

# 云杉创客 ECO

——赋能青年创业的社区

郑钦予 李 阳

大连大学, 中国·辽宁 大连 116622

**【摘要】**作为“创客”主力的大学生创客群体,不仅是国家主要的创新人才储备,更是引领未来经济社会发展的主力军。“云杉”创客ECO——赋能青年创业的社区,作为创客群体中的一支,紧跟当前时代经济潮流,密切关注社会动向,“云杉”创客ECO敏锐抓住创业难的现状发展点,延展并开辟了赋能青年创业社区的想法,积极采用改进策略,优化发展模式,挖掘源源不断的发展潜力,为创客群体提供可资借鉴的范例。

**【关键词】**创客; 青年创业社区; 策略; 发展模式

## Spruce maker Eco-a community of Young Entrepreneurs

Jung chinyu, Li Yang

Dalian University, China, Liaoning, Dalian 116622

[Abstract]As the main force of "makers",college student makers are not only the country's main reserve of innovative talents,but also the main force leading the future economic and social development. "Spruce" and guest ECO youth entrepreneurship community as a guest of the group , followed by the current economic society,pay close attention to the social trend, "spruce" and guest status of ECO keen grasp business difficult place to grow, extension and opens up to the idea of youth entrepreneurship community,in the process of project implementation with the improved strategy actively,optimize the development mode,the implementation of the project.It not only excavates the continuous development potential,but also provides a model for the maker community to learn from.

[key words] maker; Youth Entrepreneurial Community; Strategy; Development Model

**【基金资助】**大连大学大学生创新创业训练计划项—云杉创客ECO项目编号: S202111258007X。

### 1 云杉创客发展背景

“创客”是以用户创新为核心理念,是面向知识社会的创新2.0模式在设计与制造领域的典型体现,主要指出于兴趣与爱好,努力把各种创意转变为现实的人。当前“创客”浪潮席卷世界,在社会经济层面发挥着愈加显著的积极作用。<sup>[1]</sup>作为创客群体中的一支,云杉创客ECO紧跟当前时代经济潮流,密切关注社会动向,云杉创客敏锐抓住创业难的现状发展点,延展并开辟了赋能青年创业社区的想法,并积极应用与实践。

#### 1.1 行业浪潮兴起,提供预热期支持

“互联网+”时代发展迅速,“大众创业,万众创新”口号愈演愈烈。自2015年起,创客空间便在全国各地兴起,其中佼佼者数不胜数,北京的中关村创业大街、创客创奇城、You+以及成都创客空间、深圳火柴盒、上海新闻等,都在属地形成了较好的青年人创业氛围,以上种种为“创客”文化提供前期储备,预热期所取得的良好绩效,提高了“创客”团体的可信度。

#### 1.2 市场需求迫切,属地竞争力较弱

随着就业压力不断增加,有想法、能实干的青年逐渐走向自主创业道路,自主创业群体逐年增长,但成功创业案例占比少,主要原因有以下几个方面:

##### 1.2.1. 创业主体缺乏引导

青年创业者多是刚毕业的大学生,缺乏相应的创业实践,在创业过程中由于资源欠缺,往往捉襟见肘,不见成效。

##### 1.2.2. 孵化基地质量参差

当前市场上提供所谓创业保障的孵化基地过于依赖租金,无法提供稳定长期的创业相关服务,再加之同行基地同质化严重,模式单一,使其发展空间严重受限。

#### 1.2.3. 相应平台服务杂乱

提供创业服务的相关平台宣传方式杂乱,青年创业者获取信息难,再者相应的平台服务无法形成综合性较强的集合体,严重割裂了创业环节,增加了青年创业者的资金压力和精力负担。

