

# 文化创意产业空间布局及动力机制： 伦敦与上海比较研究

◎ 赵 讷 汪明峰

**摘 要：**伦敦是世界上公认的“创意之都”。从1998年伦敦政府首次提出“创意产业”这一概念至今，很多国家和地区纷纷效仿并发展具有本国特色的文化创意产业。2005年，上海首批创意园区挂牌成立，文化创意产业随之蓬勃发展起来。本文在文化经济和知识经济的时代背景下，选取伦敦和上海这两个国际化大都市，从文化创意产业的空间布局及其动力机制两个方面进行比较分析，并对上海及其他城市完善文化创意产业的发展提出了对策建议。

**关键词：**文化创意产业 空间布局 动力机制 伦敦 上海

**【中图分类号】**F119.9 doi:10.3969/j.issn.1674-7178.2016.03.014

## 一、引言

文化经济和知识经济时代环境孕育出了一种新兴产业：文化创意产业。它以个人和文化艺术的发展为基础，以创造和创新为内核，以集聚的分布格局为空间表征，推动着地方经济的发展（厉无畏，2006；艾伦·斯科特，2010）。文化创意产业的发展推动着城市的进步，也为城市

的再生提供了原动力。伦敦是世界上最有创意的城市之一，它吸引着新的想法和新的视角，鼓励创意的发展。在这样的社会环境下，滋生了音乐、时尚、电影、艺术、文学和设计等创意活动的多样性，而多样性的繁荣反过来也孕育了更多的创意诞生（Evans & Smith, 2006）。伦敦的文化创意产业发展有一定的规律可循，在空间分布上，它集中在伦敦城和伦敦的西部。如今，一些逐渐成长起来的“城市边缘

---

【基金项目】国家自然科学基金项目“长三角地区新兴信息产业演化与城市区域空间组织研究”（41371175）；教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“战略性新兴产业与全球城市区域（城市群）发展研究”（13JJD840010）

区”也成为伦敦文化创意产业发展的特色空间。作为中国的国际化大都市上海，其文化创意产业的发展历史不长，但是速度却稳步加快。本文试图通过对比分析伦敦和上海在发展文化创意产业过程中的异同点，总结伦敦发展文化创意产业的成功经验，以期上海及其他城市的文化创意产业发展提供参考。

## 二、文化创意产业的概念及产业组织

### （一）概念

追溯文化创意产业的历史，其时间沿革在文化产业之后。英国是最早提出文化创意产业概念的国家，也叫作“创意产业”：源自个人创造力、技巧及才能，通过知识产权的开发和运用，对财富和职业创新有潜在影响的行业（DCMS, 1998）。伦敦是最早将这一概念付诸实践的城市。在我国，“文化创意产业（Cultural and Creative Industries）”的概念较早出现于台湾。2003年，台湾地区“文化建设委员会”公布的《文化创意产业发展法草案》中对文化创意产业定义为“源自创意或文化积累，透过智慧财产的形式与运用，具有创造财富与就业机会潜力，并促进整体生活提升之行业”（陈华文, 2013）。

### （二）产业分类

根据英国“文化新闻体育部”（DCMS）2014年发布的创意产业就业报告，伦敦文化创意产业包含广告和营销业、建筑业、手工业、设计业、影视业、软件开发与服务、出版业、展览业、音乐演出业等9类，对应标准产业分类中的38个产业类别

（见表1）。

根据上海市统计局2011年发布的《上海市文化创意产业分类目录》，上海文化创意产业分为文化创意服务业和文化创意相关产业两大部分，下分出版业、艺术业、工业设计、建筑设计、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、休闲娱乐服务、文化创意相关产业等10个大类，同时依照产业链和上下层分类关系又分为28个中类和102个小类（见表2）。

### （三）产业链

由图1可以看出，文化创意产业的产业链主要包含四个环节：创意研发-设计生产-宣传推广-市场营销（孙莹、汪明峰, 2014）。其中，创意研发是最重要的环节，主要是指产品的内容创意，这一过程通常与创意者所处的环境密切相关，且往往发生在一些自由与创意气息浓郁的地方。设计生产环节具有全球化的特性，除了本地生产之外，还包含离岸生产。而企业选择离岸生产的主要动机是当地廉价的劳动力。因此，像印度、罗马尼亚等一些发展中国家成为企业离岸生产的首选国家（Evans & Smith, 2006）。此外，宣传推广环节也是尤为重要的。其中，广告是更接近潜在消费者的一种宣传方式，它通过为产品创造出一个形象，并将其销售给潜在的消费者，而这些消费者会因为可支配收入的差异或者消费倾向的不同而被分给不同的消费市场（Pratt, 2006）。市场营销是直接接触消费者的环节。实体营销往往通过一些产品的专卖店来实现，网络营销则是通过产品的官网或者一些购物网站来实现。

