注重速度,利用空间同质化的积极力量,还是更具前瞻性,全面考虑空间的异质性发展?如何做到同质与异质间的平衡?这些问题还需要进一步深入思考.

参考文献:

- [1] 周春山,冯莉莉.广州创意产业的发展与布局[J].城市观察,2009,1(3):122-130.
- [2] 刘云,王德.基于产业园区的创意城市空间构建——西方国家城市的相关经验与启示[J].国际城市规划,2009,24(1):72-78.
- [3] 周宇.城市转型下创意产业空间的生产——以上海市为例[C]//转型与重构——2011中国城市规划年会论文集.南京:东南大学出版社,2011:7563-7573.

- [4] 黄斌,吕斌,胡焱. 文化创意产业对旧城空间生产的作用机制研究——以北京市南锣鼓巷旧城再生为例[J]. 城市经济,2012,6(19):86-90.
- [5] 黄斌. 北京文化创意产业空间演化研究[D]. 北京:北京大学城市与环境学院,2012.
- [6] 王丰龙,刘云刚. 空间的生产研究综述与展望[J]. 人文地理,2011,26(2):13-20.
- [7] 殷洁,罗小龙. 资本、权力与空间:“空间的生产”解析[J]. 人文地理,2012,27(2):11-16.
- [8] 刘奔腾,董卫. 同质化背景下村镇特色空间保护——以赤岸为例[J]. 现代城市研究,2011,4:58-62.
- [9] 江泓,张四维. 生产、复制与特色消亡——“空间生产”视角下的城市特色危机[J]. 城市规划学刊,2009,31(4):40-45.
- [10] 范丽君,马航. 与创意产业结合的深圳旧工业区更新改造研究[C]//城市规划和科学发展——2009中国城市规划年会论文集. 天津:天津科学技术出版社,2009:2555-2566.
- [11] 李怡婉. 深圳利用旧工业区发展创意产业园的实践探索——以深圳 OCT-LOFT,深圳动漫园为例[C]//转型与重构——2011中国城市规划年会论文集. 南京:东南大学出版社,2011:7852-7863.
- [12] 陈明阳,马航. 结合旅游的旧工业区 LOFT 改造模式——以 OCT-LOFT 为例[C]//规划创新——2010中国城市规划年会论文集. 重庆:重庆出版社,2010:1-12.
- [13] 李怡婉,韩娇,朱鑫月. 深圳创意产业空间发展的规划思考[C]//转型与重构——2011中国城市规划年会论文集. 南京:东南大学出版社,2011:8379-8388.
- [14] 刘云刚,王丰龙. 城乡结合部的空间生产与黑色集群——广州 M 垃圾猪场的案例研究[J]. 地理科学,2011,31(5):563-569.
- [15] 杨慧敏. 深圳文化创意产业及其影响研究[D]. 长沙:中南大学文学院,2010.
- [16] 陈放. 品牌学[M]. 北京:时事出版社,2001.

Production of Space for OCT-LOFT in Shenzhen City

ZHU Wuyi, LIU Yungang*

(School of Geography Sciences and Planning, Guangdong Key Laboratory for Urbanization and Geo-simulation, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China)

Abstract: ‘Production of space’ has been an interdisciplinary and comprehensive framework on researching social-spatial problems, which means a lot to analyze the urban construction under market economy in China. However, the application of ‘production of space’ in China mainly focuses on the effect on the capital flow pursuing standardized homogenizing space. Through the case study of OCT-LOFT in Shenzhen, the combined effect of macro institutional and micro social network structures to the production of creative industries space is discussed, expressing a space producing process of the space homogenization turning to heterogenization. With positive policies, OCT-LOFT expresses the space heterogenization among the other homogenizing spaces by the full use of local space and the enriching of social network space, such as perfecting function, enriching configuration, broadening market and brand promotion. Merely space homogenization brings crisis to social, cultural and other space, such as duplicated construction, disappearance of the urban identity and so on. This research indicates that, for the production of space, importance must be attached to balance space homogenization and heterogenization.

Key words: production of space; homogenization; heterogenization; creative industries park; OCT-LOFT; Shenzhen city

【中文责编:庄晓琼 英文责编:肖菁】