

迈向“时尚创意中心” ——米兰时尚城市建设经验对中大纺织商圈提升的启示

Towards “Fashion Creative Center”

—Inspiration of Milan Fashion City Construction Experience to the Promotion of Zhongda Textile Business District

张钰

Yu Zhang

广州市城市规划勘测设计研究院 中国·广东广州 510000

Guangzhou Urban Planning & Design Survey Research Institute, Guangzhou, Guangdong, 510000, China

摘要: 在粤港澳大湾区建设和“双区”建设的战略引领下,中大纺织商圈的升级转型是广州打造国际时尚之都的重要举措。在中国纺织产业逐步推动新旧动能转换、迈向创新和文化双核驱动的高质量发展背景下,亟需综合前瞻思维、协同思维和创
新思维理顺中大纺织商圈提升思路。论文以国际知名时尚创意城市米兰为例,从空间转型、文脉传承、活动策划、政策机制
等方面整理其时尚创意城市的构建路径,以期对中大纺织商圈的转型提升提供经验借鉴。

Abstract: Under the strategic guidance of the construction of Guangdong Hong Kong Macao Greater Bay Area and the construction of “two zones”, the upgrading and transformation of the textile business district of Zhongda is an important measure for Guangzhou to build an international fashion city. Under the background of China’s textile industry gradually promoting the transformation of new and old kinetic energy and moving towards high-quality development driven by innovation and culture, it is urgent to rationalize the upgrading ideas of the Zhongda textile business circle through comprehensive forward-looking thinking, collaborative thinking and innovative thinking. Taking Milan, an international famous fashion and creative city, as an example, this paper sorts out the construction path of its fashion and creative city from the aspects of space transformation, cultural heritage, activity planning, policy mechanism, etc., with a view to providing experience for the transformation and promotion of Zhongda Textile Business District.

关键词: 时尚创意城市; 转型机制; 启示

Keywords: fashion and creative city; transformation mechanism; enlightenment

DOI: 10.12346/etr.v4i9.7069

1 引言

中大纺织商圈坐落于海珠区中山大学南面,西至东晓南路,东至广州大道南,南至新滘西路,北至新港西路,面积约为5 km²,其中核心交易区约1.5 km²。中大纺织商圈内拥有两万余户商户,其直接从业人员超十万人。

2 中大纺织商圈发展概述

改革开放后,广东省依托港深等开发口岸,成为中国对

外贸易的桥头堡,依托“前店后厂”这一优势互补的发展模式,各类中小商户为主的专业市场得到前所未有的发展,珠三角地区也成为中国纺织服装行业最有影响力的地区。受珠三角纺织服装产业发展的影响,中大纺织商圈自20世纪80年代起就扎根海珠区,其初期形态是在海印桥底自发形成的“毛线摊”。80年代末政府对市容环境进行整治,这些毛线摊市场则逐步转移到中山大学对面,经过数年发展,“中大纺织商圈”初具雏形,此时其经营形态也由流动地摊转变为固定铁棚市场,经营门类也拓展至三千余种,总面积也达

【作者简介】张钰(1994-),男,中国福建三明人,硕士,助理工程师,从事城市规划设计研究。

到了 4 hm²。

20 世纪 90 年代中期,中国纺织服装行业进一步发展,由于市场需求的大量增加,中大纺织商圈的发展规模持续壮大,但由于规划缺失,中大纺织商圈也出现了治安和消防隐患等一系列问题,此时政府也着手对中大纺织商圈进行整治优化,通过铁棚铺改造等一系列整治行动,片区的交通以及治安消防等问题得到了改善,商圈知名度进一步得到提升。2005 年,广州国际轻纺城在中大纺织商圈内落地,作为展览一体化的现代化复合式专业市场,实现了中大纺织商圈市场经营形态的再一次转型,广州国际轻纺城成为中大纺织商圈最具代表性的龙头市场之一。之后,珠江国际纺织城等新城市陆续开业,中大纺织商圈内形成了四大龙头市场,进入了骨干引领的新发展阶段。至 2019 年,中大纺织商圈已形成了六十多个分市场、五大龙头市场和园区,年交易额可达 2000 亿元,是我国纺织服装面料、辅料最齐全的聚集地之一,在业界素有“全国面料看广东,广东面料看中大”的美誉。

