

大都市创意产业发展的国际比较研究

——以北京、上海及伦敦为例

张秋扬

摘要：运用一系列数据分析，对北京上海创意产业从产值、从业人口和各部门发展等方面进行比较，并概述伦敦创意产业发展状况，试图对大都市创意产业发展策略提出意见：国内创意产业分类标准不一，多数城市对于“文化创意产业”和“创意产业”混淆，统计口径和范围扩大等问题亟待解决；部分城市创意产业各部门发展极不均衡，真正带动城市创新进步的部门产业发展不够；技术进步和制度有效性是创意产业经济持续增加的关键因素，建议政策支持对象可以落实到企业、个人，探索政府主导和自下而上结合的方式，培养公共和私人的合作伙伴关系；制度有效性还体现在对知识产权的重视和保护上，尤其对于创意产业，良好的环境和激励政策非常重要，这些在国内城市有一定欠缺。

关键词：创意产业，伦敦，北京，上海

1. 引言

自 20 世纪 90 年代，“全球城市”在国际视角下的竞争日益激烈，不仅在经济领域，科技、文化领域地位的提升也会使城市更具影响力，创意产业兼具经济、科技和文化范畴，在伦敦、纽约等世界级大都市产业发展中所占比重越来越高。从国内来看，经历了经济快速增长后，我国已经进入经济发展的“新常态”，面临着产业结构升级和发展方式转变的挑战，创意产业对产业的带动升级作用受到各城市的关注。

伦敦是全球创意产业的领导者，创意产业被提升至大伦敦战略高度，已经成为伦敦第二大经济部门，在经历了长期的国家和地区政策性引导后，越来越注重公共、私人 and 志愿部门组成的合作伙伴关系和联合机制。北京在“十一五”规划中明确提出将创意产业作为未来发展的支柱产业之一，在政府主导的发展模式下成效明显，但存在产业划分宽泛，制度实施不到位等问题。上海近年来为建设“全球城市”的目标更加重视文化创意产业的发展，与其他城市相比，经济、社会、文化开放程度更高，产业创新能力强。

本文通过对北京、上海创意产业的发展状况进行对比分析和伦敦创意产业发展概述，对大都市创意产业发展策略在产业划分、技术进步和制度有效性等方面提出建议。

2 北京与上海的创意产业发展及比较

2006 年《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》首次提出“创意产业”的概念。北京市统计局发布《北京市文化创意产业分类标准》中分为文化艺术，新闻出版，广播电视电影，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 9 大类。尽管国内部分学者认为“创意产业”和“文化创意产业”略有不同并没有定论，但北京市统计口径中没有专门的“创意产业”数据，且“文化创意产业”一直作为创意北京的支撑，因此使用“文化创意产业”的数据。

上海 2005 年公布的《上海创意产业发展重点指南》中“创意产业”包含研发设计创意、文化传媒创意、建筑设计创意、咨询策划创意和时尚消费创意五大类，这一划分标准和统计口径数据沿用到 2010 年。2011 年公布的《上海市文化创意产业分类名录》首次明确界定了文化创意产业的范围，包含类别与北京市的分类基本相同^①，因此 2011-2012 年的统计口径是按文化创意产业划分。

2.1 创意产业产值

“十一五”期间开始，北京在重视产业结构转型的同时，重视发掘城市文化资源，将文化创意产业置于重要位置^[1]。2008 年文化创意产业增加值达 1346.4 亿元，占 GDP 比重 12.1%，年增长率 35.6%。2008-2012 年产业增加值稳定增长，但这期间占 GDP 比重几乎持平甚至与之前相比有所下降（图 2-1）。

2004-2010 年上海创意产业增加值逐年增长且占 GDP 的比重稳步上升，2010 年占 GDP 比重达 9.2%（图 2-2），其中上海世博会贡献较大。2011 和 2012 年北京上海文化创意产业增加值相比，上海增加值均大于北京，占 GDP 比重不如北京，这是由于上海历年 GDP 总量均超过北京（图 2-3），但上海文化创意产业占 GDP 的比重上升 5.81 个百分点，同年北京文化创意产业占 GDP 比重几乎没有变化。

