

文化创意产业空间集聚特征与 园区布局规划导引策略

——基于上海中心城区的企业选址解析

栾峰 何瑛 张引

提 要 以上海中心城区为例,依托经济普查数据,采用定量结合定性的方法,从企业选址层面,对文化创意产业的空间集聚特征进行归纳分析。在整体层面上,呈现出向老城区单核聚集且集聚度圈层式递减,以及三个空间集聚层面且分层面多聚点散布的特征;在分规模维度上,呈现出老城区内汇聚和小微企业多层集聚,以及小微企业在地区层面上分层且在老城区内集聚热点区域均衡分布,在街区层面上老城区内带状簇群汇聚的特征;在分行业维度上,呈现出明显的集聚度分类梯度递减的特征,并且可以根据集聚度和集聚形态差异划分3大行业类型,以及街区层面上按照汇聚形态差异划分4大行业分类。研究优化归纳了三大重要区位因素,即高等级公共中心、大容量公共交通、高等院校等智源机构附近500m范围的显著集聚区域。提出了三项规划导引策略,分别是在整体层面上扶持小微企业、建构多层级空间平台;在分区层面上实施老城区政策普惠并强化示范和试验导向,边缘区遵循重要区位因素优化布局;在分行业层面上注重行业优势区位,强化多规模类型汇聚的差异化导引策略。

关键词 文化创意产业;空间集聚;规划导引;上海

中图分类号 TU984 文献标识码 A
DOI 10.16361/j.upf.201901005
文章编号 1000-3363(2019)01-0040-10

作者简介

栾峰,同济大学建筑与城市规划学院,高密度人居环境生态与节能教育部重点实验室,副教授,460220710@qq.com
何瑛,上海市规划编审中心,助理规划师
张引,上海同济城市规划设计研究院有限公司,助理规划师

Spatial Characteristics of Cultural and Creative Industry Agglomerations and the Planning Guidance: Analysis Based on Enterprise Location in the Shanghai Central City

LUAN Feng, HE Ying, ZHANG Yin

Abstract: Based on the second and third economic census data and both quantitative and qualitative methods, this paper analyzes the spatial characteristics of cultural and creative industry agglomerations from the perspective of enterprise location in the Shanghai central city. At the overall spatial level, mononuclear agglomeration is accompanied by gradual decline in the degree of clustering. Three layers of spatial agglomeration and stratified and scattered multi-agglomeration points can be identified. At the micro spatial scale, firms cluster in old urban areas while small and micro enterprises exhibit stratified and balanced distribution in the old urban areas and linear distribution in commercial blocks. At the sectoral level, three major types of industries can be identified based on the degree and form of clustering and another four major types can be distinguished based on differences in convergence patterns at the block scale. The paper summarizes three important location factors, namely, the significant agglomeration area within 500 meters of high-level public centers, large-capacity public transport zones, and universities and other intellectual institutions. Several guiding strategies are put forward including: 1) to support small and micro enterprises and build multi-level spatial platform at the overall level; 2) to implement inclusive policy and strengthen the guidance on demonstration and experimental projects in the old urban areas on the district level; 3) to optimize the layout of creative parks according to important location factors in the fringe areas and 4) to pay attention to industry-specific agglomeration locations and to strengthen the differential guiding strategy of multi-scale convergence of diverse industrial types.

Keywords: cultural and creative industry; spatial agglomeration; planning guidance, Shanghai

文化创意产业自上世纪末受到世界各国的高度重视,中国也跟上了新发展态势。北京、上海、深圳等经济发达城市纷纷将文化创意产业作为引领经济发展的重要引擎,制定了相应推进政策。上海不到十年的时间里推出了百余家文化创意产业集聚区

* 国家自然科学基金资助课题“城市文化创意产业的空间集聚理论:集聚特征、成因机制、区位模型与引导方法”(项目批准号51778429)

和文化产业园区,文化创意产业在GDP中的比重也连年超过10%,成为国内文化创意产业发展的重要标杆城市。

上海推进文化创意产业发展的空间政策,经历了2004年创意产业集聚区、2009年文化产业园区,直至2014年整合性的文化创意产业园区及规范性文件《上海市文化创意产业园区管理办法(试行)》等阶段,新挂牌的园区数量也于当年达到了106家。上海的成功经验吸引了国内外学者的关注,国内各地政府部门也纷纷前来考察学习。然而理论性的提升和更具推广价值的经验归纳,仍有待深入挖掘。

总体上来看,十余年来,学者们的研究经历了从特殊描述到一般性描述的过程(褚劲风,2009;陈秋玲,2006;耿斌,2007;毕秀晶,等,2011;方忠权,2013;栾峰,等,2013;孙飞翔,等,2014;张尚武等,2016),从早期更具特殊性的描述归纳——譬如常见的苏州河沿线、内环线沿线、黄浦江沿线聚集,逐步转向更具一般性的区位因素解析及描述,为经验的理论化和普适化做出了积极贡献。但受制于基础资料和分析方法的限制,大多研究仍然以各类政策性园区为对象,缺乏基于企业层面的研究支撑。已有的深入到企业层面的研究,也大多停留在个体企业层面,未能从整体层面加以考察。

为此,本项研究借鉴相关研究(毕秀晶,等,2011;方忠权,2013;陈鹏,马伟,2013;胡美娟等,2015;张庆和彭震伟,2016),综合运用定量空间分析技术,基于两次经济普查时获得的企业选址信息,归纳总结空间集聚特征(因统计口径不同未直接做演化分析),优化之前基于园区研究提出的重要区位因素分析,进而提出规划策略。

1 数据来源与技术方法

本项研究的中心城区范围指上海外环线内,面积约663.7km²。依托经济普查数据、国民经济行业分类(2002)、《上海市文化创意产业分类目录》(沪文

创办〔2011〕40号)、国家统计局《文化及相关产业分类》(2012年),课题组筛选两次经普数据中落点于该范围内的文化创意类企业并提取其主要普查信息。企业落点借助于百度地图API和经纬度转换软件XGeocoding,依据企业地址信息还原并检验其经营场所位置,进而将符合要求的企业位置导入ArcGIS完成企业数据信息与数字地图的匹配。二经普数据共获得54 984个有效企业选点,三经普数据共获得63 190个有效企业选点(图1)。

在定量分析方面,综合运用有关技术方法来解决不同层次的问题。运用ArcGIS软件中的Average Nearest Neighbor Distance模块,测算最近邻指数来判识文化创意类企业的空间集聚程度;进而运用Crimestat软件中的Nearest Neighbor Hierarchical Spatial Cluster模块,采用凝聚算法进行层次聚类分析,寻找文化创意类企业的空间分布热点区域,描绘其空间集聚的分层形态。设定门槛距离为完全随机模式的期望极限距离,P值为0.95,最小包含企业数为50个。

2 文化创意类企业的整体空间集聚特征

2.1 “老城聚核、圈层递减”的稳定集聚形态

综合企业样本数量密度,以及平均观测最近距离和最近邻指数表征的集聚度(表1)发现,两次经济普查的中心城区文化创意企业分布,呈现出稳定的单核聚集和圈层递减特征。城区整体层面的集聚热点区域呈现出单核形态,并且基本覆盖了上海老城区;集聚度在外环内、中环内、内环内则渐次增强。

仅以计算结果而言,城区整体层面的集聚热点区域涵盖了南京路、静安寺、人民广场等传统市级公共中心,并涉及到徐家汇副中心,大致覆盖了7.7%的中心城区面积,集聚了约35%的文化创意类企业和40%的文创从业人员,集聚程度非常明显(图2)。

