
上海财经大学中国产业发展研究院专题报告

上海文化创意产业集聚研究

姓名：陈晓和

单位：上海财经大学财经研究所

职称：教授

学位：博士

通信地址：武东路 321 号 415 室

联系电话：13127929841

2014 年 4 月

内容提要

文化创意产业是上海经济可持续发展以及产业结构升级的重点推进产业。本报告对上海文化创意产业集聚进行了研究，通过分析上海文化创意产业集聚的形态、结构、模式、效应、影响因素，得出以下结论。

(一) 产业集聚可以带来规模效应，降低信息成本，提高创新能力，促进技术进步，加快城市发展。有步骤地推动上海文化创意产业集聚有利于优化上海城市的产业结构，提高城市竞争力，促进上海经济又快又好地发展。

(二) 是上海文化创意产业集聚发展主要分为都市工业园的伴生形态、中心城区圈层的裂变形态和“人”字形的多轴延展形态三种。

(三) 上海文化创意产业集聚的效应主要有以下四种：(1) 群聚效应。表现为入驻企业和人才数量、游客和购物者人数逐年增加；(2) 产业链效应。主要通过产业集聚，使企业成为休戚与共的命运共同体，从而推动整个产业的联动发展；(3) 放大效应。主要表现为提高投资效益、拉动周边经济发展、带动就业和产业升级等；(4) 技术成果溢出效应，主要通过产业集聚使技术成果在短时间内得以扩散和传播。

本报告认为，上海文化创意产业集聚离不开创意消费市场。离开了创意消费市场，文化创意产业集聚就成了无源之水，无本之木，就会失去生机和活力。因此，培育创意消费市场，特别是文化消费市场，是推进文化创意产业集聚的重要环节。只有依托强大的文化消费市场，上海文化创意产业集聚的空间才会足够大。在提高上海文化创意产业集聚度方面，既要继承和发扬传统文化和本地文化，又要增强文化的包容性、异质性和多元性，要通过弘扬民族文化，加强国际合作与交流，使不同的文化能够相互碰撞、相互融合、相互促进，从而推动上海文化的大繁荣、大发展、大提升。

目录

一、前言	1
(一) 研究背景和意义	1
(二) 文献综述	2
二、上海文化创意产业集聚的形态和结构	6
(一) 上海文化创意产业集聚的形态	6
(二) 上海文化创意产业集聚的结构	10
(三) 小结	17
三、上海文化创意产业集聚的模式和效应	18
(一) 上海文化创意产业集聚的模式	18
(二) 上海文化创意产业集聚的效应	21
(三) 小结	24
四、创意产业集聚影响因素的实证研究	25
(一) 研究背景	25
(二) 研究方法	26
(三) 模型设定	28
(四) 数据来源与统计分析	29
(五) 实证结果与结论分析	30
五、主要结论、存在问题及政策建议	32
(一) 主要结论	32
(二) 上海文化创意产业集聚区建设存在的主要问题	34
(三) 推进上海文化创意产业集聚区建设的政策建议	36
附录 A 前四批 75 家市级挂牌创意产业集聚区明细表	44

一、前言

（一） 研究背景和意义

文化创意产业具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措。在全球经济逐步进入以知识为核心竞争力的大背景下，文化创意产业的发展规模和程度已成为衡量国家、区域和城市发展水平的重要标志。近年来，国内对文化创意产业的重视程度越来越高，上海也不例外。在上海，文化创意产业已成为一个战略性的支柱产业。

上海是我国的文化重镇，文化创意产业发展十分迅速，以文化创意产业集聚区为空间特征的发展更是如此。数据显示，2012年，上海文化创意产业从业人员129.16万人；实现总产值7695.36亿元，比上年增长11.3%；实现增加值2269.76亿元，比上年增长10.8%，高于全市生产总值增幅3.3个百分点；占全市生产总值的11.29%，比上年提高0.42个百分点；对上海经济增长的贡献率达20.2%。其中，文化产业增加值为1188.43亿元，占全市生产总值的5.91%^①。根据上海市统计局2012年发布的上海市文化创意产业分类目录，上海文化创意产业主要分为文化创意服务业及文化创意相关产业，包括媒体业、艺术业、工业建筑设计业、软件与计算机服务业、咨询服务业、休闲娱乐业等

① 数据来自《2013年上海文化创意产业发展报告》 出版单位：上海市文化创意产业推进领导小组办公室。

在内的十个产业。

文化创意产业是传统产业向现代产业的跨越和转变。密切关注和深入研究文化创意产业的发展状况，准确把握文化创意产业的发展动向对产业的转型、升级和发展具有十分重要的理论和现实意义。

产业集聚（**Industry Cluster**）是指同一产业在某个特定地理区域内高度集中，产业资本要素在空间范围内不断汇聚的过程。目前，国内外对于产业集聚的研究所取得的共识是，以知识和创新为代表的新兴产业的集聚倾向性越来越高。

进入 21 世纪，依托上海城市经济的快速发展和人才优势，上海文化创意产业逐渐兴起。以上海文化创意产业园为代表的文化创意产业集聚形态也逐步形成。上海文化创意产业集聚区的三分之二是来自于保护性和创造性地开发老厂房、老仓库和老大楼，并逐步形成具有鲜明区域特色的空间布局，聚集了一大批来自国内外 30 余个国家和地区的创意设计企业和优秀创意人才。

（二）文献综述

现有文献认为，大力发展文化创意产业可以拉动就业，为国家经济的发展提供助力。**Burama K. Sagnia**（2005）提出，创造力是适用于世界各个国家的无形资产。创造力的开发有助于创造就业、创造收益和扶持贫困。同时指出创造力在许多发展中国家和转型国家未实现的原因很多，其中国家整体的科技水平是重要因素之一。**Roberta Piergiovanni**，**Martin A. Carree** 和 **Enrico Santarelli**（2012）利用 2001 至 2006 年意大利 103 个地区的数据，研究了创意、知识产权、新商

业模式等一系列因素对经济增长的影响作用。文章从人才培养的角度进行了分析，指出如果在高校设置了与文化创意产业相关的课程，就会导致就业增长的降低。因为商标、专利和文化设施的发展，对增加值的增长影响不大。增加值的增长主要取决于就业增长，但就业增长对生产率的提高影响不大。

文化创意产业是新兴产业，但是其集聚却离不开城市强大的财富水平和消费能力。**Irma Booyens (2012)**以开普敦的实际情况为例，研究文化创意产业在不平等的社会发展中的影响与挑战。作者指出，文化创意产业常常被视为市区建设、经济发展和创造就业机会的有效途径，而已有的文献研究表明，文化创意产业能够加剧现有社会中存在的不平等性。知识密集型的文化创意产业集中发展于城市社区，会使工人阶级居民逐渐边缘化，同时，基于文化创意产业的城市建设也难以惠及贫困社区。

另一方面，城市经济发展水平、就业水平、以及创新投入等宏观因素也会对文化创意产业集聚程度产生影响。**Knudsen (2007)**从人口密度和定量分析的角度强调了人才的结构和素质对创意集聚的重要性。**Stuart Cunningham(2011)**针对**Paul Stoneman**的软创新(Soft Innovation)理论从经济学、产品美学和文化创意产业三个方面进行了系统分析，指出创新、学识、政策等对文化创意产业的发展有着重要影响，其中公共政策对文化创意产业集群发展的影响较大。

国内对文化创意产业的研究起步较晚，对文化创意产业集聚效应的研究多结合城市的具体情况。如**宋泓明 (2007)**结合北京朝阳区文化创意产业集群的发展水平进行了实证分析，指出目前理论研究落后

于实际发展，是制约我国文化创意产业健康快速发展的瓶颈之一。王怀、栾峰（2007），选取了上海市 69 家授牌园区从改造发展和创意集聚两个方面的绩效入手对 69 家授牌园区进行了对比研究，认为在改造发展方面，创意园区的空间绩效与经营绩效存在正相关关系；在创意集聚方面，当前在大部分创意园区，其集聚主要集中于产品设计等生产服务环节，而非西方发达地区的文化内容方面。路光前（2009）以西安高新区的文化创意产业为例，对其进行了定性、定量分析，认为科技的发展和人才的培养是文化创意产业发展的支撑和力量源泉。朱慧、王焱鑫（2010）用北京、上海、广州、杭州和重庆五个城市的面板数据，从产业经济学的角度探究了影响文化创意产业集聚的主要因素及其作用机制。

部分学者对文化创意产业集聚区的形成发展、演化路径进行了理论研究。杨永忠、黄舒怡、林明华（2011）从演化经济视角出发，提出了文化创意产业集聚区形成的三个阶段：单元集聚、界面构建和网络发展，认为文化创意产业的集聚通过这三个阶段完成了从简单的地理集聚到分工协作的过渡，并结合北京 798 文化创意产业集聚区的兴衰，探讨艺术与商业的融合发展。付永萍、王立新、曹如中（2012），认为文化创意产业集聚区的形成发展要具备一定的内外部条件，包括集聚区内的产业分类特征明显、规模效应明显以及发展特色鲜明。外部是否具有官方背景的产业管理机构支持，内部集聚区所在地区、国家的经济发展水平以及相关产业的完善程度都会直接或间接地影响文化创意产业的集聚化发展是否能够顺利实现。此外，也有学者对城市创意指数进行了研究。方忠、张华荣（2011）基于价值链分析法，对

创意指数评价体系进行了研究，提出了三级指标。将城市创意经济竞争力概括为城市整体创新能力和可持续发展能力，涵盖了经济资本、技术资本、人力资本、社会资本、文化资本和制度资本。认为依据所构建的城市创意指数评价指标体系模块，通过确定各指标权重，可以对一个地区或城市的文化创意产业进行综合评价。

对上海文化创意产业的空间集聚研究文献较多，涉及上海文化创意产业园区的形成、发展环境、运营模式、空间集聚组织发展等方面的内容。褚劲风（2009）分析了上海文化创意产业园区的空间演变、形成机理、网络关系，探讨了上海文化创意产业园区的时空变化规律，提出上海文化创意产业园区是都市工业园区的伴生与再升级，空间形态上则由黄浦江和内环线围合而成的半环状地带和苏州河沿岸地带，向东北、西南地区地带拓展。经济发展方式转变、旧城空间秩序优化、创意阶层兴起并集聚是文化创意产业园区发展的驱动力，而园区内部组织的网络关系是维持其运转的支持力。于丽丽、赵新正、谢楠（2010）总结分析了上海市文化创意产业集聚区的空间分布情况和形成模式。提出上海市文化创意产业的发展与政府的支持、人才的培养和经济的发展密不可分。厉无畏、蒋莉莉（2009）分析了上海发展文化创意产业的优势环境，包括其政策环境的不断优化、创新型城市建设的氛围以及位于长三角腹地的地理优势，认为这在很大程度上促进了上海文化创意产业向着品牌化、带动性和区域化的方向集聚发展。

国内学者还对国外城市较为成熟的文化创意产业集聚进行了研究，为国内文化创意产业集聚发展提供了经验借鉴。张振鹏、马力（2011）对迪斯尼、东京和伦敦等产业集聚案例进行了分析，认为产业集群是

文化创意产业发展的重要模式。为了保证其健康发展，必须根据其所处的不同阶段和不同情况做出不同的制度安排。顾乃华、陈丰哲（2011）根据世界上 110 个城市文化创意产业发展的经验，认为文化创意产业和服务业的结合能提高服务业的服务价值，推动企业的跨越式发展。

