

国内创客空间运行模式浅析

王德宇 杨建新 李双寿

(清华大学 基础工业训练中心, 北京 100084)



摘要: 创客一词来自英语 Maker, 是近年来人们为突出黑客 (Hacker) 之中较为中性而善意的一类人所创造出的较为温和的新词。归根溯源, 这类以兴趣驱动的爱好者群体其实很早就已经出现, 人们曾把他们从事的活动称为 DIY。随着海外创客运动 (Maker Movement) 的逐渐兴起, 国内新兴的一批兴趣团体, 也逐渐以创客空间、创客社团等身份为人们所熟悉。这些新兴创客群体具有不同的特点, 其功能定位与运行模式也不尽相同。文章通过介绍国内几个较具代表性的创客空间, 展示当下国内与创客相关的群体及其活动的不同形式。

关键字: 创客; 自主创业; 创客空间; DIY; 产品开发; 商业孵化

【中图分类号】G40-057 【文献标识码】A 【论文编号】1009—8097 (2015) 05—0033—07 【DOI】10.3969/j.issn.1009-8097.2015.05.005

一 创客文化与创客空间的涌现

2007 年, 一位计算机安全专家与一位发明专家在美国旧金山成立了噪音桥 (Noisebridge) 创客空间。随后的数年中, 在两位创始人之一的米奇·奥特曼 (Mitch Altman) 的推动下, 全球范围内的创客运动 (Maker Movement) 愈发兴盛。在我国, 早在上世纪 80 到 90 年代, DIY (Do It Yourself, 即自己动手做) 的风潮就已开始流行。从组装桌椅板凳、半导体“话匣子”, 到修理家电、汽车, 人们热衷于自己动手制作而非购买成品。随着计算机产业在我国的发展, DIY 很快进入了新的领域。计算机配件的充足供应及其便捷的购买渠道, 使得“攒电脑”从北上广深等一线城市迅速流行开来并遍及全国。回顾数十年来, 以“自己动手做”这种形式进行设计、开发、制作的人群, 虽然所在领域不同, 制作对象千变万化, 但有一个共同的特点, 就是他们都是凭借兴趣或爱好, 依靠个人或小团队的力量来实现。同时, 这类人群往往也能够通过制作产品、加以应用、创造价值, 来赢得周围人们的了解、尊重和崇拜。

近年来, 互联网已经不再是一个独立的系统, 它已渗透到第一、第二、第三产业中, 正在推动一场大规模的产业变革。而有一类群体, 带着他们对新技术的敏锐嗅觉和快速响应能力, 借助网络资源不断聚合的能量, 引领和影响这场变革。曾经提出 Web 2.0 概念的美国著名科技媒体人 Dale Dougherty, 则将这类群体定义为“Maker” (中文译为“创客”) [1]。美国《连线》杂志前主编《长尾理论》作者 Chris Anderson, 更是顺应潮流, 辞去工作, 以创业家的新身份, 创办新型科技企业 3D Robotics。在他看来, 创客群体已经成为引领全球新工业革命的新助推器 [2]。

纵观近两年来国内创客群体的涌现, 一定程度上缘于我国电子元器件和信息化产业的空前发展速度。尤其在我国南方, 电子元器件和当年的计算机配件一样, 在各类电子市场可以通过接近成本价的低价大量采购。这就为那些喜爱拼插组装, 又十分善于将不同功能、特性的元件进行组合的人们提供了无限的可能性。加之全球持续流行的开源软件社群, 以及刚刚出现就迅速成长的开源硬件社群的发展, 热衷于自己钻研开发的人们在全球范围内互相启发, 他们不再满足于简单的机电产品制作, 更多的是利用各种不同电子元器件之间相对开放的接口, 尝试不同的组合, 创造不同的新产品和新应用。