

上海文化创意产业关联效应实证研究

盛云梦

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2023年9月19日; 录用日期: 2023年11月29日; 发布日期: 2023年12月7日

摘要

目的/意义: 文化创意产业是提升其他产业能级的重要支撑点, 其对制造业、服务业、新兴产业等都有带动作用。方法/过程: 本文基于投入产出表对上海市文化创意产业与其他产业的前后向关联度进行定量分析。利用投入产出模型, 对文化创意产业与上海区域经济各部门的直接消耗系数和完全消耗系数、影响系数、前后向度、关联度等指标进行测算分析, 揭示文化创意产业的投入结构和产出去向, 从而对产业之间的内在关联和驱动机制进行分析。结论/结果: 1) 文化创意产业与其自身内部关联明显, 且对租赁、计算机设备及技术、金融和零售业部门后向关联明显。2) 该产业作为需求性产业对城市经济的运行起到了重要的需求拉动作用, 但对经济的推动作用较弱。3) 上海市的文化创意产业对各行业的影响比一般行业的平均水平要高, 并且已经由培育、引导阶段进入了全面发展期。政府要加强对其的支持, 并要借鉴高新技术产业的发展经验, 要不断健全市场机制, 优化技术发展的条件。

关键词

文化创意产业, 关联效应, 投入产出模型, 影响力系数, 感应度系数

An Empirical Study on the Correlation Effect of Shanghai's Cultural and Creative Industries

Yunmeng Sheng

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Sep. 19th, 2023; accepted: Nov. 29th, 2023; published: Dec. 7th, 2023

Abstract

Purpose/Significance: Cultural and creative industry is an important support point for upgrading

the level of other industries, which plays a driving role in manufacturing, service and emerging industries. Method/Process: Based on the input-output table, this paper makes a quantitative analysis of the forward and backward correlation degree between Shanghai's cultural and creative industries and other industries. The input-output model is used to calculate and analyze the direct consumption coefficient, complete consumption coefficient, influence coefficient, front and back dimension, correlation degree and other indicators of cultural and creative industries and various sectors of Shanghai regional economy, so as to reveal the input structure and output direction of cultural and creative industries, and analyze the internal correlation and driving mechanism between industries. Conclusion/Result: 1) The cultural and creative industry has obvious internal correlation with itself, and has obvious backward correlation with leasing, computer equipment and technology, finance and retail industry. 2) As a demand-oriented industry, this industry plays an important role in the operation of urban economy, but its role in promoting the economy is weak. 3) The influence of Shanghai's cultural and creative industry on various industries is higher than the average level of general industries, and has entered the comprehensive development stage from the cultivation and guidance stage. The government should strengthen its support, learn from the development experience of high-tech industries, constantly improve the market mechanism and optimize the conditions for technological development.

Keywords

Cultural and Creative Industry, Correlation Effect, Input-Output Model, Influence Coefficient, Induction Coefficient

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

自十三五规划以来,上海市文化创意产业在内容创作、创意领域、文化消费终端、文化装备生产等多方面持续高速增长,同时,文化创意产业与地区产业之间呈现出创新、融合、开放的特征,激发了市场新活力,对其它相关行业的发展起到了关键支撑作用[1]。美、英、日、韩等国家将文化创意产业升级到了国家战略高度,产业成为经济发展的支柱,带动了国际实力和国际形象的提升。2021年全国文化创意产业实现营业收入119,064亿元,同比增长16.0%,占国民经济总值的10.4%,我国文化创意产业近几年来规模快速增长、结构持续优化,在国民经济中占有举足轻重的地位。2021年上海文化创意产业总产出3798.69亿元,比2020年增长超过10%,文化产业增加值占全市生产总值的比重已超过5%,2021年上海文化服务业增加值与文化相关产业价值之比继续保持7:3,产业结构不断优化,在全球经济及疫情危机的影响下,上海市文化贸易保持了逆势上扬态势[1]。文化创意产业是上海支柱产业的重要组成部分,其关联性、辐射性、带动性的行业特点是广大学者深入研究的问题,在此基础上,本文以上海为例,通过对文化创意产业与区域地区经济之间的前后向关联研究,探究其在经济体系中的作用。

