



石景山的成功背后有怎样的必然逻辑？下一个十年，石景山又能否保持中国数字娱乐第一区的江湖地位？

“钢城” 石景山转型下的数字梦

□ 本刊记者 赵方忠

时间回溯到2003年。

石景山在全市率先提出重点发展数字娱乐产业，同时开始软课题研究，并于当年制定出台了《石景山区关于鼓励支持数字娱乐产业发展的办法》，积极引进数字游戏、数字动画等企业。

数字娱乐产业所需的土地资源少、环境友好度高、产业附加值高，如此种种均符合石景山区域面积较小、且当时可建设用地只有2.74平方公里的实际情况，但是对于一个基本上不具备数字娱乐产业基础的区县而言，外界仍无法打消疑虑：政府能否凭一己之力让这个轻资产的产业填补因首钢停产搬迁而被缩水的全区60%的经济总量？

然而，携带2012年底全区3700余家文创企业240亿元的年收入，以及占北京54.8%、全国1/7总产值的近86亿元的网络游戏规模，“中国数字娱乐第

一区”石景山重新回归大众焦点，昔日的“钢城”以另一种姿态在高歌中猛进。

石景山的成功背后有怎样的必然逻辑？下一个十年，石景山又能否保持中国数字娱乐第一区的江湖地位？

十年磨一剑

对于石景山而言，打造中国数字娱乐第一区，仅仅用了十年时间。

2003年，面对首钢即将进行的搬迁调整，石景山决意从钢铁重工跨界到数字娱乐，这曾一度被认为是异想天开的行为。

在很多人看来，数字娱乐产业属于现代服务业范畴，石景山作为传统的工业大区，转型服务业困难重重，相关资源要素的集聚更不具优势，没基础、零起点的石景山转型数字娱乐产业并无多大胜算。

而十年后的今天，石景山显现出了以网络游戏、影视动漫、数字媒体为支撑的数字娱乐产业发展雏形，该产业发展的年均增速保持在20%以上，带动文化创意产业占据了地区GDP超过12%的比重，成为了真正的区域支柱产业。其中尤以网络游戏最引人注目，几年间，完美时空、盛大无线、搜狐畅游、巨人网络等全国排名前列的网络游戏总部或分支机构先后落户石景山。

其实，在2003年前后，由于有韩国、日本等借助数字娱乐产业短时间内实现工业到文化创意成功转型的前车之鉴，尝试发展数字娱乐这一文化创意产业细分领域的区域不只石景山一地，国内的广州、成都、杭州等地不仅比石景山起步略早，并已经在国内小有名气，而分析石景山能够快速后来居上一个很重要的原因，还应归功于产业培育发展背后



强有力的政府推手。

石景山相关部门负责人告诉记者，“十年间，由于政府的强力引导，几乎每一年对石景山的数字娱乐产业而言，都是一个重要的发展节点”。

2004年，《北京市城市总体规划（2004-2020年）》赋予石景山“一区三中心”的城市功能定位，其中文化娱乐中心的明确提出，使得石景山发展数字娱乐产业有了落脚点。同一年，北京市科委将“北京数字娱乐产业示范基地”称号正式授予石景山，不足百家相关企业悄然来到石景山扎根。

在接下来的三年间，石景山于2005年同时斩获了“国家数字媒体技术产业化基地”、“国家网络游戏动漫产业化基地”、“中国电子竞技运动发展中心”等三块国家级品牌；2006年北京数字娱乐产业示范基地成为北京首批市级文化创意产业集聚区；2007年，规划3.45平方公里的石景山园，被纳入中关村科技园区，成为中关村“一区十园”中的文化创意产业特色园和数字娱乐产业示范园，入区的文创企业在享受石景山有关文创产业发展的相关政策同时，还可享受中关村的特有政策，这也再次对数字娱乐产业向石景山集聚产生了积极影响。

但若站在企业层面，石景山真正显

现出数字娱乐产业领导地位的“实质性进展”，还在于2007年网络游戏巨头搜狐畅游的落户，当年搜狐畅游开发的网络游戏《天龙八部》正式上线，当年实现创收达15亿元，石景山“北京数字娱乐第一区”和搜狐畅游“网络游戏巨头”双双因此一鸣惊人。

伴随此后“国家动画产业基地”的应声落地，和中国动漫游戏城项目的启动，后发的石景山不仅仅是“赶上”，其在数字娱乐产业的影响力已然闻名全国。

再加之第十二届世界漫画大会暨2011北京国际动漫周，和2012首届“动漫北京”活动在石景山陆续举办，今天，石景山在数字娱乐领域的影响力和地位已无法撼动。

一个成熟版的“中国数字娱乐第一区”呼之欲出。

服务也能成品牌

要探寻石景山数字娱乐产业的成功路径，放到十年的跨度内，有案可查的是，各级政府强力推动之下的石景山扶持文创产业发展的政策迭出，石景山前前后后大致出台了20多项产业发展政策措施支持数字娱乐产业的发展。特别是在一些体制机制的创新方面，石景

