

南京大学人文地理丛书

创意产业区

——上海创意产业集群的动力学、网络与影响研究

● 何金廖 著



出版社

南京大学“985”三期建设工程 联合资助
江苏高校优势学科建设工程

南京大学人文地理丛书

创意产业区

——上海创意产业集群的动力学、网络与影响研究

● 何金廖 著



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意产业区:上海创意产业集群的动力学、网络与影响研究 / 何金廖著. —南京:南京大学出版社, 2016.6

(南京大学人文地理丛书/黄贤金,张捷,张京祥主编)

ISBN 978-7-305-16398-2

I. ①创… II. ①何… III. ①文化产业—研究—上海市 IV. ①G127.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 315357 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

丛 书 名 南京大学人文地理丛书

书 名 创意产业区

——上海创意产业集群的动力学、网络与影响研究

著 者 何金廖

责任编辑 田 甜 荣卫红

编辑热线 025-83593947

照 排 南京紫藤制版印务中心

印 刷 南京大众新科技印刷有限公司

开 本 787×960 1/16 印张 12.75 字数 187 千

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-16398-2

定 价 36.00 元

网址: <http://www.njupco.com>

官方微博: <http://weibo.com/njupco>

官方微信号: njupress

销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换

南京大学人文地理丛书

编 委 会

丛书顾问 曾尊固 崔功豪 彭补拙 杨达源

丛书主编 黄贤金 张捷 张京祥

丛书编委 (按姓氏笔画排序)

马俊亚 王红扬 朱喜钢 李满春

吴小根 吴缚龙[英] 张兆千

张京祥 张捷 罗小龙 周生路

周寅康 宗跃光 胡阿祥 姜忠尽

顾朝林 徐建刚 黄贤金 章锦河

甄峰 翟国方 魏也华[美]

濮励杰

总 序^{〔1〕}

曾尊固 崔功豪 黄贤金 张 捷 张京祥

自 1921 年竺可桢先生创立地学系以来,南京大学地理学已走过了 94 年发展路程;若追溯到南京高等师范学校 1919 年设立的文史地部,南京大学地理学科的历史则已有 96 年之久。九十多年的历史见证了南京大学人文地理学科发展的历程与辉煌,彰显了南京大学人文地理学科对中国当代人文地理学发展的突出贡献。

南京大学是近代中国人文地理学科发展的奠基者。从最初设立的文史地部,到后来的地学系,再到 1930 年建立地理系,南京大学一直引领着中国近代地理学科建设与发展;介绍“新地学”,讲授欧美的“人地学原理”“人生地理”,以及区域地理、世界地理、政治地理、历史地理、边疆地理和建设地理等,创建了中国近代人文地理学学科体系;南京大学的人文地理一贯重视田野调查,1931 年九一八事变前组织的东北地理考察团,随后又开展的云南、两淮盐垦区考察以及内蒙古、青藏高原等地理考察,还有西北五省铁路旅游、京滇公路六省周览等考察,均开近代中国地理考察风气之先;1934 年,竺可桢、胡焕庸、张其昀、黄国璋等先生发起成立中国地理学会,创办了《地理学报》,以弘扬地理科学、普及地理知识,使南京大学成为当时全国地理学术活动的组织核心。人文地理学先驱和奠基人胡焕庸、张其昀、李旭旦、任美锷、吴传钧、宋家泰、张同铸等先生都先后在南京大学人文地理学

〔1〕 感谢任美锷、吴传钧、张同铸、宋家泰等先生在《南京大学地理学系建系八十周年纪念》中的文章以及胡焕庸、李旭旦先生为南京大学地理系建系 65 周年作的纪念文章,为本序内容提供了宝贵的借鉴和难得的资料。感谢南京大学地理与海洋科学学院院长、长江学者特聘教授高抒教授对于丛书出版的关心与支持。感谢南京大学地理与海洋科学学院党委书记、长江学者特聘教授鹿化煜教授,为完善序言内容提出了修改意见。