对比发现,由内而外的三个圈层内的企业数量,三经普时均明显高于二经普时,仅从计算结果而言意味着更高的企业集聚密度。然而集聚度指标却表明,三经普时均小于二经普时(同圈层

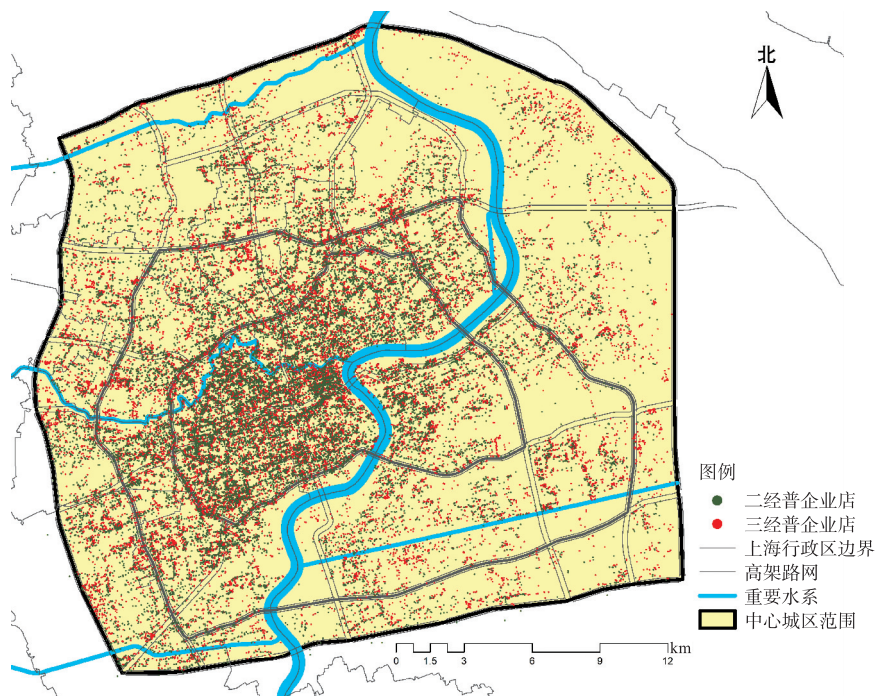


图1 中心城区内文化创意类企业点分布图

Fig.1 The distribution of cultural and creative enterprises in the Shanghai central city
资料来源:上海市第二次经济普查数据(2008)、上海市第三次经济普查数据(2013)。

表1 上海中心城区文化创意产业集聚度

Tab.1 The degree of clustering of cultural and creative industry in the Shanghai central city

参数	内环内		中环内		外环内	
	二经普	三经普	二经普	三经普	二经普	三经普
用地面积(km ²)	114.34		314.41		663.7	
样本量(个)	32 511	34 799	46 057	51 365	54 984	63 190
样本数量密度(个/km ²)	284	304	146	163	83	95
平均观测最近距离(m)	7.62	8.22	10.81	11.36	14.50	15.19
预期平均最近距离(m)	35.01	33.67	46.08	43.60	58.77	55.18
最近邻指数(NNI)	0.22	0.24	0.23	0.26	0.25	0.28
Z检验值	-269.90	-269.74	-314.21	-320.65	-337.91	-348.51
P值(显著性水平)	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%

数据来源：基于二经普和三经普数据GIS平台统计。

的最近邻指数更大而平均观测最近距离则更大)。可见，三经普时的集聚形态与二经普时有着较为明显差异，总体上的分布更为均衡。

2.2 “三层塔型、散点集聚”的分层集聚形态

根据两次经济普查数据计算，中心城区均形成了清晰的三层次集聚热点区域，可以依据其规模、形态，及其与城市规划的经常性工作尺度的关系，划分为城区、地区和街区三个层面。

城区层面，虽然具有前述指出的高度相似的单核聚集特征，并且集聚热点区域的计算面积均为51km²左右，但集聚的形态和重心有所差异。三经普时呈现出更为饱满的圆形集聚形态且集聚热

点范围收缩到浦西老城区内，重心相比二经普时偏西约1.5km，意味着三经普时文化创意企业更多在浦西老城区内集聚。

地区层面，每处集聚热点区域的面积基本稳定在1—5km²，相当于较为常见的城区型产业园区规模，属于分区规划和上海单元规划层面的重要对象。二经普数据分析获得8个集聚热点区域，三经普数据获得12个，但总的覆盖面积均为中心城区总用地的3.8%左右，承载的企业数量比重则分别为17%和22%。显然，三经普时的企业承载密度明显较高，但集聚热点区域则相对更为散布，平均每处的用地面积也下降了1/3左右。

从分布上来看，除了四川北路、共

和新路、曹杨路附近，三经普时在外滩源西侧、苏州河北的南北高架沿线和曹杨路沿线，以及苏州河至内环线内的天山路附近，均出现了新的集聚热点区域。这一明显差异，使得三经普时的集聚热点区域，相比二经普时在分布上更加均衡化。此外值得特别指出的是，城区层面集聚热点区域的覆盖范围外，尽管两次经普时均有2个独立的集聚热点区域，但分布上却有明显差异。二经普时位于五角场地区的集聚热点区域到三经普时消失，代之以出现于闸北市北工业园附近的集聚热点区域；位于浦东的集聚热点区域尽管基本稳定，但也从二经普时主要位于张杨路商圈附近，偏移至三经普时的竹园商贸区附近，与这一时期竹园路商贸区的大规模商办楼宇建设特征吻合。

街区层面，每处的集聚热点区域面积最大8hm²左右，最小仅0.3hm²左右，大致相当于一个街坊规模。二经普时有66个街区层面的集聚热点区域，三经普时则猛增为135个，承载的企业数量也从9%上升至17%，占地从36.8hm²上升至42.3hm²，表明三经普时集聚热点区域的总面积和总承载企业密度均较高，但是平均占地面积明显较低且更为散布，从平均0.56hm²下降至0.31hm²，与这一时期楼宇经济快速发展对应。

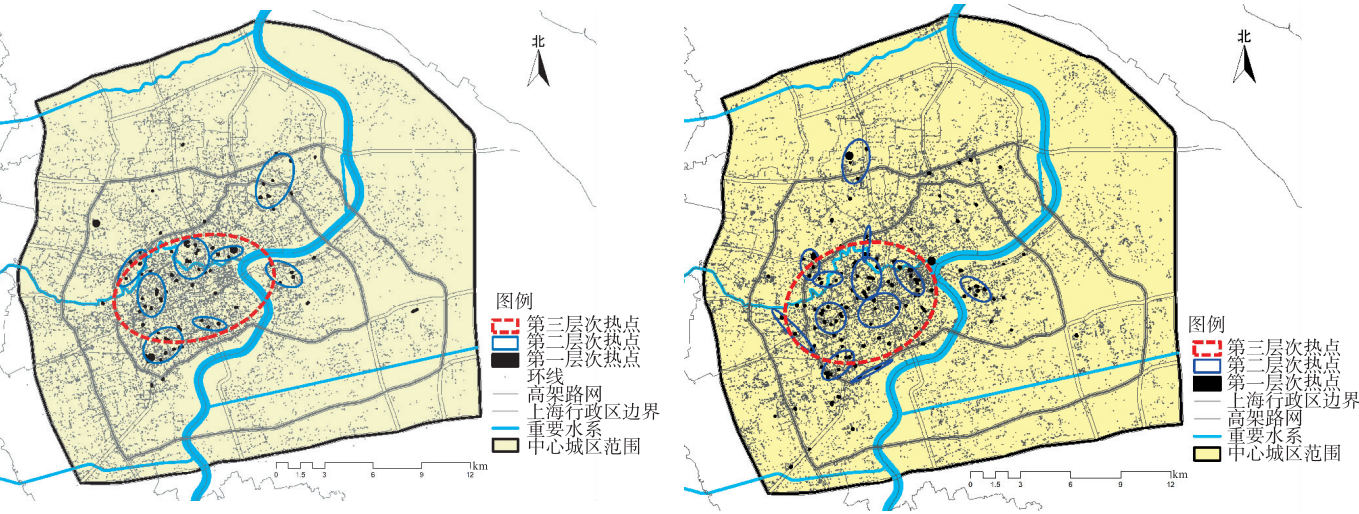


图2 中心城区内文化创意类企业三个层次热点区域分布图（左为二经普，右为三经普）

Fig.2 Three-level hot spots of cultural and creative enterprises in the Shanghai central city