山始终与市政府保持一致，如成立以区委区政府主要领导为组长、各相关职能部门为成员单位的文创产业发展领导小组，设立文化创意产业专项资金，成立区级文促中心等等。

而翻看石景山针对文创产业发展的具体扶持政策，也足以证明其“小区财政办大事”的决心，如于2009年出台了《石景山区促进文化创意产业发展的试行办法》，每年安排1亿元专项资金，扶持区内文化创意产业发展。再比如，自2010年起，中关村石景山园开始每年投入5亿元资金，作为“中关村石景山园发展专项资金”，促进文创产业集群发展。

其实，政策效应仅仅是石景山保持最初领先的砝码，随着近几年北京市各个区县相继将文创产业作为发展的重点，数字娱乐产业在北京市也不仅仅是石景山一枝独秀，而各区县针对包括数字娱乐在内的文创产业发展支持政策也已基本趋同，此时若再依靠政策集聚某一产业的空间已经非常有限。

“必须有自己的核心竞争力”，石景山相关部门负责人告诉记者，在这种背景下，石景山仍然能够保持领先的核心秘笈是，“石景山服务”品牌的建立。

将服务当作品牌战略去打造，是2010年之后石景山政府确立的工作重心，具体到数字娱乐产业的发展上，便是为相关企业提供最需要的服务。

“规模小、资产轻、发展快是文创企业的普遍特点，融资是制约其发展的头等大事，除了政府的财政资金支持之外，石景山联合金融机构积极为企业开辟新型融资渠道。”上述负责人举例说，2010年11月，石景山在全国首发了“石景山区文化创意中小企业票据”，三浦灵狐动画设计公司、超炫广告公司、丽贝亚建筑装饰公司三家小型企业成为联合发行人，共同发行票据4800万元，



从钢铁之都化身数字娱乐第一区，石景山依靠政府自上而下的强势推动，缔造了数字娱乐产业在石景山“无中生有”的传奇



缓解了企业的融资难题。

“当时，公司要同时制作三部各有26集的动画片，总成本约400万元，公司由于发展较快尚有部分资金缺口，集合票据一次性解决了三部动画片的200万资金。”回忆当时亲身经历的三浦灵狐董事长陈功告诉记者，集合票据融资成本并不比银行低，但对企业的固定资产抵押或担保要求比银行宽松，放款时间也较快，对文创企业而言，真正具有“及时雨”的功效。

创新了多种融资渠道之后，便是知识产权的保护问题。其实，对于文创企业而言，如果没有知识产权的保护，再好的创意也难以转变为财富。

为完善知识产权保护，石景山法院率先于全市设立了知识产权厅，中国互联网协会在石景山设立了调节分中心，石景山律师协会为文创企业搭建了一个法律咨询平台等等。如今，石景山已经针对知识产权的产生、转移、保护等全过程，撑起了一把保障的大伞。

服务意识增强意味着政府工作效率和执行力的提高。一个“一周解决三个月才能办完的手续”的故事在石景山数字娱乐企业中广泛流传，趣游网董事长玉红至今仍对这一切身经历难以忘怀，“趣游网决定将总部迁至石景山时，一方面是因为需要扩大办公面积，另一方面是急需拿到文化部的网络文化许可证以满足企业扩张需要，如果按正常程序申报，拿到许可证大概需三四个月时间，石景山政府最大限度压缩区内的审批程序，并积极协调上级部门，最终帮企业拿到许可证仅用时一周，对比常规时间，这种效率若非亲身经历，简直就是传说。”

类似的一些颇具传奇色彩的服务故事还有很多，如区内203家企业获得的CRD绿卡，可以在区内31个行政部门的绿色通道享受全方位、个性化服务，还可以通过电话预约办理各项业务，甚



占北京54.8%、全国1/7总产值的近86亿元的网络游戏规模，“中国数字娱乐第一区”石景山重新回归大众焦点

至可以享受相关政府部门的上门服务，仅此一项，大部分行政审批事项便可压缩20%以上的办事时间。

“氛围很重要，服务更重要。”上述石景山相关部门负责人对“石景山服务”的解释是，其实就是政府从最初的产业主导者回归到服务者的本位，为数字娱乐企业发展全过程保驾护航。这在石景山已经成为企业交口称赞的现实。

当记者问及数字娱乐企业为何乐意到石景山发展，除了地处“中国数字娱乐第一区”带给企业的自豪感之外，“石景山服务”是大多数最为看重的一点。

期待再一次“无中生有”