**表1 伦敦文化创意产业分类**

行业大类	标准行业类别
广告和营销业	公共关系和交流活动
	广告代理机构
	媒体推介
建筑业	建筑活动
手工业	珠宝和相关艺术品制作
设计业	专门的设计活动
影视业	电影、录像及电视节目生产
	电影、录像及电视节目后期制作
	电影、录像及电视节目发布
	电影上映
	无线电广播
	电视节目和广播
	摄影活动
软件开发与服务业	电脑游戏出版
	其他软件出版
	计算机编程
	计算机咨询
出版业	图书出版
	字典和通讯录出版
	报纸出版
	期刊、杂志出版
	其他出版
	笔译和口译
展览业	图书馆和档案管理
	博物馆
音乐演出业	声音录制和音乐出版
	文化教育
	表演艺术
	表演艺术的支持活动
	艺术创新
	文化设施运营

资料来源：根据DCMS（2014）创意产业就业报告整理所得。

表2 上海文化创意产业分类

行业大类	行业中类
出版业	新闻出版服务
	广播、电视服务
艺术业	文艺创作、表演及演出服务
	电影制作、发行与放映
	文化保护和文化设施服务
	群众文化服务
	文化艺术策划及代理服务
工业设计	工业产品设计
	工艺品美术品制造
	工程与技术设计
建筑设计	规划管理
	工程勘察设计和管理服务
	绿化管理
	建筑装饰业
网络信息业	互联网信息服务
	广播、电视、卫星传输
软件与计算机服务业	软件及计算机辅助设计
	计算机应用服务
咨询服务业	商务咨询
	科技咨询
	社科咨询
	其他咨询
广告及会展服务	广告服务业
	会展服务业
休闲娱乐服务	旅游服务
	文化消费及休闲娱乐服务
文化创意相关产业	文化创意用品、设备的生产
	文化创意用品、产品、设备的销售

资料来源：根据上海市统计局《上海市文化创意产业分类目录》（2011）整理所得。

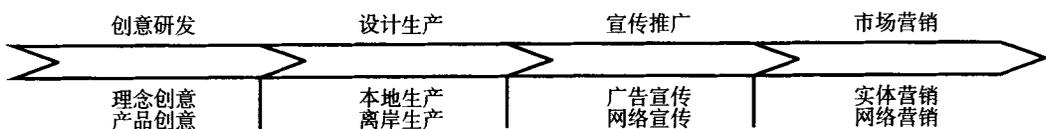


图1 文化创意产业链

#### （四）空间组织

艾伦·斯科特（2010）强调空间在组织经济过程中扮演的角色日益重要，同时他也指出，产业集聚一开始就产生了三种益处：第一，降低了产业之间的交易成本；第二，加快了产业体系内流动资本和信息扩散的速度；第三，完善了以交易活动为基础的社会凝聚格局，它在许多细微方面巩固了产业综合体的机能。文化创意产业的空间集聚并非凭空产生，它最初是在创意氛围良好、物质及人力资源丰富、文化底蕴雄厚的地区发展起来，然后以此为增长极，在政府和行业协会以及个人的推动下逐渐形成集聚区，最终在整个地区形成各种有特色的创意园区或创意企业集聚区。这种以点带面式的空间扩散，便简要概括了文化创意产业空间集聚格局的形成过程。

### 二、伦敦文化创意产业的发展

#### （一）产业概况

近年来，伦敦文化创意产业从业人数总体呈上升的趋势（见表3）。从2009年开始，文化创意产业的总增加值已经增加了16.4%。2009至2012年的平均年增长

率为5.2%，其中，年增长率最大的年份在2010至2011年间，为7.8%。同时，文化创意产业占伦敦总产出的比重在2009至2012年间保持稳定。在产业内部，2012年，软件开发与服务业所占增加值比重最大，为31.1%。紧随其后的是影视业，为25.0%。然后是出版业，占15.4%。相比之下，展览业的比值为最小。