中大纺织商圈目前已经形成了服装研发、设计、创意、展览和趋势发布等上下游完备的产业链,其经营规模、经营类别、客户流量、从业人数在广东乃至全国都有独一无二的影响力。中大纺织商圈在广州的国际商贸中心建设中发挥了不可替代的作用,它是改革开放后珠三角工业化过程中“前店后厂”的产物,作为珠三角纺织服装工厂的供应链枢纽,是广州国际商贸中心的标志性符号之一^[1]。中大纺织商圈既是广州建设国际商贸中心的有力支点,也是专业市场转型升级的重要试验田,更是打造国际时尚创意之都的优秀载体。

3 中大纺织商圈存在的问题

缺乏战略性规划引领,发展定位不清晰。中大纺织商圈自 20 世纪 80 年代起扎根海珠区,长时间处于自由松散的生长状态,政府对其采取的管理政策相对灵活,总体干涉程度有限。中大纺织商圈发展的过程中也缺乏战略性产业发展和规划设计指引,其发展定位不清晰、提升方向不明朗、功能布局不合理,片区交通拥堵、消防和治安隐患问题经多次整治仍未完全解决。

纺织产业“大而不强”,高附加值产业端口和品牌力缺失。中大纺织商圈的产业结构呈现出“生产制造业强,研发和品牌能力弱”的现象,一方面中大纺织商圈是我国纺织服装面料、辅料最齐全的聚集地之一,片区内包含五千多家制衣厂,具备“二十四小时成衣”的效率和优势,但另一方面中大纺织商圈准入门槛不高,90%以上商户都是个体户,生产制造业强但盈利能力弱,而片区范围内的龙头企业比重则相对较小,整体系统化、组织化水平不足。以仿制、改良为核心的批量服装生产模式“大而不强”,缺乏产品营销能力,高

附加值产业端口和品牌力缺失,难以满足多元化和个性化的市场需求,其粗放式的发展模式难以为继。

与周边院校的产学研联动薄弱,高品质公共服务配套匮乏。中大纺织商圈周边有着中山大学、轻工职业技术学院、广州城市职业学院等高等院校,但产学研联动不足,未能与周边院校形成长期有效的创新合作机制;同时中大纺织商圈的公共服务配套也存在不足,商圈智能化、信息化总体水平不高,智慧仓储、物流等配套建设滞后,并且缺乏可供多元产业融合的综合服务配套平台,商圈资源配置不够高效。

中大纺织商圈位于广州市中心城区重要地段,其区位价值巨大,但其产业层次和环境形象也与海珠“数字生态城”的定位不符。在中国纺织产业逐步推动新旧动能转换、迈向创新和文化双核驱动的高质量发展背景下,中大纺织商圈亟需综合前瞻思维、协同思维和创新思维理顺发展思路,实现由“高速粗放发展”向“稳步高质发展”的转型。米兰作为国际著名的“时尚创意之都”,由制造城市转型为创意城市的模式具有借鉴意义,论文从空间转型、文脉传承、活动策划、政策机制等方面梳理了其时尚创意城市的建设路径,以期为大中纺织商圈的转型提升提供经验借鉴。

4 米兰市基本概况

米兰市是意大利伦巴第大区的首府,总面积约 182 km²,是意大利第二大城市,同时也是世界级历史文化名城。时尚创意业是米兰最为突出的产业,在新华社 2020 年发布的《全球时尚产业指数·时装周活力指数报告》中,米兰时装周作为全球时尚潮流方向标,其要素聚集度、媒体传播度连续多年位居全球城市时装周前三。

