

杨浦：“优质内容+”激活产业新动能



2015年,在外求学的B站UP主“-LKs-”李晨阳上传了第一条视频。当年只为打发课余时间的创作“小透明”,如今已成长为粉丝超400万的创作者。2019年,从油气行业投身语文教学的B站UP主“学过石油的语文老师”杨佳奇发布了第一条课程视频。当年青涩地解读教材的他,如今已成长为粉丝近千万的创作者。

李晨阳的视频内容天马行空,从科技产品测评到小众人生体验,镜头所及包罗万象;杨佳奇则深耕语文教学领域,偶尔穿插分享古代奇闻轶事,内容扎实且聚焦。近期,两位不同领域的“百大UP主”,交汇在了同一个坐标——上海杨浦。

杨浦区积极推进互联网优质内容创作集聚区建设。“大学一大厂一大V”集聚,“优质内容+”生态激活产业新动能。

吸引人才、培养人才、善用人才、留住人才,是杨浦发展的重要课题

去年7月,杨浦积极推进互联网优质内容创作集聚区建设,打造“V聚场”品牌载体,推出“YOUNG立方”专项政策。

V聚场从空中俯瞰,形似一个“V”字;倒过来看,则勾勒出一个“人”字。在首批入驻者,B站百大UP主苏浩天看来,随着集聚区建设,杨浦正厚植大V生态,搭建人才舞台,让大V与小UP都茁壮成长。

六年前,他辞职创业,在B站开通了软件测评账号“苏星河牛通”。当时的他,在身边人眼中是一个“不务正业”的另类。

“对互联网内容创作者这个有些特殊的群体,补贴支持固然重要,这份看见与尊重的诚意才更加动人。”集聚区启用前一天,他的团队就打包了“全部家当”,第一时间搬到杨浦。他说:“这座城市正在对我们张开怀抱。”

创新是第一动力,人才是第一资源。二十多年来,从“工业杨浦”到“创

新杨浦”,杨浦区实现跨越式发展背后,人才是一以贯之的立区之本。吸引人才、培养人才、善用人才、留住人才,是城区发展的重要课题。

浩荡的黄浦江穿城而过,在上海东北部转出一个弯,勾勒出杨浦滨江的形态。在杨浦滨江中部,是上海中心城区的唯一岛屿,复兴岛。去年12月,上海复兴岛—全球创客岛启动,向全球创新创业者“张开双臂”。

复兴岛—全球创客岛启动前,这座岛在规划文件中的定位是“国际创新创业岛”。从“创新创业”到“创客”,折射了杨浦对人才的渴求。

让各类人才宜居安居,已经成为城市的“深层吸引力”。全球城市社会学研究者马克·戈特迪纳认为,城市构建的重点,不仅是对全球资源的控制力,更应是城市生长的成因和独特的文化土壤。在杨浦,一批受城市吸引扎根于此的年轻人,用他们的活力与创造力重塑城市面貌,从经济、创新、文化各维度注入源头活水,让更多人才纷至沓来。

去年国庆前,B站百大UP主“小潮院长”马浩宁刚刚结束一场策划

会。与往期选题不同,新一期视频选题通过“一日店长”形式,讲述杨浦区内企业的成长故事。

选题方向的改变,源于他的新身份。镜头前,他仍是拥有1400万粉丝的UP主;镜头后,他成为“沪九条”出台后首位落户上海的UP主。就这样,在数字空间中挥斥方遒的他,与脚下的土地有了更深的羁绊。

如今,马浩宁前所未有地希望与身处的这座城市产生更多连接,寻找身边鲜活的杨浦故事,用镜头为更多观众讲述城市魅力。

文化与经济共振,让城市成为人们喜爱的“名场面”发生地

从12年前租下的几张办公桌,到如今承包的整栋办公楼,商米科技在杨浦大创智区域的工区“扩张”,见证着这家企业的全球化脚步。

20多年前,香港瑞安集团主席罗康有一个构想:对标美国硅谷、巴黎左岸,在上海打造一个“三区联动”项目。

他的目光始终被杨浦牢牢吸引:

这里有复旦、同济、上财、上理工等10余所知名高校,资源得天独厚。就这样,杨浦区“创智天地”横空出世,成为许多创新创业者的奋斗热土。

如今,以创智天地为核心,一个占地8.2平方公里、先后孕育4500多家双创企业的“大创智创新发展示范区”在上海东北角崛起。

这里是“大学的城市,城市的大学”。复旦管理学院政立路校区,成为国内首家面向社区全面开放的高学院。没有围墙、不用刷卡,科教、人文、生态资源自由流动,企业、人才、创意无界生长。

文化与经济共振,让城市成为人们喜爱的“名场面”发生地。

去年5月,叠纸游戏“美好生活节”在杨浦科创数字公园举办。叠纸大楼下,众多玩家“为爱奔赴”,只为与在虚拟世界中相伴多年的角色线下相见。彼此素不相识、生活天各一方的玩家,因为相同的爱好一见如故。