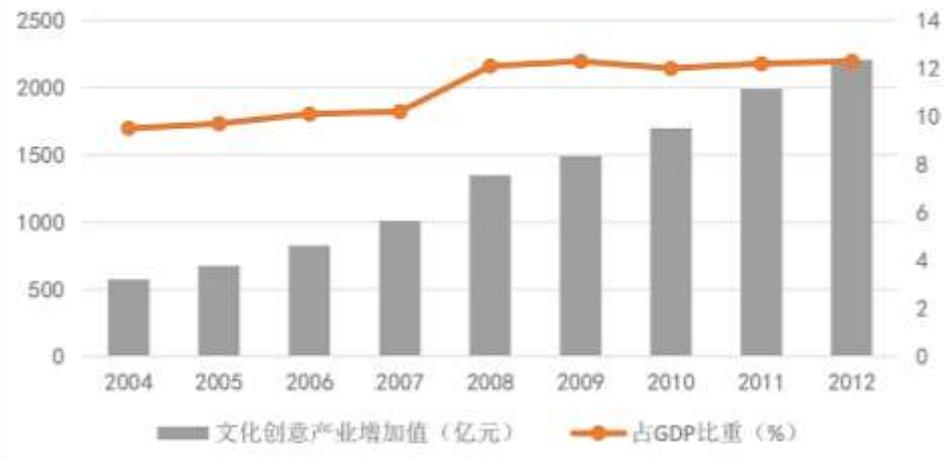


图 2-1 2004-2012 年北京市文化创意产业增加值和占 GDP 比重

资料来源：北京市统计年鉴（2005-2013）

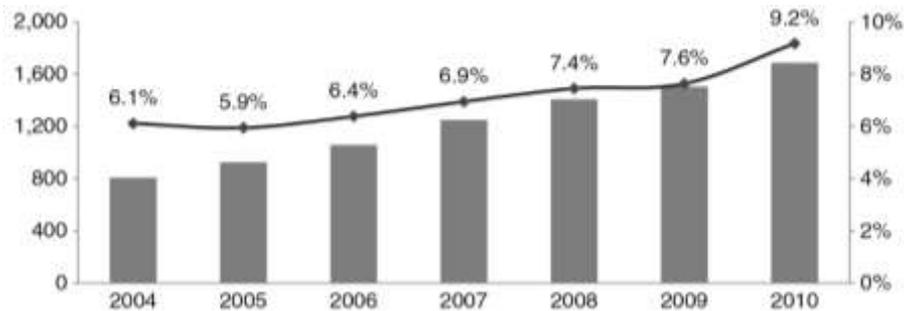


图 2-2 2004-2010 年上海市创意产业增加值和占 GDP 比重

资料来源：上海创意产业发展报告（2006-2010）

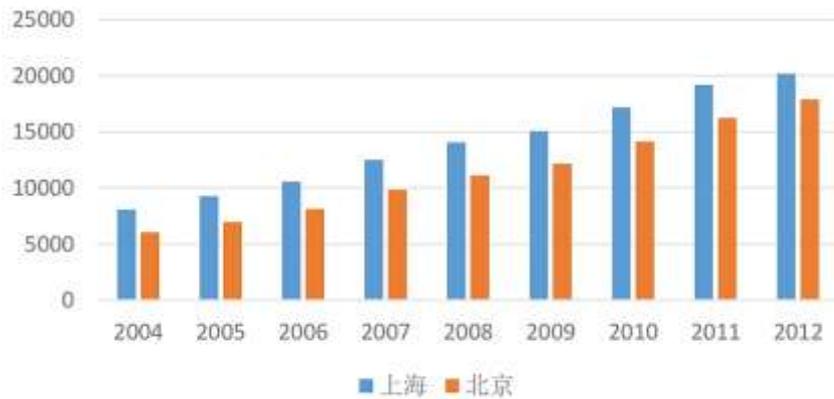


图 2-3 北京上海历年 GDP 总量

资料来源：北京、上海统计年鉴（2004-2012）

2.2 各部门产值和从业人口

北京文化创意产业中软件和计算机服务在总收入和从业人口中所占比例都较高（图 2-4 和图 2-5）。但各部门人均收入中只有艺术品交易有明显优势，其他部门人均收入相差不大（图 2-6），体现出大部分产业部门在拉动就业上的作用。

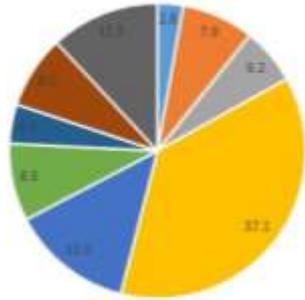


图 2-4 北京文化创意产业各部门收入比例
资料来源：根据 2013 年北京经济普查年鉴整理

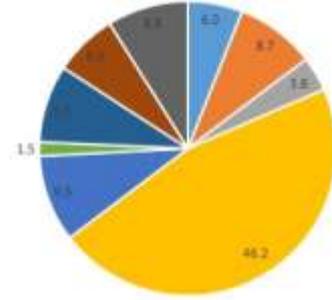


图 2-5 北京文化创意产业各部门从业人数比例
资料来源：同上

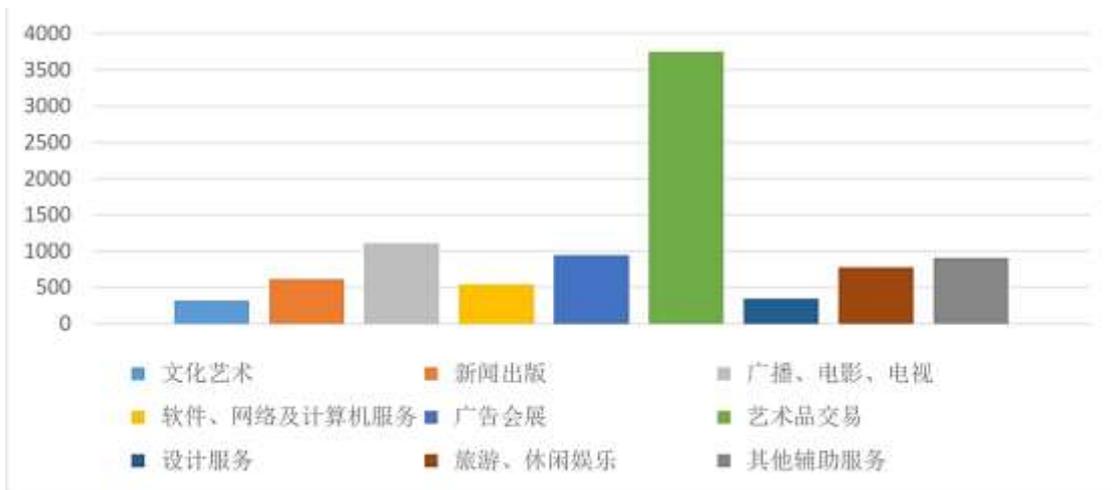


图 2-6 北京文化创意产业各部门人均收入（千元）
资料来源：同上

上海 2009 年数据显示，研发设计几乎占创意产业总增加值的一半（图 2-7），由于上海产业目前向后工业转型，因此技术资本型和服务业是创意产业持续增长的关键。研发设计创意和咨询策划创意增加值占 GDP 的比重在 2008 年前都稳定增加，受金融危机影响 2009 年占 GDP 比重下降。建筑设计创意与其他行业趋势不同，占 GDP 比重在 2009 年增长率比前几年高很可能由于经济危机后国家投资基础设施拉动相关部门经济增长^[2]。文化传媒在 GDP 中所占比重较低，这体现上海创意产业的类型与伦敦不同，伦敦的创意产业中传媒文化和设计占有重要地位，不同于研发设计创意、咨询策划创意等其他 4 类，文化传媒创意主要由艺术家、作家、音乐家和其他自由职业者主导，说明上海在个体自发创意性上与伦敦还有一定差距。