二、 上海文化创意产业集聚的形态和结构

（一） 上海文化创意产业集聚的形态

1. 都市工业园的伴生形态

上海文化创意产业集聚是伴随着上海都市工业园的发展而形成的。20 世纪 90 年代以来，上海不断加快都市工业园的建设步伐，力争依托上海的资金、信息和人才优势，重点发展技术开发、产品开发、加工制造和产品设计等行业，逐渐剥离传统制造业领域的研发和服务部分，从而推动第三产业和服务经济的发展。

进入 21 世纪，上海都市工业园的产业形态进一步发生变化，产业链上下两端的互动效应更加明显，产品研发和品牌推广的受重视程度也不断强化。在此背景下，都市工业园周边地区的文化创意产业有了广泛的发展空间，借助都市工业园的发展开始形成产业集聚，形成与都市工业园一起成长的伴生形态。

可见，都市工业园的伴生形态是上海文化创意产业集聚的有机组成部分。比如目前的 8 号桥、M50、创意仓库等，都是根据都市工业园的功能转变，通过招商引资、吸引创意组织机构入区等办法，由原

先的工业园区和厂房转变而来，从而成为上海文化创意产业集聚的重要形态。都市工业园的伴生形态如图 1 所示。

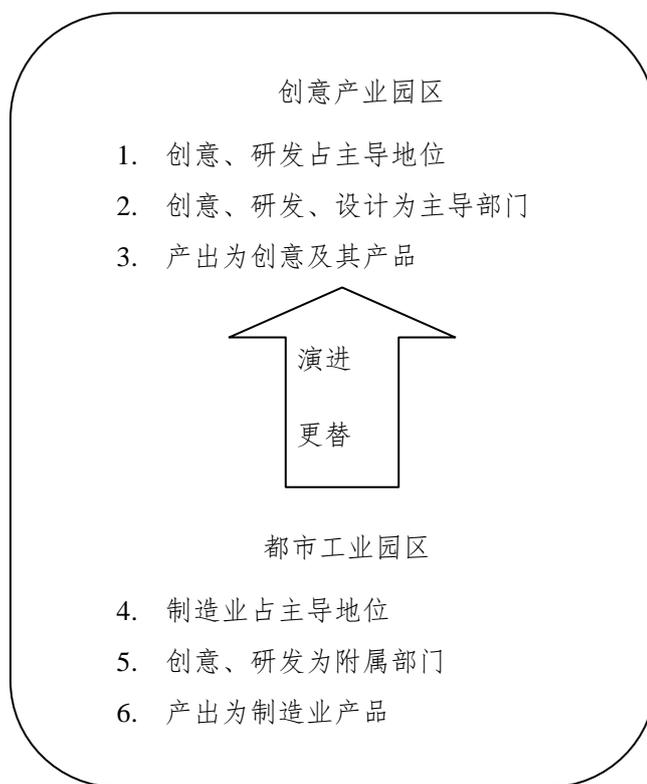


图 1 都市工业园的伴生形态

2. 中心城区圈层的裂变形态

在上海文化创意产业发展初期，产业主要集聚在黄浦江与内环线的围合地带。该区域大量的老厂房和老仓库，无疑为文化创意产业的发展提供了良好的地理空间和环境土壤。

然而，随着上海中心城区的地价日趋上涨以及旧城改造速度的不断加快，文化创意产业在市中心的发展空间不断受到挤压。加上内环线内尚未利用的工业厂房资源越来越少，上海文化创意产业开始向环线周边地区集聚，呈现出由内向外发展的态势，逐渐形成中心城区圈

层裂变的集聚形态。

所谓中心城区圈层的裂变形态，就是把内环线圈层比作一个圆核，上海文化创意产业集聚以此为中心，向外围裂变发展的结构形态（见图 2）。具体地说，就是沿着东北、西和西南三个方向集聚发展。一是沿着苏州河向西延伸；二是形成以上海交通大学、华东师范大学、东华大学、上海师范大学等为主体的西南片大学圈；三是形成以复旦大学、同济大学为核心的东北片大学圈。可见，中心城区圈层的裂变形态正逐渐成为上海文化创意产业集聚发展的主流。通过裂变拓展，上海文化创意产业不仅突破了现有环境条件下的发展瓶颈和障碍，延伸了产业发展空间和链条，还形成了新的产业集聚形态，从而将上海文化创意产业的发展带入了一个新的发展阶段。

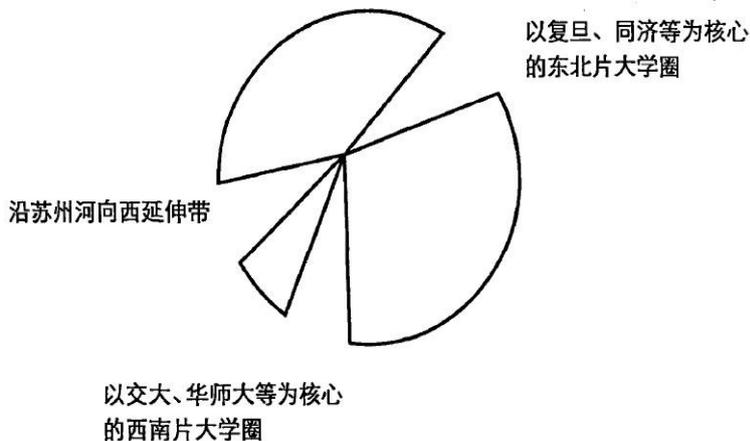


图 2 中心城区圈层的裂变形态

3.“人”字形的多轴延展形态

随着上海文化创意产业的不断发展，其集聚形态进一步发生变化，“人”字形的多轴延展逐渐成为上海文化创意产业集聚发展的新形态。

“人”字形的多轴延展形态是在中心城区圈层裂变形态的基础上进

一步发生演变而形成的新型产业集聚形态。从空间上来看，它从市区东北片大学圈出发，兵分两路集聚发展：一路沿内环线，在苏州河向西延伸，另一路则向西南发展，构成“人”字形的空间特征（见图3）。

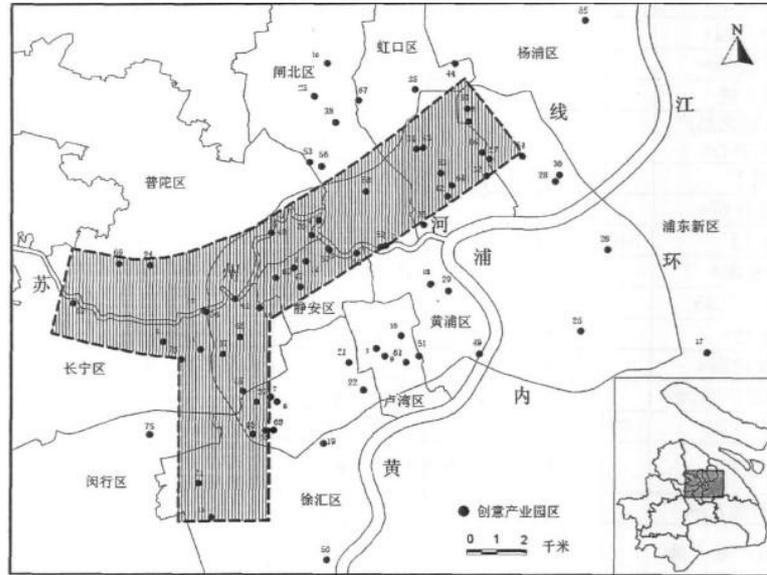


图3 “人”字形的多轴延展形态

资料来源：上海市经济委员会，上海文化创意产业中心，《文化创意产业》，上海科学技术文献出版社，2005年11月。

从产业结构调整的趋势来看，“人”字形的多轴延展将成为上海文化创意产业集聚的主要形态。一方面，随着产业结构调整步伐的不断加快，市区原有的高污染、高能耗工业企业逐渐被转移到其他区域，预留下来的老厂房、老仓库和老街区成为改造的重点对象。由于这里工业用地与居住用地混杂，不适宜于其他产业的引入和发展，这就给文化创意产业的发展提供了良好的空间，而文化创意产业的发展也为这些老工业建筑带来了新的活力。另一方面，从“人”字形多轴延展的路径来看，不仅途径黄浦、静安等中心城区，也牵引闸北、普陀、长宁、杨浦等外围区域，从而将整个文化创意产业的集聚连成一条线。由此可见，“人”字形的多轴延展形态不仅打破了单个集聚区域孤立发

展的格局，也提高了产业内互动和合作的紧密程度。

从目前情况来看，上海“人”字形文化创意产业集聚的密度和规模正在不断加大。各种功能定位不同的创意企业纷纷加入到“人”字形的多轴延展中，从而预示着上海文化创意产业集聚发展的新阶段即将到来。

(二)上海文化创意产业集聚的结构

1.上海文化创意产业集聚的空间结构

根据上海创意产业中心的资料显示，到目前为止，上海已先后分四批批准了 75 家市级挂牌创意产业园区。通过对这 75 家创意产业集聚区区位选择和空间分布的研究和分析，我们可以清晰地发现上海创意产业集聚主要表现为“一轴”、“两河”、“多圈”的形态格局。目前上海市已经形成的初具规模的创意产业园区主要分布在上海市中心城区，周边区域的创意产业成形的集聚区徐汇、长宁、虹口等区，涉及的产业方面包括了软件设计及创意策划设计，例如工业设计、产品包装、环境设计、咨询包装等产业。

(1) 一轴

一轴是指横贯中心城区东西向的轴线，西起虹桥商务区，东至浦东金桥、张江。东段是以网络信息和动漫游戏等产业为主的新兴文化创意产业基地。西段是专业会展、广告创意、商贸咨询、数码制作、文化贸易、工艺礼品、高端演艺、特色娱乐等以商务型文化创意服务为主的产业基地。聚集了像环东华时尚产业集聚区、张江文化科技创意产业基地和动漫谷等以艺术业为主、广告业和会展业为辅的集聚区

和产业基地。

中心城区的经济发达，人口流动量大，交通便利。这些都为咨询类产业和时尚产业的发展提供了良好的条件，所以在一轴上的集聚产业多是以文化娱乐消费为主的文化创意产业。

(2) 两河

两河是指黄浦江滨江文化创意集聚带和苏州河滨河文化创意产业集聚带。

图 4 显示，在以苏州河、黄浦江和内环线为界的围合地带，北起杨浦区，南至徐汇区，以工业设计及咨询服务业为主。密集分布着包括田子坊、8 号桥在内的多个创意产业集聚区。

