

上海市创意产业集聚发展特点浅析

文/聂珂

一、引言

改革开放以来,中国为了追赶发达国家的工业化脚步,一直致力于制造业的发展,越来越多发达国家的企业将中国作为劳动密集型产品的制造地,中国逐渐成为了“世界工厂”。但随着中国城市化步伐加快,劳动力成本攀升,很多城市正在逐渐丧失发展大规模制造业的优势,处在了经济结构提升、经济体制转轨、社会结构转型、城市功能转换的关键时期。北京、上海、广州、深圳等经济领头羊城市正致力于对低端生产力进行转换调整,力求聚集新的高端的生产力。而在新的一轮发展中,这些城市无一例外地选择了“创意产业”这一高知识性、高附加值的产业作为其发展与转型的主要方向。

当前国际与国内对创意产业的界定尚未有明确定论,而创意产业的概念最初来自英国。英国1998年成立了以布莱尔首相亲任主席的“创意产业特别工作组(Creative Industries Task Force)”,该工作组于1998年及2001年两次提出的《创意产业图录报告》中对创意产业进行了定义及行业范围的划分。这两份报告将创意产业定义为“源于个体创意,技巧及才能,通过知识产权的生成与利用,而有潜力创造财富和就业机会的产业”。英国在1991年将创意产业归为文字创造、视觉艺术、舞台美术、音乐、摄影、时装六类。到1997年又增至十三类,范围扩大为广告、建筑、美术和古董市场、手工艺、设计、时尚、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、电脑软件、电视和广播。

因本文涉及上海市创意产业发展问题,所以文中所指“创意产业”的概念与行业划分都以上海市确定的内容为准。上海市根据产业的共同特征考虑分类范畴,并根据其与创意的相关程度,结合上海经济发展的现状及产业发展经验,给出了创意产业的定义和行业范围。上海创意产业具体是指以创新思想、技巧和先进技术等知识和智力密集型要素为核心,通过一系列创造活动,引起生产和消费环节的价值增值,为社会创造财富和提供广泛就业机会的产业,主要包括研发设计、建筑设计、文化传媒、咨询策划和时尚消费等五大类,并涉及诸多行业。

上海同北京、广州、深圳等多个同样以创意产业作为发展重点的城市相比,其创意产业的集聚发展特点极为显著。本文着重梳理上海创意产业集聚发展过程和集聚特点,为其他城市寻找可借鉴之处。

二、上海创意产业集聚区发展过程和现状分析

2005年4月28日,上海市经委为包括苏州河“创意仓库”、泰康路“田子坊”等占地30多万平方米的首批18家创意产业集聚区进行了挂牌,2005年11月30日又对第二批18家创意产业集聚区进行了挂牌。至2006年底短短两年间,上海市挂牌的创意产业集聚区已经从最初的18家发展到78家,年均增长率高达200%多,体现出上海各级政府和企业积极发展创意产业的高涨热情。

目前上海创意集聚区众多,无法一一涵盖,因此本文主要对以下5个最具代表性的创意产业集聚区进行分析比较,从地理位置、发展沿革、涵盖产业、主要业绩等几个方面进行梳理。这5个集聚区代表了上海创意产业的两个主要方面:科技含量较低的艺术设计类创意产业、科技含量较高的新型传媒、动漫游戏、影视后期制作等创意产业。

1) M50创意园(原上海春明艺术产业园)

地理位置: 位于普陀区莫干山路50号,占地面积35.45亩,建筑面积4.1万余平方米,保留了20世纪30年代~90年代民族纺织工业建筑50余栋。

发展沿革: 1999年,作为纺织厂的莫干山5号在产业转制中死亡,一批艺术家及画廊老板因其低廉租金及宽敞空间而在此落户。

2002年2月5日,被市经委命名为“上海春明都市型工业园区”。

2004年3月更名为“春明艺术产业园”。

2005年4月被上海市经委挂牌为上海创意产业集聚区之一,命名为“M50创意园”。

涵盖产业: 画廊、平面设计、建筑师事务所、影视制作、环境艺术设计、艺术品(首饰)设计。

主要业绩: 吸引了来自英国、法国、美国、瑞士、意大利、澳大利亚、德国、日本、以色列、加拿大、新西兰、委内瑞拉等14个国家以及国内十多个省市的艺术家入驻。出现了一批在国内与国际都有较高盛誉的画廊,如瑞士人劳伦斯创办的香格纳画廊和由意大利人乐大豆创办的比翼艺术中心。