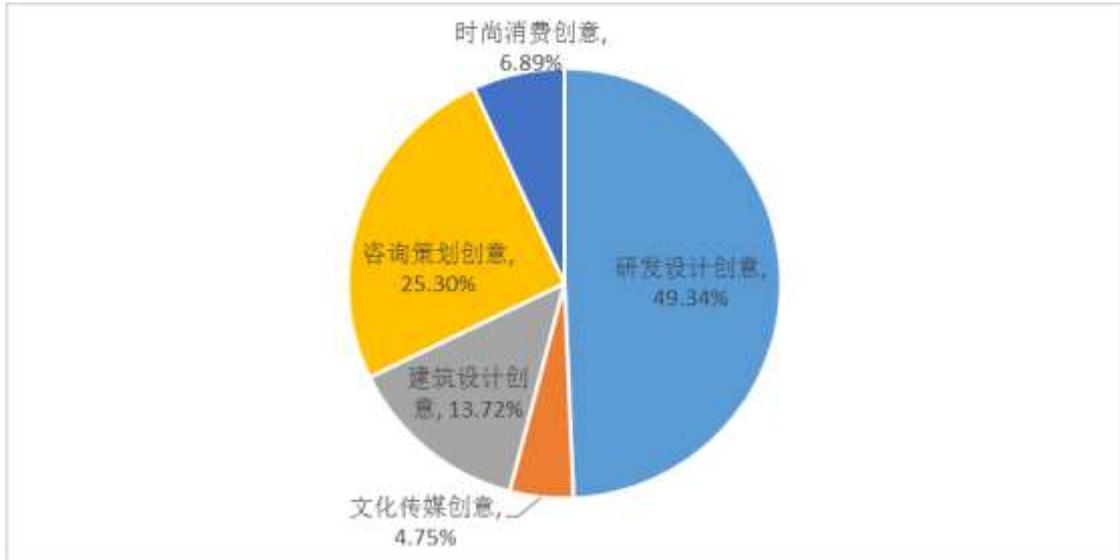


图 2-7 2009 年上海创意产业各部门占 GDP 的比重

资料来源：上海创意产业发展报告 2009

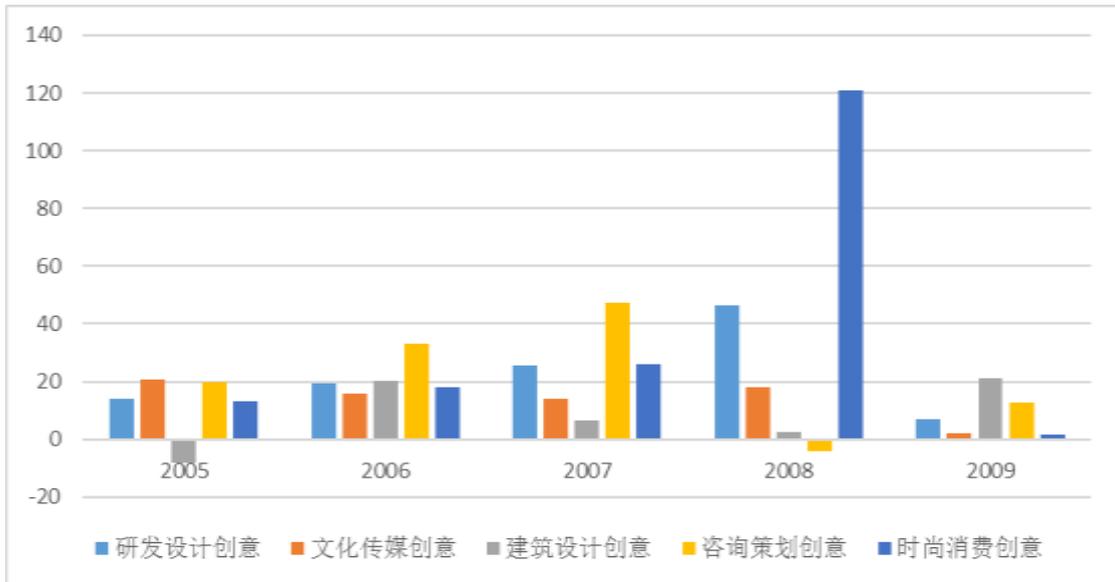


图 2-8 2005-2009 年上海创意产业各部门占 GDP 比例的平均增加率 (%)

资料来源：上海创意产业发展报告（2006-2010）

将北京和上海创意产业各部门增加值比重排名进行比较（表 2-1），北京软件计算机服务业有绝对的优势，新闻出版类排名较靠前，这体现了北京作为首都文化产业较发达，但其他产业部门增加值所占比重相差不大，反而文化及创意相关产业如旅游和其他辅助服务业占比较大，设计服务和文化艺术增加值比重仅占 8.2%，在真正体现原始创造性的产业上有较大欠缺。上海软件计算机服务业增加值占比最高，建筑设计、咨询服务业、广告会展、工业设计等部门增加值比重与软件计算机服务业没有绝对的差距，各产业部门综合发展。

表 2-1 2011 年北京和上海文化创意产业分行业增加值比重排名比较

序号	上海		北京	
	行业	比重 (%)	行业	比重 (%)
1	软件与计算机服务业	18.6	软件计算机服务	49.9
2	建筑设计	14.7	新闻出版	10.1
3	咨询服务业	12.4	其他辅助服务	9.6
4	文化及创意相关产业	11.5	广播电视电影	8.2
5	广告及会展服务	9.8	广告会展	7.5
6	工业设计	9.8	设计服务	5.0
7	媒体业	8.3	旅游休闲娱乐	4.1
8	休闲娱乐服务	7.6	文化艺术	3.2
合计	文化创意服务业	88.5		
	文化及创意相关产业	11.5		

资料来源：刘学华.上海文化创意产业投融资模式与政策研究.科学发展.2013

北京文化创意产业相对于上海拉动较多的就业人口，2011 年从业人数达 120 万，2013 年达 180 万，但人均产值比上海低 6.2 个百分点（表 2-2）。实际上北京文化创意产业没有完全脱离劳动力密集型产业，在“新常态”的发展背景下，传统类型的二三产在拉动就业方面接近饱和，文化创意产业是二三产的深度融合，在提升就业潜力方面有所带动，但人均产值不如上海侧面反映北京文化创意产业在科技水平、创新能力和人才有效利用上还有提升空间。

