

松江区文化创意产业发展特点研究

松江区统计局课题组¹

[摘要]文化创意产业作为高附加值和强影响力的优质产业,已逐渐成为国民经济和社会发展的重要动力。在我区转型发展的重要阶段,目前对文化创意产业的研究有其特殊意义。本文以“四上”文创企业数据为基础,结合问卷调查,使用动态偏离-份额等方法,对文化创意产业的概念界定、我区文化创意产业发展现状进行分析,得出结论显示,我区文化创意产业产出规模稳步增长,发展质量及利润率远高于第二、第三产业平均水平,我区特有的文化创意产业布局,形成了“靠拢中心片区,贯穿‘G60’走廊”的空间分布特点、“园区内集聚,园区外扩散”的园区内外分布特点和“立足第三产业,融合第二产业”的产业链分布特点。与全市文化创意产业相比,具有行业体量小、成长快。行业增长面高的特点。并得出结论建议,目前松江区文化创意产业虽然仍处在发展的初级阶段,但发展势头良好,经济效益高涨、产业渐具雏形,潜力资源丰富,发展后劲正在日益激发。建议加大对文化创意产业的政策支持力度,充分发挥松江大学城人才优势,有计划地组织文化创意产业相关培训和交流活动,打造地方特色,充分利用本土资源,抓住发展良机,在国家产业潮流中迎头赶上创新发展的步伐。

关键字: 文化创意 产业 特点

引言:党的十八届五中全会、中央经济工作会议、中央城市工作会议,多次提出经济结构、产业结构的改革和升级,《中共上海市委关于制定上海市国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》中,“文化产业成为重要支柱产业”被列为“十三五”时期经济社会发展的主要目标之一。《建议》提出,要推进创新发展,激发城市发展新动力。发展文化创意产业,符合上海特大型城市的战略部署和城市功能定位。作为上海近郊的重要区域,松江发展文化创意产业有其必要性和迫切性,也有其特定的发展潜力和地域优势。通过对我区特有的文化创意产业的产业布局的综合分析和评价,探讨松江文化创意产业的发展特点,为我区文化创意产业的发展 and 政策的制定提供数据参考和依据。

一、松江区文化创意产业的概念界定

清晰的概念界定是对产业分析研究的基础,本部分通过回顾该产业从注重文化、关注创意到文化创意产业概念形成的这一历程,在分析我国不同历史阶段的产业政策基础上,对比文化创意代表性地市及国家的发展脉络,从而得出本文在分析文化创意产业时所使用的概念界定。

(一) 文化创意产业的概念形成

阶段一: 偏重“文化”

2004年4月,国家统计局公布了中国《文化及相关产业分类》,将“文化产

¹课题组组长:潘永俭,课题组成员:邢勇、张经环,执笔:张经环

业”分为两类：“文化服务业”和“文化相关产业”。文化服务业包括核心层(新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务)和外围层(网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务)；文化相关产业则包括文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售。

在此阶段，各地区的文化创意产业政策基本是参照国家统计局的规定，缺少因地制宜的地区化文创产业政策制定。这一时期，文化创意产业，或者说文化产业，还处于按部就班“大一统”的发展阶段，主要由政府部门、事业单位等倡导，人民群众自发创作的积极性还相对不高，产业发展尚在引导阶段。书、报、刊出版业和广播电视制作业是这一阶段的文化创意产业典型行业。

阶段二：关注“创意”

2006年《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》首次使用了“创意产业”的概念。北京市统计局发布的《北京市文化创意产业分类标准》，首次使用了“文化创意产业”的概念，并对这一概念的内涵作了明确的阐释，即“以创作、创造、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群”。2009年国务院发布的《文化产业振兴规划》，将文化创意产业的发展提升到了国家战略层面，提出“文化创意产业要着重发展文化科技、音乐制作、艺术创作、动漫游戏等企业，增强影响力和带动力，拉动相关服务业和制造业的发展”。

在此阶段，北京、上海、苏州、杭州、厦门等文化前沿城市，文化创意产业发展氛围较为浓厚、第三产业增加值比重较高、有一定产业基础的创新型城市，开始制定本地区特色的文化创意产业政策。这一时期，文化创意产业链开始健全，从创意为源头、各类创意“工作坊”为载体、信息网络大发展为背景，音乐、艺术、动漫制作纷纷涌现，文化创意产业开始进入人民群众自发创作、自主发展时期。文艺创作、表演及演出服务业是这一阶段的文化创意产业典型行业。

阶段三：“文化”与“创意”融合

2012年发布的《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》强调，要“推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业”。“纲要”明确区分了“传统文化产业”和“新兴文化产业”。明确了“文化产业”和“文化创意产业”之间的关系，即文化产业包括“传统文化产业”和“新兴文化产业”，而新兴文化产业指的就是文化创意产业。在产业政策导向上，强调在发展传统文化产业的同时，加快发展文化创意产业。

在此阶段，京津地区、长三角、珠三角，以及川陕地区等，开始在国家宏观政策引导下，制定适合本地区发展实际的明晰的产业政策，以促进大力发展文化创意产业。这一时期，文化创意产业真正开始进入繁荣发展阶段，各地文化创意产业“百花齐放”，并取得了丰硕的成果，年度产出增速普遍保持在两位数以上高速增长。电子出版物出版业、计算机动漫设计服务业是这一阶段的文化创意产业典型行业。

(二) 文化创意产业的概念界定

不同国家和地区，在不同时期，文化创意产业的概念、范围等有着动态的发展和变化。

1、文化创意产业的定义

从国际看，典型国家的文化创意产业定义：

在世界的主要国家和地区，特别是发达国家的经济总量中，文化创意产业占

到了相当大的比重，部分发达经济体如英国的文化创意产业已成为本国经济的支柱产业，文化创意产业增加值已成为本国 GDP 的主要来源，达到 60%以上²。而美国以时代华纳、迪斯尼、新闻集团等为代表的文化创意产业增加值也达到了本国 GDP 的 20%左右³，带来的经济和社会效益、全球文化影响力更是不可估量。在世界范围内历时悠久的文化创意产业发展中，对文化创意产业的概念也有了不断科学化、清晰化的定义。

以文化创意产业占经济主导地位的英国为例，英国是最早提出“创意产业”定义的国家，创意产业工作组给出的定义是“源于个人创造性、技能与才干，通过开发和运用知识产权，具有创造财富和增加就业潜力的产业”。