2. 文献综述

理论界关于文化创意产业的研究主要从产业动力机制、产业集聚效应、相关产业关联协同效应等几个方面展开了深入的研究,研究不同因素对文化创意产业发展的影响。在产业动力机制方面,曾涛(2015)利用DEA-DA模型和PLS-SEM模型构建了文化创意产业的竞争力形成机制和空间差异模型[2]。在产业

集聚效应方面,赵星(2016)借助 TP 模型分析地区之间的经济关联、文化知识关联程度,文化产业的空间集聚具有自我强化性质,目前我国的文化产业空间特点利于产业繁荣发展[3]。魏和清(2016)利用莫兰指数对我国文化产业区域特征进行空间自相关分析,并研究影响文化产业发展的六大因素,省域之间的溢出效应[4]。在协同融合、关联及波及效应方面,孟桃(2014)采用灰色关联测度对江苏省文化创意产业 8 个相关产业进行分析,提出江苏省文化产业可重点选择高新技术产业作为支撑点,协同发展其他产业的产业链模式[5]。沈晓平(2017)运用北京 2012 年投入产出模型定量分析北京地区前后向关联效应[6],其将造纸和纸制品,文教、工美、体育和娱乐用品、视听设备等 14 个部门作为北京市文化创意产业的代表。陈彤(2012)将投入产出表中第三产业中的信息传输、计算机服务和软件业,文化、体育和娱乐业,综合技术服务业等五个细分行业合并作为文化创意产业[7]。由以上文献可知,有关文化产业关联效应的研究并不多见,虽然取得了一定的成果,但仍然存在一些不足。一方面,有关上海市文化创意产业关联效应的研究都运用了比较陈旧的数据,主要是因为数据的更新具有一定的滞后性,无法揭示行业的最新发展,且对于产业分类及细分领域相关的统计数据库并不完善;另一方面,对于文化产业的范围暂不统一,因此,有关上海市文化创意产业关联效应的分析尚是有待深入研究的现实课题。

3. 研究设计

3.1. 分析框架的构建

产业关联是一种广泛而复杂的、紧密的、相互影响的技术经济关系。图 1 为文化创意产业的前后向关联理论分析,文化创意产业部门由于其自身高融合性的性质,其发展离不开其对向上下游的广泛渗透,文化创意产业通过对工业、服务业等扩散的需求效应,以及对下游产业的产品和服务的投入,从而形成对经济和各部门的发展产生直接或间接影响的前后相关联效应。投入产出表描述了各个经济部门之间供给与需求的数量关系,根据投入产出表的数据进行前后向关联效应的经济分析,探究推动上海文化创意产业经济增长的作用机理和发展规律[8]。

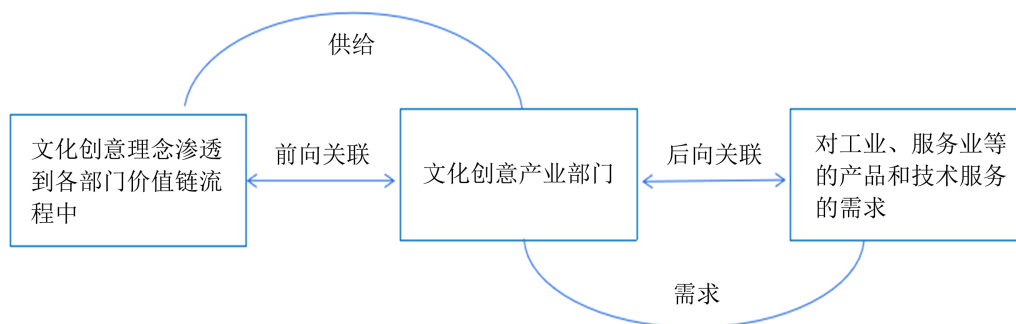


Figure 1. Backward and forward correlation of cultural industry
图 1. 文化产业前后向关联

3.2. 研究思路与步骤

投入产出表将生产、分配、交换和消费结合在一起,全面刻画了经济活动中的各种关系。本研究以投入产出表为基础,利用前向直接关联度、前向完全关联度、直接消耗系数和完全消耗系数等指标,对文化创意产业前后向关联指标进行定量测度,对其对上下游部门的供给和需求推动能力进行分析,量化上海市经济结构和重要比例关系;通过影响力系数分析上海市文化创意产业对总体经济的拉动作用,反映其在产业群中的地位和作用。

