



**Cities 城市**  
**Culture 文化**  
**Creativity 创造力**

利用文化和创造力，  
 促进可持续城市发展与包容性增长



联合国教育、科学及文化组织, 丰特努瓦广场7号, 75352巴黎 07 SP, 法国,  
及

世界银行, 美国华盛顿特区西北区H街1818号, 邮编20433, 2023年出版

© 联合国教科文组织和国际复兴开发银行/世界银行2023年

ISBN 978-92-3-500048-1



本出版物为开放获取出版物, 授权协议为Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>)。用户使用本出版物内容, 即表明同意接受联合国教科文组织开放获取资源库使用条件的约束 (<https://zh.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-chi>)。

原版名称: Cities, culture, creativity: leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth

联合国教育、科学及文化组织及世界银行集团于2021年出版

本出版物所用名称及其材料的编排方式并不意味着联合国教科文组织或世界银行对于任何国家、领土、城市、地区或其当局的法律地位, 或对于其边界或界线的划分, 表示任何意见。世界银行和联合国教科文组织不保证本作品所含数据的准确性、完整性或通用性, 不对信息中的任何错误、遗漏或差异承担责任, 也不对使用或未使用所述信息、方法、过程或结论承担责任。

本出版物表达的是作者的看法和意见, 而不一定是联合国教科文组织或世界银行、其执行董事会或其所代表的政府的看法和意见, 因此这些组织对此不承担责任。

本中文翻译由联合国教科文组织安排。如有任何不一致之处, 以源语言版本为准。

标有星号 (\*) 的图片不属于CC-BY-SA许可范围, 未经版权所有者优先许可, 不得使用、商业化或复制。

封面照片: © Municipality of Tirana

第10页照片: © World Bank and © UNESCO

平面设计和排版: wearezephyr.com

编辑: Mike Fisher

中文翻译和排版: 北京策马翻译有限公司

中文审校和编辑: 联合国教科文组织驻华代表处 李杭颖、章忆宁

印刷: 北京瀚祥瑞晟图文制作有限公司

印刷地: 北京

中华人民共和国甘肃省文化和旅游厅提供了慷慨资助。



**C**ities 城市  
**C**ulture 文化  
**C**reativity 创造力

利用文化和创造力，  
促进可持续城市发展与包容性增长


# 精简摘要

## 释放城市文化和创意产业的能量

文化和创造力在为城市和社区带来社会、经济和空间效益方面仍有尚未开发的潜力。文化和创意产业是创意经济的关键驱动力，是就业、经济增长和创新的重要来源，因此有助于提高城市竞争力和可持续性。文化和创意产业通过为城市复兴和可持续城市发展做出贡献，让城市变成更能吸引人们前来居住和开展经济活动的地方。文化和创造力还能增强街区层面的社会凝聚力，使创意网络得以形成，推进创新和发展，并为经常在社会和经济中受到排斥的人们创造机会。

一直以来，2019冠状病毒病（COVID-19）大流行对文化产业产生了深远的影响，但也揭示了文化和创意产业作为城市复苏和复原的资源可以发挥的作用。更普遍而言，城市是创意经济的中心，在通过地方一级的政策和赋能环境来利用文化和创意产业的变革性潜力方面发挥着重要作用。

《城市、文化和创造力》提供了指导原则和“城市、文化和创造力”框架，这一框架是由联合国教科文组织和世界银行制定，用以支持城市释放文化和创意产业的能量，促进可持续城市发展，提升城市竞争力，增强社会包容性。“城市、文化和创造力”框架借鉴了全球案例及世界各地9个不同城市的经验，为一系列行为主体——国家政府、州（省）和城市；创意产业和相关私营部门组织；创意从业人员；文化专业人士和民间社会团体——提供了具体指导，以利用文化和创意，促进当地创意经济发展，建设富有韧性、包容和充满活力的城市。



世界各地主要城市创意产业的  
城市就业率

高达 **13%**



# 目录

精简摘要	4
图表清单	6
案例清单	7
表格清单	7
缩略语	7
词汇表	8
前言	10
致谢	11
执行摘要	12
引言	22
第1节 文化和创造力: 城市资产和资源	28
1.1 城市、文化、创造力和国际发展议程	29
1.2 城市是创意经济的中心	29
1.2.1 文化和创意产业一览	30
1.2.2 创意经济生态系统	32
1.2.3 创意城市非物质文化遗产的具体内容	34
1.2.4 城市: 文化和创意产业促进经济增长和就业的孕育之地	38
1.3 文化和创意产业在产生空间效益方面发挥的作用	42
第2节 “城市、文化和创造力” 框架: 解决制约创意城市发展的因素	44
2.1 确定制约创意城市发展的因素	45
2.2 “城市、文化和创造力” 框架: 为城市文化和创意赋能	47
2.2.1 助推因素1: 物理和空间环境: 城市基础设施和宜居性	49
2.2.2 助推因素2: 人力资本: 技能和创新	50
2.2.3 助推因素3: 网络和支助基础设施: 社交网络、推动因素、技术支助和融资	51
2.2.4 助推因素4: 制度和监管环境: 包容的制度、法规和伙伴关系	52
2.2.5 助推因素5: 独特性的益处	55
2.2.6 助推因素6: 数字环境	56
2.3 与“城市、文化和创造力” 框架相关的空间、经济和社会成果	58
第3节 创意城市的经验及COVID-19的影响	64
3.1 创意城市经验一览	65
3.2 从利用文化和创造力促进城市可持续发展和包容性增长中汲取的经验	72

3.3 COVID-19疫情对创意城市的负面冲击	77
3.4 危机中的一线希望——创造力和创新预示复兴即将到来	81
第4节: 结论与建议	88
4.1 结论	89
4.2 基于“城市、文化和创造力”框架的建议	90
4.3 未来之路	94
注释	97
参考文献	107

## 图表清单

图1:	2000-2015年全球创意商品出口额	13	图16:	按多样性程度分列的纽约市 新艺术组织的位置	53
图2:	2008-2019年部分城市文化和 创意产业工作占比	14	图17:	按人均GDP (PPP) 分列的2015年 (即有数据的最近年份) 文化和创 意产业中15-24岁从业人员的百分比	59
图3:	“城市、文化和创造力”框架	15	图18:	按性别分列的2015年(即有数据 的最近年份) 中低收入国家文化 和创意产业从业人员的百分比	60
图4:	2000-2015年全球创意商品出口额	24	图19:	创意产业之间的就业相关性	63
图5:	2008-2019年部分城市文化 和创意产业工作占比	25	图20:	2020年2月-5月部分城市创意工作 的岗位变化	78
图6:	创意和文化产业及细分领域	31	图21:	2020年1月-8月美国消费者 支出百分比变化	79
图7:	创意经济的同心圆模型	32	图22:	严格实行COVID-19封锁期间 世界各地的空城	80
图8:	文化和创意的创作周期	32			
图9:	音乐产业生态系统	33			
图10:	部分国家文化和创意产业就业率及 收入水平	38			
图11:	菲律宾部分地区城市化水平与 文化和创意产业就业率之间的 相关性	39			
图12:	印度较小地区城市化水平与文化 和创意产业就业率之间的相关性	40			
图13:	2000-2015年按国家收入水平分列 的国内生产总值增长与城市文化 和创意产业支出份额增加之间的 相关性	41			
图14:	“城市、文化和创造力”框架	48			
图15:	2010-2017年欧洲移民与文化企业 之间的相关性	52			

## 案例清单

案例1:	印度大壶节 (Kumbh Mela) 为当地经济做出贡献	35
案例2:	促进哥伦比亚城市非物质文化遗产发展	36
案例3:	在马拉喀什和多伦多, 文化触手可得	36
案例4:	牙买加金斯敦: 非物质文化遗产试点项目	37
案例5:	佛罗伦萨和伦敦的非物质文化遗产	37
案例6:	纽顿为南非跨种族网络赋能	54
案例7:	蒙特利尔保护非物质文化遗产和培育设计相关创意资本的制度和法规	55
案例8:	柏林受益于卓有成效的创意城市伙伴关系	55
案例9:	弗拉门戈舞之乡西班牙塞维利亚的独特之处	56
案例10:	甘肃的振兴与创新	61

## 表格清单

表1:	赋能创意城市的指导原则	20
表2:	创意城市案例研究摘要	67
表3:	赋能创意城市的指导原则	75
表4:	COVID-19的影响: 文化和创意产业面临的挑战与机遇	81
表5:	在COVID-19大流行初期阶段对文化和创意产业的支持	85
表6:	文化和创意产业的干预措施, 为未来发展指明方向	94

## 缩略词

缩略词	定义
APEGA	(秘鲁) 国家美食协会
CCC	城市、文化和创造力
CCI	文化和创意产业
DMC	数字媒体城市
FIBD	昂古莱姆国际漫画节
FRC	文化复兴基金
ICH	非物质文化遗产
IFC	国际金融公司
ILO	国际劳工组织
MSE	中型企业
SDG	可持续发展目标
SME	中小企业
SODAV	塞内加尔版权和相关权协会
TDLC	东京发展学习中心
UCCN	联合国教科文组织创意城市网络
UNCTAD	联合国贸易和发展会议
UNESCO	联合国教育、科学及文化组织
UNWTO	联合国世界旅游组织
WB	世界银行

# 词汇表

文化和创造力领域的术语不断更新，释义多样。在本立场文件中，以下为重要定义和概念。

**创意城市：**能够有效地用文化和创造力促进城市和社会经济发展的城市称为创意城市。这些城市是文化、艺术、文化和创意产业、文化多样化表现形式和想象力蓬勃发展之地，也是促进可持续城市发展和包容性增长之地。这些资产是创新和独特性的来源，而这些创意城市中许多公共和私人行为体都采取措施为文化和创意产业赋能，以促进空间、经济和社会发展三重效益。

**创造力：**根据联合国《2008年创意经济报告：评估创意经济的挑战，实现知情决策》，“创造力”与原创性、想象力、灵感、独创性和创造性相关。与生俱来的创造力是所有个体发挥想象力和表达想法的内在特征。这些想法与知识相关，是知识资本的实质。创造力有助于建设更为多样化的世界，促进人类文化多样性，也可以为可持续发展奠定基础。

**创意场所营造：**一种专注于通过文化和创造力的力量来改变当地社区生活、使街区能吸引人们前来居住和工作的发展方法。这一概念也包含当地社区参与艺术和文化体验、活动、创意项目，在一些情况下，还包含社区投资和资助。

**创意从业人员：**在本文件中，是指从事文化和创意产业所涵盖的七个文化领域的文化专业人员和个人。

**文化资本：**充当资本资产的文化产品，同其他投入一起促进其他文化产品和服务的生产、工作，以及当地社区的整体福祉。

**文化和创意产业：**主要目的是对具有文化、艺术或遗产价值的商品、服务和活动进行生产或复制、推广、分销或商业化的产业。在2009年《联合国教科文组织文化统计框架》和联合国教科文组织对非物质文化遗产的定义基础上，在“城市、文化和创造力”框架中，本文件对文化和创意产业的定义包含以下文化领域：视听和互动媒体；文学和新闻；表演艺术；视觉艺术和工艺；非物质文化遗产；设计和创意服务；遗产和旅游活动。由于美食被纳入了一些文化和创意产业的定义中，所以本文件将其纳入考虑范围。

**文化和创意职业：**在本文件中，涉及创意和艺术生产、文化机构及遗产收集、保存、保护和传承的工作，属于文化和创意产业所包含的七个文化领域。

**经济创造力：**引领技术、商业惯例和营销创新的一个动态过程，被广泛认为是一种经济竞争优势<sup>1</sup>。

**创新：**开发经过测试且被发现在现实世界中确实发挥作用的实际、有用的新想法的过程。创新可以产生长期的经济和社会影响。创造力和创新相互关联。西奥多·莱维特（Theodore Levitt）提出了一个著名的说法：“创造力就是想出新鲜事物。创新就是制造新鲜事物。”了解文化和创意产业内不同类型的创新有助于地方层面的决策者和利益攸关方找到适当的方法和形式来孵化和实施创新的想法。

**跨界创新：**在不同的文化和创意产业子行业、创意和文化产业及其他行业（如旅游、医疗、教育、基础设施建设、城市规划和社会环境）的交叉领域开发和生产的创新。



**社会创新：**带来新想法和做法的创新，可以帮助解决现有社会、经济和环境挑战，使社区和地球受益<sup>2</sup>。社会创新可以使一个区域或城市的文化资源得到更好的利用，但需要分担风险和协作战略，而且往往是不同利益攸关方、组织和个人在地方一级有效合作的结果。

**社会价值：**当资源和过程结合起来为社区产生集体利益，改善个人和整个社会的生活，同时减少对环境的破坏时，就会产生社会价值。社会价值实现的资金效益不止是让一个孤立的组织或单个实体受益，包含可持续性、福祉和多样性，并且通常与当地社区的具体需求相一致。

**非物质文化遗产：**根据2003年联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》，非物质文化遗产或活态遗产是指在社区中世代相传的知识、技能和技巧，如表演艺术、节日、传统知识和手工艺，这些社区承认非物质文化遗产是“其文化遗产的一部分”。非物质文化遗产实践是动态的；随着需求和环境的变化，从业人员不断更新知识，调整实践和生产<sup>3</sup>。非物质文化遗产实践植根于当地社区和从业人员网络的历史和文化认同，这些网络保护并传播非物质文化遗产，通过正规和非正规教育途径与他人分享知识和技能。

# 前言

纵观历史，文化、创造力和城市一直都是社会进步的关键助推因素。从京都到首尔，从马代巴到布拉柴维尔，从昂古莱姆到利马，以及其他许多城市，文化和创意产业使社区得以繁荣和复原，而这些城市也使文化和创意产业得以蓬勃发展。这些城市对社会包容、减贫、环境可持续性、公平经济增长和发展进程的地方所有权作出贡献，有助于实现联合国《2030年可持续发展议程》设定的17项目标。

文化和创意产业是创意经济的核心。视听和互动媒体、表演艺术、非物质文化遗产、文学、视觉艺术和手工艺、设计和创意服务以及遗产和旅游活动等创意领域可以激发城市的经济活力，刺激创新，增强文化表现形式的包容性和多样性，以此应对新挑战。

到2050年，在这个快速城市化的世界上，全球每10人中就会有7人居住在城市地区，城市成为创意经济的中心。全球80%以上的经济是在城市产生的。这包括很大一部分创意经济，在2019冠状病毒病（COVID-19）大流行之前，据估计，创意经济对全球年收入的贡献达2.25万亿美元，雇用的青年比任何其他行业都多。

城市以及文化和创意行业在当前的COVID-19大流行中都受到了特别严重的打击，大城市面临风险的工作往往最多。文化机构失去了很大一部分预期收入，八分之一的博物馆可能永远不再开放。艺术家和文化专业人士在艰难维持生计，而且往往无法获得社会安全网的保障。高达90%的世界遗产地在COVID-19大流行期间被关闭，同时非物质文化遗产实践也停止，全球旅游和流动大幅减少，对依赖这些活动谋生的社区造成毁灭性的经济后果。但是，COVID-19也表明了文化的重要性，可以利用这种宝贵的资源来支持受影响社区复原，重建社会，促进经济发展和危机后的复苏。

为了确保创意经济的繁荣和韧性，并使创意城市能够从COVID-19大流行中复苏，我们必须采取紧急行动，支持决策者促进创意城市复苏，并使文化和创意产业能够继续在社会、经济和空间方面为城市作出重要贡献。联合国宣布2021年为“国际创意经济促进可持续发展年”，这为全球社会提供了重要动力，促进创意经济和可持续城市发展，为包容性经济增长和为当地社区赋能创造机会。

本立场文件阐述了“城市、文化和创造力”框架，其中有六个助推因素，可以促进文化和创意对可持续经济增长、社会福祉和充满活力的城市环境作出贡献。根据本立场文件和“城市、文化和创造力”框架中的见解，联合国教科文组织和世界银行旨在支持国家和地方决策者利用文化、人员（艺术家和创意人才）和地方（作为创意中心的城市）的重要贡献，发展有韧性、包容和可持续的社区和经济，帮助推动未来几十年的人类发展。



**Sameh Wahba**

世界银行  
城市、灾害风险管理、  
复原力和土地全球实践  
全球总监



**Ernesto Ottone R.,**

联合国教科文组织  
文化助理总干事

# 致谢

本立场文件是世界银行和联合国教育、科学及文化组织（联合国教科文组织）合作的成果，由Sameh Wahba和Ernesto Ottone R. 指导，团队成员包括：Dorine Dubois、Maitreyi Das、Yuna Chun、Ahmed Eiweida、Sara García de Ugarte、Ayah Mahgoub、Victor Mulas、Mariana Oseguera、Dmitry Sivaev、Thebe Tsatsimpe、Lidia Varbanova 和 Reiko Yoshida。由 Zephyr 的 Matt Collins设计，由 Mike Fisher 编辑。

背景案例研究（在第3节概述）对本文件贡献很大，编写人员有：Victor Mulas、Haruka Miki-Imoto、Jamil Whyte、Shoko Tawara和Michiko Kadono（京都案例）；Dmitry Sivaev和Michiko Kadono（神户案例）；Ahmed Eiweida、Yuna Chun、Sang Bum Kim、Dong Hoon Shin 和 Soo Yeon Lim（首尔案例）；Mariana Oseguera 和 Ayah Mahgoub（利马案例）；Reiko Yoshida、Sara García de Ugarte和Lidia Varbanova（布拉柴维尔、马代巴和桑托斯案例）；Hristina Mikic（贝尔格莱德案例）；Sylvain Pothier Leroux（昂古莱姆案例）；Harriet Deacon、Diego Rinallo、June Taboroff、Benedetta Ubertzazi 和 Charlotte Waelde（创意城市非物质文化遗产说明）。这些案例受益于联合国教科文组织创意城市网络成员以及与这些案例相关的一系列创意人才及公共和私营部门的思想领袖的贡献。

京都市的利益攸关方以及参加2020年1月在日本举行的东京发展学习中心（TDLC）关于该主题的技术深度研究的10个城市代表团的贡献丰富了本文件。我们感谢京都副市长 Shoichiro Suzuki、京都旅游局长 Noriko Kasuya 以及 Fram Kitagawa和Mayazuki Sasaki 在推进我们思考方面提供的支持和作出的贡献，并期待能继续合作。

在2020年2月于阿布扎比举行的世界城市论坛期间，在由世界银行和联合国教科文组织主办的“城市、文化和创造力”活动中，专家小组作出了十分宝贵的贡

献。小组成员包括 Penny Abeywardena、Marwan Jassim Al Sarkal、Karim Hendili、Kira Intrator 和 Joaquim Oliveira Martins。本文件作者感谢所有的参与者，他们通过热烈的讨论，促使人们对这些问题有了更深刻的认识和理解。

本文件还受益于以下同行评审员的建议：Alexandra Bezeredi、Milena Dragicevic Sesis、Ellen Hamilton、Somik V. Lall、Hristina Mikic、Megha Mukim、Vincent Palmade 和 Andy Pratt（他也对本文件的阐述有所贡献）。

我们也感谢在制作过程中提供意见的以下工作人员和外部专家。世界银行的人员：Nancy Lozano、Gabriel Arrisueno、Micaela Reategui、Andrés Ugaz、Paola Miglio、Fernando Mustafa、Ruvi Suarez Subirana、Patricia Velasquez、Maria Paz Ramos Grimaldo、Katya Bullón López、Trevor Monroe、Dino Merrotto、Samuel Faiberger、Jessica Grisanti 和 Philip Karp。联合国教科文组织的人员：Paola Leoncini Bartoli、Tim Curtis、Toussaint Tiendrebeogo、Denise Bax、Juliana Forero、Jyoti Hosagrahar、Emmanuelle Robert、Qiaobo Ni、Linda Tinio 和 Raúl Valdés Cotera。

最后，本文件得以完成离不开日本政府通过东京发展学习中心及其工作人员提供的大力支持。





## 执行摘要

照片：JR，移民，漫步纽约市，美国纽约，2015年



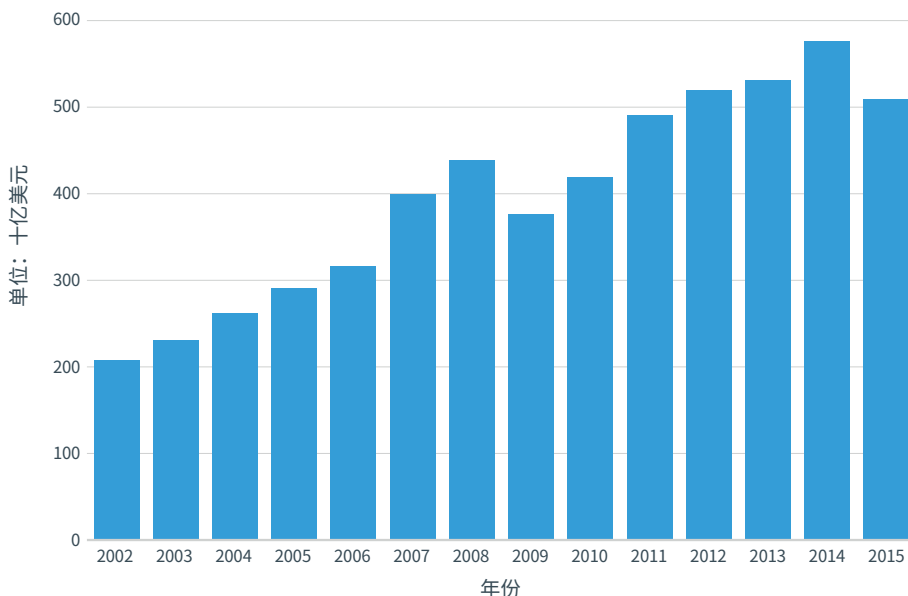


本立场文件为城市提供了指导原则和框架（“城市、文化和创造力”框架），以便更好地利用城市文化和创意产业<sup>4</sup>，促进可持续城市发展，提升城市竞争力，增强社会包容性。许多政策制定者认识到，创造力可以促进经济发展，提高公民的生活质量——他们寻找工具来帮助他们创造一个有利于发展文化和创意产业的环境，并更好地利用这些产业来实现预期目标。但成为“创意城市”意味着什么？哪些条件赋能文化和创意产业发展？哪些条件可以让城市利用其文化和创意资本来区别于其他城市、刺激当地的经济活动、改变其城市结构，并提高所有人（包括贫困和边缘化群体）的生活质量？城市如何在COVID-19疫情等危机中支持当地创意经济，并在复苏期间利用创意经济？它们如何借鉴包括联合国教科文组织创意城市网络成员城市在内的世界上其他城市的经验？

文化和创造力是当地社区的巨大资产。它们哺育了创意经济，而创意经济在创收、创造就业机会和出口收入方面是世界经济中增长最快的一个部门。事实上，2002-2015年间，全球创意商品的出口额从约2000亿美元增至5000亿美元（图1）<sup>5</sup>。2013年，文化和创意产业的收入达到约2.25万亿美元（占全球GDP的3%）<sup>6</sup>。文化和创意产业可以对城市产生独特的变革性影响。如何影响？通过其改善城市生活质量和设施的能力，为妇女、青年和其他边缘化群体在内的城市人口创造就业机会，以及在社会包容性和社交网络形成方面的影响。

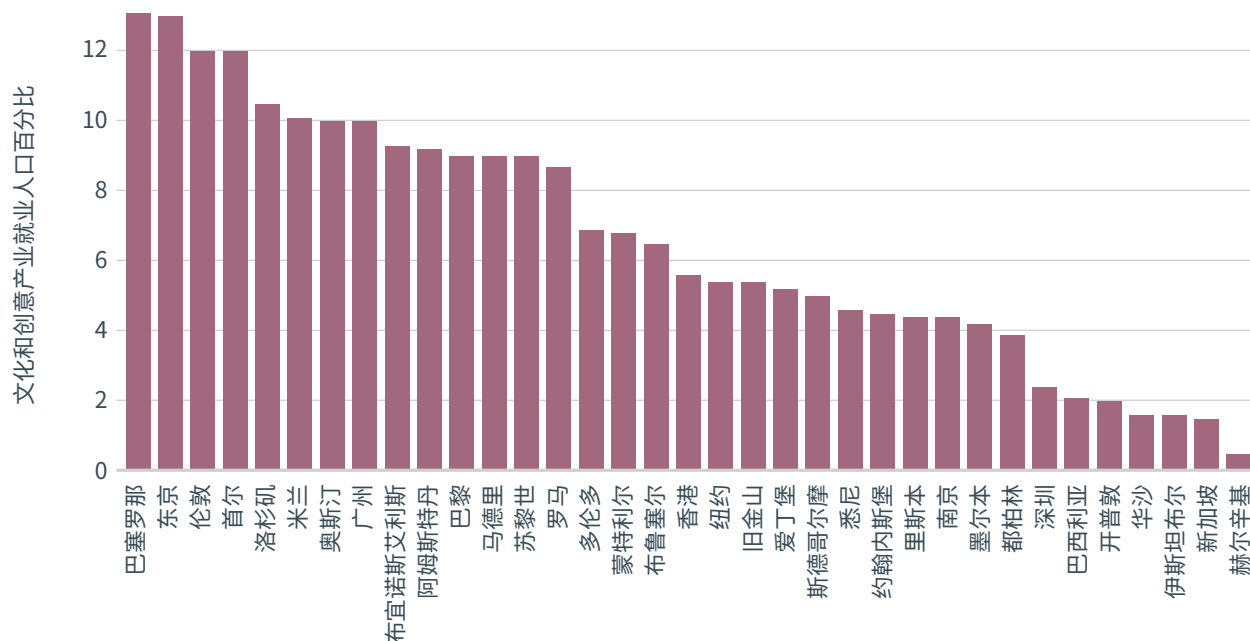
虽然为文化和创意赋能的国家政策干预措施往往得到很多关注，但如果没有地方层面的政策和有利环境，并辅之以各级政府和一系列利益攸关方（包括私营部门、民间社会团体和地方社区）的合作，就无法充分实现文化和创意产业的变革性影响。

图1. 2000-2015年全球创意商品出口额



来源：贸发会议数据库 (<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=14772>)。

图2. 2008-2019年部分城市文化和创意产业占比

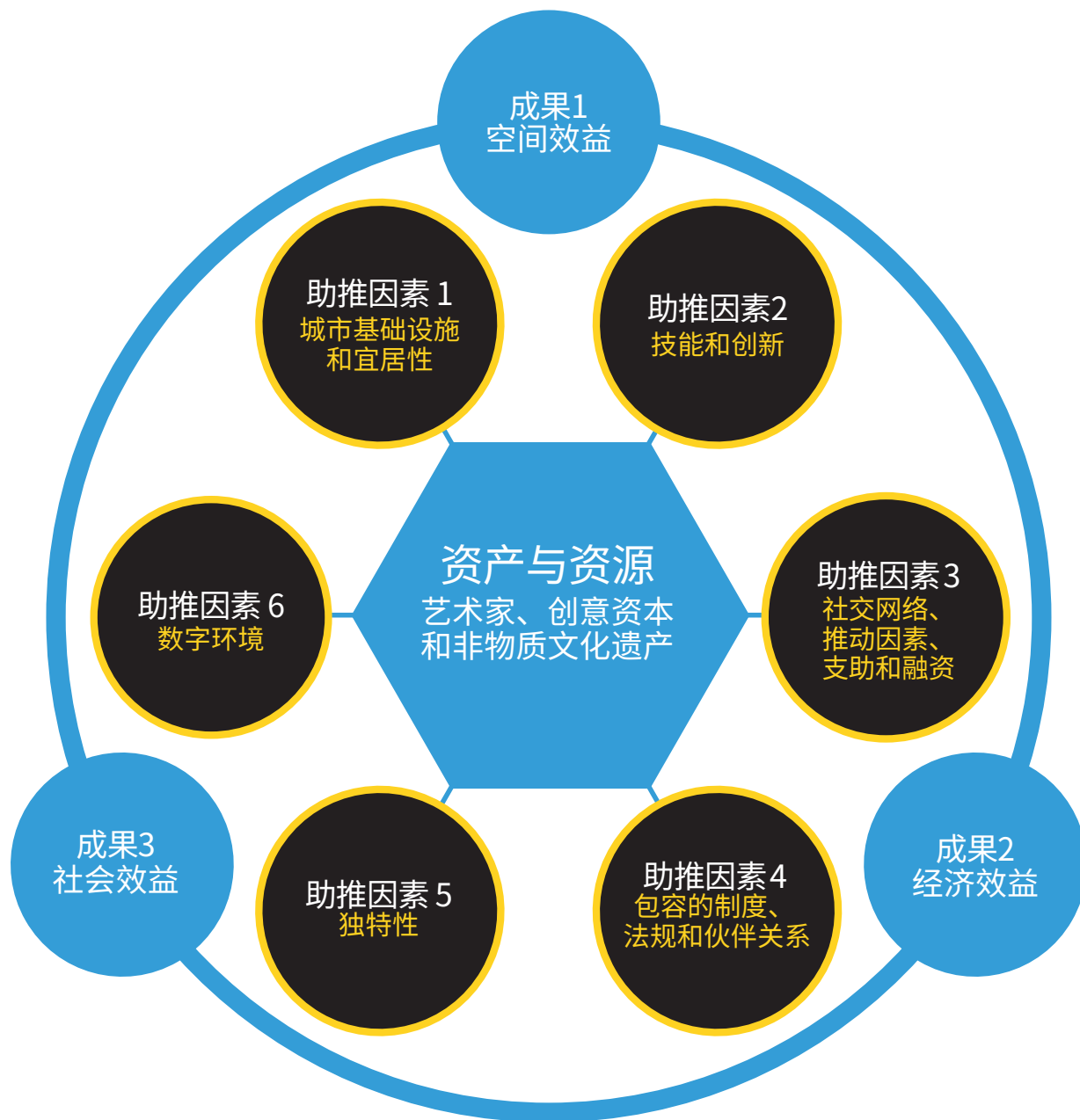


来源：世界城市文化论坛

本文件所述的几个案例说明，引入一个有利的城市生态系统是如何改变文化和创意产业，以及文化和创意产业蓬勃发展的城市。例如，秘鲁利马有着悠久的美食传统——就其美食的多样性和影响、新鲜多样的食材以及食谱、做法代代相传的传统等方面而言。然而，当富有创意的厨师和餐厅老板以及地方和国家政府协调努力，改善利马的美食和农业企业的生态系统时，其美食产业得到了巨大的发展，对国家GDP、全球知名度和地方认同作出了重大贡献。他们为培训、学习和创新提供了

正式和非正式的机构，开发了市场，并开展了营销和推广活动，展示秘鲁美食和农产品的独特之处。这些类型的干预措施是在许多创意城市中观察到的文化和创意产业生态系统的一些主要助推因素，并且是本文件提出的行动框架——“城市、文化和创造力”框架中的六个有利环境类别的典型代表（图3）。该框架反映了从跨城市研究以及为本文件开展的九个创意城市案例研究获得的经验<sup>7</sup>。

图3. “城市、文化和创造力” 框架



## 助推因素

事实证明，对于将文化和创造力转化为空间、经济和社会效益而言至关重要的六类创意城市助推因素是：

1

### 物理和空间环境：城市基础设施和宜居性

创意从业人员需要负担得起的且往往是适应性强的工作场所，这一场所应靠近更广泛的创意生态系统及其住所。他们往往通过利用废弃或未充分使用的空间来推动

或促进城市街区复兴。他们还寻求能提供良好生活质量的环境，包括基本的基础设施、服务和便利设施。

2

### 人力资本：技能和创新

创意从业人员和在创意生态系统中工作的其他人需要成长和发展技能的机会。他们经常同时需要正式和非正式的学习机会，为非物质文化遗产的传承作出贡献。

3

### 网络和支持基础设施：社交网络、推动因素、支助和融资

创意城市的文化和创意产业内部和产业之间存在重要的网络效应，可以增强创意从业人员与文化和创意产业参与者之间的关系，推动创新和无形经济的增长。创意从业人员相寻找灵感，从一个创意职业转到另一个创意职

业，促进文化和创意产业的成长和发展。催化因素将创意从业人员与其他合作伙伴联系起来。创意从业人员需要商业发展服务，获得与其工作相关风险相适应的融资。

4

### 制度和监管环境：包容的制度、法规和伙伴关系

创意从业人员，包括艺术家和文化专业人士，需要有利于保障其实践和在创意城市中生活生产能力的制度和法规，如保护知识产权、促进多样性和包容、能让其获得负担得起的住房的制度和法规。有利于文化和创意产业

的环境所需的干预措施类型通常需要许多公共和私人行为体之间的合作。



5

## 独特性

城市的内在特征和相关特征的独特组合能够让城市产生价值，吸引、培养创意人才以及享受和消费创意人才生

产的产品的受众。

6

## 数字环境

数字化有助于开发可提高一些文化和创意产业的整体价值链效率的方法和工具。

本文件中的案例研究说明了结合上述助推因素的重要性。

案例包括：

秘鲁利马，利用其烹饪传统来释放经济增长潜力，改善街区，为边缘化的社会群体带来更多工作和机会。

日本京都，采用新技术发掘其丰富的文化遗产，为城市经济增添新活力，同时增进社会包容。新兴创意和艺术集群的成功帮助改变了该市的物理空间，巩固了其作为全球知名创意城市的地位。

日本神户，是联合国教科文组织创意城市设计之都，在经历了灾难性的地震后，利用其独特的文化和创意传统，“重建得更好”，并且基于当地的文化和历史，形成了更强的城市认同感。

韩国首尔，是另一座联合国教科文组织创意城市设计之都，其政府将文化和创意资本视为社会经济增长和经济多样化的主要驱动力，并为创意集群和地方项目提供系统性支持，在城市复兴和创造就业机会方面产生了重大效益。

约旦马代巴，一座在2017年被授予联合国教科文组织创意城市“手工艺与民间艺术之都”称号的小城市，通过保护和推广当地古老的马赛克制作工艺，成为主要的旅游目的地，并使其城市结构和经济重新焕发活力。

刚果民主共和国布拉柴维尔，是联合国教科文组织创意城市音乐之都，将其独特的当地音乐传统视为一种资产，通过扶持艺术家、帮助他们提升工艺技能来重建社会凝聚力。

巴西桑托斯，是联合国教科文组织创意城市电影之都，一直投资于支持创意经济，以促进最弱势群体的社会和经济变革。

法国昂古莱姆，是联合国教科文组织创意城市文学之都，利用漫画产业来推动该区域的社会经济和城市发展。

塞尔维亚贝尔格莱德，在有限的公共支持下，自下而上的创意活动促成了城市转型和被忽视地区的振兴。

例如，尽管京都有吸引创意人才的传统，但一定程度上由于其作为日本古都的独特性和历史，市政府和国家政府都对一系列关键的助推因素进行了干预，使该城市有利于文化和创意产业继续蓬勃发展。2017年，日本国家政府将日本文化厅迁至京都。为了表明其对文化和创意产业的重视，保护非物质文化遗产，也为了概述有利的干预措施，当地政府推出了《京都文化艺术城创建计划》和第三个《京都市传统产业振兴促进计划》。最近，当地政府在观察了由创意从业人员推动的京都东街区基层复兴后，也促进了几个街区的复兴，包括京都站周围。其中包括促进京都市立艺术大学迁址至京都东

站街区。随后，当地政府在推动京都西站街区的复兴方面发挥了更积极的作用，例如，建立研究园区，升级市场和公园。市政府还加大了对创意空间和孵化器的支持，以深化创意社交网络。地方和国家政府加强京都的有利环境，促成了这样一种环境：大约16%-18%的私营企业属于文化和创意产业，雇用了京都10%-12%的员工<sup>8</sup>。

## 成果

文化和创造力有助于创意城市取得空间、经济和社会成果。



### 空间成果

当文化和创造力推动城市复兴或使城市成为更具吸引力和娱乐性的居住地，就会营造出便利舒适的氛围，吸引人们，有时也吸引公司迁入。据观察，便利性高的城市实际上比便利性低的城市增长更快<sup>9</sup>。最近的一项研究显示，在美国，随着时间的推移，便利设施对于城市吸引新居民移居越来越重要，并且是预测年轻人开启城市复兴的有效指标<sup>10</sup>。一项涵盖撒哈拉以南非洲、亚洲和拉丁美洲的全球调查显示，当地的便利设施、公共服务和安全性是移民的重要决定因素<sup>11</sup>。



### 经济成果

文化和创意产业创造就业机会，往往是边缘化和弱势社区极易获得的工作，同时帮助创造收入，在经济上为城市和国家财富作出贡献。大一部分妇女和青年在文化产业，尤其是文化和创意产业中工作<sup>12</sup>。全球约20%年龄在15-29岁的雇员在文化和创意产业工作，后者是雇用