资料来源：基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

3 文化创意类企业的分规模空间集聚特征

3.1 “小微企业多层次集聚、浦西内环线内高度内聚”的整体集聚形态

按照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会和财政部联合颁布的《中小企业划型标准规定》(2011),将文化创意类企业分为四个规模类型分析发现(表2),大中企业并未出现城区层面的热点集聚区域,大型企业甚至只有街区层面的集聚热点区域,且二经普和三经普特征明显差异;中型企业在地区层面形成集聚热点区域,街区层面的集聚热点区域则在内环线内呈现出明显的散布聚集特征(图3)。综合企业样本数量来看,小微企业不仅数量众多且多层次集聚的形态特征更为明显,因此重点针对小微企业的集聚形态进行分析归纳。

作为共同的特点,小微企业具有非常明显的主要在中环线内,又高度集聚在浦西内环线内的特征。并且三经普时,城区层面的集聚热点区域均略有偏斜,呈现出更为一致的西南—东北走向且几乎涵盖浦西内环线范围,与二经普主要在老城区有所不同。更为重要的特征是,微型企业二经普时还有相对独立的位于浦东的地区层面的集聚热点区域,三经普时已经与城区整体层面的微型企业集聚热点区域形成交集,由此可以看出,小微企业的集聚范围尽管整体扩展,但依然呈现出高度内聚的趋势。

3.2 “地区热点分层扩展、老城多散点均衡分布”的小微企业集聚形态

值得特别关注的是,无论二经普还是三经普,小微企业在地区层面上的集聚热点区域均出现了明显的上(Ⅰ)下(Ⅱ)规模分层的现象。小型企业上层和下层集聚热点区域的平均面积分别为12—14km²和60—70hm²;微型企业上层和下层的平均面积分别为4—5km²左右和32—41hm²左右(表3)。

此外,三经普时小微企业的地区层面集聚热点区域呈现出较为明显的由老城向外均匀扩散的分布形态,集聚热点

区域的平均面积也相比二经普时更大。显然,城区层面出现的整体承载密度提升但集聚度下降,很大程度上正是因为这种更为均匀散布的下层次集聚热点区域所致。

3.3 “老城多聚点、带状族群”的街区层面多规模集聚特征

针对数量明显最多的街区层面的集聚热点区域,进一步叠加不同规模企业的集聚热点区域加以分析发现(图4),无论二经普还是三经普,老城区内都形成了不同规模企业的街区层面集聚热点区域相互毗邻甚至叠加的集聚特征。比较而言,中型企业的集聚热点区域通常都位居较为明显的集聚点,大型企业的集聚热点区域则有明显不同,从二经普时基本位居集聚点转变为三经普时远离集聚点。

从主要的集聚点来看,二经普时的主要集聚点高度集中在老城区内,主要分布在外滩、南京西路、江宁路附近,外围则仅在漕河泾和张杨路附近形成正

在发育态的集聚点。比较而言,三经普时的集聚强度明显下降,仅在中型企业的集聚热点区域附近形成集聚迹象。

4 文化创意类企业的分行业空间集聚特征

4.1 “分类梯度递减”的集聚度特征

进一步分行业测度发现,11个分类的文化创意类企业的集聚度呈现出较为明显的阶梯式渐变态势,最近邻指数相差近5倍,平均观测最近距离也从20.2m扩展到537.9m,从通常意义上的紧邻关系到类似跨街区的相邻关系。由此,按照集聚度相近原则,将11个行业划分为4大分类(图5、图6)。

一级集聚度的有2个行业,分别为艺术业(二经普/三经普最近邻指数分别为0.13/0.41,下同)和咨询服务业(0.23/0.3),二经普时不仅集聚度明显高于其他行业,企业分布的范围也相对更为紧凑,主要在浦西老城区,艺术业的

表2 中心城区不同规模企业的最近邻指数参数统计表
Tab.2 The nearest neighbor index of cultural and creative enterprises of different sizes in the Shanghai central city

参数	大型企业		中型企业		小型企业		微型企业	
	二经普	三经普	二经普	三经普	二经普	三经普	二经普	三经普
样本量(个)	326	68	1531	845	16177	16927	36950	36283
占比(%)	0.6	0.1	2.8	1.6	29.4	31.3	67.2	67.0
平均观测最近距离(m)	430.75	1 046.87	174.96	267.30	34.18	35.72	20.34	23.70
预期平均最近距离(m)	714.66	1 240.96	337.9	461.56	106.77	106.14	71.62	72.44
最近邻指数(NNI)	0.60	0.84	0.52	0.58	0.32	0.34	0.28	0.33
Z检验值	-13.72	-2.46	-36.10	-23.40	-165.41	-165.14	-263.29	-245.16
P值(显著性水平)	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%

资料来源:基于二经普和三经普数据GIS平台测量。
注:三经普中有9607个企业无规模数据,此处予以剔除。

表3 不同规模企业的集聚热点区域数量及面积
Tab.3 The number and area of hot spot for enterprises of different sizes

		数量(个)				面积(hm ²)				平均单个面积(hm ²)			
		地区		街区	城区	地区		街区	城区	地区		街区	城区
		I	II			I	II			I	II		
大型	二经普	—	—	4	—	—	—	219	—	—	—	55	—
	三经普	—	—	2	—	—	—	611	—	—	—	306	—
中型	二经普	—	3	25	—	2 381	—	328	—	794	—	13	—
	三经普	—	1	8	—	4 157	—	243	—	4 157	—	30	—
小型	二经普	1	5	36	343	6 417	6 389	2 396	374	6 417	1 278	67	1
	三经普	1	5	37	384	9 579	7 213	2 587	314	9 579	1 443	70	1
微型	二经普	1	9	76	745	4 247	3 795	2 419	582	4 247	422	32	1
	三经普	1	9	80	702	6 311	4 166	3 305	286	6 311	463	41	0

