

第十四章

都市产业

都市产业是依托上海大都市独特的信息流、人才流、现代物流、资金流和技术流等社会资源，以轻纺产业为主要内容，以都市型产业园区（楼宇）为主要载体，以劳动技术密集和研究开发为特征，以中小企业为投资主体，能够实现“经济生产、城市生活和生态环境”相协调，既有就业又有效益，既融入现代元素又有一定历史积淀的产业。都市产业利用都市资源特点，提高人民生活质量，提升城市服务功能，稳定提供就业岗位，不断向资源集约、绿色低碳方向发展，对于上海市在“十二五”及今后相当长的时期内实现扩内需、调结构、惠民生都将发挥不可替代的作用。

一、2010年和“十一五”发展概况

2010年，上海市轻纺产业完成工业总产值5372.98亿元，可比增长21.0%。其中，轻工、纺织产业主要指标见表14-1和14-2。

（一）生产实现平稳较快增长

从月度走势看，生产水平呈现逐季提升态势，月度产值增速在18%左右波动，9月份以来增速呈回落态势。从子行业情况看，46个子行业中，41个子行业实现可比增长，5个下降。其中，产值规模最大的塑料行业增长15.3%；电池、纤维素纤维原料及纤维制造、家具、玻璃纤维及制品制造、毛纺织和染整精加工、纸制品、工艺品、家电等行业增长较快，分别增长76.6%、48.4%、37.9%、32.2%、28.0%、23.4%、21.5%和20.9%；食品行业增

长 14.2%，农副食品加工业小幅增长 0.1%，麻纺织业大幅下降 43%，饮料行业小幅下降 0.3%。从监控的 43 家上海市重点轻纺企业看，全年共实现工业总产值 1140 亿元，可比增长 13.0%；该行业 67% 的重点企业增长，33% 下降。其中，尤妮佳生活用品、百事食品、东辰粮油等增长较快，分别增长 77.6%、63.2%、59.4%；嘉里食品工业、中美饮料降幅超过了 10%（见表 14-1）。

表 14-1 2009 年、2010 年上海市轻工产业主要指标

主要指标	2010 年	2009 年	同比增长 /%
企业数 / 个	5424	5414	0.2
全部从业人员平均人数 / 万人	78.06	76.27	2.3
工业总产值 / 亿元	4444.37	3698.64	20.2
出口交货值 / 亿元	965.34	792.75	21.8
主营业务收入 / 亿元	4620.05	3797.71	21.7
利润总额 / 亿元	294.49	244.35	20.5
税金总额 / 亿元	137.66	128.73	6.9

注：企业数均截至年底

（二）出口恢复明显

2010 年，轻纺产业完成出口交货值 1226.98 亿元，同比增长 17.8%。其中轻工行业完成出口交货值 965.34 亿元，同比增长 21.8%，比 2008 年增长 4.2%；轻工行业出口交货值占销售产值的比重为 21.9%，比上年同期提高了 0.3 个百分点。从子行业情况看，46 个子行业中，37 个子行业实现增长，8 个下降，1 个无出口；其中，出口规模前三的子行业家电、塑料、电池制造业出口规模均超过 100 亿元，分别增长 21.2%、25.4%、57.5%，出口规模已经分别比 2008 年同期水平高出了 10.0%、26.2% 和 68.8%（见表 14-2）。

表 14-2 2009 年、2010 年上海市纺织产业主要指标

主要指标	2010 年	2009 年	同比增长 /%
企业数 / 个	2015	2028	-0.6
全部从业人员平均人数 / 万人	31.11	33.51	-7.2
工业总产值 / 亿元	928.60	817.98	13.5
出口交货值 / 亿元	261.64	248.94	5.1
主营业务收入 / 亿元	957.14	812.96	17.7
利润总额 / 亿元	66.84	40.77	64.0

(续表)