以文化创意产业头号强国美国为例，与英国使用“创意产业”相比不同，美国采用“版权产业”（copyright industries）的概念，美国国际知识产权联盟（IIPA）采用由世界知识产权组织（WIPO）界定的四种版权产业分类：核心版权产业，交叉产业，部分版权产业，边缘支撑产业，分别作了定义⁴。

从国内看，典型地市的文化创意产业定义：

在我国，既北京、上海、杭州、深圳等大城市的文化创意产业在本世纪初已初露锋芒之后，各大中小城市纷纷在“十二五”以来大力发展，文化创意产业的概念定义和范围界定，也相应地在地区政策制定中逐渐得到了较为清晰的表述。以文化创意产业发展较为突出的北京市、上海市、苏州市为例：

北京市统计局、国家统计局北京调查总队联合制定发布的《北京市文化创意产业分类标准》，将文化创意产业定义为“是以创作、创造、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群”。

《上海市文化创意产业分类目录》中对文化创意产业的定义是：以人的创造力为核心，以文化为元素，以创意为驱动，以科技为支撑，以市场为导向，以产品为载体，以品牌为抓手，综合文化、创意、科技、资本、制造等要素，形成融合型的产业链，融合文化产业与创意产业发展的新型业态。

《苏州文化创意产业目录》将苏州文化创意产业定义为：以文化创意为核心，以创意为驱动，以科技为支撑，以市场为导向，以产品为载体，综合设计、研发、制造、销售、传播和使用等要素，形成文化创意和设计服务与相关产业融合发展的新型业态。

松江区文化创意产业适宜的定义：

根据上述例证可以看出，目前国内及英国对文化创意产业的界定中普遍清晰地认定创意在其中的重要作用，而文化输出大国美国则在定义中突出了“文化”的含义。本文认为，“文化”是基底，产业中的文化创意才是文化创意产业的核心，是文化创意产业认定的关键因素，而创意存在于所有的产业之中，所以文化创意产业涉及行业多，涵盖广泛。

因此，松江区文化创意产业采用涉及面相对更广的上海市文化创意产业定

² 世界银行网站 <http://data.worldbank.org>，OECD、国际货币基金组织等数据库

³ 同上

⁴ 美国对四种版权产业核心版权产业、交叉产业、部分版权产业、边缘支撑产业的定义分别为：核心版权产业，是指那些主要目的是为了受版权保护的作品或其他物品的创造、生产与制造、表演、宣传、传播与展示或分销和销售的产业。这些产业包括：出版与文学，音乐、剧场制作和歌剧，电影与录像，广播电视，摄影，软件与数据库，视觉艺术与绘画艺术，广告服务，版权集中学会。交叉版权产业，是指那些生产、制造和销售其功能主要是为了促进有版权作品的创造、生产或使用的设备的产业。这些产业包括：电视机、收音机、录像机、CD机、DVD机、录音机、电子游戏设备以及其他相关设备。交叉版权产业包括这些设备的制造与批发零售。部分版权产业，是指那些有部分产品为版权产品的产业。这些产业包括：服装、纺织品与鞋类，珠宝与钱币，其他工艺品，家具，家用物品、瓷器及玻璃，墙纸与地毯，玩具与游戏，建筑、工程和测量，室内设计，博物馆。边缘版权产业，是指那些主要目的是为了便于受版权保护的作品或其他物品的宣传、传播、分销或销售而没有被归为核心版权产业的产业。这样的例子有为发行版权产品的一般批发与零售，大众运输服务，电讯与因特网服务。

义,能给起步相对较晚的松江区文化创意产业的发展提供更宽松的空间和因地制宜的发展方向。

2、文化创意产业的范围

在一定意义上,文化创意产业的范围已经不同于一般的产业类别,而是突破了产业间的界限,以“文化”和“创意”为媒介渗透入多个不同行业,包括第三产业、第二产业,甚至第一产业的相关行业。

从国际看,部分国家的文化创意产业范围:

各国在推动文化创意产业发展的过程中,通常会列举本国文化创意产业的范围,例如英国定义的文化创意产业就包括广告业、设计业、电影、表演艺术、出版业等 10 余种产业;美国的版权产业包括了音乐、剧场制作、歌剧、电影与录影,电视机、电子游戏设备的制造与批发零售,室内设计、博物馆,电信与网络服务等主要产业群。

从国内看,部分城市的文化创意产业范围:

随着文化创意产业的大规模快速发展,在全国尚未统一标准的背景下,各创意城市对该产业的标准设计也参考了本地区的特色和优势。

在本世纪初,北京市统计局划定的北京地区文化创意产业包括:文化艺术;新闻出版;广播电影电视;软件、网络及计算机服务;广告会展;艺术品交易;设计服务;旅游休闲娱乐;其他辅助服务等 9 大类。同时随着社会经济的发展和产业政策的不断调整,在 2016 年最新版的《文化创意产业指导目录》中将文化创意产业各业态分为鼓励类、限制类和禁止类。其中,鼓励类为鼓励发展的业态,优先享受文化创意产业相关优惠政策;限制类业态在限定区域内或限定条件下不享受文化创意产业相关优惠政策,在限定区域和限定条件之外且符合首都功能定位的,可享受文化创意产业相关优惠政策;禁止类业态不享受文化创意产业相关优惠政策。

上海市为适应文化创意产业在本世纪以来,特别是“十二五”以来迅速发展,积极跟进修订完善文化创意产业分类标准,截止目前,最新一期《上海市文化创意产业分类目录》在 2013 年完成并使用。目录的第二部分“文化创意相关产业”将文化创意产业的涵盖范围突破了服务业的范畴,使“创意”成为文化创意产业的核心标准,扩展到三次产业中涉及文化创意的多层领域。

修订后的《上海市文化创意产业分类目录》根据《上海市文化创意产业发展“十二五”规划》制定,建立了科学、系统、可行的文化创意产业统计。《目录》在《国民经济行业分类》基础上,规定了文化创意产业的范围,适用于统计及政策管理中对文化创意产业的分类。在上述定义框架下,上海市的文化创意产业主要包括十一个分类,分别是媒体业、艺术业、工业设计业、建筑设计业、时尚创意业、网络信息业、软件与计算机服务业、咨询服务业、广告及会展服务业、休闲娱乐服务业和文化创意相关产业。

松江区文化创意产业适宜的范围:

对比多个国家和地区对文化创意产业的界定,上海市的产业目录相对较广,并紧跟当前文化创意产业发展的步伐,在 2013 年修订新增了时尚创意业,适时对产业定义和范围作出适时的调整。