成功举办2005上海国际服装文化节、2005时尚之夜、Creative M50、法国工商会、中国传统节日乙酉中秋论坛、宝马车展、诺基亚及西门子产品推广等一系列时尚活动，使之成为苏州河边独特的人文景观，成为上海时尚文化新地标。

2) 八号桥

地理位置：卢湾区建国中路8⁻10号，占地11亩，建筑面积1万余平方米，前身为上汽集团所属“上海汽车制动器公司”共有20世纪50⁻80年代的厂房8栋。

发展沿革：2003年下半年，在市经委和卢湾区人民政府支持下，由上海华轻投资管理有限公司、时尚生活策划咨询（上海）有限公司共同实施对“上海汽车制动器公司”的开发、改建、招商、管理工作。按照中心城区旧厂房以旧修旧原则改建。

涵盖产业：建筑、家居、艺术、广告、软件、电影、出版、时装设计

主要业绩：吸引了一批著名的事务所入驻，例如加拿大多伦多的B+H建筑和室内设计事务所、日本的HMA建筑设计公司、法国F-emotion公关公司、中国香港导演吴思远的电影后期制作工作室、设计过上海金茂大厦的SOM建筑设计事务所等著名创意设计机构。

成功举办了法国文化周、澳大利亚旅游节、上海国际时装文化节、顶级汽车推介会和超级模特大赛等重大活动。

园林设计中留出来很多“租户共享空间”。比如商务中心、员工餐厅、休闲后街、阳光屋顶、小花园等。这些互动空间使不同领域的艺术工作者和各种时尚元素可以互相碰撞，更能激发灵感和创意。

3) 田子坊

地理位置：位于卢湾区泰康路210弄。原为20世纪30年代典型的弄堂工厂群，由上海食品工业机械厂、上海钟塑配件厂等五家工厂组成。

发展沿革：1998年，卢湾区政府与街道办事处将因产业结构调整而使厂房闲置多年的泰康路定位为工艺美术品特色街，

1998年12月，一路发文化发展有限公司首先进驻

2000年初，英国女设计师克莱乐对弄堂工厂进行了重新设计。

2005年，泰康路艺术街浓郁的艺术氛围已从田子坊的老厂房蔓延到附近的石库门民居。该区域由著名艺术家黄永玉先生给起名为“田子坊”。

涵盖产业：艺术工作室、画廊、艺术品商店、古玩交易

主要业绩：陆续吸引了美国、日本、比利时、法国等18个国家以及国内其他省市近160家创意设计公司和工作室入驻。

国内知名艺术家陈逸飞、黄永玉、尔东强等均在此设立了工作室、艺术中心等。

此处每天都有各类画展、书展、收藏展、摄影展、雕刻展、音乐沙龙、时装发布会、中外歌舞表演、新潮的个人演唱会等吸引众多热爱艺术的观众。

4) 传媒文化园

地理位置：园区位于静安区昌平路990⁻1000号，前身为上海窗钩厂和上海航空设备厂，厂房为20世纪80年代新建造的，但因产业转型，两家工厂分别停产，濒临倒闭。现园区占地面积5300平方米，建筑面积12700平方米。

发展沿革：2001年7月开始，在市经委和静安区政府支持下，经过两年的分期改造，传媒文化园建成。

未来五年内园区将以筹建“中国新闻传媒大厦”（与人民日本合作项目）为核心，配套建立“上海文化交易市场”等多功能实体，构筑新闻生产中心和传媒运营中心、传媒产品物流配送中心、传媒活动举办中心、传媒人才培训中心和交流中心

涵盖产业：广告设计、网络媒体、卡通游戏、艺术摄影

主要业绩：吸引如中国卡通影视公司，指南设计（中国工业设计的知名企业），香港知名摄影制作公司JOIN·ART的入驻

5) 张江文化科技创意产业基地

地理位置：位于浦东区张江高科技园区内

发展沿革：2004年10月正式启动建设。

一期基地于2004年底前启动建设，2005年竣工投入使用。一期基地规划面积为10万平方米，位于浦东软件园三期区域。用于文化科技创意产业方面偏重技术的软件产品的研发和制作。