数字娱乐所属的文创产业发展，如同一场此消彼长的持续战争，第一代的产业集聚区域或者创业精英，稍有不慎便会快速走下神坛，而新兴的区域和精英，可能会在极短的时间内成为焦点。

进入到2013年，石景山也开始对持续了十年快速发展的数字娱乐产业发展模式进行评估总结。

事实上，现在是石景山转型数字娱乐产业以来，各种数据最抢眼的时刻，又是什么让石景山意识到了发展危机的迫近？

其实，纵观各地文创产业发展的竞争格局便知，危机也并非危言耸听。

从石景山最为得意的网络游戏发展格局看，最早是客户端游戏，这一时期以搜狐畅游的《天龙八部》为标志，其在影响力和收入上长期一枝独秀，但其他一些企业重金打造的同类型题材游戏却出现不温不火的现象，市场的“用脚投票”，似乎表明客户端游戏开始步入下行趋势。

在沉寂一段时间之后，网页游戏开始崛起，以趣游公司年收入近10亿元并成为目前国内最大的网页游戏运营平台为节点，在这一平台上线的游戏谷开发的网页游戏《争霸天下》成为了国内第一款月收入过亿元的国产网页游戏，也再次创造了石景山网络游戏发展的新神话。

尽管客户端游戏、网页游戏依旧风光，但伴随智能终端的普及，移动终端游戏正在快速分流前者的大批用户，而能够引领这一趋势的游戏巨头企业却至今难寻，面对这样一个随时在变的市场，石景山在网络游戏累积的优势能够持续多久，确实无法给出准确答案。

很显然，提及近十年的网络游戏发展，石景山虽不时闪现亮点，但更多的



是依赖一些公司新产品的推出,而对于其他区域随时有可能冒出一个能够引领网络游戏新趋势的行业领导者,石景山区正在密切关注并积极探寻“杀手铜”。

面对诸多的不确定性,未来何以制胜?石景山面临着一个全新的转型关口,这一次比转型初期的产业选择更为关键。

“从钢铁之都化身数字娱乐第一区,石景山依靠政府自上而下的强势推动,缔造了数字娱乐产业在石景山‘无中生有’的传奇,而要在未来的竞争中保持不败金身,接下来便是政府再造一个‘无中生有’。”上述石景山相关部门负责人说。

该负责人解释说,石景山围绕二次转型的选择还在继续摸索中,但有一点是比较明确的,就是区别于产业发展初期依靠政策集聚企业的传统模式,而要谋求从一点或从一个产业环节切入,核心则是竞争力的再造,要做到的是,不论市场如何变换,也不论适合市场的创新型企业从哪里诞生,最终都会向拥有产业发展核心竞争力的石景山汇聚。

事实上,摆在北京各个区县文创产业发展面前的挑战都是如此,只是各自的意识是否到位,而这也决定着各自的打法不同。

石景山已经意识到,与上一次转型不同的是,当时文创产业刚刚在全国萌动,懂的人少做的人也少,而能够堪与石景山匹敌的对手更少,但现在的文创产业已经成为了一个当下最为时髦的名词,蜂拥而上者大有人在,竞争更是无处不在。

下一个十年,谁能成为新的领跑者还是一个未知数。但石景山已经在行动。

在首轮文创产业发展中,错失了由先导产业转化为支柱产业机会的通州,希望借政策集成扳回一局,为这个传统的文化大区寻找到强区之路,但通州能否如愿?



通州的文创底牌

□ 本刊记者 赵方忠

通州是北京文化创意产业启蒙发源的代表之地,2006年北京认定了首批市级文化创意产业集聚区,通州宋庄文化创意产业集聚区赫然其中,其当年批复的14.6平方公里的面积,至今仍占据着全市30个集聚区面积总和的一半,目前仍是面积最大的文创产业集聚区域。

但是,文创产业似乎带给通州的仅仅是知名度,与大部分区县相比,通州至今还没有成立区级的文促中心,也未设立相应的专项资金。而对于一个新兴产业,缺乏了相应的管理部门和政策资金的引导,完全地靠市场自我发展也在某种程度上使得通州文创产业并未像部

分区县因产业集聚而迸发出明显的经济优势,截止到2010年底,全区规模以上文创企业仅有112家,总收入70亿元,税收仅为2.4亿元,无论是单位土地的产出,还是近2万文创从业人员的人均产出,均与通州对外显现出的文创大区地位极不相衬。

首都城市副中心的功能定位,或许将成为通州文创产业发展的转折点。2013年,通州确立了打造与首都城市副中心相适应的文化航母“通州号”目标,同时规划出2020年形成新城核心区,宋庄文化创意产业集聚区、文化旅游区等“一核两区”,和运河沿线文化、养生、康体产业带及以原创音乐和版权交易为