主要指标	2010年	2009年	同比增长/%
税金总额/亿元	29.32	23.37	25.5

注：企业数分别截至年底。

(三) 盈利能力显著提高

2010年,轻纺产业实现利润总额361.33亿元,同比增长26.7%,行业总体保持盈利,利润率为6.68%,比2009年全年提高了0.57个百分点。其中轻工行业实现利润总额294.29亿元,同比增长20.5%;纺织行业实现利润66.84,同比增长64.0%。从子行业情况看,46个子行业44个实现盈利,37个子行业实现增长,4个子行业同比扭亏,5个子行业下降。从监控的43家上海市重点轻纺企业看,该行业86%的重点企业保持盈利,51%的企业增长。其中松下微波炉、荣威塑胶、箭牌糖类等增长超过1倍,良友海狮、日立家用电器、上海庄臣、江森自控国际蓄电池等由盈转亏。

“十一五”期间,上海都市产业依托较为深厚的工商业基础、十分便利的交通条件、相对发达的金融环境、比较丰富的人才资源和较为完备的基础设施,呈现出良好发展势头。主要表现在:一是区县初步形成产业特色。通过加强市、区、街、企联手,采取条块结合、优势互补等各种措施,逐步形成了一批特色产业群,如黄浦区旅游纪念品产业群,杨浦区家用纺织品产业群等,“十一五”期末上海市都市产业园区超过400家。二是形成了一批优势企业和品牌。服装服饰、纺织面料、珠宝首饰等领域依托良好的工艺基础和技术条件,创新传统制造业的业态,加快转型升级,促进研发、设计、标准、营销等相关的高端衍生服务发展,形成了一批优势企业和品牌。三是时尚消费与创意经济迅猛发展。服装、日化、工艺美术等传统消费品行业借助时尚消费和创意经济的发展,加快优化产业结构,促进产业升级。

二、重点行业

(一) 食品行业

2010年,上海食品行业在加大结构调整、科技进步、食品安全等工作力度的同时,积极增加生产、降低成本,最大限度克服原材料、燃料、动力购进价普遍上涨带来的负面影响,实现生产、销售、出口、效益同步增长。部分与居民生活密切相关的行业,如速冻食品、淀粉及淀粉制品、豆制品、糖果巧克力、饼干及其他焙烤食品、蔬菜水果和

坚果加工、糕点和面包、茶饮料、含乳及植物蛋白饮料、啤酒等产品销售增幅均超过 20% 以上；调味品和发酵制品、饼干及其他焙烤食品、糖果和巧克力、液体乳及乳制品等产品生产利润增长高达 30% 以上。2010 年，华光酿酒药业有限公司的“和”牌黄酒商标被认定为新的中国驰名商标。

（二）文体用品行业

2010 年，上海文教体育用品制造业完成工业总产值 148.4 亿元。在体育用品方面，上海红双喜股份有限公司成为称雄海内外市场的乒乓器材制造商，红双喜球拍在国家乒乓球队的使用率和全球大众乒乓球市场的份额分别高达 70% 和 58%，红双喜品牌还进入举重、网球、极限运动、击剑、体质测试等高端体育用品领域；上海乐美文具有限公司、上海中韩晨光文具制造有限公司、中国第一铅笔股份有限公司、上海马可文化用品有限公司名列中国轻工业制笔行业十强企业。在乐器制造业，上海民族乐器一厂通过组建“敦煌新语”女子乐团参加中央电视台举办的 CCTV 大奖赛、举办“走下舞台的乐器——民族乐器制作坊与表演”等活动，使其“敦煌牌”乐器影响扩大，企业销售收入和利润显著增长。

（三）日用化学品行业

2010 年，上海日用化学产品制造业完成工业总产值 239.1 亿元，同比增长 6.5%；完成工业出口交货值 26.1 亿元，同比增长 20.3%。近年来，上海化妆品行业紧随国际潮流，不断提升时尚、创意水平，品牌知名度和影响力、产品附加值显著提高。2010 年 11 月，上海家化联合股份有限公司在拥有清妃、佰草集、六神等品牌的基础上，推出源承 1930 海派风格的高端时尚品牌“双妹（双妹）”，该公司被列为上海唯一一家国家商标战略实施示范企业。