因此,松江区文化创意产业采用上海市的目录范围可以更密切地联系产业发展的趋势,利用区域资源,发挥区位优势。

3、本文在分析中适用的文化创意产业的定义和范围

综上,文化创意产业定义:“以人的创造力为核心,以文化为元素,以创意

为驱动，以科技为支撑，以市场为导向，以产品为载体，以品牌为抓手，综合文化、创意、科技、资本、制造等要素，形成融合型的产业链，融合文化产业与创意产业发展的新型业态”。

文化创意产业范围：包含媒体业、艺术业、工业设计业、建筑设计业、时尚创意业、网络信息业、软件与计算机服务业、咨询服务业、广告及会展服务业、休闲娱乐服务业和文化创意相关产业等十一个门类。

以此，更广泛地涵盖文化创意产业的内容和行业，给起步相对较晚的松江区文化创意产业的发展提供更宽松的空间和因地制宜的发展方向。同时，逐步借鉴北京市对文化创意产业的分类式引导，在松江文化创意产业的发展变换中，更准确地定位不同经济阶段的发展重点、发挥地区发展优势。

二、松江区文化创意产业的发展特点

总体而言，松江区文化创意产业仍处在发展的初级阶段，在全市文化创意产业产出中的占比不高，占全区增加值比重(2016年10.9%)尚未达到本区重要支柱产业的水平，但在全市及全国文化创意产业蓬勃发展的背景和带动下，我区的文化创意产业也展现了良好的势头。近年来文化创意产业产出维持高增长，2016年文化创意产业增加值同比增长14.8%，增速比全区高出11.1个百分点，高于第二产业14.2个百分点，高于第三产业6.5个百分点。文化创意产业对全区的贡献力不断提升，且所涵盖行业逐步完善，文化创意产业企业资产总计、固定资产投资及相关投入显著提高，发展潜力正在日益激发。

(一) 松江区文化创意产业的发展外延特点

1、要素规模稳步增长

表1：2015年松江区规模以上文化创意产业企业分行业生产要素及增长情况
(万元、人)

	资产总计	同比%	固定资产合计	同比%	从业人数	同比%
合计	2924624	9.5	600053	2.0	21855	1.7
工业设计	452580	34.3	52578	-13.7	1853	-12.1
广告及会展服务	15821	62.8	1247	105.4	154	81.2
建筑设计	244393	13.4	23011	4.3	2572	11.3
媒体业	236473	11.4	85592	8.7	3664	-0.2
软件与计算机服务业	24166	15.0	4314	11.5	267	1.9
网络信息业	11139	-0.5	336	38.6	47	4.4
文化创意相关产业	898170	14.0	90264	8.5	9183	-0.8
休闲娱乐服务	368330	-3.3	243371	3.1	2052	4.0
艺术业	180425	2.7	46742	-2.8	1206	11.6
咨询服务业	493126	-4.9	52599	-3.0	857	23.1

规模以上文化创意产业企业2015年末资产总计292.46亿元，同比增长9.5%，实现了资产规模的较快增长。其中，从资产绝对量看，咨询服务业、工业设计、文化创意相关产业的资产规模居前列，分别为49.31亿元、45.26亿元和89.82亿元；从同比增速看，广告及会展服务、工业设计、软件与计算机服务业居前列，分别增长62.8%、34.3%和15.0%。

规模以上文化创意产业企业2015年末固定资产合计60.01亿元，同比增长2.0%，实现了固定资产规模的稳步增长，且增速低于资产总计，符合文化创意产业轻资产化、资金流动率高的发展特征。其中，从固定资产绝对量看，休闲娱乐

服务、媒体业、文化创意相关产业的固定资产规模居前列，分别为 24.34 亿元、8.56 亿元和 9.03 亿元；从同比增速看，广告及会展服务、网络信息业、软件与计算机服务居前列，分别为 1.1 倍、38.6%和 11.5%。

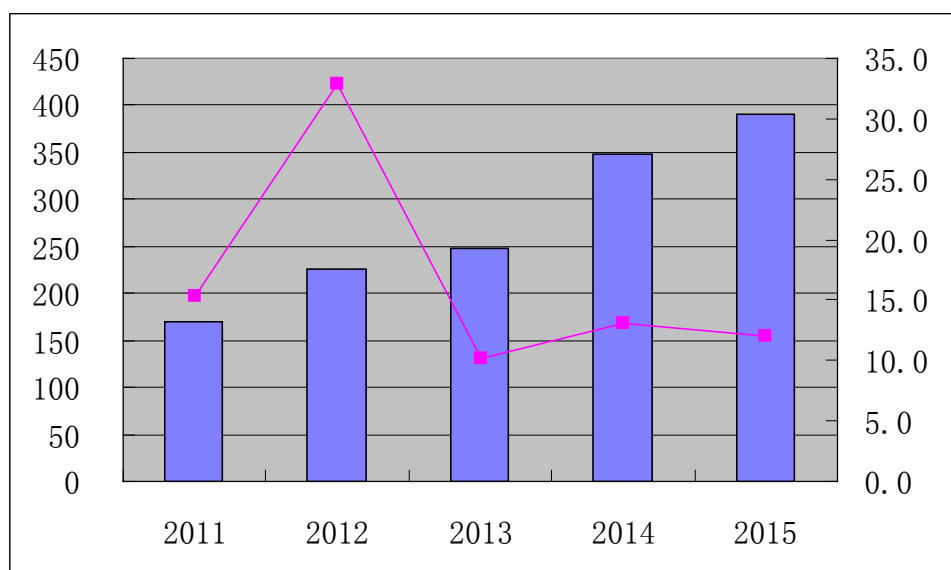
规模以上文化创意产业企业 2015 年末从业人员合计 21855 人，同比增长 1.7%，吸纳就业能力稳步提高。其中，从从业人员绝对数看，媒体业、建筑设计、文化创意相关产业的从业人数居前列，分别为 3664、2572 和 9183 人；从同比增速看，广告及会展服务、咨询服务、艺术业从业人员增长居前列，分别为 81.2%、23.1%和 11.6%。

综上所述：以欢乐谷、旅行社为代表的休闲娱乐服务业在松江区文化创意产业各门类中固定资产规模、从业人员均居前列，且实现了良好的增长，是风景优美、人文地理资源丰厚的近郊松江区发展文化创意产业的优势力量；以大型展览、自动化设计为代表的广告及会展服务、软件与计算机服务业规模尚小但实现了高速乃至成倍增长，是幅员广阔、可提供优质发展场地的近郊松江区文化创意产业的后劲动力。