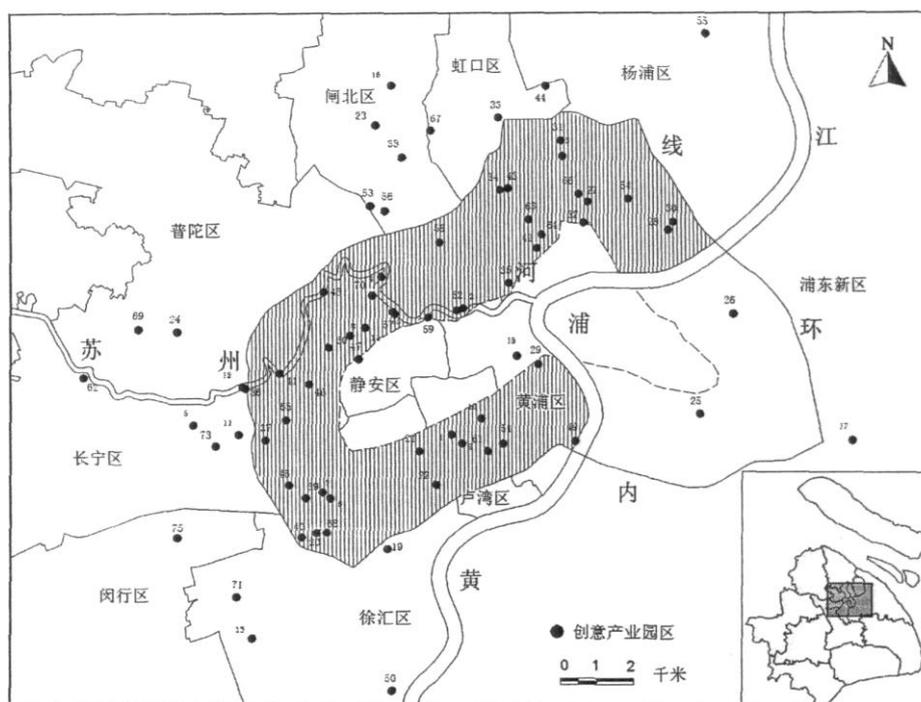


图 4 上海文化创意产业集聚区以苏州河、黄浦江和内环线为界分布

资料来源：上海文化创意产业中心。

文化创意产业在此集聚发展主要受两个方面因素的影响：一是城

市规划。上海市政府在中心城区大力推进产业结构调整 and 都市型产业、高新技术产业、现代服务业的发展。这就为文化创意产业的集聚发展提供了适宜的土壤。二是优越的人力、物力、财力资源。市中心资源丰富，特别是产业结构调整所遗留下的具有历史保护价值的老厂房和低成本的文化创意环境改造，为文化创意从业人员发挥创意才能提供了绝佳平台。

此外，文化创意产业在以苏州河、黄浦江和内环线为界的围合地带形成的集聚主要是以块状为主。而块状经济的最大特点就是能在一定区域内形成产业集中、专业化极强，又具有明显地方特色的区域性产业群体，这些都有助于推动文化创意产业的集聚和发展。

除了在以苏州河、黄浦江和内环线为界的围合地带形成集聚外，文化创意产业在苏州河沿岸也形成了相当规模的集聚带。苏州河滨文化创意产业集聚带西起普陀区，东至虹口区。主要的创意集聚区多为工业设计、建筑设计及媒体业。如 M50、四行仓库和老场坊 1933 等一批文化创意产业集聚区就在其中。

事实上，文化创意产业在苏州河沿岸集聚，主要是受苏州河两岸文化的影响。苏州河两岸是中国近代工业的发源地，具有相当丰富的历史文化内涵。从目前苏州河沿岸留存的历史遗迹来看，其主要分布的是一些颇具浓郁上海地方色彩的人文景观。浓郁的生活气息和深厚的文化底蕴使苏州河沿岸吸引了大量的艺术家和创意从业人员，产业集聚规模和效应不断扩大，从而使苏州河两岸文化在创意产业的推动下得到提炼和升华，这又为文化创意产业的进一步集聚发展提供了肥沃的文化土壤。所以这一带聚集区多以具有文化底蕴的艺术类设计类

产业为主（见图 5）。

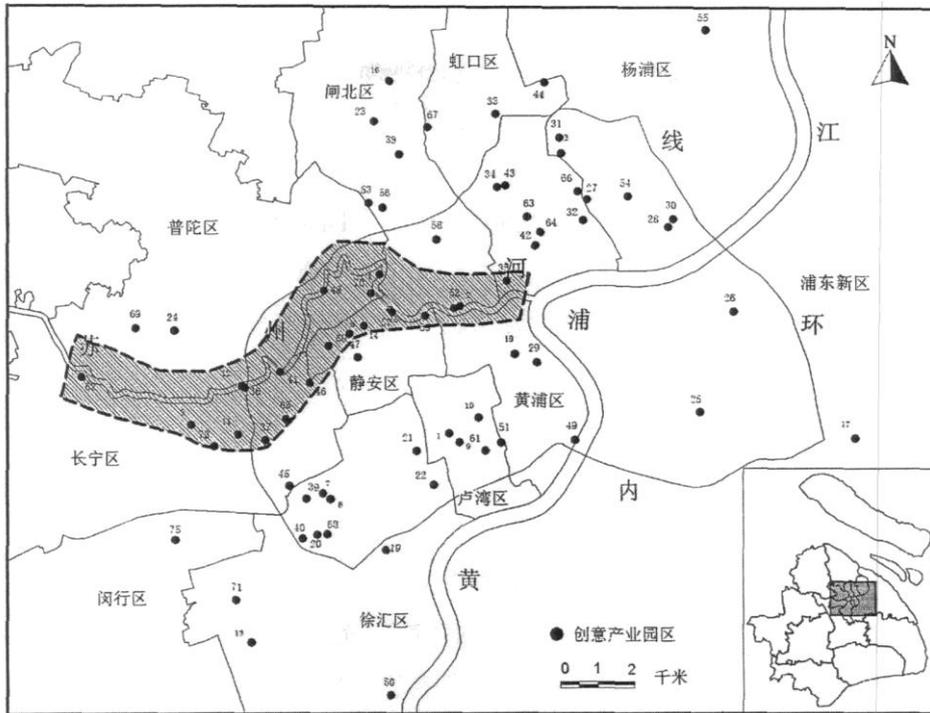


图 5 上海文化创意苏州河沿岸分布

资料来源：上海文化创意产业中心

（3）多圈

多圈是指在同济大学、上海师范大学、张江科技园区等高校和科研机构周边形成的创意产业集聚区。

这类集聚区通过依托大学和科研机构的人才资源，为文化创意产业的集聚发展提供智力支持，所以其信息软件、建筑设计等产业发展较快。比如杨浦区的“昂立创意设计园”就是依托同济大学土木建筑专业的人才技术优势集聚而成。而作为国内首家产学研一体的文化创意产业园，徐汇区的“设计工厂”则是依托海师范大学美术学院建立起来的。通过在高校周边地区集聚，文化创意产业不仅可以在人才方面最

大限度地利用周边高校的教育资源，不断促进自身的发展，还可以为文化创意产业人才的培养提供绝佳平台，为产业的进一步发展提供强大的人才储备和前进动力。上海文化创意产业集聚区在高校周边地区分布情况如图 6 所示。

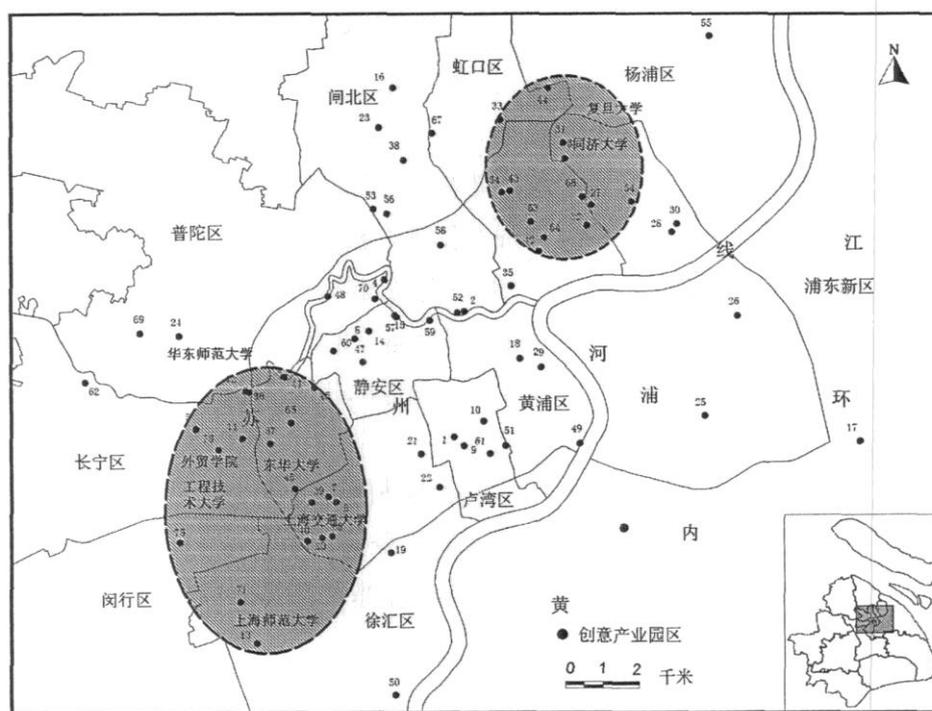


图 6 上海文化创意产业集聚区在高校周边地区分布

资料来源：上海文化创意产业中心。

从上海市目前的文化创意产业集聚区分布来看，其文化创意产业的初期集聚发展受地理位置的影响较大。旧厂房的改造为主要进行创意研发类的文化创意产业的发展提供了空间；而交通的便利、人流量大则为消费类的文化创意产业发展提供了良好的环境；对于需要人才资源的信息开发类的创意产业来说，受周边高校的影响较大。而在文化创意产业集聚初具规模后，其进一步的发展壮大与政府的政策扶持、

知识产权的保护、城市的经济发展状况等因素密不可分。

2.上海文化创意产业集聚的行业结构

上海文化创意产业有五大重点行业，分别是研发设计行业、建筑设计行业、文化传媒行业、咨询策划行业和时尚消费行业（见表1）。

表1 上海文化创意产业重点发展方向

五大重点行业	内容	主要相关行业
研发设计行业	主要指与生产和计算机软件领域相关的研发和设计活动	工业设计、工业艺术品设计、软件设计、服装设计、产品设计、包装设计、电脑动画设计、广告设计、研究与试验发展等 10 个中类行业，21 个小类行业
建筑设计行业	主要指建筑、环境等领域的设计活动	工程勘察设计、建筑装饰、室内设计、城市绿化设计等 3 个中类行业，5 个小类行业
文化传媒行业	主要指文化艺术领域中的创作和传播活动	文化创作表演、广播、电视、电影制作、音像制作等 9 个中类行业，12 个小类行业
咨询策划行业	主要指为企业和个人提供各种商务、投资、教育、生活消费及其他咨询和策划服务的活动	市场调研、证券咨询、会展服务、市场调查等 9 个中类行业，12 个小类行业
时尚消费行业	主要指人们在日常消费娱乐服务中体现价值性和娱乐的行业	休闲体育、休闲娱乐、美发及美容设计、婚庆策划、摄影创作、娱乐游戏、旅行等 8 个中类行业，8 个小类行业

从目前来看，前四批 75 家市级挂牌文化创意产业园区基本涵盖了这五大重点行业。但是当前上海创意产业五大类行业的发展情况各不相同，尤其是在产业结构的构成上显得极不平衡，主要体现在以下四个方面。

(1) 研发设计类与建筑设计类创意行业

在整个上海创意产业中，研发设计类创意行业无疑占据主导地位。2012年，文化创意产业中的工业设计、建筑设计业增加值分别达196.54亿元和301.93亿元，共占文化创意产业增加值总量的22%，分别比上年增长15.3%和11.8%，对文化创意产业增长的贡献率达到27.8%，带动整个产业的迅速发展。毫无疑问，研发设计类创意产业为上海创意产业创造了巨大的经济效益，在引导上海创意产业集聚发展方面无疑起到关键的作用。

