

由偏远小渔村到创业者乐园

南山:“文化+科技”模式叫响全国

何海辉 赵鹏飞

1

产业园区孵化引领

文化产业园区和基地是南山文化产业发展的引擎。南山区目前共建成、培育文化产业园区和基地27家,包括:16家具有文化企业集聚空间性质和孵化器功能的“文化产业园区”、9家“文化产业基地”、2家“教育培训基地”。目前园区面积超过100万平方米,项目总投资超过100亿元,入驻文化企业1300多家,2014年园区营业收入400多亿元,约占全市的60%。

南山已建成和培育的“文化产业园区”包括:OCT-LOFT华侨城创意文化园、南海意库、深圳设计产业园、深圳动漫园、南山数字文化产业基地、蛇口网谷、深圳南山互联网创新创意服务基地、南山互联网产业园、深圳大学城创意园、T6艺术区、

2

文化科技紧密结合

自主创新是南山文化产业发展的核心动力。近年来,南山培育了一大批富有创意、发展迅猛、实力强劲的领军企业,上市文化企业逾10家,已成为全国文化产业的翘楚。腾讯、华强文化、A8音乐、环球数码、雅昌、劲嘉、迅雷、雅图、嘉兰图、浪尖、三诺、水晶石、奥雅、高山水、华美绿、都市实践、淑女屋、东方逸尚、第七大道、博雅互动、创梦天地、墨麟、方直、华曦达、盈富通、数虎、第一波等,形成了文化产业领军企业的强大阵营和合理梯队。南山文化产业总部经济已初显规模,品牌的塑造和发展,带动南山文化产业整体优势的形成。南山在动漫、网游、创意、设计、文博、高端印刷等多个领域打造精品,引领潮流,在国内、国际市场上吸引了众多关注的目光。

“文化与科技紧密结合、创意与创新水乳交融”是南山文化产业发展的最大特点。南山在全国率先提出并积极探索“文化+科技”的产业发展新模式,利用高新技术推动南山文化产业由传统模式向以数字、创意为特征的现代模式转变。文化产业与高新技术强强联合,创新产业发展模式,培育新兴文

3

阿里
百度
胡
继
落
户

作为一个文化强区,南山将坚持六大发展策略。一是在产业政策上,坚持项目拉动和品牌带动战略。推动园区和企业品牌的塑造,以产业扁平化集聚来推进产业的立体融合,以获取综合效益。二是在空间布局上,充分挖掘旧改潜力,建设文化园区和基地。促进园区基地从扩容到提质、从增量到增效的转变,提高产业层级。三是在平台建设上,完善公共技术和服务平台建设。四是在植入内容上,着重引进数字内容和创意设计等产业。坚持产业的高端化,结合南山产业基础和特点,重点发展动画漫画、网络游戏等为主的数字内容和以工业设计、建筑景观设计为主的创意设计业。五是在企业培育上,重点抓好领军企业和小微企业这两头。一头是领军企业,尤其是类似腾讯、华强文化这样的大公司。一头是有潜力的小微企业,形成合理的、优势互补的梯次产业结构。六是在金融服务上,进一步拓宽投融资渠道。用好管好区专项资金,争取上级部门资金支持,同时发挥政府种子资金作用,吸纳社会资本。

未来南山前景更加广阔。阿里巴巴国际运营总部、百度国际总部、蛇口创意岛、海上世界艺术中心、价值工厂创意园等一批重量级文化产业项目正在加快建设。当前,南山区正全面贯彻落实习近平总书记对深圳工作的重要批示和李克强总理视察深圳时的重要讲话精神,落实“四个全面”战略布局,推进“广东自贸区前海蛇口片区”建设,发挥“特区+湾区+自贸区”三区叠加优势,顺应新常态,增创新优势,全面建设宜居宜业的国际化海滨城区。蓝图已绘就,南山正高举自主创新大旗,树立国际城市标杆,瞄准建设国家级文化产业“高地”,争当全国文化产业发展“领头羊”,打造中国文化产业“创新极”的宏伟目标,阔步前行。



南海意库

●创新之城

布局专利“棋局” 手机可拍银河

中兴努比亚的创新故事

赵鹏飞 管亚东 程全兵

进入21世纪以来,世界信息技术飞速发展,全球智能终端快速普及,ICT(信息、通信和技术)加速融合、产业链不断垂直整合,这一系列巨变不但让市场显得生机勃勃,还带来了行业重新洗牌的机会。诺基亚、黑莓、摩托罗拉等一批传统信息终端制造商因固守陈规,缺乏创新,走向末路。在深圳,这个中国重要的IT产业制造基地、研发基地、出口基地和物流中心,一批年轻的科技企业凭借深圳的创新和产业链资源逐渐在国际舞台上崭露头角,步入领跑者的行列,中兴旗下的努比亚就是其中一员。