2、产出规模快速扩大

从动态发展轨迹看，2011-2015 年间我区文化创意产业总产出保持了快速增长，产出规模持续扩大。

图 1：2011-2015 年松江区文化创意产业总产出及增长情况(亿元、%)



2011 年至 2015 年，松江区文化创意产业总产出稳定快速增长，由 2011 年总产出 169.97 亿元增长至 2015 年的 390.01 亿元，年均增长 23.1%，各年均保持在两位数以上增速。其中 2012 年在 2011 年较低的基数水平下实现了 32.8% 的爆发式增长，突破了 200 亿的产出关口，实现产出 225.79 亿元，作为上海市郊文化创意产业发展薄弱区域，产出增速高于全市 21.2 个百分点，占上海市文化创意产业总产出 4.1% 的比重实属不易。之后 2013-2015 三年间保持了两位数的增长，2015 年同比增长 12.0%，高于同期上海市 4.4% 的增速 7.6 个百分点。规模小、增速快，是松江区文化创意产业现阶段的发展特征。

从规模以上企业看，文化创意产业逐渐发展壮大，2015 年产出增速、产业覆盖面均向好发展。

表 2：规模以上二、三产业各行业文化创意产业企业分布情况

	规模以上企业数 (个)	其中：文化创意产业企业数 (个)	占 比%
总计	2214	183	8.3
房地产业	241	0	0.0
社会服务业	260	72	27.7
工业	1280	79	6.2
建筑业	134	18	13.4
批发零售业	225	14	6.2
住宿餐饮业	74	0	0.0

2015 年末全区包括第二产业、第三产业在内的规模以上企业共计 2214 家，2015 年产出总计 4675.31 亿元，其中文化创意产业企业 183 家，2015 年产出 168.96 亿元，占比 3.6%，比上年同期提高了 0.1 个百分点。2015 年规模以上文化创意产业企业产出同比增长 11.7%，快于规模以上二、三产业企业产出⁵3.8 个百分点。

2015 年纳入统计范围的 2214 家规模以上二、三产业企业中，文化创意产业企业有 183 家。有四个行业门类含有文化创意产业企业，分别是服务业、工业、建筑业、批发零售业，含有文化创意产业企业数分别为 72 个、79 个、18 个、14 个，在所属门类中占比分别为 27.7%、6.2%、13.4%、6.2%。

（二）松江区文化创意产业的发展内涵特点

1、从发展质量看，文化创意产业企业利润率大幅高于其它企业

文化创意产业规模以上企业 2015 年实现利润 19.72 万元，比上年同期增长 60.7%，快于全区第二、第三产出规模以上营业利润增速 35.2 个百分点。

表 3：2015 年规模以上文化创意产业分门类营业利润情况（万元）

	营业利润 本年实际	营业利润去年 同期	利润 占比%	同比%
总计	197239	122702	100.0	60.7
工业设计	21476	17891	10.9	20.0
广告及会展服务	3968	1129	2.0	251.5
建筑设计	6971	7349	3.5	-5.1
媒体业	-205	1972	-0.1	--
软件与计算机服务业	1934	1114	1.0	73.6
网络信息业	283	175	0.1	61.1
文化创意相关产业	140518	106757	71.2	31.6
休闲娱乐服务	5547	-1192	2.8	--
艺术业	-7797	-5214	-4.0	--
咨询服务业	24545	-7280	12.4	--

分门类看，工业设计、文化创意相关产业、咨询服务业，是重要的利润来源，占规模以上文化创意产业利润的比重分别为 10.9%、71.2%和 12.4%；从增长速度

⁵ 第二产业、第三产业各行业产出计算方法：建筑业产出=建筑业产值+应交增值税；工业产出=工业产值+应交增值税；房地产业产出=营业收入；批发零售业产出=营业收入-营业成本+应交增值税+营业外收入-营业外支出；住宿餐饮业产出=营业收入+应交增值税；社会服务业企业产出=营业收入+应交增值税

看，工业设计、软件与计算机服务业、网络信息业、文化创意相关产业，都表现出了强劲的发展势头，增速分别为 20.0%、73.6%、61.1%、31.6%，广告及会展服务利润占比较小，同比则增长了 2.5 倍之多。

2、从发展效率看，规模以上文化创意产业劳动生产率稳步提升

按产出计算的劳动生产率，文化创意产业规模以上企业同比增长 9.9%。2015 年文化创意产业规模以上企业劳动生产率为 77 万元/人，即按每人每年计算，文化创意产业每人每年产出比上年同期产出高出 7 万元。

表 4：规模以上文化创意产业分行业劳动生产率情况（万元、人、万元/人）

	2015 年 产出	2015 年人 数	劳动生 产率	同比%	2014 年 产出	2014 年人 数	劳动生 产率
总计	1689595	21855	77	9.9	1512076	21486	70
工业设计	304285	1853	164	18.2	293001	2109	139
广告及会 展服务	19816	154	129	-8.8	11999	85	141
建筑设计	144329	2572	56	-7.2	139672	2310	60
媒体业	192528	3664	53	32.5	145571	3670	40
软件与计 算机服务 业	21648	267	81	3.4	20552	262	78
网络信息 业	11922	47	254	2.8	11104	45	247
文化创意 相关产业	816288	9183	89	13.5	725097	9255	78
休闲娱乐 服务	76795	2052	37	4.6	70584	1973	36
艺术业	38896	1206	32	-1.6	35437	1081	33
咨询服务 业	63089	857	74	-13.2	59059	696	85

分门类看，工业设计、广告及会展服务、网络信息业，劳动生产率比较突出，属于用工效率较高的高产出行业，2015 年劳动生产率分别为 164 万元/人、129 万元/人、254 万元/人；从增长速度看，工业设计、媒体业、文化创意相关产业，劳动生产率都实现了较快的提升，增速分别为 18.2%、32.5%、13.5%。

（三）松江区文化创意产业的分布格局特点

一个地区要保持经济的持续增长，必须不断地进行产业结构的调整，推动产业结构想更高端、更优化的方向演进，中央经济工作会议多次强调要大力促进产业结构调整，优化和提升产业能级。而地区的产业布局在一定程度上即是产业结构在该地区的实证体现，因此，研究我区文化创意产业的分布格局能为我区的产业结构调整现状提供评价和印证。

