

上海市创新产业关联效应的实证分析

Experimental Analysis of the Relation and Effect of the Creative Industry in Shanghai

张艳辉

上海创意产业在发展规划、运作机制和平台建设等方面已取得初步成效。截至 2006 年底,已授牌的创意产业园区达到 70 多家,创意产业的五大类行业都保持快速增长。究竟创意产业能否作为上海未来的主导产业,充分发挥其对经济、社会和文化的带动、渗透以及融合作用。本文将根据上海市 2002 年的投入产出表,对创意产业在国民经济中的关联、辐射作用进行分析,从而对创意产业的发展状况、关联效应有一个总体了解,为创意产业发展政策的制定提供借鉴。

一、对创意产业的研究综述

尽管创意产业的一些产业形态如媒体、设计等早已存在,但“创意产业”概念的提出时间不长。目前对创意产业的研究尚处于概念界定、特征描述阶段。总的来看,现有研究成果主要立足于以下几方面:

对于创意产业的特征及功能定位,John Howkins(2002)把创意产业界定为其产品都在知识产权法的保护范围内的经济部门¹。Landry(2000)认为当代都市面临的诸如经济衰退、生活品质恶化等问题需要创意的方法来解决²。厉无畏(2005)认为创意产业的出现将颠覆传统的经济发展模式,是对经济运行系统的创新³。

对于促进创意产业发展的措施,Richard Florida(2002)提出创意经济发展的 3T 原则:技术、人才和宽容⁴。建立创意社会不需要组织严密的机构或中央集权,而是需要不同群体有机地阐述他们自己的愿景,付出努力和行动。以下几点至关重要:完全释放每个人的创新能力,为创意基础设施投资,智慧、宽容的大学魅力等。厉无畏(2006)认为把创意转化为产业,核心是要构筑创意产业链,把创意、产品和市场有机链接起来⁵。通过科技、创意与文化的融合,重塑产业发展流程。丁敏(2004)以日本的头脑产业为例,认为该类型产业应立足市场需求,主要为政府和企业提供咨询服务⁶。王缉慈(2005)从产业集群的角度指出创意产业的发展并不仅仅是单个企业的行为,而是需要集体的互动和企业的地理集聚⁷。王如忠(2006)提出应完善创意产业统计评估体系⁸。金元浦(2006)认为应该构造与完善创意产业的产业链条,建设文化创意产业园区⁹。

二、运用投入产出法对创意产业关联效应的分析

根据上海市对创意产业的划分标准以及其他国家的分类依据,本文在 2002 年上海市的投入产出表中,选取信息传输、计算机服务和软件业、科学研究事业、综合技术服务业、文化、体育和娱乐业这四类产业作为上海市的创意产业。

(一) 创意产业对其他产业的中间需求分析

创意产业对其他产业的需求结构可以通过投入系数即直接消耗系数来反映。如表 1 所示,上海市第二产业中对创意产业投入系数最高的是通信设备、计算机及其他电子设备制造业,系数值为 0.0394。这说明在创意产业的总产出或总投入中,3.94%的投入来自于该行业。此外,化学工业、仪器仪表及文化办公用机械制造业也占有比较大的投入,系数值分别为 0.0381 和 0.0333。而一些重工业如煤炭开采和洗选业、石油和天然气开采业和金属矿采选业则占创意产业总投入的比重很低,几乎为零。

表 1 上海市第二产业对创意产业的投入系数

产业类别	投入系数	产业类别	投入系数
通信设备、计算机及其他电子设备制造业	0.0394	其他制造业	0.0018
化学工业	0.0381	非金属矿物制品业	0.0017
仪器仪表及文化办公用机械制造业	0.0333	食品制造及烟草加工业	0.0016
造纸印刷及文教用品制造业	0.0316	金属制品业	0.0013
电气、机械及器材制造业	0.0220	纺织业	0.0013
电力、热力的生产和供应业	0.0181	水的生产和供应业	0.0011
建筑业	0.0112	燃气生产和供应业	0.0001
交通运输设备制造业	0.0103	非金属矿采选业	0.0001
服装皮革羽绒及其制品业	0.0079	金属冶炼及压延加工业	0.0001
通用、专用设备工业	0.0038	煤炭开采和洗选业	0
石油加工、炼焦及核燃料加工业	0.0028	石油和天然气开采业	0
木材加工及家具制造业	0.0024	金属矿采选业	0