资料来源:基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

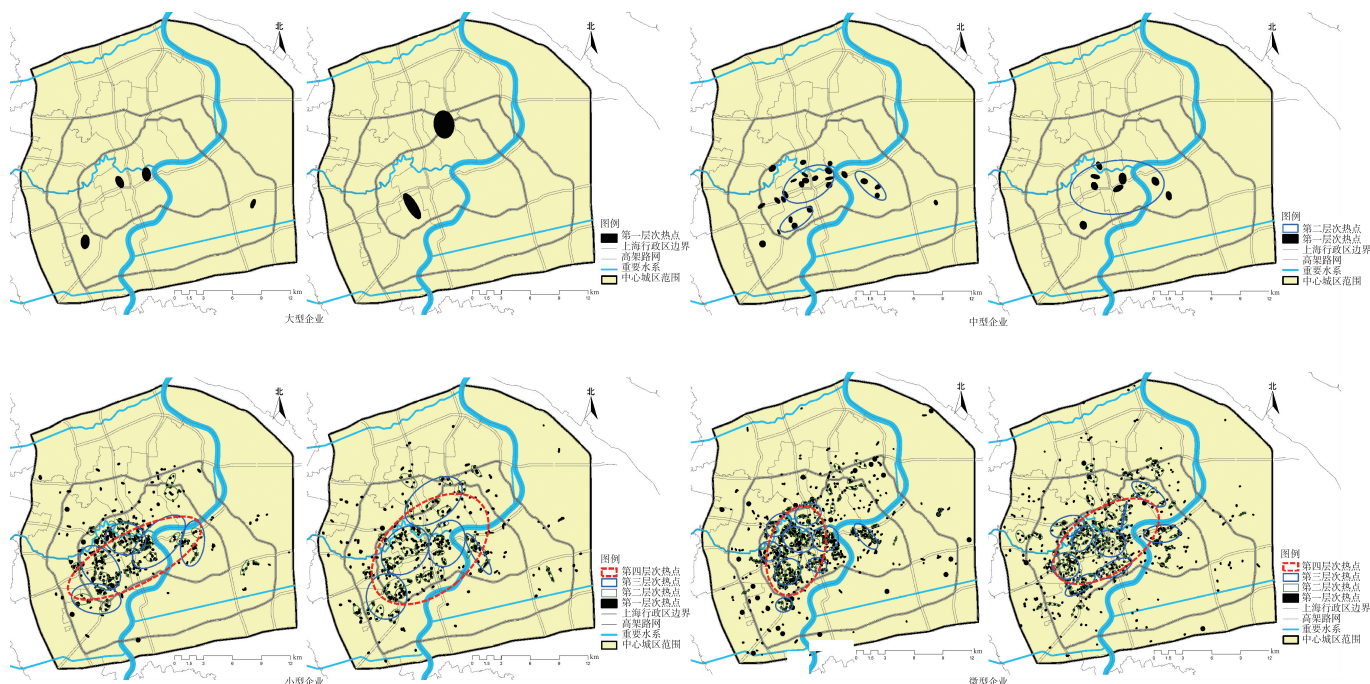


图3 中心城区内不同规模文化创意类企业的集聚热点区域（左：二经普，右：三经普）

Fig.3 The hot spots of cultural and creative enterprises of different sizes in the Shanghai central city

资料来源：基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

表现更为明显。作为共同特点，两行业三经普时的集聚度明显较低，特别是艺术业与二经普时相比几乎出现迥异状况，值得深入探究。

二级集聚度的有4个行业，分别为软件与计算机服务业（0.36/0.33）、广告及会展服务业（0.42/0.35）、文化创意相关产业（0.44/0.39）和建筑设计业（0.46/0.39），集聚度相对较高，并且主要集中在老城区。三经普时的集聚度相比二经普均明显较高。

三级集聚度的有4个行业，分别为休闲娱乐服务业（0.5/0.48）、时尚创意业（0.51/0.48）、工业设计（0.52/0.45）和媒体业（0.53/0.51），集聚度相比二级集聚度明显较低。结合之前分析可以发现，共同特点是企业数量和街区层面的集聚热点区域均明显较少，且除了休闲娱乐服务业仍呈现出较为明显的老城区内集聚外，其他行业已经呈现出明显的散布状态。

四级集聚度的有1个行业，为网络信息业（0.63/0.49），呈现为几个相对分散的集聚点，集聚度也相比三级明显下降。

4.2 集聚度和集聚层次明显类型化差异的空间集聚特征

考虑到数据解析效果，主要依托二经普数据，从集聚层次和集聚度两个方面，将11个行业大致归纳为3大类型。

其一，三层向心的高密集聚形态。主要包含4个行业，分别为艺术、咨询服务、广告与会展服务和休闲娱乐服务。2个为一级集聚度，其他2个分别位居二级和三级集聚度首位，所有行业均有清晰的三个集聚层面，并且地区和街区层面的集聚热点区域更为紧密地聚集在浦西内环线内，老城区内集聚的特征非常明显。

其二，三层向心低密集聚形态。主要包含4个行业，分别为文化创意相关产业、建筑设计、软件及计算机服务、工业设计。3个为二级集聚度，1个为三级集聚度，都有清晰的三个层面的集聚形态，但地区层面的集聚热点区域呈现出更为明显的散布特征，致使城区层面的集聚热点区域范围更大，甚至软件及计算机服务业出现了两个城区层面的集聚热点区域。

其三，异型集聚形态，主要包含3

个行业，分别为时尚创意业、媒体业和网络信息业。集聚度明显较低，均未形成城区层面的整体集聚热点区域。比较而言，时尚创意业和媒体业在地区层面呈现出向市中心集聚的热点区域，网络信息业的集聚形态更为松散，仅形成了数个散布的街区层面的集聚热点区域。

4.3 街区层面分规模汇聚形态明显差异的空间集聚特征

根据街区层面不同规模企业集聚热点区域的汇聚特征，可以将不同行业划分为汇聚型和离散型两大类型（图7）。前者的不同规模企业的集聚热点区域有着较为明显的紧邻或者重叠关系，后者则相对分散。在此基础上进一步根据形态特征细分形成4个类型。

簇拥汇聚型，主要包括3个行业，分别为艺术业、咨询服务业、广告及会展服务业。共同特点是不仅企业数量众多，而且不同规模类型企业的街区层面集聚热点区域也较多，且主要分布在浦西老城区。不仅形成了多个汇聚区域，并且多处出现较为明显的小微企业集聚热点区域簇拥大中型企业集聚热点区域的

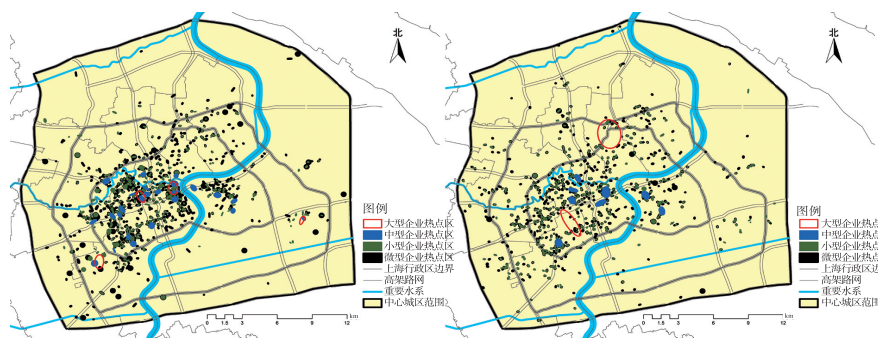


图4 中心城区内四类规模企业街区层面的集聚热点区域叠合图(左:二经普,右:三经普)

Fig.4 The superimposition of four types of enterprises at block level in the Shanghai central city