青年最多的部门。许多文化和创意产业也产生了大量非创意工作。利用联合国教科文组织的数据进行的初步计算表明，总体而言，文化和创意产业中每产生一个创意性工作，就会创造出1.7个非创意性工作。这些工作往往不需要特定的资质，因此可以提供大量的就业机会（尽管这些工作中的很大一部分可能质量不高）。



### 社会成果

文化和创意产业为个人和社会提供表达自我和建立联系的途径，有助于形成社会资本和网络，可以加强创新，促进增长。此外，一些案例表明，利用当地的文化和创意产业并以参与性方式重建城市，有助于增强社会凝聚力，增进不同族裔群体之间的包容。

COVID-19疫情对创意城市产生了负面影响，但也显示了文化和创意产业在获得适当的当地有利环境的情况下能够得到发展并帮助减轻此类危机的影响<sup>13</sup>。文化和创意产业在这场危机中受到的打击最严重，创意城市所受影响因其对文化和创意产业的依赖程度不同而有所不同。但总的来说，创意城市受到的影响是相当大的。在COVID-19疫情封锁的高峰期，约95%的国家关闭了世界遗产地，全世界约90%的博物馆闭馆，多达八分之一的博物馆预计在大流行后不再开放<sup>14</sup>。在2020年第二季度初，国际劳工组织估计，零售业、住宿和餐饮业以及艺术、娱乐和休闲业——这些行业的活动主要是通过现场近距离接触进行的——成为受影响最严重的六个行业。早期预计仅旅游部门就会损失超过1-1.9亿个工作岗位，可能导致GDP减少2.7-5.5万亿美元<sup>15</sup>。

尽管在COVID-19疫情的前几个季度就观察到了COVID-19的负面影响，但这场危机显示了文化和创意产业的韧性，引发了手工艺、交付和市场扩张方面的创新。本文件中的案例研究说明了文化和创意产业在全球危机中有机会带来一线希望。事实证明，一些文化和创意产业子行业富有韧性——主要是那些可以通过电子方式接触的行业，如图书和电视。许多世界遗产地和博物馆虽然已经关闭，但却在网上打开了大门。据国际博物馆理事会称，博物馆将藏品数字化并组织了许多网络研讨会，有助于在2020年4月前将博物馆的在线使用率提高200%。世界各地的城市都认识到让更多人获得高质量的数字基础设施很重要，可以让当地艺术家进入更大的市场，正如布宜诺斯艾利斯、神户和多伦多等城市对创意人才数字倡议的资助所示。许多城市正致力于通过努力复苏来投资于扩张。这些努力可以帮助一些创意从业人员继续接触观众和消费者，扩大他们的市场。

## 指导原则和建议

城市若在短期寻求增强文化和创意产业的韧性，在长期内增强其对街区、社区和城市竞争力的影响，则可以依靠“城市、文化和创造力”框架来：

- 对其文化资源与文化和创意产业摸底，衡量这些活动的规模、范围、位置、行为体和影响对于从短期行动到长期行动至关重要。
- 确定影响这些产业增长和结构变化的关键制约因素——如缺乏负担得起的生产空间和/或扩大生产规模的知识有限——以及影响其产生空间和社会溢出效益能力的关键制约因素。
- 与主要利益攸关方协商，优先考虑采取干预措施，以解决影响文化和创意产业发展的关键制约因素，并确定干预措施的实施顺序。
- 建立一个由地方和国家两级的政策制定者、艺术家和文化机构代表、文化和创意产业代表以及城市中当地社区利益攸关方组成的有效联盟，并对其赋能，以帮助更好地确定干预措施，扩大政府干预措施的影响。

表1概述了本文件所涉案例研究城市采取这些措施的情况。→

最终，文化和创意产业可以在城市振兴和增长中发挥关键作用。然而，一座城市创造有利于文化和创意产业的环境的能力，取决于当地政府及其创意联盟的反应能力。文化和创意产业对城市竞争力、城市发展和社会包容产生了积极的溢出效应，对于纳入短期发展或复苏计划和长期发展战略至关重要。本文件介绍的框架和案例研究提供了工具和从现实世界的例子中汲取的经验，以支持决策者充分开发创意城市的潜力，从目前的COVID-19危机中复苏。

**表1. 赋能创意城市的指导原则**

指导原则	案例研究中的例子
<p>对文化资源及文化和创意产业摸底</p>	<p>地方政策努力的目标若是以现有的文化和创意资产为基础，则更有可能取得成功。因此，政府官员要采取的第一步措施是了解文化和创意资产是什么。在某些情况下，城市的创意资产是众所周知的，也是很好理解的，布拉柴维尔、马代巴和昂古莱姆就是这样，这些城市是历史悠久的文化中心，以独特的艺术形式闻名。其他城市需要确定当地社会和文化结构中的创意资产。有关当地创意资产的知识往往由当地社区掌握；因此，当地政府应寻找这种地方和本土知识，为政策制定提供参考。可以采取的方法有很多，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 摸底工作不需要非常有条理，不需要以自上而下的方式进行。京都和神户的经验表明，一项成功的战略是专注于为形成创意社区、提出倡议创造有利环境，然后设计有针对性的干预措施来支持创意社区和倡议。一般来说，支持创意有时仅仅需要确定一个来源，让它发展壮大，直到出现具体的支持需求。</li> <li>- 首尔的案例呈现出一种相反的方法。首尔市政府详细分析了当地文化资产的市场潜力，并以政府主导的方式来开发这些资产。在国家层面，韩国文化出口增长被认为是一个发展机遇，有据可依的政策旨在改善文化产业生态系统。在首尔，创意城市战略首先确定了城市中已经存在的、可以进一步发展的特定文化和创意产业（广播、游戏、电影/动画、音乐和数字教育）。</li> </ul>
<p>确定关键制约因素</p>	<p>为了使稀缺资源的影响最大化，准确了解文化和创意产业的制约因素至关重要。本文件中概述的城市案例显示了各种不同的方法：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 首尔提供了一个自上而下确定制约因素的范例。在该市制定了创建新型创意产业中心的愿景后，其通过汇集政策制定者、文化和创意产业专家、学者和国际从业者，成立了数字媒体城规划委员会。在规划委员会的监督下，详细分析了首尔每个主要文化和创意产业的市场机会和增长制约因素，其成果为设计新街区提供了参考。</li> <li>- 京都提供了一个混合方法的范例，把向自下而上的举措学习与自上而下的政策行动相结合。这点在以下行动中得到了最佳体现：该市鼓励私营举措推动京都东街区的发展，利用社区发展来更好地理解文化和创意产业的需求，从中汲取经验，再将这些经验应用到政府主导的京都西街区复兴中。</li> <li>- 利马则代表了这样一种情况：城市和国家政府促成了自下而上的烹饪革命的规模扩大。通过与厨师和餐厅老板等美食群体的领导密切协作，确定了机会和制约因素。这促使市政府启动了食品市场改造项目，并建立了一个新的美食企业和创新孵化器和加速器“Cocina de Ideas”，助推产业发展。</li> </ul>



**指导原则**

**案例研究中的例子**

**优先考虑能够提高文化和创意产业长期贡献韧性的干预措施**

增强创意社区以及文化和创意产业的韧性，首先要赋能有机创意社区，加强对其构成起重要作用的制度和技能。这些政策有助于重建和发展核心创意和文化资产，这些资产始终是文化和创意产业成功的基础，也是在遭受任何冲击后重建产业的基础。以下是本文件中城市案例的例子：

- 马代巴被认定为“马赛克之城”的首要步骤与马代巴马赛克艺术和修复研究所的建立有关，该研究所专注于传承和传播手工艺技能。
- 布拉柴维尔首先专注于支持音乐家，创建居住计划，使音乐家能够获得优化其创作过程所需的设施、乐器和技术。该市还实施了对陷入困境的音乐家的支持计划。
- 神户正在进行的努力部分由创意产业首席经理推动，其职能包括维护和建立创意专业人士网络，确保他们在当地获得合同和就业机会。

**建立有效联盟并对其赋能**

公私联盟对于促进地方经济发展至关重要<sup>1</sup>，这一点对于文化和创意产业也同样适用。联盟可以作为正式机构或非正式协商网络发挥作用，应该具有包容性，让参与者真正有机会影响政策决定。以下是案例研究中的例子：

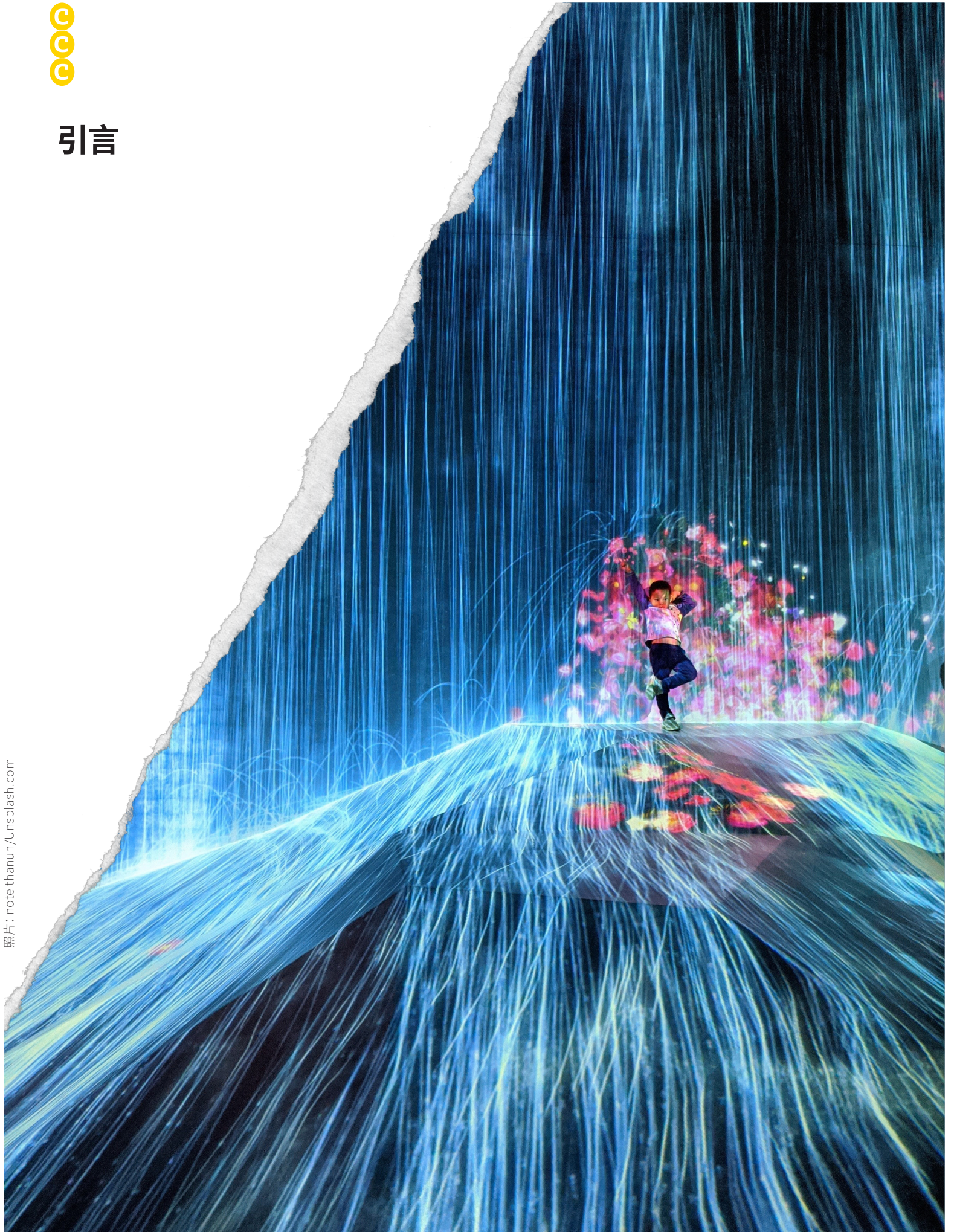
- 首尔数字媒体城规划委员会是首尔成立的一个正式组织的联盟机构，旨在提供一个平台，各利益攸关方可以通过这个平台聚集在一起，形成政策。
- 利马已经由行业领导者组织成立了由美食专业人士组成的国家美食协会中，且事实证明其在确定和解决行业需求方面非常有效。该市将秘鲁国家美食协会视为其推进和扩大创意城市发展机会的主要合作伙伴。
- 神户的地方政府支持并资助了若干文化和创意产业组织，雇用了专业人员，他们的工作重点是与创意社区保持联系。因此，市政厅与文化和创意产业之间的互动是通过多种正式和非正式渠道进行的。





# 引言

照片: note thanun/Unsplash.com





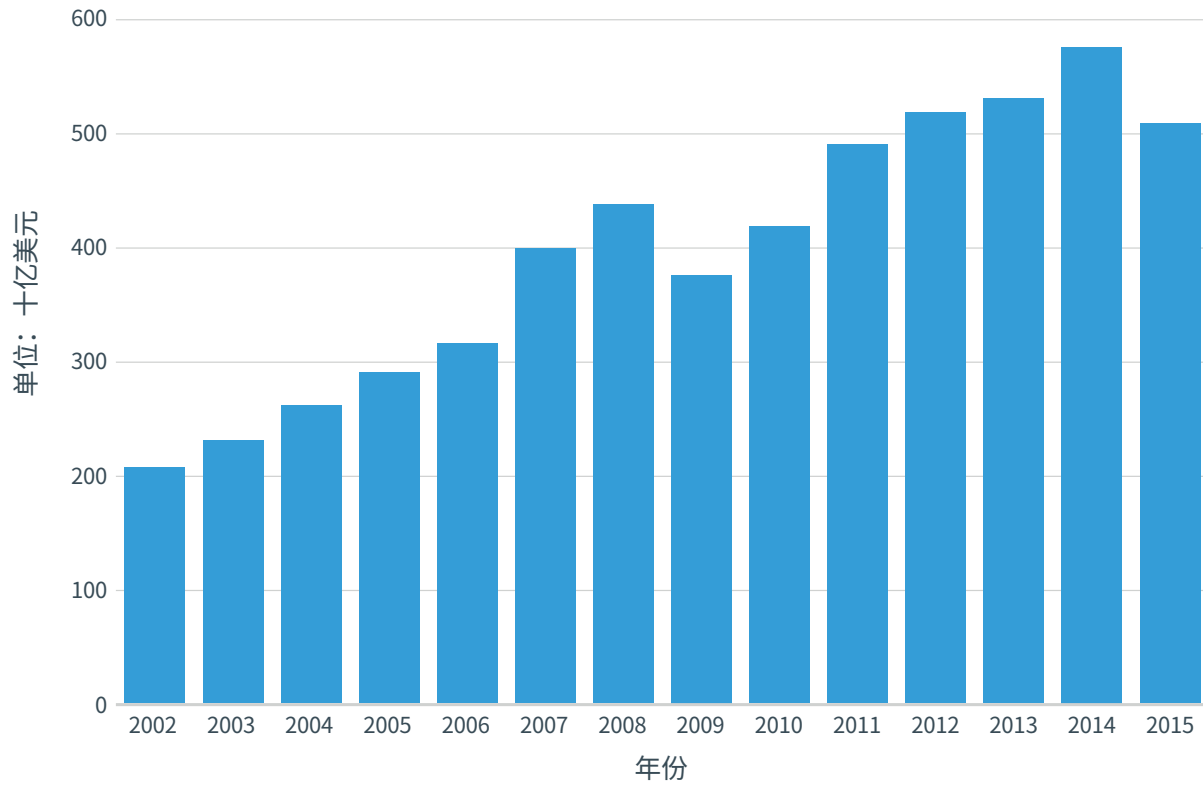
几个世纪以来，城市都是创新的中心，并推动发展。它们刺激创造力，创造财富，促进社会发展，利用人力和技术资源，带来了前所未有的经济与社会效益。历史表明，文化是城市发展的核心，物质和非物质文化遗产、地标、历史城市核心以及充满活力的文化机构（如博物馆、图书馆、音乐厅、歌剧院等）可以证明这一点。这些特征使城市与众不同，对居民和游客都具有吸引力。没有了文化，作为充满活力的生活空间的城市也便不复存在。从核心来看，城市是由人类的创造力塑造的，是思想、互动、创新和知识的中心，将不同背景的人聚集在一起——往往是通过移民和贸易——进行交流、创新和创造。

到2030年，预计约60%的世界人口将生活在城市，这就需要在规划、基础设施、服务提供和地方经济发展方面进行重要投资，以维持如此重要的人口增长。文化和创造力为城市提供了一个重要的跳板，以更好地应对现在和将来所面临的重大挑战，如当前的全球卫生危机、经济衰退、气候变化和环境影响、人口增长，以及社会紧张局势。

COVID-19疫情让人们看到了城市在赋能文化和创意交流与生产方面的重要性。COVID-19疫情正在影响整个创意价值链，极大削弱了全世界艺术家和文化专业人士的经济地位。文化机构和世界遗产地深受封锁和旅行限制的影响，并影响了依靠这些地方维持生计的社区。许多非物质文化遗产实践也被暂停，这对世界各地社区的社会和文化生活产生了严重后果。面对当前的全球挑战——包括可持续管理日益增长的城市化，应对气候危机，促进经济和社会进步，以及应对COVID-19疫情——了解文化和创意产业在促进城市复兴、释放地方经济发展机会和实现社会包容方面的力量很关键。

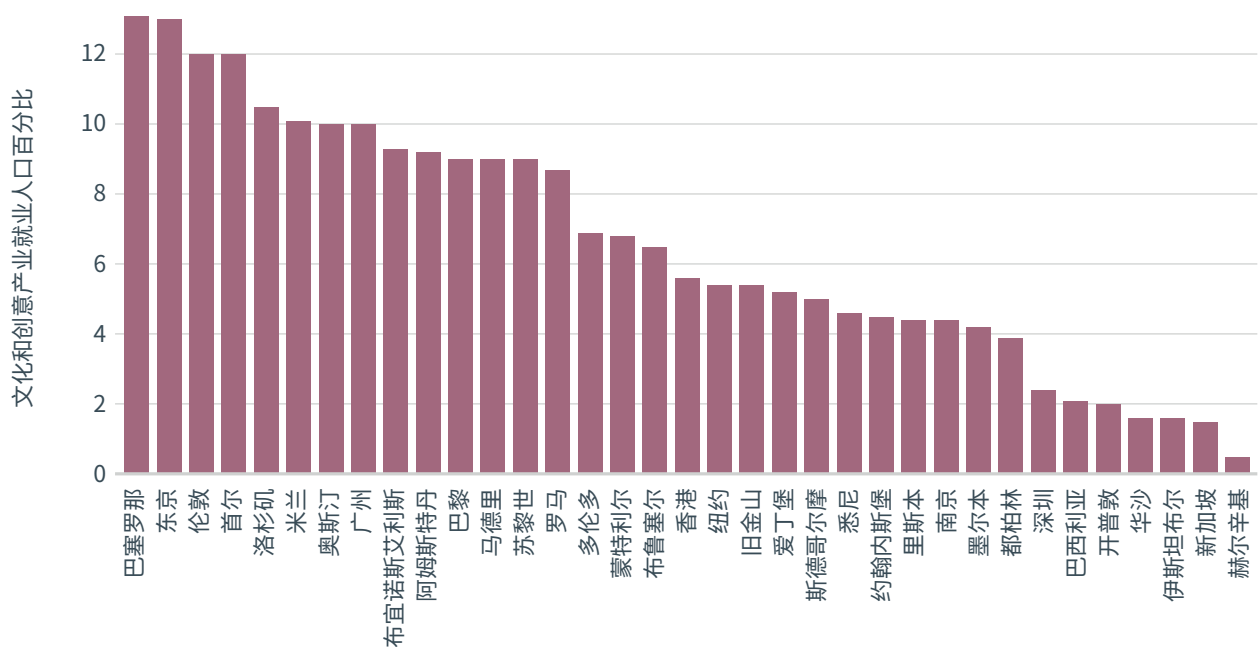
文化和创造力在为城市带来空间、经济和社会三重效益方面发挥重要作用。文化和创意产业通过促进城市复兴和可持续城市发展，让城市对人们前来生活和开展经济活动更具吸引力。文化和创意产业通过促进创新、促进具有利基产业和服务的地方创意经济增长，提升城市竞争力。据估计，2002-2015年间，全球创意商品的出口额从约2,000亿美元增至5,000亿美元（图4）<sup>16</sup>。2013年，文化和创意产业的收入达到约2.25万亿美元（占全球GDP的3%）<sup>17</sup>，在世界各地创造了大量的城市就业机会（图5）。在社会上，文化和创造力通过以下方式将城市社区团结起来：（i）增强街区层面的社会凝聚力，使创意网络得以形成，并推进创新和发展，此外还可为冲突后和解及恢复韧性奠定基础；（ii）通过为那些往往在社会和经济中被排斥的人创造机会，促进包容<sup>18</sup>。文化和创意产业对提升旅游目的地、增强旅游对城市的经济影响也很重要。

图4. 2000-2015年全球创意商品出口额



来源: 贸发会议数据库(<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=14772>).

图5. 2008-2019年部分城市文化和创意产业占比



来源：世界城市文化论坛

能够有效地使文化和创造力促进城市和当地社会经济发展的城市称为创意城市。创意城市是文化、艺术、文化和创意产业、多样化表现形式和想象力蓬勃发展之地，也是促进可持续城市发展和包容性增长之地。这些资产是创新和独特性的来源，通常形成由个人、组织和公司组成的生态系统，横跨公共和私营部门，包括艺术家、文化专业人士和他们所处的价值链。

本文件所述的全球案例研究以及专家咨询表明，虽然文化和创造力通常是有机发展的，但文化和创意产业需要一个有利的城市生态系统来扎根、创新和蓬勃发展。事实证明，有六类创意城市助推因素对于将文化和创造力转化为上述三重效益至关重要（无特别排序）。首先，许多文化和创意产业需要特殊的城市基础设施和提供良好生活质量的环境来实现繁荣发展。许多文化和创意产

业需要负担得起的车间、设计和制作室以及其他工作场所，这些场所位置便利，具有最低程度的空间和基础设施特征（光照、充足的空间、稳定的基础设施和可靠的服务）。这些空间——通常是具有独特空间特征的前工业和仓储区——逐渐被占用和改造，在许多情况下，最终在此启动了城市复兴的进程。其他文化和创意产业拥有画廊和餐厅等空间，这些空间往往在拥有宜居城市空间和可靠的基础设施与服务的街区蓬勃发展。第二，文化和创意产业需要具有技能、才能和创新能力的人力资源，以及有利于创新的环境。第三，文化和创意产业受益于社交网络、创意推动因素以及对其活动或业务的技术和财政支持。第四，在对作为生产性工人的艺术家和创意社区采取监管支持措施，包括保护其知识产权时，他们会蓬勃发展。文化和创意产业需要机构、有利的法规和伙伴关系来保障其生产实验，使其能够扩大规模。



第五，利用和有效调动城市的各种文化资源及社会和文化基础设施，可以使城市充满活力和具有独特性，满足当地人口的需求，吸引游客和投资者。第六，为了将其影响力扩大到地理上有限的影响范围之外，文化和创意产业可能还需要在适应数字转型方面得到支持，其中部分是通过当地对数字基础设施和连通性进行投资。

城市如能通过这六个因素促成有利的创意环境，则可以释放文化和创意产业的潜力，带来社会、经济和空间效益，转型成为创意城市。首先，文化和创意资本通过发展独特的场所、服务和产品，促进产生空间效益。这种独特性可以吸引居民和游客，并为当地产品和服务创造市场，支持一系列艺术家、创意专业人士和小企业的生计。第二，文化和创意产业通过城市发展、改善城市宜居性以及吸引希望在有创造力和创新的地方及有人才聚集的地方入驻的公司来产生经济效益。第三，文化机构及文化和创意产业以创造工作机会的形式产生社会效益，特别是针对青年、妇女和社会边缘群体，因为文化和创意产业需要广泛的技能水平，因此可以支持多样化的劳动力。例如，在美食行业，每有一位高技能的餐厅老板，就有更多与业务相关的非技能或低技能工作，从食物制备、服务到洗碗，以及其他相关的供应链，包括食品供应等。此外，创意人才在创作过程中的互动，以及文化和创意产业产品的受众/消费者之间的互动，可以促进更广泛的社会互动，有助于形成社会网络，通过更多的交流支持包容和创新。

## 文化与COVID-19危机

COVID-19说明了文化和创造力对城市的重要性，及其在城市的韧性和复苏中可以发挥的作用。本文件有一部分内容是关于利用文化和创意进行COVID-19大流行后复苏的新经验。由于文化和创意产业在塑造生产性和包容性城市方面发挥着重要作用，而且由于文化和创意产业活动的内在特点，如社会互动和聚集，使得这些产业更容易受到危机的影响，例如危机会造成封锁和要求保持社交距离，从而限制经济活动。COVID-19大流行正在放大这些脆弱性，加速一些文化和创意产业的数字化转型，同时也为一些子行业的创新和增长提供机会。新冠病毒感染了数百万人，并将数十亿人困在家中，使全球经济陷入瘫痪，仅在2020年第一和第二季度，估计全球就有4亿人失业<sup>19</sup>。虽然全球经济总体上显然受到了负面影响，但许多从事文化和创意产业的个人和机构由于以下几个原因受到的影响尤其严重：

- (i) 许多人和机构**依靠线下聚集和社会互动**进行生产和消费，因此受到封锁和出行限制的影响；
- (ii) 文化和创意产业的工作中，**不稳定的、非正式的和/或兼职工作**所占的比例高于平均水平——艺术家和文化专业人士缺乏专业地位，再加上由于他们的非正式地位而无法获得支助机制或安全网的保障，使得情况更加复杂；
- (iii) **广泛的失业和收入减少**限制了消费者在文化及文化和创意产业上的支出，众所周知，与食品、教育和医疗支出等其他基本必需品相比，文化及文化和创意产业面临削减可支配收入损失的风险更大；

(iv) 在许多基础设施不足的城市，因无法获得数字技术和在线平台，而无法获得替代渠道，这种环境下为艺术家的作品提供合理报酬也很困难。虽然危机的影响程度仍然未知，但估计是极具破坏性的，我们在本文件中提供了最初几个月的说明性简况。2020年8月，布鲁金斯学会预测，美国将失去270万个文化和创意产业工作岗位（约占美国文化和创意产业工作岗位的三分之一）和超过1500亿美元的文化和创意产业销售额（约占美国文化和创意产业年均销售额的9%），美国各地大中城市受这些损失的影响最大<sup>20</sup>。

有充分的理由利用和支持文化和创意产业，将其作为COVID-19大流行复苏努力的一部分，以实现长期转型，使文化和创意产业能够充分发挥潜力，成为城市复兴、地方经济发展和社会包容的媒介。这场危机以及之前的危机，如2008-2009年的全球金融危机，都证明了文化及文化和创意产业的一些细分领域的韧性、社会影响以及转型和增长潜力。那些可以在保持社交距离中安全地体验或消费的领域——如文学和音乐——在数字环境中蓬勃发展。大量文化机构迅速转变了交付模式：音乐家和表演艺术家现在通过替代平台提供虚拟音乐会和演出，博物馆提供虚拟参观途径，图书馆调整服务，使社区成员能够安全地获取文献，餐厅提供更广泛的餐饮服务和替代交付模式。这有助于他们扩大影响，尝试不同的艺术表达和分享方式。其他文化和创意产业企业也进行了调整。现在，许多餐厅提供外卖服务，推出美食课程，并为新的细分市场提供服务，包括食物制备和分销。

一些处于不同发展阶段的城市和国家正在优先考虑为所有人提供数字接入，这可能会以积极的和可能有害的方式进一步颠覆我们接触艺术的方式。而一些有能力就地避难的艺术社区则在逐渐提高技能，推进创作活动，期待能够向危机后的社区展示创新成果的那一天。COVID-19大流行显示出对文化和创意体验和商品的需求，尤其是对那些具有无形价值的体验和商品的需求，在危机时期依然存在，甚至可能增加。同时也揭示

了文化和创意产业内部适应和转型的能力。但是，我们仍然需要考虑如何使这种转型更加包容那些可能掉队的人（例如，较少参与可以适应这种危机的文化和创意产业的低技能工人，文化和创意产业通过数字化等方式，使这些工人能够维持生计）。

本文件由以下章节组成：

- **第1节：文化和创造力：城市资产和资源。**这部分介绍了关键的创意城市概念以及文化和创造力对城市的重要性。
- **第2节：创意城市的制约因素和“城市、文化和创造力”框架。**这部分介绍了将文化和创意资产转化为社会、经济和空间效益的关键助推因素。
- **第3节：借鉴创意城市做法并从COVID-19疫情冲击中汲取经验。**这部分提供了案例研究，说明城市如何赋能并利用文化及文化和创意产业来实现上述的三重效益，介绍了当前的COVID-19大流行对创意城市的预期影响，以及城市利用文化及文化和创意产业促进复苏的机会。
- **第4节：结论和建议，**这部分概述了提升创意城市的政策选择。





# 1. 文化和创造力： 城市资产和资源

照片：David Becker/Unsplash.com



## 1. 文化和创造力：城市资产和资源



### 1.1 城市、文化、创造力和国际发展议程

文化和创造力作为城市可持续发展的助推因素，其作用在国际层面上日益得到认可，尤其是自2015年通过17项联合国可持续发展目标，文化首次被纳入国际发展议程以来。《2030年可持续发展议程》承认文化在许多可持续发展目标中具有不可或缺的作用，包括优质教育（可持续发展目标4）、经济增长与可持续消费和生产模式（可持续发展目标8和12）、环境可持续性（可持续发展目标14和15）、包容、和平的社会（可持续发展目标16）、性别平等（可持续发展目标5）和粮食安全（可持续发展目标2）。可持续发展目标11——“建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区”明确提及了文化，该目标将文化和自然遗产确定为促进可持续发展的重要杠杆（参见具体目标11.4）。实现可持续发展目标11需要保护非物质和物质文化遗产，以确保城市的可持续性、包容性和抵御灾害能力<sup>21</sup>。

从大都市到偏远的村庄，人类住区一直在为可持续发展而奋斗。如果考虑到文化在人类发展中的基本作用，以整体方式处理国土开发问题，就可以加强国土开发。联合国教科文组织的全球报告《文化：城市的未来》（2016年）反映了这一愿景<sup>22</sup>，提出了一种基于文化的可持续城市发展方法，该方法基于3P分析框架（人、地方、政策），并强调以人为本的城市是那些注重文化以确保改善其居民的生活质量，以及在城市发展中促进社会包容、对话和创造力的城市。联合国教科文组织的该报告为2016年联合国住房和城市可持续发展大会（人居三）上通过的《新城市议程》作出了贡献。《新城市议程》明确认识到文化对城市可持续发展的作用，提出了一种新的城市可持续发展模式，通过促进公民参与和促进积极参与发展进程，促进公平、福利和共同繁荣，并将文化和文化多样性置于城市可持续发展的核心位置。

### 1.2 城市是创意经济的中心

创意经济是世界经济中增长最迅速的部门之一，不仅体现在创收方面，还体现在创造就业机会和出口收入方面<sup>23</sup>。创意经济被定义为生产文化、艺术和创新产品及服务的个人和企业的总和。创意经济还包含了创意从业人员可以自由展示作品、接受反馈和交流想法的空间。创意经济为生产、服务、商业和娱乐带来了新的活力，改变了人们渴望生活、工作和学习的环境，也改变了人们思考、发明和创造的场所。虽然国家大规模的政

策干预对赋能创意经济很重要，但人们越来越认识到地方环境对赋能创意经济也很重要。赋能创意经济要了解地方层面的互动、特性和政策<sup>24</sup>。



## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

城市仍然是创意经济的中心。随着创意经济的作用及其相关的城市发展机会得到更广泛的认可，越来越多的城市（正如本报告下文所表明的那样）正在将创造力作为其发展愿景的一部分，并作为改善街区、发展商业集群等地方干预措施的动力。

创意城市面临的一项重大挑战是是否有衡量活动的标准和措施。现有的普查分类法和测量机制可能会低估创意经济活动，而高估新发展。在很多情况下，数字化和知识产权贸易的兴起都未被纳入官方统计。创意经济的大部分价值在于实体产品贸易，这些产品作为材料的价值相对较低，但其真正的价值在于知识产权，而传统贸易措施往往不承认这一点<sup>25</sup>。

### 1.2.1 文化和创意产业一览

文化和创意产业是创意经济的核心。文化和创意产业是艺术、文化、商业和技术的交集。文化和创意产业不仅促进了全球市场的文化多样性，让文化得以参与进来，还基于个体的创造能力，让他们构成了充满活力的多样化组织和企业。简而言之，文化和创意产业是“那些源于个人创造力、技能和才能，并有可能通过产生和利用知识产权创造财富和就业岗位的产业”<sup>26</sup>。

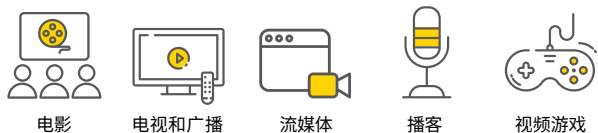
本文件中使用的文化和创意产业定义包括所有具有创意经济主要特征的经济部门，并包含了传统的行业分类。在本文件中，基于2009年联合国教科文组织文化统计框架和联合国教科文组织对非物质文化遗产的定义，文化和创意产业包括以下文化领域：视听和互动媒体；文学和新闻；表演艺术；视觉艺术和手工艺；非物质文化遗产；设计和创意服务；以及遗产和旅游活动（图6）。由于美食包括在文化和创意产业的一些定义中，所以本文件将其纳入考虑范围。该定义采用了标准行业分类，这是对文化和创意产业进行定量评估的关键部分<sup>27</sup>。



## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

图6. 创意和文化产业及细分领域<sup>28</sup>

### 1. 视听和互动媒体



### 2. 表演艺术



### 3. 非物质文化遗产



### 4. 文学和出版



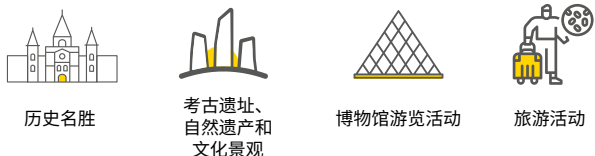
### 5. 视觉艺术和手工艺



### 6. 设计和创意服务



### 7. 遗产和旅游活动

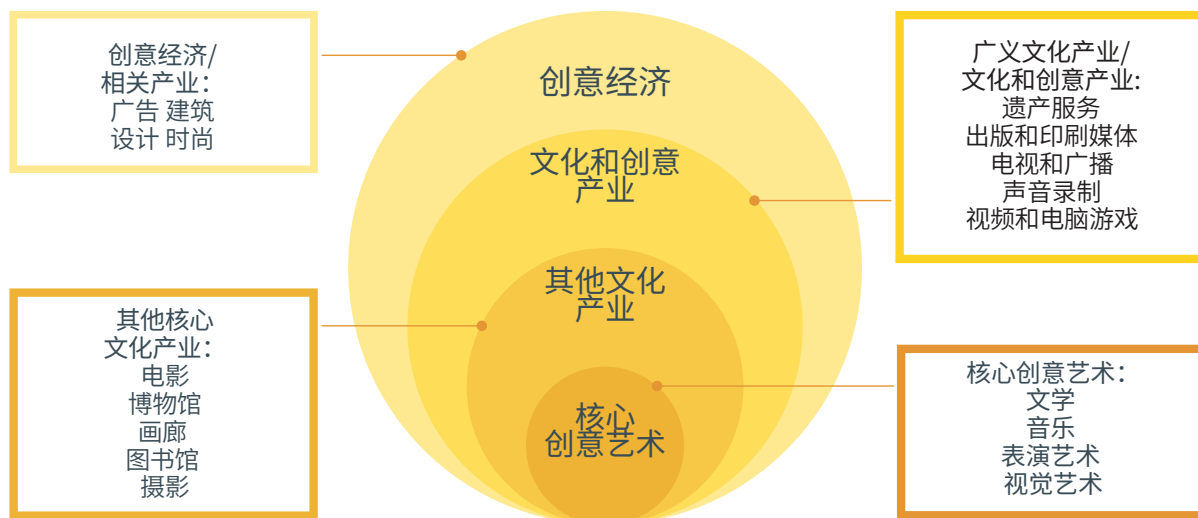


要深入了解文化和创意产业以及支持其发展和对城市发展做出贡献的条件，需要研究上述产业经济活动的独特特征。早期对文化和创意产业的理解和衡量的尝试侧重于与工艺或文化制造相关的价值归属，认为消费者和受众可以利用工业手段创造文化价值。这些尝试建立在对文化和创意产业性质的两个重要观点之上：第一，价值创造过程在不同文化产业和细分领域（如出版、现场表演和视听）有所不同；第二，创作过程本身十分重要。人们为把握创意经济活动而在早期开发的一种非常流行