表 2-2 2011 年北京和上海文化创意产业人均产值比较

城市	文化创意产业增加值 (亿元)	增长速度 (%)	占 GDP 比重 (%)	从业人数 (万人)	人均产值 (万元/人)
北京	1989.9	14.2	12.2	120	16.58
上海	2086.9	13	10.67	118.02	17.68

资料来源：根据北京市统计年鉴 2012 和上海文化创意产业发展报告 2012 整理

2.3 政府支持的举措

北京文化创意产业是“自上而下”的政府主导型，建立起一系列资金管理和政策支持。

(1) 资金支持。自 2006 年，市政府设立了源于市财政拨款的 5 亿元作为每年文化创意产业发展专项资金，采取贷款贴息、项目补贴、政府重点采购、后期赎买和后期奖励等方式发放，另外又分 3 年投入的 5 亿元文化创意产业集聚区基础建设资金。

(2) 政策支持。市政府陆续出台了针对文化创意产业分类标准中前 8 类的营业税和个人所得税优惠政策。在中关村园区中原本只针对高新技术企业的所得税减免政策也适用于其他文创企业。

与北京将重点放在大型产业集聚区不同，上海对于文化创意产业的支持更加全面，除了

建立产业园区，在资金、管理和税收减免外，还对中小型创新企业提供扶持。表现在：

(1) 以资本额 4000 万成立担保公司，通过担保公司使中小型的文化创意企业可被量化鉴定，取得贷款等一系列优惠政策。

(2) 上海师法欧美，政府支持艺术家，利用中心区废旧工业遗址进行城市更新作为文化创意产业生产生活的场所，旨在创造城市文化环境，通过草根创新模式带动全民创新互动，最后达到升华产业、提升产值的作用。由于这些创意区的集聚，上海进入全球创意城市网络，成为世界的“设计之都”。

2.4 小结

尽管北京政府对文化创意产业大力投入，并取得一定成效，但从数据分析中发现仍存在问题：(1) 自 2006 年起每年投入专项发展资金并分 3 年投入产业聚集区基础建设资金，这在 2007-2008 年文化创意产业占 GDP 的比重飞速增长（图 2-1）中颇显成效，2008 年后政府每年持续投入资金支持，但文化创意产业占 GDP 的比重保持平稳中间几年反而降低，而上海同期创意产业占 GDP 比重持续上升，表明这一阶段的投资对增长率提供贡献很少。北京的文化创意产业最初依靠投资拉动，依赖城市特有的历史文化等资源禀赋发展旅游娱乐休闲、其他辅助服务业会在中短线最快得到回报。政府主导模式下的产业聚集区建成初期，部分行业受到规模经济影响，产值增长较快，但是文化创意产业与其他产业不同，不能单纯依靠投资拉动，长线回报的取得还需依靠持续的创新研发。另一方面与人们对文化创意产业和生活消费需求有关，持续经济增长的现实基础是供给能力。从供给方面提高增长率的关键是提高全要素增长率，对于创意产业而言人力资本、知识产权的贡献更为重要，实现途径是技术进步和制度有效性，背后依赖的是教育和科技水平^[3]。(2) 北京文化创意产业各部门发展极不均衡，软件计算机服务业占据绝对优势，这与政府对中关村等部门产业园区的扶持有关，但设计服务、文化艺术部门占比较低，原本可通过“草根创意”带动城市多元氛围和普通百姓创新行为的部门发展不够，对于整体“创意城市”的形成有所欠缺。

上海文化创意产业在产值增长率、产业部门综合发展和人均产值上都优于北京，上海师法伦敦、纽约等创意城市，但文化创意产业发展类型与这些城市不同，文化创意相关产业在总产值中比重较大，而文化传媒和设计类所占比重较低，这说明上海在原创力方面与世界上的传统创意城市还有一定差距。

3. 伦敦的创意产业发展

英国文化媒体和体育部（DCMS）将创意产业定义为：源于个体创造性、技能和人才，

通过开发和利用知识产权，具有创造财富和增加就业潜力的产业。包含广告营销、建筑、工艺品、设计（产品、平面和时尚设计）、电影电视视频摄影、软件计算机服务、出版、博物馆美术馆图书馆、音乐表演视觉艺术 9 类^{[4] -[5]}。并对“创意经济”和“创意产业”进行了严格的界定和区分：创意产业包括产业、就业都具有创造性和产业具有创造性就业不具创造性两部分；而创意经济在以上两部分之外还加入了产业不具创造性就业具有创造性的部分（即产业外就业），因此创意产业是创意经济的子部分。

3.1 伦敦创意产业总产值

创意产业是伦敦经济的重要支柱。根据大伦敦政府 2015 年 10 月最新公布的创意产业发展报告，2012 年伦敦创意产业产值达到 346 亿英镑，占伦敦 GVA 总量的 10.7%，贡献了接近一半（47.6%）的英国创意产业 GVA（727 亿英镑）。由伦敦 1996-2012 年创意产业 GVA 增长趋势（图 3-1）及 2007 年伦敦主要产业部门 GVA（图 3-2）可知，1996 到 2007 年伦敦创意产业产值增加平稳，2007 年产值占伦敦经济 GVA 总产值约 8.9%。之后 2009 年创意产业 GVA 产值增加了 16.4%，同年伦敦经济总 GVA 增加 15.4%，在绝对值方面 2009-2012 年比 1996-2007 年产值有明显增加，其中 2010-2011 年产值增速最快（图 3-3），2009-2012 年创意产业 GVA 较总 GVA 增速较快，平均增速 5.2% 相比较伦敦总 GVA 平均增速 4.9%，较前十年发展迅速（表 3-1）。2007-2009 年增加值提高得到了英国政策支持，2008-2009 年技术战略委员会（TSB）启动 1000 万英镑研发项目支持创意产业技术创新。