#### （二）空间布局

伦敦文化创意产业主要是以开放的艺术工作室（workplace）为空间发展模式集聚分布（田媛、高长春，2012）。据统计，2014年伦敦共有80530个艺术工作室。从图2可以看出，这些工作室有的独立发展，有的通过合作发展而形成规模不等的企业，分布在伦敦全市各区（Togni，2015）。从不同企业规模来看，大型企业较多围绕中央伦敦区（Central London）和里奇蒙德区集聚分布；而在伦敦南区、威灵顿区、哈罗区、巴密特区和雷德布里奇区则形成了中型企业集聚区；此外，在伦敦东区、埃菲尔德区和布鲁姆雷区形成了小型企业集聚区。

在集聚密度最大的伦敦城，即伦敦金融城，是伦敦金融市场最为繁荣的地方。其中，卡姆登镇是伦敦的影视业集聚区，

表3 伦敦市文化创意产业总体分析

年份（年）	2009	2010	2011	2012
从业人员（人）	482200	466600	469600	492700
总产出（英镑）	282100	295658	314906	325613
增加值（英镑）	29725	31660	34140	34600
占伦敦国民增加值（GVA）比重（%）	10.6	10.7	10.9	10.7

资料来源：根据大伦敦政府经济报告（Togni 2015）数据整理所得。

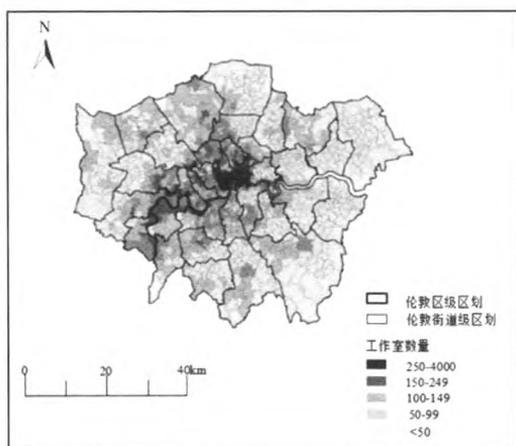


图2 伦敦创意产业工作室的空间分布

资料来源：根据大伦敦政府官网（<http://www.london.gov.uk>）资料修改。

它以多样的文化和宽容的氛围吸引了文化消费者和创意生产者的集聚。此外，卡姆登镇还高度集中了作为创意阶层代表的波西米亚人（Gornostaeva, 2009）。同样位于伦敦城的还有著名的斯皮塔佛德市场（Spitalfield's Market），王怡颖（2005）将其定义为“创意市集”。这是伦敦比较有特色的手工艺品制作市场，以艺术家工作室、文化和休闲消费空间为主要产业组织形式（Pappalepore et al, 2014）。王怡颖（2005）通过走访16家斯皮塔佛德市场的店铺，对店主进行了访谈。从她的访谈内容来看，艺术家和设计师愿意集聚在这里是因为这里是一个事业起步的好地方，同时，通过与顾客的直接接触，能掌握目标消费者的情况，进而使商品为大众了解和购买。

从产业类型来看，音乐、电视以及影视业多在伦敦西区分布；出版业、数字媒体业以及广告业多分布在伦敦东区。因为“社会信息流”的影响，即信息在创意部

门之间和创意部门内部的流动，使得伦敦文化创意产业在“城市边缘区”也逐渐呈现出集聚的趋势。比如在伦敦北区和伦敦东区的霍斯顿一带。城市边缘区是一个过渡地带，后工业化时期遗留下来的空置仓库和工厂为这个地区提供了独特的空间和机会结合的优势。廉价的地租使得这一地区比伦敦城和伦敦西区更能吸引创意产业和创意人才的集聚。随着平面设计师、咨询计划师和建筑师以及谷歌学院的陆续进驻，使得这一地区日益成为技术创业者的代名词（Foord, 2013）。