（2）咨询策划类创意行业

咨询策划类是咨询服务业作为专业服务业的重要组成部分，是上海重点扶持和推进发展的行业。2012年，上海咨询服务业实现较快的增长态势，总量规模继续扩大，其总产值达到789.4亿元，全年实现增加值256.97亿元，比上年增长19.7%。随着上海创意产业发展的进一步深入，咨询策划类创意产业无疑将是下一阶段上海创意产业引进和发展的重点，通过不断挖掘行业发展潜能和给予相关优惠政策，其未来发展无疑仍值得期待。

（3）文化传媒类创意行业

文化传媒类创意行业主要包括文化演艺市场和广告会展服务业。根据数据显示，2012年艺术业增加值达67.25亿元，增幅达15.4%，在艺术业中增加值占比37.4%的文化艺术策划及代理服务业2012年增幅达到20.2%。广告和会展业实现了较快的增长，继2011年的低潮后有明显的回升。全年实现增加值214.67亿元，增幅达16%。其中广告业实现增加值167.98亿元，增长12%，会展业借助世博展馆改造转型等因素影响，实现增加值46.69亿元，增长32.7%。

从以上资料和数据可以清晰的看出，文化传媒类创意行业的总体发展不算稳定。虽然目前已经成立诸如同乐坊和海上海这样知名的产业集聚区，但是对于全市创意产业的贡献率仍旧处于比较低的水平和阶段。由此可见，在未来很长一个阶段内，如何充分利用文化传媒和时尚消费市场资源，从而促进文化传媒类和时尚消费类创意行业的发展将是整个上海创意产业面临的重要课题。

（4）时尚消费类创意产业

2012年，休闲娱乐服务业的总产值为605.84亿元，增加值156.58亿元是五大类重点产业中水平较低的。因为这一产业同人们的消费水平相关，在消费水平达到一定程度后，不会出现较大的变动，只会缓步增长。今后这一产业的发展将会保持平稳增长。

（三）小结

上海文化创意产业集聚的形态和结构，折射出上海文化创意产业发展的道路，也符合文化创意产业集聚的一般规律。随着经济结构的调整，上海文化创意产业的集聚形态也从单一的都市工业园伴生形态向中心圈层的裂变形态和“人”字形的多轴延展形态发展。在空间分布上，以苏州河、黄浦江和内环线为界的围合地带形成文化创意产业集聚块，沿苏州河岸形成文化创意产业集聚带，在高校周边地区形成文化创意产业集聚点，凸显了上海文化创意产业在保留传统历史风貌和注入创新活力方面所起的突出作用。

总之，上海文化创意产业已经成为上海经济社会发展的一个重要新兴产业，成为上海提高城市创新活力的一个新的增长点，它的集聚

形态和结构正在不断成熟和完善。

三、上海文化创意产业集聚的模式和效应

(一) 上海文化创意产业集聚的模式

文化创意产业是社会经济发展到一定历史阶段的产物。良好的经济环境是文化创意产业集聚发展的前提和基础。从上海前四批 75 家文化创意产业集聚区的发展来看，其集聚模式主要有三种：市场需求型集聚模式、政府主导型集聚模式和两者协同型集聚模式。

1. 市场需求型集聚模式

作为文化重镇，上海具有得天独厚的文化资源优势，这为文化创意产业的发展奠定了雄厚的文化基础。此外，上海在市场环境、人才资源和地理位置方面也具有一定的优势，对外交流机会多，中外文化相互影响，使得越来越多的文化创意产业研发人才和艺术人才纷纷来此创业，从而逐渐形成了以艺术家和创意研发人才为骨干，以市场对创意产品或服务需求为导向，在一定区域内形成和发展的文化创意产业集聚区。从上海文化创意产业发展的历程来看，大多数文化创意产业集聚区都沿用过这样的发展模式。特别是在市政府未颁布文化创意产业集聚区之前，大多数文化创意产业集聚发展都是依靠一群志同道合的创意人士聚集在一起构成一个工作团体而形成的，泰康路上的田子坊就是其中之一。田子坊在形成初期就吸引和集聚了一大批从事文化创意产业的艺术家到此开设工作室，其中包括著名书画家陈逸飞，以及英法等国的艺术家。经过多年的发展，田子坊已经成为上海最大

的视觉创意设计基地。据统计，目前进驻田子坊的视觉创意设计机构已近百家。事实证明，田子坊不仅聚合了一批顶级视觉创意设计专家，而且形成了一定的视觉创意设计产业规模，成为上海举足轻重的文化地标。

以市场需求为导向的集聚模式是随着市场需求的变化和推动而不断调整、完善、向前发展的。它像一把双刃剑：一方面，当其发展到一定程度时，市场的高利润和社会的高效应会促使包括政府在内的机构进行扶持和重视，从而进一步提升产业的发展空间，使得文化创意产业的集聚程度、规模有很大提高，集聚效益越发明显。另一方面，当其经不起市场考验时，这种模式就会加快淘汰进程，使整个集聚区崩溃，投资者就需要寻找新的符合市场需求的发展方向。

2.政府主导型集聚模式

文化是文化创意产业的基因和本质，但它不足以驱动文化创意产业的发展。事实上，无论是自发形成的还是自觉建成的文化创意产业集聚区，都离不开政府的大力支持。也就是说，文化创意产业集聚的形成与发展必须依靠政府的引导、鼓励、保护和支持。

在文化创意产业的发展中，政府扮演着重要角色。特别是在创意的产生及市场化的过程中，由于其本身的复杂性和不确定性，创意收益会因为各种因素而变小甚至变成负数，从而使得创意成果付诸东流。通过政府的介入，可以改变这种状况，推动产业的发展。比如政府可以利用税收优惠和服务提供等方式，为文化创意产业指引方向和提供制度保障，这对促进文化创意产业发展是十分有益的。

在政府推动文化创意产业集聚发展方面，上海是走在前面的。资

料显示，上海市政府早在 20 世纪 90 年代就先后为发展上海文化创意产业及引导文化创意产业集聚区由自发形成向规范发展出台了一系列政策举措。2005 年 4 月，上海文化创意产业中心的成立更是显示了政府支持上海文化创意产业发展的决心。近年来，上海市政府先后分四批对总计 75 家文化创意产业集聚区进行了授牌。为了规范文化创意产业集聚区的运作，上海市政府还在第四批授牌时对不符合标准的园区进行了摘牌。

由于政府的大力支持，上海文化创意产业集聚发展取得了令人瞩目的成就。被称为“英国文化创意产业之父”的约翰·霍金斯指出，上海文化创意产业虽然起步晚，但政府部门对文化创意产业的支持力度比世界上最早兴起文化创意产业的英国还要大，上海的后发优势正在不断显现。在政府不断强化城市文化功能的背景下，上海极有可能成为继伦敦、纽约、东京后的全球第四大文化创意产业发展中心。

3. 市场和政府共同推动型集聚模式

上海文化创意产业的集聚大多是市场需求和政府导向共同作用的结果。也就是说，文化创意产业集聚发展初期是艺术家、设计师和研发人员等创意人才的自然集中，到文化创意产业集聚发展到一定阶段时，社会对其创新功能和价值创造就会逐渐认同，越来越多的社会力量包括政府就会加入到这一进程中来。

实践证明，这种由市场和政府共同推动的集聚模式可以实现双赢。一方面，创意市场的进一步开发，可以使创意人才得到创业的空间和平台、投资者和管理者得到丰厚的租金和回报；另一方面，政府通过发展文化创意产业也可以得到税收、促进区域经济的发展。上海 8 号

桥文化创意产业集聚区就是很好的证明。8号桥原先只是一个生产汽车零配件的老厂房，在市场运作和政府立项管理的双重机制下，通过老厂房改造、注入艺术元素以及厂房出租、企业投资改建和管理、创意企业入驻等措施，8号桥已经成为全国工业旅游示范点，不仅吸引了众多世界著名设计师到此工作，还推动了文化创意产业的集聚发展，可谓一举两得。

可见，市场和政府共同推动型集聚模式是市场和政府共同发挥作用的一种模式。事实上，当创意企业在创意集聚区内入驻并集聚发展而形成网络和创新效应时，它又会引起新的创意产品需求，从而推动产业的进一步发展。更为重要的是，通过市场和政府的协作，不同行为主体不仅可以实现利益最大化，还能促进文化创意产业集聚发展类型和功能的多样化，丰富文化创意产业的内容和形式，这是前两种模式都无法达到的。

（二） 上海文化创意产业集聚的效应

经过多年发展，上海文化创意产业的集聚发展渐成规模，效应不断提高，其中群聚效应、产业链效应、放大效应和知识溢出效应最引人关注。

1.群聚效应

与其他产业的发展不同，上海文化创意产业一开始就选择了集聚发展的模式和道路。由此，群聚效应也成为上海文化创意产业集聚发展的一个重要特征。

所谓群聚效应，是指文化创意产业吸引着大量关联性的子行业，

这些子行业既高度竞争又相互依赖，存在着对立统一、互利共生的关系。

从上海文化创意产业集聚发展的现状来看，几乎每一个文化创意产业集聚区都集聚着大量互相关联又相互竞争的企业。比如 8 号桥文化创意产业园区就汇聚了来自欧美、港澳、内地的 60 余家企业。这些企业大都涉及建筑、产品、服装、企业形象设计和影视制作等领域，产业关联度非常高。特别是在群聚效应的影响下，各个企业之间的联动非常频繁，产业中各个行业的通道也逐渐被打通。产业的发展方向也由内在驱动向外在建构转变，从而大幅提升了产业的核心竞争力，推动着文化创意产业不断向前发展。

2.产业链效应

国内文化创意产业最大的诟病就是各自为战，行业间缺乏相互的关联，产业链也缺乏全局的统筹。

与此不同的是，上海文化创意产业在集聚发展过程中特别重视建构完整的产业链，以弥补单个产业发展的量能不足。从效果来看，产业链效应相当可观，文化创意产业增值能力成倍增长。随着文化创意产业的发展，产业链也会出现新的变化，不再仅仅表现为垂直型，而是表现为垂直和水平相混合的复合型结构。通过产业链效应，纵向成本和横向竞争优势也会不断凸显。比如昌平路 990 号的传媒文化园内就集聚着一批动漫艺术企业，这些企业主要涉及动漫艺术的前期创作、中期制作和后期发表等产业链。通过产业集聚形成的产业链效应，这些企业变成了休戚与共的命运共同体，推动着整个产业的联动发展。

3.放大效应

放大效应是上海文化创意产业集聚发展的重要特征之一。所谓放大效应，就是文化创意产业的集聚不仅推动了这个产业的发展，也提高了上海的经济、文化和社会效益。具体表现在以下五个方面。

(1) 投资收益较高。从目前四批 75 家文化创意产业集聚区来看，95% 以上的文化创意产业集聚区已经获得了很好的投资回报。这些文化创意产业集聚区借助文化创意产业的巨大成长空间，通过改造老厂房，将存量资源与新兴产业相结合，不断焕发出新的活力，带来了良好的投资收益。

(2) 带动作用明显。随着文化创意产业的集聚发展，周边地区的产业结构、就业结构、管理模式、企业形态和企业文化会相应地发生变化。通过工业厂房的闲置利用，高容积率产生了高产出，从而拉动了周边经济的发展。比如，田子坊文化创意产业园区的开发，使老住宅带来了大量创意资本的注入，改善了原有的居住环境。与此同时，居民借助文化创意产业的发展也获得了相应的租金，增加了非工资性收入，改善了生活条件。