科学习或教学、研究。早在 1935 年,任美镠先生、李旭旦先生就翻译、出版了《人地学原理》一书,介绍了法国人地学派。1940 年设立中央大学研究院地理学部培养硕士研究生,开展城市地理与土地利用研究。20 世纪 40 年代,任美镠先生在国内首先引介了韦伯工业区位论,并撰写了《建设地理学》,产生了巨大影响。胡焕庸先生提出了划分我国东南半壁和西北半壁地理环境的“胡焕庸线”——瑗瑗—腾冲人口分布线,至今仍然为各界公认。张其昀、沙学浚先生分别著有《人生地理学》《中国区域志》及《中国历史地理》《城市与似城聚落》等著作,推进了台湾人文地理学科研究和教育的发展。竺可桢先生倡导的“求是”学风、胡焕庸先生倡导的“学业并重”学风,一直引领着南京大学人文地理学科的建设与发展。

南京大学积极推进当代中国人文地理教育,于 1954 年在全国最早设立了经济地理专业;1977 年招收城市规划方向;1979 年吴友仁发表《关于中国社会主义城市化问题》,引起了学界对于中国城市化问题的关注,也推动了城市规划专业教育事业的发展;1983 年兴办了经济地理与城乡区域规划专业(后为城市规划专业),成为综合性高校最早培养理科背景的城市规划人才的单位之一;1982 年与国家计划委员会、中国科学院自然资源综合考察委员会合作创办了自然资源专业(后为自然资源管理专业、资源环境与城乡规划管理专业);1991 年又设立了旅游规划与管理专业(现为旅游管理专业)。这不仅为培养我国人文地理学人才提供了多元、多领域的支撑,而且也为南京大学城市地理、区域地理、旅游地理、土地利用、区域规划等人文地理学科的建设与发展提供了有力的支撑。

南京大学不仅在人文地理专业教育与人才培养方面起引导作用,而且在人文地理学科建设方面也走在全国前列,当代人文地理学教学与研究领域名家辈出。张同铸先生的非洲地理研究、宋家泰先生的城市地理研究、曾尊固先生的农业地理研究、崔功豪先生的区域规划研究、雍万里先生的旅游地理研究、包浩生先生的自然资源与国土整治研究、彭补拙先生的土地利用研究、林炳耀先生的计量地理研究等,都对我国人文地理学科建设与发展产生了深远的影响,在全国人文地理学科发展中占据着重要的地位。同时,南京大学人文地理学科瞄准国际学科发展前沿和国家发展需求,积极探索农户行为地理、社会地理、信息地理、企业地理、文

化地理、女性地理、交通地理等新的研究领域,保持着人文地理学科前沿研究和教学创新的活力。

南京大学当代人文地理学科建设与发展,以经济地理、城市地理、非洲地理、旅游地理、区域土地利用为主流学科,理论人文地理学和应用人文地理学并重发展,人文地理学的学科渗透力和服务社会能力得到持续增强,研究机构建设也得到了积极推进。充分利用南京大学综合性院校多学科的优势,突出人文地理学研究国际化合作,整合学科资源,成立了一系列重要的人文地理研究机构,主要有:南京大学非洲研究所、区域发展研究所、旅游研究所、城市科学院等;同时,还与法国巴黎第十二大学建立了中法城市·区域·规划科学研究中心;按照服务国家战略、服务区域发展以及协同创新的目标,与江苏省土地勘测规划院共建国土资源部海岸带国土开发与重建重点实验室,与江苏省国土资源厅合建了南京大学—江苏省国土资源厅国土资源研究中心。此外,还积极推进人文地理学科实验室以及工程中心建设,业已建立了南京大学—澳大利亚西悉尼大学虚拟城市与区域开发实验室,以及南京大学城市与区域公共安全实验室、旅游景观环境评价实验室、江苏省土地开发整理技术工程中心等。

南京大学当代人文地理教育培养了大量优秀人才,在国内外人文地理教学、研究及区域管理中发挥了中坚作用。如,中国农业区划理论主要奠基人、中国科学院地理与资源研究所邓静中研究员;组建了中国第一个国家级旅游地理研究科学组织,曾任中国区域科学协会副会长,中国科学院地理与资源科学研究所的郭来喜研究员;中国科学院南京分院原院长、中国科学院东南资源环境综合研究中心主任、著名农业地理学家余之祥研究员;中国区域科学协会副会长、中国科学院地理与资源科学研究所著名区域地理学家毛汉英研究员;我国人文地理学培养的第一位博士和第一位人文地理学国家杰出青年基金获得者、中国地理学会原副理事长、清华大学建筑学院顾朝林教授;教育部人文社会科学重点研究基地、河南大学黄河文明与可持续发展研究中心主任、黄河学者苗长虹教授;中国城市规划学会副理事长、教授级高级城市规划师石楠;中国城市规划设计研究院副院长、教授级高级城市规划师杨保军;英国伦敦大学学院城市地理学家吴缚龙教授等。曾任