1、从空间分布看，呈“靠拢中心片区，贯穿‘G60’走廊”的特点⁶

⁶松江区中心片区包括岳阳、永丰、方松、中山街道以及经济技术开发区，东北片区包括泗泾、车墩、

“靠拢中心片区”表现为：

松江区规模以上文化创意产业企业在空间分布上呈现出片区化特征。中心城区和东北片区基于历史发展优势，产出规模化程度高；西北片区、浦南片区则在西部科技园、‘G60’ 科创走廊等的建设和带动下，实现了产出的快速增长。

表 5：松江区文化创意产业分地区企业数、产出及增长情况（个、亿元）

	规模以上文创企业数	2015 年文创产出	同比%	占比%
总计	183	168.96	11.7	100
中心片区	79	69.72	11.0	41.3
岳阳街道	15	4.11	-0.4	2.4
永丰街道	9	7.03	16.3	4.2
方松街道	15	9.75	-2.1	5.8
中山街道	13	14.86	22.9	8.8
经济开发区	27	33.98	11.2	20.1
东北片区	68	69.55	8.6	41.2
泗泾镇	9	13.33	-11.2	7.9
车墩镇	11	14.31	19.2	8.5
新桥镇	27	28.63	15.4	16.9
洞泾镇	3	1.03	49.6	0.6
九亭镇	18	12.25	6.3	7.3
西北片区	23	18.19	20.0	10.8
佘山镇	9	8.99	4.1	5.3
石湖荡镇	4	3.38	10.4	2.0
小昆山镇	10	5.82	68.4	3.4
浦南片区	13	11.49	24.9	6.7
泖港镇	2	1.39	--	0.8
新浜镇	5	7.64	15.9	4.5
叶榭镇	6	2.46	-5.6	1.5

中心、东北两大片区 2015 年文化创意产业合计产出占全区 82.5%，是松江区文化创意产业的主要产出来源。2015 年中心片区文创产出 69.72 亿元，同比增长 11.0%，占全区文创产出的比重为 41.3%；东北片区文创产出 69.55 亿元，同比增长 8.6%，占全区文创产出的比重为 41.2%。

西北、浦南两大片区 2015 年文化创意产业产出增速分别为 20.0%、24.9%，高于全区 8.3 个、13.2 个百分点。虽然产出合计只占全区的 17.5%，但同比的快速增长使全区的产出比去年增加了 5.32 亿元，对全区产出增长的贡献力 30.0%。

“贯穿 ‘G60’ 走廊”表现为：

‘G60’ 科创走廊的两个重要节点，经济技术开发区、新桥镇，2015 年文创企业数、产出规模、增速均居全区前列。经济技术开发区企业 27 家，数量与新桥镇并列第一，产出 33.98 亿元，占比 20.1%，位列全区第一，增速 11.2%，略低于全区 0.5 个百分点；新桥镇文创企业 27 家，产出 28.63 亿元，占比 16.9%，

新桥、洞泾、九亭镇，西北片区包括佘山、石湖荡、小昆山镇，浦南片区包括泖港、新浜、叶榭镇

仅次于经济开发区，增速 15.4%，高于全区 3.7 个百分点。‘G60’ 科创云廊所在地新桥镇，辖内以上海佳豪船舶工程设计股份有限公司、上海电气石川岛电站环保工程有限公司为代表的文创企业，为全区文化创意产业的发展注入了崭新动力。

2、从园区内外分布看，呈“园区内集聚，园区外扩散”的特点

表 6：2015 年松江文化创意产业园区营业收入、税收及增长情况（亿元、%）

	2015 年营业收入	同比%	2015 年税收	同比%
园区合计	160.66	28.2	12.4	52.6
仓城影视	120	29.9	9.87	50
泰晤士	6.7	81.6	0.62	72.2
创异工坊	10	-40.3	0.5	19
叁零	21.16	96.7	1.27	86.8
时尚谷	2.8	64.7	0.14	64.7

“园区内集聚”表现为：

文化创意产业园区是松江区文化创意产业萌生的重要基地，也是本区文化创意产业发展的强大动力，园区产出增速远高于园区外文创企业。

经过多年发展，松江已经形成以工业设计、影视制作、时尚产业、休闲娱乐服务等为主导的文化创意产业集群，其中由上海市认定的 5 个文化创意产业园区，进入了上海文化创意产业园区目录，分别为“泰晤士文化创意产业园”、“上海仓城影视文化产业园区”、“创异工房”、“叁零·SHANGHAI 文化创意产业园”、“时尚谷创意园”5 个园区。

5 大园区依上海市、松江区针对文创园区的管理办法，享受相应的园区政策和优惠服务。截止 2015 年底松江文化创意产业园共计占地 570 亩，有 4000 余家企业入驻，从业人员超过 18000 人。2015 年文化创意产业园区营业收入合计 160.66 亿元，同比增长 28.2%，缴纳税收合计 12.4 亿元，同比增长 52.6%。其中规模最大的仓城影视园区，营业收入 120 亿元，同比增长 29.9%，缴纳税收 9.87 亿元，同比增长 50.0%，是本区影视服务类文化创意产业的代表集群，是园区营业收入和税收的最大来源。

“园区外扩散”表现为：

文化创意产业园区外，也存在着大量的文化创意产业企业，广泛分布在本区的各个街镇，且与园区文化创意产业企业主要为规模以下的小微型企业⁷不同，在全区 16 个街道、镇、经济开发区⁸，都有一定数量的规模以上文化创意产业企业，如表 5 所示。

3、从产业链分布看，呈“立足第三产业，融合第二产业”的特点

表 7：2015 年第二产业、第三产业主要行业中规模以上文创企业产出情况

	产出(亿元)	同比%	文创产出(亿元)	同比%	文创产出占比%
服务业	345.65	16.1	51.28	7.5	14.8

⁷ 本文中规模标准引用规模以上服务业企业标准，即：年营业收入在 1000 万元及以上或年末从业人数在 50 人及以上，居民服务、修理和其它服务业，文化、体育和娱乐业，年营业收入在 500 万元及以上或年末从业人数在 50 人及以上。

⁸ 依据 2015 年版《上海市统计分类标准与代码》，松江区共有 4 个街道、11 个镇和 1 个经济开发区，2016 年版新增 2 个街道。本文大部分数据引用 2015 年度数据。