3.3. 方法与模型

3.3.1. 前向关联

前向关联指对地区经济各下游部门的供给推动能力，前向关联指标分为前向直接关联度和前向完全关联度。前向直接关联度通过直接分配系数 d_{ij} 表示，由各项部门间的关联度组合而成的 35×35 矩阵即 $D = (d_{ij})_{n \times n}$ 为直接分配系数矩阵，具体公式如下[9]：

$$d_{ij} = X_{ij} / X_i (i, j = 1, 2, 3, \dots, n) \quad (1)$$

式中， d_{ij} 指 i 部门总产出中分配给 j 部门中间技术、服务使用的多少， d_{ij} 越大，受调查行业对下游行业的直接供应拉动作用较大。 X_{ij} 代表 i 部门在生产经营中单位总产出通过直接分配供给产品或者服务给第 j 部门作为中间投入使用的价值， X_i 代表 i 部门的总产出。

前向完全关联可以衡量研究产业通过最终产品或者服务以直接或者间接的方式对下游产业产生的推动作用。具体计算公式如下：

$$R = (I - D)^{-1} - I \quad (2)$$

式中， R 表示前向完全关联系数矩阵， D 为直接分配系数矩阵， $(I - D)^{-1}$ 为列昂惕夫逆矩阵， I 表示单位矩阵。

3.3.2. 后向关联

后向关联指标划分了两种类型，直接消耗系数指在生产经营过程中第 j 产品部门的单位总产出所直接消耗的第 i 产品部门货物或服务的价值量，揭示了部门之间相互依存和相互制约关系的强弱，完全消耗系数，记为 Y_{ij} 是指第 j 产品部门每提供一个单位最终使用时，对第 i 产品部门货物或服务的全部消耗之和。具体计算公式为[10]：

$$a_{ij} = X_{ij} / X_j (i, j = 1, 2, 3, \dots, n) \quad (3)$$

式中， a_{ij} 为直接消耗系数，直接消耗系数矩阵为直接消耗系数组成的 35×35 的直接消耗矩阵， X_j 代表 j 部门的总产出，直接消耗值越大，表示被研究产业对其上游投入部门的需求拉动越大。

$$Y = (I - A)^{-1} - I \quad (4)$$

式中， Y 为完全消耗系数矩阵， $(I - A)^{-1}$ 为列昂惕夫逆矩阵的元素， A 为直接消耗系数矩阵， I 为单位矩阵。

3.3.3. 影响力系数

影响力系数表明该部门增加一个单位最终产品对经济系统的需求带动程度。反应对总体经济的拉动作用，即对国民经济各个部门需求变化程度的影响，计算公式如下：

$$B_j = \sum_{i=1}^n X_{ij} / \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n X_{ij} \right) \quad (5)$$

式中， B_j 为影响力系数， $\sum_{i=1}^n X_{ij}$ 为该部门需求增加一个单位时对社会总产出需求， $\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n X_{ij}$ 为某部门总投入合计的平均值。一般来说，当值大于 1 时，表示第 j 部门的生产对其他部门生产的影响程度超过社会平均影响力水平。

3.3.4. 感应度系数

感应度系数反映了各产品部门均增加一个单位最终需求时，生产性服务业受到需求感应程度。或者

也可以理解为该产业对整个国民经济各产业的感应力，具体计算公式如下：

$$S_j = \sum_{i=1}^n \bar{b}_{ij} / \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \bar{b}_{ij} \quad (5)$$