二期基地2005年中启动开发建设，2006年开始逐步投入使用。二期基地位于张江园区川杨河以南区域，规划面积20万平方米，主要用于发展文化创意产业及建立服务于产业发展的各类功能平台。

涵盖产业：动漫画、网络游戏的创意、设计、制作；高科技影视后期设计、制作，多媒体软硬件研发和制作，以及产品工业造型设计等。

主要业绩：截止目前，国内外重量级的网络文化企业纷纷落户基地，如美国艺电（EA）、盛

大网络、第九城市、网星游戏、CORE等游戏软件企业，以及矽幻科技、创新科技等电影后期制作企业等。涌现了大量原创知识产权的文化科技创意类作品，如盛大网络公司的游戏“梦幻国度”，第九城市公司的游戏“快乐西游”，以及SJS公司的动画作品“超级青蛙战士”和“少林小子”。

浦东新区政府、张江集团公司、上海电影艺术学院动漫学院等单位共同投资的公共性动漫研发增值平台已于2005年下半年正式启动。

中国美术学院上海设计艺术分院、上海电影艺术学院、上海戏剧学院创意学院（拟建）等高校的入驻，不仅使张江和基地的产学研体系更为完善，也源源不断的把文化创意元素注入基地，为提升基地科技创意水平和实现可持续发展提供了资源保证。

三、上海创意产业集聚发展特点分析

通过以上的梳理可以看出，上海市创意产业的集聚发展主要呈现以下几个方面的特点。

1) 市区政府是集聚的主要推进力量。

在5个集聚区中，市区政府先给出产业定位和支持政策，然后自然集聚形成的有3个，而一开始就由政府主导建立的有2个，可见市区政府的推动在上海市创意产业集聚方面所起作用不容忽视。以下列举几项上海市政府在创意产业集聚方面所做的努力。

2004年9月，为贯彻实施《上海实施科教兴市战略行动纲要》，上海市经委策划创建“原创设计工作室”活动，该活动得到沪上设计名家的积极响应，同时，全国其他地区的设计名家也纷纷申报。2005年2月18日，首批11家“原创设计大师工作室”正式授牌，其中有3家来自上海以外地区。同年举办首届“上海原创设计大师工作室沙龙”沙龙目的是为了体现大师及品牌的引领作用，交流开发原创设计经验，探讨创意产业经济发展之路，加快作品市场步伐。

2004年11月6日上海创意产业中心成立，2005年1月8日正式挂牌运行。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。

2005年4月28日开始到2006年底上海市共对78个产业集聚区进行了挂牌。根据上海市的规划，到2007年底，上海将形成70-80家创意产业园区，将聚集3000-5000家各种创意类的企业。可见原定目标已提前完成。

经上海市民政局和上海市社会团体管理局批准，上海市创意产业协会（SHANGHAI CREATIVE INDUSTRY ASSOCIATION）成立，是一家具有独立法人资格的社会团体。其主要作用为通过合作交流、咨询培训、中介服务、资质认证等，为会员开拓国内外市场服务；建立创意产业测评体系；促进创意产业知识产权保护、专利申请；维护会员合法权益。

2) 科技含量较小的艺术设计类集聚区多为老厂房改建后的自然集聚模式。

M50、八号桥、田子坊等以艺术设计类为主的产业集聚区多呈现出两个特点。其一，利用中心城区厂房的“以旧修旧”原则对老厂房进行改建；其二，创意工作者们以自然集聚方式聚集到此处。

1991年12月5日上海市人民政府首次发布，再根据1997年12月14日上海市人民政府第53号令修正并重新发布的《上海优秀近代建筑保护管理办法》中，明确规定了“反映上海城市传统风貌、地方特色的标志性建筑物、构筑物和街区”均为上海市需要保护的优秀近代建筑。而用于创意集聚区改造的建筑物或街区正是属于此类。

旧厂房、街区改建后一般具备几个特点：租金廉价（单位面积的租用本低廉）、外观时尚（古今结合、中西合璧）、内部空间宽敞、结构松散有序。作为艺术设计类的创意工作者往往需要大型、时尚且自由的空间与场所，改造后的旧厂房的这些特点正好符合创意工作者们的需要，因此会产生大量的艺术设计类创意人员的自然集聚现象。

