汇聚全球创业机构　四成“客人”来自海外

深圳创客周凸显“国际范”

本报记者　赵鹏飞

6月22日下午，为期5天的深圳首届国际创客周落下帷幕。据深圳市科技创新委介绍，18日至22日，国际创客周在深圳市6个区共举办了45场活动，累积参与人数达262332人次。仅创客周主会场——深圳湾创业广场的入园人次已超过20万，超过主办方预期。在主会场之外，本届创客周还设置了市民中心、福田区、南山区、宝安区、龙岗区、光明新区、前海7个分会场，仅龙岗分会场就安排7个活动点27项活动。

深圳国际创客周活动精彩不断。图为多种机器人亮相创客周。　陈　文摄（中新社发）

1　国际创客交流融合

创客周中的深圳Maker Faire（制汇节）参展创客中四成来自海外，在现场，随处都能看到金发碧眼或是黑色皮肤的年轻人。Maker Faire最初是美国Maker杂志社举办的全世界最大的DIY聚会，已有超过10年的历史。深圳在创客周期间举办的Maker Faire是制汇节从2011年首次登陆深圳以来规模最大的一次。

创客周的分会场国际微观实验室邀请了来自波士顿、巴塞罗那、莫斯科、布宜诺斯艾利斯、中国台北等地的62家机构参会，如FabLab团队、全球首家生物骇客空间BioCurious、全球领先可穿戴公司Misfit、日本飞行器创客鸟人间、美国新兴孵化器Runway Incubator和国际机器人创客NAO等均携带精品亮相。

众多海内外创客对深圳的创客环境、组织水平做出了极高的评价。5天的活动让他们感受到了深圳的激情、市民的热情和创客的友情。

“深圳近5年在国际上越来越有知名度。”创客Philipp Boeing说，对于他们来说，由于产业链完备、制造业实力强，很多国外创客都很期待有机会来到中国、了解深圳。而这次创客周活动期间，他们也走访了众多深圳创客，对深圳的印象更好，对很多本土创客的创意很感兴趣。

瑞士文化基金会项目相关负责人Johann Recordon也认为，深圳创客动手能力强，“非常希望能认识深圳的创客，有机会和深圳的企业、创客们开展合作。”

阿根廷创客Jose Huidobro表示，深圳创客周真的很强大、很特别。“我是第一次来深圳，给我感觉很好。深圳有很多的潜能，创客们可以在这里很快地将想法变成现实，这是独一无二的。”

“首届创客周给了我许多的惊喜。我认识了很多的创客，有了很多的思想碰撞。”来自莫斯科的Vladimir说，在这里他与许多创客成为朋友，让他有了很多新想法。他希望创客周持续时间可以长一点，让更多想法直接变成现实。“创客周是国际创客融合的一大步，创客项目是不分国界的，是思维的碰撞。明年我会继续来深圳，相信收获会更加丰盛。”

创客是最好的“语言”，正如音乐可以跨越国界，创客同样可以轻松跨越语言障碍。在创客周，国内外创客很快就打成一片。“我们是这几天认识的，现在玩得很熟了。”制作飞行器的张浩一边说话，一边用手拍了一下旁边的美国朋友Sam。张浩说，有时候要表达一个想法，双方用手势比画一下就懂了。

MAKER OPEN SHENZHEN

作为深圳国际创客周标志性活动之一的“国际创客公开赛”标志

2　创意活动精彩纷呈

本届创客周期间，曝光率最高的创意活动或许要数“机器人格斗大赛”，共有42支来自两岸四地的队伍参与机器人格斗。如果不到现场，你很难想象，机器人如此灵活，不仅充满科技感，也十分有趣、可爱。在活动现场，比炎热天气更加火爆的，是观众们的欢呼与尖叫。

图为美国犹他大学生创客团队角逐创客公开赛。　陈　文摄（中新社发）

开源硬件、可穿戴设备、机器人、3D打印等领域的最新创客作品等，在来自全球的观众面前大放光彩。比如，号称“机器人中的大白”的万科首辆无人车，采用磁传感器及GPS等技术实现车辆无人驾驶，为机场、公交车站解决最后一公里交通问题；头戴运动相机，不管是在跑步，还是在攀岩，甚至是潜水、滑翔伞飞行，都可以拍下各种极限景观；还有虚拟现实眼罩、可穿戴式乐器、用脚踩出的钢琴……