式中， S_j 为影响力系数， $\sum_{i=1}^n \bar{b}_{ij}$ 表示对各部门需求增加一个单位时， i 部门增加的总产出， $\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \bar{b}_{ij}$ 为给门产出合计的平均值。一般来说，当某一部门感应度系数大于 1 时，表示高于社会平均感应度水平，该部门受其他部门需求影响大[7]，被研究部门对地区经济系统的需求拉动水平越高，支柱产业作用越明显。

3.4. 数据来源

本文使用的数据为上海市统计局发布最新的 2017 年投入产出表数据，其中从业人数、总产值的数据来自于上海市统计年鉴、经济普查等，根据 2013 年修订得《上海市文化创意产业分类目录》和国家统计局 2018 年修订的《文化及相关产业分类》所涉及的文化创意产业行业，上海市文化创意产业包括媒体业、艺术业、工业和建筑设计业、时尚创意业、网络信息业以及部分服务业等 11 个大类、185 个小类，从 42 个部门的投入产出表中，将其中 5 个部门，包括“文化、体育和娱乐业”、“造纸印刷和文教体育用品”、“研究与试验发展业”、“信息传输、计算机服务和软件业”和“教育业”等合并作为文化创意产业，这五个部门基本上涵盖了上海市文化创意产业的内容，另外，为避免数据中里昂惕夫逆矩阵运算中相关性的影响，将煤炭采选产品、石油和天然气开采产品、金属矿采选产品、非金属矿和其他矿采选产品四个属于同类别的部门合并为开采业，这四个部门本身与文化创意产业关联性较小，合并后是 35 个部门，本文所计算的前后向关联数据就是在整合成的 35 个部门的投入产出表基础上的分析。

4. 实证分析

4.1. 文化创意产业前向关联效应

前向直接关联度定量分析地区经济系统中文化创意产业对整体经济的推动作用和自身产出去向，根据公式(1)和(2)基于 2017 年上海市投入产出表，得到文化创意产业与其他部门的直接分配系数和完全分配系数，文创产业前向关联效应排名前 15 位见表 1。

Table 1. Top 15 direct allocation coefficients and full allocation coefficients of cultural and creative related industries in Shanghai

表 1. 上海文化创意关联产业直接分配系数和完全分配系数前 15 位

排名	部门	直接分配系数	推动程度	部门	完全分配系数	推动程度
	第一产业	0.0004	0.11%	第一产业	0.0018	0.19%
	第二产业	0.0681	16.38%	第二产业	0.3795	39.62%
	第三产业	0.3472	83.51%	第三产业	0.5766	59.27%
1	文化创意产业	0.2124	51.08%	文化创意产业	0.2952	30.82%
2	金融	0.0894	21.50%	金融	0.1434	14.97%
3	租赁和商务服务	0.0218	5.24%	租赁和商务服务	0.0674	7.03%
4	化学产品	0.0098	2.36%	批发和零售	0.0494	5.16%
5	综合技术服务	0.0097	2.33%	建筑	0.0483	5.04%

Continued

6	交通运输、仓储和邮政	0.0096	2.31%	交通运输、仓储和邮政	0.0477	4.98%
7	食品和烟草	0.0084	2.02%	交通运输设备	0.0466	4.86%
8	房地产	0.0075	1.80%	化学产品	0.0380	3.97%
9	交通运输设备	0.0068	1.64%	通信设备、计算机和其他电子设备	0.0327	3.41%
10	批发和零售	0.0067	1.61%	房地产	0.0218	2.28%
11	建筑	0.0058	1.39%	综合技术服务	0.0216	2.25%
12	住宿和餐饮	0.0039	0.94%	通用设备	0.0182	1.90%
13	居民服务、修理和其他服务	0.0036	0.87%	食品和烟草	0.0176	1.84%
14	通用设备	0.0033	0.79%	电气机械和器材	0.0142	1.48%
15	通信设备、计算机和其他电子设备	0.0027	0.65%	住宿和餐饮	0.0130	1.36%