的模型名为“同心圆”模型，艺术家位于同心圆中心，是创新和创造的唯一来源，而制造和营销等各种支持活动位于外圈（图7）<sup>29</sup>。这一模型试图容纳更大的“广度”，即包括以知识产权为基础的流行文化和数字文化的文化领域。然而，以上对文化和创意产业的看法并未完全反映创作过程的特殊性以及文化和创意产业的真正运作方式。因此，需要新模型反映上述内容。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

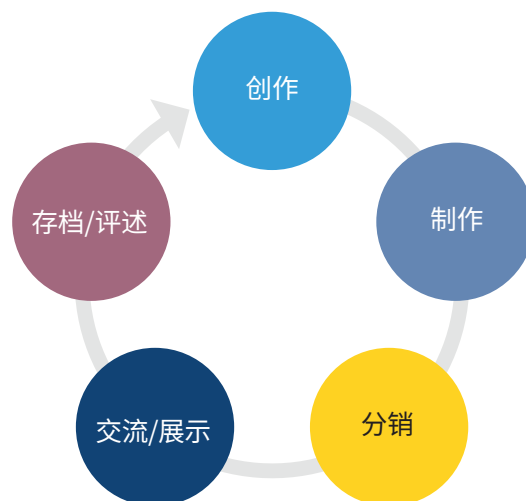
表7. 创意经济的“同心圆”模型



### 1.2.2 创意经济生态系统

将创意经济视为生态系统模型，可以帮助我们更深入地理解文化和创意产业及其具体特征和具体政策需求。这种方法从社会、文化和经济角度探讨了文化创作链的优劣势。与同心圆模型不同的是，上述方法考虑了邻近性在促进建立联系方面的作用。创意经济生态系统模型以文化创作周期为基础，将文化产品的创造分为以下步骤：创作、制作、分销、交流和存档（图8）。这种模型描述了创作周期发生的背景，反映了多种因素在空间、时间和组织方面的相互依存关系。

图8. 文化和创意的创作周期

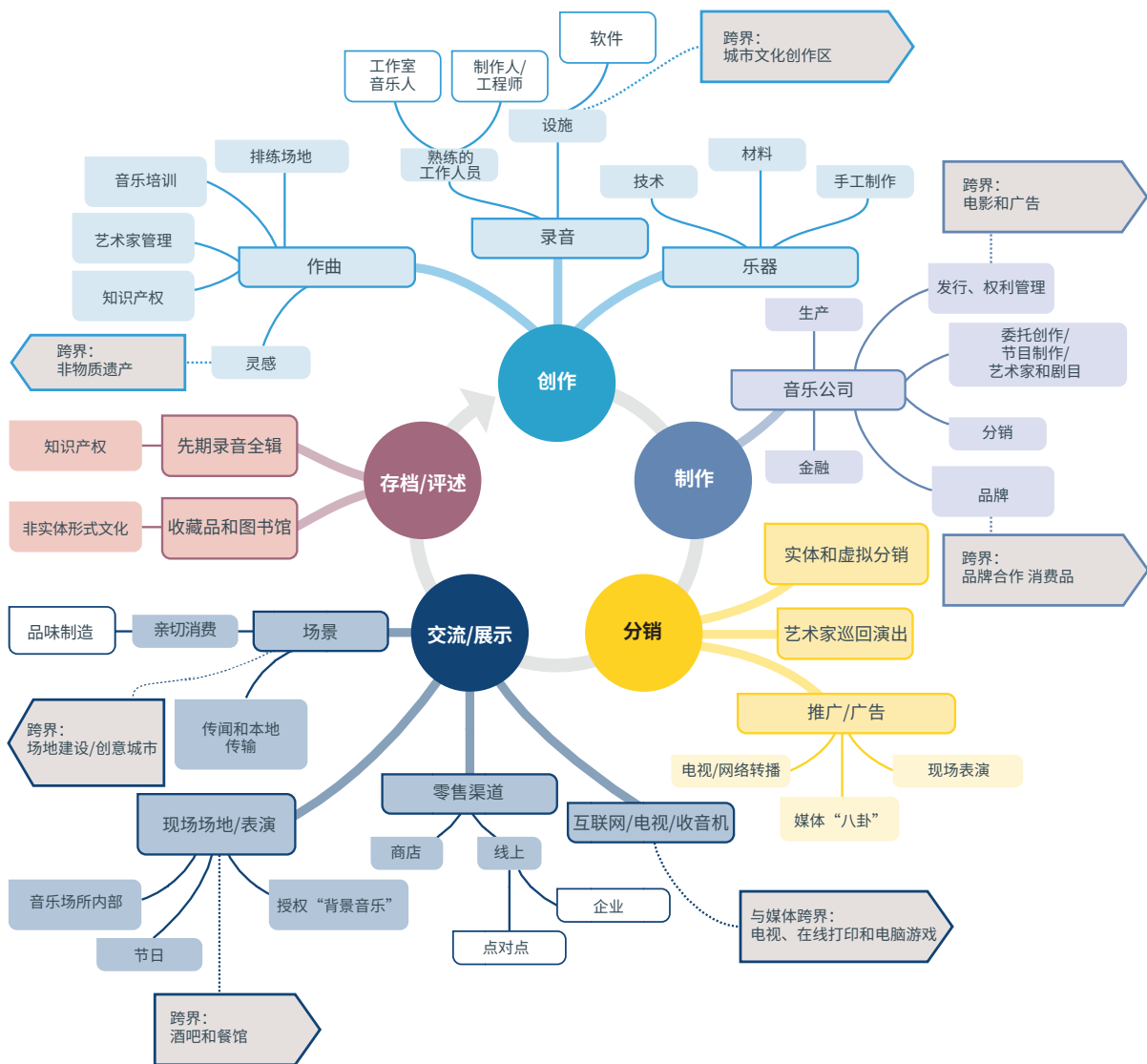


## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

音乐产业生态系统是文化和创意创作周期在实践中的一个范例（图9）。创作周期循环往复，其中包括反馈意见和进入周期的过程和影响周期的条件之间的交叉。这可以通过探索与音乐创作各个阶段相关的活动得以说明。例如，音乐创作阶段包括作曲、录音和乐器调试等必要活动。每项活动都包含数个具体的子活动。此外，以上活动可以与其他文化形式以及其他行业、部门和更广泛的经济和社会的各个方面“交叉”（相交）。重要

的是，与同心圆模型不同，进入音乐创作周期各阶段的活动没有外围之分，它们都必不可少。因此，生态系统模型强调的是各种文化活动间共同依赖的概念以及影响文化创作周期相关条件的重要性。

图9. 音乐产业生态系统



来源：由Andy Pratt为本文制作。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

生态系统模型超越了组织和机构结构，并纳入了空间和邻近性的重要性。值得注意的是，该生态系统模型并未在营利性和非营利性、正式和非正式、商业和国家资助、或本土和主流文化产品之间进行由因及果的区分或排除。人们普遍认为该系统是一个混合体，其中一些特征在特定地点和特定时间会占据主导地位。此外，创意经济活动之间的网络可以存在于一个公司或组织中，也可以分散在多个公司和组织中。这表明，空间集聚可以用来改善对文化产业和创意经济而言至关重要的隐性知识的必要反馈和交流。

生态系统模型有助于确定文化和创意产业的需求和设计合适的政策解决方案。该模型价值在于，通过构思创作系统及其活动，可以更容易地评估当地的特点以及（例如）特定城市音乐系统的具体优势、劣势、机遇和这一音乐系统复原力和可持续发展面临的威胁。该模型还可以帮助我们理解文化创作系统的特点，特别是与其他系统之间的对比，以及可预期的能力、培训需求和潜在成果。事实上，伦敦近日已采用生态系统模型确定租金上涨和法规变化造成的实践场所缺乏情况和小型音乐场所倒闭情况。这个例子表明，失去场地会产生更大的意外后果，并对音乐生态系统复原力和生存产生巨大的长期影响。该模型还解释了只关注旗舰场馆会导致忽略必要的“机会阶梯”，以获得小型场馆所能提供的观众和体验。以生态系统为基础的政策方法是一种更为全面的方法。

### 1.2.3 创意城市中非物质文化遗产的具体内容

根据2003年联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》定义，非物质文化遗产（ICH）指的是被各群体、团体或个人视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识和技能及有关的工具、实物、工艺品和文化场所。非物质文化遗产代代相传，并由社区和群体根据各自环境、与自然的互动以及历史而不断地重新创造。非物质文化遗产为人们提供了认同感和延续性，从而促进对文化多样性和人类创造力的尊重。

文化和创意产业与非物质文化遗产在城市文化生态系统中发挥着重要作用。除了为创新提供“创意资本”外，非物质文化遗产还通过维护创意从业人员网络教育后来者，使知识得以传承，从而使城市中的社区文化机构继续生存下去。非物质文化遗产的实践和传播机制创造了连接从业者、学生、观众和顾客的网络，他们可以作为创新的基础发挥作用。这不仅仅是思想的单向传递：非物质文化遗产创新从文化和创意产业新思想中汲取灵感，反之亦然；非物质文化遗产和文化和创意产业相互促进<sup>30</sup>。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

非物质文化遗产通常与一些特定场所有关，在这些场所，人们因其文化遗产和社会实践而聚集在一起，形成社区，创造交流创新空间，提升社会凝聚力，推动城市可持续发展。具有文化意义和地域性的非物质文化遗产知识、技能和诀窍吸引创意人才、创新者和投资者前往不同地方<sup>31</sup>。因此，非物质文化遗产通常在创意城市形成过程中发挥重要作用。随着时间不断推移，非物质文化遗产的知识和技能在发展当地特定基础设施、协会和系统的创意从业者网络中得到积累、调整和复制<sup>32</sup>。由于传统技术和技能可以帮助建造和修复城市中的历史建筑，也是因为其对车间、创作和仓库设施的持续需求，



照片：AlGraChe/Flickr.com<sup>\*</sup>，Maha圣壶节  
(Mauni Amawasya) – 阿拉哈巴德，2013年2月

### 案例1. 印度大壶节(Kumbh Mela) 为当地经济做出贡献

列入联合国教科文组织《人类非物质文化遗产代表作名录》的印度大壶节是一项宗教盛事，数百万人每四年轮流前往阿拉哈巴德（普拉雅格拉杰的桑格姆市）、哈里德瓦尔、乌贾因和纳西克等城市参加这一节日。2019年，印度工业联合会预计，参加在普拉雅格拉杰桑格姆市举行的大壶节的游客，将为该地区带来约168亿美元的间接收入，并为各行各业的60多万名工人创造就业机会。2013年，桑格姆市投资了约2.2亿美元举办大壶节，吸引了22亿美元投资，创造了65万个就业机会。最近对印度西孟加拉邦非物质文化遗产的类似经济影响的研究表明，其杜尔伽节（2019年）节日组织者在节日期间赚取了很大一部分年收入。

以及对开展节日和表演等活态遗产实践的空间需求，非物质文化遗产还可以塑造城市现有结构。

非物质文化遗产可以为创造性实践者创造收入。虽然有些非物质文化遗产神圣不可侵犯，或者根本打算用于商业用途<sup>33</sup>，但其他类型非物质文化遗产确实具有潜在商业价值，因此可以直接或间接地创造收入<sup>34</sup>，前提是有关社区有意利用文化遗产创造收入。历史上许多非物质文化遗产实践通过资助或实物支付的形式得以维持。非物质文化遗产也可以从市场上出售的手工艺中获得收入；从业者对基于非物质文化遗产的表演、咨询或医疗服务收费。事实上，非物质文化遗产可以通过支持贫困和弱势群体的生计，为包容性生态发展做出巨大贡献<sup>35</sup>。

非物质文化遗产鼓励移民社区文化多样性、创新和复原力，以更好地维持生计。经济和社会移民催生了文化和创意产业，其中非物质文化遗产表现形式传承者和传统知识传承者是主要驱动力。城市中移民社区可以利用其祖先在原籍地传播的非物质文化遗产实践作为主要技能在城市维持生计。移民的非物质文化遗产可以成为城市文化生态系统恢复力的主要资源。

要重视防止“过度商业化”和“商业误用”，因为这可能会破坏或降低社区的非物质文化遗产价值<sup>36</sup>。可能导致出现以上情况的因素包括不适当的机械化处理或过度创作、在社区外制造产品，以及与特定非物质文化遗产实践相关的文化价值或意义的丧失。尽管部分社区对“不适当的”商业化的定义持有不同看法，但其往往缺乏抵制第三方商业提议的谈判能力。《保护非物质文化遗产伦理原则》的一个关键问题是，这些社区、团体和个人是否能够保持对市场上非物质文化遗产的规模、性质和意义的控制，并从商业化中获得合理的收益<sup>37</sup>。

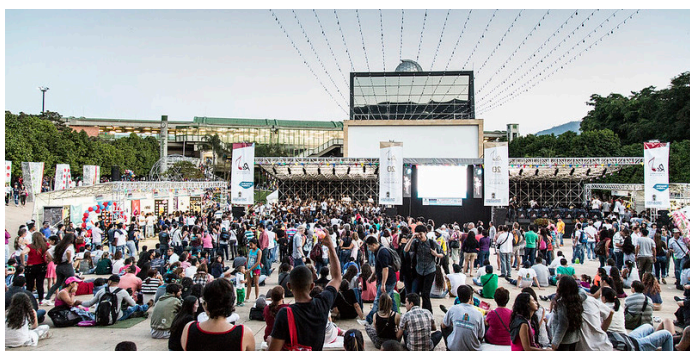


## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

适度商业化以及对创作社区拥有的知识产权（或专利）的保护，可以帮助保护非物质文化遗产。虽然并非所有非物质文化遗产都易于或应该直接商业化，但仪式和节日等非商业化往往能够创造收入和间接经济效益，可以维持社区生计<sup>38</sup>。当非物质文化遗产实践成为创意生态系统中的收入来源时，如果能够成功避免过度商业化，就可以实现可持续发展。许多形式的非物质文化遗产可以创造畅销产品或服务，从而产生直接和间接受入。例如，“传统”产品由于其文化价值和与当地有关的意义，往往价格更高。然而，如果从业者依赖销售收入，

就会出现商业化不足的风险，并可能对非物质文化遗产保护构成威胁<sup>39</sup>。拟定保障措施需要非物质文化遗产社区的大力参与。

非物质文化遗产的概念化和衡量方式会影响为支持非物质文化遗产和创意经济活动而采取的干预措施类型。在城市规划和遗产管理模型中，非物质文化遗产更多是新近出现的概念，例如在联合国教科文组织《关于城市历史景观的建议书》（2011年）中，非物质文化遗产仍然主要被理解为与建筑环境有关，并被概念化为“地方



照片：麦德林文化局/Flickr.com\*，现场音乐节，麦德林音乐学校网站成立20周年

### 案例2. 促进哥伦比亚城市非物质文化遗产发展

哥伦比亚文化部遗产处推动执行“城市背景下的非物质文化遗产计划”，其任务是将非物质文化遗产纳入可持续发展和城市规划框架，以提高城市社区生活质量。哥伦比亚文化部遗产处已制定三项战略：i) 现在，在制定任何城市总体规划或历史城镇特别管理计划时，必须确定活态非物质文化遗产过程和关系；ii) 引入《世界城市权利宪章》，将其作为联系非物质文化遗产与城市管理和规划的框架；iii) 创建了用于在城市背景下识别非物质文化遗产的指南和方法工具箱，使地方政府在管理城市时能够纳入活态遗产模式。

### 案例3. 在马拉喀什和多伦多，文化触手可得

在摩洛哥马拉喀什的Jemaa el-Fna广场，人们较少关注如何支持传统说书人和商人，而更关注保护该镇露天市场和相关建筑物。同样，多伦多提出的“音乐之都”倡议侧重于保护传统和标志性的历史音乐场所，如自20世纪50年代以来持续播放布鲁斯、爵士乐和蓝草音乐的Silver Dollar Room，而不是为当代音乐家网络、音乐家教育和其他音乐场所提供支持。

照片：Kazuo Ota/Unsplash.com



## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

精神”（与建筑遗产相关的社区价值）或维护或重建历史建筑的传统技能。这有利于将重点放在建筑环境保护上，而非支持非物质文化遗产在规划干预中的持续实践和传播。与此同时，城市规划往往不包括规划和管理公共空间以及其他空间动态的活态遗产实践，例如历史保护或地标地位的分配。

在规划文化和创意产业时，非物质文化遗产常常会被忽视。非物质文化遗产相关产品数据通常不会从其他其他文化和创意产业产品数据中剥离出来，部分原因是很难



照片：Stuart Reeves, Kingston Creative

### 案例4. 牙买加金斯敦：非物质文化遗产试点项目

金斯敦于2015年被联合国教科文组织指定为“创意城市音乐之都”，是“牙买加雷鬼音乐”发源地，2018年获准列入《人类非物质文化遗产代表作名录》。该项目第一阶段将“确定并更好地理解与城市背景下非物质文化遗产保护有关的关键问题，为城市背景下制定开发合适的清单方法和材料，以及为政策制定者和从业者制定可能的建议”。

区分遵循传统生产方法的手工艺品和构成新艺术创作物的手工艺品。同样地，基于非物质文化遗产实践的创意活动有时只存在于非正规经济中，因此在规划文化和创意产业时难以确认。此外，文化认同和社会凝聚力是难以量化衡量的概念。在评估文化价值时，很少对投资的间接效应和溢出效应进行衡量<sup>40</sup>。因此，非物质文化遗产对文化和创意产业与城市发展的贡献很少被衡量、量化，甚至得不到充分认识。

由于为社区和群体提供了“认同感和延续性”，非物质文化遗产得到了识别和重视<sup>41</sup>。相关社区和个人在决定如何展现、使用和保护城市中的遗产方面发挥着突出作用。一些非物质文化遗产知识和实践可能涉及对神圣信息的使用或了解的限制，而其他的则可能作为“商业秘密”受到保护，就像文化和创意产业有时依靠保密工作

### 案例5. 佛罗伦萨和伦敦的非物质文化遗产

佛罗伦萨（意大利）于14世纪建造的卡明广场从露天停车场变成了广场，该市长将其描述为“生活和谋生之处”。该地区的古老建筑被改造成了咖啡馆和餐馆，使陶艺家、珠宝商、造纸商和皮革工匠的工艺车间重新有了用武之地。非物质文化遗产在城市场所建设过程中可以发挥重要作用：许多历史中心城市都有与特定手工艺相关的地名。例如，伦敦的Spitalfields地区以前是胡格诺派的丝绸生产中心。

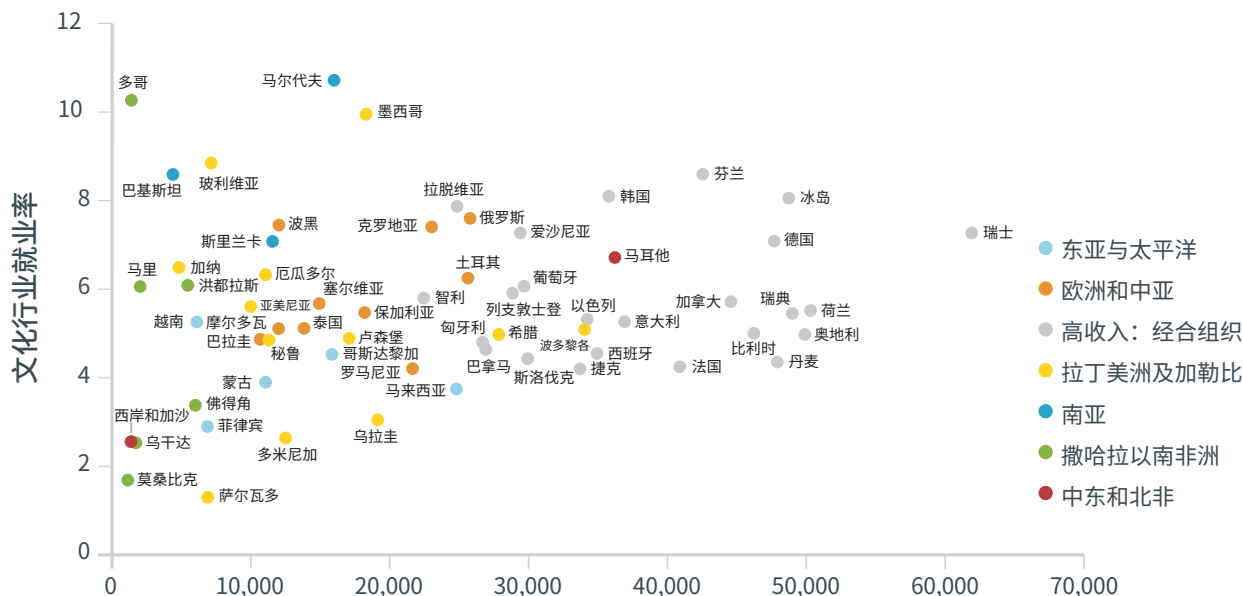
照片：Spitalfields\_E1/Flickr.com, Spitalfields艺术市场



获得商业利益一样。在某些情况下，人们可能不希望其非物质文化遗产成为创意城市项目焦点，因为这可能会吸引太多游客前往当地的小型场所，并削弱地方意识。理想情况下，因为非物质文化遗产实践与社区认同之间存在着紧密联系，非物质文化遗产的使用会尽可能地促进包容性。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

图10. 部分国家文化和创意产业就业率及收入水平



来源：世界银行，2020年，《橙色经济：青年就业的驱动力——专题说明，第1期》，华盛顿特区：世界银行。

### 1.2.4 城市：文化和创意产业促进经济增长和就业的孕育之地

在不同城市和不同收入水平的国家，文化和创意产业发挥的经济作用越来越大。世界银行最近发布的一项基于联合国教科文组织和国际劳工组织数据的研究显示<sup>42</sup>，文化和创意产业如今在包括发展中国家在内的世界各国总就业人数中占有相当大的比重。图10显示，虽然创意工作在不同国家的总体份额介于1%-10%，但高收入国家并不一定居于首位。在玻利维亚、巴基斯坦和多哥，文化和创意产业对就业贡献最大，这表明这些产业在世界所有地区和不同的地理、历史和文化背景下都能做出巨大经济贡献。

来自世界不同地区的证据证明了文化和创意产业在一系列经济指标方面日益突出和不断增长的作用。在中国，创意部门在2018年创造了超过2700万个工作岗位，该数字自2013年以来增长了30%以上<sup>43</sup>。在英国，文化和创意产业增值额占总增值额的5.2%，在2013年，文化和创意产业在一年内增长了9%，远远超过整体经济增长率<sup>44</sup>。韩国文化体育旅游部估计，该国文化和创意产业（定义比本报告和图10定义更为狭窄）提供了66.7万个工作岗位（占总就业人数的2.4%），创造了230亿美元的附加值，相当于该国GDP的2.6%，比就业份额还大；该产业还带动出口增长了1.5%以上，这对于通常与非贸易服务相关的行业群体来说意义重大<sup>45</sup>。越南的数据表明，文化和创意产业产值占全国GDP的8.9%，其中文化旅游、美食和广告所占份额



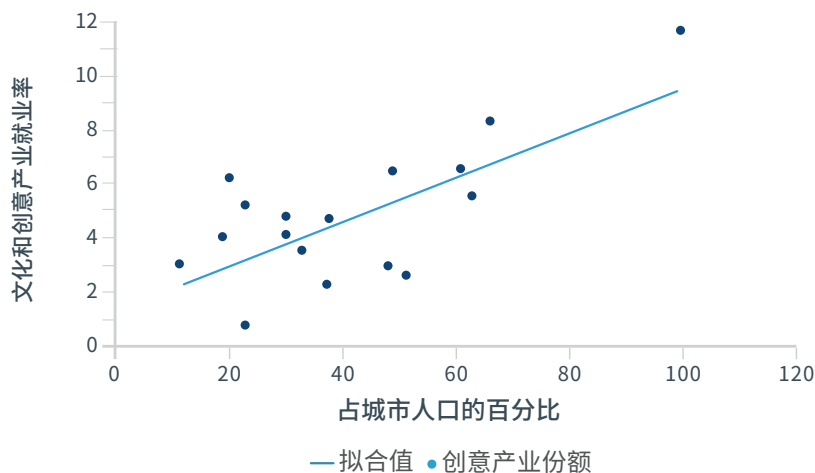
## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

最大<sup>46,47</sup>。文化和创意产业创造的经济贡献能够快速增长。例如，自从2013年被指定为联合国教科文组织创意城市手工艺和民间艺术之都以来，美国帕杜卡创造了3000万美元的额外总收入以及3000多个就业机会<sup>48</sup>。

文化和创意产业可以促进城市经济增长。城市是创意经济中心<sup>49</sup>。经济文献提出了大量证据，表明文化和创意产业倾向于向大城市集中<sup>50</sup>。一些研究表明，近几十年来，这种趋势持续发展，创意产业集群一直集中在规模最大的城市聚集区。这表明，所处位置及其质量对于文化和创意产品及服务的创作越来越重要<sup>51</sup>。研究还表明，一个城市创意经济的成功孕育着更大的成功。随着时间推移，大型城市群中的创意经济活动往

往会有所增长，并分散到新的子行业。研究表明，这可能是通过加强企业学习和知识交流、加强创新和生产力的集聚经济来实现的<sup>52</sup>。这些研究往往侧重于本地化经济的重要性，其动力来自于与类似企业、客户和劳动力的共处<sup>53</sup>，以及因接近城市设施、基础设施和各种产业而产生的城市化经济的关键作用<sup>54</sup>。

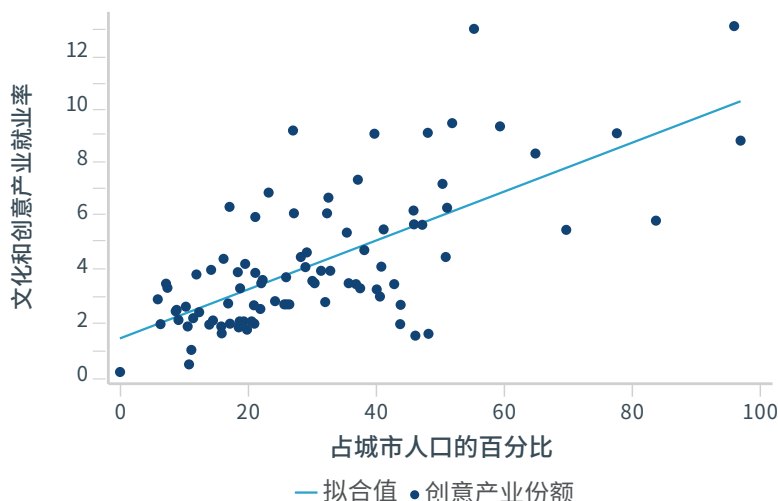
图11. 菲律宾部分地区城市化水平与文化和创意产业就业率之间的相关性



来源：菲律宾统计局，2020年，劳动力调查，2019年7月和2020年1月。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

表12. 印度较小地区城市化水平与文化和创意产业就业率之间的相关性



来源：印度政府统计和计划执行部，2019年，定期劳动力调查（PLFS）。

在具有不同发展水平和不同规模文化和创意产业的国家，城市都发挥着创意经济中心的作用。伦敦的创意工作数量占英国创意工作总数的40%<sup>55</sup>，而首尔在韩国整体文化和创意产业就业中所占份额更高（54%）<sup>56</sup>，这表明主要城市作为创意中心的特殊重要性。然而，即使在文化和创意产业作用总体较小的欠发达国家，与这些行业相关的机会也往往集中在城市地区。菲律宾和印度的劳动力调查结果显示，创意部门贡献与地区和领地的城市化水平密切相关（图11、图12）。虽然这一证据并不意味着因果关系，但其可能表明，创意行业为经济发展和对城市意义重大的福利收益提供了机会，而城市在培育促进国家福祉的经济活动方面可以发挥作用。以上两点表明，城市中的文化和创意产业发展是一个重要机遇。

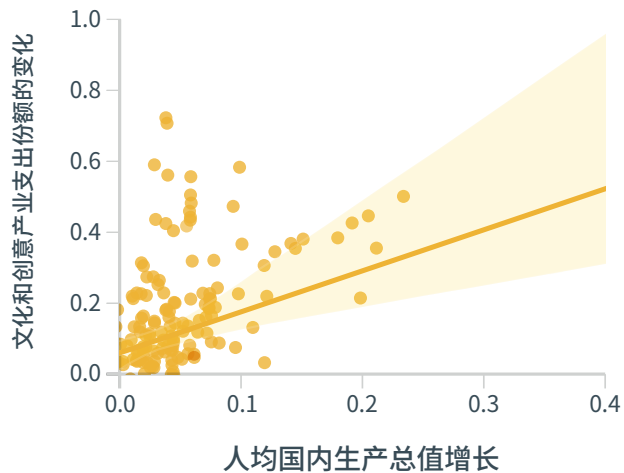
收入水平较低国家的城市显示出经济增长与文化和创意产业产品支出之间存在更加紧密的关系。这一结论来自对城市层面全球数据的分析（图13）。虽然这并不意味着因果关系，但它确实提供了进一步调查的假设：在低收入国家，国内生产总值增长是否会推动文化和创意产品及服务支出不断增长，表明随着收入超过维持生存所需的水平，人们更倾向于增加文化消费？或者说，欠发达经济体的文化消费增长是否有可能对经济产生更广泛的影响，包括促进国内生产总值的增长？虽然我们无法根据现有数据支持上述假设，但两者都表明，文化和创意产业在低收入国家城市中发挥着特别重要的作用，并提供了巨大的发展机遇，但也有必要进行更深入的研究，以更好地了解这种作用，在发展中国家的背景下更是如此。



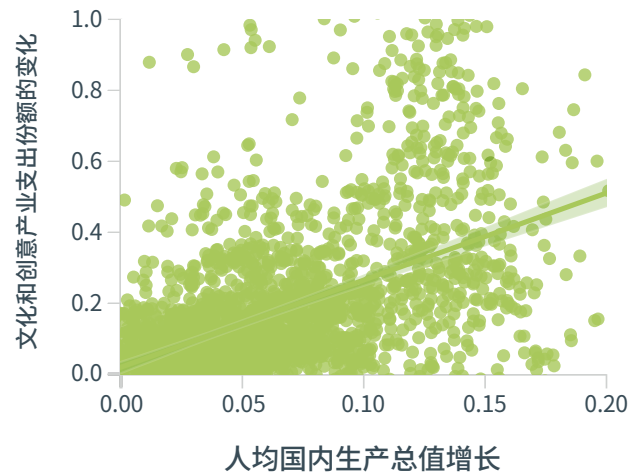
## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

图13. 2000-2015年按国家收入水平分列的国内生产总值增长与城市文化和创意产业支出份额增加之间的相关性

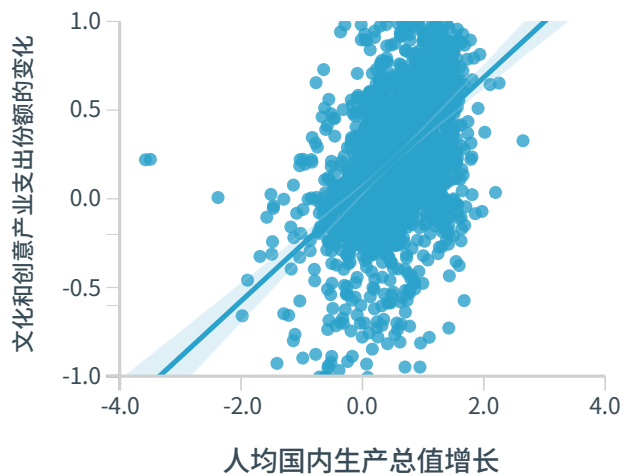
a) 低收入



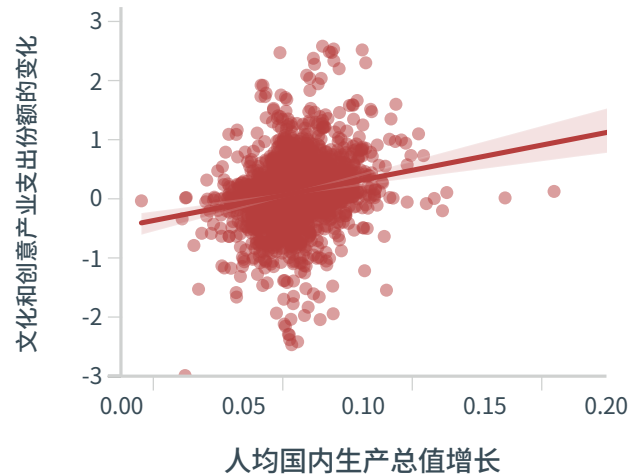
b) 中低收入



c) 中上收入



d) 高收入



来源：牛津经济研究院全球城市数据，  
<https://www.oxfordeconomics.com/microsites/cities>.