南京大学思源教授的美国马里兰大学沈清教授,南京大学国家杰出青年基金(海外)获得者、美国犹他大学魏也华教授也都在人文地理学科工作过,对推进该学科国际合作起到了积极作用。

南京大学当代人文地理学科建设与发展之所以有如此成就,是因为遵循了任美镛先生提出的“大人文地理学”学科发展思想,现今业已形成了以地理学、城乡规划学为基础学科,以建筑学、经济学、历史学、社会学、公共管理等学科交融的新“大人文地理学”学科体系。南京大学正以此为基础,在弘扬人文地理学科传统优势的同时,通过“融入前沿、综合交叉、服务应用”的大人文地理学科发展理念,积极建设和发展“南京大学人文地理研究中心”(www.hugeo.nju.edu.cn)。

新人文地理学科体系建设,更加体现了时代背景,更加体现了学科融合的特点,更加体现了人文地理学方法的探索性,更加体现了新兴学科发展以及国家战略实施的要求。为此,南京大学人文地理学科组织出版了《南京大学人文地理丛书》,这不仅是南京大学人文地理学科发展脉络的延续,更体现了学科前沿、交叉、融合、方法创新等,同时,也是对我国人文地理学科建设与发展新要求、新趋势的体现。

《南京大学人文地理丛书》将秉承南京大学人文地理学科建设与发展的“求是”学风,“学业并重”,积极探索人文地理学科新兴领域,不断深化发展人文地理学理论,努力发展应用人文地理学研究,从而为我国人文地理学科建设添砖加瓦,为国内外人文地理学科人才培养提供支持。

我们衷心希望《南京大学人文地理丛书》能更加体现地理学科的包容性理念,不仅反映南京大学在职教师、研究生的研究成果,还反映南京大学校友的优秀研究成果,形成体现南大精神、反映南大文化、传承南大事业的新人文地理学科体系。衷心希望《南京大学人文地理丛书》的出版,不仅展现南京大学人文地理学的最新研究成果,而且能够成为南京大学人文地理学科发展新的里程碑。

序

何金廖博士是我访问德国海德堡大学时充分认识的学生,其博士论文已经在 Springer 出版社出版,有很好的国际影响。为了扩大这本著作和研究成果在国内的影响力,最近计划将其翻译成中文编入《南京大学人文地理丛书》出版并邀我为书作序,作为南京大学培养的第一位人文地理学博士欣然应之。

南京大学人文地理学具有非常悠久的科学研究传统,“胡焕庸人口线”和孙本文的地理统计学方法都曾闻名世界。人文地理学专业也是国内按照莫斯科大学地理学学科体系建立的第一个经济地理学专业,任美镔的工业地理研究、宋家泰的城市地理研究和张同铸的非洲地理研究在国家经济社会发展中都发挥了巨大的作用。最近,中国已经成为世界第二大经济体、世界制造工厂和第一大贸易国家,但是制造业价值链中加工组装的成分过大,急需实现从制造大国向创造大国的转型发展。这样,创意产业和创意产业区的发展就显得越来越重要,何金廖博士的《创意产业区研究》就是最新的研究成果之一。

创意产业和创意产业区我涉猎不多,但我觉得创意是一种通过创新思维意识进一步挖掘和激活资源组合方式进而提升资源价值的方法。随着信息技术的发展、知识社会的来临,传统的以技术发展为导向、科研人员为主体、实验室为载体的创新 1.0 模式正在转向以用户为中心,以社会实践为舞台,以共同创新、开放创新为特点的用户参与的创新 2.0 模式转变。创意产业区也就是满足创造或创新 2.0 模式形成的创意产业集聚的专门地区,开创相关的研究对国家创新、创业转型发展意义重大。

创意起源于人类的创造力、技能和才华。因此,创意产业源自玩创新的人群,

也就是说,创造大国的铸造不再依靠传统的自然资源而是更加关注人力资源的开发。最近这群人被专门冠以“创客”(Maker)的称谓。创客是指出于兴趣与爱好,努力把各种创意转变为现实的一类人;他们以用户创新为核心理念,在设计制造领域形成创新 2.0 模式;他们是最有意愿、活力、热情和能力,坚守创新,持续实践,乐于分享,热衷于在创新 2.0 时代的创意、设计、制造的个人设计制造群体。然而,我们这个社会、我们的制度体系,怎样打造一个可以充分彰显创客创造力、技能和才华的地区?这是进行区别于传统的产业区,首先要研究的问题。