作为一个低调的深圳本土创业品牌,努比亚很少对外公开自己的内部故事和创业经历,但它却时常成为舆论焦点。2014年,在德国访问的中国国家主席习近平和夫人彭丽媛在访问期间曾观看了中德青少年足球友谊赛,当天彭丽媛在观看球赛的时候,拿出拍照的手机就是努比亚产品。在业内,努比亚手机也凭借过硬的摄影功能受到摄影迷们的追捧。

【专利技术成就极致体验】

据初步统计,在专利方面,努比亚已经拥有2500多件全球专利技术,其中涉及移动终端的核心技术专利超过2000余件,在业界居领先地位。所持有专利90%以上为具有高度权利稳定性和技

术品质的发明专利,包括众多覆盖移动终端关键技术的基本专利以及覆盖通讯产业关键技术的核心专利。PCT申请已全面覆盖美、欧、日、韩等主要发达国家或地区以及印度等发展中国家。

公司成立之初就确定了技术创新战略。管理层认为,只要有创新技术产生,无论现在是否用得上,都要马上申请专利。只有当专利成为专利,才能够被真正保护起来,成为持续发展的动力和保障。每一个专利都是一颗棋子,努比亚早就开始布这个“珍珑棋局”;做硬件是当下,从源头上控制市场才是未来。这个源头,正是努比亚短时间内创造的专利局。

持续的技术创新不断提升着产品的用户体验。努比亚总经理倪飞说,“我们所有的工作就是围绕一个核心:用户体验。无论是拍照功能、体感操作还是硬件配置,一切都是关于用户体验,我们的理想就是打造极致的用户体验。”

【全新模式抢得市场先机】

努比亚的前身中兴移动成立于2002年,是中兴通讯旗下的子公司,创立之初是为了获取小灵通和CDMA市场,其后于2007年进入GSM领域。经过多年努力,中兴移动在全球范围内获得成功,特别是在2008年进入欧洲市场、2011年进入美国市场,开创中国品牌先河。

进入21世纪第二个十年之际,全球手机市场

正处于新旧格局交替的关键时刻:传统手机霸主诺基亚、摩托罗拉等快速衰退。谷歌、微软等互联网巨头正在重兵杀入,中国各大互联网巨头也在对手机市场虎视眈眈,国内传统手机制造商大多处于产业最低端。正是在这样的背景下,努比亚应运而生。

2012年,在公司成立10年之际,中兴移动接到了母公司中兴通讯B2C战略转型的任务,开启了二次创业,努比亚品牌正式成立,开始了中高端智能手机市场发展之路。努比亚本身融合了中兴的很多特质,依托于中兴通讯的技术积累与集团优势。

2013年2月1日,努比亚品牌旗下首款产品正式发售。这款产品由意大利著名设计师乔凡尼亲自操刀设计,无论是外观设计、手机配置,还是定位,都足以同许多厂商的旗舰产品相媲美,不过因为是新品牌的作品,手机在北京发布后受到了一些质疑,如被人扣上“山寨”的帽子等。但主打产品Z5率先采用官网、B2C电商平台、体验店等多渠道销售模式,并与易迅网达成战略合作,加之较高的品质,很快在市场上取得了不俗战绩并最终凭借销量让中兴跻身全球四大手机厂商。

【手机摄影成为行业标杆】

卓越的创新基因让努比亚在行业多个领域领潮流之先。例如,作为全网通概念的首倡者,努比亚在2013年就创造了全球首部全网通手机,而1年之后,苹果才在中国发布全网通产品。但最让消



捷克布拉格市副市长爱娃女士与努比亚高管在布拉格共同发布产品

费者津津乐道的还是努比亚的“手机摄影”。

2014年7月,努比亚总裁里强采用努比亚智能手机拍摄的作品《瞬间·永恒》被北京天文馆馆藏。这是人类历史上首次使用手机成功拍摄银河的作品,同时也开创了国内天文馆馆藏手机摄影作品的先河。从“拍星星”到“单反一样的拍照手机”,努比亚通过想象力与科技的相融合,将传统的手机拍照提升到“手机摄影”时代。拍照上取得的不俗效果也让努比亚的摄影功能成为引领全球手机行业的标杆,这一切都源于其创新团队的执着追求。

“手机摄影”的想法一开始就得到了努比亚团队的认可,他们决心要在照相领域走出一条不同的道路。为此,公司成立了专业的影像研究所,就做一件事情:怎么用智能手机实现单反的拍照效果。团队在公司员工和家人朋友中间广泛征求意见,最后确定了主攻如对焦测光分离、独立白平衡、光学防抖这些最核心的技术。

这项技术通过对焦框、测光环和白平衡框来实现3个功能的分离,用户可以通过触摸屏移动调整对焦、测光和白平衡效果。其中,白平衡分离技术可以测量取景画面局部的白平衡,这在专业摄影中都还没能实现。努比亚的照相创新还把以前只有小众人群才能创作的延时摄影和星轨拍摄、光绘拍摄等功能移植到努比亚智能手机上,让普通用户都能够体验创作。所以行业内都昵称努比亚智能手机是“手机中的单反机”。