### （三）动力机制

伦敦文化创意产业的繁荣发展，使其成为举世闻名的“创意之都”。这期间，除了产业结构更替的内部推动之外，政府、行业协会以及个人的外部动力也显得尤为重要。

首先，政府的作用。1997年，布莱尔担任英国首相后成立了创意产业小组，并发布了《创意产业勘察报告》，将创意产业发展列为国家发展战略（王立丽，2012）。2000年，伦敦市政府推出“创意伦敦”计划，并设立多项基金，鼓励创意产业从业人员进行创意工作。2012年伦敦奥运会期间，皇家造币厂向公众征集奥运纪念币设计，伦敦政府再次提倡“全民参与”。将艺术融入普通人的生活，这是伦敦充满创意氛围的原因之一，而将普通人拉入创意活动，这是伦敦成为创意之都的另一个重要因素。此外，在政府的支持下，有些高校设立了创意学院，通过艺术及设计等专业的学习培养创意人才。与此同时，伦敦对于艺术家的知识产权保护也尤为重视，健全完备的相关法律体系为艺

术家们提供了良好的保障。

其次，相关行业协会的作用。英国的文化新闻体育部（Department for Culture, Media and Sport）为伦敦创意产业的发展提供了一个很好的对内支持、对外宣传的平台。该部门及时发布关于创意产业的相关报告，从总体上把握伦敦创意产业的发展。创办于1983年的英国时尚协会（British Fashion Council）是伦敦时装周的主办方，作为世界四大时装周之一的伦敦时装周引领着世界时装创意的方向，打造媒体与时尚界直接交流的平台。此外，于1908年成立的伦敦剧院协会（Society of London Theatre）通过剧院产业的管理以及与观众的沟通，共同推动伦敦西区歌剧院经济的发展。

第三，个人的推动。作为伦敦创意产业发展的主导力量，个人的作用越来越突出。理查德·佛罗里达（2010）曾指出，创意阶层的区位选择在创意中心形成中的重要性。在伦敦的各大创意市集，涌现出越来越多的原创设计师，他们不仅亲手制作创意产品，更成立了自己的品牌，将创意产品推销至更大的消费市场。伦敦是一个多元化的城市，有各种不同的人来到伦敦，给伦敦灵感，分享他们的专业技能和创意。

一些毕业生从设计学院毕业之后会来到伦敦创业，因为伦敦为他们提供了一个创业环境，且有长期“锁入”效应。而许多企业不愿意离开伦敦，因为一旦离开伦敦会面临设计师短缺的局面，他们担心招募不到足够的娴熟设计师（Reimer et al, 2008）。

### 三、上海文化创意产业的发展

#### （一）产业概况

近年来，上海文化创意产业的从业人数逐年上升，产业增加值也持续上涨（见表4）。2012年，软件与计算机服务业、建筑设计业、咨询服务业经济规模较大，占文化创意产业增加值比重分别为17.4%、13.3%和11.3%。此外，文化创意产业占上海全市生产总值的比重逐年增加，对上海经济增长贡献率已超过20%。

#### （二）空间布局

与伦敦文化创意产业以开放的艺术工作室形成的集聚空间不同，上海的文化创意产业是以园区的形式在空间上形成集聚。自2005年开始，上海市政府陆续在各区挂牌成立文化创意产业园区（见图3）。

园区集中分布在黄浦、徐汇、长宁、

表4 上海市文化创意产业总体分析

年份（年）	2010	2011	2012	2013
从业人员（万人）	108.94	118.02	129.16	130
总产出（亿元）	5499.03	6429.18	7695.36	-
增加值（亿元）	1673.79	1923.75	2269.76	2500
占上海国内生产总值（GDP）比重（%）	9.75	10.02	11.29	11.5
对上海经济增长贡献率（%）	14.0	15.5	20.2	-