### 1.3 文化和创意产业在产生空间效益方面发挥的作用

文化和创意产业为城市复兴和重建工作做出了贡献，并在某些情况下推进了城市复兴和重建工作。正如纽约市格林街<sup>57</sup>或全球无数其他社区的情况一样，创意从业人员往往会搬到其他极具吸引力但却十分萧条的社区。许多此类社区以前都是工业中心，其中有非常适合建立工作室和画廊的空间。这些经过改造的空间的存在使这些街区变得令人向往，并且通过社区的扩张为社区注入活力。重要的是，这也可以通过投资重新开发社区、重新利用现有城市空间和基础设施来优化被忽视的、破旧的或衰败的地区。世界各地的经验表明，文化和创意产业已经启动或促进了城市中心地区的振兴，或成为棕地再开发的主要工具。

社区振兴可以推动创意街区进一步发展。随着创意行为体进入这些社区并发展社交网络，他们甚至推动了社区的进一步振兴。在厄瓜多尔的 La Floresta，创意专业人士开始在已经衰落但历史悠久的街区定居。渐渐地，来自全国各地的创意从业人员被吸引到了这个街区，开设了画廊、工作室、剧院和带有当地特色的餐馆。这些创意人才共同提高了该地区的创意动力，并通过积极与当地企业接触帮助企业蓬勃发展，共同将该地区转变为文化中心。纽约市格林街的例子也说明了一个地区在动态的创意和经济力量的推动下发生了转变：格林街从服装制造中心转变为老旧住宅区，然后转变为艺术家文化中心，最后转变为富裕人群的住宅区和购物区<sup>58</sup>。特别值得一提的是，艺术家利用以低廉租金租赁的无人问津的大型工业空间举办展览活动，使该地区充满艺术色彩，推动了这个地区的复兴，吸引了更多居民和游客来到此地。在一些具有独特设施和宜于居住的街区，不断发展的创意生态系统可以吸引更多人才和知识，催生更多创意企业<sup>59,60</sup>，从而产生集聚和集群效应。此外，不同文化和创意产业的地理

距离可以促进跨界创新、合作和竞争<sup>61</sup>，充分利用知识溢出、汇集熟练劳动力、互补网络和市场准入权等优势。

创意人才也通过不同形式的艺术和手工艺对场所建设产生实际影响。如前所述，一些城市和国家正越来越多地将文化纳入其城市规划工具。哥伦比亚的城市（案例2）以及马拉喀什和多伦多（案例3）所做的工作表明，这些城市已经或更加倾向于将有关非物质文化遗产以及物质文化遗产的考量纳入其城市规划和管理工作。世界各地的经验表明，公共空间的艺术和物质遗产可用作推动城市复兴的要素，有助于创造新视觉地标并提升该地区的集体认同感。智利瓦尔帕莱索曾经是一个主要港口，在地震爆发、巴拿马运河开通、20世纪初全球经济衰退之后，智利经济急剧下滑。瓦尔帕莱索人口结构发生了变化，富裕居民纷纷逃离，出现了许多棚户区，艺术家来到了该市。随着时间推移，艺术家、社区和政府官员齐心协力，通过壁画改善城市环境，将城市变成了充满创造性作品的露天画廊。丰富多彩、充满活力的城市景象使破旧的街区重新焕发生机，吸引了年轻创意人才和游客来到这里。

## 1. 文化和创造力：城市资产和资源

虽然大多数成功文化和创新产业社区的振兴是自下而上的振兴，但也有一些公共机构改造社区以支持特定文化和创新产业社区振兴的范例。例如，在寻求重新开发以前曾是垃圾填埋场的棕地时，首尔市政府选择以创建新数字媒体娱乐集群为重点进行开发。首尔市政府在这块曾被遗弃的土地上建造了基础设施和便利设施以发展韩国规模最大的媒体中心并容纳550多家文化和创意产业企

业。虽然人们认为首尔市政府此举十分冒险，但当局开展的市场研究表明，文化产业的需求将超过新开发街区入住率较低的风险。



照片：Travelmag.com/Flickr.com，麻浦首尔数字媒体城附近的头像建筑物。





## 2. 城市、文化和创造力 框架：解决制约创 意城市发展的因素

照片：RYU Womgs/Unsplash.com





## 2. 城市、文化和创造力框架: 解决制约创意城市发展的因素

### 2.1 确定制约创意城市发展的因素

有潜力成为“创意城市”的城市，也就是拥有文化和创意产业、人才库以及有利于其发展、创造就业和改造城市空间环境的城市，往往需要克服制约因素才能吸引和留住文化和创意产业，还需要支持培育充足的创意人才和文化和创意产业企业，从而创造可持续发展的创意生态系统和竞争优势。

可以说，城市为文化和创意活动创造有利环境能力的最主要结构性限制因素，是其文化和创意资产的初始禀赋以及可支配资源。虽然城市有可能吸引人才并培育文化和创意活动，但在最开始基础有限且还有其他更紧迫基本服务交付需求的情况下，将稀缺公共资源用于上述目的，需要做出重大取舍。大多数成功培育与文化和创意产业相关的强烈身份认同感和经济的城市，实现了其领土上已经存在和出现的东西，即路径依赖。

对于发展和留住文化和创意产业和创意人才的有利环境来说，最大的制约因素之一就是高昂的生活成本。这在很大程度上与缺乏足够负担得起的工作场所和住房有关，这可能会限制创意从业人员在城市生活和工作的能力<sup>62</sup>。创意从业人员需要为各自手工艺预留空间。鉴于许多创意从业人员收入有限且不固定，他们会在能负担得起的街区寻找这种空间。如果拥有昂贵住房和商业空间的城市没有更多负担得起的社区，就会限制能够在其中生活发展的创意人才的类型。此外，许多创意从业人员寻求在其创意领域或其他领域内靠近其他创意从业人员，以帮助提高其手工艺水平和参与社区活动。首选空间可能包括允许他们在线下召开会议以及在彼此附近共同办公的空间，以及那些吸引大量艺术家和创作者，从而获得他们所寻求的基础设施和服务的空间，例如可以转化为工作室的大型（前）工业空间和具有充满活力的街道生活的混合用途社区中的空间。此种空间允许创意社区成长，且允许跨界创新。此外，此种街区可以作为创意从业人员创意工作的“画布”，进一步培养当代文化和创意利基市场。

即使在某个时间点上存在配置良好且负担得起的社区，这些社区也会变得十分昂贵，部分是因为创意环境蓬勃发展，导致创意从业人员被迫搬离这些社区<sup>63</sup>。如果社区因为文化和创意设施的出现而变得更有吸引力，但却没有为各种收入群体提供适当的有利住房环境时，就会出现中产阶层化现象。这一现象可能导致居民，尤其是低收入者，流离失所和受到排斥，并有可能削弱充满活力社区的真实性和文化及创意潜力。

如果住房和工作场所没有配置创作和合作所需的基础设施和服务，文化和创意产业就无法获得蓬勃发展。缺乏便捷优质的交通基础设施和服务以及步行能力有限，会导致城市对创意从业人员和文化和创意产业失去吸引力。能够获得电力、水资源以及优质的健康和教育服务对每个人来说都至关重要，对于从事文化和创意产业的创意从业人员和个人也是如此。日益完善的数字基础设施对提高文化和创意产业竞争力尤为重要<sup>64</sup>。

除了中产阶层化之外，限制创造性表达自由或不保护生产过程和知识产权的国家和地方政策、法规和制度，也会限制城市成为文化和创意产业中心的能力。特别是在发展中国家，很大一部分创意工作和文化和创意产业工作都是非正式工作且非常不稳定。在某些城市和国家，安全网的缺失或缺陷会使创意从业人员和从事文化和创意产业工作的人员难以专注于提高自己的手工艺水平，因为他们担心会遭遇收入有限或个人挫折。在缺乏保护艺术自由表达的法律及其执行等适当保护措施的地方，那些突破社区主流意见界限的创意从业人员和文化和创意产业从业人员可能不愿从事手工艺产品生产工作。盗版泛滥和知识产权保护不力的环境，可能会不利于创意创作。限制创作者为展示或表演其艺术和手工艺品（例如绘制壁画、非正式地改造公共空间以容纳表演、街头表演和艺术等）而改造其建筑环境能力的法规，也可能削弱街区和城市对创意人才与文化和创意产业企业的吸

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

引力。从某种意义上说，对创意从业人员的最佳规定既不能太多（这会遏制创意），也不能太少（这会限制对知识产权的保护）。

不宽容和缺乏多样性会削弱创意从业人员在某些城市定居的愿望，从而影响文化和创意产业发展<sup>65</sup>。许多艺术家和创意从业人员在具有不同观点和人才的环境中茁壮成长，这些环境通常能够容纳和/或吸引不同创意人才和居民。在创意从业人员进行创作时，他们需要相对的自由，以便在手工艺品内外部进行创新和实验。因此，城市中文化和创意产业的存在和规模与城市中宽容度的代理措施呈正相关关系。例如，城市中少数民族群体的比例就是如此<sup>66</sup>。不宽容的环境可能会限制社会凝聚力，也会限制创意从业人员和文化和创意产业贡献者蓬勃发展的能力。

缺乏能够帮助创意从业人员提高技能和开展工艺创新的有利因素会限制其成长<sup>67</sup>。在缺乏机构（如大学和正式和非正式职业培训中心和机会），以及共同工作空间和支持性行业的情况下，获得和提高技能的机会有限，会限制人才表达方式和发展的。

具有限制性生态系统的城市会限制人与人之间的联系，进而阻碍创造力的发展。许多创意从业人员在与本领域和其他相关领域人员交流、学习和合作时，会提升自己的技艺。创意从业人员在家乡的社交网络成为其改善技艺的关键推动因素，假如这些网络十分薄弱或并不存在，就会限制创意事业的发展潜力。推动性因素在培养和加强创意从业人员的社交网络方面可以发挥极为关键

的作用，缺乏推动性因素会限制文化和创意产业的发展潜力。例如，在利马烹饪业复兴的案例中，在美食方面表现出色并投资于培养整个美食价值链上人才的厨师们推动了烹饪业发展。在神户，推荐神户加入联合国教科文组织创意城市网络的企业家为该市发展的新（创意）方向贡献了力量。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

受创意资金可用性限制的环境可能无法发挥其潜力。对于某些文化和创意活动来说，由于在将与活动相关的所有积极外部因素内部化方面存在各种挑战，资金在前期和整个创作过程中都发挥着至关重要的作用。考虑到城市人口和文化资产，如果城市缺乏对其文化和创意产业而言至关重要的资金来源，那么其创意和文化活动可能会有所减少。关键的融资类型取决于行业、发展阶段和活动规模等因素。融资类型包括对前期和种子资本的需求；通过更成熟发展阶段为初创企业提供股权和债务融资；以及慈善机构、高净值个人和/或政府对更难以变现活动的赠款支持<sup>68</sup>。无论何种情况，关键是融资生态系统要认识到与文化和创意产业相关的更大风险，以及创意从业人员在试图获得整个创作价值链上足够融资时所面临的挑战<sup>69</sup>。

即使有技术和资金支持，缺乏提供输入和输出市场的繁荣集群，也会限制文化和创意产业发展<sup>70</sup>。文化和创

意产业内的创意从业人员和企业可能依赖其他创意从业人员的工作或其他让他们创作的服务等投入进行创作，例如能够可靠地为厨师和餐馆经营者提供优质原料的当地综合性农业企业。归根结底，如果文化和创意产业的某些关键上游或下游输入或配套功能无法有效可靠地交付，那么文化和创意产业的价值链就会被削弱。

缺乏关于创意从业人员和创意活动的信息限制了决策者启用创意从业人员并启动创意活动能力<sup>71</sup>。决策者可能有意找出限制创意从业人员和文化和创意产业的挑战，但如果无法获得有关这些限制因素和机会的信息，他们就很难设计出基于证据的政策和干预措施。虽然地方政府不需要也往往不生成和维护相关数据，但缺乏与地方生态系统相关的适当分类数据，将导致决策过程不够合理。

### 2.2 实施“城市、文化和创造力”框架：为城市文化与创意赋能

本文借鉴了限制创意城市发展的因素和关于使其实现空间、经济和社会发展三重效益的知识，确定了有助于创意城市发展的六个助推因素。这些助推因素也借鉴了部分倡议的成果，包括世界银行提出的“有竞争力城市”和“城市创业生态系统”倡议，联合国教科文组织关于文化公约的洞察，以及联合国教科文组织和世界银行针对文化遗产和可持续旅游业所做的分析工作。从以上举措中得出的一个重要发现是，必须采取互补性干预措施，以解决那些限制文化与文化和创意产业对城市产生三重效益的关键因素。因此，“城市、文化和创造力”（CCC）框架中的六大助推因素包括建设创意城市所需的互补性助推因素（见图14）。

虽然特定的创意城市可能需要多种互补性干预措施，但可以对这些干预措施进行仔细排序并综合使用这些措施，以避免过早承受负担<sup>72</sup>，这可能会削弱行政能力，并留出时间观察不同干预措施的影响。我们将在下文介绍每一个助推因素，并在第3节说明几个城市综合使用干预措施并对其进行排序以提高城市创意潜力的具体做法。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

图14. “城市、文化和创造力” 框架





## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

### 2.2.1 助推因素 1

#### 物理和空间环境：城市基础设施和宜居性

富有创造力的城市是人们希望居住的地方，在这里，创意从业人员有适当的空间开展创造工作。因此，宜居性、城市空间和基础设施是富有创造力城市获得成功的关键。可负担和位置良好的住房、便利设施、优质服务和基础设施的组合共同影响着宜居性。便利设施和基础设施往往包含当地的文化和创意元素。除了任何生产性城市所需的基本基础设施，如道路、电力和数字化连通设施之外，对创意城市至关重要的城市空间和基础设施包括——创作空间（如录音室、排练场所、艺术场地）；市场场所，包括适合短期营业商店的地方；以及音乐厅、电影院、图书馆、媒体图书馆等公共文化场所和公园等公共空间。关键服务包括高质量交通服务以及教育和卫生服务。创意是培养城市的地方性特征和打造城市品牌/重塑城市品牌的有力催化因素，在涉及废弃和闲置空间和建筑时尤为如此。以文化和创意为主导的城市复兴政策与规划和建筑法规密切相关，这些法规需要有一定灵活性，以允许地方政府和创意生态系统为文化和创意产业分配并改造空间。这些空间包括文化中心、创意中心、孵化中心和或创意理念加速器。

有助于创造创意城市的基础设施、城市空间和宜居性干预措施的类型，往往反映了当地创意从业人员的具体需求和居民及当地企业家的总体整体需求。例如，在振兴南非约翰内斯堡 Maboneng 和 Braamfontein 社区时期，艺术家、工匠和食品生产商都曾寻找低成本空间以销售商品。约翰内斯堡为他们提供了旧仓库和闲置停车场，用于在周末举办艺术品、手工艺品和食品市集。这些市场加速了约翰内斯堡新的艺术和食品文化的出现，并在助推城市复兴过程中发挥了重要作用。城市复兴措施包括对改善人行道、街道照明条件和对城市中以前遭到忽视和十分危险的社区执行其他干预措施的实物投资。这些早期的转型因此催化了该市不同地区其他食品市场的发展（例如北部的 Fourways 食品市场）。

### 2.2.2 助推因素 2

#### 人力资本：技能和创新

创意城市的活力来源于其内部为文化和创意事业做出贡献的技能和人才。英国一项研究发现，正式技能是预测能在创意行业获得工作的重要因素：拥有学士学位或以上资格证书的人员获得创意职位的可能性是无资格证书人员的5.5倍<sup>73</sup>。这表明，文化和创意产业重视通过教育体系传授或通过受教育得到增强的技能，至少英国的文化和创意产业如此。事实上，创意城市为艺术家、其他创意行为体以及其他从事文化和创意产业活动的人们不断提供技能习得和才能发展的机会，从而保持自身活力。

因此，艺术、文化和创意应被嵌入学习和训练的各个阶段，从小学、中学、大学和/或各种工艺以及职业培训机构（如音乐培训机构、电影培训机构、烹饪中心）开始。这类项目不仅对人才培养十分重要，对观众发展也同样非常重要。努力帮助青年掌握“跳出思维定式思考”、甚至“打破常规地思考”的方法，是从小就提高创新和创造能力的一种方式。因此，创意企业家精神的培养，不仅针对艺术学校和学院的艺术家和创意专业人士，而且还可以成为中小学教育课程的一部分。以创造性方式为所有公民提供更多学习机会，包括在线学习机会，是城市经过深思熟虑之后制定的教育和文化战略的重要组成部分。面向新兴和成熟文化专业人员的线上线下知识共享平台和空间，可以在地方层面提高文化和创意部门能力和技能。

非物质文化遗产的传播本身就是在社区内有机发生的非正式教育形式。非物质文化遗产包含了与每个地方文化、社会和经济特点对应的特定知识，并成为传统知识在正规和非正规教育体系中传播的主要渠道，其中包括通过非教育性传播机制传播传统知识。社区认可的传播方式和方法可以成为正规教育体系（如小学、中学和大专学校的课程）和/或非正规教育体系的组成部分。非教育性传播机制历来都是强化传统知识传播的主要手段，上述机制能够提高文化多样性，为社区赋能，并为社区和个人提供空间，帮助人们通过创意活动找到收入来源和自营职业。

越来越多的创意从业人员通过亲身学习和实践机会，如孵化中心、加速器和劳动力发展非政府组织提供的机会，培养技能和知识，以提高其手工艺水平。这类组织不仅会针对会员企业家具体需求提供一整套支持服务，而且还提供向同行学习的机会，进一步完善其网络。其模式包括让创业者加入“班级”，为其提供服务，以及提供持续时间短暂的训练营，为创意从业人员提供机会，发展所需具体技能，以提高其手工艺水平或商业敏锐度。例如，第3节所述京都微观装配实验室等创客空间，为工匠社区提供了见面、相互观察和学习各自领域内外实践的空间，从而推进跨界创新。许多类似组织促进了学徒制的发展，这是一种在低资源和高资源环境中都能发生的知识传播手段和技能获取手段。

无论文化和创意产业的学习和培训机会性质如何，创意城市都是旨在提高技能和培养适应创意和文化市场需求人才计划的最大受益者。由非政府组织推动实施干预措施的例子比比皆是，这有助于提高创意城市的技能和培养人才。例如，在阿根廷拉普拉塔，联合国教科文组织为拉普拉塔阿根廷剧院基金会的项目提供资助，通过为期一年的舞台管理、服装设计和创意写作课程，对610名失业青年和成人进行了表演艺术方面的培训，从而建立了充满活力的表演艺术生态系统<sup>74</sup>。约旦马代巴是联合国教科文组织创意城市手工艺和民间艺术之都。通过利用其作为“马赛克之城”的遗产（在马代巴发掘地原址发现的马赛克制品数量位居全球第一），该市创建了马代巴马赛克艺术和修复学院，这是中东地区唯一一所专门教授马赛克保护和制作技术的学院。马赛克制品的保护、修复和维护对居民和地方政府来说至关重要，推动了马赛克艺术和手工艺的复兴，并吸引了大量本地手工艺人和艺术家。事实上，马赛克艺术现在是当地经济发展主要驱动力，创造了800个工作岗位和150个工作室<sup>75</sup>。类似教育机构成为了地方和区域层面的参考场所，增加了让创意从业人员（重新）定居于创意城市的吸引力。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

### 2.2.3 助推因素 3

#### 网络和支助基础设施：社交网络、推动因素、技术支助和融资

除了有利的空间和技能之外，创意从业人员还需要有利的社交网络、推动因素，以及技术和金融支助，以帮助其企业和艺术获得蓬勃发展。这些形式的社会资本是对助推因素1和2所涉创意从业人员以及文化和创意产业的物理与空间基础设施以及人力资本要求的“软性”补充。

获得针对艺术家和创意专业人员独特需求和挑战量身定制的融资和商业发展服务，对于确保高质量生产和发行至关重要。可能会以不同方式量身定制具体支持措施，以满足文化和创意产业不同部分和创意从业人员在不同生产阶段不断变化的需求。对创意从业人员的财政和技术支持通常都是由营利性和非营利性组织提供，但当市场或协调失灵时，地方政府也可以发挥作用。以牙买加金斯敦为例，该市拥有由音乐家、经纪人、作曲家和位于橙街附近的录音室组成的密集网络，这使得音乐创新能够在表演者和录音室之间迅速传播开来。然而，由于缺乏版权保护和收取版税的制度结构，导致许多牙买加艺术家在北美和欧洲录制其大部分作品。2015年，金斯敦被指定为联合国教科文组织创意城市音乐之都，这一年，金斯敦颁布并实施了对《版权法》的实质性修正，增加了关于保护数字作品的条款<sup>76</sup>。鉴于历史上对版权保护不力的看法，金斯敦决定将这一改革与财政激励措施结合起来，使金斯敦有更多音乐创作受益。当地政府为投资者提供了激励措施，包括对乐器和设备免征进口税、海外电影和视频发布利润在九年内免税，以及对建造工作室和支持设施所需的设备和材料实行免税优惠<sup>77</sup>。虽然这种干预措施在协助解决市场或协调失灵问题时可以产生积极影响，包括吸引更多艺术家和音乐家（吸引游客并提高消费）产生的重要溢出效应，但在决定引入这些措施时必须慎重，以避免因将资源从可以更

好地促进共享繁荣的其他举措中转移而导致的被捕获风险或巨大机会成本。同样地，基于文化和创意产业以及其中的具体活动，创意从业人员可以从培训、管理、产品和受众发展支持以及其他类型技术支持中受益。

社交网络对创意从业人员的成长和发展至关重要。创意城市可以将各种利益攸关方聚集在一起，为文化和创意创作创造有利环境。社交网络通常以有机方式出现，并且可能受到非政府组织或营利性组织催化，构成创意和创业生态系统的组成部分。但是，地方政府也可以在扶持它们方面发挥作用。例如，在联合国教科文组织创意城市音乐之都刚果民主共和国布拉柴维尔，该市政府启动了一项音乐、地方发展和社会凝聚力计划，以利用布拉柴维尔作为非洲音乐之都的历史地位以及布拉柴维尔作为国际音乐理事会非洲分会所在地和两年一度的泛非音乐节举办地的地位（泛非音乐节汇集了来自世界各地的约3000名艺术家和150名记者），从而惠益当地社区并进一步培养音乐人才<sup>78</sup>。通过这一项目，该市政府为居民提供了物理空间和节目以参与音乐制作和消费。

艺术和/或文化创意活动规模的逐步扩大，往往由有助于创立有机创意社区的单个人或单个机构所推动。高度联系、动力满满的个人或机构是推动者，是其他人的榜样，为创意社区创造旗舰业务或网络资产，产生了最为核心的群组。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

### 2.2.4 助推因素 4

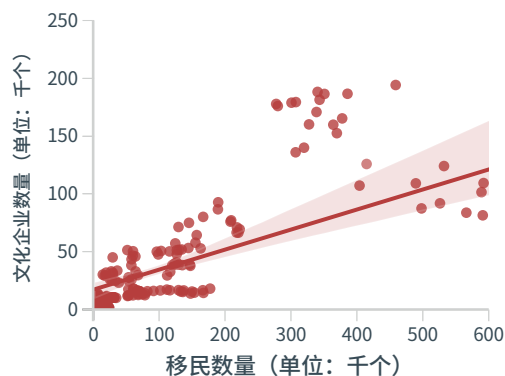
#### 制度和监管环境：包容的制度、法规和伙伴关系

为了让创意城市获得繁荣发展，地方政府和包括国家政府在内的其他利益攸关方必须建立有助于创意城市发展繁荣的治理体系、制度、法规。如果环境无法促进或保护多样性、表达自由、艺术家和遗产社区成员运用其创造力和文化的能力，也无法提供保护临时工和非正式工作者的安全网，那么制度和法规就会受到威胁。规则、条例和政策，包括与知识产权立法、数字连通性、表达和结社自由以及对流动劳动力保护有关的规则、条例和政策，往往是文化和创意产业在城市蓬勃发展的必要条件。此外，城市要尤其注重中产阶层化等因素的影响，因为这将导致创意从业人员无法继续在该城市生活和从事艺术活动。在城市发展战略的整体框架内增强创造力大有裨益。这可以通过设立跨教育部门、经济发展部门、城市复兴部门、劳动政策部门、艺术和文化部门的跨部门工作小组得以实现，以促成监管环境的有效改变。除非专注于解决限制创意产品和服务发展的市场失灵问题并考虑其对经济发展的重要意义，否则保护和促进创意部门的法规和激励措施可能会带来难以解决的扭曲问题。

多样性受到制度和政策的影响，可以成为创造力和创新的驱动力，吸引其他创意从业人员来到城市和社区。大量经济研究表明，多样性可以增强企业和城市的创新能力。包容具有不同背景人士（包括移民）的城市，因其吸引多样性的能力而具备创造性优势<sup>79</sup>。此外，有证据表明，创意从业人员和创新者迁往具有多样化的城市进一步推动了创新和发展（见图16）<sup>80</sup>。图15显示了向欧洲国家移民与这些国家文化部门企业数量之间的正相关关系。

考虑到创意城市所需利益攸关方的多样性，地方政府、创意从业人员、私营部门和国家政府等其他创意经济主要贡献者之间的合作关系，是促成创意生态系统繁荣发展的关键因素。各市市长和地方政府可以首先确定他们如何在其创意城市生态系统中发挥有效作用，从所掌握的能够产生变革效力的政策杠杆，如城市规划和提供服务（也称作“市长的政策工具”）开始着手<sup>82</sup>。这可以包括在市政府的不同部门和机构间开展协作，利用城市的各种优势等。他们还需要与艺术家和创意生态系统内的一系列利益攸关方建立富有成效的伙伴关系，以实施互补性干预措施促进城市发展。此类地方创意联盟可以从与国家政府和联合国教科文组织创意城市网络等城市网络之间的合作中获益。此外，创意城市的创意和文化细分行业内以及跨创意城市的伙伴关系，可以包括携手合作的不同艺术家、企业和其他细分行业的利益攸关方（例如，专注于创意生产的小企业，以及利用分销网络分销创意产品和服务的大企业）。

图15. 2010-2017年欧洲移民与文化企业之间的相关性

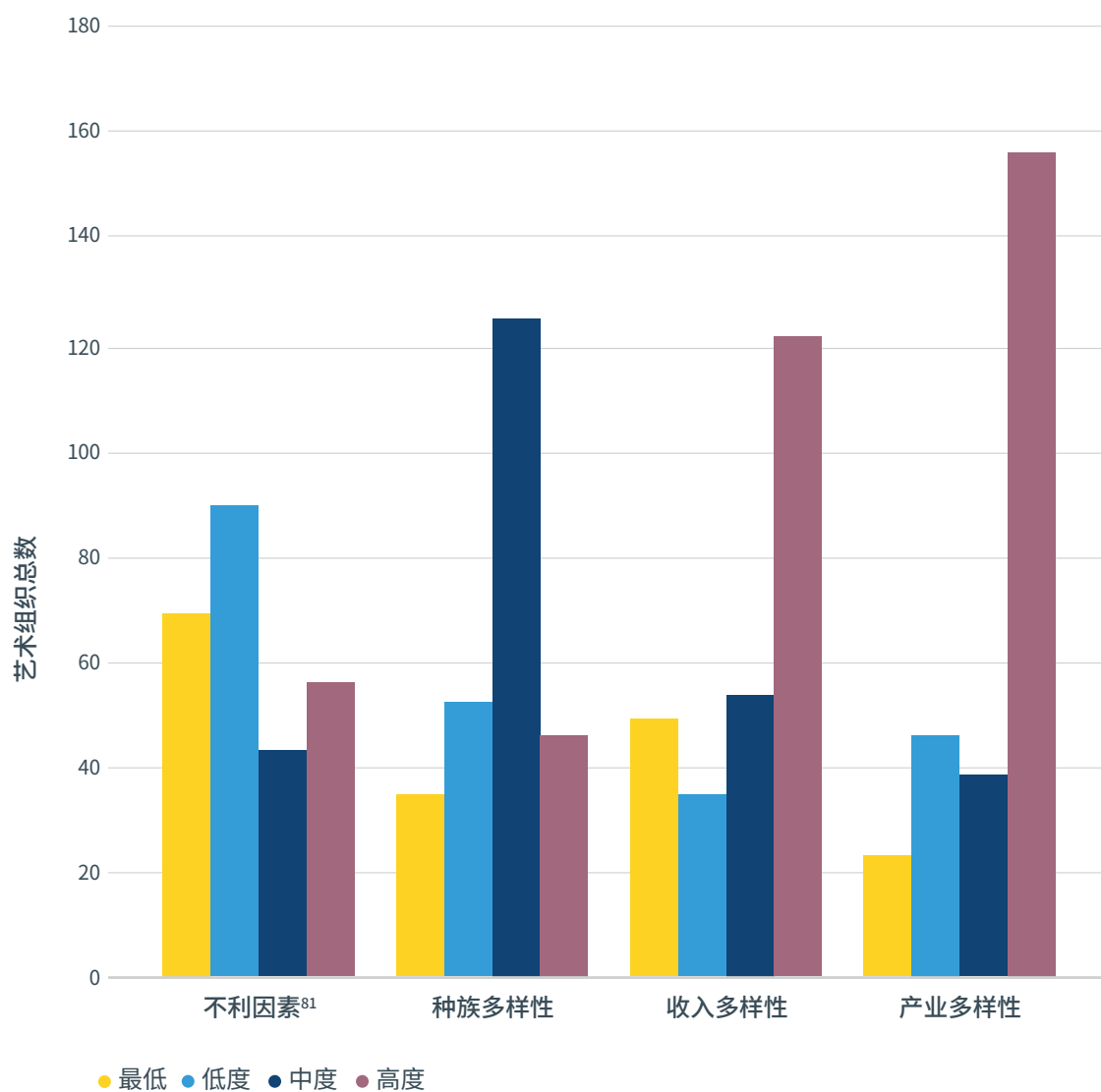


来源：欧盟统计局计算结果。



## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

图16. 按多样性程度分列的纽约市新艺术组织的位置



来源：Foster、Nicole、Carl Grodach和James Murdoch III，  
“街区多样性、经济健康和艺术的作用”，  
《城市事务杂志》38.5（2016）：第623-642页。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素



照片: April Killingsworth/Flickr.com, 利用汽车制作的雕塑, 南非纽顿

### 案例6. 纽顿为南非跨种族网络赋能

南非约翰内斯堡纽顿提供了范例, 说明如何利用文化和创意资本促进城市发展并使社区具有凝聚力。在种族隔离时期, 这个历史悠久的艺术社区通过约翰内斯堡首个跳蚤市场、标志性的市场剧院(用于播放具有进步思想的作品)和基皮斯爵士俱乐部(跨越种族界限的音乐和文化交流的场所)提供了跨种族融合的途径。最近, 纽顿犯罪猖獗, 代表为了更好生活而来到约翰内斯堡的人们的多样性木制脸部雕塑等一些历史性艺术特征, 遭到了破坏、偷窃或无人维护。为了使社区团结起来, 并使纽顿重新焕发其历史艺术魅力, 约翰内斯堡发展署设立了纽顿当代艺术节, 汇聚了城市机构、辖区内大公司租户、以及其他相关人员聚集在一起, 为城市制定新愿景, 并重新吸引人们进入其户外公共空间。该节日目前年均吸引约5000名参与者<sup>1</sup>。

从那时起, 纽顿已经发展成为拥有更加安全、更加充满活力、更加清洁、更加友好环境的地区, 旅游业逐年不断发展。2012年, 45万名游客参加了在纽敦举行的活动<sup>2</sup>。

1. The Newtown Bee, 2020年, “纽顿艺术节取消”, 2020年6月8日, <https://www.newtownbee.com/06082020/2020-newtown-arts-festival-canceled/>。

2. Mbhiza Magic和Kevin Mearns, 2014年, “纽敦文化区在约翰内斯堡市内推动以旅游为主导的城市复兴工作”, 《非洲酒店、旅游和娱乐杂志》3(2): 第3-4页。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

### 2.2.5 助推因素 5

#### 独特性的益处

在同质化可能成为常态的全球化世界中，许多城市寻求脱颖而出，拥有“独特价值取向”，以吸引当地人、游客和投资者。城市建筑遗产可以支持这样的价值取向。然而，博物馆和地标等新景点，或节日、体育比赛等全球性活动，也可以随着时间推移而出现，成为独特性的驱动因素。这样一来，城市就会吸引创新和创造力，不仅会成为消费场所，而且还会成为新文化生产场所。内在和关系独特性使城市充满活力。



照片：art\_inthecity/Flickr.com, Daily tous les jours, McLaren, 2014年

#### 案例7. 蒙特利尔保护非物质文化遗产和培育设计相关创意资本的制度与法规

加拿大蒙特利尔是联合国教科文组织创意城市设计之都，拥有超过 25,000 名从事设计工作的专业人员，设计领域就业人数占其文化部门就业总人数的34%。蒙特利尔市政府是北美首个设立设计专员职位的城市政府。设计专员专门负责开发和推广设计，提高私营和公共部门利益攸关方对良好设计益处的认识。蒙特利尔制定了数项战略，以提高其在设计领域的地位，具体战略包括提高设计师的认可度，提高设计师获得公共委托任务的几率，推销该市设计师和建筑师才能，以及开发该市市场。为扩大设计和建筑竞赛使用范围，人们多次呼吁创意从业者提高建筑和公共空间的设计质量<sup>1</sup>。

1. 有关蒙特利尔作为联合国教科文组织创意城市的更多信息，参见：<https://en.unesco.org/creative-cities/montreal>。

城市的内在独特性包括其空间资源例如档案馆、图书馆、博物馆、遗产、社区和场所。城市受益于其功能未预先定义的开放和公共空间：这就是空间的创造潜力。这些空间和场所既吸引游客，又为创意人才提供资源。当我们考虑某个特定城市的亮点时，通常会想到什么？城市可利用文化资源的广度和深度反映在居民对其使用情况上。同样地，如前文所述，城市人口的多样性也是交流、创新和创造的巨大资源，并在外部、本地新旧知识之间建立联系。世界城市文化论坛（WCCF）研究表明，从所用语言数量来看，多样化程度最高的城市最具创造力和复原力<sup>83</sup>。



照片：Mateo Krössler/Unsplash.com

#### 案例8. 柏林受益于卓有成效的创意城市伙伴关系

自20世纪90年代德国统一以来，当地政府和企业开始宣传柏林是设计和时尚、流行音乐、戏剧和艺术之都。有关各方通力合作，将废弃建筑物、旧工厂和仓库改造成公共场所、餐馆、艺术画廊和时装店<sup>1</sup>。2005年，柏林加入联合国教科文组织创意城市网络，成为创意城市设计之都。柏林参议院经济、技术和研究部发起的“未来工程项目”，在促进创意经济方面发挥了关键作用。未来工程项目为柏林作为艺术中心而制定了战略；搭建了文化交流平台；发起了数字和创意经济网络；组织了与企业的交流；开发了全新交流工具；编制了研究报告；实施了创新项目。

1. Hietala Marjatta和Peter Clark, 2013年，“创意城市”，载于《牛津大学世界历史上的城市手册》，P.Clark编辑，牛津：牛津大学出版社，第6页。



## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

城市在“关系”方面的独特性取决于其社会和文化基础设施以及城市调动物理资源的潜力和揭示其特殊性的能力。虽然场所的物理属性清楚表明了城市的独特性，但关系属性却往往会被忽视。许多城市出现了一场重新评估社会基础设施的新运动。投资于支持和动员其社会和文化网络的城市发现，它们维持丰富独特感的能力更为强大。一旦结合起来，独特性的内在和关系属性就会



照片：Amy Gatenby/Unsplash.com

### 案例9. 弗拉门戈舞之乡西班牙塞维利亚的独特之处

因音乐和舞蹈在其文化和经济中具有历史性和持续性作用，塞维利亚于2006年加入联合国教科文组织创意城市网络。弗拉门戈是在西班牙南部发展起来的一种文化音乐、舞蹈和表演风格，是塞维利亚音乐行业核心要素，并于2010年列入联合国教科文组织《人类非物质文化遗产代表作名录》。在塞维利亚，弗拉门戈的实践活动有助于产生多种多样的音乐行业机遇和推动经济发展。实践活动包括弗拉门戈学校、剧院、日常演出，以及塞维利亚为庆祝其作为“世界弗拉门戈之都”而每隔两年举办一次的弗拉门戈双年展等节日。在2016年联合国教科文组织创意城市监测报告中，塞维利亚指出，这项活动创造了超过86,4000欧元的直接门票收入，以及400多个工作岗位。塞维利亚还将弗拉门戈作为其城市品牌战略的亮点，并支持弗拉门戈技艺的创新和发展。

通过独特方式汇集和调动资源，从而构成了场所和认同感。因为需要跨越空间、人口、网络和机构开展工作，由多种属性结合形成的独特性可能难以实现。因此，旨在推动创意城市不断发展的协作型项目，如联合国教科文组织创意城市网络，发挥着至关重要的作用。

城市独特性面临的最大挑战之一，是寻求复制商业上可行的开发项目并在此过程中产生同质化城市体验的商业利益。对建设和维持地方及其人民所需多个组成部分的认识，植根于对差异的尊重。政府最好通过对设计和规划的监管以及对有形和无形文化基础设施的维护，来挑战支持连续复制城市经验的垄断利益（复制城市经验将导致同质化）。制定文化基础设施计划是部分城市为认识和重视其集体文化资源而采取的举措。

### 2.2.6 助推因素 **6**

#### 数字环境

创意经济数字化程度日益提高。城市政策、文化和创意产业实践和城市日常生活纳入了数字技术，改变了文化产品和服务所传达的文化表达方式的创造、生产、分发和获取方式。数字化带来了诸多好处。数字化促进了各个生活领域的创新创造，降低了信息共享成本，实现了持续连接，节省了时间，提高了可访问性，减少了获取信息的障碍。数字化还为公民提供了多样化娱乐选择，有助于公民获得公共服务。文化和创意产业业已成为数字经济发展主要驱动力，2015年全球数字销售额高达2000多亿美元<sup>84</sup>。类似数字化经济效应，以及持续互动和自由选择的机会，成为城市实现国际化和提高其全球影响力的促进因素。



## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

**数字化为文化和创意产业的运作方式提供了新方法和新工具，影响了包括生产、消费和获取在内的整个价值链。**随着数字化不断发展，艺术家更加独立于“中间人”和中介结构，艺术市场转向电子商务和在线销售。在人工智能和虚拟现实、增强现实和沉浸式现实等新技术的帮助下，“真实”和“虚拟”之间的界限变得模糊不清。然而，创意从业人员需要新的数字技能和能力以适应这个新环境。艺术家和文化专业人员及从业人员主要通过以下五种方式使用数字技术：i) 将数字技术用于在线文化生产；ii) 将数字技术用于数字文化产品和服务的数字营销与传播，包括非物质文化遗产的传播；iii) 在网上和以数字形式提供并销售数字文化产品及服务；iv) 通过多种不同在线方式创收，如众筹、捐赠、新商业模式等；以及v) 通过吸引网上用户，以虚拟合作方式规划文化生产工作。

**COVID-19大流行推动了数字化转型，并通过虚拟现实和增强现实为文化受众带来了沉浸式体验。**COVID-19危机暴发时，大规模获取和制作数字文化产品成为了公众和艺术家唯一可行的选择。为应对这一危机，公共和私营机构发起了大量数字化倡议，例如为数字化筹集资金和搭建平台，以汇集其所在城市和国家文化机构提供的丰富多样的资源。同样，如果数字基础设施的大量出现有望让更多工作通过远程办公方式在线完成，那么数字技术很可能会影响现有城市房地产市场动态。在土地价格和住房价格较高的城市，这种变化将降低因居住在工作地点附近而产生的溢价，并有望改善可负担能力和/或扩大可供选择住房的范围。

**COVID-19还揭示了数字鸿沟的严重程度。**全球46%的人口仍然处于离线状态，其中的大部分人口位于发展中国家。日益扩大的数字鸿沟，进一步加剧了包括妇女和原住民在内的弱势群体在通过技术获取文化方面已经遭遇的困难。如今，95%的应用程序经济集中在10个国家，而这10个国家主要集中在北半球。全球性平台日益