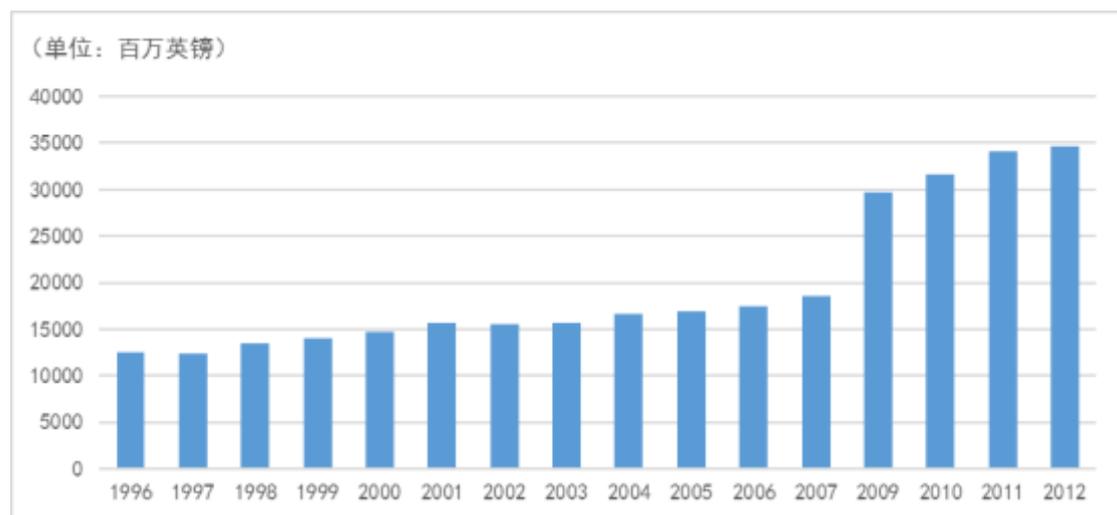


图 3-1 1996-2012 年伦敦创意产业 GVA (2008 年使用新 SIC2007，数据暂缺)

资料来源：根据 Greater London Authority. Working Paper 40: London's creative workforce: 2009 update.
Working Paper 70: The Creative Industries in London 整理

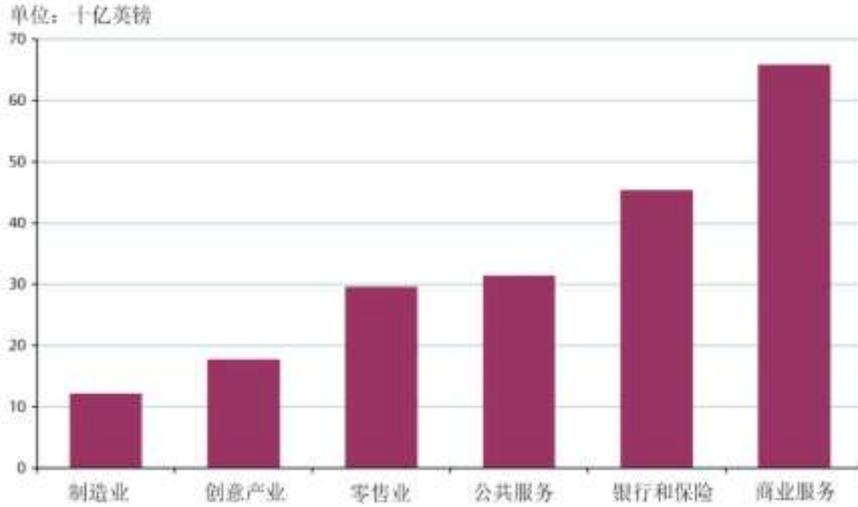


图 3-2 2007 年伦敦主要产业部门 GVA

资料来源：Greater London Authority. Working Paper 40: London's creative workforce: 2009 update.

表 3-1 2009-2012 年伦敦和英国创意产业增速和 GVA 占比

年	伦敦					英国				
	总 GVA (百万英镑)	增速	创意产业 GVA (百万英镑)	增速	创意产业 GVA 占比	总 GVA (百万英镑)	增速	创意产业 GVA (百万英镑)	增速	创意产业 GVA 占比
2009	282100		29725		10.6%	1345046		63325		4.7%
2010	295658	4.8%	31660	6.5%	10.7%	1400684	4.1%	65914	4.1%	4.7%
2011	314906	6.5%	34140	7.8%	10.9%	1441598	2.9%	68515	3.9%	4.8%
2012	325613	3.4%	34600	1.3%	10.7%	1475948	2.4%	72737	6.2%	4.9%

资料来源：GLA Economics

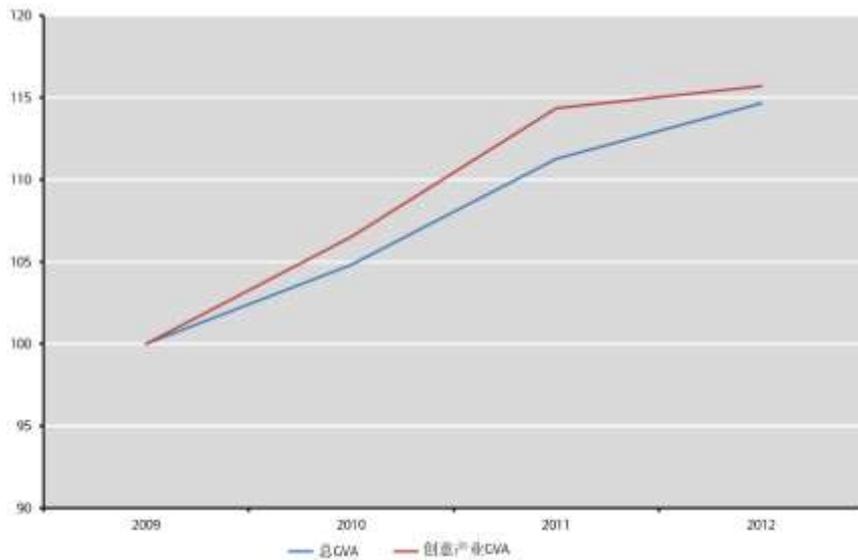


图 3-3 2009-2012 年伦敦创意产业 GVA 和伦敦总 GVA 增长趋势 (以 2009 年为 100)