从直接分配系数计算结果看,这 15 个部门是文化创意产业的主要供给部门,自身供给需求占比最大,第二产业和第三产业的前向关联度较高,直接分配系数分别为 0.0681、0.3472,在 35 个部门中,仅有 3 个部门直接分配系数大于 0.02,分别是文化创意产业、金融、租赁和商务服务,可以看出,其产出被作为中间产品分配的占比较小,仅占有 41.58%。大部分作为最终产品用于投资、消费或者出口,也即文化创意产业与社会终端需求联系密切。一个产业对另一个产业的直接分配系数越大,则该产业就与另一产业的前向直接联系程度越高,且产业发展受另一产业的市场需求影响越大。前 15 位部门在推动程度中占比达到 95%,是文化创意产业的主要供给部门,上海文化创意产业与第二产业和第三产业(除文化创意产业)的完全后向关联度系数高达 0.3795 和 0.5766,除了开采业外,其余 34 个产业部门都与文化创意产业有关联,且完全分配系数大于 0.01 的部门有 31 个,通过完全分配方式,文化创意产业与各部门的前向关联关系增大。

通过对比直接与完全分配系数,可以看出,35 个部门的完全分配系数都比直接分配系数要大,其中有 6 个部门的两者比值超过了 10,这说明在文化创意产业与地区经济部门间的正向经济联系中,间接联系所占的比例更高。通过对前向直接关联和前向完全关联进行综合分析,文化创意产业用于自身的产出分配比例是最高的,产业对内部的前向技术经济联系是最密切的。其次是批发零售、金融、建筑等领域,文化创意产业对于上述领域具有很强的带动作用,这也符合它在产业链中的地位[11]。

4.2. 文化创意产业后向关联效应

利用公式(3)和(4)基于 2017 年上海市投入产出表,计算可得文化创意产业的直接消耗系数和完全消耗系数,见表 2。从计算结果看,上海文化创意产业对第一产业和第二产业的直接消耗系数均比较高。文创产业与 34 个产业部门都存在后向完全关联效应关系,其中后向完全关联系数大于 0.01 的有 24 个,这些部门的消耗占比达到 96.6。完全消耗系数前 10 位的部门占文创产业完全消耗总量的 75.1%,表明文化创意产业最终产品的产出变动对这些部门的产出规模具有较强的牵动能力,且上海文创产业对第二和第三产业的需求拉动较强。

Table 2. Top 15 in direct consumption coefficient and complete consumption coefficient of cultural and creative related industries in Shanghai**表 2.** 上海文化创意关联产业直接消耗系数和完全消耗系数前 15 位

排名	部门	直接消耗系数	部门	完全消耗系数
	第一产业	0.0009	第一产业	0.0037
	第二产业	0.3354	第二产业	0.9696
	第三产业	0.6646	第三产业	0.6812
1	文化创意产业	0.3921	文化创意产业	0.2952
2	租赁和商务服务	0.1449	租赁和商务服务	0.1967
3	通信设备、计算机和其他电子设备	0.0645	通信设备、计算机和其他电子设备	0.1461
4	金融	0.0511	金属制品、机械和设备修理服务	0.1256
5	批发和零售	0.0447	交通运输、仓储和邮政	0.1055
6	居民服务、修理和其他服务	0.0409	金融	0.0883
7	化学产品	0.0360	化学产品	0.0785
8	金属制品	0.0360	开采业	0.0745
9	交通运输、仓储和邮政	0.0345	石油、炼焦产品和核燃料加工品	0.0684
10	房地产	0.0333	批发和零售	0.0640

由表可知文化创意产业对第三产业中的租赁和商务服务、金融、居民服务、修理和其他服务、房地产的需求影响排名靠前，第二产业中的通信设备、计算机和其他电子设备、批发和零售、化学产品、金属制品、交通运输、仓储和邮政的供给推动力排名靠前，由此可以看出，上海文化创意产业的发展，很大程度上依赖于上海的二、三产业，上海的文化创意产业投入差距较大，这说明各行业对其发展的依赖性差别很大。对比上海文化创意产业发展的直接需求和间接需求，可知其对上海各产业部门的发展既有直接的拉动作用，也有间接的拉动作用，除居民服务、修理和其他服务、住宿和餐饮、文化创意产业间接需求稍稍大于直接需求，其余部门的间接拉动作用大于直接拉动作用。造成此结果的最直接的原因是下游行业的需求状况直接影响本行业的发展规模及速度，文化创意产业将不同行业联系起来实现次衍生及二次衍生品，针对不同群体的需要，开发出符合大众需要的具有创造性的产品，使文化创意产业基于多方向发展迎合消费者的消费追求和个性需要。文化创意产业是一种以大众为导向的消费方式，下游行业涉及众多，包括文化展馆、博物馆、主题公园等文化主题场所，并涉及数字出版和现代传媒、影视娱乐、影音演出、文化商品零售等渠道，使得文化创意产业实现最快速的增值[12]。