促进市场集中，却不能保证其系统能适应当地情况。与此同时，可在线上获得的创意作品数量和创意人才所获费用金额之间的不平衡日益加剧，这些人才往往会因其在线分发的作品而获得不公平的报酬<sup>85</sup>。

**数字化程度的逐步提高会导致工作替代、安全感降低和其他风险。**由于机器和机器人的替代以及人工智能等新技术的应用，部分创造性工作面临着严峻风险。例如在COVID-19大流行这一背景下，以牺牲面对面交流为代价而大规模转向在线交流，将削弱人们的社交技能并影响人们的身心健康。最后，数字化趋势也催生了与网络安全、数据隐私和网络攻击有关的风险。考虑到对一座城市有效的方法可能对另一座城市无效，如果能从采取即时措施以化解COVID-19威胁转为落实长期可持续性战略以支持文化和创意产业数字化转型，那么创意城市将从中受益。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

### 2.3 与“城市、文化和创造力”框架相关的空间、经济和社会成果

文化和创造力有助于促进包容性增长，增强韧性，取得**空间、经济和社会成果**。当文化和创造力推动城市复兴或使城市成为更具吸引力和娱乐性的居住地，就会营造出便利舒适的氛围，吸引人们，有时也吸引公司来到城市。文化和创意产业在为边缘化和弱势群体提供极易获得的就业机会、帮助其增加收入时，也为城市经济和国家财富做出了贡献。这些产业通过为个人和社会提供表达自我和建立社会联系的途径，可以推动社会资本和网络的形成，对创新和发展产生积极的溢出效应。



#### 空间成果

**便利性高的城市比便利性低的城市增长更快。**城市便利设施通常包括：（1）各种各样的文化服务，包括艺术馆、剧院、现场音乐和博物馆，以及消费品，如制成品；（2）美学和物理环境，包括绿色开放空间和高质量的建筑；（3）优质的公共服务，比如学校、图书馆、公园、社区中心以及一些基础设施和服务，可以在这些场所开展文化活动；（4）出行便捷。多样性作为城市便利性的一种体现，其价值往往被低估，然而，多样性有助于推动文化产品创新，令活动方案中的文化内容变得多样化，从而吸引更加多样化的居民和人才移居该城市。为此，必须保护并增强文化产品、服务和活动的独特性，使之成为一座城市身份、价值和意义的载体。这些也会产生切实的经济影响。过去十年里，在美国和欧洲，拥有更多便利设施的城市，工资增长得更快<sup>86</sup>。

一座城市对居民和游客的吸引力与其便利设施和资源禀赋的质量有关。文化和创意机构更有活力的城市往往会受到其居民的喜爱，同时也会吸引新居民。自1990年代以来，美国和欧洲的年轻人持续向城市迁移。与前几代人相比，他们迁居郊区的可能性较低，因为他们寻找的是人口密度宜居的地区，这些地区可以促进社会互动和知识溢出，提供可靠的交通以及高水平的便利设施和公共场所<sup>87</sup>。最近的一项研究显示，在美国，随着时间的推移，便利设施对于城市吸引新居民移居越来越重要，并且是预测年轻人开启城市复兴的有效指标<sup>88</sup>。一项涵盖撒哈拉以南非洲、亚洲和拉丁美洲的全球调查显示，当地的便利设施、公共服务和安全性是移民的重要决定因素<sup>89</sup>。透过便利设施也可以很好地预测未来的发展。例如，现场表演场地和美食供应显著预测了之后美国县级的增长<sup>90</sup>。

**创新型产业倾向于迁入有文化设施、环境包容性强的街区<sup>91</sup>。**雇主在决定公司位置或拓展商业版图时，会关注雇员对公司周边便利设施的需求。因此，生机勃勃的文化和创意环境往往蕴藏着更多文化和创意领域的工作机会，有助吸引其他居民和企业迁入该城市，从而推动工作机会的增长和多样化。城市经济学家理查德·佛罗里达（Richard Florida）提出的波西米亚指数衡量一个地区内作家、设计师、音乐家、演员、导演、舞者等创意职业的数量。大量的创意职业可以有力预测一个地区的高科技产业聚集度、密度和就业增长率。在波西米亚指数排名中，有11个最具创新力的地区也位列波西米亚指数排名前20名。这显示出创意环境与城市增长之间的关系<sup>92</sup>，也说明了多样化的当地文化——“波西米亚”——与城市增长之间的联系。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素



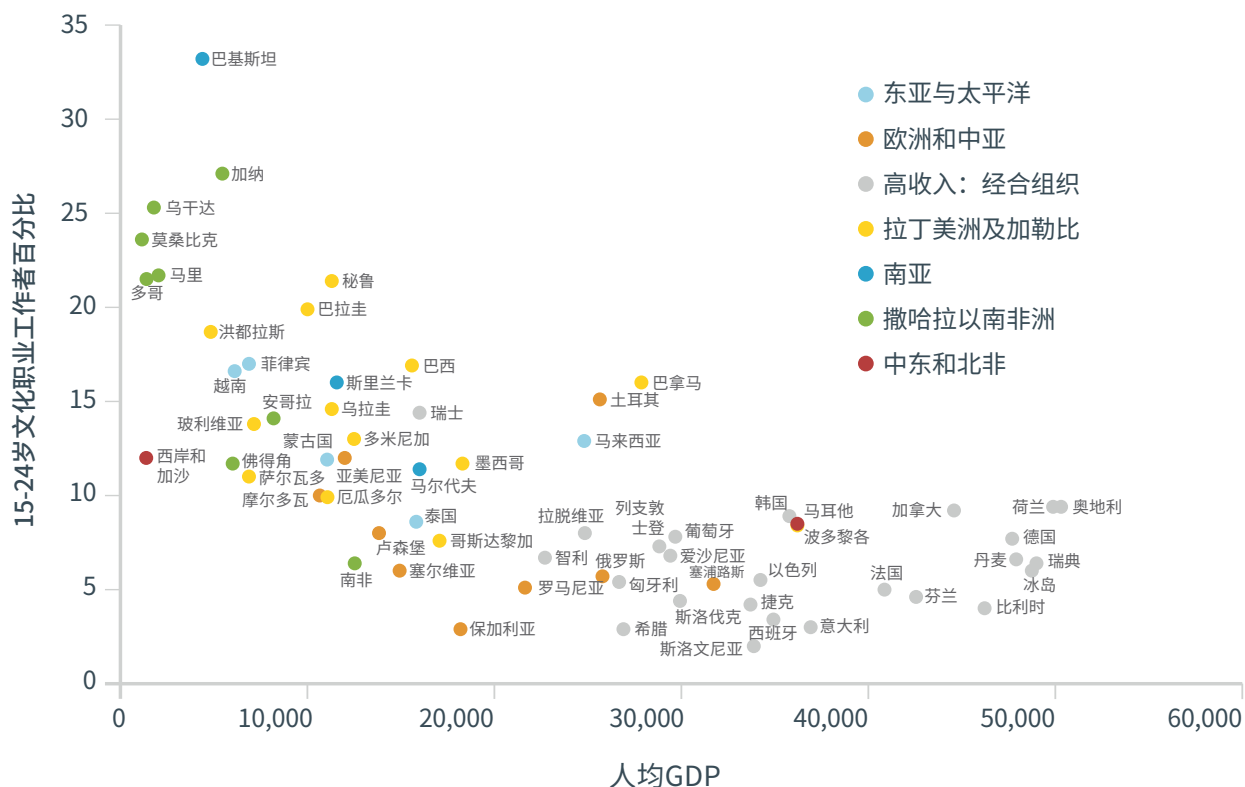
### 经济成果

文化和创意产业除了更广泛地促进创造就业机会外，还可以为往往很少获得就业机会的群体提供就业机会。这种情况通常发生在那些有制度、法规和其他因素确保更多人平等地参与到创意经济中的城市。值得注意的是，文化领域以及文化和创意产业内的就业机会既包括创意职业，也包括该产业蓬勃发展所需的非创意性职业。这些职业包括技术性工作（如在画廊和博物馆工作的技术人员、乐器制作人）和非技术性工作（如餐厅的后勤人

员）。在一个特定的文化和创意产业内也会产生许多非创意性工作。例如，2015年，洪都拉斯文化和创意产业内创意性工作与非创意性工作的比例大约为1:4<sup>93</sup>。利用联合国教科文组织的数据进行的初步计算表明，总体而言，文化和创意产业内每产生一个创意性工作，就会创造出1.7个非创意性工作。这些工作往往不需要特定的资质，因此可以提供大量的就业机会。

一些文化细分领域及文化和创意产业子行业提高了对边缘化群体的包容度。许多妇女和青年受雇于文化部门，特别是文化和创意产业<sup>94</sup>。

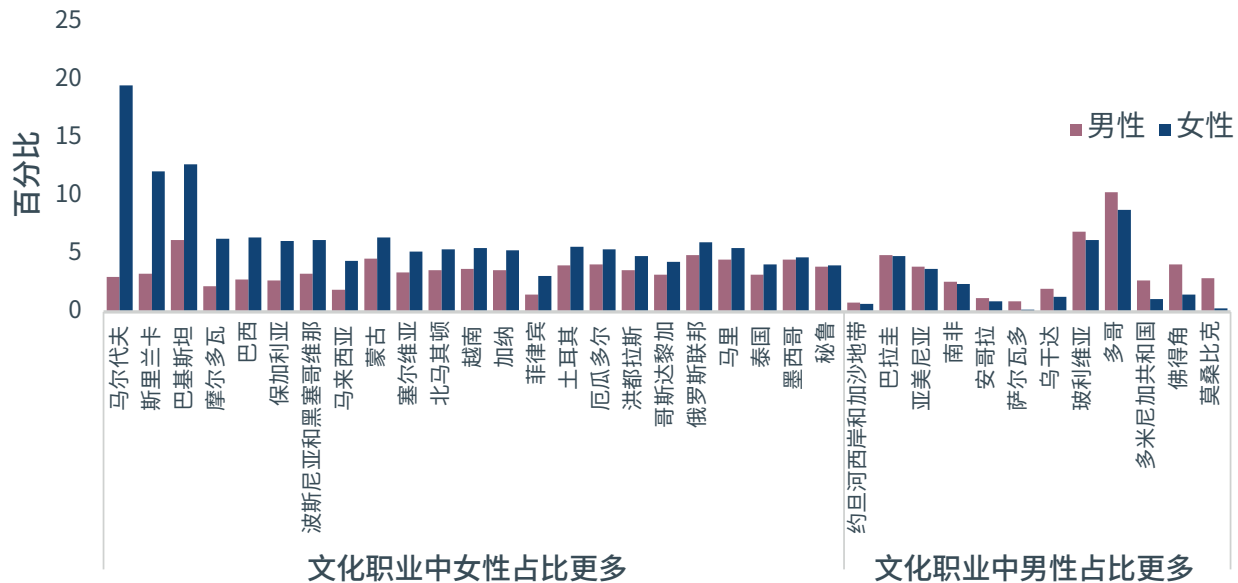
图17. 按人均GDP（PPP）分列的2015年（即有数据的最近年份）文化和创意产业中15-24岁就业者的百分比



来源：世界银行，2020年，《橙色经济：青年就业的驱动力——专题说明，第1期》，华盛顿特区：世界银行。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

图18. 按性别分列的2015年（即有数据的最近年份）中低收入国家文化和创意产业从业人员的百分比



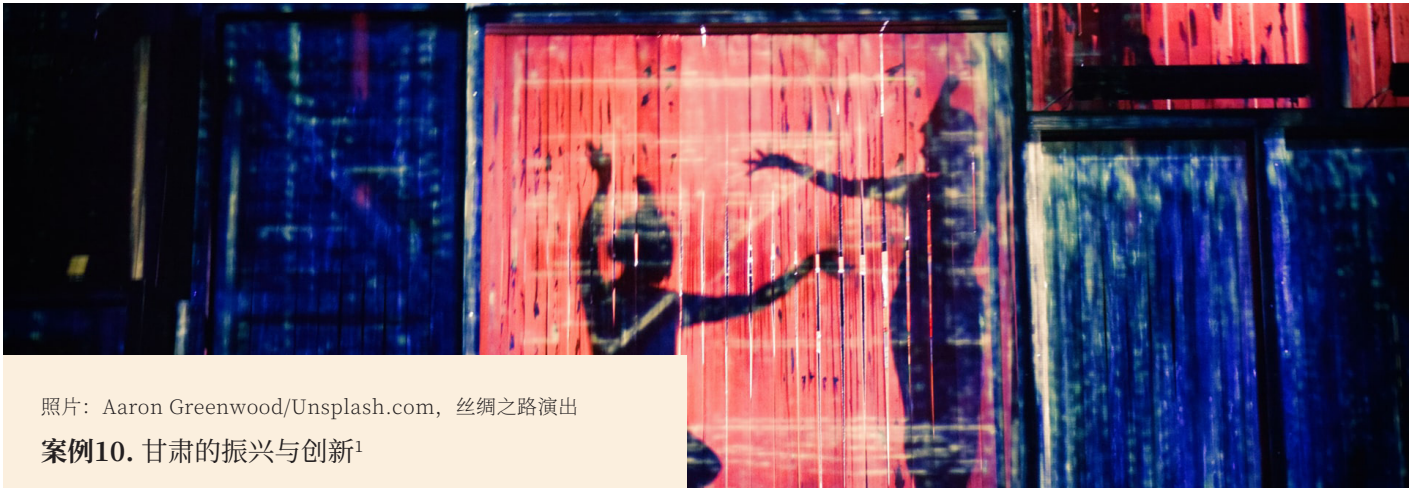
来源：世界银行，2020年，《橙色经济：青年就业的驱动力——专题说明，第1期》，华盛顿特区：世界银行。

残障人和那些参与劳动受到社会限制的人（比如保守社会中的妇女）已经有机会在舒适便利的工作场所从事文化及文化和创意产业生产。平均来看，文化职业工作者中，45%是妇女，在许多发展中国家文化和创意产业的受雇者中，妇女占大多数（见图18）<sup>95</sup>。例如：在拉脱维亚和立陶宛的文化和创意产业工作中，妇女占比为60%，同年，女性雇员在就业总人数中的占比略高于50%，这表明女性在该部门更具代表性<sup>96</sup>。然而，对于女性在文化和创意产业中参与度较高这一情况，我们应谨慎对待。根据《联合国教科文组织2018年全球报告：重塑文化政策》，妇女在关键创意和决策职位上的代表性仍然不足，她们获得的资源较少，并面临着巨大的薪酬差距。

较大比例的青年受雇于文化和创意产业，青年在这些产业雇员中的占比也较高。全球约20%年龄在15-29岁的雇员在文化和创意产业工作，后者是雇用青年最多的产业（见图17）<sup>97</sup>。在哥斯达黎加和哥伦比亚，文化职业工作者中15-24岁工作者的占比分别为26%和23%。相比之下，在哥斯达黎加和哥伦比亚的非创意性产业工作者中，该年龄段工作者分别仅占14%和17%<sup>98</sup>。



## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素



照片：Aaron Greenwood/Unsplash.com，丝绸之路演出

### 案例10. 甘肃的振兴与创新<sup>1</sup>

在资源禀赋的丰裕度和独特性、人员技能以及文化和创意产业的多样性（比如手工艺、民间艺术、音乐、美食以及与丝绸之路相关的文学作品和手稿）方面，甘肃在中国各省中排名第五。这使该省具有独特的竞争优势和比较优势来进一步发展其包括创意产业在内的服务部门，以此作为全省经济转型、减贫和共同富裕总体战略的一部分。甘肃最近经历了一次向服务型经济发展的重大经济转型，显示出其推动经济增长和可持续发展的潜力。人们普遍认为快速发展的服务和创意部门是绿色的、可持续发展的部门。

然而，甘肃未充分利用其文化禀赋，这削弱了其发展潜力。该省面临着四大挑战。第一，甘肃是中国最贫困的省份，它面临着严峻的发展挑战，大部分经济社会指标都明显落后于其他省份。甘肃的人均收入低于全国平均水平的一半，仅为人均收入领先省份的23%。从人均可支配收入、交通便利程度和基础设施质量来看，甘肃在中国所有省份中排名最后。第二，虽然甘肃的一些村镇拥有文化和创意产业或自然禀赋，但它们需要对复兴和创收机会进行大量投资。第三，甘肃缺乏强大的行业和金融机构来利用其文化和创意产业资源禀赋推动经济发展。甘肃相关机构的资源禀赋管理和推广能力也不足。最后，甘肃省在与私营部门合作利用资源和管理公共资产方面经验不足。市政资产融资和运营方面的公私合作仍处于萌芽阶段。

世界银行、国际金融公司、联合国教科文组织和世界旅游组织已与甘肃省政府和中国共产党开展合作，设计实施了一个大型投资方案，以助力甘肃省的文化和创意产业。该方案（世界银行：1.8亿美元，国际金融公司：5000万美元）是世界银行业务中第一个大规模支助文化和创意产业的方案。方案设计受益于拟议的“城市、文化和创造力”框架，旨在扶持文化和创意产业，以增加创收机会，改善项目实施地区的生活条件，加强参与实体的机构能力。该方案致力于改善提高文化和创意产业生产力所需的地方基础设施，推动文化和创意产业中的小微企业发展，使其参与到日益增长的服务型经济中，解决潜在的制度和市场缺陷，从而

消除参与方案的各县最后的贫困区。该方案采用综合利用当地资源禀赋、人力资本以及传统/手工艺技能的方法，以此推动当地经济发展，创造就业机会。该方案由以下三部分组成：（a）加强对中型企业的金融服务支持，利用省级金融机构和参与方案的金融机构提供的资金来支持中型企业的创建与扩张；（b）推动城乡复兴，以改善收入最低的40%群体的生活条件，为居民提供创收机会；（c）完善制度，提升技能，推动全球知识转移，以加强该省在中国文化部和旅游局合并后对国家层面改革的落实力度，鼓励私人投资，努力改进计划、政策和法规，使私营部门的营商环境朝着公平、可持续的方向发展。该方案的受益人总数为6,155,600，其中约40%被认为属于收入水平最低的40%群体。

该方案提供了一种全球模式，展现了主要基础设施网络沿线的小城镇如何利用其现有的文化和创意产业资源禀赋，从经济增长中受益，并推动经济增长。该方案还展示了通过让文化和创意产业中的中型企业参与到日益增长的服务型经济中，可以减少贫困。中国面临类似挑战的省份，以及其他拥有类似文化和创意产业的发展中国家，都可以从这个例子中学习如何有效应对这类挑战。

1. 更多参考信息，见世界银行，2019年，“世界银行新贷款利用文化资产推动中国最贫困省份的私营部门发展。”新闻稿，2019年6月4日。  
<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2019/06/04/new-world-bank-loan-leverages-cultural-assets-to-boost-private-sector-development-in-chinas-poorest-province>

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

由于文化和创意产业与社区关系密切，它们能够为在城市寻找工作和商业机会的移民提供机会。文化和创意产业可以推动移民社区对传统知识的利用、保护和传播，并通过创新和贸易进一步促进这些知识的发展和传播，这或许可以对个人和社会的认同感和方向感产生积极影响——特别是如果这些社区知识资源受到知识产权保护。

虽然文化和创意产业的工作往往吸引边缘化群体并由其从事，但这些工作大部分的质量可能并不高。许多文化和创意产业的工作是非正式的、临时的且薪酬很低。即使是在正式的工作环境中，这些工作的报酬有时也很低。在文化和创意产业工作的妇女打多份工的可能性更高，其中有10%的妇女拥有第二份工作，而在非文化和创意产业工作的妇女的这一比例为7%<sup>99</sup>。由于文化和创意产业中的许多工作者是自营职业者，他们往往无法获得充分的社会保护。在全球范围内，有33%的创意职业工作者是自营职业者，其中约8%的人拥有多份工作<sup>100</sup>。在哥斯达黎加、斯里兰卡、巴基斯坦和马里等发展中国家，自营职业者数量超过了50%<sup>101</sup>。不过，工业化国家的情况也是如此。在27个欧盟国家的城市中，文化行业的自营职业者数量高于其他行业——约占工作岗位总数的32%，而其他行业的占比为14%<sup>102</sup>。2018年，欧洲的自由职业者数量为1,100万，其中31%从事市场营销与传播工作，18%从事艺术、娱乐和休闲工作。在一项调查中，约89%的自由职业者表示他们没有足够的社会保障，无法缓解收入冲击<sup>103</sup>。



### 社会成果

通过提高生活质量和加强社会凝聚力，创意城市可以改善社会成果。创意城市的发展可以推动社区的物理重建和振兴，进而改善居民和游客的生活质量。居民和游客通过消费文化和创意产业的产品——参加音乐会、观赏和购买艺术作品等——可以感受到生活质量的提高。

创意城市的文化和创意产业内部和产业之间存在重要的网络效应，可以增强创意从业人员与文化创意产业参与者之间的关系，推动创新和无形经济的增长。如图19所示，文化和创意产业之间的就业情况高度正相关。创意从业人员相互寻找灵感，从一个创意职业转到另一个创意职业，并以这种方式推动文化和创意产业的增长和发展。例如，早已发现文学、音乐和电影产业之间相互关联。许多电影制作人从他们读过的书中找到了灵感，甚至自己也是作家<sup>104</sup>。在过去的十年里，美国5.6%的平面设计师成为了网络开发人员，2.2%成为了营销经理，6%现在是艺术总监，约3%成为了优秀的艺术家。所有这些职业均位列设计师转行的十大职业<sup>105</sup>。因此，城市往往自然而然地成为文化和创意产业集群的聚集地。城市间跨界创新的变动在一定程度上可能与促成理念跨界交流的结构和支持机制的变化有关。

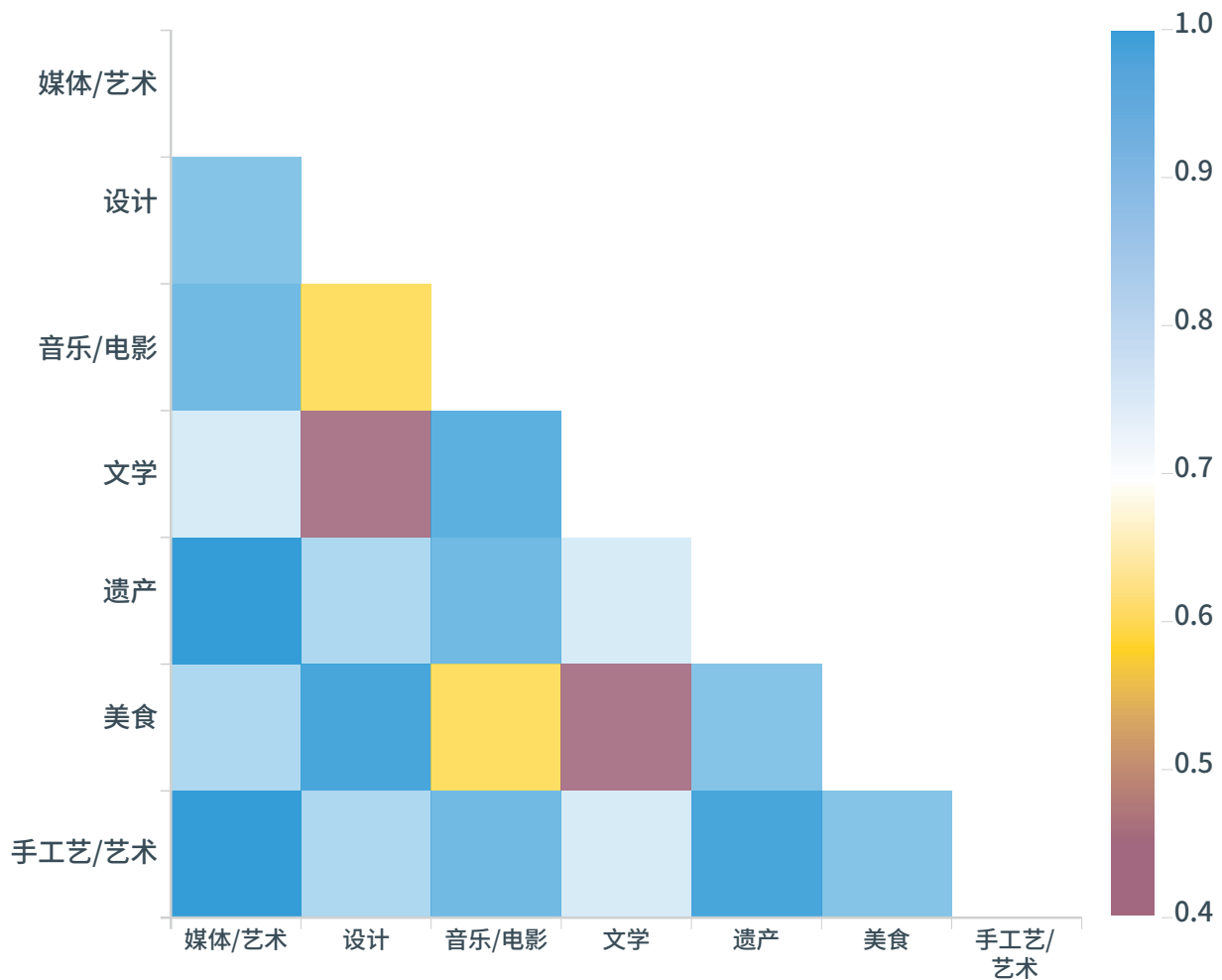
创意和非创意产业之间的网络效应也更广泛地影响着城市中的各种关系、构思和生产。最近一项研究显示，英国的创意公司会对与之共处一地的其他企业产生溢出效应<sup>106</sup>。“如果一个地区周边的企业在信息技术、软件和计算机服务领域更加专业，那么该地区在相应的子行业变得更加专业的可能性会高出80%”。此外，“在创意集群内运营的非创意产业公司往往也更具创造力”，其他部门也具有创造力的创意产业聚集地的比例为66%以上，而不是专门聚集创意产业的地方的这一比例只有23%。相应地，随着邻近企业的发展，创意企业似乎也会发展。在某些情况下，这一发现具有统计学意义。

## 2. 城市、文化和创造力框架：解决制约创意城市发展的因素

文化和创意产业有助于增强社会凝聚力，包括在经历冲突后脆弱的环境中。经验表明，利用当地的文化和创意产业并以参与性方式重建城市，有助于增强社会凝聚力，增进不同族裔群体之间的宽容。马里的廷巴克图就是一个例子。在2012年经历了一段时间的暴力冲突之后，当地的石匠公司和社区利用传统知识和技能，通过集体行动修复了当地传承的资产<sup>107</sup>。这一流程和方法不仅帮助重建了有形资产，帮助重建了社区结构和文化认同。另一个例子是印度尼西亚的班达亚齐，在经历了数十年的分离主义冲突和自然灾害后，该市的文化和创

意产业在重建城市与和平的过程中发挥了关键作用。危机过后，为了加强社会互动，促进社区对话，当地的剧团、表演团和官员展开合作，创作了以恢复为主题的戏剧，并在难民收容所和班达亚齐文化公园表演<sup>108</sup>。这种创造性的“论坛剧场”策略帮助提高了当地社区参与度，尤其是难民等最弱势群体的参与度，同时也为人们就城市重建与复苏交流信息和想法提供了一个重要的场所和渠道。

图19. 创意产业之间的就业相关性



来源：国际劳工组织（2020），劳工组织统计数据库。可查阅：<https://ilostat.ilo.org/data/>, own calculations。





### 3. 创意城市的经验及 COVID-19的影响





### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

#### 3.1 创意城市经验一览

创意城市可以通过不同途径，利用文化及文化和创意产业来促进空间、经济和社会发展。在本节中，我们将分享从九个案例研究获得的洞见，这些案例研究介绍了各个城市采取不同途径来促进文化和创意产业的发展和增长，为居民、创意从业人员和更广泛的社会带来实质性成果——以及促成这种增长的各种政策工具和条件。这些案例说明了城市可以通过各种各样的创意活动和资产推动当地的发展，可以通过培养文化和创造力取得丰硕成果，并且地方和国家政策在不同情况下可以发挥不同的作用。

案例包括：

- **秘鲁利马**，利用其烹饪传统来释放经济增长潜力，改善街区，为边缘化的社会群体带来更多工作和机会。
- **日本京都**，采用新技术发掘其丰富的文化遗产，为城市经济增添新活力，同时增进社会包容。新兴创意和艺术集群的成功帮助改变了该市的物理空间，巩固了其作为全球知名创意城市的地位。
- **日本神户**，是联合国教科文组织创意城市设计之都，在经历了灾难性的地震后，利用其独特的文化和创意传统，“重建得更好”，并且基于当地的文化和历史，形成了更强的城市认同感。
- **韩国首尔**，是另一座联合国教科文组织创意城市设计之都，其政府将文化和创意资本视为社会经济增长和经济多元化的主要驱动力，并为创意集群和地方项目提供系统性支持，在城市复兴和创造就业机会方面产生了重大效益。
- **约旦马代巴**，一座在2017年被授予联合国教科文组织创意城市“手工艺与民间艺术之都”称号的小城市，通过保护和推广当地古老的马赛克制作工艺，成为主要的旅游目的地，并使其城市结构和经济重新焕发活力。
- **刚果民主共和国布拉柴维尔**，是联合国教科文组织创意城市音乐之都，将其独特的当地传统音乐视为一种资产，通过扶持艺术家、帮助他们提升工艺技能来重建社会凝聚力。
- **巴西桑托斯**，是联合国教科文组织创意城市电影之都，一直投资于支持创意经济，以促进最弱势群体的社会和经济变革。
- **法国昂古莱姆**，是联合国教科文组织创意城市文学之都，利用漫画产业来推动该区域的社会经济和城市发展。
- **塞尔维亚贝尔格莱德**，在有限的公共支持下，自下而上的创意活动促成了城市转型和被忽视地区的振兴。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

本节中回顾的这些案例代表了各种各样背景下，不同的创意城市实践、方法和成果。这些城市中既有一线城市和国家首都（利马、首尔、布拉柴维尔、贝尔格莱德），也有二线城市（桑托斯、昂古莱姆、马代巴、神户和京都——不过它曾是日本首都），人口数量范围广泛（从昂古莱姆的4万人到利马的1000万逾人）。这些具体的案例研究是由世界银行、联合国教科文组织和其他合作伙伴逐步商讨确定的，选择这些案例旨在着重展示将创意城市方法应用于城市发展的几种关键类型，以及这些方法适用于的不同环境。关键类型为：

**1** 第一类案例为创意城市的发展与特定的产业/部门密切相关，产业的发展是创意城市发展进程的核心，往往也是政策干预措施的目标和各种地方发展成果的来源。这种类型的案例包括利马、马代巴、布拉柴维尔和昂古莱姆。选择它们可以凸显这种方法对处于不同发展阶段的一、二线城市（从低收入、中等收入到中上等收入）均可适用。

**2** 第二类案例为创意城市的干预措施和改造措施受城市空间改造驱动或与之相关（自下而上或自上而下）。这种类型的案例——首尔、京都和贝尔格莱德——大多是相对较大的城市，它们拥有独特的城市结构和朝气蓬勃的技能型人才，这些促成了城市空间和创造力之间的良性循环。首尔提供了一种自上而下（由市政府和国家政府主导）开展大规模城市复兴的范例。京都是城市改造的一个例子，当地政府支助帮助扩大了基层主导的、基于社区的城市改造工作。贝尔格莱德采取了一系列小规模的下而上的街区一级举措，这些举措最终可以得到推广。这种模式也适用于较小的城市。

**3** 最后一类案例为城市利用当地社区拥有的创意资产来应对社会发展、社区建设和包容方面的许多挑战，无论是长期存在的挑战（比如桑托斯的不平等和种族隔离现象），还是灾难（比如神户地震）后出现的挑战。这一类型的案例旨在表明创意城市具有无限潜力，创造力可以帮助当地解决发展所面临的各种挑战。

本节阐述了从上述案例研究中获得的主要经验。表2对这些案例进行了概述。→

表2. 创意城市案例研究摘要——它们为支持创造力做了什么?它们是如何做到的?