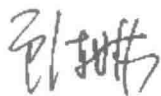
创意是突破,可以通过灵感和创新产生出新兴智慧产业,但往往难以形成巨型产业体系,从而带动城市或地区发展。因此,创意产业也有通过创意对传统产品或产业施加在产品、营销、管理、体制和机制等方面的突破,这是中国发展创意产业和园区的内在需求和价值所在。为了从制造大国转型为创造大国,依托庞大的制造业基础,通过创意将技术、经济和文化融合起来,发展并形成智慧密集型产业。中国的创意产业,从自身发展需求看,应该不同于西方发达国家,究竟包括哪些产业门类?我想这应该是创意产业区研究需要解决的第二个问题。面向创新 2.0 模式的知识社会,一方面从个人的创造力、技能和天智中获取发展动力的企业,另一方面由于用户成为创新的动力和创新的主体,创意产业也得到进一步延展,广告、建筑艺术、艺术和古董市场、手工艺品、时尚设计、电影与录像、交互式互动软件、音乐、表演艺术、出版业、软件及计算机服务、电视和广播等生产性服务业,旅游、博物馆和美术馆、遗产和体育等新兴服务业,也都可能成为创意产业的潜在行业。创意产业区也就是通过新颖性和创造性的想法发展出这些新型产业的专门地区。从这些创意产业空间发展看,不同类型的创意产业部门都会按照自身的发展规律形成创客空间。这类创客空间,既成为技术创新活动开展和交流的场所,也成为技术积累、创意产生和实现以及交易的场所,从而成为创新和创业源头和集散地。

从创意到实现创意是一个质的飞跃,从创意产品到形成创意商品又是一个飞跃,但对创意产业来说,每一次飞跃也都充满成功的喜悦和失败的危险。深入研究各类创客空间形成、发展的规律也就成为创意产业区研究的第三个重点内容。

一般而言,创意产业总是族群发展的,这主要在于:创意产业内部的产品、企业间具有非常紧密的联系,呈现创意产业联盟内部结构和创意市集的空间结构特征。所谓创意产业联盟(Creative Industry Alliance),是指创意产业的企业为了应对共同的竞争者或将业务推向新领域等,企业、研究与开发机构、行业团体间结成的互相协作和资源整合的一种合作模式,联盟成员间一般没有资本关联,主要有利于在创意—创意产品—创意产业的形成中创意产业链的孕育和发展。所谓创意市集(Creative production market),则是指展示、售卖原创产品和收藏品、规模化生产的创意产品的特定场地。在欧洲许多城市,创意集市已经成为城市魅力的一部分,是最为草根、新锐的街头时尚和时尚品牌的发源地,也是众多才华横溢的原创艺术家与设计师的事业起点区。相关的研究,在中国才刚刚开始,但对中国创造大国的铸造意义却非同凡响。

何金廖博士的《创意产业区研究》正是从这些方面点点滴滴展开的,尤其选择上海作为案例进行了“创意产业”“创意产业集群”“创意产业集群网络”和“创意城市”的深入研究,无论从创意产业区理论突破,还是上海创意产业区实证研究角度,都值得一读。当然,在创意产业区的研究方面最近又有一些新的进展,比如为众多创客参与搭建创新创业平台,通过创意产业区共享和扩散创新知识体制机制,为项目发起者提供募资、投资、孵化、运营一站式综合众筹服务的研究,这本书在这些方面略显薄弱。

《创意产业区研究》作为《南京大学人文地理丛书》的一本出版,既展现了新一代人文地理学者为国家需求从事科学研究的学术水平,也呈现了南京大学人文地理学在突破了许多发展瓶颈后开始蓬勃发展的新气象,是为序。



2015年12月6日星期日于北京汤山

目 录

1 绪论	1
2 从新经济到创意城市	5
2.1 新经济和地理学的关系	5
2.1.1 后工业化时期新经济的崛起和转变	6
2.1.2 地理在新经济中是否起作用	6
2.1.3 地理和创意经济间的关系	7
2.2 创意产业	10
2.2.1 创意产业的定义	10
2.2.2 创意产业的属性	13
2.2.3 全球创意产业概述	16
2.3 创意产业区和创意产业集群	19
2.3.1 产业区和集群理论	19
2.3.2 创意集群	26
2.4 创意城市	31
2.4.1 城市空间的创意氛围	31
2.4.2 创意集群对城市复兴的影响	33
2.4.3 创意城市印象	34
3 上海创意产业及其空间特征	37
3.1 中国创意产业的发展背景	37
3.1.1 中国沿海主要城市的功能转型	37