工业	3624.53	3.8	95.04	14.8	2.6
建筑	239.36	2.2	9.21	-6.4	3.8
批零	85.49	8.6	13.42	23.5	15.7
总计	4295.03	4.7	168.96	11.7	3.9

文化创意产业已经贯穿于经济社会各领域、各行业，呈现出多向交互融合发展态势，在立足第三产业、发展壮大服务业的同时，链接第二产业，为第二产业的发展提供了创新发展的动力，体现出了一定的“溢出经济效益”。

如本文第一部分对文化创意产业的定义所指出的，文化创意产业以“文化”为元素，重在“创意”，其范围已突破了一般的产业界限，以“文化”和“创意”为媒介，渗透入了二产、三产等多个产业，带动了产业经济的创新创造和快速发展。整个产业的发展越来越融入实体经济的方方面面。而这也正是我国和世界其他国家政府都在倡导和鼓励的文化创意产业的常态化发展目标，具体政策如2014年3月国务院出台的《参与推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》明确了文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业融合发展的重点任务。我国文化创意产业的影响力和推动力越来越明显地体现在经济发展的各个方面，走向了和实体经济融合的道路。

从国际上文化创意产业发展的经验轨迹看，文化产业和相关产业融合实际上是发达国家文化产业的一个最突出特征，即经济学上的产业关联度，越是发达国家的文化产业和相关产业的关联度越高，和经济的其他部门及整个国民经济和社会发展的融合度越高，在西方主要发达经济体中，如英国、美国、日本等都在50%以上。最典型的英国，文化创意产业是第一产业，作为支柱产业和主体产业，文化创意的增加值占其国家GDP的60%以上。

所以说，文化创意产业融入三次产业、融入实体经济、融入国民经济应该成为经济发展的新常态，逐步呈现出与发达国家接近的文化创意产业比重。

从我区文化创意产业的产业链分布看，已经初步显示出产业覆盖面广、产业链条长、融合程度高等特征。2015年，第二产业、第三产业都有一定数量的规模以上文化创意产业企业分布，且在发展中体现出显著的比较优势。含有文化创意产业企业的行业有服务业、工业、建筑业、批发零售业等四大行业门类，其中文化创意类企业产出增速显著高于合计增速。2015年四大行业门类产出⁹合计4295.03亿元，同比增长4.7%，其中文创类产出168.96亿元，同比增长11.7%，高于合计增速7个百分点，文创类企业在产业发展中正在发挥引领和带动作用。

“立足第三产业”表现为：第三产业中具体来看，服务业、批发零售业中文创类企业产出占比较高，分别为14.8%和15.7%，工业、建筑业中文创类产出占比相对较低，分别为2.6%和3.8%；文创类企业已成为第三产业的重要组成部分。

“融合第二产业”表现为：从产出增速看，第二产业中的工业、第三产业中的批发零售业中的文创类产出增长较快，分别为14.8%和23.5%，分别高于同期工业和批发零售业整体产出增速11个、14.9个百分点。文创类企业不仅立足于第三产业，而且在第二产业也体现出了明显的发展优势。

我区作为上海市的制造业大区，也是长三角乃至整个长江流域的重要制造业基地，拥有雄厚的第二产业发展基础，在全球经济低迷、国内第二产业发展压力加大的当前背景下，大力发展文化创意产业的创新竞争优势，提高科技型、创意

⁹ 各行业门类的产出计算方法同上。

型前沿企业的比重，让文化创意产业的链条渗透入全产业，以创新带动发展，不失为新形势下的明智之举。

(四) 松江区文化创意产业的行业结构特点

1、使用偏离-份额分析法分析松江区文化创意产业结构特点

设本区域松江区*i*的基期经济总量规模为 b_o ，报告期经济总量规模为 b_t ，所在大区上海市的基期经济总量规模为 B_o ，报告期经济总量规模为 B_t ，SSM 模型所涉及各个分量的计算公式如下。(1) 区域*i*第*j*个产业部门的变化率为：

$$r_j = \frac{b_{jt} - b_{jo}}{b_{jo}} ; (2) \text{ 所在大区第 } j \text{ 个产业部门的变化率为: } R_j = \frac{B_{jt} - B_{jo}}{B_{jo}} ; (3)$$

以所在大区各产业部门所占份额对区域*i*各产业部门进行标准化： $b'_j = \frac{b_{jo} \times B_{jo}}{B_o}$ ；

(4) 将区域*i*第*j*个产业部门的增长量分解为三个分量： $G_j = N_j + P_j + D_j$ ，

$G_j = b_{j0} \times r_j = b_{jt} - b_{j0}$ ；(5) N_j 为份额偏离分量，是指标准化的区域*i*第*j*个产

业部门如按所在大区相应产业部门的增长水平所产生的偏差： $N_j = b'_j \times R_j$ ；(6)

P_j 为结构偏离分量，是假定区域*i*与所在大区增长水平相同，分析区域*i*与所在大区由产业部门结构差异引起的区域*i*第*j*个产业部门的增长相对于所在大区相应产业部门产生的偏差： $P_j = (b_{j0} - b'_j) \times R_j$ ；(7) D_j 为竞争力偏离分量，是指

区域*i*第*j*个产业部门增长水平与所在大区相应产业部门增长水平的差别产生的偏差： $D_j = b_{j0} \times (r_j - R_j)$ ；(8) PD_j 为总偏离分量，是指区域*i*第*j*个产业部门

总的增长优势： $PD_j = P_j + D_j$ 。

以松江区和上海市 2011-2015 年文化创意产业分行业总产出为基础数据资源，计算 SSM 模型的各个分量指标，计算结果由下表所示。

表 8：“十二五”期间松江区文化创意产业 Shift-Share 表

行业名称	Nj	Pj	Dj	PDj	Gj
媒体业	0.07	0.87	11.7	12.6	12.7
艺术业	0.00	0.18	25.8	26.0	26.0
工业	0.01	0.12	45.1	45.2	45.2

设计业	7	2	19	41	58
建筑 设计业	0.34 3	1.50 0	33.0 37	34.5 38	34.8 81
网络 信息业	0.04 2	1.18 9	-0.5 05	0.68 5	0.72 6
软件 与计算机 服务业	0.12 0	0.55 4	20.6 87	21.2 41	21.3 61
咨询 服务业	0.33 4	2.15 4	14.7 64	16.9 18	17.2 52
广告 及会展服 务业	0.12 9	0.77 4	19.1 80	19.9 54	20.0 83
休闲 娱乐服务 业	0.93 5	9.12 7	-5.9 54	3.17 3	4.10 8

