

点评创客空间

文/杜洋

【创客现状】

不久前,《无线电》杂志和柴火空间主办的第一届深圳“制汇节”圆满落幕。这标志着我们电子爱好者又多了一个属于自己的节日。《无线电》的老师曾邀请我参加,可是因为工作忙,再加上没人给报销差旅费,所以……。总之我是没去上,本有一次参与制汇节、参观创客空间的机会被我错过了。所以我在写这篇文章时多少有些没底气,因为我还没有去过实体的创客空间,没能了解他们的经营情况和文化氛围。可是《无线电》的老师又希望我写一篇评论文章,以我的观点给读者一种新视角。于是我发挥了死猪不怕开水烫的精神,硬是在知之甚少的前提下评论创客空间。好话先说在前头,如果读者中有创客空间的主办者或骨灰级粉丝,我相信诸位有这个雅量可以宽恕我的言语不周,毕竟现在评论越来越难了。

我第一次听说创客空间是在微博上发现“新车间”,它是上海的一家创客空间。不久一位友人去上海参观了“新车间”。回来后兴高采烈的跟我说:“哎呀,杜老师,咱们能不能也办一个呀”。于是我才专门了解了一下创客空间。创客空间是根据英文 Hacker Spaces 得来的,源自《爱上制作》的原版杂志《MAKE》。大体是说大家到一个空间里一起学习、制作、分享,做一些有创意的东西,演讲、竞赛或项目合作,在国外已经有十几家比较知名的创客空间。创客空间的经营模式简单来说就是租用一个大房间,房间里有各种工具、元器件。水平高的,水平低的,什么人都可以参加。定期组织一些比赛和讲座,大家在空间中尽情发挥自己的奇思妙想。只要按月交会员费就可以了。这是多么美妙的想法呀,不过听起来好像似曾相识的样子。没有错,创客空间的模式其实就是我们早就熟知的俱乐部,只是为了引起大家的注意而改了新潮的名字。没办法,在眼球经济和标题党横行的当今社会,谁让大家都只喜欢新东西、新概念呢。俱乐部文化在欧美国家发展的非常成熟了,不同的兴趣爱好都有相关的俱乐部组织,有专业的策划团队和经营管理人员,对于会员招募、活动内容、品牌定位、市场营销都有成熟的操作。国外的俱乐部是稳步发展的营利组织,创客空间作为制作爱好者的俱乐部,在这种模式下很快建立并发展。其中最主要的原因是国外的人们早已习惯了俱乐部文化,乐意为此埋单。另外还有一些“高富帅”的爱好者,他们会赞助创客空间,这样就让其他会员少交或不交会员费,吸引更多人加入。不过赞助这种事要看缘分,不能算做常规收入,会员费的方式才是可持续发展的。

国内的创客空间是将国外的经营模式、创客理念、创客文化复制到国内,它的初衷是:如果一个人DIY,可能你的见识面小,你的资源有限。如果你加入创客空间,可以结识很多朋友,拥有自己的工作区。还能参加讲座,在知识和眼界上带来新的开拓。这是创客空间宣传的重点内容。国内已经成立的创客空间有:新车间(上海),柴火创客空间(深圳),兑现创意(南京),北京创客空间(北京),洋葱胶囊(杭州)。经过我的调查和内线消息得知,国内的这几家创客空间基本上都是依靠个人赞助或背后的公司支持才建立起来的。到我撰写文章的这一刻还没听说仅靠会员费实现收支平衡、甚至盈利的。也就是说创客空间在国内还没有找到稳定的盈利模式。虽然有些创客空间是非盈利性的,但是也需要会员费来保证空间的运营。所以创客空间目前只能以公益组织的方式存在,赞助成了创客空间经营的命脉,组织者则更关注如何找到更多的赞助商。随着创客空间在各大城市一个接一个的建立,他们的活动也越来越多。“创客嘉年华”、“制汇节”是他们举办的大型集会活动,吸引了不少民众,也让更多人了解了创客空间。可是国外的创客文化和经营模式可以复制并生根发芽吗?创客空间能否适应国内环境?制作爱好者应该如何看待创客空间这件事呢?

