

## 老行业 新机遇

——上海普陀区数字广告产业调查

本报记者 李治国 李景

上海普陀区

截至2022年底

共有主营数字广告业务企业上千家

年营收超亿元的企业达 22家

数字广告产业总营收 超过200亿元

实现税收 近3亿元

未来计划成立数字广告企业产业联盟

吸引上海乃至长三角的优质数字广告企业入驻



上海中心城区首个数字广告园区在普陀区正式开园。(资料图片)

随着移动互联网的不断发展变化,数字文化产业对人们的思想、生活方式乃至意识形态方面的影响越来越大,数字化广告正广泛渗透到大众生活中。在各种终端上,无不活跃着数字广告的身影。这一产业新形态正在不断延展,无数要素正在向致力于成为“国际数字广告之都”的上海集聚,在这方面上海普陀区更是先行一步,让一个传统行业在数字化转型中找到新机遇。

如果说数字化是产业高质量发展的潮流,那么广告业已经站上了潮头;如果说数字广告走在产业数字化转型的前列,那么上海普陀区已经抢占了先机。

“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群。”这既是党的二十大的明确要求,也对各地发展数字经济提出了新的课题,数字经济与实体经济的结合点在哪里?传统产业如何在数字转型中焕发新生?数字产业集群怎样打造竞争优势?上海普陀从数字广告产业中探索答案,让一个“老行业”找到发展“新机遇”。

## 瞄准优势借势而起

数字广告为何成了普陀的突破口?作为数字经济重要的细分领域,与一些“硬科技”相比,数字广告虽然产业体量不算大,却承载着数字技术应用与吸纳大量就业的重要功能。对此,普陀区多年来一直在政策、载体、规划方面发力,逐渐培养出数字广告发展的沃土。

随着今年4月普陀区发布“推动数字广告产业高质量发展实施方案”(简称“22条”),以及上海中心城区首个数字广告园区(简称“数广园区”)正式开园,一场以数字广告掀起的产业集聚热潮让普陀区的数字经济走出了新特色。

时间倒回到2021年12月,国内首个针对数字广告业发展领域的省级政策文件《关于推动上海市数字广告业高质量发展的指导意见》正式发布,明确提出将上海建设成为“国际数字广告之都”的目标,同时提出支持普陀、青浦等区创建数字广告园区。

上海为何点名普陀部署创建数字广告园区?这要从普陀区的产业基础说起。

数字广告、数字营销等概念在普陀并非新鲜事物,早在上海明确提出建设“国际数字广告之都”之前,普陀作为上海数字广告产业标杆示范区,就聚集了利欧集团、快手磁力引擎、剧星传媒、元隆雅图、飞书深诺等一批数字广告头部企业,涉及新媒体平台、MCN机构、整合营销平台等领域。其中,年营收超亿元的企业已达22家。同时,普陀还连续两年成为上海国际大学生广告节的支持单位,并在上海率先发布《加快发展数字广告产业实施意见》。可以说,在优质企业入驻、行业品牌塑造以及政策的大力支持下,普陀的数字广告业初具规模。

普陀区还谋划了“中华武数”的科创产业布局。其中,“中”对应中以(上海)创新园,“华”对应上海清华国际创新中心,“武”对应武宁创新共同体,“数”对应市数字化转型升级示范区海纳小镇。新建成的数广园区核心区就位于海纳小镇,成为普陀数字转型的重要载体。

“近年来,普陀区紧紧抓住上海建设国际数字广告之都的机遇,聚力推动数字广告产业发展,构建起较为完整的数字广告产业链和生态系统。”普陀区委书记姜冬冬表示,普陀将进一步提升园区的环境和功能,加快园区品牌化、特色化、专业化发展,不断完善以知识产权为重点的全链条数字领域服务体系。



图为上海普陀区数广园区鸿企中心外景。(资料图片)

从产业特性来看,上海近年来的在线新经济成效明显,广告业也走到了从传统业态向数字化转型发展的关键时期。总体而言,在当前的广告行业里,数字广告可谓无所不在。在互联网时代,几乎所有广告都在以数字化的方式存在与运用。我们熟悉的电商直播带货、短视频广告植入、视频贴片广告、搜索引擎广告、微信朋友圈广告等都是典型代表。

从产业格局来看,数字广告正悄然改变着广告业的发展版图。连续两年发布的中国广告主营销趋势调查显示,数字媒体获得了更多广告预算,费用占比已超过六成;短视频和社区成为广告主增投的两大主要平台,其中,抖音、小红书成为数字营销的重要阵地,数字广告带来流量变现,让广告主直呼“真香”。

面对数字广告产业发展的爆发期与机遇期,普陀区结合区域优势,顺理成章地将数字广告产业带入新的发展阶段。在普陀区委宣传部副部长兼区文旅局党组书记、局长周涵嫣看来,“数字广告已经成为普陀区经济提质增效的新引擎,这里既有全链条扶持政策,也有高品质品牌活动,更有高能级产业载体”。