	综述和关键成就	背景情况	资产:创意基础	宜居性、城市空间和基础设施	技能、人才和创新	社会网络、促进因素及技术和财政支持	机构、法规及伙伴关系	关键促进因素——个人、事件等	汲取的经验
利马	在过去的二十年中,利马已经成为世界知名的美食集群所在地。这是由了解秘鲁美食潜力的有远见的厨师们发起的私人倡议和政府提供广泛支持的结果。今天,利马的美食行业及其供应链约占国民经济的11.2%。2009年至2018年期间,餐馆对利马经济的贡献翻了一番,为边缘化群体和教育水平较低的人创造了就业机会,并为他们提供了新的上升通道,促进了包括卡亚俄在内的城市周边街区的振兴。	长期的社会冲突和经济不稳定使利马深陷绝望。几十年动荡后的恢复吸引了一些旅居国外的秘鲁人——包括厨师——返回秘鲁,并为他们重新参与文化传承和美食传承、融合外国做法创造了条件。	该国独特的烹饪传统受到自然生态系统多样性和来自世界各地的移民带来的文化传统多样性的启发。	城市中的大都市和地区政府采取了积极的措施来促进和振兴传统市场。 自下而上的街区振兴部分是由美食集群的兴起推动的,部分是由地方政府的监管变化促成的。	一批厨师(因冲突停止、宏观经济和政治稳定以及营商环境改革)在国外获得经验和技能后回到秘鲁,并大力投资于培养和赋能下一代厨师的生态系统。除了私人提供的职业培训外,利马市政府还推出了“创意厨房(Cocina de Ideas)”以支持美食方面的技能发展,作为其旅游发展战略的一部分。	国家美食协会(APEGA)将志同道合的厨师聚集在一起,他们相信秘鲁美食潜力无限。国家美食协会与农民、国际马铃薯中心、商会和农业大学结成联盟,协调推广秘鲁美食的工作。	国家战略发展中心(CEPLAN)牵头为推广国家美食提供政府支持,制定了行业准则,开展了推广活动,并且设立了国际食品博览会。 当时没有总体计划,而是将各种有利因素和公共与私人行为体之间的协调结合起来。国家战略发展中心、国家美食协会和利马市政府之间的对话也因此日益加深。	加斯东·阿库里奥(Gaston Acurio)和其他明星大厨吸引了全世界对秘鲁美食的关注。加斯东的电视节目和政府赞助的市场营销活动是提高秘鲁佳肴在国内知名度的关键因素。厨师们成立的协会和烹饪学校成为扩大烹饪业繁荣的关键工具。	一个关键的成功因素是私营行为体和网络与政府机构之间的紧密合作。国家政府在内乱时期之后的发展计划中,将该行业作为国家发展支柱而提供重点支持,在该行业转型初期发挥了关键作用。政府还开展了一些全国性的美食、旅游和农业综合企业推广活动,并参与了美食外交。随着时间的推移,利马市政府发挥了更积极的作用,既注重促进美食旅游的发展——部分是通过与国家美食协会合作——又注重向贫困和边缘化群体宣传该行业的好处。采取的行动包括:(i)升级和扩大街头市场;(ii)减少对街头小贩的限制;以及(iii)提供“创意厨房”技能发展项目。
京都	京都利用其丰富的历史、文化遗产和文化活动,并将其作为新的创意社区增长的基础,专注于技术驱动的艺术和创业。今天,京都的创意产业约占所有私营企业的16%-18%,占该市所有雇员的10%-12%(日本的比例分别为4.4%和3.2%)。	京都作为日本的古都,拥有1200年的历史。现代京都融合了丰富的文化传统、前沿的艺术家、创意社区和现代技术产业。	日本古都的物质和非物质文化遗产、既拥抱传统又利用传统价值来激发创意的社区文化。	京都政府实施了许多复兴举措,涵盖范围小至城镇项目,大至整个街区的复兴计划,并从中扮演了不同的角色:从京都东街区助推者到京都西街区领导者,不一而足。京都政府灵活采用方法,专注于创造性社区参与是促进广泛城市转型的关键特色。	京都与很多大学建立伙伴关系,将大学融入创意社区,在此过程中增进其价值。例如,该市帮助京都市立大学在京都东街区开设了一个新校区。	存在的多个主要创意空间和机构将创意社区凝聚起来并促进其发展。其中许多主要创意空间和机构得到了京都政府的支持,它们发挥的作用得到了政府的认可。	城市规划者了解创意行业的潜力,并通过不同领域的政策来推动这一愿景:城市复兴、教育和产业政策。虽然没有一个单一的计划或战略,但这一愿景是在多个行业的文件中同时进行的,并且总是在与创意社区和关键人物的协商和合作中进行。	多个小型创意空间:FabCafe、京都创意人工作室(KMG)等。	京都展示了创意社区的强大潜力及其改造小型(有时是废弃的)城市空间的能力,并有助于加强城市经济。京都的公共干预措施设法通过多种干预措施支持艺术家和创意社区的发展,从保护城市的文化遗产到振兴再到给予直接支持,不一而足。  虽然公众参与采取了不同的形式,但所有这些的关键特征是让创意社区参与进来,并确保获得更广泛的社会包容性。

综述和关键成就	背景情况	资产:创意基础	宜居性、城市空间和基础设施	技能、人才和创新	社会网络、促进因素及技术和财政支持	机构、法规及伙伴关系	关键促进因素——个人、事件等	汲取的经验
<p>对于神户而言，创意城市愿景成为1995年毁灭性地震后重建的一个组织框架。该城市需要给饱受伤痛的社区带来希望和意义，并重建当地经济的基础。宣布发展成为创意城市这件事，促成了公共政策、慈善工作和私营部门的大量创新。</p>	<p>1995年地震后，神户失去了超过4500名居民，基础设施和核心产业遭受严重破坏。创意城市愿景（受到联合国教科文组织的启发）帮助该城市重新定位，为社区生活和经济进步创造新的动力。</p>	<p>作为19世纪日本第一个开放港口，神户有着兼容并包的传统和文化影响力，还有地方社区和地方认同的力量，随着该市从1995年地震悲剧中逐渐恢复，这种力量得到进一步加强。</p>	<p>城市复兴项目是地震重建的重要部分，其基础是强大的公民参与，旨在加强社区意识和城市形象，使其成为一座宜居城市，而不仅仅是工作地点。</p>	<p>该市试图面向艺术家和创意工作者塑造一个宜居形象。城市管理部门开展了一些项目，目的是在学校课程和公共部门活动中注入创造性思维和做法。</p>	<p>该市支持艺术家和创意社区通过以补贴的方式激励当地企业雇用本地设计师。</p>	<p>该市依靠支持促进创意的关键机构和个人：KIITO、城市创意总监和创意产业首席经理。</p> <p>私营部门和非政府组织之间的密切合作使城市能够支持和扩大相关的私人倡议，例如“美食城”——一套支持扩大当地从农场到餐桌的美食运动的倡议，它起源于在城市开设农贸市场的私人倡议，在城市的支持下得到扩大。</p>	<p>地震后/长期重建的需要激发了社区的团结，成为重新发现文化和创意遗产的基础。在当地商业领袖的领导和商会的支持下，神户市与联合国教科文组织开展合作，市长收到加入联合国教科文组织创意城市网络的提议，最终其创意城市政策愿景得以通过。</p>	<p>虽然神户承认“联合国教科文组织创意城市设计之都”是其核心身份，并建立了帮助创意的机构，但从来没有制定详细的行动计划。</p> <p>神户已经成功地创建了一个组织框架和环境，能够促进多种倡议自公共和私营部门内部出现的愿景。</p>



综合和关键成就	背景情况	资产:创意基础	宜居性、城市空间和基础设施	技能、人才和创新	社会网络、促进因素及技术和财政支持	机构、法规及伙伴关系	关键促进因素——个人、事件等	汲取的经验	
首尔	为了应对不同的城市挑战并使经济多样化，首尔决定利用文化和创意资本来推动经济增长和空间发展。其实施了一系列基于长期规划和综合研究的举措，包括数字媒体城（DMC），这是一个由垃圾填埋场开发成的高端媒体和娱乐及IT产业集群。数字媒体城已成为韩国最大的媒体中心，容纳了550多家公司，截至2019年12月，租用率达94.2%。首尔还通过首尔城市复兴中心支持地方创意项目，寻求基于文化的城市复兴。从2017年到2019年，其支持60个不同地点的71个项目。	近年来，韩国认识到文化和创意产业的潜力，认为它是一种新的增长来源，可以帮助实现多样化，摆脱以制造业为重点的增长模式。首尔领导层认识到，文化和创意产业极大地有利于新的发展道路，因此为培育文化和创意产业提供系统性支持。	首尔是韩国的经济、社会、创意和文化中心，拥有大量的创意专业人士。有34,725家文化和创意产业公司在首尔运营，占韩国所有文化和创意产业公司的三分之一左右。该行业雇用了340,363人。首尔还在2010年作为“创意城市设计之都”加入了联合国教科文组织的创意城市网络。	首尔支持数字媒体城的发展，使其成为新的面向未来的数字媒体娱乐产业集群。这些空间和设施是通过城市主导的行业分析而设计和建立的。其开发位置具有战略意义，为主要商业区和学术机构提供了极大的便利，并与主要机场和铁路便利连通。首尔还将文化和创意作为其复兴工作的核心。例如，以文化为基础、以人为本的城市复兴项目旨在提高居民的生活质量，特别是边缘化或弱势群体生活质量。该议程由专门机构——首尔城市复兴中心来执行。	政府正在实施一项更广泛的支持创意部门的战略，其中包括培训和技能发展方案。数字媒体城提供由行业专家提供的最新技术、市场营销和人才招聘方面的技术培训，特别是针对企业家的培训。首尔城市复兴中心还为当地居民提供能力建设方案和研讨会。	数字媒体城租户从政府获得技术和财政支持（如配套资金、税收减免和激励），并参与建立网络联系和创意商业活动。数字媒体城还确保入驻租户能互补并加强彼此的功能，同时这些租户足以吸引其他企业到该地区以达到溢出效应。首尔城市复兴中心提供项目资金，并为当地社区、公共行政机构和行业专家之间的会议和网络提供便利。	数字媒体城在整个价值链的不同文化和创意产业行为体和代理人之间促进强有力的网络，从政府、学术界、研发机构到私营部门都是如此。首尔城市复兴中心与不同的政府机构（首尔住房和社区公司、首尔研究所和首尔教育办公室）建立了正式伙伴关系，以最大限度发挥协同作用。首尔还开发了首尔城市复兴中心以提供平台，让社区能够聚集在一起，讨论他们自己社区的复兴想法，并予以实施。	政府支持基于文化的发展方式，主要是受到全球对利用“软实力”和文化及创意资本的日益关注，以及“韩流”现象的影响——韩国文化在全球越来越受欢迎，从韩国流行音乐和韩国影视剧到网络游戏和韩国美食，影响力越来越大。	首尔表明，健全的市场评估和精心协调的干预措施使政府能够利用自上而下的方法在发展文化和创意产业生态系统方面发挥有效作用（如果不了解需求，往往会失败）。这些政策举措伴随着充分的支持性法律框架；专门机构和跨领域的体制机制，各种行为体和代理人之间的增值网络和动态；合作的有形基础设施；以及量身定制的支持系统，涵盖从培训到金融和法律服务、到市场营销的各个方面。
马代巴	这个以马赛克闻名的小城市投资保护该传统工艺，并设法围绕马赛克建立旅游经济，这促使马代巴被指定为联合国教科文组织创意城市手工艺与民间艺术之都。	在整个20世纪，该地区都有古代马赛克被挖掘出来，但这种艺术形式尚未完全被当地认同为核心。	马赛克的传统以及重建马赛克制作工艺和发展相关艺术的机会。	马赛克有助于使城市公共空间和城市结构更具吸引力。	马赛克制作学校成为推动该行业发展的核心促进因素。	与中东大学的伙伴关系对发起马赛克节至关重要——这是一年中最吸引游客的活动。	马代巴马赛克艺术和修复研究所（MIMAR）成立于1992年，为手工艺人开设了课程。政府对建立马赛克制作工作坊的认可和支支持，对马赛克制作传统的重生至关重要。	马赛克艺术和修复研究所发挥了推动作用。马代巴在2017年成为联合国教科文组织创意城市网络下的创意城市手工艺与民间艺术之都，这有助于吸引更多关注马代巴的马赛克集群。	马代巴的故事表明，创建一家专注于保护遗产的研究院可以释放经济机会。
布拉柴维尔	布拉柴维尔一直以音乐传统闻名于非洲，并在当地政府的领导下，使音乐成为促进经济增长和社区凝聚力的力量。	刚果音乐长期以来在非洲和世界范围内享有盛名，然而这并没有对布拉柴维尔的发展产生影响。	独特的音乐传统，以及当地音乐家不断发展的风格，吸收了多种影响，产生了独特的声音。该市因此获得了联合国教科文组织创意城市音乐之都的称号。	当地政府创造了可以表演和分享音乐的实体活动空间。这是该计划的关键部分，也有助于提高社区凝聚力。	市政府提供乐器和设备，并支持对年轻艺术家的培育。地方政府支持提高该行业管理技能的努力。	地方政府为宣传音乐界及其历史所做的努力在提高城市的旅游吸引力方面起到了关键作用。	该市支持组织重大活动，如一年举行两次的世界知名的泛非音乐节（FESPAM）和国际传统音乐节（FEUX DE BRAZZA）。	在2013年被联合国教科文组织认定为创意城市音乐之都后，文化和艺术部与刚果音乐家联盟合作，设立了“音乐、地方发展和社会凝聚力”项目。该项目进一步增强了该市音乐生态系统的势头，并促进了对该行业的投资。	布拉柴维尔的经验表明，地方政府可以投资于加强文化和创意产业持续发展的基础。在布拉柴维尔，这包括通过提供乐器和艺术驻地来支持创作过程、通过为音乐表演创造空间和活动来帮助传播、关注创意产品的专业化和商业化。

	综述和关键成就	背景情况	资产:创意基础	宜居性、城市空间和基础设施	技能、人才和创新	社会网络、促进因素及技术和财政支持	机构、法规及伙伴关系	关键促进因素——个人、事件等	汲取的经验
桑托斯	为了应对日益严重的社会和经济不平等，桑托斯通过利用创意经济的力量寻求改变，特别是在最脆弱的街区寻求改变。在公共和私营部门、民间社会团体、非政府组织和教育机构的合作工作的支持下，不同的倡议——如创意村倡议和创意生态工厂——为5000多名各年龄段的人提供了参与文化活动的机会，并使他们围绕共同的兴趣聚集在一起，唤起了归属感。	桑托斯政府寻求在最脆弱的街区——包括毒品交易、卖淫和恶劣的住房条件普遍存在的地区——促进经济机会和社会包容，为此推广文化和创意产业的文化活动，以及与一系列植根于当地的文化活动有关的专业培训，这些文化活动包括：电影、美食、工艺品（家具）和时尚。	尽管条件颇具挑战，桑托斯的社区在创意和文化活动方面表现出了潜力，从舞蹈、美食到手工艺皆为如此。	市政府建立了九个创意村，在脆弱地区进行小规模干预，也作为创意和社会活动的公共空间。	桑托斯政府通过创意村实施方案，让当地人参与培训和文化活动。其还支持“创意生态工厂”举措，该举措利用当地收集的回收木材提供木工培训。这一创新举措在2017年获得了社会影响力奖。	该项目是在桑托斯市政府的管理下，与民间社会团体和教育机构合作开展的，而巴西微型企业支持服务机构（SEBRAE）、Paula Souza中心（CPS）和人民银行（Banco do POVO）提供技术和财政援助，鼓励创意经济行业的社会创业。	公共和私营部门、民间社会团体、非政府组织和教育机构之间的协作是该项目成功的关键。在市政府的指导下，非政府组织推动了不同的文化方案和能力建设，而金融机构和支持机构则提供了技术和资金支持。	创意村推出的不同文化活动和培训促进了教师、工作人员、参与者和社区成员的融合。它还加强了社区认同感，并提供了获得文化和经济机会的机会。	市政府利用文化和创意经济的力量，在这个充满挑战的背景下实现了社会和经济变革。公共和私营部门、非营利组织和金融机构之间的有效协作在实现变革中发挥了作用。
昂古莱姆	当造纸业和丰富的文学传统而闻名的昂古莱姆面临经济衰退时，在1974年成功举办漫画节之后，它利用和培育了漫画产业来推动该地区的社会经济和城市发展。今天，有近200名作者/艺术家和30家与漫画产业直接相关的不同公司（如出版商、经销商等），以及75家致力于动画、数字创作和多媒体的公司设在该地区。	在过去的25年里，法国的漫画产业经历了一个由形式和流派的多样化所推动的艺术活力的强劲时期，并成为法国图书市场中第二具活力的部分。昂古莱姆国际漫画节（FIBD）成功举办后，继续加强与漫画产业相关的生态系统。	自16世纪以来，昂古莱姆就以其造纸业以及丰富的文学传统而闻名全国。除了国际漫画节之外，昂古莱姆还举办了一些国际和国内的文化活动，许多与文化和创意产业有关的创意专业人士和代理商都在该地区工作。2019年，昂古莱姆加入了联合国教科文组织创意城市网络，成为创意城市文学之都，这是因为它对漫画的文学关注是独特的。	这里有专门的文化设施（国际漫画和图像城（CIBDI）、媒体库L' Alpha等）来支持和促进漫画产业。除了文化设施外，昂古莱姆作为漫画和“图像”之地的形象也吸引了世界各地的创意专业人士，他们在作者之家定居。	该市建立了拥有12所高等教育学校的图像校园，以培养人才并促进学生、作者和公司之间的互动。这些学校提供漫画、电影、动画片、纪录片和电子游戏方面的培训，课程范围涵盖广泛，从预科到博士，不一而足。	专业作家联盟的创建是为了加强对创意专业人士的社会经济保护。地方政府也提供了大量的财政和后勤支持，资助不同的艺术节，为文化和文化的获取提供支持。	创建了经济发展中心支持和加强漫画产业，以及动画、电影和视频游戏的发展。全国BD作家协会（adaBD）也在昂古莱姆成立，与公共主管部门合作，提供行政和法律支持。	1974年举办的昂古莱姆国际漫画节（FIBD），吸引了文化专业人士来到该地区，为漫画产业生态系统的发展奠定了基础。自此，不同的节庆活动使该地区作为漫画、动画和“图像”之地更加知名。作者/艺术家社区，以及像国际漫画和图像城这样的组织，继续帮助提高和加强文化和创意产业的整体生态系统。	不同的文化和创意产业行为体和政府官员合作，以加强该行业。认识到创意专业人士的社会经济脆弱性，政府官员与他们合作，将他们的提议和建议纳入公共政策，以解决这些问题并改善文化和创意产业的整体生态系统。

综合和关键成就	背景情况	资产:创意基础	宜居性、城市空间和基础设施	技能、人才和创新	社会网络、促进因素及技术和财政支持	机构、法规及伙伴关系	关键促进因素——个人、事件等	汲取的经验
<p><b>贝尔格莱德</b></p> <p>文化和创意产业已经成为贝尔格莱德经济的动态内容,为其旅游景点做出了贡献,并推动城市复兴和促进社会参与。然而,文化和创意产业带来的机会并没有被纳入公共政策并加以利用。一些自下而上的倡议——包括Savamala区(由于贝尔格莱德滨水区的新城市投资,该区在繁荣期后消失)、贝尔格莱德设计区(Choomich)、Cetinjska街和Dorćol Platz广场,由创意专业人士和企业家牵头,帮助建立创意区,引领这些街区的未来转型。这种自下而上的举措引起了地方主管部门的注意,因为新的城市化计划对前公共财产的未来私有化至关重要。然而,该市并没有直接投资于更多的基础设施的重建,比如利用好这些举措。</p>	<p>在后共产主义的欧洲,人们一直没有充分认识到文化对地方经济的发展潜力。然而,贝尔格莱德自下而上的创新活动促进了城市周围几个独特的创意集群的建立,加强了城市复兴,并为年轻创意专业人士提供了经济机会。</p>	<p>作为塞尔维亚的首都,贝尔格莱德是该国的创意和艺术生活的中心。塞尔维亚65%以上的文化基础设施和约60%的文化和创意产业都位于贝尔格莱德。2018年,贝尔格莱德文化和创意产业约有14,000家企业和组织。超过43,000人在核心创意产业行业就业,占贝尔格莱德总就业人数的6%。每1,000名居民中,就有30人在创意行业创业。</p>	<p>当地的创意专业人士聚集到一起,在闲置的、被忽视的建筑中分享创意工作和创业的资源空间,从而使这些建筑得到振兴,更好地融入城市生活。典范案例包括贝尔格莱德设计区(Choomich),这是由被忽视的购物中心改造成的艺术和设计区;Cetinjska街,这是由啤酒厂及其周围的仓库改造成的夜生活和餐饮区;以及Dorćol Platz广场,这是一个设在重建的飞机库中的文化和创意活动中心。</p>	<p>贝尔格莱德设计区动员了“创作模式”活动家,他们的设计运动提供了一种创新时尚,既不属于“高端时尚”,也不是大规模生产,而是一种差异化和个性化的时尚。他们在协会内交流思想,共同发展文化化活动。新企业家加入该协会需要严格筛选。</p>	<p>这些举措是由于时尚界创意专业人士之间的互动和协同作用而有机地发展起来的。这使其他企业家和一些餐馆和酒吧老板能够继续他们的活动,而不需要创建一个共同的组织(每位企业家都从市政府那里租用其空间)。</p> <p>Cetinjska街的企业家是在他们在Savamala区的租房合同因他们变成中产阶级而被取消后,搬到了那里。他们继续着混合计划,在他们的酒吧和餐馆组织文化活动(如诗歌朗诵)。</p> <p>在Dorćol Platz广场的废弃建筑中开展活动的记者和其他创意专业人士,将他们的活动规划为商业和非商业活动的混合体,包括戏剧制作和表演、街头艺术活动、儿童动画项目等。除了极少数由艺术集体领导的艺术和教育项目,这些举措都没有得到任何公共支持。</p>	<p>非正式艺术家和小企业网络和组织一直是贝尔格莱德自下而上的文化和创意产业发展的中心。一个具有代表性的例子是“Dorćol Platz”举措,即多名艺术家成立了一个艺术协会,创建了Dorćol广场这样的创意空间。</p>	<p>在创意企业家、艺术家和当地企业家的互动推动下,创意活动有机地发展起来。贝尔格莱德设计区(Choomich)是由20位时装设计师创建的,他们设想为年轻艺术家、设计师、时尚爱好者和顾客提供一个新的聚会场所,而Dorćol Platz也是由艺术家以及记者和企业家建立的,他们旨在创造认可艺术创造力的空间和条件,促进其生产和传播,支持艺术家和创意企业家建立网络联系和增强经济权能,并促进创建免费的“公共”空间,为批判性思维的辩论和集会以及艺术活动开放。</p>	<p>如果能够将创意企业家和有机创意社区与其他社会力量(记者、媒体中的其他人、学术界)联系起来,在创造自下而上的文化政策、促进创意部门的创新方面具有重要作用。这些自下而上的政策和活动有很大的潜力,可以成为让文化生活变得更有活力的催化剂,有助于被忽视的(大部分是公共的)建筑进行城市转型,同时为曾经被遗弃或被忽视的工业街区创造新的身份。</p> <p>贝尔格莱德的经验证明了自下而上倡议的韧性,但也突出了自下而上的倡议的局限性,以及容易被主管部门转为它用的特点,Savamala区的情况即是如此。当该地区变得有吸引力时,公共主管部门看到了它的经济潜力,并将该地区介绍给投资者,而没有考虑到那些不得不离开的创意企业家的未来。例如,在这个新的中产阶级化街区,不再有Mixer House的一席之地,这是创意社区的中心区域之一,它不得不依靠自己的资源为其艺术节找到新的位置空间(搬到萨拉热窝和回到Dorćol,最后在2020年搬到贝尔格莱德附近的一个村庄)。然而,如果在协会和网络中建立联系,创意企业家(贝尔格莱德设计区)可能会向政府官员进行宣传,并取得成功,就像为创建贝尔格莱德设计区(Choomich)工作组所做的努力一样。</p>

## 3.2 从利用文化和创造力促进城市可持续发展和包容性增长中汲取的经验

成功的创意城市会对其文化和创意资产摸底，创造条件使这些资产得到利用，并识别和应对制约其增长和发展的因素。繁荣的文化和创意产业的绝佳范例是那些利用了当地独特资产、文化或传统的产业。许多城市都是从了解其资产和比较优势开始着手的。在马代巴等城市，这些资产是明确界定的（如镶嵌艺术），而在神户等其他经历过劫后余生的城市，可以创造重新审视和重新发现其独特文化的环境。还有一些城市对其独特资产加以利用和进行重塑，例如，昂古莱姆著名的造纸业和丰富的文学传统为培育新产业（漫画书和平面设计）奠定了基础。诸如首尔这样的城市可能会选择在了解当地有利条件和特定文化和创意产业潜力的基础上，形成创意集群。虽然并非总是必要，但行业和市场评估可以帮助制定基线和增长机会的目标。无论当地情况如何，深入了解当地的创意和文化资产是所有政策制定的重要出发点。

利益攸关方需要了解当地文化和创意资产及其潜力，而研究影响它们的制约因素也同样重要。全球经验表明，根据制约因素的不同，可能需要提供不同的支持。如第2.1节所述，制约文化和创意产业发展的因素因城市而异，但主要包括以下因素：不正规、缺乏管理技能（如布拉柴维尔的音乐产业）、缺乏催化机构或行为体（如利马的烹饪产业）、购买力不足和中产阶层化使创意人士负担不起。“城市、文化和创造力”框架可用于评估制约因素，并为制定相关响应政策和提供支持提供信息。

成功的创意城市范例，为利益攸关方可以承担的不同角色提供了多种选择。在利马，美食业集群发展的最初阶段是由少数厨师（包括加斯頓·阿库里奥）启动的，他们在国外获得培训和经验后返回该市。京都东站长街区的转型与几家当地创意机构（如FabCafe）有关，这些机构主要是在创意社区内形成的，并推动了该地区的转型。在贝尔格莱德，一些创意专业人士的团体领导了“城市创意回收”行动，将破旧的建筑或被忽视的地区变成了独特的创意空间——如Savamala区、BIGZ和Inex Film——并为这些社区赋予了新的文化身份。然而，在首尔，对创意经济的投资主要是由政府主导的基于市场和行业分析的举措。上述所有城市虽然在起源、政府支持程度和发展轨迹上有所不同，但都取得了成功，这表明利益攸关方的参与和角色并没有一个统一的模式。

大多数成功的创意城市倡议都依赖于公共和私人行为体的合作。在秘鲁，国家政府认识到利马美食业的发展潜力，并将资源用于促进其发展，这有助于该行业的发展。在首尔，数字媒体城的成功不仅来自于政府的大量投资和支持，也来自于在整个价值链所精心打造的、包括不同行为体和代理机构的创意生态系统。协同作用产生了溢出效应——吸引了更多的创意企业家和更多的便利设施到该地区，使数字媒体城成为韩国最大的媒体中心。在桑托斯，公共和私营部门、民间社会团体、非政府组织和教育机构之间的合作也是成功的关键。在市政府的指导下，非政府组织促进了不同的文化项目和能力建设，而金融机构和各种机构则提供了技术和资金支持。在神户，该市采用的松散的创意城市愿景提供了一个框架，在该框架内，公共和私人倡议将通过持续的合作推出并得以发展。



### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

以人为本的方法对于成功推动文化和创意产业以及创意城市的可持续发展至关重要。布拉柴维尔成为非洲大陆的音乐中心，其部分原因是音乐家们得到了政府的资助。政府的支持涉及创作周期的各个阶段，从技能发展和提供乐器，到作曲和录音，再到通过表演空间传播，政府都给予了支持。在马代巴和利马，镶嵌艺术和美食活动的发展与建立教育和技能发展项目密切相关，这些项目培养了手工艺，并使更多人能够有机会学习。布拉柴维尔政府也采取了措施，向从事音乐业务的人提供管理培训，使其文化和创意产业专业化。在桑托斯，该市注重投资于创意经济的能力建设，以促进最弱势群体的社会和经济变革，为其提供专业培训或参与文化活动的机会，释放其创意潜力。

创意经济的专业化是实现创意资产经济可持续发展的重要一步。为了帮助创造有利环境，创意行为体必须参与协商，帮助政府了解他们的需求，从而制定支持措施，改善其商业活动和创作环境。在神户，对创意社区的援助包括在雇用当地设计师时向当地企业提供补贴，使当地企业能够获得专业经验。在昂古莱姆，该市认识到创意专业人士的社会经济脆弱性，并将来自广泛的文化创意产业参与者/代理机构的建议纳入公共政策。这些建议中包括保障住房、完善法律、提供社会和专业支持。这些行动对于推动经济发展和确保创意社区及其代表的创意资产的可持续发展至关重要。

城市场所建设对于创意城市发展和社区建设非常重要。在首尔，数字媒体城项目的重点是创建一个有吸引力、设备齐全的空间来容纳创意，选择一个有战略意义的地点来实现文化和创意产业环境，同时也将前垃圾填埋场重新利用，造福环境和城市。而首尔再生中心则旨在利用街区升级举措来激发社区建设。此外，文化和创意产业还可以帮助重塑城市空间，为可持续发展的其他方面作出贡献。例如，京都的京都站街区附近通过创意空间和艺术以及相关行业的小企业的逐步发展而得到了改变。这导致了房地产价格的上升，吸引了更多的投资进入该地区，改善了其整体质量和舒适度。不断增长的房地产价值会带来中产阶层化的风险（尽管京都站街区尚未发生这种情况），使许多创意界人士未来因无力负担高昂的价格而不得不搬出该街区，这将给政策制定者带来另一项重大挑战。同样，在利马的卡亚俄、米拉弗洛雷斯和巴兰科社区，成功运营的餐馆，和越来越多新开设的画廊和博物馆，为促进城市复兴铺平了道路。

尽管经济增长可能不是创意发展的核心动力，但它可以带来实质性的成果。文化和创意产业在京都市贡献的就业密度是整个日本的三倍。在首尔，该产业雇用的人数超过34万，在该拥有近1000万人口的城市中占有相当大的份额。利马的美食行业及其相关产业在秘鲁的国民经济中的占比超过10%。在贝尔格莱德，文化和创意产业涵盖了大约1,400家企业和组织，超过4,300人在核心创意产业行业就业，占贝尔格莱德总就业人数的6%。每1000名居民中，就有30人从事创意产业。无论创意是否因其经济潜力受到重视，这些都证实了创意产业的巨大经济潜力。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

创意也可以成为重建社区关系的重要力量。以当地社区创意为基础的城市发展愿景使神户能够治愈可怕的地震所带来的创伤，并重塑其认同和经济发展道路。在布拉柴维尔，音乐有助于加强社会凝聚力，避免出现民族分裂的情况，并使社区参与到共享活动中。在京都、利马和马代巴，文化和创意产业重塑了当地人的身份认同感，并创造了全新的地方自豪感。在桑托斯，创意和文化活动发挥了根本性的作用，使人们围绕共同的兴趣聚集在一起，加强联系并唤起归属感，对最弱勢的群体尤为如此。创意活动的力量超越了经济潜力，取得了一系列无形的积极成果。

虽然本文概述的案例研究没有深入分析中产阶层化的问题，但决策者应该考虑其对城市住房负担能力和留住创意人才能力的不利影响。当社区由于文化和创意设施的出现而变得更有吸引力时，如果没有适当的支持措施使各种收入群体都能负担得起住房，就会发生中产阶层化现象。其可能导致现有居民，特别是低收入群体的流离失所和被排斥，并有可能冲淡充满活力和多元化的社区的真实性和文化创意潜力。以包容性为导向的政策——如改革分区法，加强城市交通，并允许开发负担得起的住房——可以缓解中产阶层化的发展趋势。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

表3. 赋能创意城市的指导原则

指导原则	案例研究中的例子
对文化资源及文化和创意产业摸底	<p>支持深化创造力的地方政策努力的目标若是以现有的文化和创意资产为基础，则更有可能取得成功。因此，政府官员要采取的第一步措施是了解文化和创意资产是什么。城市的创意资产往往是众所周知的，布拉柴维尔、马代巴和昂古莱姆就是这样，这些城市是历史悠久的文化中心，以独特的艺术形式闻名。在其他城市，需要确定当地社会和文化结构中的创意资产。有关当地创意资产的知识往往由当地社区掌握；因此，当地政府的作用是寻找这种地方和土著知识，为政策制定提供参考。可以采取的方法有很多，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– 摸底工作不需要非常有条理，不需要以自上而下的方式进行。京都和神户的经验表明，一项成功的战略是专注于为形成创意社区、提出倡议创造有利环境，然后设计有针对性的干预措施来支持创意社区和倡议。一般来说，支持创意可能仅仅需要确定一个来源，让它发展壮大，直到出现具体的支持需求。</li><li>– 首尔的案例呈现出一种相反的方法。首尔市政府详细分析了当地文化资产的市场潜力，并以政府主导的方式来开发这些资产。在国家层面，韩国文化出口增长被认为是一个发展机遇，有据可依的政策旨在改善文化产业生态系统。在首尔，创意城市战略首先确定了城市中已经存在的、可以进一步发展的特定文化和创意产业（广播、游戏、电影/动画、音乐和数字教育）。</li></ul>
确定关键制约因素	<p>为了使稀缺资源的影响最大化，准确了解文化和创意产业的制约因素至关重要。确定制约因素的方法可以根据数据的可用性和资源的不同而异。本报告中概述的城市案例显示了各种不同的方法，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– 首尔提供了一个自上而下确定制约因素的范例。在该市制定了创建新型文化和创意产业中心的愿景后，其通过汇集政策制定者、文化和创意产业专家、学者和国际从业者，成立了数字媒体城规划委员会。在规划委员会的监督下，详细分析了首尔每个主要文化和创意产业的市场机会和增长制约因素，其成果为设计新街区提供了参考。</li><li>– 昂古莱姆也受益于文化部委托的对漫画产业的自上而下的评估，该评估确定了该产业的关键脆弱性。</li><li>– 京都提供了一个混合方法的范例，把向自下而上的举措学习与自上而下的政策行动相结合。这点在以下行动中得到了最佳体现：该市鼓励私营举措推动京都东街区的发展，利用社区发展来更好地理解文化和创意产业的需求，从中汲取经验，再将这些经验应用到政府主导的京都西街区重建中。</li><li>– 利马则代表了这样一种情况：城市和国家政府促成了自下而上的烹饪革命的规模扩大。通过与厨师和餐厅老板等美食群体的领导密切协作，确定了机会和制约因素。这促使市政府启动了食品市场改造项目，并建立了一个新的美食企业和创新孵化器和加速器“Cocina de Ideas”，助推产业发展。</li></ul>

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

指导原则	案例研究中的例子
<b>优先考虑能够提高文化和创意产业长期贡献韧性的干预措施</b>	<p>增强创意社区以及文化和创意产业的韧性，首先要赋能有机创意社区，加强对其构成起重要作用的制度和技能。这些政策有助于重建和发展核心创意和文化资产，这些资产始终是文化和创意产业成功的基础，也是在遭受任何冲击后重建产业的基础。以下是本文件中城市案例的例子：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 马代巴被认定为“马赛克之城”的首要步骤与马代巴马赛克艺术和修复研究所的建立有关，该研究所专注于传承和传播手工艺技能。</li><li>- 布拉柴维尔首先专注于支持音乐家，如通过创建居住计划，使音乐家能够获得优化其创作过程所需的设施、乐器和技术。该市还实施了对陷入困境的音乐家的支持计划。</li><li>- 神户正在进行的努力部分由创意产业首席经理推动，其职能包括维护和建立创意专业人士网络，确保他们在当地获得合同和就业机会。</li></ul>
<b>建立有效联盟并对其赋能</b>	<p>公私联盟对于促进地方经济发展至关重要<sup>1</sup>，这一点对于文化和创意产业也同样适用。众所周知，联盟可以作为正式机构或非正式协商网络发挥作用。重要的是，联盟应该具有包容性，让参与者真正有机会影响政策决定。以下是案例研究中的例子：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 首尔数字媒体城规划委员会是首尔成立的一个正式组织的联盟机构，旨在提供一个平台，各利益攸关方可以通过这个平台聚集在一起，形成政策。</li><li>- 利马无需建立专门平台与美食行业进行协商，这是因为已经由行业领导者组织成立了由美食专业人士组成的秘鲁国家美食协会，且事实证明其在确定和解决行业需求方面非常有效。该市将秘鲁国家美食协会视为其推进和扩大创意城市发展机会的主要合作伙伴。</li><li>- 神户为创意社区的参与提供了一个更加灵活有机的组织结构的范例。神户的地方政府支持并资助了若干文化和创意产业组织，雇用了专业人员，他们的工作重点是与创意社区保持联系。因此，市政厅与文化和创意产业之间的互动是通过多种正式和非正式渠道进行的。</li></ul>



## 3.3 COVID-19疫情对创意城市的负面冲击

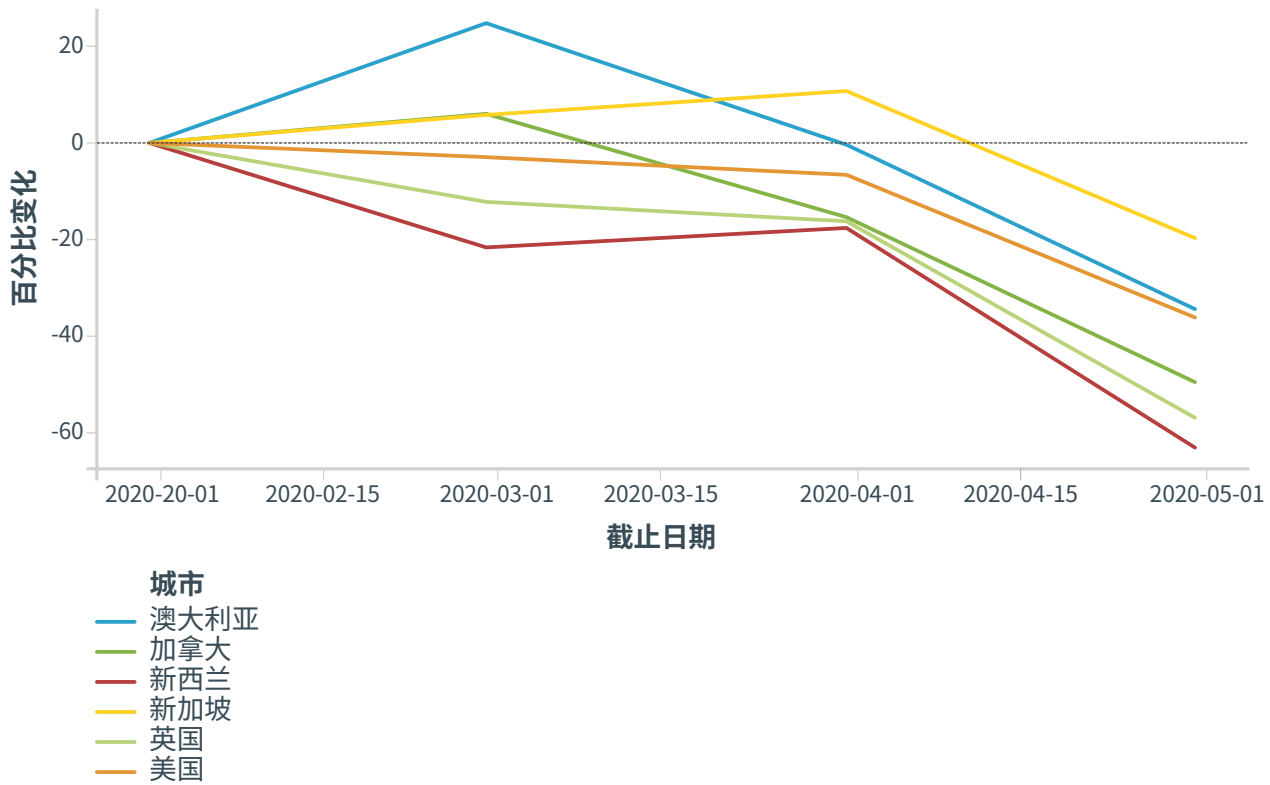
COVID-19疫情对创意城市产生了负面影响。虽然在繁荣时期，文化和创意产业为城市的三重（社会、经济 and 空间）效益做出了贡献，但COVID-19疫情要求人们在文化场所保持物理距离、甚至关闭文化场所，对文化和创意产业的打击巨大，在这三个方面造成了连锁反应。COVID-19揭示了文化行业预先存在的脆弱性，以及它与全球经济之间的密切联系。COVID-19疫情正在影响整个创意价值链，并大大削弱了艺术家和文化专业人士的专业、社会和经济地位。虽然一些国家已经采取了缓解措施，如为创作者提供工资和培训支持<sup>109</sup>，但文化在恢复计划和战略中的作用往往被遗忘，使许多文化和创意产业工作者处于不稳定状态<sup>110</sup>。文化机构关闭，员工离职，损失数百万收入。人们忽视了对于已关闭的世界遗产地的维护，而许多非物质文化遗产活动也被迫停止，对世界各地社区的社会和文化生活产生了重要影响。