3) 科技含量较高的传媒、动漫游戏、高科技影视后期制作等集聚区多为政府主导的产学研结合模式。

信息化时代的网络传媒、动漫游戏和影视后期制作等需要利用很多高科技手段，其知识含量要远远高于普通的艺术设计类产业，因此除相关企业的集聚外往往还需要具备研究开发能力的机构的支持，所以凡以此为发展核心的集聚区，多有政府主导建立园区并铺设产学研合作平台的特点。例如传媒文化园与张江文化科技创意产业基地都是以政府为主导确立园区发展的方向和目标，构架园区的整体发展蓝图和框架，然后再制定政策吸引相关行业的企业入驻。

传媒文化园所在的静安区有上海美术电影制片厂、中国动画学会、上海邦得动漫学院等国内动漫产业的龙头企业、行业协会和人才基地。张江文化科技创意产业基地中更是有中国美术学院上海设计分院、上海电影艺术学院、上海戏剧学院等文化艺术类院校进入。这些都为此类园区产学研合作平台的铺设和产业链的构建打下了良好的基础。

4) 利用创意产业集聚区带动时尚消费市场的扩大。

在上海市授予的“上海创意产业集聚区”中，因文章篇幅关系无法详尽介绍的一些集聚区本身就是以时尚消费产业作为其发展重点的。例如首次挂牌产业园区中的“同乐坊”有上海“兰桂坊”之称，是以特色酒吧、中西式餐饮、时尚展示发布、个性零售店等为其发展重点的。又如第二批挂牌的“海上海新城”是以生态居、创意Loft和创意商业街作为其发展重点，创意Loft引入比

SOHO更进一步的MO (Mobil Office) 概念, 领导时尚消费。

而并非以时尚消费为主导的其他集聚区中也有大量如M50、八号桥、田子坊这类融产业集聚和时尚消费为一体的区域。例如M50成功举办的2005上海国际服装文化节、2005时尚之夜、Creative M50、法国工商会、中国传统节日乙酉中秋论坛、宝马车展、诺基亚及西门子产品推广等一系列时尚活动; 八号桥成功举办了法国文化周、澳大利亚旅游节、上海国际时装文化节、顶级汽车推介会和超级模特大赛等重大活动; 而田子坊每天都有各类画展、书展、收藏展、摄影展、雕刻展、音乐沙龙、时装发布会、中外歌舞表演、新潮的个人演唱会。除此以外, 八号桥与田子坊区域内本身就设置有很多时尚店铺, 再加上这些区域中老建筑的改造风格独特, 也带动了“工业遗产旅游”这种在中国尚属新兴的时尚消费方式的发展。

四、 总结:

上海市作为中国创意产业发展的先行都市, 其集聚发展特点中众多方面都值得其他城市予以借鉴。首先, 从上海的发展经验中可以看出, 促进创意产业的集聚, 市区政府在整个规划和政策引导上的努力必不可少。其次, 根据产业特点不同可有意识地以不同的方式引导创意企业的集聚, 例如艺术设计等科技含量较低的产业可以利用旧厂房改造的艺术气息和低廉租金来吸引创意人员的自然聚集, 而网络传媒、动漫游戏、高科技影视后期制作等科技含量较高的产业可以利用政府资源建立产业园区, 选择相关研发机构较为集中的区域, 从宏观上把握产业链的构建。再次, 可利用创意产业集聚区带动周边的时尚消费需求, 最终形成以集聚区为中心的创意社区和时尚消费中心, 促进创意产品的市场增长。最后, 利用创意产业集聚区吸引创意人才, 并逐渐培育创意人才, 为达成城市产业结构的全面升级打下坚实基础(作者单位: 深圳职业技术学院)

相关链接

[论我国国家创新体系的组织柔性化转换](#)
[上海市创意产业集聚发展特点浅析](#)
[陕南突破发展战略中的产业结构调整思路](#)
[论建设工程项目全过程集成化管理](#)
[新低成本经济增长方式探析](#)
[市场经济导向下创新人才培养研究](#)
[论生态学思想对企业创新理论的渗透](#)
[我国企业品牌塑造与延伸存在的问题及对策](#)
[论“后股权分置改革时代”的政策导向和制度取向](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站, 所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料, 均为集团经济研究版权所有。

地址: 北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编: 100020 电话/传真: (010) 65015547/ 65015546

制作单位: 集团经济研究网络中心