4.3. 文化创意产业的感应度系数和影响力系数

基于投入产出表计算得到各部门的感应度系数和影响力系数(见图 2)，2017 年上海文化创意产业的产业影响力为 2.65，即文化创意产业每增加 1 个单位最终产品的生产量，将促进国民经济总产出增加 2.65 个单位的生产量，影响力系数越大，对其他部门的需求率越大，即对其他部门的拉动作用越大。从感应度系数看，大部分第三产业的感应度系数小于 1，上海市文化创意产业位居第 12 位，其值为 0.932，接近社会平均水平。从图 2 可以看出，尽管目前上海市文化创意产业的影响力系数不是很高，但仍大于金

融、房地产等服务业，说明相对于多数第三产业行业门类，其对于整体城市经济的运行起到了重要的拉动作用，但对市域经济的推动作用较弱，一方面表明受其他产业影响较大，另一方面表明自我发展受限于市域范围内，并未真正融合发展。上海市文化创意产业发展前景不断向好，对环境污染小，排放小，但对经济的拉动和推动作用未达到理想状态，因此，延伸文化创意产业链有利于行业可持续发展[13]。

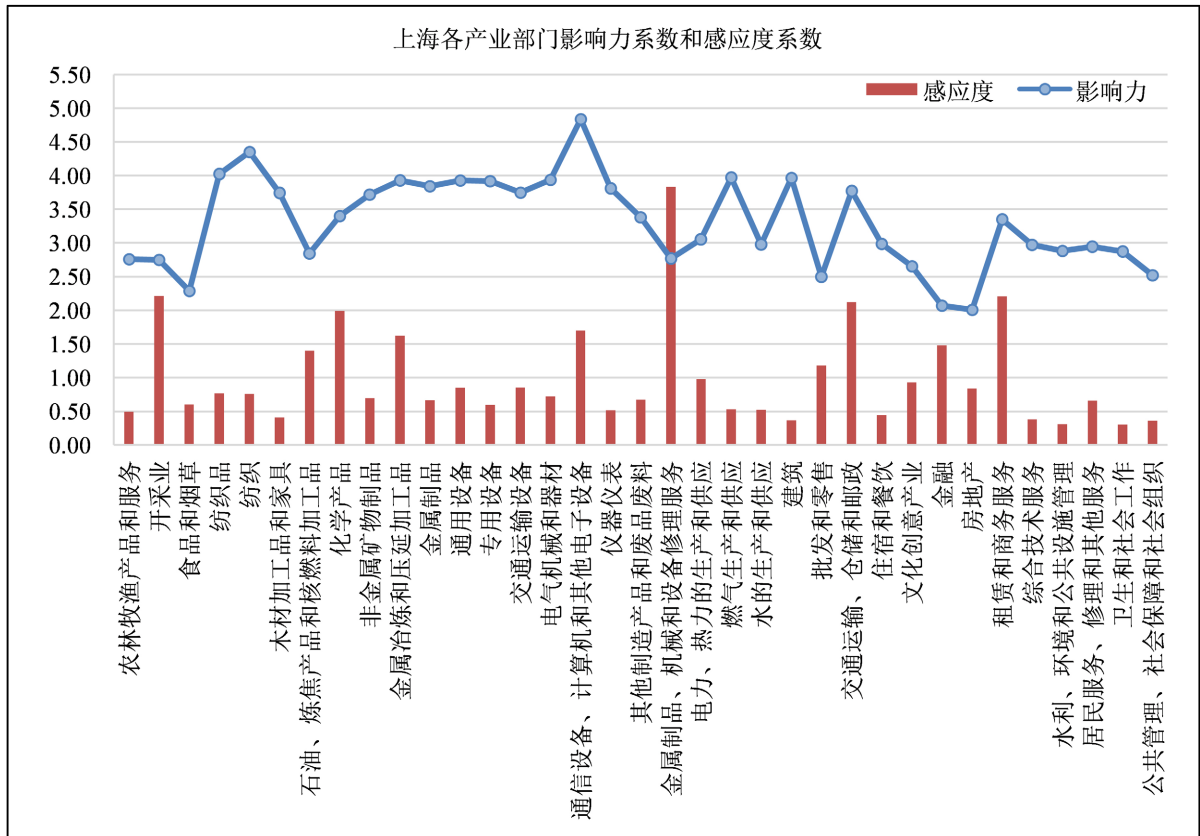


Figure 2. Influence coefficient and sensitivity coefficient of various industrial sectors in 2017
图 2. 2017 年各产业部门影响力系数和感应度系数

5. 研究结论与政策建议

5.1. 结论

1) 文化创意产业属于需求性产业，对地区经济具有明显的拉动作用。数据显示文化创意产业前向关联度小于后向关联度，属于需求带动性产业，这与其产业链位置相符，文化创意产业以及与之紧密相关的行业，几乎组成了上海市的主导部门。创意产业以“中间需求”、“中介”、“创新产品”、“创新服务”等形式持续推动相关行业的发展，成为上海市的主要产业。

2) 上海市文化创意产业与其自身存在显著的关联关系。在区域层面上与其内部形成局部空间层次上的经济转轨和创新增长极，适宜集聚发展，在实践中文化创意产业关联性逐渐增强，说明已经形成一定的集聚规模。