（四）家用电器行业

2010 年，上海家用电器行业在国家出台的“家电下乡”、“以旧换新”、“节能惠民工程”等一系列鼓励家电销售政策的刺激下，保持较快发展势头；其中，2010 年，家用电力器具制品完成工业总产值 351.2 亿元，同比增长 24.9%。在国家政策引导下，上海日立电器有限公司空调压缩机累计产销突破 1 亿台大关，2010 年产销排名由全球第三上升到全球第二。一批家电企业纷纷向绿色、清洁、智能方向发展，如上海大金空调公司推出智能化中央空调系统（VRV）产品及变频技术、热泵技术；上海林内有限公司推出 10L 恒温热水器，旨在节能环保和用气安全。截至 2010 年 11 月 8 日，根据《关于印发〈上海市

家电以旧换新实施细则（修订稿）的通知》，上海市家电以旧换新工作推广实施期间中标回收企业共 29 家，中标销售企业共 60 家。

（五）服装纺织行业

2010 年，上海纺织产业逐步走出金融危机阴影，加大结构调整力度，扭转了产销下滑的势头，运行质量明显提升。2010 年，上海纺织产业完成工业总产值 909.2 亿元，同比增长 11.2%；其中，纺织服装、鞋、帽制造业完成工业总产值 525.3 亿元，同比增长 12.6%。与此同时，出口形势开始好转，2010 年完成出口交货值 261.1 亿元，同比增长 5.1%；其中，纺织服装、鞋、帽制造业完成出口交货值 167.6 亿元，同比增长 5.8%，占整个纺织产业出口的 64.1%。在规模保持平稳增长的同时，行业开始加快向时尚、创意等高端方向转型，推动品牌向高端发展，如 2010 年 9 月，上海纺织控股（集团）公司推出高端品牌“PROLIVON”。

三、重点企业

（一）上海纺织控股（集团）公司

上海纺织控股（集团）公司是一家以科技为先导，以品牌营销和进出口贸易为支撑，以实业为依托的大型企业集团。近年来，上海纺织紧紧围绕“科技与时尚”的发展理念，坚定地走高端纺织之路，重点发展科技纺织、绿色纺织、品牌纺织、时尚纺织，实现由传统制造业向制造业后续服务价值链的延伸，努力打造与上海国际大都市相匹配的现代纺织服务业。2010 年，上海纺织控股（集团）公司全面实现三年发展规划（2008—2010）所制定的各项目标，主要经济指标均超额完成了三年规划确定的任务。全年主营业务收入（快报数）实现 352.04 亿元，同比增长 56.0%；实现利润总额 6.54 亿元，同比增长 120%。

推动纺织制造业向高端发展。一是推动具有自主知识产权的高新技术纤维研发和产业化。竹材 Lyocell 纤维形成批量生产；高性能耐高温纤维芳砜纶千吨级产业化项目工艺和技术攻关取得重大成果；超柔软深染改性聚酯纤维产品成功开发。二是加快发展产业用纺织品。汽车地毯和安全带市场占有率达 40%，汽车针织顶篷面料市场占有率达 30% 以上；申达科宝新材料有限公司成为国内最大的阔幅 PVC 复合材料的生产商，其年产量超 1000 万平方米。三是建成多项代表高端纺织形象的重大项目。建成了以高端纱线和差别化纤维生产为主的金山产业园区，以新型化纤和功能性纤维制造为主的奉贤产业园区，以汽车配套材料制造为主的安亭、太仓基地，以品牌服装制造为主的康桥、马陆基地等。

四是通过产品开发、条龙攻关、业务合作和服务合作等形式，贯通研发、设计、制造、营销和服务的产业链初步形成。五是构建以公司中央研究院、企业为主体，市场为导向的技术创新体系和产学研体系等三个层面的创新体系。

促进纺织产业向服务业延伸。一是推动外贸转型，转变增长方式。通过建立海外公司，内外贸联动，完善品牌、设计、检测和快速打样等服务功能，依托产业链优势开拓市场等方式，为提高自营能力、实现盈利模式转变创造条件；调整客户结构、品种结构和贸易结构，从分散客户向有信誉的大客户集中，从纺织向纺织与非纺织结合、生活资料向生活资料与生产资料结合、出口为主向进出口并举转变。二是加强品牌建设，创新营销方式。加强新品开发和产品设计，注重老品牌革新；加强终端形象和通路建设，在全国已拥有 8575 个销售网点；创新营销模式，开出 12 条“上海纺织品牌街”，体现了集中做形象、集束推品牌的效应；依托原创设计资源，推进集研发、生产、营销推广为一体的高端服装服饰品牌“Prolivon”和大众服装服饰品牌“EY”的建设。三是发展时尚产业，开拓了一条以时尚创意园区为载体、时尚活动为平台的时尚产业同现代纺织产业结合的发展之路。现已建成各类时尚创意园区 42 家；承办的上海国际服装文化节、上海时装周的运作水平持续提升，上海国际时尚服饰展得到国内外同行的认可；时尚教育已起步，与上海杉达学院合作组建“时尚设计学院”，投资 1.4 亿元启动了时尚教育大楼项目建设。