自 1861 年开始,米兰便是意大利重要的工业城市,其主导产业包括纺织服装、汽车制造等门类。第二次世界大战之后,由于劳动力成本上涨,劳动密集型产业受到影响,部分企业的生产环节逐步向低成本地区转移。20 世纪 80 年代欧洲北部的“去工业化”进程深刻地影响了米兰,其制造业迅速衰落,在巨大的产业转型挑战面前,米兰依托原有工业中心城市强大的服务配套基础,迅速将各类知识密集型产业作为其发展的创新动力,历时近三十年从工业城市转变为时尚创意城市,而当下其时尚创意产业在世界长期保持竞争优势,其主要经验是在政府推力和市场拉力的平衡下,实现了存量空间、城市文化、产业活动、行业机制的良性耦合。

5 米兰“时尚创意之都”的建设经验

5.1 挖掘“存量空间价值”打造路径界限清晰的地标式“时尚价值空间”

米兰在城市转型过程中由于产业结构的调整导致大量存

量工业用地闲置,这些工业空间与当时崛起的设计行业或其他文化产业结合,被开发商转化为面向多元人群的多样化空间,如创新艺术中心、公园等,通过引入展厅、画廊、摄影及舞蹈工作室、时尚创意总部、设计商店、书店、咖啡店等业态打造功能复合、路径清晰的活力社区,形成了大量可识别性强的“地标式时尚价值空间”。

5.2 结合“多元文化空间”打造类型丰富、可达性高的“时尚文化网络”

城市文化空间指“具有物理空间属性,为人们提供社会公共生活且能够产生空间情感的文化场所”。米兰作为意大利的文化之都,现有城市文化空间1528个,总面积达25.07 km²,占米兰城市总面积13.8%,其城市文化空间依据其特征可划分为精神纪念类(如历史遗迹、纪念碑)、艺术文化类(如博物馆、艺术展览中心)、日常生活类(如综合公园、生活性广场)和教育生产类(如大学、文创园)四大类型^[2]。这些文化空间主要集中于市中心,交通较为便利,整体呈现出内密外疏、类型丰富、可达性高的特点,这些交通区位优势且文脉特征浓厚的文化空间是时尚文化创意产业发展的肥沃土壤。依托这些“多元文化空间”和便利的交通条件,米兰形成了类型丰富、可达性高的“时尚文化网络”。

5.3 以“核心文化活动”为触媒打造引领潮流的世界级“时尚创意风向标”

依托类型丰富、可达性高的时尚文化网络,米兰全年都会开展丰富的文化展览活动,其中最为著名的是遍布全域的“米兰设计周”,通过“商业展示—概念传播—学术探索”三个层面展现当代最新潮流。

第一个层面是新米兰国际展览中心举办的大型展览,这是以世界各地品牌家具为主的国际商业展;第二个层面是分散在米兰布雷拉街区设计区、文图拉·兰布拉得展区以及托尔托纳展区的创意展,兼顾商业展示和品牌概念传播;第三个层面是以米兰三年展中心博物馆与米兰大学校区为主的一些倾向于设计探索的学术创意展。三个层面共同构成了规模庞大的“米兰设计周”共约400个不同大小和主题的展览^[3],形成了引领潮流的世界级“时尚创意风向标”。

5.4 以“多层次、精准化”的扶持政策和行业机制塑造企业和人才的“时尚创意孵化器”

米兰政府非常重视对企业新技术研发的扶持,对企业引进新技术、新设备的费用也给予相应的资助。同时政府通过设立不同门类且相互关联的时尚产业职业技能培训机构,对各类就业对象进行专业化训练。米兰在由制造城市向创意城市转型的过程中也形成了诸多相互关联的行业协会以及各类服务机构,在时尚产业发展中起到“向上反映需求,向下传递信息”的纽带作用。

6 对中大纺织商圈综合提升的启示

6.1 把握区域转型机遇,构建“文商旅”深度融合示范圈,塑造“无界共生”时尚贸易中心

紧抓广州建设时尚之都、中大国际创新生态谷的机遇,构建商业、科技、文化、生态融合发展的纺织时尚产业集群。加强中大纺织商圈与中山大学、海珠湿地等板块的文商旅产业高质量融合发展,以国际化时尚元素为特征,构建地标式商圈和文商旅结合示范圈;延伸和拓展时尚产业链发展空间,依托现有完善的产业基础,强化高附加值产业端口和品牌力,增强中大纺织商圈体验式、参与性、综合性的服务功能。建成有高品质生态环境、高优势创新机制、高价值产业链条的“时尚贸易中心”。