资料来源：根据上海市政府官网资料整理所得。

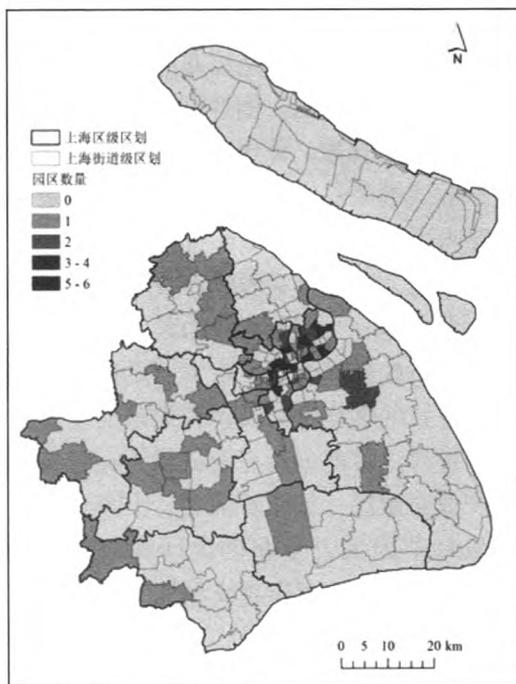


图3 上海市文化创意产业园区的空间分布

资料来源：根据东方文创网（<http://shcci.eastday.com/>）数据绘制。

静安、普陀、闸北、虹口、杨浦等中心城区，并主要依托废旧老厂房或者高校建立而成。各区的园区类型也各具特色。其中，浦东新区由于拥有强大的技术和人才支撑，创意产业类型多样，并发展了具有本土特色和与国际接轨的全球创意产业，产业园区具有全球性。黄浦区拥有影视业、会展业、时尚产业等园区，并吸引艺术家和设计师入驻，他们有自己的工作室和工作基地，文化创意产品类型多样化。静安区的产业园区大部分以广告、文化传媒业为主，具有鲜明的时代特色，且娱乐性、综合性较强。与静安区类似，徐汇区的产业园区是集设计、文化传媒和会展业于一体的综合性园区。长宁区的文化创意产业园区以多媒体创意园区为主。普陀区

的时尚设计产业园区较为突出。闸北区的集设计、服装、会展等于一体的园区体现了时代性。虹口区的大部分产业园区以数字媒体产业为主，同时也出现了一些节能环保的艺术机构。杨浦区依托高校资源，以设计、信息、科技、纺织、工艺品文化创意产业园区为主。此外，宝山区的动漫产业园区、闵行区的网络设计业园区、嘉定区的广告设计业园区、金山区的传统文化开发业园区、松江区的影视业园区、青浦区的纺织业园区、奉贤区的陶瓷艺术园区以及崇明县的民间民俗民族村落也各具特色。

### （三）动力机制

首先，政府的推动。2005年，上海市经委为首批18家创意产业集聚区揭牌，文化创意产业发展全面启动。至今，上海市政府陆续发布《上海市文化创意产业发展“十二五”规划》、《关于促进上海市创意设计业发展的若干意见》和《上海市设计之都建设三年行动计划（2013-2015年）》等政策文件，对上海市文化创意产业的发展起到了宏观的指导作用。此外，上海市政府还支持上海戏剧学院设立创意学院，培养创意人才。与此同时，上海市政府设立上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金，为产业发展奠定了物质基础。

其次，行业协会的促进。如2005年成立的上海市创意产业协会，是全国创意产业领域诞生的第一家协会。协会为上海市的创意阶层提供一个交流沟通的平台，促进创意人才的集聚。它还为艺术家和设计师们提供良好的知识产权保障以及相关的服务。此外，通过建立创意产业测评

体系，完善上海市文化创意产业的评估工作。与此同时，相关的行业协会如上海市创意制作行业协会、上海市会展行业协会、上海市多媒体行业协会以及上海市工艺美术行业协会等也在各方面服务整个产业的发展。

第三，公共服务平台的引领。一方面，公共服务平台的推广建设是推动文化创意产业面向市民的一项举措；另一方面，它促进了公共服务体系的发展（孙福良，2014）。据统计，上海目前具有“设计之都”展示和交流平台、上海国际文化服务贸易平台、上海市创意产业展示和服务平台、上海市动漫公共技术服务平台和设计创新材料展示和服务平台等。通过平台的服务，新兴的中小企业得到了强有力的资金、技术、人才和信息等支撑，使产业可持续发展成为可能。

#### 四、伦敦与上海的对比分析

综合以上对伦敦和上海的分析，可以发现两个城市之间的异同点。首先，伦敦和上海都是国际化大都市，它们都具有发展文化创意产业的物质基础和国际化视野。其次，两个城市对于文化创意产业发展的重视程度比较相近，不管是政府的决策还是行业协会以及个人的作用，都推动着两个城市文化创意产业的发展。

##### （一）关于空间布局

从产业的空间分布来看，伦敦和上海的文化创意产业都有集聚分布的趋势，但空间组织方式存在差异。首先，空间组织单位不同。伦敦是以艺术家为导向而形成的艺术工作室组织。这些艺术工作室组成