从计算结果可以看出松江区文化创意产业与全市相比有以下特点：

多数行业门类的竞争力偏离分量指标值较高，发展速度较快。从各行业数据对比看，在除“文化创意相关产业”外的九个文创行业中，七大门类得出了显著的竞争力偏离分量，仅有“网络信息业”和“休闲娱乐服务”的竞争力偏离分量为负数。表明松江区包括媒体业、艺术业、工业设计业、建筑设计业、软件与计算机服务业、咨询服务业、广告及会展服务业等在内的多数行业相对全市实现了更快发展。

两大行业门类的竞争力偏离分量指标值显著，支撑力初显。进一步分析发现，工业设计业、建筑设计业、艺术业、软件与计算机服务业总偏离分量居前列，其中工业设计、建筑设计两大门类的分量指标值显著高于其他行业，分别为45.119和33.037，表明这些行业总的增长优势最强，可以考虑将上述行业作为支撑和主导行业。

2、从市区两级分行业数据看松江区文化创意产业结构特点

表9：上海市、松江区文化创意产业2011年产出、2015年产出及增长情况（亿元、%）

	上海市			松江区			
	2011年 产出	2015年 产出	2015 年同 比%	2011 年产出	2015年 产出	2015 年同 比%	2015 年占 比全 市%
总计	6429.18	9451.57	4.4	169.97	390.01	12.0	4.1
一、媒体业	425.03	439.50	0.3	27.64	40.36	25.1	9.2
二、艺术业	195.31	215.45	-1.9	1.86	27.92	10.8	13.0
三、工业设计	685.71	688.82	-2.3	30.71	75.97	5.6	11.0
四、建筑设计	1043.77	1314.41	1.6	7.11	41.99	6.1	3.2
五、时尚设计与制造	--	757.93	-1.0	--	--	--	--

六、网络信息业	189.45	376.67	22.2	1.25	1.97	9.2	0.5
七、软件与计算机服务业	997.35	1411.49	16.9	1.62	22.98	8.3	1.6
八、咨询服务业	752.92	1138.45	6.5	4.86	22.11	9.5	1.9
九、广告及会展服务	800.4	1403.56	3.2	1.20	21.28	39.6	1.5
十、休闲娱乐服务	521.57	979.22	7.1	11.47	15.58	9.7	1.6
十一、文化创意相关产业	817.68	726.07	-6.3	82.25	119.85	12.5	16.5

由上表中市区两级对比可以看出松江区文化创意产业结构有以下特点：

行业体量小、成长快。松江区文化创意产业规模较小，在全市的产出占比还比较低。2015年总产出390.01亿元，占上海市的产出比重仅为4.1%。同时，在规模小的基数水平上，增速体现出较大优势。2015年产出同比增长12.0%，“十二五”期间年均增长23.1%，两个增速分别快于全市7.6和13.0个百分点。

各行业全面增长，增长面高于全市。文创产业10大行业门类2015年均实现了同比快速增长，增长面为100%，其中，媒体业、艺术业、广告及会展服务、文化创意相关产业产出同比均实现了两位数快速增长。同期，全市11大行业门类中，艺术业、工业设计、时尚设计与制造和文化创意相关产业4个门类产出出现了同比下降，增长面为63.6%，网络信息业和软件与计算机服务业实现了同比两位数快速增长。

综上可见：与工业、商业等产业关联度较高的工业设计、建筑设计、文化创意相关产业表现出较好的产业支撑力和发展速度，对文化创意产业规模较小、基础尚为薄弱的上海市工业大区松江区的文化创意产业发展提供了显著的带动力和影响力。

（五）松江区文化创意产业的企业主体特点

1、从登记注册类型看，私营企业产出规模快速增长，成为文化创意产业发展的领头羊。

表10：2015年规模以上文化创意产业分登记注册类型企业数及产出情况（个、亿元）

登记	企业数	占比%	2015年产出	同比%	产出占比%
总计	183	100.0	168.96	11.7	100.0
国有	4	2.2	14.35	15.7	8.5
私营	127	69.4	88.66	15.2	52.5
港澳台	19	10.4	20.38	-0.8	12.0
外资	33	18.0	45.57	10.4	27.0

2015年文化创意产业规模以上183家企业中，私营企业127家，占比69.4%，接下来依次为外商投资企业、港澳台商投资企业和国有企业，占比分别为18.0%、10.4%和2.2%。2015年文化创意产业产出总计168.96亿元，其中私营企业产出

88.66 亿元，占比 52.5%，接下来依次为外商投资企业、港澳台商投资企业和国有企业，占比分别为 27.0%、12.0%和 8.5%。2015 年文化创意产业产出同比增速 11.7%，其中私营企业增速 15.2，低于国有企业 0.2 个百分点，接下来依次为外商投资企业增长 10.4%、港澳台商投资企业下降 0.8%。

国有企业增速强劲，2015 年产出同比增长 15.7%，在四类登记注册类型企业中位列第一。但企业数量较少、产出规模较小，占比仅 2.2%，对全区文化创意产业的拉动力稍弱。私营企业在文化创意产业中具有明显的比较优势。

2、从企业的员工构成看，过半数企业的员工主体为 80 后，约 1/4 的员工具有本科以上学历。

表 12：问卷调查企业按员工年龄主体划分及占比情况

	企业数(个)	占比%
问卷调查企业合计	188	100
90 后为员工主体	18	9.6
80 后为员工主体	104	55.3
70 后为员工主体	55	29.3
60 后为员工主体	10	5.3
50 后为员工主体	1	0.5

根据对文化创意产业企业进行问卷调查所得的 188 份有效问卷显示：55.3% 的企业，内部员工以 80 后为主体；29.3% 的企业，内部员工以 70 后为主体；以 90 后、60 后、50 后为员工主体的企业相对较少，分别占比 9.6%、5.3%和 0.5%。80 后是文化创意产业企业的主要用工群体。

表 13：问卷调查企业的从业人员按学历划分及占比情况

	人数(个)	占比%
问卷调查企业合计	16249	100.0
博士学位	83	0.5
硕士学历	586	3.6
本科学历	3398	20.9
大专及以上学历	12182	75.0

根据对文化创意产业企业进行问卷调查所得的 188 份有效问卷显示：本科及以上学历员工合计占比 25.0%，其中博士学位占比 0.5%，硕士学历占比 3.6%，本科学历占比 20.9%，75% 的员工学历为大专及以下。文化创意产业企业所用人员中的高学历人数相对较少，比例偏低。