3) 上海市文化创意产业与其它行业有着紧密的联系。其主要特征是：文化创意产业对第二产业的物质和技术基础有着强烈的需求。这一方面表明，文化创意产业的崛起是第二产业发展到一定规模的结果，另一方面，也表明了文化创意产业的发展和壮大所需要的物质保证取决于其产出，二者之间有较强的相

关性；上海市的文化创意产业和第三产业也有着紧密的联系，而与之相关的产业则对上海市的文化创意产业发展做出了重要的贡献，在产业发展过程中，人才、资金的需求不断增长，中介市场的中介需求也不可避免地会转向金融、教育、技术等领域。

4) 上海市的文化创意产业对各行业的影响比一般行业的平均水平要高。根据感应度和影响力系数，文化创意产业受其他行业影响较大，文化创意产业在整体快速发展的这段时间里，已经成为上海市经济的重要支柱产业之一。

5.2. 政策建议

1) 构建成熟的产业价值链条运作体系。一方面，在发展文化创意产业的过程中，应拓展和完善文化创意产业链，使之成为具有本土特色的产业链，结合自身优势，将文化创意与旅游业、服装业、金融业等上下产业融合在一起，加强对投资、流通薄弱环境的开发，加强自身的产业带动能力[14]。另一方面，建立文化创意产业集聚区，以集聚区为依托，将大中小企业融合，培育一批具有一定规模的知名企业，创立具有强实力、知名的产业园区，拓展产业链的发展。通过构建成熟的产业链条运作体系，提高文化创意产业资源配置效率，使得区域的文创产业整合因文创需求增加而显现，加大文创产业发展的行业关联性。

2) 优化产业结构，加强产业融合。通过各产业特色资源整合文化创意产业，利用创意组合的方式进行场景改造，发挥自身创意、研发设计、内容等方面的优势，改造和提升其他产业生产方式及产品价值，借助成熟的制造业生产体系推动文化创意产业产品化与产业化，提高产品内涵和体验感，利用信息技术实现全产业链的数字化处理与改造，基于数字化平台丰富文化创意产业在关键环节的表现形式、传播渠道和创新，通过信息技术实现创意、生产、传播、需求、消费多向多线链接，压缩从生产到流通的成本，提高互动的有效性[15]。