了规模不等的企业，并发展成各类创意产业集聚区。而上海则是以政府为导向而形成的创意园区组织。创意园区组织相对来说比较容易管理，更规范化且更有秩序。而开放式的工作室为艺术家们提供的是一种更自由的工作和创作环境。

其次，产业链完整性存在差异。伦敦的文化创意产业链以SOHO区为代表，其内容创意的独特性、生产方式的国际性、宣传方式的多样性以及销售渠道的延展性成为世界上目前创意产业链最为完整的创意产业集聚区。相比较而言，上海在创意研发环节因为大量原创设计师和新锐设计师的涌入，呈现出越来越完整的发展状态。而在宣传推广环节，目前主要借助新媒体和网络进行引导消费，但在国际上的推广才刚刚起步。

第三，产业集聚区位类型不同。伦敦的文化创意产业选址区位更为多元化。其中，有以创意市集形式出现的集聚区，比如位于伦敦城的斯皮塔佛德市场；还有围绕大学形成的集聚区，比如中央圣马丁艺术设计学院的新校区就是建设在创意园区内部。而上海的文化创意产业园区有三分之二是凭借废旧老厂房建立起来的（He & Gebhardt, 2014），且这些废旧老厂房集中分布在中心城区。

##### （二）关于动力机制

首先，政府的作用。文化政策的完善是促进城市经济发展的重要推动力（汪明峰，2001）。伦敦之所以能吸引优秀的艺术家、设计师入驻其中，就是凭借其多元和包容的社会环境，而这与政府的作用密切相关。同样，上海的“世界性”声望也正在吸引世界各地年轻的艺术师们，创意

工作者和企业家集聚在上海这个重新觉醒的大都市(O'Connor & Gu, 2014)。在保护艺术家的知识产权方面,上海也积极推出相关政策,但相较而言,伦敦政府出台的相关政策更为完整。在对待艺术家的态度方面,伦敦市政府主张为其提供一个平台,引导其自由发展。同样,上海市政府也逐渐从主导其发展转变为引导其发展。

其次,行业协会的作用。在文化创意产业发展中,行业协会的作用不容小觑。伦敦的创意产业发展小组每年会定期在官网上发布伦敦市文化创意产业的发展报告,并将其与英国其他城市进行对比,查漏补缺,以完善文化创意产业的发展。

同样,上海市创意产业协会网站的内容也较为完善,但是信息更新的速度以及与市民互动的频率略不及伦敦。同时,伦敦时装周作为世界四大时装周之一,在每年举办期间会吸引世界各地的设计师参与其中,带动了伦敦市文化创意产业的发展。同样,上海时装周近年来也积极与国际接轨,其知名度和关注度以及全球设计师的参与度也正在逐渐提升。

第三,个人的作用。文化创意产业的发展归根结底是人的发展(理查德·佛罗里达,2010)。在伦敦,有很多原创设计师,他们在政府扶持的基础上,自发成立工作室。而上海的一些小众设计师则大多在园区内的工作室工作,与市民的合作互动机会相对来说小一些。此外,伦敦市民从小接受到的文化教育培养了他们对待艺术的热情,形成了定期去博物馆和展览馆观展的习惯。而在上海,主动融入艺术领域的市民比例相对来说略小一点。

## 五、结论及政策启示

本文梳理了文化创意产业的概念,并从产业空间布局和动力机制两个方面对伦敦和上海进行了类比。在空间布局方面,伦敦文化创意产业空间组织单位比上海更为开放,产业链结构更为完整,产业集聚区位也呈现出多样化的特征。在动力机制方面,政府主要起到了扶持并鼓励艺术家发展的作用,行业协会为艺术家们的合作交流提供了平台。其中,创意人才是发展创意产业的核心,离开了这个基础,产业发展就缺少了活力与竞争力。相比较而言,伦敦更重视对创意人才的引领和培养,这也是伦敦创意产业屹立于世界顶端的重要推动力。

以伦敦为鉴,在推动上海文化创意产业发展的时候,如何通过政府、行业协会以及个人的作用而营造一个充满创意氛围的环境显得尤为重要。首先,植根地方文化,营造创意环境。可以把握上海不同区县的文化底蕴,将其融入文化创意产业发展中,使各区县都发展具有当地特色的文化创意产业。其次,重视创意教育,培养创意人才。可以在各高校设立文化创意相关院系和专业,将创意融入教育,为创意人才的培养打牢基础。最后,丰富创意活动,创造创意生活。可以多开展“全民参与”活动,将创意融入普通人的生活,让整个城市凝聚创意氛围。总之,上海需要利用自身优势,积极营造一个更为包容、多元的大环境,吸引创意阶层的集聚。📍

