■ 責任編輯：胡可強　版面設計：譚向陽

第十屆文博會本月15日至19日在深圳會展中心舉行。將文化創意視為一大支柱產業的羅湖，在經過十年九屆文博會的成長後，文化創意產業增加值翻逾3倍，羅湖分會場的成交總量增長逾7倍，並成功鑄就了深圳工藝美術集聚區和深圳珠寶集聚區兩個航母型產業集聚區。如今，羅湖正全力推進以「城市更新」為抓手的國際消費中心建設，大力發展文化創意產業，今年還將斥資3億元重點扶持產業轉型升級。

本屆文博會，羅湖緊扣「貿易揚帆，文化遠航」主題，突出擴大交易和提升質量，按照國際化、專業化、簡約而不簡單的要求，全力打造羅湖分會場的升級版，共推出展覽與交易、交流與合作、專業論壇、非遺體驗等177項活動。

■香港文匯報記者 孫雪、李璐、郭若溪

# 文博十年 羅湖雙航母集聚區揚帆遠航

■深圳工藝美術集聚區—藝展中心。

「一半山水一半城、一半城裡是商城」，經過30多年的發展，羅湖已成為深圳的商貿中心和全國最大的黃金珠寶首飾加工基地，文化創意產業呈現加速發展態勢。作為深圳經濟特區第一個建成區，羅湖的產業結構以服務業為主，第三產業佔GDP的比重達92.7%。各項配套設施完善，集聚了豐富的城市元素，是時尚和創意的沃土。目前，羅湖已經形成以創意設計、高端工藝美術及動漫遊戲為主，輔以非物質文化遺產開發、文化信息服務等，已基本形成傳統文化產業特色突出、新興文化產業門類豐富、行業整體時尚創意氣息濃厚的現代文化產業體系，全區文化創意企業達2566家。

羅湖正全力推進以「城市更新」為抓手的國際消費中心建設，大力發展文化創意產業。今年，羅湖斥資3億元，專門用於產業轉型升級扶持。同時修訂完善《羅湖產業轉型升級專項資金扶持文化創意產業發展實施細則》，加大扶持力度。未來10年，羅湖將對笋崗—清水河、「金三角」、水貝—布心、蓮塘、深南東等五大片區進行城市更新，新增產業空間1500萬平方米，相當於在產業體量上再造一個「羅湖」，必將為羅湖發展文化創意產業提供更廣闊、更高端的產業空間。

## 文創產業增加值翻逾3倍

文博會十年，是羅湖文化創意產業加快發展的十年。自第二屆文博會羅湖承辦分會場以來，十年九屆，成交總量從36.3億元增長到第九屆的282.6億元；分會場的影響力從深圳擴散到國內乃至國際。羅湖實現文化創意產業增加值從2004年的20.53億元增長至2013年的68億元，十年保持兩位數增長。

文博會十年，羅湖成功鑄就深圳工藝美術集聚區和深圳珠寶集聚區兩個航母型產業集聚區。第八屆文博會，羅湖創造性地將地域相鄰、主營業務相近又符合分會場認定條件的數家分會場申辦單位合併組成集聚區分會場，經驗在全市推廣，深圳工藝美術集聚區還連續兩年獲優秀分會場一等獎。目前，羅湖有6個在全市乃至全國具有一定影響力的文化創意產業集聚區或產業園區，分別為珠寶集聚區、工藝美術集聚區、梧桐山藝術小鎮、國家動漫畫產業基地、深圳古玩城以及廣田裝飾。

今年，羅湖深化集聚區概念，設立3個集聚區分會場，承辦單位達到12個，產業內容更加豐富，實現整合營銷、抱團發展，提高產業的整體效率，形成更加強大的難以為外部複製的競爭力。深圳市設計聯合會秘書長劉振表示，希望羅湖在珠寶、工藝及電子等產品的設計方面加大力度，創造出更多有自主產權的知名品牌。

## 羅湖品牌融入港式創意

毗鄰香港更是羅湖的一大優勢，來自港澳的設計師將羅湖做為進軍內地的橋頭堡；在羅湖創業的港商贊許羅湖已逐漸形成了自己的特色文化產業；在深圳消費的港人首選羅湖採購工藝禮品和家居飾品，而像黃金珠寶、動漫設計等都給消費者留下了深刻的印象。

藝展中心品牌總監宇淑群接受本報記者採訪時表示，香港設計師和香港品牌入駐的數量和質量逐年遞增，截至目前，藝展中心香港品牌商鋪近150家，約佔比8%，經營範圍涵蓋布藝、花藝、綜合類等多個產品類型。「除香港設計師和品牌爭相入駐外，包括做樣板間工程和會所等香港的專業採購商、對自己家居品味有較高要求的港人也都會到藝展中心挑選產品。」宇淑群表示，目前在藝展中心純做外銷和兼作內銷的企業約佔總商鋪的40%，有這樣的成就更是依賴於文博會提升了整體的品牌影響，擴大了到港澳台和全國的宣傳。

■婚愛文化之清朝婚禮秀。

## 工藝美術集聚區：打造「升級版」中國創意設計集聚地

深圳工藝美術集聚區原為笋崗舊倉儲區，經過10多年的升級改造，轉變成為高端工藝美術集聚地。目前經營面積約40萬平方米，聚集了3000多家商戶，囊括了全國80%以上的知名工藝家居品牌，成為華南地區乃至全國最重要的高端工藝美術品集散地，是產業優化升級的典範。