资料来源:基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

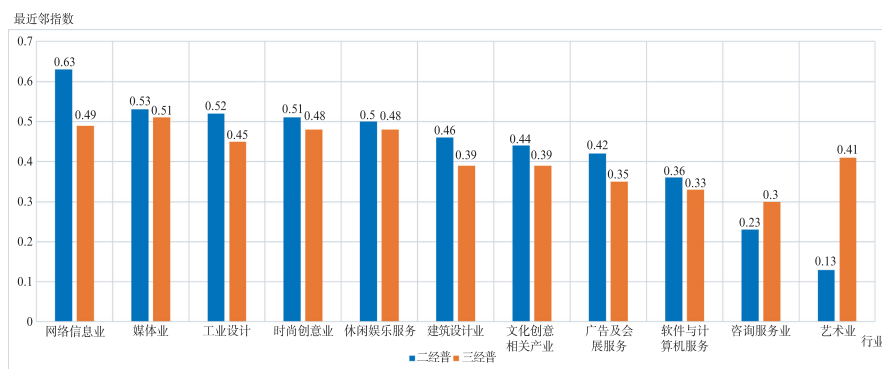


图5 中心城区内文化创意类产业分行业最近邻指数图(左柱:二经普,右柱:三经普)

Fig.5 The nearest neighbor index of different cultural and creative industries in the Shanghai central city

资料来源:基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

现象。相对而言,广告及会展服务业局部汇聚形态更为突出。

协同汇聚型,主要包括3个行业,分别为媒体业、休闲娱乐服务业和网络信息业。共同特点是集聚热点区域较少且没有明显的主从关系,但仍然表现出在局部区位相邻或重叠的特征。媒体业和休闲娱乐服务业的汇聚点均在浦西老城区的苏州河沿线附近。网络信息业对比此前分析可以发现,分散形成的几个街区层面的集聚热点区域大多由中型企业与小型企业或者微型企业集聚热点区域形成汇聚。

离散型主要指不同规模类型企业集聚热点区域间较少汇聚的行业分类,主要包括5个行业,分别为软件与计算机服务业、文化创意相关产业、建筑设计业、工业设计业、时尚创意业。其中,前三类的集聚热点区域相对较多且除了大型企业类外主要位于老城区,为此命名为“老城离散型”;工业设计业和时

尚创意业不仅各规模类型企业的集聚热点区域较少,且大型规模类企业的集聚热点区域明显分散,为此命名为“散点离散型”。

5 重要区位因素优化与园区规划引导策略建议

对于文化创意产业的发展及区位因素,国内相关研究主要提及政策扶持、多样化的社会服务设施、便利的交通条件、具有知识外溢作用的智源机构等(肖雁飞,等,2007;耿斌,2007;张晓东,2014;王兰,等,2016;廖志强,等,2017)。栾峰等(2013)基于上海市属文化创意产业园区的研究归纳了7大区位因素,并重点提炼出3个最为重要和普遍性的区位因素,揭示出文化创意产业选址基本吻合现代区位理论和新经济地理理论(Paul R. Krugman, 1991)的

主要结论。

然而最为常见的作为上述研究对象的各类政策性园区,其分布本身就承载着政策导向,未必充分体现企业选址意愿及其集聚特征,这实际上也是较为常见的质疑所在。为此,基于企业选址而呈现的空间集聚特征,从顺应市场规律的视角,首先优化此前基于园区研究提出的重要区位因素(栾峰,等,2013),进而对作为政策平台的园区发展及规划引导策略提出建议。

5.1 “三主因一里路”:基于企业空间集聚特征的重要区位因素优化

此前研究提出的3个重要且最为普遍性的区位因素(栾峰,等,2013),分别为城市公共中心的紧密影响圈层和毗邻圈层、轨道交通和城市结构性干道为主要特征的交通便捷地区、高校院所周边0.5h步行圈层。为方便比较,运用基于同期二经普数据所揭示的行业集聚特征进行比较,对上述重要区位因素进行优化。

对于公共中心,研究发现市级公共中心的相关性明显优于地区级公共中心。市级公共中心附近高达69.7%的企业位于紧密影响圈层(3km内),毗邻圈层(1500m范围内)和核心圈层(500m范围内)分别达到30.8%和12.1%,明显高于同圈层的园区数量比重。但地区级公共中心附近的企业数量比重,则在三个圈层上均明显低于市级公共中心,甚至低于同圈层内的园区数量比重。由此可以认为,文化创意类企业选址有着明显的城市高等级公共中心区位倾向,并且呈现出明显的圈层式集聚特征(图9)。

对于轨道交通站点和城市结构性干道两侧,研究发现轨道交通站点周边的企业集聚更为明显。轨道交通站点附近500m范围内的企业数量比重(44%)明显高于园区(36%),但是1000m范围内的企业数量比重(82%)则略低于园区数量比重(87%);结构性干道两侧,特别是1000m范围内的企业数量比重(57%),甚至明显低于园区数量比重(80%)。由此可以认为,文化创意类企

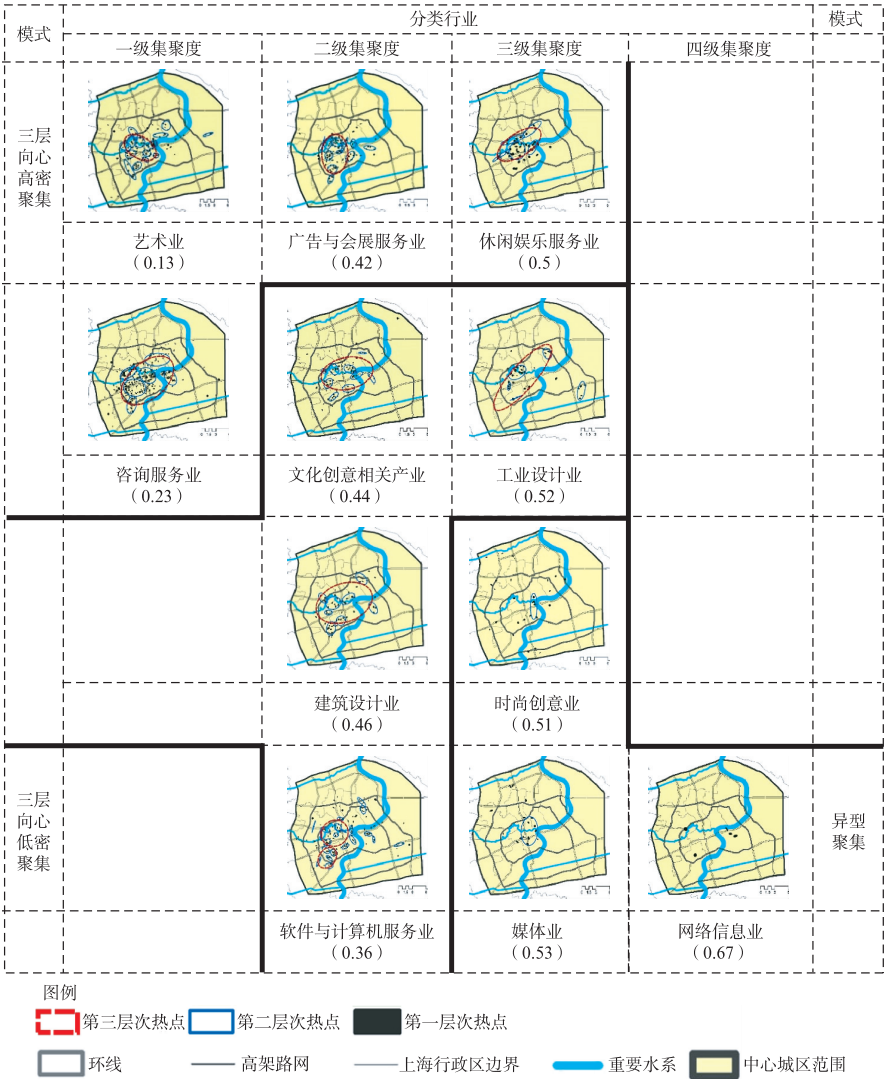


图6 上海中心城区内文化创意类企业分行业空间集聚模式图

Fig.6 The spatial agglomeration of different cultural and creative industries in the Shanghai central city
资料来源：基于二经普和三经普数据GIS平台测量。