COVID-19对创意城市的影响因其对文化和创意产业的依赖程度而异。但总体而言，在大流行的前几个季度，影响是巨大的<sup>111</sup>。布鲁金斯学会预计，在2020年8月，美国将失去270万个文化和创意产业工作岗位（约占全国文化和创意产业工作岗位的三分之一）和超过1500亿美元的文化和创意产业销售额（约占美国年均文化和创意产业销售额的9%），全国大中城市受到的冲击最大<sup>112</sup>。与巴黎、哥本哈根、赫尔辛基、塔林和维尔纽斯等就业市场更多元化的城市相比，更依赖文化和创意产业工作的城市，如意大利的博洛尼亚、佛罗伦萨和威尼斯或德国的魏玛和美因茨——那里有9%-12%的工作与文化和创意产业有关——更容易受到COVID-19的负面影响，因为其文化产业的就业比重占5%-8%。

由于多方面的原因，文化和创意产业成为世界上受影响最严重的行业之一。许多这类行业的生产、消费和其他类型的参与——无论是艺术、电影还是音乐——都严重依赖线下近距离接触和聚集。由于世界上大多数城市都实施长期保持社交距离的措施，整个文化和创意产业部门被迫暂时或永久关闭，或使用可能并非相同水平的参与的替代方法来运作。在COVID-19疫情的前几个季度，大多数城市对于何时能够完全取消保持社交距离的要求一直存在不确定性。2020年第二季度初，国际劳工组织（ILO）估计，零售业、住宿和餐饮业，以及艺术、娱乐和休闲业——这些行业主要依赖线下近距离接触——成为受影响最严重的六个行业。早期预计仅旅游业就损失了1亿至1.9亿个工作岗位，可能导致GDP减少2.7至5.5万亿美元<sup>113</sup>。有95%的国家关闭了博物馆，而到2020年7月，80%的国家关闭了世界遗产地，甚至在放宽封锁之后也是如此。许多非物质文化遗产活动被迫暂停，这也从社会和经济层面影响了创意社区。从2020年2月初到5月初，澳大利亚、加拿大、新加坡、新西兰、英国和美国的创意工作岗位减少了20%以上（见图20）。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

图20. 2020年2月-5月部分城市创意工作的岗位变化



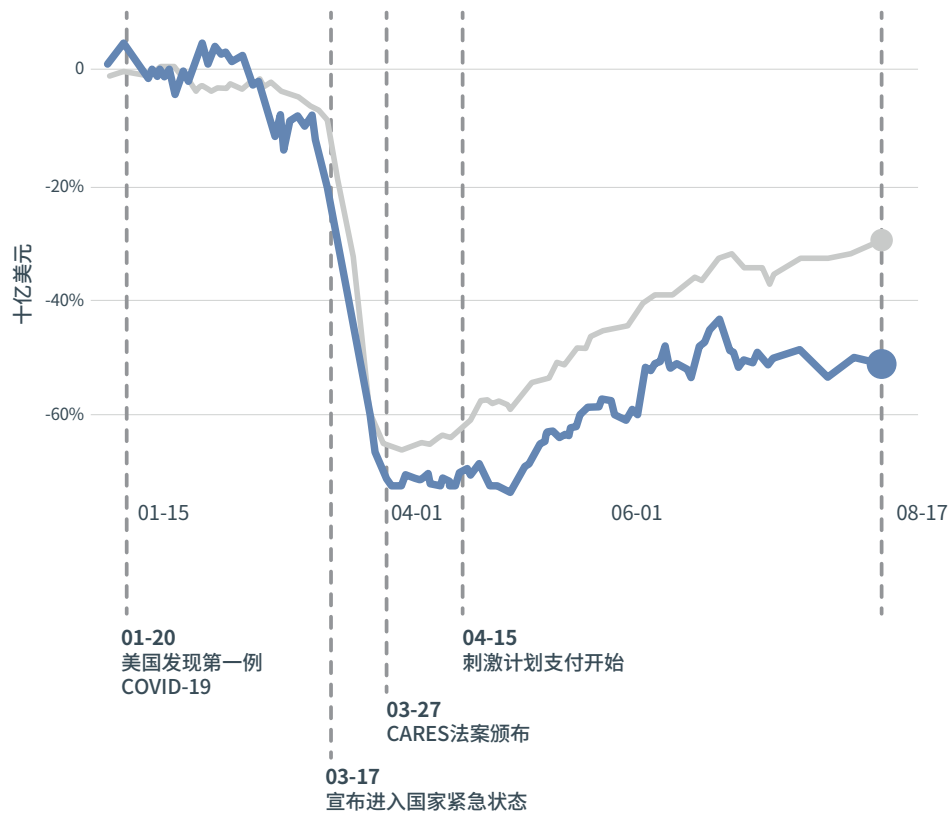
来源：Burning Glass的计算结果。

许多文化和创意产业的工作从一开始就不稳定。大部分的文化和创意产业工作都是在非正式部门，并依赖于自营职业。许多国家缺乏赋予艺术家和文化专业人士法律地位的相关法律。全球非正规经济行业的22亿工作者中<sup>114</sup>，大部分都受到了疫情封锁的严重影响，许多人在文化和创意产业等受影响最严重的经济行业工作。这些工作者中有75%以上遭受了经济损失；事实上，在疫

情的最初阶段，他们的收入平均下降了60%<sup>115</sup>。虽然一些国家政府扩大了对小企业和自营职业者的支持，但这种支持很少涵盖非正规工作者和临时工<sup>116</sup>。通过联合国教科文组织在世界各地举办的一系列“坚韧艺术”辩论，艺术家和文化专业人士呼吁政府制定立法，确立艺术家的法律地位，为他们提供更好的社会保护<sup>117</sup>。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

图21. 2020年1月-8月 美国消费者支出百分比变化



来源：哈佛大学“机会洞见”小组的“机会洞见经济追踪器”，马萨诸塞州剑桥市，<https://tracktherecovery.org/>

虽然从长期来看，人们对文化和创意产业和商品的需求通常是强劲的，但在危机和经济衰退期间，这种需求通常会下降。虽然文化和创意产业产品和服务的消费一直在增长，但消费的增长和水平因城市和国家的人均收入而异<sup>118</sup>。居民的平均收入与文化和创意产业产品和服务的消费之间通常是正相关的，这意味着消费会随着收入的增长而增长，同时随着收入的减少而减少。在2008-2009年全球金融危机期间，城市的消费品和服务消费比其他类别的商品和服务消费下降得更多，但此后又得到了恢复。

这表明，虽然在COVID-19疫情的前几个季度，艺术、娱乐、旅行和餐饮服务行业的消费下降了30%以上，但一旦健康危机得到解决，就有可能出现恢复<sup>119</sup>。在美国，截至2020年3月，娱乐和休闲支出下降了75%，但到2020年7月恢复了约30%<sup>120</sup>。然而，由于这次危机的性质和深度，恢复的轨迹可能与2008-2009年全球金融危机不同。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

COVID-19疫情对城市的实际影响显而易见，在疫情的前几个季度，城市“活力”急剧下降。在疫情封锁期间，“不夜”街区长时间没有人烟的情况成为常态（见图22）。虽然有证据表明密度本身并不是COVID-19疫情结果的决定因素<sup>121</sup>，但如果居民和公司考虑将来居住在密度较低的城市，那么人们就会开始担心创意城市的未来活力。

COVID-19限制人们聚会和亲身参与文化和创意产业活动，对城市社区的社会情感福祉产生了负面影响。目前，世界各地城市的一些短期社会健康指标已经下降。在世界各地，针对妇女和儿童的家庭暴

力数量都在增加，这可以从家庭暴力紧急呼叫的数量增加中得到证明——在全世界抽样调查的国家中，家庭暴力的数量增加了40%<sup>122</sup>。恐惧、焦虑、压力、社会隔离和酒精消费在COVID-19疫情期间也有所增加。事实上，在全球封锁期间，音乐、电影、书籍和其他文化产品和服务构成了许多人的重要应对机制，而艺术和文化的社会价值也得到了重新认可。

图22. COVID-19封锁期间世界各地出现的空城景象

#### 布达佩斯



照片：Linda Gerbec/Unsplash.com，匈牙利布达佩斯

#### 墨西哥城



照片：Eneas de Troya/Flickr.com，墨西哥墨西哥城

#### 班加罗尔



照片：Nicolas Mirguet/Flickr.com\*，印度班加罗尔



### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

## 3.4 危机中的一线希望——创造力和创新预示复兴即将到来

COVID-19疫情放大了文化和创意产业行业现有的脆弱性，但它也揭示了结构性变革的必要性：为文化和艺术的民主化提供机会，利用新技术来拓展人们接触文化的途径，在一些分领域实现创新和增长。更广泛的创作者群体在疫情封锁期间利用时间专注于提高技能，为适应“新常态”，或为全面回归线下近距离接触试验和开发新作品。同时，一系列地方和国家政府以及非政府组织在这一时期推动了远程学习计划，

使创作者和该行业其他人能够在完全或部分停业的情况下提高其技能。欧盟建立了“创意联盟”平台，使创意者能够分享资源，并合作寻找解决方案<sup>123</sup>。秘鲁利马的美食团体提供了指导和技术支持，使该行业的众多参与者能够利用这段时间研究他们的工艺，开发新的食谱和概念<sup>124</sup>。

表4. COVID-19的影响:文化和创意产业面临的挑战与机遇

创意产业	概述
艺术/手工艺	艺术家往往是自营职业者，依靠艺术节和市场来展示和销售他们的工艺品，这使其成为受影响最严重的文化和创意产业中的成员之一。
	<b>一线生机:</b> 鉴于这些活动部分因疫情而取消，艺术家、博物馆和画廊已转而开展创新的数字展览和视频工作室巡展，来抵销他们的部分损失，在有些情况下还显著扩大了观众数量或市场范围 <sup>1</sup> 。
	<b>现存挑战:</b> 这些艺术家和机构所面临的挑战/机遇是将这些转变货币化。对于资历较浅、无法获取数字销售手段、或其客户现在经济困难的艺术家而言——特别是在发展中国家——他们的生计仍然很艰难。如何确保艺术家在网络平台上获取公平报酬也面临严峻的挑战。
	<b>地区实证:</b> 在哥斯达黎加，文化部发现12.3%的艺术家已经生活在贫困之中，这使得他们更容易受到经济冲击的影响 <sup>2</sup> 。而在美国，美术和表演艺术的损失估计已达到420亿美元的销售额，影响超过100万个工作岗位 <sup>3</sup> 。鲁戏剧行业报告指出，仅在2020年3月底就取消了超过450场演出。
设计	COVID-19对设计职业的影响取决于设计师在遵守社交距离要求的情况下，在多大程度上可以继续其工艺，并以数字方式销售其产品。
	<b>一线生机:</b> 大流行使一些设计师能够通过新的在线平台直接向消费者提供他们的产品，并鼓励他们与亚马逊等在线零售商建立新的伙伴关系 <sup>4</sup> 。
	<b>现存挑战:</b> 消费者支出减少给家具、服装、珠宝和其他采购带来了压力，影响了设计师、工匠，甚至是广告商。
	<b>地区实证:</b> 在COVID-19疫情的前几个季度，意大利的时尚艺术家的订单减少了80%。意大利的时尚行业依赖于设计师和制造商的小型网络，可能会因疫情萎缩40% <sup>5</sup> 。受疫情影响的乌干达设计师中有51%是自由职业者。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

<b>电影</b>	<p>电影行业的一些细分领域受到了COVID-19的影响, 而另一些则得到了蓬勃发展。截至2020年4月, 国际电影摄影师协会宣布有12万名电影业工作者失去工作<sup>6</sup>。其中大部分是自由职业者的制作人员被解雇后没有任何形式的救济或补偿, 自营职业者/非正式工作者没有社会保障, 这对他们的生计尤其不利<sup>7</sup>。</p> <p><b>一线生机:</b> 电影公司的一些损失可能会与直接通过流媒体服务发布的电影收入抵销。例如, 《魔发精灵》带来了超过1亿美元的收入, 创下了流媒体服务的记录, 加强了发展这些类型服务的趋势<sup>8</sup>。</p> <p><b>现存挑战:</b> 即使电影制作得到恢复, 电影院也可能难以重新开业。早期估计表明, 截至2020年5月底, 电影院的损失达170亿美元<sup>9</sup>。</p> <p><b>地区实证:</b> 在尼日利亚, 一些电影制片人尝试拍摄远程电影, 并建立汽车电影院以应对损失。然而, 到2020年6月, 该行业面临900万美元的损失, 超过5万个工作岗位受到威胁<sup>10</sup>。与发展中国家相比, 美国电影业就业人数与创收的比率相对较小, 但截至2020年7月底, 美国估计有25万名演员、艺术总监、制片人和导演失业<sup>11</sup>。另据估计, 欧洲电影院在COVID-19疫情的前几个季度损失大约75%的收入<sup>12</sup>。</p>
<b>餐饮</b>	<p>在全球范围内, 几乎所有的餐厅都长期关闭了堂食。根据全球消费者调查, 与2019年相比, 2020年消费者在餐厅的消费将减少20%以上<sup>13</sup>。</p> <p><b>一线生机:</b> 餐饮业正在利用其技艺尝试新的商业模式, 例如外卖和美食广场, 这可能有助于恢复行业发展<sup>14</sup>。</p> <p><b>现存挑战:</b> 即使有了外卖, 餐饮业的就业机会也可能会继续减少。鉴于许多餐馆都是小企业, 没有足够的现金储备来支持持续的冲击, 在多个封锁阶段下尤为如此<sup>15</sup>。</p> <p><b>地区实证:</b> 在美国, 2020年初, 全国餐馆协会估计销售额为8990亿美元, 占GDP的4%<sup>16</sup>。在该协会的第二季度报告中, 预测年销售额比最初估计少2400亿美元。在香港和雅加达, 即使包括外卖在内, 米其林星级美食的很大一部分也是非正式的, 街头小贩的收入也下降了80%<sup>17</sup>。在墨西哥, 65%的餐馆有可能无法在这场COVID-19疫情中生存下来, 该行业将失去30多万个工作岗位<sup>18</sup>。</p>
<b>文学</b>	<p>虽然在受封锁影响的地方, 出版活动和书店都受到了影响, 但电子书的销售量实际上却在增加。</p> <p><b>地区实证:</b> 在瑞典, 截至2020年6月, 实体书的销售量比2019年下降了27%, 而网络书籍的销售量增加了50%, 两者相加的结果是净增长14.8%<sup>19</sup>。在美国, 截至7月底, 已经有252,820个出版工作岗位流失<sup>20</sup>。</p>
<b>媒体艺术</b>	<p>在COVID-19疫情危机期间, 人们对视听内容和数字艺术的需求有所增加。然而, 数字技能短缺、内容分布和市场不平衡以及报酬不公平的问题严重, 需要解决。</p> <p><b>一线生机:</b> 大规模的数字化加上新兴技术, 如虚拟和增强现实技术, 可以创造具有市场潜力的新式文化体验、文化传播和商业模式。</p> <p><b>现存挑战:</b> 有必要支持文化和创意产业的数字技能发展, 并确保艺术家的工作得到公平的报酬, 以及确保数字技术对所有人来说都更容易获得。</p>

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

#### 音乐

最近的音乐产业发展趋势在这场危机中显而易见。全世界范围内的大多数现场演出被取消，这些现场演出的收入占全球音乐总收入的50%以上，占艺术家收入的75%<sup>21</sup>。截至2020年5月底，实体和数字销售分别下降了1/3和11%<sup>22</sup>。

**一线生机:** 流媒体服务订阅量增加，许多艺术家正在尝试不同的现场表演模式，包括数字表演。

**现存挑战:** 鉴于向数字平台的快速迁移，各国政府必须修订其版权立法，使其监管框架适应数字环境发展的需要，以便为音乐家和其他创作者提供公平报酬。

**地区实证:** 巴西有8100多场音乐活动被取消，直接影响了800多万观众。87%的英国音乐人在收入补助计划即将结束时面临经济困难。在中国，腾讯音乐娱乐集团在2020年第一季度的订阅收入增长了70%<sup>23</sup>。同样，Spotify在2020年第一季度的全球收入增加了22%，高级用户数增加了31%<sup>24</sup>。Twitch等平台上的直播表演增加，其中“音乐和表演艺术”的观众在3月份增加了524%<sup>25</sup>。根据欧洲作者和作曲者协会联合会委托的一项研究，欧洲的实体和数字销售分别下降了35%和8%<sup>26</sup>。

#### 遗产和文化机构

博物馆、画廊、遗产地和旅游业等遗产活动深受封锁和旅行限制的影响。在危机的高峰期，90%的世界遗产地完全或部分关闭，影响了依赖这些地方以谋求生计和开展社会文化生活的社区。几乎90%的国家在疫情期间完全或部分关闭了其世界遗产地。全世界104,000个博物馆中有90%的博物馆由于COVID-19的封锁措施而被关闭<sup>27</sup>，其中近13个博物馆可能永远不会再重新开放<sup>28</sup>。根据世界旅游组织2021年1月更新的晴雨表，由于大面积的旅行限制和需求的大规模下降，2020年的国际游客人数（过夜游客）比前一年暴跌了74%。国际旅行的崩溃意味着估计损失1.3万亿美元的出口收入——这是2009年全球经济危机期间损失的11倍以上。

**一线生机:** 虽然许多世界遗产地和博物馆关闭了其线下参观通道，但同时也开发了网络访问渠道。博物馆将藏品数字化，并组织了大量的网络研讨会。根据国际博物馆理事会的数据，到2020年4月，博物馆的在线访问率将增加200%。在世界遗产地，通过虚拟旅游等新技术的使用，使人们能够线上参观遗产。目前全球旅游的不景气也是一个契机，可以重新思考当前方法，将旅游业改造得更具弹性和包容性：支持社区生活、创造就业机会、促进文化发展、保护遗产及其传承。

**现存挑战:** 为了避免崩溃，许多文化机构和场馆会在适当的安全措施到位的情况下恢复运营来获得收益。一些机构在将文化内容数字化和改善数字空间的知识产权保护方面，以及在促进访问互联网机会有限的社区获得更多接触文化的途径方面能力有限<sup>29</sup>。

**地区实证:** COVID-19揭示并加深了数字化发展鸿沟，非洲和小岛屿国家只有5%的博物馆在危机期间能够提供在线内容<sup>30</sup>。

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

许多政府官员已经迅速应对了COVID-19疫情带来的限制，并改造了城市空间，允许人们安全地体验户外公共空间和进行社会流动。这些政府官员的做法是开展战术性的城市化——通过扩大路权、封路、将闲置的停车位转化为临时的公共空间和城市公园，改变法规使人们更安全地进行零售，允许人们在餐馆和娱乐场所的户外进餐。一些城市引入了户外移动音乐会，音乐家在移动的卡车上或在特定的社区地点表演，居民可以在门廊、阳台和草坪上欣赏音乐——从远处安全地进行社交。例如，在雅典，当地政府组织了一场环绕城市的巡回音乐会<sup>125</sup>。在维尔纽斯，立陶宛国际机场与维尔纽斯国际电影节合作推出“航空影院”，这是世界上第一家机场汽车影院。在意大利博洛尼亚这座联合国教科文组织创意城市音乐之都，MAMbo博物馆对其空间进行了重新配置，允许受COVID-19疫情影响的艺术家在该空间生活和创作。

各国政府、国际组织和民间社会团体调动资源，不仅评估危机对文化和创意产业的影响，而且还提供救济工作。截至2020年7月，20多个国家实施了政策，帮助在文化和创意产业占很大比例的自营职业者和小企业<sup>126</sup>。让自营职业者获得政府援助，可以成为增加自营职业者社会保护计划覆盖面的途径<sup>127</sup>。在国家层面，智利、哥伦比亚、挪威和新加坡等国的文化部最早宣布为其城市的文化和创意产业提供一揽子支持。在其他国家，如墨西哥、爱尔兰、波兰、瑞士、法国和卢森堡，独立艺术家能够获得社会保险金以抵消收入的损失。在韩国和西班牙，艺术家可以优先获得低息贷款。在COVID-19疫情

早期，德国政府向包括文化和创意产业在内的独立企业家和小企业拨款550亿美元。塞内加尔版权和相关权利协会（SODAV）设立了一个20万美元的基金来支持塞内加尔的文化，而突尼斯则设立了文化恢复基金（文化交流基金 - FRC）来支持文化专业人士。

一些城市已将支持文化和创意产业纳入响应和恢复措施中。自2020年春天以来，一些城市正提供技术资源以帮助这些行业的成员获得国家资源。他们正在通过向创意专业人士和企业有针对性地转移资金来增加资金支持。例如，柏林参议院在COVID-19疫情的前几个季度为自由职业者和小型企业发放了1.1亿美元的补助金<sup>128</sup>。各城市还通过竞赛促进创新，如荷兰格罗宁根征集重新考虑文化和旅游的建议。在社会方面，他们正在引入一系列短期措施，利用社区中心来改善居民的生活质量，如引入数字图书馆服务（如都灵）和阳台戏剧（如布拉格）。



### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

表5. 在COVID-19疫情初期阶段对文化和创意产业的支持

城市	地方干预措施	联邦干预措施
神户 <sup>1</sup>	<p><b>神户市政府</b></p> <p><b>为艺术家提供视频制作支持:</b> 短视频项目“留在家里, 持续创意 (Stay Home, Stay Creative)”为神户的艺术家和表演者制作并发布在城市频道上的每段视频提供2万日元, 作为居民娱乐活动<sup>2</sup>。</p> <p><b>捐赠: 家乡税收捐赠</b></p> <p>该计划将捐赠提供至捐助者选择的区域: 2号区域是“支持艺术、文化和娱乐”<sup>3</sup>。</p> <p><b>对设计师的远程工作推广支持:</b> 为当地公司提供最高75万日元的资金, 用于网站/传单制作、产品开发和其他推广活动等工作合同的费用<sup>4</sup>。</p> <p><b>县级干预措施 (兵库县政府)<sup>5</sup></b></p> <p><b>改善公共设施的健康监测和安全:</b> 在公共艺术和文化设施中安装热成像等设施作为预防感染的对策 (总预算: 1.58亿日元)。</p> <p><b>视频流媒体项目:</b> 向八个县的艺术和文化设施各提供50万日元, 用于播放免费的在线文化课程。</p> <p><b>博物馆的传播活动:</b></p> <p>提供300万日元的资金, 用于制作和播放宣传当地艺术家艺术活动的视频, 并为艺术装置开发多语种的声音指南。</p> <p><b>为欣赏和体验艺术和文化创造机会 (后COVID-19时期):</b> 总预算为1800万日元, 用于支持艺术家个人和文化组织策划文化活动, 如音乐会和表演。</p> <p><b>支持重启艺术和文化表演 (后COVID-19时期):</b></p> <p>提供场地租赁费的一半 (一场活动/一天的总金额不超过50万日元)。</p>	<p><b>文化事务署<sup>6</sup></b></p> <p><b>紧急应对津贴:</b></p> <p>对于受COVID-19直接影响的自营艺术家, 最高可达20万日元; 对于小型艺术组织, 最高可达150万日元。</p> <p><b>对取消的音乐会捐赠门票退款价值的税收减免:</b></p> <p>对于超过700场被取消的活动, 当观众捐赠了门票费用而不是获得退款时, 政府从财产税中扣除40%的金额 (最高2000日元)。</p>

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

城市	地方干预措施	联邦干预措施
维也纳	<p><b>工作补助金:</b> 为居住在维也纳的独立艺术家提供一次性工作补助, 最高金额为3000欧元<sup>7</sup>。</p> <p><b>代金券:</b> 给每个居民家庭提供50欧元的代金券, 用于在当地餐馆和咖啡馆消费, 这些餐馆和咖啡馆于2020年5月中旬开始重新开业<sup>8</sup>。</p> <p><b>在线歌剧:</b> 维也纳歌剧院在其网站上免费播放歌剧节目<sup>9</sup>。</p>	<p><b>困难基金:</b> 每月向自营职业者和微型企业提供1000欧元, 最长6个月。<sup>10</sup></p> <p><b>COVID-19短期工作:</b> 规定允许工作时间减少10%, 而雇员获得全额补偿。</p> <p><b>COVID-19艺术家基金:</b> 为不符合困难基金条件的艺术家和文化教育工作者提供每月2000欧元的资助, 最长3个月。</p> <p><b>艺术家过渡资金:</b> 从2020年7月开始, 自由艺术家可以获得1000欧元/月的过渡资金, 最长为6个月。</p> <p><b>取消活动代金券:</b> 允许活动组织者提供代金券而不是退款, 以确保活动组织者资金的流动性。</p> <p><b>电影费用:</b> 2500万欧元的基金将分配给因COVID-19而被取消的电影、电视节目和广告的制作人。制片人可以获得最高达75%的违约成本。</p>
多伦多	<p><b>音乐和艺术家补助金:</b> 多伦多自2017年起成为联合国教科文组织创意城市媒体艺术之都, 艺术委员会与艺术基金会一起为工作受到影响的自营艺术家设立了1000加元的补助。</p>	<p><b>#加拿大表演 (#CanadaPerforms):</b> 国家艺术中心推出了表演艺术家现场直播平台, 并提供1000加元的艺术补助<sup>11</sup>。</p> <p><b>加拿大作家信托基金和加拿大作家联盟:</b> 提供15万加元, 向失去收入的作家发放1500加元的补助<sup>12</sup>。</p> <p><b>数字原创倡议:</b> 加拿大艺术委员会和加拿大广播电台为微创新提供5000加元的资助, 被选中的项目额外获得1000加元<sup>13</sup>。</p>
布宜诺斯艾利斯	<p><b>艺术家特别基金:</b> 艺术家和创作者可以申请补贴以维持文化空间的运作<sup>14</sup>。</p> <p><b>“文化在家中”:</b> 数字化剧院、博物馆、音乐产品和研讨会的在线平台<sup>15</sup>, 并与墨西哥城的类似平台相连接, 使这两座联合国教科文组织创意城市设计之都的市民能够互相访问对方的文化产品<sup>16</sup>。</p> <p><b>城市银行贷款计划:</b> 当地公共银行推出一项新的贷款计划, 并降低利率, 以帮助中小企业支付工资<sup>17</sup>。</p>	<p><b>文化中心基金:</b> 高达20万比索, 用于援助艺术、舞蹈、戏剧和音乐的文化场所。</p> <p><b>国家艺术基金:</b> 为艺术家和文化工作者提供高达3万比索的特别资金。图书馆补贴: 为公共图书馆增加2500万比索的预算。</p> <p><b>电影业补贴:</b> 2020年4月至6月期间为电影业提供600万比索的补贴。</p> <p><b>受影响工人紧急补贴:</b> 为受COVID-19疫情影响的公司的工人转账50%的工资。</p> <p><b>自营职业者贷款:</b> 为小企业和自营职业者提供零利率贷款。</p> <p><b>阿根廷国内文化活动:</b> 提供1,5000比索给300名艺术家——木偶演员、音乐家、杂技演员和工匠——他们通过数字平台展示自己的内容<sup>18</sup>。</p>

### 3. 创意城市的经验及COVID-19的影响

城市	地方干预措施	区域干预措施（巴斯克）	联邦干预措施
毕尔巴鄂	<p><b>对中小企业的援助服务：</b>该市于2014年加入联合国教科文组织创意城市网络，成为创意城市设计之都，其为企业家和小型零售商设立了电话和在线援助服务<sup>19</sup>。</p> <p><b>开放商店地图：</b>市议会和旅游及商业协会毕尔巴鄂商会创建了一个开放商店和提供送货上门服务的地图<sup>20</sup>。</p> <p><b>在线访问古根海姆博物馆的收藏品：</b>与谷歌合作，市议会和博物馆创建了一个可在线访问的高清图片汇编<sup>21</sup>。</p>	<p><b>文化行业补贴：264.5万欧元的补贴：</b>提供200万欧元补贴给该行业的中小企业，其余分配给：编辑制作、插图、电影、造型艺术和音乐遗产的数字化<sup>22</sup>。</p> <p><b>旅游行业补贴：</b>提供1550万欧元给旅游行业的工作者<sup>23</sup>。</p> <p><b>自营职业者和中小企业贷款：</b>提供2500万欧元的零利率贷款<sup>24</sup>。</p> <p><b>Inplantalariak：</b>调整计划旨在提供免费服务，帮助自营职业者和小公司利用技术继续提供服务<sup>25</sup>。</p>	<p><b>公共担保贷款：</b>提供1000亿欧元贷款，帮助企业保持流动资金。</p> <p><b>旅游行业融资额度：</b>为旅游行业及相关活动的公司和自营职业者提供4亿欧元的融资额度。</p> <p><b>延期缴税：</b>受COVID-19疫情影响的中小企业可以无息延期缴税6个月。</p> <p><b>自营职业者福利：</b>活动和收入减少75%的自营职业者可以在紧急状态期间申请福利。</p> <p><b>灵活性付款：</b>对于中小企业和自营职业者来说，在贷款和社会保险支付方面享有额外的灵活性。</p> <p><b>失业福利：</b>为在COVID-19疫情期间无法工作的工作者提供福利，并为临时工提供特殊补贴。</p>



## 4. 结论与建议





## 4. 结论与建议

### 4.1 结论

世界各地有效促进文化和创意产业（CCI）发展的城市在城市复兴、经济增长和社会包容方面取得了重要成果。首先，当与城市发展进程和场所建设相联系时，文化与文化和创意产业有助于为居民和游客创造有吸引力、安全、包容和有韧性的城市。文化和创意产业也是这些城市经济的重要驱动力，为妇女和青年的就业做出了巨大贡献，并促进了包括弱势群体在内的所有居民生活质量的提高。第二，创意城市可以为创新和扩大创意活动提供生态系统，提高城市竞争力，推动地方经济，并为包括边缘化群体在内的不同居民提供就业机会。第三，文化与文化和创意产业可以起到连接社区的作用，扩大其视野和忍耐力，加强社会凝聚力，并在冲突后和危机的困难时期帮助人们团结起来。

创意城市的决策者们对COVID-19危机做出了快速反应——认识到他们的文化和创意活动在危机时期的脆弱性，以及其对恢复、复原和长期活力的潜在巨大贡献。然而，许多国家和城市，特别是发展中国家城市，尚未在COVID-19大流行中及之后维持和充分启动其文化和创意产业。这可能反映了其在管理健康危机时发现自己面临在财政压力和人力资源供应方面的极端困难。这也可能是由于其内部缺乏专门的机构来管理其创意经济。不管出于什么原因，现在的不作为可能会伤害到城市、社会和经济。

以人为本、将包容性放在发展的核心位置至关重要。创意城市倡议的可持续性和社会影响取决于其包容性、对文化和艺术表达自由的促进以及对当地艺术和社区创意的支持。艺术家和创意社区是所有文化和创意产业和所有旨在成为创意城市的城市的发展基石。创意经济的集中或快速增长在城市复兴和社会包容方面产生了积极的结果，但如果这种增长没有得到很好的管理，诸如中产阶层化和过度商业化的负面外部因素可能会阻碍新的想法，并且可能伤害或取代当地社区。所有社区的福祉都必须得到适当的考虑和保护。

寻求在短期内增强其文化及文化和创意产业的复原力，并在长期内增强其对社区、城市竞争力和社区的影响的城市可以采取以下措施：

- 对其文化资源与文化和创意产业摸底：衡量这些活动的规模、范围、位置、行为体和影响对于短期和长期行动至关重要。
- 确定影响这些产业增长和结构变化的关键制约因素——如缺乏负担得起的生产空间和/或扩大生产规模的知识有限——以及影响其产生空间和社会溢出效益能力的关键制约因素。
- 与主要利益攸关方协商，优先考虑采取干预措施，以解决影响文化和创意产业发展的关键制约因素，并确定干预措施的实施顺序。
- 建立并授权一个由地方和国家层面的政策制定者，文化机构、文化和创意产业的艺术家和代表，城市中公共、私营和地方社区利益攸关方组成的有效联盟，以促进制定更有针对性的干预措施，扩大政府干预措施的影响力。

支持和促进文化和创意产业，需要不同层级政府的合作。限制文化和创意产业发展的制约因素可能来自多个政策领域，而这些政策领域不一定都属于市政府的范畴。地方政府显然更有能力牵头负责与社区的对话，并解决具体的市政基础设施和公共空间问题，包括获得实体场所和其他形式的对创意人才的支持等。而国家政府可以带头发展和改善管理创意产业的监管框架：通过加强版权保护以及源于劳动法规和财政支持的其他法律保护，其方式包括补贴和减税等。许多其他政策可能需要联合工作和密切协作。教育和技能发展倡议结合了地方政府以及国家层面的大学、文化机构和网络的支持。国际伙伴关系和推广活动往往需要外国贸易和投资促进机构在国家一级的支持。有意支持文化和创意产业的城市如果认识到他们必须得到其他层面的支持，可以更好地开展其工作。因此，这些城市要设法通过充分利用国家层面的相关倡议，与其他地方政府合作交流经验和资源，与国家当局谈判，甚至进行游说来扩大其影响范围。同样，私营部门和慈善机构在支持艺术家和创意人才方面也可以发挥重要作用，其方式包括委托工作和赞助等。

### 4.2 基于“城市、文化和创造力”框架的建议

以下建议基于“城市、文化和创造力”框架的六个促进因素，反映了本文的主要发现，并能帮助城市取得社会、经济和空间成果。

#### 1

#### 宜居性、城市空间和基础设施

- 1.1 利用物质和非物质文化遗产等文化和创意产业，对城市发展和场所建设至关重要。认识到城市和公共空间的配置——以及基础设施和土地、住房和房地产市场——是如何影响文化和创意产业的演变以及城市如何保留其能力至关重要。城市发展、管理和治理可以成为促进不同方面创意的有力工具，而物质和非物质文化遗产则对城市认同和国际品牌建设具有很大影响。
- 1.2 投资公共空间，促进结构和公共空间的适应性再利用，促进城市复兴都有可能推动创意活动并使之繁荣发展。将文化纳入城市复兴政策有可能增加其影响。拥有开放空间、闲置建筑和低迷房地产价格的城市街区，为城市转型成创意中心、共同创造的创新空间以及增加参与度（尤其是青年）的文化中心提供了可能的机会。
- 1.3 重塑城市空间使文化和创意产业可以为其他经济部门释放机会，但也伴随着中产阶层化的风险。随着创意活动重塑城市空间，这可能带动其他形式的创意和/或其他类型经济活动的发展。然而，创意城市的成功可能带来中产阶层化的风险，这应该在规划和实施阶段通过积极的政策来解决，以便确保艺术家可获取到负担得起的住房，以及维持一定的、艺术家能以负担得起的租金租赁到的创作空间存量。
- 1.4 拥有高质量的城市基础设施和基本服务，对于包括创意城市在内的所有城市都很重要，可以满足居民的需求，吸引人才和投资。虽然创意行为体寻求的环境具有使他们能够开展创新和创造以及事业蒸蒸日上的特点，但他们也需要基本条件，以便在任何城市都能顺利工作。这些基本条件包括获得能源、信息和通信技术、水和卫生设施、健全的道路网络和公共交通等服务。

## 4. 结论与建议

### 2

#### 技能、人才和创新

- 2.1 创意和文化行业工作人员地位的专业化，对于确保创意资产的经济可持续性至关重要。COVID-19大流行让人们注意到广泛的文化和创意产业工作的不稳定性。努力加强创意者的社会保障网络以及他们的复原力，对于确保其经济安全至关重要。
- 2.2 拓展学习机会、鼓励人才和创新，可以带来红利。这种机会不仅可以通过正规的教育机构和技能发展渠道来实现，而且还可以包括非正式学习和知识分享论坛。如果更多技能引发更多创造性生产，以及能够通过吸引和留住希望在一个城市定居的人才，那么这些都可以为当地带来回报。
- 2.3 创意城市可以在促成跨界创新方面发挥关键作用——将文化和创意产业与其他行业联系起来。虽然创意城市涉及各种类型的活动，但重要的是要承认，思想和创新，特别是不同创意部门的创新，构成了创意城市的基础。在使创造者能够相互启发的过程中，创意城市可以使创意和创新的火花迸发，从而实现新的调整和成果，如新的创意集群发展。鼓励这种相互启发的一个潜在途径是为跨越多个创意部门的合作项目提供奖励，如优先获得公共资金或表演场地。