3) 主导产业、辅助产业、配套产业之间形成有效价值链条。文化创意产业发展实践与相关产业之间存在紧密关联，与金融、租赁和商务服务、通信设备、计算机和其他电子设备、化学产品、批发和零售业的前后向关联度较高，未来文化创意产业的持续发展有赖于产业融合加持。引导文化创意产业能提升，推进上海市地区的产业结构升级，提高城市竞争力，上海具有开放性强、投资大、技术优等有利条件，产业发展应结合自身优势，与传统产业、高新技术产业相结合以提高产品文化属性以满足消费者的精神需求能力，从而带动配套产业产品和服务的有效供给，形成相辅相成的产业结构。

4) 设计区域文化创意产业与强关联产业的调适与联动机制。依托信息技术的发展，以现代化理念进行深度的综合开发，以其丰富的旅游资源，将文化资源进行整合，并引导社会资金及金融向文化产业投资多元化，发展多元化的文化产业新业态，促进文化产业的集群化和规模化发展。另外，通过对上下游行业的集中，使各种生产要素集中起来，促进工业的发展；从供给方面看，可以通过增加文化产品的品种、提高其有效供给、改善其消费环境、提高其消费的便捷性、满足多样化的文化消费需要等方面进行[16]。通过调适与联动机制，发挥文化创意产业对上海市区域的经济带动作用，以完整的产业链为基础，充分利用产业链内部的资源、设施、信息、技术等，提升产品和服务的价值，从而达到协同发展效应。

参考文献

- [1] 邓光耀. 中国文化创意行业关联效应研究——基于广义假设抽取法的分析[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2020, 39(4): 64-71.
- [2] 曾涛, 王秉琦, 占绍文. 区域文化创意产业竞争力形成机理差异化研究[J]. 统计与决策, 2015(21): 96-100.
- [3] 赵星, 刘军辉, 马骥. 我国文化产业集聚的动力机制分析——基于空间经济学 TP 模型的方法[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2016, 37(4): 106-115.

- [4] 魏和清, 李颖. 我国文化产业聚集特征及溢出效应的空间计量分析[J]. 江西财经大学学报, 2016(6): 27-36.
- [5] 孟桃, 徐宏峰, 何逢标. 文化产业的支撑产业选择研究——以江苏省为例[J]. 商业时代, 2014(32): 136-138.
- [6] 陈彤. 文化创意产业与制造业的后向关联效应分析[J]. 商业时代, 2012(25): 118-119.
- [7] 韩君, 高瀛璐. 中国省域数字经济发展的产业关联效应测算[J]. 数量经济技术经济研究, 2022, 39(4): 45-66.
- [8] 沈晓平, 张京成. 北京市文化创意产业的关联效应研究[J]. 中国科技论坛, 2017(7): 105-110.
- [9] 花建. 文化创意产业与相关产业融合发展的四大路径[J]. 上海财经大学学报: 哲学社会科学版, 2014, 16(4): 26-35.
- [10] 陈红霞, 杨洋, 郭文文. 基于产业关联的北京市文化创意产业相对地位评价[J]. 城市发展研究, 2017, 24(7): 56-62.
- [11] 沈晓平, 吴素研, 刘利永. 中国数字经济与国民经济的关联效应分析[J]. 统计与决策, 2022, 38(4): 27-32.
- [12] 曹如中, 仓依林, 郭华. 文化创意产业跨界融合的理论认知与价值功能研究[J]. 丝绸, 2019, 56(10): 40-49.
- [13] 卫军英, 吴倩. “互联网+”与文化创意产业集群转型升级——基于网络化关系的视角[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2019, 40(4): 148-154.
- [14] 韩若冰. 数字技术推动下的文化创意产业生态化发展及其向度研究[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2020(2): 49-59.
- [15] 余钧, 戚德祥. 文化产业双循环发展体系的构成要素、互动关系及驱动机制研究[J]. 科技与出版, 2022(8): 15-21.
- [16] 李琳. 上海文化科技企业的圈层分布与发展路径[J]. 科技管理研究, 2020, 40(22): 148-158.