3、从企业的发展信心看，多数企业看好文化创意产业的发展前景和我区的发展优势。

表 14：对文化创意产业发展前景的问卷调查结果

	企业数(个)	占比%
总计	188	100
非常好	14	7.4
较好	123	65.4
一般化	45	23.9
不乐观	6	3.3

根据对文化创意产业企业进行问卷调查所得的 188 份有效问卷显示：65.4% 的企业对文化创意产业的发展前景持乐观态度，其中 7.4% 的企业表示非常看好文化创意产业的发展。多数企业认为发展前景较好的行业有网络信息业、工业设

计业、休闲娱乐服务业等。

表 15：对松江区文化创意产业发展优势的问卷调查结果

	企业数(个)	占比%
总计	188	100
非常好	28	14.9
较好	80	42.6
一般化	72	38.3
不乐观	8	4.3

根据对文化创意产业企业进行问卷调查所得的 188 份有效问卷显示：57.5% 的企业认为松江区文化创意产业的发展前景较好，与上海其他区相比有一定优势，其中 14.9% 的企业认为松江区的发展非常好，优势明显，原因主要包括人文历史悠久、地理位置优越，大学城人才资源丰富、有产学研基础，租金便宜、政策扶持力度大，等等。

三、松江区文化创意产业的发展建议

总体而言，目前松江区文化创意产业仍处在发展的初级阶段，但发展势头良好，经济效益高涨、产业渐具雏形，潜力资源丰富，发展后劲正在日益激发。在此基础上，提出本区文化创意产业发展的几点建议如下：

1、加大产业政策支持力度。

松江区目前对文化创意产业的发展已有一定的政策侧重和支持，如对文化创意产业相关企业、园区，给予一定奖励、补贴及配套支持等，但与上海市政策相比仍显不足。上海市促进文化创意产业发展专设财政扶持资金，对重点示范园区、重点企业、重点课题，提供广泛的支持和优惠，2015 年文化创意产业覆盖至 11 个行业门类，同期松江区仍为 10 个门类，覆盖面相对不足。因此，为加快城市文化创意产业的发展，应继续加大政策支持力度，重视创意人才的培养和智力成果的知识产权保护，制定创意企业投融资、土地、财税等方面的优惠政策，强化集群发展与产业集聚区建设，使“创意”遍地开花。

2、充分发挥松江大学城人才优势

人是创造力的源泉和产业发展的基础。松江区深具长远眼光，早在本世纪初便兴建了占地 8000 亩、汇聚 7 所高等学府的大学城，储备了雄厚的师资力量和优质毕业生。但针对本区 188 家文化创意产业企业的调查问卷（以下简称“问卷”）显示，62.2% 的企业表示“目前公司发展的主要瓶颈是创意人才缺乏”，与实际产生了较大落差。文化创意产业的发展要以人为本，立足长远。对文创人才的引进无法一劳永逸，松江大学城的建成只是设立人才资源库的开始。人才需要生活，需要安全感，需要发挥自身价值的空间。因此，只有充分尊重和服务人才，才能充分发挥其主观能动性，主动创新创造就业机会、就业平台，产生“磁场效应”，吸引更多的优秀人才、凝聚更多的产业动力。

3、有计划地组织文化创意产业相关培训和交流活动

问卷显示，松江区规模以上文化创意产业企业对本区文化创意产业政策、优惠服务的了解程度在“比较熟悉”和“有一定了解”的比例仅为 33.7%，“了解不多”的比例为 54.2%，有 12.1% 的企业“完全不了解”本区相关政策及优惠。而 67.5% 的企业表示希望参加文化创意产业相关讲座，了解地区文创产业政策及产业发展数据。因此，有计划地周期性组织文化创意产业相关的政策培训和专业讲座，辅以不定期针对性组织、重点组织等，将极大提高文创企业的积极性和认同感。

4、打造地方特色，充分利用本土资源

松江地处上海近郊，有深厚的制造业基础和广阔的自然地理环境。在文化创意产业发展过程中，一方面要加强文化创意产业与第二产业、第三产业的融合，用制造业带动工业设计、创意产品物流等文化创意产业的壮大，用文化创意产业激发第二产业企业的创新活力；另一方面要努力实现文化创意与本土资源的融合，打造创意城市，发挥本地特色，将文化旅游、影视制作做强做专，打通创作、演艺、制作、发行等各个产业链环节。

5、抓住发展良机，在国家产业潮流中迎头赶上创新发展的步伐

国家统计局公布的 2015 年我国国民经济运行情况提出中国经济稳中有进，主要表现在，一是结构升级，GDP 中第三产业比重已经占到 50.5%，比第二产业高了 10 个百分点。二是需求结构改善，最终消费对 GDP 的贡献达到了 60%以上。三是居民消费的结构升级改善。恩格尔系数（食物占支出的比例）逐年下降，从 2013 年的 31.2%降到 2014 年的 31%，2015 年进一步下降到 30.6%。随着中国经济的迅速崛起，国民的消费结构开始发生改变，即日常消费从以物质消费为主转向以文化休闲消费为主，极大地刺激了文化创意产业的快速发展，优化本区产业结构、提升产业能级的良机正在显现，在产业浪潮中迎头赶上，紧追创新发展的步伐，必将使本地区经济发展迈入新一轮快速发展的轨道。

参考文献：

- 1、《上海市文化创意产业发展“十二五”规划》
- 2、《上海市文化创意产业 2015 年工作总结和 2016 年工作要点》
- 3、松江区经委《关于促进松江区商贸服务业发展的若干意见》
- 4、海淀区文化创意产业发展水平的综合统计评价与分析 秦琴、胡明形 翟祥
- 5、文化创意产业园区服务评价指标体系研究 江苏省标准化研究院
- 6、北京文化创意产业的发展定位 北京社会科学院
- 7、中国城市文化创意产业现状、布局及发展对策 张蔷 2013
- 8、中国文化创意产业发展研究分析 陈汉欣 2008.
- 9、文化创意产业的发展现状与前瞻 经济地理 陈莎莉 蔡付斌 2011
- 10、文化创意产业培育与城市发展互动研究 高红岩 2010
- 11、《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进，为全面建成小康社会而奋斗》胡锦涛在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告
- 12、中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议公报
- 13、中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议
- 14、加强北京市文化创意产业支柱地位对策研究 北京市社会科学界联合会