今年文博會，深圳工藝美術集聚分會場由藝展中心、笋崗工藝城、明珠藝成、樓尚文化創意產業園、藝茂中心和新增的藝覽中心、藝賞中心共7家機構共同承辦。藝展中心品牌總監宇淑群接受本報記者採訪時表示，作為集聚區的龍頭企業和重點企業，藝展中心在積極帶動集聚區經濟發展的同時，亦希望提升自身在設計界的影響力，通過打造中國原創設計基地，築巢引鳳，聚集北上廣深的原創設計師和原創品牌，進一步擴大藝展中心和集聚區的國際影響力，使工藝美術集聚區成為羅湖區文化焦點片區，最大化釋放文化與經濟相融的價值魅力。

### 港企調整產品搶佔內地市場

港企美廬家居飾品有限公司7年來在藝展中心已開店5家，規模達700平方米，展示包括現代設計精品、會所酒店等東南亞和後現代風情的大空間陳設設計產品等。總經理劉蓓蓓接受記者採訪時感慨，羅湖區是深圳市商業投資非常活躍的城區，在羅湖不僅能接觸到國內先進的設計理念，還能更好的拓展大陸市場。

劉蓓蓓表示，香港家居企業進駐羅湖經過了兩個發展階段，「最初港企將香港比較先進的專業理念和港式時尚帶進羅湖；經過近十年的發展，港企發現要想生意做的更大，一定要滿足中國市場的需求，便開始逐步調整自身產品來迎合內地市場，譬如增加大氣豪華的設計等。現在在羅湖發展的港企已成功的完成了互通交流，形成了較為完善的發展方向。」

劉蓓蓓指，工藝美術集聚區不斷發輾轉型，港企也從中受益，經過不斷的良性競爭，港企通過工藝美術集聚區這個全國的集散地可以更好的拓展經營範圍。

■深圳工藝美術集聚區分會場開幕式。

## 珠寶集聚區：珠寶產業十年蝶變造就城市名片

文化搭台，經貿唱戲，文博會十年是深圳市黃金珠寶產業集聚基地正式掛牌並取得長足發展的十年，水貝珠寶分會場以鍥爾不舍的創造精神，集中向世界展示了別具一格的珠寶產業文化博覽與交易的精彩面貌，擦亮「深圳珠寶」城市名片，為中國珠寶文化產業建設提供了風向標，樹立了先進榜樣。而文博會也為水貝珠寶產業的發展提供了平台，讓中國珠寶文化產品走向海內外。

「中國珠寶看深圳，深圳珠寶看水貝」，水貝在中國珠寶業具有重要地位。自2004年8月深圳市黃金珠寶產業集聚基地掛牌成立以來，通過十年來的發展，在深圳市、羅湖區兩級政府支持下，基地配套設施逐步完善，入駐企業規模不斷擴大，生產製造能力進一步提升，逐漸集珠寶加工製造、展示交易、採購批發、信息交流等功能於一體。水貝珠寶產業已不再是產業鏈低端、產業形態單調、產品同質化嚴重的加工製造，已逐漸形成了設計、生產、加工、展示、檢測、批發銷售一條龍的產業鏈條，在國際珠寶界也具有極高的影響力和地位。

目前，水貝珠寶集聚區集聚了3000多家珠寶生產經營單位，交易總額超過1000億元，佔據全國70%的市場份額，成為全國唯一的黃金珠寶類知名品牌創建示範區，為珠寶文化產業的發展描畫了濃墨重彩的一筆。本屆文博會期間，水貝珠寶更推出十年創新工藝臻品3D視頻展，以高科技創新形式，零距離接觸，立體化感觀將水貝創造成果及珠寶文化傳播向國際。

■深圳珠寶集聚區—嘉華婚愛分會場開幕式。

■深圳珠寶集聚區—水貝珠寶分會場開幕式。

### 搭建文創平台 提升深港珠寶品牌國際地位

水貝珠寶副總裁石妍表示，香港珠寶企業大批進駐羅湖是2008年後，從最開始的1–2家，發展到現在數量已佔總量的20%–30%。「金融危機過後，香港珠寶企業發現了內地廣闊的潛在消費市場，普通民眾對黃金、珠寶的需求逐年增加，已不僅是結婚的必需品，也增加了和田玉、翡翠等品類的選擇，珠寶的市場也越來越大。」

石妍表示，最早入駐集聚區的港企以批發和加工製造為主，現在已逐漸向創意設計的中高端發展。「羅湖毗鄰香港，十年前的人工比較便宜，很多香港的品牌企業都會找羅湖的工廠進行代工。隨着港企慢慢的摸索，加深了解中國人對產品的喜好，開始不斷改良，同時借助水貝珠寶聚集區的交易平台，與內地零售品牌的供應商進行洽談、對接。現在港企已和羅湖企業進行了深度融合，大家相互學習，深港聯合更好的為內地企業進行服務。」

進駐水貝的香港珠寶企業認為，港企最看重的是珠寶產業作為羅湖的戰略性支柱產業，政府給予了大量政策、利好、福利和員工等支持，「走出去歐美發展的機會也都是其他區所不能匹敵的。港企在聚集區有很好的介入平台和杠杆，未來希望能增強在國際珠寶界地位。」

嘉華婚愛珠寶是以婚慶珠寶為特色的港資企業，總裁蘇建明表示，通過羅湖的珠寶產業集聚地可以立足深圳放眼全國。未來希望能引進更多的港式人才管理、香港設計理念與研發創意，借勢借力，搭建文化產業平台，將品牌向全球推廣。