创客周期间，参观者除了被各种稀奇古怪的创意冲击大脑，还亲眼目睹来自全球各地的创客在这里狂欢。他们用实际行动颠覆着传统认知。

创客不是年轻人的专利。在以往大家的观念里，“创客”似乎更多是年轻人玩。而在制汇节期间，人们更多感受到的是，创客并不是年轻人的专利。来创客周参观的人群中，下至三四岁的稚童，上至70多岁的古稀老人，都能找到属于自己的乐趣。

本次创客周还专门举行了女性创客论坛。从参观者的人群结构来看，本次创客周上女性绝对支撑起了“半边天”。“加油啦，小白！”在一个名为“玩转技术，秀出女性新性感”的工作坊里，女孩们的呼声越来越高。原来，她们在参加一个机器人比赛。据了解，这些机器人都是她们自己做出来的。

3　营造创客创新生态

创客周的意义不仅在于展示，而是让更多的人了解、认识创客，接受“创客教育”，激发和培养他们动手创造的意愿，营造“大众创业、万众创新”的社会氛围。在短短5天的创客周期间，主会场参与人次接近20万，200多个展位、30多个工作坊、50多位演说者，既有小小创客，也有国际级企业，而这些几乎全是免费、公益的活动。值得一提的是，不少项目是为孩子量身打造的，旨在激发孩子的学习兴趣和潜能。比如主题为“启蒙”、“体验”、“创新”的27场工作坊课程免费对6岁以上的公众开放，内容涵盖3D打印、可穿戴设备、物联网、机器人、编程学习等。

本次Maker Faire的策展人、柴火空间CEO刘得志认为，政府的关注和扶持让更多人关注创客的精神实质，也让更多人关注创客教育。深圳一名科技爱好者在谈到参观创客周的感受时说，“其实每个人都可以创新，这样一个舞台也让我们可以更好地融入世界，与其他地方的伙伴们开展合作。”

深圳南山区副区长纪震20多年前就开始做硬件，也曾是一位名副其实的创客。他认为，深圳抓住了通讯行业、互联网行业的发展机遇，涌现出了华为、中兴、腾讯等龙头企业，如今的深圳又敏锐捕捉到了创客浪潮的机遇。创客的发展，将成为深圳经济增长的新引擎。“20年前，当我们的工资只有几百块钱的时候，仿真系统要1万多元，现在倒过来了，这是创客创业的好时代。”

“欢迎全球创客来到深圳，让我们共同折腾，共同嘚瑟！”深圳市市长许勤在国际创客周开幕式上表示，深圳愿意搭建一个国际舞台让国内外创客更好地发展，营造更好的创新创业环境，努力建设全球创客乐园，打造国际创客中心。

在创客周期间，深圳出台《关于促进创客发展的若干措施（试行）》和《促进创客发展三年行动计划（2015-2017年）》，设立2亿元创客专项资金，对创客空间、创客项目、创客服务、成果转化和创客活动予以支持。不少利好都直接针对创客本人，如创客项目可以申请最高50万元的资助，创客可以申请公租房等。据深圳市科技创新委相关工作人员透露，今年将发放8000万元的科技创新券，供创客们购买科技服务。根据《行动计划》，从2015年开始，深圳每年至少新增50个创客空间、10个创客服务平台以及新增创客3万人。到2017年底，全市创客空间数量有望达到200个、创客服务平台达到50个、全市创客超过10万人。

深港青年创业与投资对话

深圳建行：“文化金融”的先锋力量

3年授信深圳文创企业300亿

林洲璐　刘兆聪　刘　滔

中国建设银行深圳市分行作为“文化金融”的先锋力量，率先探索“文化＋金融”的崭新路径，为文化创意企业的发展注入动力。2014年文博会期间，深圳建行与深圳市文改办签订了《文化金融战略合作协议》，未来3年内将向本土文创企业投入合计300亿元的信贷支持。

文化金融成为重点业务

资金是企业运行的血液，解决了融资难题，文化企业才能快速发展。近年来，深圳建行紧随深圳市“十二五”发展规划，在总行“文化悦民”金融服务方案的基础上，主动服务深圳文化体制改革试点城市建设，加大对文化基础设施、资金周转等方面的信贷投入，形成涵盖深圳文化产业十大行业的金融服务方案。

深圳建行负责人表示，建行将文化金融提到一个新的高度，文化金融也已经成为该行未来战略转型的重点业务。为实现文化金融的目标，首先需要发挥总行在深圳设立产品创新实验室的作用，特别是在融资、结算业务等方面加强创新，推出更多符合文化产业客户特点的金融产品。