(3) 转型升级加快。在文化创意产业发展初期，占据市中心位置的工业厂房一直是城市规划的难题。由于缺乏合理有效的利用手段，这些工业厂房被长期闲置，不仅造成资源的巨大浪费，还引起环境污染等一系列社会问题。文化创意产业的集聚发展，打破了这种局面，都市产业结构和能级不断提升，推动了由都市型工业园区向文化创意产业园区的转变，加快了都市工业的转型步伐。

(4) 遗存活力焕发。文化创意产业的发展使得一些历史建筑得以留存并得到重新开发和利用。从上海文化创意产业的集聚园区来看，

一些曾经在上海工业化时代做出巨大贡献的工业厂房借助文化创意产业的发展，被重新改造成引领时尚和未来都市生活的重要场所。

(5) 就业机会陡增。据统计，前四批 75 家文化创意产业集聚区创造就业岗位 2 万多。随着集聚区的发展和功能的不断完善，它将会创造出更多的就业机会，提供更多的就业岗位。

4.知识溢出效应

作为知识密集型产业，文化创意产业的知识溢出效应非常明显。目前在上海的 75 家文化创意产业园区中有 10 多家已经显露出良好的综合效益。

在知识溢出效应的作用下，上海文化创意产业的发展正在由单一性向综合性转变。各相关子行业和企业在地域上的集中，使得行业与行业、企业与企业之间的联系和合作更加频繁，文化创意产业集聚区内的信息交流和知识转移不断加快，许多隐含知识也会通过集群内企业间的频繁接触而得以迅速传播。在产业集聚区内，率先创新的企业会起到很好的示范效应，激励后进企业模仿或追赶。加上处于集群内的企业在研究开发、人力资源和信息等方面都具有得天独厚的优势，创新成果会在最短时间内得以传播、扩散、仿效和共享。

(三) 小结

发展文化创意产业是提升上海都市形象的重要手段，也是优化产业结构、推动产业升级的必由之路。实践表明，无论是市场需求型集聚模式、政府主导型集聚模式还是市场和政府共同推动型集聚模式，都在不断推动上海文化创意产业向更高目标发展和蜕变。加上集聚发

展本身所产生的群聚效应、产业链效应、放大效应和知识溢出效应，使得上海文化创意产业的魅力和品牌效应进一步显现出来，上海文化创意产业也因此形成了自身的资源链、价值链和产业链，从而开辟了一条将文化和创意转化为生产力的新途径。

四、 创意产业集聚影响因素的实证研究

（一） 研究背景

国内外研究产业集聚的文献汗牛充栋，实证方法很多，但是关于文化创意产业集聚影响因素的实证研究较为稀少。本报告突破常规研究方法，采取问卷调查结果与实证相结合的方法进行关于上海创意产业集聚影响因素的研究分析。本报告主要基于上海创意产业中心 2012 年度的问卷调查结果，并借鉴研究产业集聚的一些理论与方法，收集相关数据，构建相关模型对问卷调查结果进行一般验证。

上海创意产业中心是经上海市经济委员会、上海市社团局批准设立，从事推动上海创意产业发展的专门机构。上海创意产业中心于 2012 年进行了关于“影响文化创意产业集聚区发展因素”的问卷调查，同时咨询了相关专家，选取其中的因素进行排序。排序结果如图 7 所示。

图中纵轴表示“专家对创意集聚因素的选项列为首选项排序”，横轴表示“专家对创意集聚因素的选项出现频率排序”。根据图形分布显示，同时位居第一位的是“城市经济状况”，其次分别是“文化环境”、“人力资源”，然后是“科技研发”和“知识产权”。

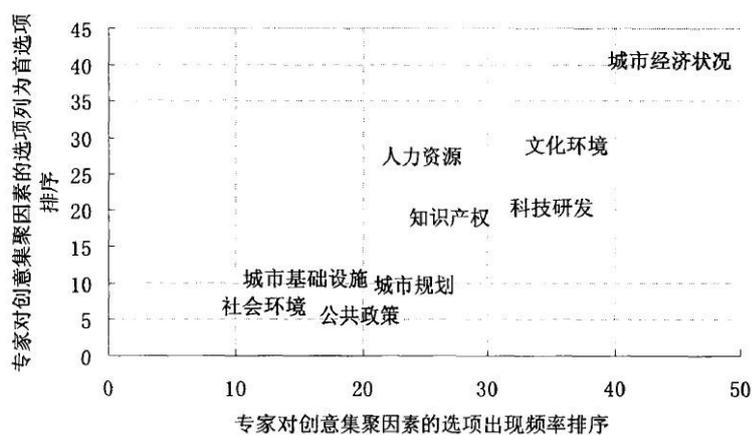


图7 专家对创意集聚因素的排序

本报告将以上海创意产业中心的调查问卷结果为依据，主要参考上图所列出的“影响上海创意产业集聚因素”的专家排序结果，提出本报告的实证假说，即城市经济状况、文化环境、人力资源、科技研发和知识产权是影响一个城市创意产业集聚的主要因素。

（二）研究方法

新经济地理学（NEG）的研究表明，市场接近因素会显著影响产业与就业者、市场与消费者的区位选择，并由此导致所谓的经济聚集。产业聚集密度是用来反映一个国家或地区经济发展水平的重要指标，能够准确地反映一个国家或地区单位土地面积上的经济产出水平和基础性网络、制度机制。集聚经济可以表现为集群内部的网络结构，以及以社会联系为基础的各种组织所形成的机构稠密性（institutional thickness）及其活动的“密度”。

一般认为，创意产业经济规模的扩张和产业密度的提升所导致的内生规模经济效应会进一步影响创意企业的发展。然而城市的发展特

点并不相同，一个城市的经济密度与就业密度作为外生变量势必影响城市产业的集聚情况。通过分析发现北京和上海创意产业的集聚过程确实与城市就业的集聚相伴随，随着城市经济密度与就业密度的提升，其创意产业的集聚产值也在增加。

本报告实证分析主要使用调查问卷排名较为前列的因素，即城市经济状况、文化环境、人力资源、科技研发和知识产权^①等四个解释变量作为一个城市创意产业集聚的影响因素分析。本报告对被解释变量（创意产业集聚）与解释变量中的“经济情况”和“人力资源”进行了“密度化”处理，从而消除城市地理发展的异质性。具体来说，就是将各个变量除以城市建成区面积，形成一种密度变量。

（1）城市经济状况

城市就是创意产业价值得以实现的最终归属地。如前所述，城市经济的发展和产业结构升级将越来越借助于创意产业。创意产业的集聚发展也需要依托于城市经济的发展状况。这也是为什么世界创意都市往往都是世界经济都市。本报告将城市 GDP 除以城市建成区面积，得到“经济密度”变量来衡量一个城市的经济状况。

（2）文化环境

文化环境是创意产业发展的孕育土壤，一个城市良好的文化环境有利于创造性思维的培养。对于文化环境的量化度量是个难题，但通过观察城市的文化特质不难发现：拥有优秀文化环境的城市往往也是旅游业较为发达的城市。无论是伦敦、纽约，还是米兰和巴塞罗那，

^① 本报告实证将科技研发和知识产权合并为一个变量，即研发投入。原因在于若一个城市的研发投入高，专利数往往也高，二者会出现高度的相关性（共线性）。

这些优秀的文化创意城市往往都拥有良好的文化历史环境，同时也是游客向往的旅行目标城市。所以本报告使用城市的旅游接待人数来衡量一个城市的文化环境的好坏。

（3）人力资源

创意产业是人力资源密集型的产业，需要的是创新和不断涌现的新奇想法。人才是智力资源的载体，也是创意产业发展的根本保证。一个好的城市环境可以不断地吸引人才，为创意的集聚提供动力。本报告将城市的总就业人数除以城市建成区面积，得到“就业密度”变量来衡量一个城市的人力资源状况。

（4）研发投入（科技研发和知识产权）

创意产业集聚是以知识与信息的高效转移以及产品聚集的创新，通过新的想法和形式来吸引消费人群的。城市的创新偏好，或者说是对创新的投入力度，形成一个城市创新文化的特质，一定程度上将影响创意产业的集聚程度。因此，本报告将城市的研发投入作为解释变量，以此来考察科技研发和知识产权对创意产业集聚的影响效应。

（三）模型设定

为了加大样本数量，提高实证研究的有效性，本报告选取的研究对象不只限于上海。根据数据的可获得性，我们选取了国内另一个创意都市北京，以及国际创意都市伦敦进入我们的考察样本。本报告所用的数据是平衡面板数据而非横截面数据和时间序列数据，其好处主要是可以消除非观测因素，增加变量自由度，减少解释变量之间的共线性，有效地控制样本异质性（heterogeneity）。依据 Cobb-Douglas 生

产函数，设定模型如下：

$$\ln(C_den_{it}) = \alpha + \beta \ln(G_den_{it}) + \gamma \ln(L_den_{it}) + \delta \ln(RD_{it}) \\ + \varepsilon \ln(Tra_{it}) + u_{it}$$

方程中， i 表示城市， t 表示时间年度； C_den 表示城市的创意产业集聚（Creative GVA/area），为每个城市的创意产业增加值除以城市建成区面积，是被解释变量； G_den 表示城市经济密度（GDP/area）为每个城市的 GDP 值除以城市建成区面积； L_den 表示城市就业密度（Labor/area），为每个城市的就业人数除以城市建成区面积； RD 为城市研发投入，是每个城市 R&D 年度经费投入值； Tra 为旅游人数（Travelers），为每个城市的年接待旅游人数，是可以最直接用以衡量一个城市文化环境优劣的变量。 a 为截距， u_{it} 为复合误差项；所有变量都取对数形式。关于产业集聚的研究一般都会加入资本投入变量，而本项目并未加入这一变量。一方面原因是受到数据来源的限制。另一方面原因是以往的研究都将固定资产投资作为资本密度，但创意产业却有其特殊性，它属于知识密集型行业或者说是人才密集型行业，需要的主要是新的想法与形式而非资本，而且大部分创意企业都属于轻资产型公司，固定资产占比较少。

（四）数据来源与统计分析

本项目重点研究上海创意产业集聚状况，鉴于数据较少（无论是横截面还是时间序列数据），单独实证并不合适，因此本项目加入北京和伦敦两大创意都市的面板数据，可以更好地研究城市经济宏观因素对创意产业集聚的影响。数据的时间跨度为 2007~2012 年。

上海和北京的数据来自《上海市统计年鉴》与《北京市统计年鉴》。上海创意产业 2007 年和 2008 年的数据来自上海文化创意协会发布的信息，后几年的数据来自市政府的《上海市文化创意产业报告》。北京创意产业的数据来自《北京市统计年鉴》“新型产业”栏目。

伦敦城是大伦敦（Greater London）的概念，包括伦敦内城（inner city）和伦敦内城外所包含的市郡。伦敦创意产业的数据来自英国文化部发布的《创意产业评估报告》（Creative Industries Economic Estimates, 简称 CIEE）^①。伦敦城的其他数据来自英国统计局网站 ONS（Office for National Statistics）。

变量统计分析见如表 2 所示。

表 2 变量统计分析

Variable	Mean	Std. Dev	Min	Max
Creative GVP density (C_den)	143.59	33.75	81.89	227.26
City GDP density (G_den)	1525.92	388.15	799.71	2020.7
Labor density (L_den)	742.60	325.34	309.99	1116.9
R&D expenditure (RD)	519.44	239.39	284.6	1063.4
Travelers (Tra)	170.67	45.012	108.76	258.94