#### 1.3 政策双重支持,提供孵化期温室

近年来,国家政府对于大学生创新创业越发重视,相应推出多个激励政策,与之相关的众创空间的服务规模和质量也得到了极大的提升,<sup>[2]</sup>对于“创客”群体也给予了高度的关注和政策便利。如2015年,《国务院办公厅关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》,2018年《国务院关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》,尤其是2020年7月,国务院下发《国务院办公厅关于提升大众创业万众创新示范基地带动作用进一步促改革稳就业强动能的实施意见》为云杉创客提供了重要的政策指向。

### 2 云杉创客发展现状及成果

通过对大连政府出台的相应政策以及当地的相关产业发展现状和产业的作用群体的综合考察,云杉创客基地在整体考量之下定位在大连,自落地实施以来,云杉创客ECO持续关注外部市场动向,优化内部产业结构,赋能青年创业社区项目的实施开展,也在取得的成效中获得了可行性的证实。

#### 2.1 培训人员与顾客群体数量增加

##### 2.1.1. 培训人员专业化

云杉创客ECO社区自落地实施以来,通过公司投递,品牌宣传等方式,不断吸纳具备丰富创业经验的相关人士,组成有质量、有规模、有系统的新型团队。作为大学生创客的云杉创客ECO社区,其在专业知识储备、技能结构层次及创业意识等方面相比于其他群体更具优势。<sup>[3]</sup>出于满足顾客群体的需求,

团队成员吸纳了企业运营经验的管理人员、拥有相关技术的设计人员、具备敏锐感知的策划人员,囊括社会各个职业领域,从而使团队具备学科异质性强、规模大的特点,有利于涉猎更广阔的知识领域,从不同视角去分析、解决问题,从而促进团队创造力的提升,<sup>[4]</sup>作为大规模团队,其成员的个体创造力显著高于其他规模的团队,<sup>[5]</sup>这将推动不同专业领域之间的交流融合,提高培训效率。

### 2.1.2. 顾客群体规模化

(1) 大连高校云集,有能力有想法肯实干的青年众多,为云杉创客提供大量顾客群体。

(2) 团队初始成员为高校师生,而高校大学生是顾客群体的中流砥柱,并且大学生创客均受过高等教育,拥有较轻松的人际关系,群体性更加明显,<sup>[6]</sup>更易广泛被吸纳。

(3) 品牌宣传取得成效,建立光风意巷等网红打卡点提高了社区知名度。

### 2.2 云杉创客ECO发展模式不断优化

作为文化创意产业创客生态综合体,园区内外分工不断明确,主要表现在:

#### 2.2.1. 内部持续优化

主要分为云杉赋能区、集装箱创意区、青旅住宿区、餐饮休闲区、党建文化办公区,为相关青年创业者提供实习、实践、吃住行为一体的综合性场所,形成了完整的产业链条。

#### 2.2.2. 外部不断扩展

社区辐射范围涵盖生活体验中心、公开课堂、全开放式客厅、原创品牌O2O、淘宝店铺等下行拓展空间,采取互联网与产品相结合的方式,利用互联网和自媒体进行宣传和营销,有效避免平台服务杂乱的弊端,降低青年创业者们的资金压力和精力负担。

#### 2.2.3. 赋能范围延展

(1) 服务赋能——提供一站式孵化服务工作,帮助初创企业健康、持续、稳定发展。

(2) 培训赋能——有针对性的对园区教育类、科技类及联营型商铺设计课程,进行线上线下培训。

(3) 导师赋能——规范系统的导师制度,一对一咨询,实时跟进政策指导,通过培训提高创客经营管理能力。

目前主要业务包括:

①为青年创业者提供创业指导和培训等一站式措施服务,引导深入企业实际项目工作,为自身创业提供实践经验,扩大社会交际圈。

②为青年创业者提供创业所需的场地、资金、咨询、业务分析等上下游服务,并及时提供市场动态和政策变化等信息。

③发展文化创意产业,形成综合性、一体性、全能性为一体的产业链,保证资金供应。

### 2.3 云杉创客ECO孵化企业成功案例持续增加

目前云杉创客ECO资产面积1.2万平方米,已入驻企业53家,可提供平台资源20家,达成战略合作企业36家。云杉各项产业成功孵化案例80+,预计未来两年内工作人员达200+,入驻企业达100+,预计带动就业人数800人。