### 参考文献:

- [1] 艾伦·J·斯科特(著),董树宝,张宁(译). 城市文化经济学. 北京:中国人民大学出版社,2010.
- [2] 陈华文. 文化创意案例教程. 上海:上海交通大学出版社,2013.
- [3] 理查德·佛罗里达(著),司徒爱勤(译). 创意阶层的崛起. 北京:中信出版社,2010.
- [4] 厉无畏. 创意产业导论. 上海:学林出版社,2006.
- [5] 孙福良. 创意产业基础理论研究. 上海:学林出版社,2014.
- [6] 孙莹,汪明峰. 纽约时尚产业的空间组织演化及其动力机制. 世界地理研究, 2014, 23 (1): 130-139.
- [7] 田媛,高长春. 创意产业集群运营模式国际比较分析——以上海和伦敦为例. 科技进步与对策, 2012, 28(6): 31-34.
- [8] 汪明峰. 文化产业政策与城市发展: 欧洲的经验与启示. 城市发展研究, 2001, 8 (4): 11-16.
- [9] 王立丽. 北京-伦敦文化创意产业发展模式比较研究. 北京:北京服装学院, 2012.
- [10] 王怡颖. 创意市集:伦敦市集16位艺术家/设计师访谈录. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2005.
- [11] DCMS. Creative Industries Mapping Document. London: Department of Culture, Media and Sport (The Stationary Office), 1998.
- [12] Evans, Y., Smith, Y. Surviving at the margins? Deindustrialisation, the creative industries, and upgrading in London's garment sector. Environment and planning A, 2006, 38 (12): 2253-2269.
- [13] Foord, J. The new boomtown? Creative city to Tech City in east London. Cities, 2013, 33: 51-60.
- [14] Gornostaeva, G. The wolves and lambs of the creative city: the sustainability of film and television producers in London. Geographical Review, 2009, 99(1): 37-60.
- [15] He, J.L., Gebhardt, H. Space of creative industries: a case study of spatial characteristics of creative clusters in Shanghai. European Planning Studies, 2014, 22(11): 2351-2368.
- [16] O'Connor, J., Gu, X. Creative industry clusters in Shanghai: a success story?. International Journal of Cultural Policy, 2014, 20(1): 1-20.
- [17] Pappalepore, I., Maitland, R. Smith, A. Prosuming creative urban areas. Evidence from East London. Annals of Tourism Research, 2014, 44: 227-240.
- [18] Pratt, A.C. Advertising and creativity, a governance approach: a case study of creative agencies in London. Environment and planning A, 2006, 38(10): 1883-1899.
- [19] Reimer, S., Pinch, S., Sunley, P. Design spaces: agglomeration and creativity in British design agencies. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, 2008, 90(2): 151-172.
- [20] Togni, L. The creative industries in London. GLA Economics Working Paper 70, 2015.

作者简介: 赵讷, 华东师范大学中国现代城市研究中心研究生。汪明峰, 华东师范大学中国现代城市研究中心副主任, 城市与区域科学学院教授, 主要研究方向: 城市地理与城市经济。

(责任编辑: 李钧)

## The Spatial Distribution and Dynamic Mechanism of Cultural and Creative Industries: A Comparative Analysis between London and Shanghai

*Zhao Ne, Wang Mingfeng*

**Abstract:** London is commonly known as a world's creative capital. Ever since the London authority defined the "creative industry" in 1998, many countries and regions have been developing the specified cultural and creative industries as London does. In 2005, the first range of creative parks was registered in Shanghai, which opened a gateway to the flourishing development of cultural and creative industries. In the era of cultural economy and knowledge economy, we choose London and Shanghai as our research objects to conduct a comparative analysis on the spatial distribution and dynamic mechanism of the cultural and creative industries within these two international metropolises. Furthermore, we put forward some countermeasures for Shanghai on the comprehensive development of cultural and creative industries.

**Keywords:** cultural and creative industries; spatial distribution; dynamic mechanism; London; Shanghai