业选址有着更为明显的轨道交通等大容量便捷公共交通倾向，并且在站点周边500m范围内集聚更为明显（图10）。

对于高等院校等智源机构，500m范围内的企业集聚更为突出，企业分布数量比重（42%）略高于园区（40%），但是1 000m范围内的企业数量比重（71%）则明显低于园区（100%）。由此可以认为，文化创意类企业选址有着较为明显的智源机构近距离集聚的倾向（图11）。

综合上述研究，我们可以进一步优化并归纳重要区位因素为“三主因一里路”，即高等级公共中心、大容量公共交通、高等院校等智源机构三个重要区位因素，以及500m显著集聚范围，渐次衰

减范围大致为1 000—1 500m左右。在此基础上，我们基于企业层面的空间集聚特征，提出规划导引的策略建议。

5.2 建议一：“扶持小微企业、建构多层级空间平台”的整体层面规划导引策略

小微企业在创新创业活力和促进就业等方面的积极作用早已得到公认。尽管不同行业的标准有差异，但共同的问题是小微企业通常无法在地价昂贵的大城市中心地区获得独立的用地空间，并且因为企业规模很小而难以自身配套各类辅助性功能，因此非常依赖城市中心的便利性来获得通勤、餐饮、文印等必须性的辅助功能支撑，这也是小微企业

相比大中企业更需要政策扶植的重要原因。

基于企业数据的解析表明，小微企业数量在上海中心城区占比高达96%，并且在老城区呈现出整体性的高度集聚发展的特征。然而69家最早运营的文化创意产业园区却仅承载了6.5%的文化创意类企业（栾峰，等，2013），甚至低于这些园区在中心城区所覆盖的用地面积比例（约16%）。园区聚集承载文化创意类企业的作用显然并未有效发挥，访谈中屡屡获悉的来自企业的“缺乏针对小微企业的扶植政策”的反馈显然并非无病呻吟。

为此，应将扶植小微企业作为政策性平台的重要导向。同时，还应充分考虑到企业，特别是小微企业空间集聚的明显多层次特征，创新构建多层次的空间导引平台，统筹从政策到物质空间载体的支持。譬如在地区层面积极推动多元化的平台载体发展和综合配套服务功能植入，以便为企业发展提供更为综合和弹性的服务支持；在街区层面上直接提供孵化器平台及针对性的财政资助等。

5.3 建议二：“老城区政策普惠并强化示范和试验导向，边缘区遵循区位因素优化布局”的分区差异化规划导引策略

鉴于城区整体层面上在老城区呈现出明显单核集聚的稳定特征，且集聚热点区域面积超过50km²，建议至少在老城区范围内实施园区政策的普惠化。即除非有特定的负面影响，原则上应允许甚至鼓励小微文化创意类企业在老城区内自由选址，以充分享有老城区难得的综合服务功能支持，而不必拘泥于特定园区范围。与之相适应，老城区内应取消此前曾有的对园区建筑面积下限（王怀，等，2013）进行控制的规定，以充分挖掘城市零星用地潜力，同时重点扩大用地兼容性，允许混合功能发展，并将之延伸至工商注册等相关政府管制领域，在支持小微企业发展同时，也为老城区带来创新动力。

同时，老城区内的文化创意产业园区，应逐步转向强化示范和创新政策试

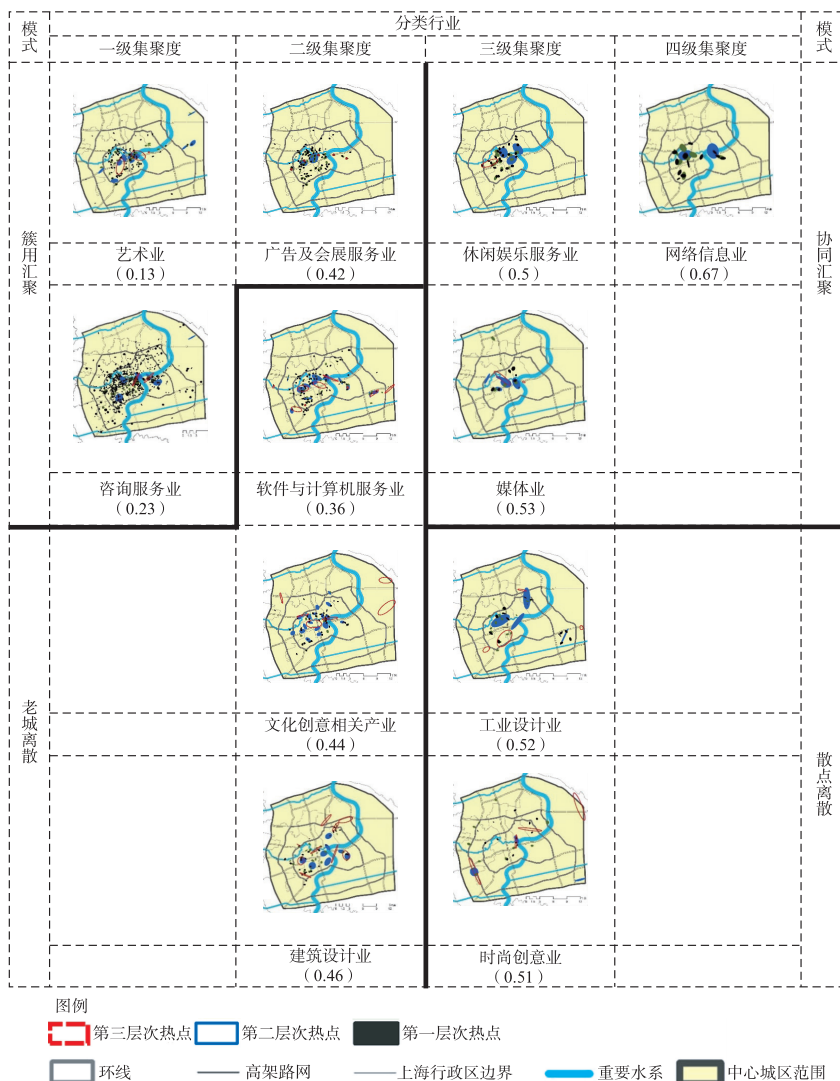


图7 各行业不同规模企业空间分布模式图

Fig.7 The spatial structure of enterprises of different sizes in each cultural and creative industries in the Shanghai central city

资料来源：基于经济普查数据GIS平台测量。

验导向。上海早期的文化创意产业园区在探索促进政策和培育管理团队及人才方面的作用不容忽视，包括M50等早已声名远扬并实现品牌输出即为重要佐证。经验输出本身也是上海创新中心定位的重要体现。

老城区外，则应遵循重要区位因素，优化现有园区布局并指导新园区的选址发展。应将有限的资源适当集中投放，建设综合性平台，引导文化创意产业在老城区外的快速集聚发展。为此，老城区外，特别是边缘新建城区，应充分考虑前述优化的区位因素及其内在便利性需求，推动较具规模的中型园区布局发展（1—5km²，宜偏大），并重点完