“普陀还将持续围绕数广园区的4个建设目标——产业要素集聚地、龙头企业入驻地、知名奖项举办地、专业人才涵养地,借力海纳小镇数字化转型示范区的创新引擎作用,为数字广告企业提供充裕的物理空间、活跃的交流平台、有力的技术支撑。”周涵嫣说。

## 发展逻辑务实清晰

“今天大家围坐在一起,不论是‘生普’还是‘熟普’,都是普陀一家人。”数广园区正式开园不久,姜冬冬与区委、区政府有关领导一起邀请普陀区10位优质数字广告企业代表,举办了一场特别的早餐会,面对面了解企业发展面临的挑战和诉求,一边向企业介绍普陀区经济社会发展情况,一边让企业吃下“定心丸”。

“普陀是民营企业大区,始终把民营企业和民营企业当作自己人,希望能够与各位企业家共同努力,助力普陀数字广告产业高质量发展。”姜冬冬说,普陀将努力建设成为上海“国际数字广告之都”重要承载区,同时要为数字广告产业与数字经济发展提供更有利的条件、更优越的环境以及更广阔的舞台。

参加早餐会的企业既有广告媒体、代理商,也有MCN机构、投放平台,涵盖了数字广告上下游,大家对这种服务形式感到既新鲜又兴奋,关键是能够与政府部门负责人面对面沟通,大大增强了创业底气。

“过去都是企业找政府,现在是政府主动上门服务。早餐会看似简单,却是个很好的桥梁,搭建起了政企之间沟通的直通车。”快手磁力引擎华东政府事务负责人叶军表示,企业家与区领导边吃早餐边闲聊,更像是朋友间“约饭”,在轻松愉快的氛围下,区领导对企业家提出的意见建议现场予以答复,并安排具体部门和人员对接,这样“人靠谱(普),事办妥(陀)”的营商环境,让企业更有信心进一步融入普陀数字经济的发展版图。

“当前,普陀区大力支持包括数字广告在内的数字经济新业态发展,采取了一系列措施。”周涵嫣将普陀区数字广告的发展逻辑拆解为3个层次——

首先是出台全链条扶持政策,聚焦行业发展全周期。比如,刚刚发布的数字广告“22条”在房租补贴、高管人才扶持、融资服务等方面给予一系列突破性支持,进一步提升政策的“精准度”和“覆盖面”;聚焦中小微企业融资难、融资慢、融资贵问题,推报工商银行普陀支行成为上海市首批“上海市银行业文化创意特色支行”,组建专业金融服务团队为企业融资保驾护航;设立“工行文创e站”,为企业提供文创特色金融产品以及各类特色金融服务。

其次,在数字经济领域培育高品质品牌活动。比如,普陀区在全国发起第一个由省市级多个政府部门共同指导举办的国际MCN(多频道网络)大会;还于近期举办了上海国际电影节“数字影视体验展——超感试映场”;下半年还将举办电竞上海全民锦标赛以及上海国际广告节,以吸引更多优质资源,助力数字产业能级提升。

最后是打造高能级产业载体。以数广园区为例,它的投入使用真正成为普陀数字经济发展的优质载体。从规模上看,该园区由核心区、扩展区两部分组成:核心区总建筑面积近38万平方米,扩展区覆盖核心区周边相关区域。从服务上看,该园区为数字广告企业量身定制公共空间,提供共享办公、展览展示、奖项发布、案例分享、政策服务、高校合作等多元服务功能。

此外,普陀区与SMG合作打造的苏河·梦立方项目也落址“半马苏河”黄金区位,总建筑面积达2.66万平方米

米,未来将打造成为以短视频生态、互联网直播、人才孵化为主的文化创意产业基地,为在线新经济发展提供有力支撑。

## 企业集聚扩大商机

政策端有最新发布的数字广告“22条”,载体端有最新建成的数广园区,再加上区里不断释放助推数字广告高质量发展的信心,激发着普陀数字广告企业的创新活力。

“我们刚刚与一家科技公司共创落地了国内首个文旅元宇宙项目。”上海有门互动合伙人童军告诉记者,在他们的元宇宙项目“渔光之城”中,消费者可以全方位体验位于浙江宁波象山石浦镇的渔港古城生活。“比如,线上捕鱼所获得的虚拟货币可以在线下兑换成旅游资金,消费者可以前往指定区域消费。”童军表示,这也是该公司成立以来首次尝试打通线上体验和线下引流,通过时下热门的数字技术宣传当地文化,并尝试将此模式推向全国。