深圳建行与深圳市至正文博集团有限公司签订战略合作协议

事实上，深圳建行一直在为深圳文化产业腾飞注入源源不断的动力。2010年文博会上，深圳建行签订了总额为300亿元的金融支持文化的战略合作协议；2011年，与市文体旅游局签订了《支持深圳市文化创意产业发展战略合作协议》，为深圳三大文化集团提供18亿元贷款；推出了文化民生领域项目“文化悦民—深圳市文化产业领军企业综合服务方案”，荣获2012年度“深圳市金融创新奖”优秀奖。

针对深圳市政府定义的文化创意行业十大门类，深圳建行与深圳市委宣传部拟定共同举办“深圳市文化发展论坛”。邀请包括凤凰卫视、安徽出版发行集团、上海卫视等业内有影响力的嘉宾展开头脑风暴，邀请文体旅游局、各区文产办、市三大文化集团、市文化重点产业园区、深圳市文化领军企业代表为论坛主体。

未来，深圳建行也将针对文化客户的需求，制定差别化的服务方案，针对深圳市文化企业轻资产、融资难、人力成本高等难题，为深圳市文化企业量身打造涵盖十大文化产业的综合金融服务方案，力图将建行的资源变成文化企业发展的能源。

金融服务创新领先全国

做好文化和金融的加法，创新是关键。自深圳建行提出“文化悦民”金融服务方案以来，创新在各领域铺开，并贯穿至今，包括服务模式、融资渠道、融资模式、营销模式的创新。比如，深圳建行首先推出了为文创企业变无形资产为“有形”的办法，即以商标权、专利权、著作权作为质押，为文创企业融资，另外在融资模式方面，建行首创黄金、铂金仓单质押授信，推出黄金珠宝企业融资新模式。

值得关注的是，深圳建行在“服务模式”、“融资渠道”、“融资机制”、“抵质押物”、“营销模式”等多个方面实现了全国首创，为深圳市的文化企业崛起、腾飞提供强大支持。

“多年来，深圳建行一直深耕本土，见证深圳文化产业的蓬勃发展。”据深圳建行文化业务相关负责人介绍，截止2014年末，该行文化行业业务合作客户数已超过1.5万户，市场占比约为30%。与深圳市29家文化产业重点园区建立了业务联系，其中形成信贷关系的园区有23家。深圳市16家上市文化企业全部与建行建立了合作关系，其中15家为建行授信客户。与深圳市三大文化集团实现了全方位合作，形成共赢。

此外，深圳建行拟定与深圳市委宣传部在文化产业发展的相关领域共建投资基金，真正扶持一大批有潜力、有资金需求的优质文化企业，为文化企业的长远发展保驾护航。

为文化企业量身定制服务

深圳建行为深圳文化企业的腾飞插上翅膀，如华强、华侨城、华视传媒、迅雷等。更值得关注的是，该行为中小文化企业的转型升级提供资金支持和方向引领。例如，金一百公司于2010年获得了西安世界园艺博览会全品类特许生产商及零售商资格，急需资金3000万元，在建行的授信支持下，公司仅在世园会销售特许产品收入就达到4.2亿元，净利润9000万元，占世园会所有特许产品销售额的33%。类似这样的例子不胜枚举：华夏英杰墨宝园获深圳建行贷款500万元拍摄《春暖南粤》，获得中国电视剧飞天奖；深圳双阳多媒体获贷款3500万元拍摄《大国船梦》，在央视播出……

除了提供授信，深圳建行还根据行业特点，为文化企业量身定制了一整套发展服务方案，提供全方位、实实在在的支持。自2014年7月起，深圳建行与深圳市文改办开展了“双标一金”文化产业园区发展培训会暨银企对接会，截至目前已举办了7期，把文博会分会场单位管理培训活动常态化，将培训送到龙岗宝福李朗珠宝文化产业园、福田文化创意产业园、宝安宝立方博览中心、罗湖艺展中心等各区文化产业园，搭建起文化金融交流合作的平台。在此平台上深圳建行还推出“文化鹏城”金融服务方案，解决产业园区下辖文化企业轻资产、融资难的问题，为企业提供解决方案及资金支持。

自2013年7月以来，深圳建行与全市各区文产办深入合作，举行了“创意金融　文化福田”、“文化宝安”、“文化罗湖”、“文化南山”、“文化大芬”等银企对接活动，来自各区的近500家文化企业代表参加了活动。