3.1.2	中国园区经济发展模式	39
3.1.3	中国的创意产业概况	40
3.2	上海的创意产业	45
3.2.1	上海作为世界城市再度崛起:历史、文化和世界主义	45
3.2.2	创意产业——上海经济的新引擎	49
3.2.3	上海创意群体和企业的迅速崛起	54
3.3	上海创意产业区	57
3.3.1	研究区概况	58
3.3.2	上海创意集群的界定	59
3.3.3	上海创意产业的空间特征	61
4	上海创意产业集群的动力分析	69
4.1	经济集聚因子	69
4.1.1	上海创意企业的选址	70
4.1.2	经济集聚因子的重要作用	72
4.2	社会集聚因子	87
4.2.1	社会文化嵌入性	88
4.2.2	社会集聚因子的重要作用	90
4.3	社会经济因子的综合分析	99
4.3.1	经济因子和社会因子的对比分析	99
4.3.2	社会经济因子的相互依赖性	101
5	上海创意集群的网络分析	105
5.1	上海创意集群的地方—区域—国际网络	105
5.1.1	劳动力市场	106
5.1.2	外部供给和中间投入	108
5.1.3	顾客关系	109
5.1.4	合作关系	111
5.1.5	上海创意经济的“地方—区域—国际”嵌入性	113

5.2 同济设计圈的社会网络	115
5.2.1 同济设计圈的起源和发展	117
5.2.2 同济设计圈的集群深度和集体学习	119
5.2.3 同济设计圈的社会网络与身份认同	123
6 上海创意产业区的影响	132
6.1 内城复兴	132
6.1.1 上海内城景观的改造	133
6.1.2 工业遗址和古建筑的保护	136
6.2 城市功能转化和社会空间效应	139
6.3 创意上海的印象	142
6.3.1 新都市文化的多元化	142
6.3.2 地方品牌和创意城市形象	145
7 上海创意产业区研究的启示与结论	153
7.1 启示、展望和不足	153
7.1.1 启示	153
7.1.2 展望	156
7.1.3 问题	157
7.2 结论	158
参考文献	161

1 绪 论

创意经济的空间生产(space production)不仅仅受到企业的经济利益驱动,包括市场、劳动力、运输成本,以及其他外部支持系统,同时它还是一个复杂的社会文化过程。这个过程嵌套在更加广泛意义上的城市环境(milieus)中,在这种环境里,创意个体的偏好得到了满足,知识的外溢(knowledge spillover)受到了促进。本书主要回答三个关于创意企业和个体的空间行为的问题:(1)为什么一些区域在吸引创意企业和活动中占据主导地位,而其他的地区则不然?(2)从多大程度上,本地化的创意产业集群嵌套在“地方—区域—国际”不同尺度的经济和社会体系中?(3)创意产业区的形成对城市更新带来什么样的影响?

20世纪90年代末,学术界开始广泛讨论迅速崛起的创意经济,或者也叫文化经济。研究发现这种经济在生产、消费以及它跟地理的关系方面与传统的产业存在着很大的区别(Scott 1997; Howkins 2001; Florida 2002)。正如佛罗里达(Florida)的“创意阶级”理论所指出的那样,当前的创意经济展现了一种与城市独特的关系,即当前的城市增长很大程度上依赖于创意经济的增长动力,这种增长动力通常被称为城市的“宜人性”(urban amenities)和“创新气候”(innovative climates)等流行的概念。然而,佛罗里达的这种解释却受到很大的质疑。首先,他可能忽略了之前关于人力资本和创意的研究成果。其次,这种理论被认为背离了经济发展的基本规律(Storper and Scott 2009; Glaeser 2004)。这不由得让人想起新经济地理学(new economic geography)受到的刚好相反的批评,那就是它忽

略了根植于地理环境中的社会复杂性和个体的偏好(Martin and Sunley 1996; Amin and Thrift 2000)。然而,很少有研究意识到,即便是有瑕疵的空间经济集聚理论也可能提供新的研究方法和解释。最新的创新理论、社会网络和社会环境(milieus)理论也许也能帮助研究者揭开文化生产的空间经济学之谜。在这种启示下,本研究试图以快速发展的国家——比如中国(上海)的创意产业区为例,来考察创意经济与城市空间的相互关系。