善园区及其周边支撑性功能及设施的配置。在此基础上可以在中型园区内或周边紧邻地带布局街区型园区。

5.4 建议三：“注重行业优势区位，引领多规模类型集聚”的行业差异化引导策略

深入到行业细分和规模分类层面的空间集聚特征分析已经揭示了差异性，随着文化创意产业的快速发展，细分产业推进差异化引导的必要性愈发现。

从分区促进的角度，综合分行业最近邻指数分析和空间结构分析（图6、图7）可以发现，艺术业、咨询服务业、广告与会展服务业、休闲娱乐服务业4

个行业，无论在企业数量、集聚度和集聚形态等方面都具有明显的老城向心的分层集聚特征，为此宜在老城区层面深入研究发展需求并重点挖掘其潜在拓展空间，进而根据发展趋势探索向老城区外导引的可能性；文化创意相关产业、建筑设计业、软件与计算机服务业、工业设计业4个行业，具有较为明显的分层向心集聚特性，但是相比前者已经呈现向老城区外拓展的趋向，甚至如软件与计算机服务业已经在城区层面出现了集聚热点区域分化的态势，为此应将老城区外边缘地区作为重点扩展地域，深入探究上述行业的主导区位因素，从而制定更具针对性的分区导引策略；时尚创意业、媒体业、网络信息业3个行业，集聚程度相对较弱但又主要集中在内环线内，在推动扶持政策老城区普惠化的同时，宜进一步研究其选址的关键性区位因素，再性确定是否有必要以园区平台方式引导其集聚发展。

无论从实践还是从现代产业集群理论视角来看，文化创意产业的集聚和汇聚发展对于产业集群和地方的稳定发展通常都具有重要意义。就现状上海中心城区而言，艺术业、咨询服务业、广告及会展服务业3个行业具有明显的老城区汇聚粘性；休闲娱乐服务业、媒体业、网络信息业3个行业尽管汇聚性较弱但也主要集聚在老城区内，但网络信息业同时也与咨询服务业在浦东民生路-源深路附近形成新的汇聚迹象；软件与计算机服务业、文化创意相关产业和建筑设计业3个行业虽然大型企业较为离散，但已在苏州河以北和浦东张江地区及民生路-源深路附近呈现出老城区外汇聚发展的新迹象；工业设计业则呈现出中小企业在苏州河以北和五角场附近汇聚的新迹象。

从主要区位因素角度，上述汇聚点较为明显地与所在地的政府机构、高校院所和商务楼宇等设施集聚紧密相关。进一步挖掘类似区位因素进而从内在关联的角度来优选重点导引的行业，应是老城区外推进产业集聚发展的重要策略，文化创意相关产业、建筑设计业、软件与计算机服务业、工业设计业等应



图8 文化创意企业与创意产业集聚区关系图

Fig8 The relation between cultural and creative enterprises and creative parks
资料来源：基于经济普查数据和文化创意产业类园区在GIS平台上绘制。

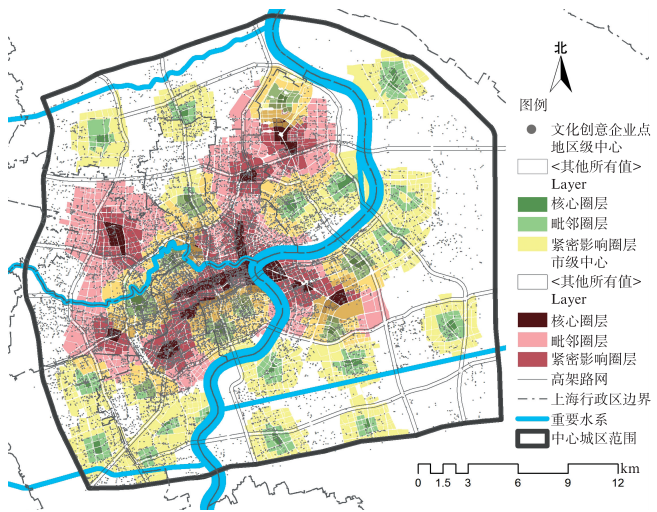


图9 文化创意类企业分布与各级公共中心关系图

Fig.9 The relation between cultural and creative enterprises and public centers
资料来源：基于经济普查数据和上海市商业中心规划成果在GIS平台上绘制。

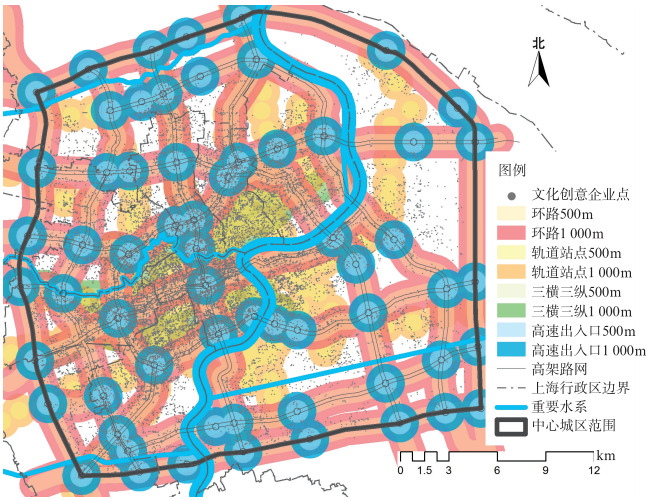


图10 文化创意类企业与交通要素关系图

Fig.10 The relation between cultural and creative enterprises and transport elements
资料来源：基于经济普查数据和上海交通图在GIS平台上集成后绘制。

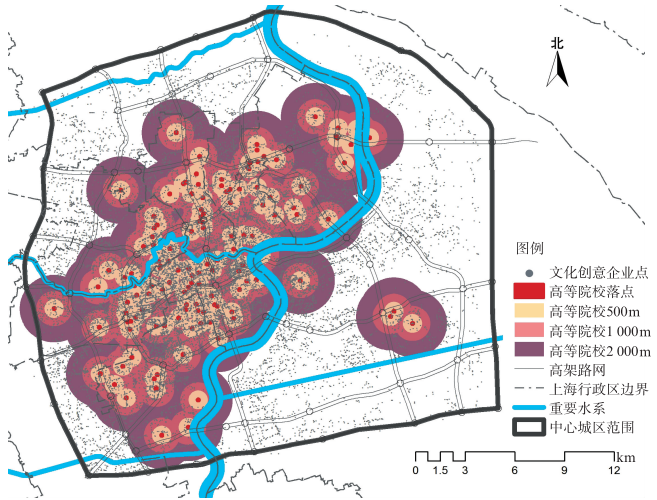


图11 文化创意企业与高等院校关系图

Fig.11 The relation between cultural and creative enterprises and universities
资料来源：基于经济普查数据和百度地图搜索的高校院所分布图在GIS平台上集成分析绘制。

作为促进汇聚发展的优先重点导引的行业类型。

6 结语

基于微观的企业选址的空间集聚性解析，不仅有助于优化提升早期仅仅依托政策性园区所形成的有关文化创意产业区位因素的判断（栾峰，等，2013），而且为深入理解不同规模和行业的空间集聚特性，进而提出更具针对性的规划导引策略，提供了重要依据。

结合二经普和三经普企业数据，本文从整体层面和分规模、分行业维度上，分别归纳总结了上海中心城区文化创意产业的空间集聚特性：在整体层面上，主要呈现出向老城区单核集聚且集聚度圈层式递减，形成塔型三个空间集聚层面，且下位层面的集聚热点区域更为散布的特征；在分规模维度上，主要呈现出在老城区汇聚和小微企业多层集聚的整体特征，以及小微企业在地区层面上形成新的分层且在老城区内呈现集聚热点区域较为均衡分布，在街区层