【创客文化】

我认为创客空间的基本理念是：汇聚、活动、合作、分享、兴趣、创新。还能加上开源精神、享受过程、关注实践等。恕我直言，这些理念听上去没有什么特别，现在太多的新兴组织都会借用这些词汇作为其理念。我认为创客空间在理念上最有价值的是其在普通人群和制作爱好者的中间建起了一座桥，让更多的普通人爱上制作。同时它也是各种艺术与技术间的桥。创新的一个重要来源是不同学科间的交融，在思想汇聚之中闪现灵感。创客空间提供了这样的环境，让不同专业的会员组织起来，一起玩出创意，玩出精彩。从这个角度上看，创客空间的理念在专业科普领域有着很大的价值空间。

我很喜欢创客空间的文化氛围，他们自由、开放、友好、轻松、包容。他们的组织者都很有思想、热爱生活，积极进取，有国际视野，也有领导能力。我相信他们建立创客空间不是为了名利，是为了一份梦想，让自己乐在其中。他们希望结识志同道合的朋友，一起发现制作的乐趣，再分享给更多人。所以他们提倡开源、喜欢分享。由这些组织者领导的创客空间必然是自由、开放、友好、轻松、包容的。这种创客文化正是国内最稀缺的，也是未来中国社团文化发展的重要方向，我也很希望在这样的环境中学习和工作。但是我不得不说，在中国，创客空间必然是小众空间，创客文化必然是小众文化。它的发展受到文化、地域、场地、时间、费用、资源等诸多方面的制约。创客空间若想在全国范围内遍地开花是非常困难的，除非它能找到一种自给自足的经营模式，并在文化上与国内的“培训班”文化融合。下面仅以我的观点和诸位分享。

目前在中国最流行的一种组织形式是“培训班”，它包括各种专业技能的培训班、专家讲座、TED 社团的演讲活动、各种公开课，大学的课程也可以算在其中。这种“培训班”都有很明确的特点：主题明确，学员固定，目的明确，有专业讲师，收费经营。想报名“培训班”的人都可以很明确的知道自己要付出什么，会得到多少回报。而同样这些指标性内容在创客空间上并不明朗。我特意制作一个指标比较表，大家可以对比一下。

“培训班”与创客空间的指标比较表：

	培训班	创客空间
主题	主题明确，了解自己的支出和回报	主题随机，不能预计支付和回报
学员	人数固定，以班分级	随时有成员加入或离开，不分级
内容	学科固定，有课程大纲	多学科混合，活动内容比较随机
时间	时间固定，有课程表	活动临时通知，活动时长不固定
目的	以学习技能为目的	以DIY、创业、交流为目的
目标	有明确的课程计划和学成目标	活动计划随机安排，渐进式活动
讲师	有全职的讲师或导师	无全职老师，偶尔请专业人士讲座
教材	有固定教材，但实时性差	没有固定教材，实时性强
实践	实践不多，以理论学习为主	实践多，但缺少深入实践
自由度	少有自由思考和活动	有充足的自由度
收费	以学期收费，费用标准不一	按月收费，费用标准不一，部分免费

不得不承认，目前国内的“培训班”文化占了主导地位。人们参与活动带有很强的目的性，会在心里做收支考量。而创客空间的经营模式让人们看不到自己想要的东西，所以在参与方面会谨慎行事。现代人的生活节奏快、工作压力大，学生也有学业压力和就业压力。人们也希望能有闲暇时间去玩，可是现实压力不得不让他们选择更“有利”的培训活动。所以会员费并不是人们最关心的，人们更关心的是有没有时间、花不花精力、是否高效、是否物有所值。显然创客空间不是他们想找的，创客空间也不把这些看成潜在会员。但以上状态的人占绝大多数，他们都保持观望态度，有条件会去参观一下，仅此而已。那么创客空间的潜在会员是什么样的人呢？他们应该是有热情的，不被生活压力所累而疲惫不堪；他们应是有时间的，可以随时参与创客空间的活动而不必赶着上班、上学；他们应是有能力的，参与活动时能很轻松地与他人交流技术和观点；他们应是有经济实力的，不会为会费和生活花销而操心。他们会忠于自己的兴趣爱好，喜欢热闹，乐于交流。听完这些条件你会认为不可能有如此潇洒的人存在，但我很抱歉的通知您，这