（五）实证结果与结论分析

用计量软件 Stata.11 进行面板数据回归分析。面板模型分别选择了固定效应模型、随机效应模型和极大似然估计法，同时还进行了混合 OLS 估计，实证结果如表 3 所示。

^① CIEE 报告了英国创意产业增加值的总和，未报告英国各个城市的创意产业增加值。但 CIEE 报告了英国各个城市的创意企业数量，伦敦的占比为 35%。考虑到 CIEE 的统计是基于创意企业上报的统计数据，且创意企业的规模以中小型为主，规模差异较小，所以伦敦的创意产业增加值按照英国创意产业增加值的 35% 计算。

表 3

回归统计分析

面板模型选择	因变量（创意产业集聚密度 Creative density）			
	固定效应(Fe)	随机效应(Re)	极大似然估计	混合 OLS
经济密度 (G_den)	0.465 (0.424)	0.835*** (0.059)	0.835*** (0.050)	0.835*** (0.059)
就业密度 (L_den)	0.206 (1.131)	0.075*** (0.023)	0.075*** (0.020)	0.075*** (0.023)
研发投入 (RD)	0.587 (0.220)	0.325*** (0.055)	0.325*** (0.046)	0.325*** (0.055)
旅游人数 (Tra)	0.009 (0.109)	0.025 (0.083)	0.025 (0.070)	0.025 (0.083)
R-squared	0.4242	0.9756	Prob (0.000)	0.9787

注：***、**、* 分别表示 1%、5% 和 10% 显著性水平。

从回归结果可以看出，固定效应模型的回归结果与其他模型的估计结果有所差异，虽然系数符号为正，但变量统计不显著。豪斯曼检验结果的 P 值为 0.45，不能拒绝原假设，建议使用随机效应模型。所以我们主要参考随机效应模型和其他模型的实证结果。同时也可以看出，随机效应模型与混合 OLS 以及极大似然估计的系数估计值相同，不同点主要体现在标准差。

回归结果显示，经济密度变量统计显著且符号为正，符合我们的预期，即一个城市的经济情况越好，创意产业集聚程度就越高。随机效应模型的结果显示，提高城市经济密度一个百分点，可以带动创意产业集聚增长 0.74 个百分点。这说明城市整体经济对创意产业集聚发展的影响较大，也说明了为什么世界创意之都通常也是世界经济大都市。

就业密度变量统计显著且符号为正，即城市就业密度的提升对创

意产业集聚有积极影响。者说明了一个城市的人才资源对于发展创意产业的重要性，只有不断提升人才吸引力，才会不断为创意产业注入活力；也从侧面说明了一个城市的就业情况越好，对于创意产业集聚贡献度就越高。

研发强度变量统计显著且符号为正，完全符合我们的预期，即一个城市的研发投入越强（创新倾向越高），创意产业集聚程度就越高。创意产业发展本身也需要大量的研发投入，所以大力提倡城市的创新文化、打造创新性城市对于创意产业集聚发展的影响是积极的。

从文化环境的回归结果来看，虽然符号为正，但模型的统计结果并不显著。这说明了一个城市的创意产业集聚可能并不主要受到旅游吸引力的影响，更多的是本身文化环境的潜在影响。正如前文所述，文化环境可能只是人们心里认可度的潜在变量，量化分析有一定难度。但文化环境毕竟与创意产业发展息息相关，所以作为一个控制变量进入模型是较为合适的。

五、 主要结论、存在问题及政策建议

（一） 主要结论

结论一：产业集聚可以带来规模效应，降低信息成本，提高创新能力，促进技术进步，加快城市发展。有步骤地推动上海文化创意产业集聚有利于优化上海城市的产业结构，加快产业升级，提高城市竞争力，促进上海经济又快又好地发展。

结论二：上海文化创意产业集聚发展主要分为都市工业园的伴生形态、中心城区圈层的裂变形态和“人”字形的多轴延展形态三种形态。上海文化创意产业集聚的空间结构主要有以苏州河、黄浦江和内环线为界形成的文化创意产业集聚块；在苏州河沿岸形成的文化创意产业

集聚带和在高校周边形成的文化创意产业集聚点等。上海文化创意产业集聚的模式主要有市场需求型集聚模式、政府主导型集聚模式和两者协同型集聚模式，它们在推动上海文化创意产业向更高目标发展方面发挥着积极的作用。

结论三：上海文化创意产业集聚的效应，主要有四种：（1）群聚效应。主要表现为入驻企业和人才数量、游客和购物者人数逐年增加；（2）产业链效应。主要是通过产业集聚，使企业成为休戚与共的命运共同体，从而推动整个产业的联动发展；（3）放大效应。主要表现为提高投资效益、拉动周边经济发展、带动就业和产业升级等；（4）技术成果溢出效应。主要通过产业集聚使技术成果在尽可能短的时间内得以扩散和传播。

结论四：上海文化创意产业集聚离不开创意消费市场。离开了创意消费市场，文化创意产业集聚就成了无源之水，无本之木，就会失去生机和活力。因此，培育创意消费市场，特别是文化消费市场，是推进文化创意产业集聚的重要一环。只有依托强大的文化消费市场，上海文化创意产业集聚的空间才会足够大，后劲才会足够足。

结论五：上海文化创意产业集聚必须依托于城市强大的经济力量和人才资源。城市经济只有发展到一定阶段，才能促使经济结构向更高层次调整，文化创意产业才会有快速上升的空间。文化创意产业是人才密集型产业，人力资源是文化创意产业集聚的关键要素。文化创意产业集聚是人力、物力和财力的集聚，更是智力、科技力和创造力的集聚；文化创意产业集聚区的比拼是人力、物力和财力的比拼，更是智力、科技力和创造力的比拼。所以，提高城市创新水平，提高创

新投入，提倡创新性文化是推进上海文化创意产业集聚的关键。

结论六：提高上海文化创意产业集聚度，既要继承和发扬传统文化和本地文化；又要增强文化的包容性、异质性和多元性，要通过弘扬民族文化，加强国际合作与交流，使不同的文化能够相互碰撞、相互融合、相互促进，从而推动上海文化的大繁荣、大发展、大提升。

（二）上海文化创意产业集聚区建设存在的主要问题

1.文化创意产业集聚区行业结构不够合理

研究发现，上海创意型企业主要集中在研发设计行业。前四批 75 家市级挂牌文化创意产业园中研发设计类有 40 家，占 50% 以上。2011 年研发设计行业实现总产值 2 646.85 亿元，占全市文化创意产业总产值的 42.3%。但是文化创意产业领域中的文化传媒和时尚消费行业相对较弱。资料显示，在前四批 75 家市级挂牌文化创意产业园中文化传媒类有 15 家，占 20%；时尚消费类有 16 家，占 21%。2012 年媒体业总产值 433.39 亿元，增加值 143.82 亿元，增长率比上年略有下降。可见，文化传媒和时尚消费行业的总体发展水平还不高，规模经济效应也不是很明显。在国家推行文化强国战略、消费拉动经济的大背景下，如何充分利用市场资源，促进文化传媒和时尚消费两大行业的发展是优化文化创意产业集聚区行业结构、推进上海文化创意产业发展亟待解决的一项紧迫课题。

2. 文化创意产业集聚区国际知名度不够高

上海作为国际化大都市，城市知名度很高，但文化创意产业集聚区及品牌的国际知名度却不太高，这与上海的国际地位很不相称。造

成这种状况的原因有以下几点：（1）企业规模不够大，入驻园区的创意企业缺乏国际知名企业。（2）创新能力不够强，仍然处于学习模仿阶段，创意产业集聚区自主品牌较少，且缺乏知名度和影响力。（3）人均产值不够高。文化创意产业产值占 GDP 的比重，上海与北京、伦敦不相上下，而且上海和北京文化创意产业人员的就业密度比伦敦还要高，但人均产值却远低于后者。（4）知识产权保护力度不够强。因为担心研发成果被剽窃，企业更愿意模仿或仿制国外的文化创意成果，而不愿意自主研发。

3. 文化创意产业集聚区功能定位不够准

上海文化创意产业集聚区规划的初衷是吸引文化创意型企业入驻，提高上海的文化创意产业水平。但从目前创意集聚区的发展情况看，多是以游览观光和餐饮消费为主的休闲娱乐区，其餐馆、咖啡馆和商业零售的入驻门店要远远大于创意企业的入驻数量。此外，上海创意集聚区多位于城市中心地带，园区租金过高，不利于吸引创意企业，特别是中小创意企业的集聚发展。这说明在规划上上海对文化创意产业集聚的空间布局和形态设计等思路还不够清晰，功能定位还不够准。

4. 文化创意产业集聚区建设政府管理、服务不够到位

（1）在管理上，条块分割，职能多头。创意产业涉及研发、教育、生产三大环节，既是经济与文化的融合，又是先进制造业与现代服务业的融合，是一个跨部门、跨行业的产业。对这一新兴产业的管理，上海市还延续着以往传统的条块分割的管理模式，造成职能多头、推诿扯皮、关系不顺、管理不力。

（2）在服务上，扶持创意产业集聚发展的公共服务体系尚未形成。

如在建立创意产业发展基金会，培育上海创意产业行业协会，建立各种以信息咨询、统计评估、成果推广为服务内容的中介组织，以及在投融资、税收等优惠政策方面，都跟不上创意产业集聚发展的形势。有的区虽然制定了相关政策，但都是以高新技术企业为参照对象，扶持指向模糊，针对性和可操作性不强。

（三） 推进上海文化创意产业集聚区建设的政策建议

1. 优化文化创意集聚区的行业结构

上海文化创意产业集聚不能只依托于研发设计行业，应该促进文化传媒和时尚消费行业快速发展。要不断刺激居民文化消费，多利用国家对文化创意产业的优惠政策，统筹各类资源，加强协调配合，共同推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务的发展，实现文化创意产业的百花齐放。要根据不同地区实际和不同产业特点，鼓励打造特色产品；提倡文化创意产业集聚的多样化、差异化发展，提高其与其他行业的融合度。

2. 提高文化创意产业集聚区的国际知名度，打造本地创意品牌

要提高上海文化创意产业集聚区的国际知名度，就要加强自我创造，不断推出具有国际品牌效应的创意产品。要实现这一目标，就要做到以下几点：一是注重学习国外创意产品的流行思路，把握行业前沿，但不能一味模仿。二是努力增强文化创意产业集聚区的培育功能，争取培养一批具有核心竞争力的创意企业，形成一批拥有自主知识产权的产品，打造一批具有国际影响力的品牌，建设一批特色鲜明、融合发展的集聚区。三是不断完善文化创意产业集聚区的公共服务体系。

可以探索建立文化创意产业发展基金会，对有发展潜力的品牌进行资金补贴；培育文化创意产业行业协会，建立各种以信息咨询、统计评估、品牌推广为服务内容的中介组织；加大国际交流，借助交流机会大力宣传上海文化创意的品牌产品等。四是提升文化创意集聚区的人才吸引力，加强创意人才的培养。要进一步加大创意教育投入，加强创意人才队伍建设，完善创意人才招聘、管理和激励机制。积极推进产学研用合作培养人才，鼓励创意企业与普通本科高校、职业院校及科研机构共同建立人才培养基地，合作培养复合型的创意人才。