资料来源：同上

3.2 各部门产值

表 3-2 2012 年创意产业各部门产值及占英国各部门产值比例

创意产业部门	伦敦 GVA (百万英镑)	英国 GVA (百万英镑)	伦敦占比 (%)
广告营销	3631	6628	54.8
建筑	1349	3302	40.9
工艺品	159	325	48.9
设计：产品、平面和时尚设计	947	2271	41.7
电影电视、视频和摄影	8633	13011	66.4
IT、软件和计算机服务	10777	30195	35.7
出版业	5341	10616	50.3
博物馆、美术馆和图书馆	601	2214	27.1
音乐、表演和视觉艺术	3163	4175	75.8
合计	34601	72737	47.6

资料来源：同上

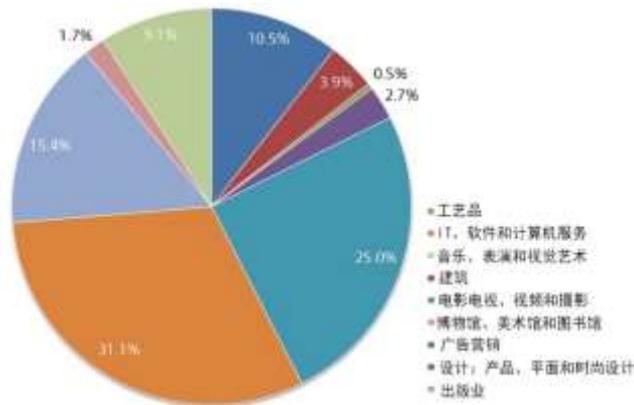


图 3-4 2012 年各部门 GVA 占伦敦创意产业 GVA 比例

资料来源：同上

由表 3-2 和图 3-4 可知，部门产值占比伦敦总创意产业最大的是 IT、软件和计算机服务。在对英国创意产业的贡献上，多数部门占比 40%-50% 以上甚至更多，说明整体上伦敦各部门创意产业在英国的重要作用，其中音乐表演和视觉艺术体现了绝对优势。总体从对国家 GVA 的贡献上来看，伦敦创意产业中第三产业中的高端服务业相对第二产业制造业贡献更大。

3.3 劳动力状况

2014 年伦敦创意产业有 57.5 万个就业岗位，占伦敦总就业岗位的 11.8%，只占英国创意产业就业岗位的 7.2%，相比伦敦创意产业产值占英国的比重，可知单位就业岗位产出较高，体现出创意产业具有较高价值区段特征^[6]，也说明伦敦的创意产业在英国具有重要地位。从 2011 年和 2013 年，伦敦创意产业就业岗位数持续增长（图 3-5），与英国陆续公布加大创意人才和技能培养的报告有关。

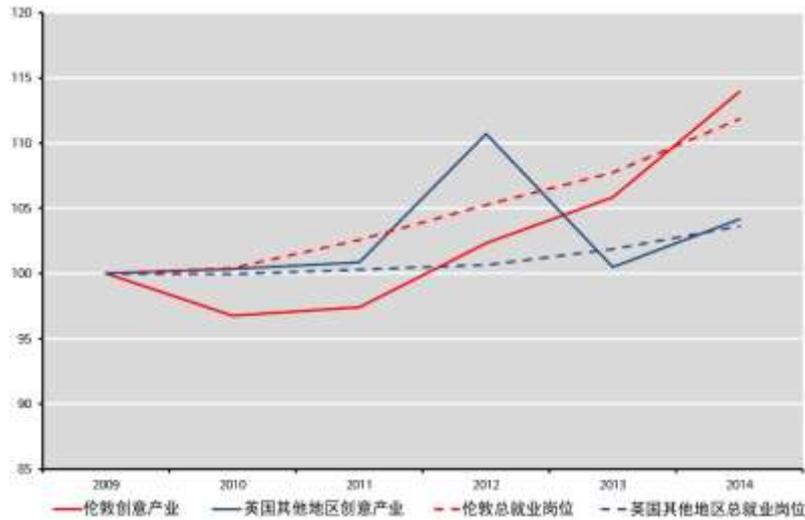


图 3-5 2009-2014 年伦敦和英国其他地区创意产业就业岗位变化 (以 2009 年数据为 100)

资料来源：GLA Working Paper 70: The Creative Industries in London.

各部门从业人数最多的是 IT、软件和计算机服务业 (图 3-6)，人均产值较高 (图 3-7)，但此部门的人均产值在 2009-2012 年增速较缓 (图 3-8)，说明产业已发展相对成熟，该部门拉动相对较多的就业，人均产值边际效应凸显。相反出版业在国家占比 (表 3-2) 较高的情况下从业人数相对少且人均产值较高、增速较快 (图 3-7 和图 3-8)，说明伦敦该部门偏技术密集型，未来发展势头良好。

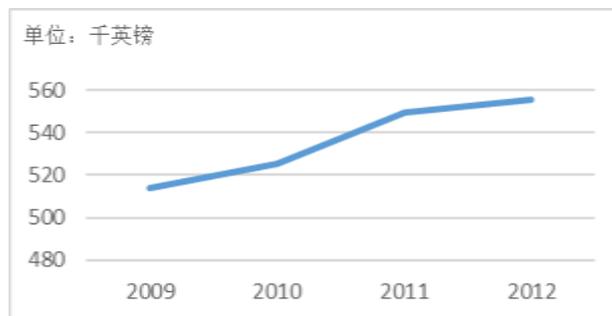


图 3-5 2009-2012 年创意产业人均 GVA (千英镑)