表 2 反映了上海市第三产业对创意产业的投入系数。其中，创意产业对自身的投入占比最高，达到 0.1462。其次为金融保险业、租赁和商务服务业，系数值分别为 0.0378 和 0.0322。教育事业对创意产业的投入系数偏低，仅为 0.0015，这似乎有悖于常规。一个可能的理由是对教育产业本身的投入偏低，因而教育产业在国民经济的比重偏低，进而对创意产业的投入比重偏低。

表 2 上海市第三产业对创意产业的投入系数

产业类别	投入系数	产业类别	投入系数
创意产业	0.1462	其他社会服务业	0.0066
金融保险业	0.0378	邮政业	0.0019
租赁和商务服务业	0.0322	卫生、社会保障和社会福利业	0.0016
交通运输及仓储业	0.0289	教育事业	0.0015
住宿和餐饮业	0.0169	旅游业	0.0010
批发和零售贸易业	0.0167	公共管理和社会组织	0
房地产业	0.0142		

（二）创意产业对其他产业的中间投入分析

创意产业对其他产业的中间投入用分配系数来衡量。根据 2002 年上海市的投入产出表，创意产业的分配系数及排序如表 3、表 4 所示。根据表 3 的数据，在第二产业中，上海市创意产业的产出更多的应用于化学工业、建筑业，这两个产业的分配系数值分别为 0.0289 和 0.0254。这说明 2002 年上海市创意产业的总产出中有 2.89% 和 2.54% 用于对化学工业和建筑业的中间投入。

表 3 上海市创意产业对第二产业的分配系数

产业类别	分配系数	产业类别	分配系数
化学工业	0.0289	非金属矿物制品业	0.0040
建筑业	0.0254	仪器仪表及文化办公用机械制造业	0.0037
通用、专用设备工业	0.0176	石油加工、炼焦及核燃料加工业	0.0029
交通运输设备制造业	0.0166	木材加工及家具制造业	0.0025
通信设备、计算机及其他电子设备制造业	0.0148	电力、热力的生产和供应业	0.0020
电气、机械及器材制造业	0.0113	其他制造业	0.0006
服装皮革羽绒及其制品业	0.0086	水的生产和供应业	0.0004
食品制造及烟草加工业	0.0073	煤炭开采和洗选业	0.0003

造纸印刷及文教用品制造业	0.0057	石油和天然气开采业	0.0003
纺织业	0.0053	燃气生产和供应业	0.0001
金属制品业	0.0047	金属矿采选业	0
金属冶炼及压延加工业	0.0044	废品废料	0

表 4 上海市创意产业对第三产业的分配系数

产业类别	分配系数	产业类别	分配系数
创意产业	0.1462	其他社会服务业	0.0105
金融保险业	0.0792	交通运输及仓储业	0.0098
租赁和商务服务业	0.0625	教育事业	0.0097
批发和零售贸易业	0.0214	公共管理和社会组织	0.0061
卫生、社会保障和社会福利业	0.0193	住宿和餐饮业	0.0047
房地产业	0.0181	邮政业	0.0005
旅游业	0.0136		

在第三产业中，与表 2 中计算结果相一致，创意产业对自身的分配比例最高，为 0.1462。其次为金融保险业，分配系数值为 0.0792。这说明 2002 年上海市创意产业的总产出中有 14.62% 和 7.92% 被作为中间投入分配给了创意产业和金融保险业。此外，租赁和商务服务业、批发和零售贸易业对创意产业的中间投入依赖程度也比较高，对这个产业分配系数分别为 0.0625、0.0289。