在刚开园的数广园区里,各企业同样感受到园区经济带来的机遇:谦玛网络、朗冠营销等已在核心区办公,利欧集团、剧星传媒、蔚蓝云创等一批龙头企业也在开园当天挂牌。

“当前,新技术不断带来新挑战,落户普陀就是要建立新的‘朋友圈’,力图实现‘破圈’发展。”谦玛网络运营总裁林庆霖表示,数广园区在某种意义上打破了空间限制。“过去,广告产业链间松散的状态给品牌方、代理商与下游机构之间带来了过高的沟通成本。如今园区的聚集看似竞争,实际上是心照不宣的平衡。一来,我们作为代理商也想加强对下游机构发展动态的关注,以更好地推荐给品牌方;二来,上下游均在一个区域,可以很好地提高沟通效率,降低沟通成本,商机可能就在‘上下楼’”。

作为“小而美”的数字广告创意代理商,朗冠营销去年刚入驻普陀,数广园区完整产业生态所形成的全链路整合营销为其提供了许多发展机遇。“得知园区筹建,我们第一时间就打算搬过来。”朗冠营销创始人俞松青表示,当下,不少数字广告龙头企业正重点布局数字技术并投入大量研发,这也带动了区域内更多深耕细分领域的小体量数字广告企业实现共享共赢。

在普陀区真如城市副中心鸿企中心的12层和16层,数广园区为企业量身定制了约4000平方米的公共服务空间。每天,这里都会接待好几拨专业参观团队。有相关部门官员,有数字广告企业负责人,也有外省市广告园区交流团,高峰时期,同样的介绍一天要重复6遍。这两层公共空间,也被称为园区中的“产业样板间”。

“产业样板间”将数广园区配套服务一并具象化呈现给意向企业,有企业合作平台、共享办公区域、数字技术展示、专业场地租赁等“硬装”设施,也有政产学研合作、知名奖项峰会等“软装”福利。在这里入驻的均为普陀数字广告企业的大IP,比如,创壹科技拥有百万粉丝的虚拟美妆博主柳夜熙。这样的IP除了给普陀重点数字广告企业做宣传外,也给引入的中小企业提供了品牌提升的合作参考。“样板间”内还包含目前普陀唯一可用于播放数字化广告片的多维公共体验空间,通过数字剪辑技术为企业和客户沉浸式观影感受。

新近落户普陀的上海享时贸易有限公司,不久前派驻了一支精英团队在“样板间”办公,提前适应新环境。“我们平时还会借这里的会议室开会,一是交通便利,二是看重这里的氛围,圈子里熟悉的大小广告公司都在这里。”享时贸易合伙人陈楠表示,普陀广告公司云集,不仅给创意提供了更多碰撞的可能,也为不同公司间合作共赢带来方便。

数字广告产业的边界是模糊而又无限延展的,既有大象起舞,又有蚂蚁雄兵,普陀数字广告产业发展与前景也在无限延伸。“从开展数字广告业务的角度来说,普陀区目前有上千家数字广告企业。如果把范围放宽到数字广告全产业链,这个数字就上万了。未来,普陀计划成立数字广告企业产业联盟,整个上海市乃至长三角的优质数字广告企业,只要愿意都可以来普陀发展,我们将提供全产业链优质服务。”周涵嫣说。

## 调查手记

## 打开全新创意空间

李景

数字技术发展多年,广告业是数字技术发展率先赋能的文化产业之一。随着以门户网站、社交媒体、短视频为基础的数字广告迅速成熟,数字广告打通从广告到销售的链路,体现出全链路营销的优势,也让广告主越来越倾向于互联网广告投放。

在快速发展过程中,数字广告也经历着外部环境考验。《2022中国互联网广告数据报告》显示,受疫情影响,2022年,中国互联网广告收入5088亿元,同比下降6.38%。虽然从中长期看,经济稳中向好将助力数字广告市场回暖,但与此同时,数字广告的固有模式也面临冲击,需要拥抱新技术、新媒介、新渠道,形成新的增长点。

作为受数字技术影响较深的行业,数字广告往往是最新技术的落地载体,广告内容很容易与数字技术相结合。

一方面,可以借助数字人技术赋能广

告营销。当前,数字人技术为品牌形象焕新、内容营销创意等提供了全新思路,构建虚拟品牌代言人逐渐流行。虚拟数字人不仅能成为品牌创造全新吸引力,也容易成为品牌与用户之间的情感纽带。如今,游戏、电商、快消、美妆等行业均开始试水数字人营销。比如,百万粉丝博主数字人柳夜熙已成为多个国际知名品牌的虚拟代言人,数字新事物正创造着新流量。

另一方面,可凭借AR/VR打造沉浸式广告体验。当前,虚拟现实与增强现实技术在广告领域的应用尚处于初级阶段,但在数字营销方面已经展现出较大潜力。不少品牌厂商正尝试将广告内容融入虚拟现实,力求创造更具参与感、沉浸感的营销体验。虽然,目前市场上尚未出现相关爆款应用,但相信在不远的未来,数字广告业将在虚拟现实、增强现实技术加持下打开全新的创意空间。



图为上海普陀区数广园区共享办公空间会议室。(资料图片)

(资料图片)