样的人可以有，但却是社会中的极小数。还有一些条件不足的，会克服困难参与进来。还有一些无忧无虑的学生，也会逃课参与进来。从此我们不难看出，这确实是一个少数人组织、少数人参与的“富人”俱乐部。“富”不是指有钱，而是指热情、精力、时间、能力、兴趣的富足。

【经营模式】

我们再来分析一下创客空间能给会员带来的资源有哪些。首先有场地，人脉，工具、元器件，还有集体活动（包括讲座、竞赛等）。外国人很乐天，他们考虑事情少，生活压力小，有孩子的心态。他们可以组织一些人一起玩，玩的很开心。在中国，创客空间遍地开花的可能性不大，因为它的模式局限了它的会员范围。它面向对制作感兴趣的人群，不论是艺术创想，还是电子制作，还包括无线电爱好者，反正它提供空间，大家来融合交流。但是从细分市场上讲，符合条件的人很少。人气不足会导致会员数量的不稳定，组织活动和交流方面都会受此影响。最终导致创客空间的活动多样、内容丰富，但质量不高。创客空间另一个吸引我的地方是可以交朋友。但是网上论坛、微博、人人网也可以交到朋友，交流起来更方便。而线下大家想约个时间聚到一起很困难，认识朋友的功能与网络社区相比并不占优势。创客空间还能提供环境和资源，但目前独立工作室或者在自己家里有一个工作间的人还是比较多。而且花钱到空间里租用工具和自己买工具相比，还是自己买划算。如果说空间里有不同行业的创客进行横向协作，这样是最能产生创意的。但是不是每个人都能认同创客空间这种形式，不同专业的资深人士参与进来的并不多。交流的深度和质量同样不能保证。

还有一个问题就是我能得到的资源能否和我的付出相符合，这是每个参与者都会考虑的问题。作为爱好者来讲，他们会综合各种因素考虑要不要参加。如果我付出了时间、精力和热情，能否得到我预期的回报。我参加之后不管是在经验、人际、知识上是否都能充裕。如果物有所值，甚至物超所值，那就会参加。但创客空间能不能达到这个程度呢？关于投入和回报，如果我想学一项专业技能，比如单片机，我会选择培训班或自学，不会选择去创客空间。因为创客空间更多的是当我有了技能后去那里发挥，而不能系统、深入的学习技能。创客空间潜在的会员应该是学生，学生是最具想象力的，他们的积极性、时间和精力等条件都很好。可是学生的独立性差，需要有导师带领着。而创客空间提倡平等交流，没有专门的活动策划和项目经理。使得会员的参与缺少目标和指导，完成作品的品质不能得到提升。这种状态会逐渐产生消极情绪，对创客空间的文化保持不利。

【改进建议】

下面是我对创客空间本土化发展的建议，希望可以帮助到创客空间的组织者们。我是希望把创客空间发展成盈利性组织，这样才能让创业者有动力，在更多中小城市创建创客空间。当然，组织者们可能有自己的理想，并不想做的太商业，这就见仁见智了。我也不希望左右组织者的初衷，跟随自己的梦想发展就好。

1，线上聚人，线下发展

创客空间的发展需要让更多的人了解、参与进来，不仅是本城市的，也要包括异地的潜在会员。所以应该建立创客空间网络社区。比如说，现在哈尔滨还没有创客空间，也没有一个网络社区。可能建立线下实体创客空间的时机不成熟，但可以先建立一个论坛或一个群组。大家先在网上讨论交流，积累人气，等条件成熟再建立实体空间。另外可以在网络上发布创客空间活动的视频（特别是讲座的视频），让想来又因故不能来的朋友也可以分享知识，感受到创客文化的魅力。在条件成熟时可继续发展周边地区的实体创客空间。

2，玩出精彩，学出品质

创客空间的作品一定是好东西，有品质、有价值的好东西。比如说我前不久看到一位外国友人做的三轮车打印机，通过 Arduino 控制器，能够在骑行的过程中通过洒水来写字。创客空间会做出这种美式风格的作品，但它不太能够有实用价值，但我不否认它有实用价值的潜力。但大家也会觉得：我们就是玩嘛，不考虑别的，玩的开心就好。假如你不

仅玩的开心，同时还能让作品有实用价值，那不是更好吗？比如做一个扫地机器人，家用气象站之类。其实我觉得好玩的东西并不难，但是能做出好玩又有价值的东西很难。创客空间应该更关注作品的品质、价值和原创，指导会员向更精致、有意义的方向创作。