专栏 14-1 上海纺织推出高端品牌“PROLIVON”

2010 年 9 月 16 日，上海纺织控股（集团）公司所属高端品牌“PROLIVON”（普洛利文）第一家专卖店在上海纺织尚街 Loft 时尚生活园区揭幕；12 月 18 日，第二家专卖店在常德路 731 号营业。这标志着上海纺织“科技与时尚”战略又取得了重要进展。在 2010 第十六届中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间，“PROLIVON”展示了运用不同技术混纺织的新型面料和各种时尚风格的成衣。在设计风格上，“PROLIVON”植根于上海，亦汲取了世界诸多经典设计理念与时尚元素，倡导简约、大气的衣着思维，糅合正装的庄重与休闲装的随性，形成了独特的都市风格。“PROLIVON”同时创造了新的购置服饰模式——“生活方式馆”，即将“PROLIVON”女装、男装、家居、配饰等全方位产品融为一体，顾客在购物过程中可自由选择搭配。这一购物新体验营造了一种家庭时尚的氛围，传递了一种更高标准的生活理念。

（二）上海红双喜（集团）有限公司

上海红双喜（集团）有限公司（以下简称“红双喜”）是中国规模最大的体育用品制

造企业之一，目前已形成了以乒乓、羽毛球、举重三大器材为主的多元产品结构体系。“红双喜”商标创始于1959年，红双喜乒乓器材伴随着中国乒乓运动的辉煌从中国走向世界。

2010年，由红双喜自主发明的“炫灵”系列羽球拍成功上市，该球拍突破传统羽球的外观设计和工艺特点，全新的一体化成型塑胶手柄为使用者带来更好的视觉与握感，并且具有易清洁、环保可回收等优点。同时，基于彩虹概念与人文的新型发球机“彩虹R”系列发球机开发成功上市，为乒乓场地器材增加了新的亮点，成功演绎了“场地器材实用性与视觉的和谐统一”这一理念。此外，红双喜为第50届莫斯科世乒赛提供了场地器材，拥有金色底座的“金彩虹”球台作为彩虹家族的新成员首次在世界大赛上亮相。

（三）上海老凤祥有限公司

上海老凤祥有限公司是一家集科工贸于一体、拥有30余家子公司（如老凤祥银楼有限公司、老凤祥首饰研究所有限公司、老凤祥珠宝首饰有限公司、老凤祥钻石加工中心有限公司）、4个专业分厂（如首饰厂、银器厂、礼品厂、型材厂）以及60余家连锁银楼、300多家专卖店和1000多家经销商的大型首饰企业集团，是由创始于1848年的老凤祥银楼发展沿革而来，至今已有160多年历史，成为中国首饰业的世纪品牌。主要生产经营金银制品、珠宝、钻石与产品及设备，工艺美术品、旅游纪念品与相关产品及原料、文教用品与相关原料及设备。

目前公司拥有职工1300多名，其中有100多位获中国工艺美术大师、高级工艺美术师等称号的老、中、青三代设计师以及300多位制作巧匠、技师。多年来老凤祥公司坚持走品牌经营之路，通过连锁银楼、形象专柜、特约经销店、专卖店、区域代理等渠道其营销网络已遍及全国30个省、直辖市、自治区，其中在上海的连锁银楼已达40余家，遍布上海各个区域。目前，老凤祥正积极开展与国际珠宝首饰优势企业的合作。2010年，上市公司——老凤祥股份有限公司实现营业收入143.11亿元，同比增长29.65%。