面上则呈现出较为明显的在老城区内带状族群集聚的特征；在分行业维度上，则主要呈现出较为明显的集聚度分类梯度递减现象，按照整体集聚度和集聚形态差异可以为3大行业类型，按照街区层面上分规模集聚形态差异则可以划分4大行业类型。

根据企业选址及空间集聚的特征，本研究重点优化提升了三大重要区位因素，归纳为“三主因一里路”，即高等级公共中心、大容量公共交通、高等院校等智源机构附近500m的显著集聚

范围。由此从规划导引的层面提出了三项建议,分别为在整体层面上“扶持小微企业、建构多层次空间平台”,在分区层面上推动“老城区政策普惠并强化示范和试验导向,边缘区遵循重要区位因素优化布局”,以及分行业层面上推动“注重行业优势区位,强化多规模类型汇聚”的差异化导引策略。

不可否认的是,经济普查数据的精度,特别是二经普较多企业登记地址与实际工作地址不符现象的存在,都会影响空间集聚度的测量精度,以及政策建议的可靠性。但是兼顾两次经普数据的研究,可以在一定程度上弥补精度上的缺憾。同时,我们也要清醒地看到,统计口径因政策导向而出现的调整,也会明显影响研究结论甚至未来适用性,这也是政策性研究的时效性短暂所决定的。从学术型角度来看,本项研究虽然将原本主要停留在园区层面上的空间集聚特征及主要区位因素研究推进到了企业选址层面,但仍有大量的深入到机制层面上的工作有待进一步推进。

特别感谢匿名评审专家的意见。

参考文献 (References)

- [1] 毕秀晶,汪明峰,李健,等.上海大都市区软件产业空间集聚与郊区化[J].地理学报,2011(12):1682-1694.(BI Xiujing, WANG Mingfeng, LI Jian, et al. Agglomeration and suburbanization: a study on the spatial distribution of software industry and its evolution in metropolitan Shanghai[J]. Acta Geographica Sinica, 2011(12): 1682-1694.)
- [2] 陈鹏,马伟.层次聚类法在空间犯罪热点分析中的应用[J].中国人民公安大学学报(自然科学版),2013(1):64-67.(CHEN Peng, MA Wei. Application of hierarchical clustering method in the analysis of the spatial crime hot spot[J]. Journal of People's Public Security University of China (Science and Technology), 2013(1): 64-67.)
- [3] 陈秋玲.基于共生关系的创意产业集群形成机制——上海18个创意产业集群实证[J].经济地理,2006(12):84-87.(CHEN Qiuling. The formation mechanism of creativity industry cluster based on symbiosis relationship: an empirical study of Shanghai creativity industry cluster[J]. Economic Geography, 2006(12): 84-87.)
- [4] 褚劲风.创意产业集群空间组织研究[M].上海:上海人民出版社,2009.(CHU Jinfeng. Research on the spatial organization of agglomeration of creative industry [M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2009.)
- [5] 方忠权.广州会展企业空间集聚特征与影响因素[J].地理学报,2013(4):464-476.(FANG Zhongquan. The agglomeration characteristics and influencing factors of exhibition enterprises in Guangzhou[J]. Acta Geographica Sinica, 2013(4): 464-476.)
- [6] 耿斌.上海创意产业集群区开发特征及规划对策研究[D].上海:同济大学硕士学位论文,2007.(GENG Bin. The development and planning research of creative industry cluster in Shanghai[D]. Shanghai: The Dissertation for Master Degree of Tongji University, 2007.)
- [7] 国家统计局.国民经济行业分类[S].2002.(GB/T4754-2002. National industries classification [S]. 2002.)
- [8] 胡美娟,李在军,侯国林,等.江苏省乡村旅游景点空间格局及其多尺度特征[J].经济地理,2015(6):202-208.(HU Meijuan, LI Zaijun, HOU Guolin, et al. Multi-scale spatial patterns characteristic of rural tourism attractions in Jiangsu province[J]. Economic Geography, 2015(6): 202-208.)
- [9] KRUGMAN P R. Increasing returns and economic geography [J]. Journal of Political Economy, 1991, 99(3): 483-499.
- [10] 廖志强,刘晟,奚东帆.上海建设国际文化大都市的“文化+”战略规划研究[J].城市规划学刊,2017(S1):94-100.(LIAO Zhiqiang, LIU Sheng, XI Dongfan. "Culture + " strategy toward an international cultural metropolis of Shanghai [J]. Urban Planning Forum, 2017(S1): 94-100.)
- [11] 栗峰,王怀,安悦.上海市属创意产业园区的发展历程与总体空间分布特征[J].城市规划学刊,2013,207(2):70-78.(LUAN Feng, WANG Huai, AN Yue. The development of creative industrial parks in Shanghai and their spatial features[J]. Urban Planning Forum, 2013, 207(2): 70-78.)
- [12] 上海市文化创意产业分类目录(2013)[R].2013. (Catalogs of cultural creative industry in Shanghai(2013) [R]. 2013.)
- [13] 孙飞翔,王承云.上海研发产业空间集聚及演化研究[J].上海经济研究,2014(11):107-115.(SUN Feixiang, WANG Chengyun. The spatial agglomeration and diffusion of R & D industry: a case study of Shanghai[J]. Shanghai Economic Review, 2014(11): 107-115.)
- [14] 王怀,栗峰.上海中心城区市属创意产业园区的发展绩效研究[J].上海城市规划,2013(1):23-28.(WANG Huai, LUAN Feng. A study on development performance of Shanghai municipal creative industry park in city center[J]. Shanghai Urban Planning Review, 2013(1): 23-28.)
- [15] 王兰,吴志强,邱松.城市更新背景下的创意社区规划:基于创意阶层和居民空间需求研究[J].城市规划学刊,2016(4):54-61.(WANG Lan, WU Zhiqiang, QIU Song. Creative community planning in the context of urban regeneration: based on a study on spatial demand of creative class and residents[J]. Urban Planning Forum, 2016(4): 54-61.)
- [16] 肖雁飞,刘友金,沈玉芳.上海创意产业区空间创新点和趋势研究——一个“新经济空间”的视角[J].现代城市研究,2007(12):40-44.(XIAO Yanfei, LIU Youjin, SHEN Yufang. The status quo and tendency of creative industrial district spatial innovation of Shanghai: from a new economic space view [J]. Modern Urban Research, 2007(12): 40-44.)
- [17] 张庆,彭震伟.基于空间聚类分析的杭州市生产性服务业集聚区分布特征研究[J].城市规划学刊,2016(4):46-53.(ZHANG Qing, PENG zhenwei. Spatial distribution of producer services in Hangzhou central city based on spatial clustering analysis[J]. Urban Planning Forum, 2016(4): 46-53.)
- [18] 张尚武,陈烨,宋伟,等.以培育知识创新区为导向的城市更新策略——对杨浦建设“知识创新区”的规划思考[J].城市规划学刊,2016(4):62-66.(ZHANG Shangwu, CHEN Ye, SONG Wei, et al. Urban regeneration based on nurturing knowledge innovation zone——planning thoughts on "Knowledge Innovation Zone" in Yangpu district[J]. Urban Planning Forum, 2016(4): 62-66.)
- [19] 张晓东.上海市文化产业集聚及其影响因素研究[D].上海:上海师范大学硕士学位论文,2014.(ZHANG Xiaodong. Research on agglomeration and influencing factors of cultural industry in Shanghai [D]. Shanghai: the Dissertation for Master Degree of Shanghai Normal University, 2014.)

修回: 2018-10