作为当代经济秩序中出现的新空间现象,创意产业区的形成主要受到企业的经济动机和区域发展政策的驱动。然而,我们也不应该否认它跟社会文化再生产的紧密联系,而且这种联系涉及人类生活的方方面面。可以说创意企业和个体的空间行为最终导致了上海创意产业集聚的形成和成长。因此本研究把主要关注焦点放在经济和社会两个方面,这里把它称作社会经济分析。在经济方面,创意企业的区位选择可能受到各种经济因子的影响,比如市场机遇、劳动力、生产成本,以及基础设施等。在社会方面,本书将讨论创意个体到底需要哪种社会环境来满足他们对提高创意、创新能力,以及获得知识和技能方面的要求。而且,研究问题将进一步延伸到是否在不同的创意产业部门中存在着空间分异。

本书选择上海作为案例研究不仅仅是因为上海在创意经济中的优异表现,更因为上海是中国连接全球经济和海外文化的纽带。特殊的殖民历史让上海成为一个世界主义(cosmopolitan)都市,拥有着中西混合的文化,这种特殊的城市文化进而影响到上海当代的创意经济发展。在新经济时期,上海作为中国的龙头正积极地参与到新的世界劳动分工中。这个特殊的案例可以向我们展示在多大程度上地方化的产业区多尺度地嵌套在“地方—区域—国际”经济和社会体系中,并且它们之间存在着怎样的相互依赖关系(interdependency)。

在上海的创意经济中来自地方化的力量对上海创意产业集群产生了更大的影响。这不仅仅是因为上海创意产业的经济链条紧密地深入到了本地的劳动市场、外部供给和消费市场中,更在于本地强大的地方化的社会网络和相互作用关系,是它们推动了知识的传播和产业的集聚。考虑到中国特殊的社会语境,上海的创意产业区可能与西方的创意产业区有着不同的内涵和结构。关系(中国的社

会网络)是基于各种社会关系而形成的对外相对封闭的社会网络。然而,它却在中国的社会经济领域扮演着极其重要的角色。本研究首次探讨了关系网络在产业集群形成过程中产生的作用。这里笔者假设,一方面高度凝聚的关系网络可能助长了高度社会化的个体和活动集聚;另一方面,这种排外的关系网络可能限制了产业集群中的知识外溢与创新的发生。

创意产业区的话题不仅仅跟经济地理相关,事实上,由于创意产业区高度依赖于本地城市的社会文化环境,因此该主题同时也在城市研究学科被广泛讨论。上海市政府试图把创意产业区当成改造城市经济和空间的灵丹妙药。本书不但通过动力和网络分析来讨论城市创意经济与城市空间的相互关系,同时也讨论上海创意产业区对城市的影响,包括内城更新、历史建筑的保护、社会空间的转型和城市形象。

为了回答以上问题并真正抓住上海创意区的本质特征,作者首先回顾了与“创意产业”“集群”“集群网络”以及“创意城市”相关的概念。本研究采取定量与定性相结合的方式进行实证分析。其中定量的方法包括基于 ArcGIS 软件的空间分析、问卷调查,以及统计分析(比如相关性分析)。而定性分析则有历史回顾、路径依赖分析、文献收集、采访调查以及现场观察等方法。

本书的章节构成如下:第二章作者将对新经济和创意城市方面的文献做出综述,从而为创意经济与城市空间建立起联系。在这一章里,作者对一些相关的学术概念进行了详细的解读与再解读,诸如产业集群、经济与社会网络及创意环境。这其中涉及各种方面的讨论,包括创意产业的新属性、两种主要研究空间集聚的方法论(新经济地理学和基于知识与文化的理论方法)、来自社会网络和知识研究的新解释,以及创意环境和创意城市的新特征。

第三章主要是关于上海创意产业和它的空间特征方面的研究。这一章首先介绍中国和上海创意经济发展的背景。这些背景诸如中国沿海地区的主要城市的功能转型、中国传统的园区经济发展模式,以及特殊的殖民历史等构成了当前上海创意经济快速发展的铺垫。其次,作者对上海创意产业、企业和就业情况进行了一个简单的概述。最后,该章还展示了上海创意产业的空间分布特征,概括