3. 明确文化创意产业集聚区的功能定位

第一，要使文化创意产业集聚区成为转型升级的示范区。转变经济发展方式，推动经济转型升级是我市今后一个时期的重要任务。文化创意产业集聚区作为我市文化创意产业发展的大平台、新高地，不仅自身要高起点发展，而且要在示范、带动周边地区和相关产业的转型升级上发挥更大的作用，这是上海市委、市政府大力推进文化创意产业集聚区规划建设意义所在，也是衡量文化创意产业集聚区规划建设成败得失的关键所在。文化创意产业集聚区规划建设要以推动经济转型升级为首要任务，每个集聚区都要紧密结合当地实际，确定不同的功能定位，集聚一批龙头骨干企业，带动当地主导产业的提升发展。

第二，要使文化创意产业集聚区成为科技创新的引领区。高层次、高水平的文化创意产业集聚区，必然也是科技和人才的集聚区。文化创意产业集聚区要充分发挥科技人才的集聚功能，引进培养一批科技人才，提高自主创新能力。同时，要充分发挥科技成果的孵化功能，

培育高新技术产业，打造核心竞争力。可以说，能否引领当地主导产业的技术进步、提升整个产业链的技术水平，是衡量文化创意产业集聚区建设的一个重要标准，也是推动创新型城市建设的一个重要方面。

第三，要使文化创意产业集聚区成为绿色发展的先行区。绿色发展是大趋势、硬约束，绿色产业和绿色经济越来越受到国际社会的广泛关注。我国也把新能源、清洁能源和节能环保产业作为调整产业结构、转变经济发展方式的重要突破口。上海人多地少，环境容量小，资源能源匮乏，减排压力很大，决不能再走“先污染、后治理”的老路。文化创意产业集聚区规划建设能不能实现绿色发展，决定着其有没有可持续发展能力。因此，文化创意产业集聚区应当是发展绿色产业和循环经济的典范，是推动生态文明建设的重要力量。

第四，要使文化创意产业集聚区成为体制创新的实验区。上海市开发区、工业园区自设立以来，之所以在区域发展中能起支撑作用和带动作用，与体制机制的突破是密不可分的。同样，体制机制创新也是产业集聚区发展的生命力所在。因此，文化创意产业集聚区的规划建设既要积极借鉴开发区建设管理的模式经验，更要敢于先行先试，特别是针对集聚发展中存在的突出问题、体制障碍和政策瓶颈，要勇于创新，敢于突破，为全市经济社会的发展积累经验。最后，要使文化创意产业集聚区成为创意企业成长的良好载体，成为各类创意人才创新和交流的平台，成为中外游客青睐的旅游胜地，成为传播城市文化、打造上海品牌形象的一张名片。

4. 使政府对文化创意产业集聚区建设的管理、服务到位

要完善管理体制和服务体系，做到少一些管制，多一些服务，为

创意产业集聚搭建信息共享平台，提供各类服务保障，创造各种便利条件。

(1) 要营造良好的外部环境。创意产业是知识密集型产业，是知识分子创业的首选。上海市各级政府应该适当放松管制，减少行政干预。具体地说，就是要减少审批环节、降低公司设立门槛，鼓励知识分子创业，为创意企业集聚打造良好的外部环境。

(2) 要及时公布市政府对创意产业集聚发展的政策，发布创意产业园区的招商引资情况，向有意投资创意产业的个体和企业提供详细信息等。

(3) 要推动一批重点文化创意人才实训基地建设，实施文化创意人才培养，针对不同类型的创意产业培训不同的人才，并输送到各个单位，以提高创意人才质量。

(4) 要加大对文化创意产业集聚区的宣传力度，深入开展各类宣传推广活动以及区域或行业特色活动，在高校、城市中心广场等人流集中的地方进行宣传教育，以不断提高市民的创新精神、创新观念、创新意识、创新能力和创新水平。

参考文献

-
- [1] Adam Brown, Justin O'Connor and Srar Cohen, Local music policies within a global music industry: cultural quarters in Manchester and Sheffield, *Geoforum*, 2000, 31, p.43-45.
- [2] Charles Landry, The creative city: a toolkit for urban innovations, *Earthscan Publications Ltd*, 2000.
- [3] Dodds K, Political geography I: the globalization of world politics, *Progress in Human Geography*, 1998, 22, p.595-606.
- [4] Dodds K, Political geography II: some thoughts on banality, new wars and the geopolitical tradition, *Progress in Human Geography*, 2000, 24, p.119-129.
- [5] Duranton G. and Puga D. Micro-foundations of Urban Agglomeration Economics, *Handbook of Regional and Urban Economics*, Vol.4, 2004, p.2063-2117.
- [6] Flint, Political geography: context and agency in a multiscalar framework, *Progress in Human Geography*, 2003, 27, p. 627-636.
- [7] Florida, Cities and the creative class, *City&Community*, 2003, 2(1), p.8-12.
- [8] Hawkins The Creative Economy-How People Make Money from Ideas Penguin Books, 2002.
- [9] Hutton, Thomas A.Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city, *Environment & Planning*, 2006, 38, p.1819-1841.
- [10] Joho Montgomery, Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration Part1: Conceptualising Cultural Quarters, *Planning Practice Research*, 2003, 18, p.293-306.
- [11] Richard, Creative Industries: contract between art and commerce, *Harvard University Press*, 2002.
- [12] Scott Allen, The Cultural Economy of Cities, *Basic Books*, 2000.
- [13] Yanwei CHAI, Shangyi ZHOU and Yunlong CAI, Recent progress of human geography in China, *Japanese Journal of Human Geography*, 2007, 59, p.2-22.
- [14]包晓雯、陈达舜: 上海文化创意产业集聚区的发展研究[J].上海城市规划, 2008年第3期。
- [15]波特: 国家竞争优势[M], 北京: 华夏出版社, 2002年版。
- [16]鲍枫、沈颂东: 文化创意产业竞争力评价与集聚水平的关系分析[J].当代经济, 2013年第1期。

-
- [17] 鲍枫：中国文化文化创意产业集群发展研究[D].吉林大学，2013年博士学位论文。
- [18] 曹阳：剖析外界对于上海文化创意产业发展的四大误区[J].中国创网，2012年第1期。
- [19] 曹海峰：文化创意产业的经济学意义分析[J]，甘肃社会科学，2007年第2期。
- [20] 陈倩倩、王缉慈：论文化创意产业及其集群的发展环境[J].地域研究与开发，2005年第10期。
- [21] 褚劲风等：上海城市与文化创意产业园区协调发展研究[J].中国人口资源与环境，2007年第6期。
- [22] 褚劲风等：地理学视野中的上海文化创意产业空间集聚[J].上海师范大学学报(自然科学版)，2008年第2期。
- [23] 褚劲风：上海文化创意产业空间集聚的影响因素分析[J].中国人口资源与环境，2009年第19期。
- [24] 褚劲风：上海文化创意产业集聚的地缘空间研究[J].上海经济研究，2009年第5期。
- [25] 段进：文化创意产业与长三角城市发展[J].规划师，2008年第24期。
- [26] 范霞：上海文化创意产业及其集聚发展研究[J].华东师范大学学报，2006年第12期。
- [27] 芳汀、苏荷：(SOHO) —旧城改造与社区—经济发展的典范[J].城市问题，2000年第4期。
- [28] 符韶英、徐碧祥：文化创意产业集群化初探[J].科技管理研究，2006年第5期。
- [29] 贺培育：美国文化创意产业园区模式探析[J].文化月刊，2010年第4期。
- [30] 何增强：推动上海文化创意产业发展的几点思考[J]，建筑与文化，2007年第8期。
- [31] 何增强：上海文化创意产业发展中的一些思考[J].同济大学学报(社会科学版)，2009年第1期。
- [32] 花建：产业丛与知识源:论文化创意产业集群区的内在规律和发展动力[J].上海财经大学学报，2007年第4期。
- [33] 惠宁：产业集群的区域经济效应研究[D].西安西北大学，2006年博士学位论文。
- [34] 孔建华：北京市文化创意产业集聚区发展报告研究[J].《中国特色社会主义研究》，2008年第2期。
- [35] 厉无畏、于雪梅：关于上海文化创意产业基地发展的思考[J].上海经济研究，2005年第8

期。

[36] 厉无畏、王如忠：文化创意产业:城市发展的新引擎[M].上海：上海社会科学院出版社，2005年版。

[37] 厉无畏、王慧敏：文化创意产业促进经济增长方式转变——机理 模式 路径[J].中国工业经济，2006年第11期。

[38] 厉无畏、顾丽英：文化创意产业价值创造机制与产业组织模式[J].经济学前沿，2007年第8期。

[39] 厉无畏、蒋莉莉：上海发展文化创意产业的优势环境分析[J].上海经济科学，2009年第6期。

[40] 李蕾：上海文化创意产业未来之路如何走[J].上海企业，2009年第11期。

[41] 连玮佳、李健：隐性知识传递对于我国文化创意产业集聚的影响[J].科学学与科学技术管理，2009年第5期。

[42] 邵培仁、杨丽萍：中国文化创意产业集群及园区发展现状与问题[J].文化产业导刊，2010年第5期。

[43] 王缉慈、王敬甯：中国产业集群研究中的概念性问题[J].世界地理研究，2007年第12期。

[44] 王雷：文化创意产业园区的发展瓶颈及突破路径[J].当代经济管理，2010年第7期。

[45] 王发明：文化创意产业集群化：基于地域根植性的理论演进及其政策含义[J].经济学家，2010年第5期。

[46] 王怀、栾峰：上海中心城区市属文化创意产业园区的发展绩效研究[J]，上海城市规划，2013年第1期。

[47] 王焱鑫：基于城市面板数据的文化创意产业集聚效应研究[J].商业时代，2010年第18期。

[48] 伍志鹏：基于涌现性的文化创意产业集群动力机制研究[J].北京交通大学学报，2007年第3期。

[49] 邢华：文化创意产业价值链整合及其发展路径探析[J].经济管理，2009年第2期。

[50] 虞雪峰：文化创意产业的集聚效应分析[J].华东师范大学学报，2007年第1期。

[51] 杨勇：市场潜能、聚集密度与旅游业空间集聚效应——基于2009年省际面板数据的实证研究[J].财贸经济，2013年第4期。

-
- [52] 张明龙：产业集群与区域发展研究[M].北京：中国经济出版社，2008 年版。
- [53] 张晓明、君昌龙、李平：国际文化产业发展报告（第二卷）[M].北京：社会科学文献出版社，2009 年版。
- [54]张艳辉：上海市文化创意产业关联效应的实证分析[J].中国软科学，2008 年第 3 期。
- [55] 周福铭：上海都市型产业发展的新亮点——上海文化创意产业集聚区现状调研之一[J].上海企业，2006 年第 7 期。
- [56] 朱英明：产业集群政策的切入点及路径[J].理论参考，2006 年第 9 期。