资料来源：根据 GLA Working Paper 70: The Creative Industries in London 整理

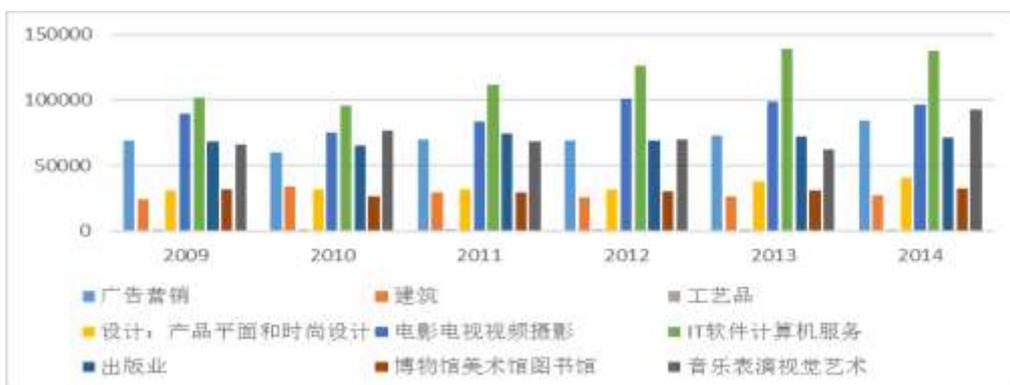


图 3-6 2009-2014 年创意产业各部门就业人数

资料来源：同上

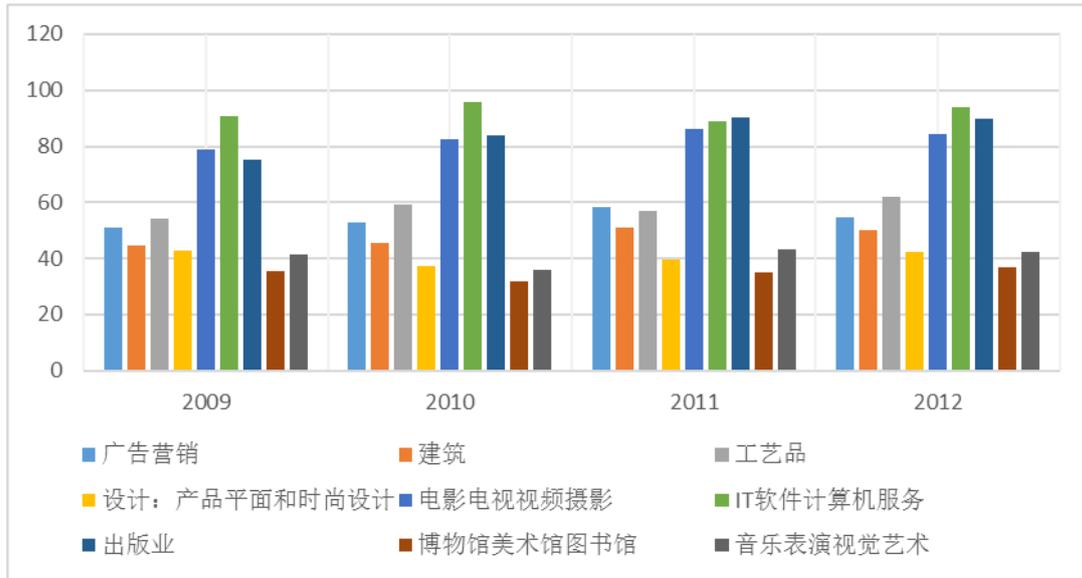


图 3-7 2009-2012 年创意产业各部门人均 GVA (千英镑)

资料来源：同上

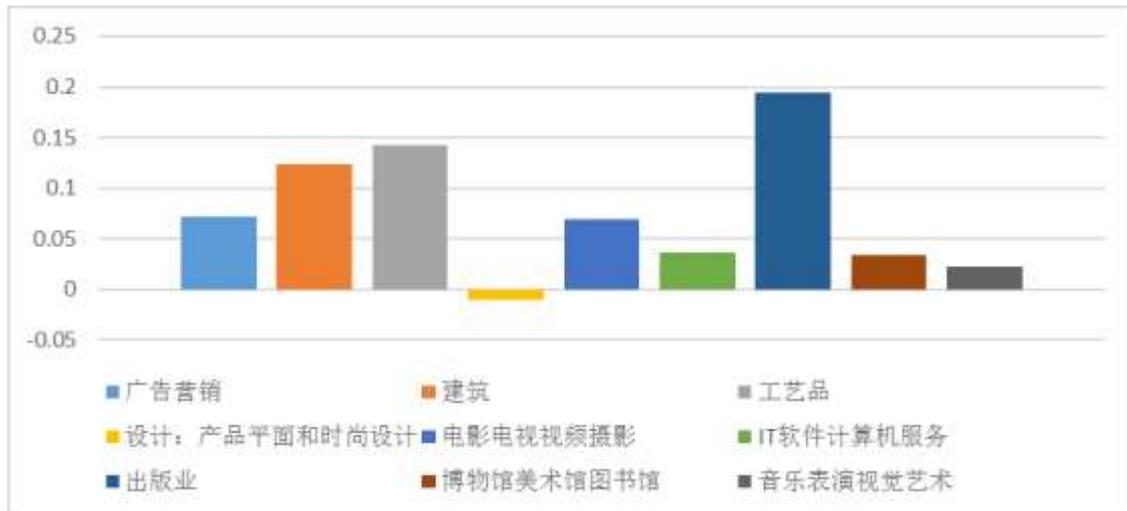


图 3-8 2009-2012 年创意产业各部门人均产值增长率

资料来源：同上

3.4 政府支持的举措

(1) 英国创意城市实施包括国家和地方两个层面。国家层面通过对创意部门的定量数据研究确定了创意产业地图的绘制框架，目标是在政策制定者、城市领导者、实践者和地方社团之间形成创意资源的共识。地方层面上 2002 年成立了创意产业委员会，意在扶持“创意伦敦”战略的形成，战略的计划之一是在伦敦建立 10 个创意中心，这些中心是由私人团体和艺术或培训组织组成的合作伙伴来加以管理。

(2) 不仅政府各研究理事会支持创意产业，多个政府部门还为创意产业提供资金支持。2008-2009 年技术战略委员会启动 1000 万英镑支持创意产业技术创新，之后又继续投入资金维持项目^[7]。