6.2 倡导利用存量资源,探索“高标准、精细化、品质化”的可持续更新模式,打造“宜居宜业”时尚活力中心

坚持专家论证、公众参与、科学决策,结合地方实际做好中大纺织商圈的渐进式更新,鼓励推动由“开发方式”向“经营模式”转变,通过城市空间综合整治及高质量公共景观营造等方式塑造高品质城市意象,为中大纺织商圈未来发展涵养空间;探索政府引导、市场运作、公众参与的渐进式更新模式,注重提升功能,增强城市活力,打造展现无界共生、魅力多元、宜居宜业的高质量“时尚活力中心”。

6.3 整合高标准时尚配套设施,搭建“多层次、多场景、多维度、岭南味”文化展示平台,塑造“岭南印记”时尚展示中心

高水平规划配置公共展示空间、商务会客与休闲空间、共享创客空间、共享智慧物流中转设施等产业公共配套设施,构建高质量时尚创意产业发展新平台,同时推动地域文化传承与发展,深度挖掘“岭南印记”,发出“岭南声音”,述说“岭南故事”,输出“岭南文化”,充分融合传统文化与现代时尚元素,形成“岭南基因”现代经典时尚展示中心。以文脉为基础,依托中大纺织商圈的龙头企业打造湾区时尚产业超级IP,同时以科技创新赋能,引入VR体验、创意体验、数字会展等新型现代商贸会展业态,集中打造国内一流大型时尚发布和国际文化交流活动,形成最时尚、最专业的面料与时装流行趋势发布风向标,提升中大纺织商圈时尚展示和文化交流功能,为商圈乃至湾区的时尚产业转型升级树立典范,助力打造“永不落幕的广交会”。

6.4 打造全生命周期企业人才维育体系,制定“全流程、全要素”扶持政策,塑造“广府温情”时尚创意人才培养中心

依托广州开放包容的文化、不断改革创新的土壤以及良好的生活、创业、服务环境,制定吸引研发企业、设计人才

入驻的扶持政策,重点引进、培育一批面料研发、时装设计、创意发布的企业,并引导企业建立商业性中介服务机构,完善行业协会功能,促进研发转化与数字化应用。针对不同阶段的专业人才,制定多层次、更精准的人才帮扶政策,加大优秀人才培养和吸引力度,吸引国内外著名时尚设计师、时尚产业家、时尚引领者汇集广州^[4],构建“中大时尚产业生态圈”,共创时尚创意人才培养中心。

7 结语

米兰在“制造之都”向“时尚创意之都”的转型过程中抓住了产业结构调整对城市空间的不同需求,重点吸引时尚创意产业人才和企业聚集,在保持政府推力和市场拉力平衡的情况下,完善了科研平台、科研成果转换等管理制度,以“存量创新空间”兼容“创意人才”和“创意活动”,实现了产业、空间、文化、机制的良性耦合。

中大纺织商圈的转型可借鉴米兰“时尚创意之都”转型的经验,依托海珠区新发展格局明确“无界共生”时尚贸易中心转型方向,依托渐进式更新打造“宜居宜业时尚活力中心”,依托广府深厚文化打造“岭南印记时尚展示中心”,依托创新人才政策打造“时尚创意人才培养中心”,实现由“高速粗放发展”向“高质稳步发展”的转型。

参考文献

- [1] 王先庆.广州中大布匹市场转型升级的新思路与新模式[J].广东经济,2018(11):74-79.
- [2] 刘星.米兰城市文化空间解读与研究[D].西安:西安建筑科技大学,2019.
- [3] 古颖.米兰创意城市建设的经验与规划借鉴[C]//共享与品质——2018中国城市规划年会论文集(02城市更新),2018.
- [4] 王先庆.广州打造国际时尚之都的战略与对策[J].城市观察,2019(4):7-27.