（四）上海晨光文具股份有限公司

上海晨光文具股份有限公司（以下简称“晨光”）是一家整合创意价值与制造优势、专注于文具事业的综合文具集团，主要生产舒适、有趣、环保、高性价比的文具用品，产品领域涵盖各式笔类、书包、画材、橡皮泥、胶水、橡皮、尺类、修正工具、抄本等学生文具和办公文具。截至2010年，公司销售收入连续连续五年增长40%，拥有国内外27个省级配送中心、1800多个区域核心合作伙伴和30000余家零售样板店，形成了良好的国际和国内销售网络。“晨光”品牌在市场上享有较高的知名度，产品畅销全国各地，并出口美国、日本、韩国及东南亚。2010年，晨光荣获“2010最具影响力特许品牌”。

四、推进措施

（一）推进技术改造和高新技术产业化

跟踪推进推动芳砵纶纤维和芳砵纶绝缘纸高性能纤维项目高新技术产业化项目。高性能耐高温纤维材料芳砵纶千吨级产业化项目作为上海市高新技术产业化项目，已实现产品出口，并填补了我国在耐高温纤维市场领域的空白，目前，已经研发出系列耐高温防热服。年产 1000 吨绿色纤维 Lyocell 产业化项目已完成了 1.5 亿元的前期投资，进入中试阶段，技术和工艺均为国家级发明专利，打破了奥地利兰精（Lenzing）公司对环保型化纤高新技术和市场垄断。

（二）推进信息化与工业化融合

2010 年，上海将都市产业作为“两化融合”重点发展的四个行业之一，加大了对传统产业信息化改造的示范项目支持力度，提升了消费品工业的信息化水平。同年，上海光明乳业股份有限公司作为同行唯一一家实施 WCM（世界级制造）管理系统的公司，在乳制品市场竞争日趋激烈、生产利润缩小的背景下，以确保产品质量为前提，通过提升成本控制能力、管理水平来实现劳动生产率提高 180%，维护成本下降 50%，综合效率提升 40%。

（三）提升设计创新能力

支持和引导消费品工业企业加强产品设计创新，逐步扩大产品市场占有率。如上海美特斯邦威服饰股份有限公司总部进入上海后，发展了 300 人的设计团队，不断创新产品设计。上海奔腾电器集团与本土设计公司合作，开发了电饭煲、剃须刀等系列小家电，不断拓展新市场。尚街创意产业集聚区建设了服装设计师孵化器，为中小服装设计师工作室提供服务。由第十七棉纺厂改造的上海国际时尚中心，正致力于打造成为亚洲第一秀场。上海国际家用纺织品产业园已拥有企业交流中心、打样中心、设计中心等综合服务能力，目前已引进法国、西班牙、英国、美国、以色列、意大利等国的海外设计师及工作室，入驻纺织企业约 150 家。位于上海松江区的时尚硅谷创意园，与中国纺织协会紧密合作，致力于打造成为纺织自主品牌企业的二次创业园，目前已签约和意向进驻的有 30 多家知名企业。

（四）大力实施自主品牌战略

重点扶持一批消费品行业自主品牌项目建设。例如上海家化在拥有“清妃”、“六神”、“美

加净”等传统品牌基础上,近年又开发了“家安”系列清洁用品等,并且在成功运营“佰草集”品牌的基础上推出了高端品牌“双妹”;上海美特斯邦威服饰股份有限公司实施自主品牌战略,推出了ME&CITY品牌,成为中国知名休闲品牌;上海博士蛙集团采取多元化品牌战略,目前旗下拥有自主核心品牌“博士蛙”、Drfrog及哈利波特、网球王子等授权品牌,致力于打造中国儿童消费品领袖企业。上海纺织控股集团面对激烈的市场竞争态势,与时尚媒体合作开展“魔法天裁”大型时尚设计师选秀活动,进一步拓宽了本土原创设计师的发现与培养渠道,共同推出了“EY”服装品牌,日前,又推出了“Prolivon”原创奢侈品牌。