（三）创意产业的感应度与影响力分析

感应度表示国民经济各部门都增加一单位最终需求时，某一部门由此受到的需求感应程度，即该部门需要提供的生产量。感应度系数是该部门感应程度与平均水平的比值。上海市 2002 年投入产出表中所反映的三十多个产业部门中，感应度最高的是金属冶炼及压延加工业（8.5907, 3.0514），其次是化学工业（6.8115, 2.4194）、交通运输及仓储业（5.8179, 2.0665）。创意产业位列第六，感应度和感应度系数分别为 3.8465 和 1.3663，高于产业的总体平均水平。这说明国民经济各部门都增加 1 单位最终需求时，创意产业会增加 3.8465 单位的产出，是社会平均水平的 1.3663 倍。

影响力表示某一产业部门增加一单位最终需求，对各部门产出相应增加的单位数。影响力系数反映了该部门对所有部门产生的生产需求波及的相对水平。与感应度相比，上海市创意产业的影响力要低一些。位居第 27 位，影响力和影响力系数值分别为 2.463 和 0.8748。这说明创意产业增加一单位最终需求，通过直接和间接关联对各部门所要求的生产量为 2.463 个单位，是社会平均水平的 0.8748 倍。可见，2002 年所反映的创意产业最终需求对国民经济各部门的影响力比较有限。

（四）创意产业的生产结构与成本效益分析

在生产结构方面，主要通过产品部门结构、产品分配结构和最终产品部门结构来描述。产品部门结构表示各产业产品总量占社会总产品的比重，根据 2002 年上海市投入产出表的数据，创意产业的产出占总产出比重为 2.12%，除创意产业的第三产业占比为 14.87%，第一产业和第二产业产出占比为 0.75% 和 32.26%。产品分配结构用于描述各产业总产出中用于中间需求和最终需求的比例。创意产业中间需求占比为 57.43%，要高于除创意产业外的第三产业。第二产业中间需求占比为 72.94%，比重最高。这意味着第二产业总产出中大部分用于对自身和其他产业的中间投入。

在成本效益方面，创意产业的物耗产值率为 1.8673，即创意产业总产出是中间投入的 1.8673 倍。高于第一产业的 1.5874 倍和第二产业的 1.3112 倍。第三产业（除创意产业）这一比值最高，达 1.946 倍。这说明第三产业以及创意产业在同样的中间投入条件下，有更高的产出水平。折旧产值率是各产业的总产出与折旧数额之比。创意产业的这一比值最低，为 9.9552。第一产业的折旧产值率最高，为 55.7669。这说明第一产业的折旧率很低，而创意产业的折旧率偏高。劳动者报酬产值率是各产业的总产值与劳动者报酬之比。第二产业比值最高，为 12.9096。创意产业为 5.9588，这与该行业从业人员普遍收入水平偏高密切相关。

三、研究不足与展望

本文对创意产业关联效应的分析主要基于 2002 年上海市的投入产出表。由于数据在时间上存在一定的滞后，目前上海创意产业发展中存在的一些特征和问题未能充分反映出来。此外，本文在投入产出表基础上对创意产业主要通过合并信息传输、计算机服务和软件业、科学研究事业、综合技术服务和文化、体育娱乐业产生。尽管各国各地区对创意产业包含范围的界定并不同意，都带有区域特色，而且这四类产业对上海创意产业具有一定的代表性。但由于现有统计资料的局限性，本文对创意产业的划分还有待进一步精确。

- 1、John Howkins, The Creative Economy, Penguin Press, 2002.
- 2、Landry Charles, The Creative City:a Toolkit for Urban Innovators. London: Earthscan Publications, 2000.
- 3、厉无畏、王如忠主编：《创意产业—城市发展的新引擎》，上海社会科学院出版社 2005 年版。
- 4、Richard Florida, The Rise of the Creative Class, Presets Books Group, 2002.
- 5、厉无畏：《创意产业导论》，学林出版社 2006 年版。
- 6、丁敏：《日本头脑产业—THINKTANK 研究》，社会科学文献出版社 2004 年版。
- 7、王缉慈：《创新的空间》，北京大学出版社 2001 年版。
- 8、王如忠：《创意产业与上海未来发展》，《文汇报》2004 年 9 月 6 日。
- 9、金元浦：《创意产业的全球勃兴》，《社会观察》2005 年第 2 期。

（作者为华东理工大学商学院副教授）