(3) 创意产业中小企业受到大力扶持。技术战略委员会投入的资金共使 300 个中小企业受益，此外还积极推进创意合作伙伴计划，促进艺术家、创意者与产业之间的交流。

(4) 为创意产业提供良好的环境，知识产权的保护至关重要。在创意产业中，政府不断推出知识产权保护和改革的政策法规，为创意产业的可持续发展提供了良好的环境。

4.基于国际比较的大都市创意产业发展策略探讨

通过北京、上海创意产业的发展及比较和伦敦创意产业的概述，意在为大都市创意产业发展提出策略：

(1) 英国 DCMS 对创意产业的分类进行严格考量，并经国家科学技术和艺术基金会评估，通过一系列法律法规强调知识产权的重要性，这些都为创意产业可持续发展提供有利条件。与北京上海等国内城市的分类相比，伦敦对创意产业和创意经济界定清晰，创意产业中对其产业划分非常严格，特别重视个人原创性和创新性，没有将旅游休闲娱乐计入创意产业内却还保持 10.6%左右的 GVA 份额，可见伦敦创意产业实力雄厚。对比国内创意产业，没有国家公布的严格分类标准，各城市为了做大创意产业数据，将本城市特有的文化产业、与创意产业相关的服务业、创意产业拉动的相关产业或其他辅助产业计入统计口径，各自公布产业分类标准，“文化创意产业”和“创意产业”标准概念含糊，为不同城市间数据研究和借鉴带来很多困难。

(2) 创意产业是二三产的深度融合，伦敦、北京、上海创意产业各部门中，占比重最多的都是软件计算机服务业，但作为传统的创意城市，伦敦电影电视、音乐摄影等文化传媒创意类占比较北京、上海高，这是因为文化传媒创意主要由艺术家、作家、音乐家和其他自由职业者主导，伦敦城市中所提供的开放环境、自由沟通氛围更利于这些部门的发展，也利于城市多元文化品质的形成。目前发展创意产业的大都市尤其是一些国内城市，为了投资后较快得到回报，短线仍采用部分资金密集型部门拉动，忽视长效创意部门对塑造城市整体创新氛围和多元文化特质的作用，所发展的创意产业部门“畸形”、短板严重，与国际视角下创意产业部门的创新内涵还有很大差距。

(3) 技术进步和制度有效性是促进创意产业经济增长的重要驱动力。国内部分城市的创意产业依赖城市特有的历史文化等资源禀赋加上政府的大力投资，多在中短线成效显著，但在持续的资金投入和税收优惠政策下，经济增长效果长期来看却略显乏力。创意产业与其他产业不同，不能单纯依靠投资拉动和进行拷贝的规模化生产，长线回报的取得还需依靠持续的创新研发和技术进步。另一方面与人们对创意产业和生活消费需求有关，持续经济增长

的现实基础是供给能力。从供给方面提高增长率的关键是提高全要素增长率，尤其对于创意产业而言人力资本、知识产权的贡献更为重要，实现途径是技术进步和制度有效性，背后依赖的是教育和科技水平。

最初由国家 and 地方支持的伦敦创意产业在发展成熟期时，更加注重公共、私人多方面的合作伙伴关系，近年来的资金扶持越来越关注中小型企业，从制度方面这对于大都市发展创意产业具有重要借鉴作用。下一步政府支持创意产业的对象可以落实到企业、个人而非产业园，多途径的探索政府主导和自下而上结合的方式，培养公共和私人的合作伙伴关系，更有利于实现技术进步和人才创造力的发挥；制度有效性还体现在对知识产权的重视和保护上，尤其对于创意产业，良好的环境和激励政策非常重要，这些在国内城市有一定欠缺。

5 结语

通过北京、上海创意产业产值、从业人口和各部门产值的定量分析，分别对其提出发展中存在的问题：政府主导下的北京文化创意产业在持续的资金投入和税收优惠政策下，经济增长效果近年来略显乏力；北京文化创意产业各部门发展极不均衡，软件计算机服务业占据绝对优势，但设计服务、文化艺术部门占比较低，可通过“草根创意”带动城市多元氛围和百姓创新行为的部门发展不够，对于整体“创意城市”的形成有所欠缺。上海文化创意产业在产值增长率、产业部门综合发展和人均产值上都优于北京，但文化传媒和设计类所占比重较低，在原创力方面与世界传统创意城市还有一定差距。

通过北京上海创意产业发展比较及伦敦创意产业借鉴，对大都市创意产业发展策略进行探讨：（1）伦敦对创意产业和创意经济界定清晰，创意产业中对其产业划分非常严格，特别重视个人原创性和创新性。相比国内创意产业没有严格的分类标准，多数城市对于“文化创意产业”和“创意产业”混淆，统计口径和范围扩大等问题亟待解决。（2）伦敦城市中所提供的开放环境、自由沟通氛围更利于文化传媒、艺术等“草根创意”部门的发展，也利于城市多元文化品质的形成。（3）技术进步和制度有效性是创意产业经济持续增加的关键因素。政策支持对象可以落实到企业、个人而非产业园，探索政府主导和自下而上结合的方式，培养公共和私人的合作伙伴关系；制度有效性还体现在对知识产权的重视和保护上，尤其对于创意产业，良好的环境和激励政策非常重要，这些在国内城市有一定欠缺。

注释

①上海市统计局.《上海市文化创意产业分类名录》中界定文化创意产业主要包括媒体业、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、文化创意相关产业。

参考文献

- [1]唐燕, 克劳斯·昆兹曼等, 创意城市实践: 欧洲和亚洲的视角[M]. 清华大学出版社.2013: 158-169.
- [2]He Jinliao, Creative Industry Districts: An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai [M]. Springer International Publishing Switzerland. 2014:58-61.
- [3]陈旭, 赵民. 经济增长、城镇化的机制及“新常态”下的转型策略——理论解析与实证推论[J].城市规划.2016(1): 9-24.
- [4]Greater London Authority. Working Paper 40:London's creative workforce: 2009 update. February 2010.
- [5]Greater London Authority. Working Paper 70: The Creative Industries in London. October 2015.
- [6]唐子来, 赵渺希.经济全球化视角下长三角区域的城市体系演化: 关联网络和价值区段的分析方法[J]. 城市规划学刊.2010(1):29-34.
- [7]李振兴.英国创意产业发展概况及政府支持的举措[J].全球科技经济瞭望.2012(7): 47-53.
- [8]刘学华.上海文化创意产业投融资模式与政策研究[J].科学发展.2013 (2): 66-81.

作者简介

张秋扬, 同济大学建筑与城市规划系, 研究生。