(五) 加强产业区域合作

借助长三角纺织制造业优势,积极开展区域合作。如在中国时尚同盟的联系下,上海长宁区政府联合石狮、绍兴、大朗、虎门等国内多家优势产业集群共同发布“长宁宣言”。2010年中国时尚同盟时尚发布系列活动和中国时尚产业论坛在上海的成功举办,标志着上海将进一步加快产业转移和互动,更好地开展区域合作,为促进我国纺织产业结构调整 and 转型作出应有的贡献。又如上海东隆集团公司针对国内外纺织产业竞争态势和市场变化,在山东、安徽等地设立或计划设立制造工厂,加大了企业自主品牌战略的实施,努力从优秀代工型企业向自主品牌企业方向发展,增强了企业市场竞争力和应对危机的能力。

(六) 稳步推进工艺美术保护工作

加强工艺美术成果积累和宣传。完成新中国成立以来上海第一套工艺美术系列丛书编辑工作,包括《上海工艺美术大师风采录》、《上海工艺美术在世博》、《上海市工艺美术精品集》、《上海市传统工艺美术品种技艺》,举办11场上海市工艺美术大师系列展览活动,举办中瑞纸艺联展、中外壶艺双年展等国际性交流活动。启动第三次工美精品专家评审认定工作。完成《上海市工艺美术“十二五”规划》。

(七) 加强食品安全管理

完成全国食品安全整顿督导检查迎检,完成“2008年问题奶粉”专项清查,组织开展乳制品生产企业问题乳粉集中清查专项行动。根据全国食品安全整顿办和工信部部署,研究制定《上海市食品工业企业诚信体系建设试点工作方案》,并启动试点工作。根据工信部食品安全工作的要求,完成乳制品行业整顿验收和专项督察。

(八) 持续推进家电下乡和以旧换新

共同完成上海家电下乡新增品种备案、招投标等相关工作,以及《上海市家电以旧

换新实施细则》修订。推动家电下乡维修服务体系建设工作。服务家电生产企业，帮助家电下乡中标生产企业协调高峰让电工作，为家电企业的产品生产提供保障。

（九）着力淘汰行业落后产能

根据工信部《关于下达 2010 年工业行业淘汰落后产能目标任务的通知》的要求，将高能耗、高污染、低附加值的低端制造业进行调整，完成上海集祥印染有限公司、上海亚伟洗染有限公司、上海青浦白鹤洗染有限公司等一批印染企业的关停，超额完成了工信部下达的目标任务。

五、2011 年和“十二五”展望

（一）“十二五”展望

“十二五”期间，以创造时尚、塑造品牌为重点，大力发展家用电器及小型电子信息产品、食品制造及农副产品加工、包装印刷、室内装饰用品制造、化妆品清洁用品及香精香料制造、工艺美术旅游纪念品及文体用品、纺织与服装服饰。顺应国际大都市的市场需求导向，在设计、营销等环节融入科技、创意、时尚和环保元素，完善服务体系，集聚高端要素，提高产品附加值，重塑和提升以品牌为核心的都市产业竞争力。

（二）2011 年重点

围绕实现“十二五”规划目标，2011 年推进上海都市产业工作的重点是：加强规划引导，聚焦重点行业和重点企业，聚焦工业设计、“两化融合”、技术改造、品牌建设等重点环节，进一步优化轻纺产业结构，提高产业发展质量。一是推进规划落实和加强基础工作，做好都市产业“十二五”规划与其他相关规划对接，加强对一批大型企业集团跟踪和服务，培育一批“有市场、有效益、有自主知识产权”的优势骨干企业、一批“专精特新”中小企业。二是推进都市产业设计创新，围绕重点行业，发掘和认定一批企业设计中心，继续设立和支持一批原创设计工作室，提升都市产业的设计、品牌等能级。三是聚焦推进重点行业发展。食品行业，重点做好食品工业企业诚信体系建设试点工作，配合完成国家食品安全专项整顿工作，进一步做好乳制品工业企业行业管理；家电行业，继续推进家电下乡、家电以旧换新工作，推动家电下乡维修服务体系建设和家电自主品牌建设；纺织服装行业，推动服装、家纺自主品牌建设以及纺织产业转移、淘汰落后产能等。积极推动重点行业公共服务平台建设，争取技术改造、“两化融合”等专项政策对重点行业发展的支持，提升装备技术水平、信息化水平，实现产品的升级换代。四是持续做好工艺美术品保护发展工作。