成功孵化企业典型案例:

2.3.1. 星星充电在云杉创客ECO社区注册资金2000万元,至2021年,在大连市共计投入120余个充电桩。

2.3.2. 不作设计在云杉创客ECO社区的运营下,常驻设计师翻为四倍,疫情期间持续发展线上业务,日均业务量为之前五倍。

2.3.3. 蜗享出行在云杉创客ECO社区注册资金1000万元。

至2020年底,在大连市共计投入700辆共享汽车。

## 3 云杉创客赋能青年创业社区采用的改进策略

### 3.1. 转化闲置物业,发展新型产业

在形式上结合城市更新项目,把老工业地块就地升级,发展都市产业,引入大文化、大科技、大健康等新业态,将城市中低效建筑重新规划、装修,打造为专业的众创平台,明晰产业方向,注重发掘功能性机构和标志性企业,充分依托原有的产业基础,尊重合作方的要求,形成具有标识性的品牌。

### 3.2. 利用高校资源,提供知识储备

由于社区创始者是高校的学生及老师,自身具有相当丰富的知识储备和相关的人际交往圈,可以充分发挥集群资源优势,在员工吸纳,服务输出方面提供不可比拟的优势。

### 3.3. 整合现有资源,进行产业升级

结合社区的上行连接领域与下行扩散范围,根据自身情况,以管理输出、品牌输出的模式,对相关已有平台、品牌等进行资源整合,加快形态改造和产业改造,快速形成品牌效应。

### 3.4. 树立共享观念,充分利用资源

(1) 共享人才,社区中的服务者来自各大行业,线上服务的扩展也涉及多领域,所以在教育、政府、市场、财务、金融等方面,人才可以交叉互融。

(2) 共享服务,由于社团所吸纳的大学生和年轻人来自多个领域的,所以在服务范围上呈现多样化特征。

(3) 共享空间,由于团队成员多,其可共享的资源也多,<sup>[7]</sup>将会议、展览、交易、服务、居住等一系列活动进行空间整合,可以有效减少空间开支,充分发挥空间的利用率。

(4) 共享创投,利用创业金融、reit模式,将产投与创投相结合,采用公司提供社区设计运营想法,下传至云杉创客ECO社区,再由其提供创客创业需要的帮助,免费或低价的咨询培训等活动。

(5) 共享社群。通过将社区内部的产业形成完整的产业链,发挥产业间的互相推动作用,使得各产业间的联系更加密切,比如将居住与住宿、创业与就业、学习与成长融合在一起,从而使不同领域进行平行发展。

(6) 共享消费,生活消费、文化消费、品牌集合、社群力量等综合在一起,可以充分合理地利用资源,为产业的发展提供更加方便的途径。

## 参考文献:

- [1] 曾明星,宁小浩,周清平等.面向大学生创客的网络学习空间构建[J].中国电化教育,(11):30-38.
- [2] 徐示波.基于政策工具视角下众创空间发展政策研究[J].中国科技论坛,(6):29-39.
- [3] 李宏岳(2017).大学生创客创业政策的基本特征和发展态势——大学生创业政策情报分析[J].情报杂志,36(1):82-86,107.
- [4] 刘伟,程俊杰,敬佳琪(2013).联合创业投资中领投机构的特质、合作模式、成员异质性与投资绩效——基于我国上市企业的实证研究[J].南开管理评论,16(6):136-148,157.
- [5] 李毅,刘许,刘晨露,罗丽莎.大学生创客团队创造力影响因素模型构建与实证[J].现代远程教育研究,2022,34(1)
- [6] 王丽平,李忠华(2016).高校创客文化的发展模式及培育路径[J].江苏高教,(1):94-97.
- [7] 王晶,甄峰(2016).城市众创空间的特征、机制及其空间规划应对[J].规划师,32(9):5-10.