3, 配备专业导师和管理人员

说到指导，就需要有经验丰富的高手了。如果有一个专业人士、知名人士常驻创客空间，定期讲座。讲座不能泛泛的讲一些节能环保了、某个产品的发展史之类的。所讲内容是贴近现实的、启发思考的、深入专业的。然后会员可向他提问、交流。创客空间目前看似没有项目管理人员来安排活动和制作项目，大家都随自己的想法来玩。如果聘用项目经理，以产品开发为目的，会员们需要考虑的东西会更多。开发的过程不是随意焊接和拼装，而是要花很多时间和精力去做技术、做设计。产品出来后的成就感和产品自身的价值都是很大的，也就是说产品自身的价值会给会员带来另一种更高层次的成就感。比如会员做出一件东西，一种情况是摆在桌上自我欣赏，另一种是摆在精品店里出售，后者可以带来更大的喜悦和更高级的经验。只有领着大家做，把不同技能的会员组成团队，才能做出精品。会员可以从中学到精品制作的思路和方法。这时它有没有商业价值已经不重要了，重要的是这件精品为会员创造的精神价值。我希望创客空间能让其会员感觉到：去创客空间玩就是和自己在家里玩不一样，我去创客空间能玩出水平、玩出风格、玩出特色。

4, 以人做推广，用作品立碑

创客空间创立至今，他们都做了些什么，最好的成绩就是培养人才，同时用人才的名气反过来推广创客空间。这是很有意义的宣传。比如，我看到“新车间”组织小学生参加机器人比赛。借此举个例子：某一个小学生创客空间经过一年的摸爬滚打，最后在某学校举办的比赛中获得一等奖。或者几名创客组成团队，创业成功，建立了自己的公司。这样都是好的宣传案例。让大家不只看到创客空间，还看到它培养人才的能力，吸引更多人加入。创客空间想打开大众市场，它还要有拿得出手的原创作品。商业级的开发和以玩为目的的制作，所考虑的点是不一样的。商业级产品开发要考虑使用人群、稳定性、抗干扰能力、工作温度、成本，生产过程以及后期的升级和维护等。还会考虑生产工艺、元器件选型，品质检测，供应商选择。这是一个很复杂的工程，创客空间需要这样的原创作品来为自己立碑，让作品证明能力，让作品推广空间。

5, 商业化经营，可持续发展

上面我一直在强调人和作品，除了可以借此推广创客空间，还可以借输出人才和作品转换成商业价值，使创客空间可以往独立运营的方向迈进。创客空间培养的人才可以成为新导师和管理人员，依托于他们对创客文化的熟悉，可以更好的发展壮大。更多的人才可以输送到赞助创客空间的公司中，为赞助公司提供人才，让赞助公司看到回报。将创客空间的作品转换成具有商业价值的产品，再与代理商合作销售，收获的利润再用于空间的发展。会员也可以借此机会创业，成立工作室或公司。我觉得如果创客空间朝着这个方向发展，会很有发展空间和影响力。

【总结】

创客空间要想在中国发展，让更多人接受，我认为需要关注以下几点。一个是它能产生的价值，再就是它能用作品说话，能证明给别人看，让人感受到来这里玩是不一样的。要引进专业人士来指导会员，让会员有目的的玩，玩的更有意思。虽然一个城市总有足够的人数来成为创客空间的会员，但是如果如果没有持续的内容，没有“高人”的驻扎，没有品质的保证，没有可持续经营模式。随着时间的流逝，创客空间可能会慢慢消失。说了这么多创客空间的问题，但我对它还是关注的，因为它对于其他想以此创业的人们有很好的参考价值。其实我也很想做类似的俱乐部组织，但是我觉得创客空间的模式目前还不太适应国情，同时我也在摸索新的经营模式。对广大爱好者来说，创客空间如果能发展到全国各地，那肯定是件好事。它是除了高校社团、培训机构、个人团体之外的另一个独立形式、话语权和思想创造地，但它能否提升品质、适应本土、发展壮大呢？我会持续关注并在杂志上发表评论。希望创客空间这件“洋宝贝”通过更多人的尝试和改进，能做的越来越好，为国内的爱好者们服务。