附录 A 前四批 75 家市级挂牌创意产业集聚区明细表

名称（集聚起始年份）	地址	所在区	建筑原名称	建筑面积（万平方米）	创意企业数	主要行业	集聚和投资主体
田子坊（1998）	泰康路 210 弄	黄浦	上海食品工业机械厂、上海钟塑配 2 件厂等六家工厂	2.13	100 多家	视觉艺术、工艺美术、室内设计	技术创作者自发集聚后，市经委和卢湾区政府支持，引进各方资金
创意仓库（1999）	光复路 181 号	闸北	四行仓库	1.8	25	城市规划、建筑规划、环境艺术	留美设计师刘继东改造
昂立设计创意园（1999）	四平路 1188 号	杨浦	远洋大厦	3.1	46	工业设计、建筑设计、城市规划	自发集聚，市政委、杨浦区指导
M50（2001）	莫干山路 50 号	普陀	上棉 22 厂、国毛 20 厂、春明粗纺厂等	4.1	108	艺术创作、艺术展览、时尚设计	艺术家自发集聚后，市经委牵头国内外知名设计单位设计
天山软件园（2002）	天山路 641 号	长宁	双鹿冰箱厂	2.5	72	软件开发、数字艺术、教育培训	市经委、长宁区政府牵头上海交大和白猫集团共同改造
乐山软件园（2002）	乐山路 33 号	徐汇	新丰色织厂	2.13	84		市经委、牵头上海交大共同改造
虹桥软件园（2002）	虹桥区 333 号	徐汇	经昌色织厂	1.4	100		市经委、牵头上海交大科技园有限公司改造
传媒文化园（2002）	昌平路 990-1000 号	静安	上海窗钩厂、航空设备厂	1.27	21	动漫艺术、影视制作、网络媒体	市经委和静安区政府支持
8 号桥（2003）	建国中路 80 号	黄浦	上海机车制动器厂	1.5	50 多	建筑设计、设计咨询、影业制作	卢湾区政府牵头，上海华轻投资管理有限公司、时尚生活策划咨询（上海）有限公司实施
卢维 700（2004）	黄陂南路 700-789 号	黄浦	上海织袜二厂	1.23	27	广告策划、商务咨询、时尚消费	市经委牵头、上海针织袜厂引入资金改造
时尚产业园（2004）	天山路 641 号	长宁	汽车离合器厂	2.5	72	软件开发、数字技术、教育培训	市经委牵头，长宁区和中国服装设计师协会改造
同乐坊（2004）	余姚路 2 号	静安	里弄工厂	1.93	16	时尚消费、文化休闲、艺术展览	市经委牵头，静安区政府立项，上海胜博华康投资有限公司投资
静安现代产业园（2004）	昌平路 68 号	静安	德加拉电器有限公司	0.14	20 多	建筑艺术、装潢设计、模型制作	市经委、静安区政府牵头，上海静工宏林投资发展有限公司投资
工业设计园（2004）	共和新路 3201 号	闸北	彭浦大山（现代烂尾楼）	0.93	22	工业设计、产品研发、建筑艺术	市经委、电气集团、闸北区和上海市北工业新区共同改造
张江文化科技创意产业基地（2004）	张江高科技开发区	浦东	浦东新区	10（规划 20）	80 多（规划 200 家）	影视制作、游戏软件、动漫制作	市经委和浦东张江高科技园共同打造
旅游纪念品产业发展中心（2004）	河南南路 33 号	黄浦	新上海城市广场大厦	3.5	37	艺术设计、旅游纪念品	市经委牵头，上海申豪投资有限公司和黄浦区商业网点管理办公室等单位投资

图 A1 上海市第一批授牌的创意产业集聚区

天地园	中江路 879 号	普陀	新建办公楼	2.03	软件设计、网络服务、数字技术	市经委和普陀区政府打造
逸飞创意街	锦严路 802 号	浦东	新建艺术园区	2.16	文化娱乐、艺术创作、时尚消费	市经委打造艺术家陈逸飞策划
车博汇	唐家弄路 35 号	浦东	汽油机厂	1.5	汽车娱乐、汽车展览、汽车设计	上期集团开发改造、上海弘基商业管理有限公司代理
海上海	大连路 950 路	杨浦	新建艺术区和地产开发	23.4	时尚设计、艺术创作、时尚展览	市经委打造
东纺谷	平凉路 988 号	杨浦	上海市纺织科学研究院	4.2	服装设计、纺织高新技术开发	上海纺织控股集团和杨浦区政府联合创建
旅游纪念品设计大厦	付家街 65 号	黄浦	人印八厂	1.54	纪念品设计、饰品设计、展览	市经委和黄埔区政府联合改造
通利园	周家嘴路 1010 号	虹口	仪电集团	1.52	航运设计、商务服务、文化休闲	市经委和虹口区政府改造
智慧桥	广灵四路 110 号	虹口	虹口建材厂和硫酸厂	1.4	动漫设计、游戏开发、设计产业	市经委和虹口区政府牵头
空间 188	东江湾路 188 号	虹口	上海无线电八厂	3	研发设计、文化传媒、网络服务	市经委和虹口区政府指导
德邻公寓	四川北路 71 号	虹口	信谊药厂	1.8	时尚消费、时尚设计、品牌展示	虹口区政府规划,上海鸿英物产发展有限公司投资改造
2577 创意大院	龙华西路 2577 号	徐汇	李鸿章主办的江南制造局	3	广告设计、教育培训、咨询策划	市经委、徐汇区政府指导,上海圣博华康投资管理有限公司投资
尚建园	宜山路 407 路	徐汇	原建材商场	3	时尚设计、建材设计、咨询策划	市经委、徐汇区政府指导,上海建筑材料有限总公司和时尚生活中心投资组建
尚街 LOFT	建国西路 283 号	徐汇	三枪成衣车间	4.01	服装设计、时尚消费、娱乐休闲	市经委和徐汇区政府牵头改造
X2 数码徐汇	茶陵北路 318 号	徐汇	亚华刷宝机械厂	1.3	软件设计、设计展览、娱乐休闲	市经委和徐汇区规划,上海数娱产业管理有限公司投资
合金工厂	灵石路 695 号	闸北	上海合金材料总厂	5.92	工业、多媒体设计、数字技术	市经委和闸北区政府推动,广东珠江投资有限公司投资

图 A2 上海市第二批授牌的创意产业集聚区

湖丝栈	长宁区万行渡路 1384 弄	长宁	上海最早从事丝绸加工的企业	0.7	影视广告产业链的创意产业
1933 老场坊	虹口区沙泾路 10 号	虹口	原上海工部局宰牲场	3.17	时尚发布、创意办公、休闲体验、娱乐总汇、配套餐饮
绿地阳光	虹口区西江湾路 500 号	虹口	上海绿地建设有限公司投资开发建设	1.3	室内装潢设计、建筑设计、广告设计、影视制作设计、环境艺术设计以及会展策划
优族 173 号	虹口区邯郸路 173 号	虹口	原上海电力建设修造厂，上海迅捷实业投资有限公司投资建设	2.5	咨询策划、软件开发、叫徐培训、出国留学、就业指导
新十钢	长宁区淮海西路 570 路	长宁	原上海第十钢铁厂		文化、会展、娱乐、休闲
华联创意广场	长宁区江苏北路 125 号	长宁	原海鸥酿造五厂	1	软件、设计、办公、商业
98 创意园	静安区延平路 98 号	静安	原上海电器厂		工业设计、媒体广告、工艺品产业
E 仓	普陀区宜昌路 751 号	普陀	城孚力机械厂的原汁	0.57	艺术、休闲
创邑河	长宁区万航渡路	长宁	20 世纪 30 年代日式厂房		多媒体产业、环境艺术设计、影视广告设计制作、视觉艺术、动漫、游戏软件设计
创邑源	长宁区凯旋路 613 路	长宁	大明橡胶厂	0.4	时尚艺术类
JD 制造	闸北区大宁路 71 号	闸北	原上海石油化工机厂	0.5	摄影拍摄、时尚表演、休闲中心
数娱大厦	徐汇区番禺路 1028 号	徐汇	新建		数字内容
西岸创意园	徐汇区徐虹中路 20 号	徐汇	汉森织造手帕长原址	1.82	以时尚媒体为主导

图 A3 上海市第三批授牌的创意产业集聚区

第一视觉创意广场	松江新北路 900 弄 682 号	松江	新建	占地 2 万	电影、美术设计、多媒体制作、广告、建筑设计、装饰工程	复旦大学上海视觉艺术学院与上海文广集团
原弓艺术仓库	仙霞路 295 弄 20 号	长宁	原弓美术馆	0.6 万	综合性艺术机构、多媒体、动漫	
临港国际传媒产业园	泥城镇南芦公路 1786 号	南汇	新建	712.5 亩	广告、传媒、影视、文化传播、咨询、会展服务	
古北鑫桥		长宁	上海低十四羊毛衫厂	12 万	艺术品展览展示和设计类	华宁汉森公司
静安创艺空间	康定路 1143 号	静安	五针织二厂	1.9 万	设计类、广告类	上海恒静房地产公司
SOHO 丽园	丽园路 501 号	卢湾		约 1 万	IT 信息咨询、创意企业	上海 8 号桥投资管理有限公司
时尚品牌会所	北翟路 163 弄 30 号	长宁		0.5 万	时尚艺术、服装设计、品牌发布	

物华园	物华路 73 号	虹口		6.7 万	研发设计创意、咨询策划创意	
建桥 69	通州路 69 号	虹口		0.54 亩	建设设计、策划咨询、润软件开发设计	千羽投资
聚为园	武夷路 351 号	长宁		0.53 亩	建筑设计、动漫广告设计、应是电子商务设计	
新兴港	大连路 1053 号	虹口		1.01 亩	建筑设计、策划咨询	
彩虹雨	北宝兴路 355 号	虹口		0.81 亩	咨询策划、软件设计	
文定生活	文定路 2.4 号	徐汇	钢铁厂	2.2 万	建材成果展示、建材设计、家居设计展示	上海建工房产有限公司和上海结杰汇业有限公司
金沙谷	真北路 1150 号	普陀	原为上海离合器总厂	2.3 万	区域商贸采购、专业展示	上海宏基商业经营管理有限公司
长寿苏河	长寿路 19 号	普陀	原上海减速机械厂	1.3 万		
SAV 越界	田林路 140 号	徐汇	上海金星电视机场	10 万	商务餐饮、商务办公，网络游戏、商务酒店、品牌展示	
外马路仓库	外马路 1178 号	黄浦	黄金荣的私家粮仓	0.4 万		
汇丰	喜泰路 239 路	徐汇		1.3 万	广告设计、多媒体制作、摄影棚	上海纺织集团等
智造局	蒙自路 169 号	黄浦	上海紫光机械厂	2.3 万	社区式工作、生活区	上海史坦舍商务服务有限公司
老四行仓库	光复路 1 号	闸北			时尚设计、影视传媒、广告策划、数字网络、摄影美术、动漫游戏、文化艺术、信息咨询	内设大学生创业园区
新慧谷	沪太路 799 号	闸北	新建	1 万	高新技术研发与服务	上海交通大学国家大学科技园
梅迪亚 1895	江浦路 627 号	杨浦		约 4 万	视觉传播、娱乐传媒	上海梅迪亚实业发展有限公司
中环滨江 128	翔殷路 128 号	杨浦		4.5 万	工业设计、软件设计、产品设计、包装设计	
名仕街	洛川中路 116 号	闸北	上海针织印染厂	4 万	服饰品牌策划、模特经纪、专业摄影	上海名仕街企业管理有限公司
3 乐空间	淮安路	静安	上海第九制药厂		信息传媒、广告设计	静工集团
孔雀园	南山路 99 号	闸北		1.37 万	工业产品设计、多媒体制作、软件开发、广告设计	
南苏河	南苏州河 1305 号	黄浦	元海上闻人杜月笙私家仓库	0.66 万	广告设计、IT 设计、产品设计	

图 A4 上海市第四批授牌的创意产业集聚区