在五角场、在复兴岛、在新江湾城、在B站总部,类似的名场面比比皆是。

去年8月,小红书Red Land活动在复兴岛举办,三天吸引10万余人次登岛。漫展活动上人声鼎沸,漫展外的讨论也此起彼伏。有人发现:小红书与B站旗下两大漫展品牌竟然在杨浦实现“世纪同框”。在五角场广场,Bilibili World巨幅海报还未撤下,相邻的墙壁已经换上Red Land“新妆”。

在杨浦滨江,美团、B站、抖音三大核心项目的工程建设都已进入“倒计时”。城市工业“锈带”上,正在崛起新的产业“金带”。

这里是中国近代工业发源地,诞生了十余项“全国工业之最”。永安栈房旧址、毛麻仓库等文化遗迹没有成为“盆栽”,而被赋予了新的生命。在上海船厂旧址,一座具有世界影响力的考古博物馆,也是全球一流的水下考古研究中心——“上海博物馆北馆”也将拔地而起。

随着美团、B站、抖音三大核心项目将于今年同步竣工,上海博物馆北馆等功能性文化项目持续落地,这段上海城市文脉最悠久的滨江岸线,即将拉开文化与经济共振的城市新格局。

杨浦已经成为内容生态的新“磁极”

不久前,“G僧东”工作室与“赫兹星球”联名推出的“WASON出把戏”脱口秀在V聚场创排,沪语脱口秀广受观众好评。创作者们从线上走到线下,不仅丰富了自身内容生态,也为内容赋能实体提供了更多可能。

文化内容“软实力”,成为对产业经济的“硬支撑”。杨浦区“十五五”规划纲要提到,壮大创意设计千亿级产业集群。培育壮大新兴设计产业,以文化赋能,内容生产引领创意设计拓展边界,支持数智赋能生产创作。

在杨浦,以哔哩哔哩、叠纸、完美

世界等头部企业为牵引,在网络视听、游戏及电竞赛事等领域形成上下游完整产业链。“大学一大厂一大V”集聚形成创新大三角,支撑“内容+”生态欣欣向荣。

2026年首个工作日,杨浦区与50个重点产业项目集中签约,MCN机构魔岩文化赫然在列。魔岩文化服务十多个科技测评类博主工作室,入驻杨浦V聚场半年来,已经拓展了新的业务架构。

魔岩文化将与媒介营销公司韩国Cheil集团、直播电商平台宝尊电商合资成立一家新公司。“此前,公关与博主是甲方乙方关系,电商与博主是渠道带货关系;如今,大家成了同事关系,沟通协作更加紧密。”魔岩文化总经理刘亚雷说。

“三合一”的新公司,也标志着内容创作者一手牵起品牌营销,一手牵起直播电商,共同迈向内容生态的深度整合阶段。

“沪九条”公布后,许多创作者有了一个共识:去杨浦。MCN机构知潮文化负责人蔡草草说,杨浦已经成为内容生态的新“磁极”,众多创作者争相到杨浦寻求新机会。

他合作的B站UP主“我是超人”张明祥,是V聚场首批入驻者。张明祥创作的“酷比小鸡”“抗猪压力”“爷有钳了”等一批卡通形象走红网络后,知潮文化负责其画作的衍生品开发。

蔡草草说,知潮文化帮助创作者打通供给、库存、销售等环节,为他的抽象画IP开发了袜子、冰箱贴、礼盒等一系列衍生品,让“我是超人”成为B站“画卖得最好的”UP主。

“全都是熟人”,是蔡草草对V聚场的第一印象。知潮文化还合作了李兴兴、王骁等许多创作者。“许多创作者都有流量变现的需求,希望在集聚区找到更多合作伙伴,开发更多知识付费、衍生品销售等方案。”

在杨浦互联网优质内容创作集聚区,此前相对分散的创作者,开始形成越来越多的细分垂类。

近年来,V聚场已入驻十多位汽车类博主。“创作者的垂类化趋势越来越明显,不同垂类创作者的场地需求也有很多不同。”V聚场总经理邱婷说,比如汽车类博主需要较大户外场地拍摄实车,V聚场正在杨浦滨江为博主们寻找新的拍摄场地,一个汽车博主联盟也在筹备成立中。

未来,垂类化的内容创作能对相关产业链条形成可观的带动作用。比如,一批汽车类头部大V不间断地在杨浦滨江直播说车,能否推动更多车企营销中心落地?能否推动更多消费者到此体验试驾?据介绍,汽车类以外,集聚区还根据杨浦区域产业特点,考虑在游戏类、体育类、音乐类等细分领域集聚更多头部博主,形成更多垂类博主联盟。

“未来,有营销需求的品牌方或企业,可以到V聚场‘一站式’对接各类营销资源。”邱婷说。(来源:解放日报)

■本版图片为资料图