### 3

#### 社交网络、推动者及技术和财政支持

- 3.1 使创意社区蓬勃发展的干预措施可以帮助维持和发展创意城市。创意城市为关键举措提供技术和财政支持，帮助培育创意社区，使这些城市对创意者具有吸引力。此外，创意城市应学会识别和启用推动者——包括个人和机构——有机地成为变革的推动者，在其内部推进文化和创意产业。
- 3.2 支持创新创业可以帮助推动文化和创意产业的发展。要实现这一目标，可能需要使人们能够获得孵化中心、加速器和/或其他物质、基础设施或财政资源，这些资源包含了帮助创意者创造、扩大和维持其业务所需的一系列支持。重点是使机构能够以相应的规模提供这种支持，以产生最大影响。
- 3.3 对艺术家和文化专业人士的财政支持机制，包括捐赠、补贴贷款和税收减免，可以帮助实现文化和创意产业的发展 and 创意城市的演变。许多创意城市为支持创意理念、空间、组织和网络提供了多样化的直接公共计划。这些城市还通过立法活动提供间接支持，允许个人和组织投资于文化和创意产业。

### 4

#### 制度、法规和伙伴关系

- 4.1 在创意生态系统中鼓励建立战略伙伴关系，包括公共和私营部门之间的合作，是促进创意城市发展的根本。创意城市支持一系列当地利益攸关方之间的伙伴关系，以及当地艺术家和世界各地创意者之间的合作。虽然有些创意城市的举措是一个有机的整体，是通过自下而上的方式出现的，而其他的则是由公共部门通过自上而下的方式推动的，但大多数都是将政府的有利支持和创意社区自身的发展活力相结合。
- 4.2 保证艺术家和创作者的法律、社会、经济地位和艺术自由是支持创意社区的关键。在创意城市中，艺术自由体现了受国际法保护的以下一系列权利：在没有审查或恐吓的情况下进行创作的权利；艺术作品得到支持、传播和报酬的权利；行动自由权利；结社自由权利；社会和经济权利得

到保护的权利；以及参与文化生活的权利。如果没有这些权利，艺术家的创造力就会遭到扼杀，或者至少无法发挥其全部潜力。

- 4.3 参与式城市政策制定途径能够与艺术家、创意者、创意社区和非物质文化遗产从业者进行富有成效的对话。为了创造有利环境，艺术家、创意行为体和非物质文化遗产从业者必须共同协商，以发现其需求，并且帮助改善其商业行为和创意环境。
- 4.4 应对创意城市的挑战和机遇的法规至关重要。这包括限制城市化负面影响的政策，以及解决公平问题和获得信息通信技术及其他关键基本服务和基础设施问题的法规。

### 5

#### 独特性

- 5.1 保护文化和创意产品的独特性，可以吸引更多创意者、完成更好的创作，以及实现更大范围的可持续旅游。文化多样性体现在构成特定城市的各群体和社会身份的独特性和多元性。通过保护文化遗产和文化表现形式的多样性作为独特的资源，文化和创意产业可以在城市中蓬勃发展，促进经济增长，并帮助创造就业机会。
- 5.2 必须保护非物质文化遗产对社区的价值不被过度商业化和“商业盗用”。恰当的机械化或过度生产，在社区外的制造或复制，以及与非物质文化遗产实践相关的文化价值或意义的丧失，都会导致这种威胁。为此，有关社区、团体和个人必须保持对非物质文化遗产的规模、性质和意义的控制，以及对营销、商业化和收益的控制。

- 5.3 对城市文化生态系统进行摸底和评估，可以凸显隐藏或被遗忘的宝藏以及根深蒂固的文化传统和资源。此外，摸底工作还可以找出阻碍新文化和创意形式的障碍因素。机构能力建设是规划更具弹性和可持续性的地方文化生态系统的第一步。
- 5.4 了解文化创作和消费之间的关系是利用社区中心的独特性和促进其可持续发展的关键。通过平衡文化消费和创作、文化小众旅游和大型旅游景点，以及环境可持续性和创造创意就业机会，促进创意生态系统的发展，有助于促进地方的整体发展。



### 6

#### 数字环境

- 6.1. 鉴于繁荣的数字环境对许多形式的文化和创意产业生产和传播的重要性，城市投资数字基础设施和有利环境日益重要。此外，创意城市正越来越多地使用数字技术，将创意和文化专业人士纳入在线城市品牌建设中。强大的城市品牌可以促进城市的可持续发展，通过吸引外国投资促进经济增长，并增强对人们在城市生活和工作的吸引力。
- 6.2. 更多的数字网络接入可以使创新和不断扩大的市场超越城市边界。创意城市可以使文化专业人士、艺术家和他们的社区之间实现在线网络连接。他们可以投资数字基础设施，支持各种形式的创意集群，如孵化中心、枢纽、加速器、超大市区、创意街区等。
- 6.3 重新评估数字版权费和补偿机制。为了解决艺术家和参与制作用于在线提供和消费的创意内容的技术和行政管理团队的公平报酬问题，国家和其他各级政府可以通过法规进行干预。

## 4. 结论与建议

### 4.3 未来之路

哪些政策、项目和投资有助于城市培育其文化和创意产业，并使其人口获得长期的活力以及城市和社会经济再生？尽管每个城市的需求各不相同，但根据前述结论和建议，具有各种特征的城市可能会发现表6中列出的干

预和改革措施有助于从COVID-19大流行和由此产生的经济危机中恢复过来，并创造一个有利于文化和创意产业长期发展的环境。

表6. 文化和创意产业的干预措施，为未来之路指明方向

“城市、文化和创造力”框架推动者	短期干预措施	长期干预措施
<b>1</b> 宜居性、基础设施和公共空间	<ul style="list-style-type: none"><li>- 重新配置公共空间，通过与当地创意者合作，实现安全的面对面交流</li><li>- 为艺术家和创意者提供适当的未利用或未充分利用的公共建筑，用于他们的艺术创作、住房和/或模块式/快闪式市场</li><li>- 赞助公共文化和创意产业活动，使居民能够安全地聚集在一起，体验创造性释放</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 改善整个创意城市的基本服务、基础设施和获得可负担住房和工作场所的机会</li><li>- 在城市发展和场所建设工作中更好地利用文化和创意产业，引入使其能够在城市中生产和繁荣的基础设施类型</li></ul>
<b>2</b> 技能、人才和创新	<ul style="list-style-type: none"><li>- 为当地艺术家和创意者的持续学习和实验提供便利</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 促进技能发展和人才吸引，特别关注当地创意社区内的推动者（如创作者驻场计划）</li><li>- 在学校课程中建立或加强艺术教育，并支持学徒计划等其他的知识和技能转移形式</li></ul>
<b>3</b> 社交网络、技术和财政支持	<ul style="list-style-type: none"><li>- 为公共艺术活动提供资金，以支持城市居民的社会情感建设、创新种子发展和扩大观众数量</li><li>- 为艺术家、创意者和文化和创新产业企业提供技术支持，帮助他们渡过难关并调整其产品</li><li>- 以透明、公平、高效的方式，为对城市有重要意义的文化和创意产业提供直接和/或间接的财政支持（直接拨款、补贴贷款和税收减免）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 推动网络资产和基金机制（如竞赛、捐赠、私营部门基金）</li><li>- 改革艺术和文化税，以激励创新并支持艺术家和创作者实现更多样性</li><li>- 开展营销活动，为当地的文化和创意产业拓展市场，帮助城市树立品牌</li></ul>

## 4. 结论与建议

4

### 制度、法规和伙伴关系

- 对于大量参与文化和创意产业的城市，在市政府内指定一个负责任的机构或团队来促进和协调跨机构的恢复工作
- 启动和/或利用一个适应城市需求和能力的联盟
- 与文化和创意产业代表合作，确定监管措施——临时和永久性的——使文化和创意产业在危机期间和之后能够继续运作
- 启动和/或利用一个联盟或伙伴关系来加强创意城市的建设
- 引入平台，在扶持和利用文化和创意产业时，该平台能够允许以实证为基础的决策
- 在扩大数字接入时，确保公平覆盖问题
- 制定法规，防止正在进行创意振兴的社区出现中产阶层化现象
- 确保立法框架保证表达自由和艺术自由
- 支持在线平台，保证艺术家的公平报酬和文化内容的多样性
- 改善创意生态系统的宣传和政策制定，促进市场准入和扩大，解决与不断变化的商业模式和监管制度相关的可持续性和货币化挑战，改善该行业的创作者条件和工作保护，并解决分散化问题——以提高效率和提供更好的服务
- 加入国际城市网络、计划和/或合作机制，如联合国教科文组织创意城市网络，以发挥文化和创意的力量

5

### 独特性

- 对城市文化生态系统进行摸底和评估，全面了解城市的文化资源，包括与保护和促进这些资源有关的挑战和机遇
- 采取措施，保护包括内容在内的文化表现形式的多样性
- 制定地方战略和计划，以促进和发展支持其独特性和商业发展的文化和创意产业
- 确保参与性进程，与社区和个人创意者密切合作，避免非物质文化遗产的“过度商业化”和“商业盗用”

6

### 数字环境

- 积极向艺术家和创意者提出提供关于数字转型和数字技能发展的培训
- 加强数字连接，包括基础设施、准入法规，并解决数字鸿沟问题
- 支持努力改善向数字媒体转型的创意者的货币化
- 完善有关数字版税和补偿机制的法规，解决艺术家和创作者的公平报酬问题

## 4. 结论与建议

其中一些干预措施属于地方政府的职权范围；另一些属于地区或国家政府的职权范围；还有一些需要借助私营部门、慈善机构和社区利益攸关方的力量。在大多数情况下，这些干预措施具有混合性质，或需要通过城市之间、利益攸关方之间的合作来实施。

**最终，文化和创意产业可以在振兴城市、促进经济复苏和重新连接受COVID-19大流行以及未来危机或灾难影响的社区方面发挥关键作用。然而，城市是否有能力为文化和创意产业的发展创造有利的环境，将取决于地方政府的反应能力及其创造性联盟。文化和创意产业为社会、经济和空间结果提供了积极的外溢效应，对于纳入**

短期恢复计划和长期城市发展战略至关重要。本文介绍的政策框架和案例研究提供了相关工具和经验教训，将为决策者努力应对此次和未来的危机，并充分利用其创意城市的潜力提供支持。



## 注释

1. 贸发会议和开发署，《2010年创意经济报告：可行的发展方案》，第32页。
2. 定义由加拿大社会创新中心提供：<https://socialinnovation.org/>。
3. 联合国教科文组织，2003年《保护非物质文化遗产公约》，第二条第1和2款。
4. 本文采用了文化和创意产业（CCI）的定义，试图涵盖那些具有创意经济主要特征的经济行业。因此，在2009年联合国教科文组织文化统计框架和联合国教科文组织对非物质文化遗产的定义基础上，文化和创意产业包含了以下文化领域：视听和互动媒体；文学和新闻；表演艺术；视觉艺术和手工艺；非物质文化遗产（包括美食）；设计和创意服务；以及遗产和旅游活动。该定义也包含了标准的行业分类，对文化和创意产业的所有定量评估都至关重要。
5. 联合国教科文组织和安永，《文化时代：第一张全球文化和创意产业地图》。
6. 同上，第8页。
7. 这九座城市代表了不同背景下的创意城市应用、方法和成果，从一级城市和国家首都（利马、首尔、布拉柴维尔、贝尔格莱德）到二级城市（桑托斯、昂古莱姆、马代巴、神户和京都——虽然曾经是日本的首都），人口范围广泛（从昂古莱姆的4万人到利马的1000多万）。
8. 该研究考虑了联合国教科文组织对创意领域的定义，其中包括美食、文学、音乐、设计、手工艺和民间艺术、电影和媒体艺术，以及东京都政府利用2009年、2014年和2016年的全国经济普查数据所做的创意产业研究。
9. Glaeser, Kolko, and Saiz, “Consumer City.”
10. Florida, “Young People’s Love of Cities Isn’t a Passing Fad,” and Lee, Lee, and Shubho, “Urban revival by Millennials?”
11. Dustmann and Okatenko, “Out-Migration, Wealth constraints, and the Quality of Local Amenities.”
12. 联合国教科文组织和安永，《文化时代：第一张全球文化和创意产业地图》。
13. 关于COVID-19对经合组织国家文化和创意产业的影响的进一步分析，见OECD, *Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors*。
14. 联合国教科文组织，《新冠肺炎疫情下的全球博物馆》。
15. World Travel and Tourism Council. “Recovery Scenarios 2020 & Economic Impact from COVID-19.” <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>, 2020年7月访问，以及World Travel and Tourism Council, WTTTC Now Estimates Over 100 Million Jobs Losses in the Travel & Tourism Sector.
16. 联合国教科文组织和安永，《文化时代：第一张全球文化和创意产业地图》。
17. 同上，第8页。
18. 同上。
19. 劳工组织，《劳工组织监测报告：2019冠状病毒病与劳动世界（第五版）》。
20. Florida and Seeman, “Lost Art: Measuring COVID-19’s Devastating Impact on America’s Creative Economy.”
21. 关于可持续发展目标11：请见 <https://www.un.org/sustainabledevelopment/cities/>。
22. 联合国教科文组织，《文化：城市未来；关于文化促进可持续城市发展的全球报告》。
23. 联合国教科文组织和开发署，《2013年创意经济报告特别版：拓宽地方发展的途径》。
24. 同上。
25. 贸发会议和开发署，《2010年创意经济报告：可行的发展方案》，第196页。
26. Government of United Kingdom, *Creative Industries Mapping Document*.
27. 尽管统计数据捕捉文化活动的的能力仍然有限。
28. 由于美食包括在文化和创意产业的定义中，所以本文将其纳入考虑范围。
29. Throsby, *The Concentric Circles Model of the Cultural Industries*.
30. Comunian and England, “Creative Clusters and the Evolution of Knowledge and skills: From Industrial to Creative Glassmaking.”
31. Kourtit, Möhlmann, Nijkamp, and Rouwendal, *The Spatial Distribution of Creative Industries and Cultural Heritage in The Netherlands*.

32. 我们对“嵌入式知识”的理解是，通过人员和基础设施网络与地方相连的知识。见Communion and England, “Creative Clusters and the Evolution of Knowledge and skills: From Industrial to Creative Glassmaking.”
33. 联合国教科文组织，2003年《保护非物质文化遗产公约》，第十三条(d)款(ii)项。
34. 联合国教科文组织，《2003年〈保护非物质文化遗产公约〉，业务指南》，第104、116和117段。
35. 联合国教科文组织，《2003年〈保护非物质文化遗产公约〉，业务指南》，第184段。
36. 联合国教科文组织，《2003年〈保护非物质文化遗产公约〉，业务指南》，第102段。
37. 联合国教科文组织，《保护非物质文化遗产伦理原则》。
38. Lazrak, Nijkamp, Rietveld, and Rouwendal, “Cultural Heritage and Creative Cities: An Economic Evaluation Perspective.”
39. Rinallo, *Map of ICH Food Commercial Valorisation Practices Across the Alpine Space*.
40. Crossick and Kaszynska, Understanding the Value of Arts & Culture. The AHRC Cultural Value Project. 另见“The Valuation of Cultural Heritage,” 阿姆斯特丹自由大学关于荷兰城市文化遗产估价的项目 (<https://sbe.vu.nl/en/departments-and-institutes/spatialeconomics/research/projects/valuation-of-cultural-heritage/index.aspx>) 以及Snowball, *Measuring the Value of Culture: Methods and Examples in Cultural Economics*.
41. 联合国教科文组织，《2003年〈保护非物质文化遗产公约〉，业务指南》，第二条第1款，以及世界银行，《包容至关重要》。
42. 世界银行，《橙色经济：青年就业的驱动力——青年就业的解决方案：专题说明，第1期》。
43. 全国数据，见中国国家统计局：[http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201911/t20191129\\_1712684.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201911/t20191129_1712684.html)。甘肃省数据，见甘肃省人大常委会的资料：[http://rdgb.gsrw.gov.cn/2019/224\\_0115/2151.html](http://rdgb.gsrw.gov.cn/2019/224_0115/2151.html)。敦煌市数据可参见敦煌市人民政府：<http://www.jdqxx.com.cn/diqingziliao/shiqugaikuang/20190616/2224301895d94a.htm>。天水市数据由政府官员提供；张掖市数据来自张掖市政府：<http://www.dxbei.com/news/gansuxinwen/20190724/321780.html>；北京数据来自北京市文化和旅游局：<http://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/zxgs/tjxx/>；广州数据来自广州广州社会科学院：<http://gd.sina.com.cn/news/2018-11-21/detail-ihmutuec2130583.shtml>；深圳数据来自前瞻网：<https://bg.qianzhan.com/report/detail/300/191203-860f3d61.html>；杭州数据来自新华社：[http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-09/20/c\\_129957291.htm](http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-09/20/c_129957291.htm)；江苏省数据来自江苏省政府：[http://www.jiangsu.gov.cn/art/2019/9/11/art\\_34151\\_8709392.html](http://www.jiangsu.gov.cn/art/2019/9/11/art_34151_8709392.html)；成都市数据由政府官员提供。
44. Mateos-Garcia and Bakhshi, *The Geography of Creativity in the UK: Creative Clusters, Creative People and Creative Networks*.
45. 数据来自韩国文化体育旅游部2019 *Content Industry Statistics*.
46. 要了解更多信息，请访问越南统计总局：<https://www.gso.gov.vn/en/homepage/>。
47. 本节中归类为文化和创意产业的行业范围可能与本报告中使用的范围不完全一致。
48. 数据来源于2017 Economic Impact of Kentucky Tourism Report。更多信息，见联合国教科文组织创意城市网络，《帕杜卡创意城市：联合国教科文组织2019年年度报告》，第16页。
49. 举例参见：Gardiner and Sunley, *The Changing Spatial Distribution of Employment in Creative Industry Clusters in England, 1991-2018*.

50. Scott, *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, and Lorenzen and Frederiksen, “Why Do Cultural Industries Cluster: Localization, Urbanization, Products, Projects.”
51. Cooke and Lazzeretti, *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*.
52. Sunley, Pinch, Reimer, and Macmillan, *Innovation in a Creative Production system: The Case of Design*.
53. Branzanti, *Creative Clusters and District Economies: Towards a Taxonomy to Interpret the Phenomenon*.
54. Florida, “The Creative Class and Economic Development,” Drake, “‘This Place Gives Me Space’: Place and Creativity in the Creative Industries,” and Lorenzen and Frederiksen, “Why Do Cultural Industries Cluster: Localization, Urbanization, Products, Projects.”
55. Mateos-Garcia and Bakhshi, *The Geography of Creativity in the U.K: Creative Clusters, Creative People, and Creative Network*.
56. 数据来自韩国文化体育旅游部2019 *Content Industry Statistics*.
57. Easterly, Freschi, and Pennings, “A Long History of a Short Block: Four Centuries of Development Surprises on a Single Stretch of a New York City Street.”
58. 同上。
59. Andersson, Andersson, Daghbashyan, and Hårsman, “Location and Spatial Clustering of Artists.”
60. Bereitschaft, “Neighbourhood Change Among Creative-Cultural Districts in Mid-Sized US Metropolitan Areas.”
61. Mateos-Garcia and Bakhshi, *The Geography of Creativity in the U.K: Creative Clusters, Creative People, and Creative Networks*.
62. Florida, *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class-and What We Can Do About It*.
63. Amirtahmasebi, Orloff, Wahba, and Altman, *Regenerating Urban Land*.
64. 世界银行, 世界银行, 《橙色经济: 青年就业的驱动力——青年就业的解决方案: 专题说明, 第1期》。
65. Florida, *The Rise of the Creative Class*.
66. 例如, 在 *The Rise of the Creative Class* 中, Florida 介绍了几个衡量城市容忍度的指数, 包括同性恋指数和移民指数。
67. 联合国教科文组织和安永, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》。
68. European Commission, *Survey on Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors*.
69. Cunningham, Ryan, Keane, and Ordonez, “Financing Creative Industries in Developing Country Contexts.”
70. 同上。
71. 世界银行, 《世界发展报告: 数据让生活更美好》。
72. Andrews, Pritchett, and Woolcock, “Escaping Capability Traps through Problem-Driven Iterative Adaptation.”
73. Carey, Florisson, O’ Brien, and Lee, “Getting in and Getting on: Class, Participation and Job Quality in the UK Creative Industries.”
74. 联合国教科文组织和安永, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》。
75. 关于马代巴作为联合国教科文组织创意城市的简要概述, 见: <https://fr.unesco.org/creative-cities/madaba>.
76. 关于布拉柴维尔作为联合国教科文组织创意城市音乐之都的更多信息, 见: <https://fr.unesco.org/creative-cities/kingston>.
77. Hietala and Clark, “Creative Cities,” 13.
78. 关于布拉柴维尔作为联合国教科文组织创意城市音乐之都的更多信息, 见: <https://citiesofmusic.net/city/brazzaville/>。

79. Florida, *Cities and the Creative Class*, and Eswaran, “*The Business Case for Diversity in the Workplace is Now Overwhelming.*”
80. Foster, Grodach, and Murdoch, “Neighborhood Diversity, Economic Health, and the Role of the Arts,” Florida, “The Connection Between the Arts and Neighborhood Diversity,” and Florida, *Cities and the Creative Class*.
81. 劣势指标包括低于联邦贫困线的人口比例、失业比例和接受公共援助的比例。
82. 世界银行, “具有竞争力的城市促进就业与增长: 什么、谁和怎样”。
83. BOP Consulting, *World Cities Cultural Report*.
84. 联合国教科文组织和安永, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》。
85. European Commission, *Mapping the Creative Value Chains: A Study on the Economy of Culture in the Digital Age*.
86. Glaeser, Kolko, and Saiz, “Consumer City.”
87. Albouy, Cho, and Shappo, “Immigration and the Pursuit of Amenities,” and Glaeser, Kolko, and Saiz, “Consumer City.”
88. Florida, “Young People’s Love of Cities Isn’t a Passing Fad,” and Lee, Lee, and Shubho, “Urban Revival by Millennials? Intraurban Net Migration Patterns of Young Adults, 1980-2010.”
89. Dustmann and Okatenko, “Out-Migration, Wealth Constraints, and the Quality of Local Amenities.”
90. Glaeser, Kolko, and Saiz, “Consumer City.”
91. Katz and Wagner, “The Rise of Innovation Districts: A New Geography of Innovation in America.”
92. Florida, *Cities and the Creative Class*.
93. 数据来自: 联合国教科文组织 *UIS.Stat* 数据库 <http://data.uis.unesco.org/#>, 以及教科文组织统计研究所, 2020年7月访问。又见: 联合国教科文组织, 《2009年联合国教科文组织文化统计框架》。
94. 联合国教科文组织和安永, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》。
95. 数据来自联合国教科文组织 *UIS.Stat* 数据库 <http://data.uis.unesco.org/#>, 2020年7月访问。又见: 联合国教科文组织, 《投资创意》。
96. Eurostat’s *Share of women in cultural employment and in total employment*, 2018年数据集, 2020年7月访问。
97. 联合国教科文组织, 《投资创意》, 第2页。
98. “文化就业”数据来自联合国教科文组织 *UIS.Stat* 数据库, 2020年7月访问: [http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CEMP\\_DS](http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CEMP_DS)。
99. 联合国教科文组织, 《在文化领域工作的妇女的不稳定状况》。
100. 数据来自联合国教科文组织 *UIS.Stat* 数据库 <http://data.uis.unesco.org/#>, 2020年7月访问, 作者计算。
101. 同上。
102. 数据来自欧盟统计局, “Cultural Employment”, 2020年5月访问: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment#Self-employment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment#Self-employment)。
103. Malt, *Freelancing in Europe: The 2018 Survey*.
104. The Guardian, “Top Artists Reveal How to Find Creative Inspiration.”
105. Schubert, Stansbury, and Taska, *Employer Concentration and Outside Options*.
106. Garcia, Klinger, and Stathoulopoulos, “Creative Nation: How the receive Industries Are Powering the UK’s Nations and Regions,” 23–24, 33–34, 50.
107. 联合国教科文组织和世界银行, 《城市重建和恢复中的文化》, 第31页。
108. 同上, 第27页。
109. 关于减灾工作的更多信息, 见 Wahba, Ottone, and Amirtahmasebi, “Culture in the COVID-19 Recovery: Good for Your Wallet, Good for Resilience and Good for You.”



110. KEA European Affairs, *The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Cultural and Creative Sector*.
111. JRC, “European Cultural and Creative Cities in COVID-19 Times.”
112. Florida and Seman, “Lost Art: Measuring COVID-19’s Devastating Impact on America’s Creative Economy.”
113. 更多关于因COVID-19导致的旅游业就业和GDP损失的信息, 参见: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19> 以及: <https://wtcc.org/News-Article/WTCC-now-estimates-over-100-million-jobs-losses-in-the-Travel-&Tourism-sector-and-alerts-G20-countries-to-the-scale-of-the-crisis>.
114. 根据“非正规就业妇女: 全球化和组织化 (WIEGO)”, 世界上约有33亿工人, 约61%是非正规经济工人。另见劳工组织, 《非正规经济中的妇女和男子: 统计实情》, 第13页。
115. 劳工组织, 《劳工组织监测报告: 2019冠状病毒病与劳动世界 (第三版)》。
116. OECD, *Supporting Livelihoods During the COVID-19 Crisis: Closing the gaps in Safety Nets*.
117. “坚韧艺术” (<https://en.unesco.org/news/resiliart>) 是一项国际运动, 由联合国教科文组织于2020年4月15日发起, 旨在为艺术家和文化专业人士提供一个平台, 交流思想, 思考在COVID-19危机期间和之后支持创意行业的措施, 并集体思考其未来。它旨在提高人们对当前全球健康危机对文化行业的深远影响的认识。
118. 数据来自Hanson, John William. 2016. “Cities dataset, version 1.0.” 牛津大学研究档案数据库 (2020年8月访问)。DOI: <https://doi.org/10.5287/bodleian:eqapevAn8>。另见联合国教科文组织和安永, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》。
119. McKinsey & Company, “Consumer Sentiment and Behavior Continue to Reflect the Uncertainty of the COVID-19 Crisis.”
120. 数据来自Opportunity Insights Economic Tracker: <https://tracktherecovery.org/>。
121. Hamidi, Sabouri, and Ewing, “Does Density Aggravate the COVID-19 Pandemic?” ; and Lall and Wahba, “No Urban Myth: Building Inclusive and Sustainable Cities in the Pandemic Recovery.”
122. 联合国全球传播部, 《联合国在COVID-19大流行期间支持“被困的”家庭暴力受害者》, Troianovski, “In Pandemic’s Grip, Russia Sees Spike in Age-Old Bane: Drinking”, 以及Taub, “A New Covid-19 Crisis: Domestic Abuse Rises Worldwide”。
123. Montalto, Sacco, Alberti, Panella, and Saisan, “European Culture and Creative Cities in COVID-19 Times: Jobs at Risk and the Policy Response.”
124. 根据为本报告进行的采访。
125. Montalto, Sacco, Alberti, Panella, and Saisan, “European Culture and Creative Cities in COVID-19 Times: Jobs at Risk and the Policy Response,” and Spiliopoulou and Anagnostopoulou, “Greek Artists Give Truck-Top Concert to Athenians Under COVID-19 Lockdown.”
126. OECD, “Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses,” and Cavallo, Alberto, “Global Policy Tracker,” COVID-19 Business Impact Center, Harvard Business School, accessed July 2020.
127. Sheppard, “The Coronavirus Could Change How Freelancers Work in the Long Term.”
128. 联合国教科文组织, “文化和COVID-19影响应对追踪”。

## 图注

### 图1

在本图中，“创意产品”是指在以下行业生产的产品和服务：艺术和工艺品、视听、设计、新媒体表演艺术、出版和视觉艺术。

### 图2

数据范围为2008-2019年，取决于国家的可用性，定义可能因国家报告框架而不同。

### 图4

在本图中，“创意产品”是指在以下行业生产的产品和服务：艺术和工艺品、视听、设计、新媒体表演艺术、出版和视觉艺术。

### 图5

数据范围为2008-2019年，取决于国家的可用性，定义可能因国家报告框架而不同。

### 图12

每个观测点代表一个国家统计局地区，这是一个仅为统计目的而建立的地理实体，而不是一个行政单位。

### 图16

数据来自于34个国家：奥地利、比利时、波斯尼亚和黑塞哥维那、保加利亚、克罗地亚、塞浦路斯、捷克、丹麦、爱沙尼亚、芬兰、法国、德国（1990年前为联邦德国的领土）、希腊、匈牙利、冰岛、爱尔兰、意大利、拉脱维亚、立陶宛、卢森堡、马耳他、挪威、北马其顿、荷兰、波兰、葡萄牙、罗马尼亚、斯洛伐克、斯洛文尼亚、西班牙、瑞典、瑞士、土耳其和英国。

### 图19

国家层面的数据范围为2008-2019年，取决于国家的可用性。行业分类基于ISIC 4。媒体艺术包括计算机编程、咨询和相关活动；编程和广播活动；印刷；以及录制媒体的复制。设计包括广告和市场研究以及建筑和工程活动。音乐和电影包括电影、录像和电视节目制作、录音和音乐发行活动。文学包括出版活动。遗产活动包括体育活动和娱乐休闲活动；旅行社、旅游经营者、预订服务和相关活动；住宿；以及图书馆、档案馆、博物馆和其他文化活动。饮食业包括食品和饮料服务活动，工艺/艺术包括创意艺术和娱乐活动。

### 图20

由于数据限制，文化和创意产业工作限于住宿和食品服务、艺术和娱乐服务，以及信息媒体和电信。

## 表注

### 表1

世界银行，2015年，“具有竞争力的城市促进就业与增长：什么、谁和怎样”，工作文件101546号，世界银行，华盛顿特区，<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23227/Competitive0ci000what00who00and0how.pdf?sequence=5&isAllowed=y>。

### 表3

世界银行，2015年，“具有竞争力的城市促进就业与增长：什么、谁和怎样”。工作文件101546号，世界银行，华盛顿特区。

## 表注

表4

危机对经济产出的影响是利用支出、就业、收入损失和脆弱性指标的数据来估计的：[https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-outlook/volume-2020/issue-1\\_0d1d1e2e-en#page144](https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-outlook/volume-2020/issue-1_0d1d1e2e-en#page144) ; <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19> ; <https://www.hbs.edu/covid-19-business-impact/insights/economic-and-financial-impacts/impact-maps> ; <https://tracktherecovery.org/> ; [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_743146.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_743146.pdf) ; <https://www.nber.org/papers/w27360.pdf> ; <https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/safeguarding-europes-livelihoods-mitigating-the-employment-impact-of-covid-19#>

1. Goldstein, Andrew. 2020. “Can a Virtual Art Fair Deliver? We Went in Search of Great Art in the Dallas Art Fair’s Online Viewing Rooms to Find Out.” *Artnet News*, April 20, 2020, <https://news.artnet.com/market/8-best-artworks-of-the-dallas-art-fairs-online-viewing-rooms-1838598>.
2. 联合国教科文组织, 2020年, “COVID-19危机如何影响中美洲的文化行业?” 2020年4月17日, <https://es.unesco.org/news/como-crisis-covid-19-afecta-al-sector-cultura-america-central>.
3. Florida, Richard and Michael Seman. 2020. “*Lost Art: Measuring COVID-19’s Devastating Impact on America’s Creative Economy*.” Brookings. [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/08/20200810\\_Brookingsmetro\\_Covid19-and-creative-economy\\_Final.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/08/20200810_Brookingsmetro_Covid19-and-creative-economy_Final.pdf)

4. Matthams, Kate. 2020. “Five Ways Covid-19 Is Changing the Game For Independent Jewelry Designers.” *Forbes*, May 26, 2020. <https://www.forbes.com/sites/katematthams/2020/05/26/five-ways-covid-19-is-changing-business-for-independent-jewelry-designers/#389cfa141cb> ; and Davis, Dominic-Madori. 2020. “Amazon is Teaming up with Vogue for an Online Store Showcasing Independent Luxury Designers, but Some say it Signals a ‘Gleak’ Future for Fashion.” *Insider*, May 14, 2020. <https://www.businessinsider.com/amazon-teams-with-vogue-to-launch-digital-luxury-fashion-store-2020-5?IR=T>.
5. Paton, Elizabeth. 2020. “The Artisans Behind Italian Fashion Tremble at Their Future.” *The New York Times*, May 24, 2020. <https://www.nytimes.com/2020/05/23/business/italy-luxury-fashion-coronavirus.html>.
6. Whiting, Kate. 2020. “This is How Coronavirus has Changed the Film and TV Industry.” *Agenda* (blog), May 4, 2020. <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/covid-19-coronavirus-tv-film-industry/>.
7. 同上。
8. Stewart, James. B. “Movie Theaters Are on the Brink. Can Wine and Cheese Save Them?” *The New York Times*, May 15, 2020. <https://www.nytimes.com/2020/05/15/business/movie-theaters-coronavirus.html>.
9. Whiting, “This is How Coronavirus has Changed the Film and TV Industry.”
10. France 24. 2020. “Nigeria’s Nollywood gets creative in response to Covid-19.” June 4, 2020 <https://www.france24.com/fr/20200604-nigeria-impacté-par-la-crise-du-covid-19-nollywood-se-réinvente>

## 表注

11. Florida and Seman, *Lost Art: Measuring COVID-19's Devastating Impact on America's Creative Economy*.
  12. Ernst & Young. 2021. *Rebuilding Europe—The Cultural and Creative Economy Before and After the COVID-19 Crisis: Executive Summary, January 2021*. London: EY. [https://www.adagp.fr/sites/default/files/rebuilding\\_europe\\_ey\\_gesac\\_synthese\\_.pdf](https://www.adagp.fr/sites/default/files/rebuilding_europe_ey_gesac_synthese_.pdf).
  13. Jones, Katie. 2020. “These Charts Show How COVID-19 Has Changed Consumer Spending Around the World.” *Agenda* (blog), May 2, 2020. <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/coronavirus-covid19-consumers-shopping-goods-economics-industry>; and McKinsey & Company. 2020. “Consumer Sentiment and Behavior Continue to Reflect the Uncertainty of the COVID-19 Crisis.” October 26, 2020. <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19>.
- 续表4**
14. Iati, Marisa. 2020. “The Pandemic has Hit Restaurants Hard, but Experts say the ‘Ghost Food Hall’ Concept Might Save Them.” *The Washington Post*, July 20, 2020. <https://www.washingtonpost.com/food/2020/07/18/pandemic-has-hit-restaurants-hard-experts-say-ghost-food-hall-concept-might-save-them/>.
  15. Kaufmann, Michael S., Lena G. Goldberg, and Jill Avery. 2020. “Restaurant Revolution: How the Industry is Staying Alive.” *Harvard Business School*, July 16, 2020. <https://hbswk.hbs.edu/item/restaurant-revolution-how-the-industry-is-fighting-to-stay-alive>.
  16. Hinchliffe, Emma. 2020. “3 Restaurateurs on How the Battered Food-Service Industry is Weathering the Coronavirus Pandemic.” *Fortune*, April 20, 2020. <https://fortune.com/2020/04/20/coronavirus-restaurants-food-service-industry-takeout-delivery-covid-19/>; et données de la National Restaurant Association ici : <https://restaurant.org/covid19>.
  17. Taylor, Michael and Rina Chandran. 2020. “Asia’s Street Food Hawkers Struggle During Coronavirus Lockdowns.” *Reuters*, March 25, 2020. <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-asia/asias-street-food-hawkers-struggle-during-coronavirus-lockdowns-idUSL4N2BH2ZA>.
  18. Forbes. 2020. “El 65% de los restaurantes en México ‘morirá’ o tendrá ‘alto riesgo de quebrar’ por coronavirus.” May 11, 2020. <https://www.forbes.com.mx/negocios-el-65-de-los-restaurantes-en-mexico-morira-o-tendra-alto-riesgo-de-quebrar-por-coronavirus/>.
  19. 瑞典出版商协会在大流行开始时发布了关于行业销售的每周报告。根据他们在2020年6月12日发表的报告，到第23周，实体书的销售量与2019年相比下降了27%，而网上书的销售量增加了50%。见：<https://booksellers.se/vecka-23-internetbokhandeln-okar-forsaljningen-med-50-procent/>。
  20. Florida and Seman, *Lost Art: Measuring COVID-19's Devastating Impact on America's Creative Economy*.
  21. Hall, Stefan. 2020. “This is How COVID-19 is Affecting the Music Industry.” *Agenda* (blog), May 27, 2020. <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/this-is-how-covid-19-is-affecting-the-music-industry/>.
  22. 同上。
  23. 同上。



24. 见Spotify在2020年4月29日致股东的信：  
[https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc\\_financials/2020/q1/Shareholder-Letter-Q1-2020-\[Final\]-\(1\).pdf](https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2020/q1/Shareholder-Letter-Q1-2020-[Final]-(1).pdf).
25. Grant, Kristin Westcott. 2020. “The Future of Music Streaming: How COVID-19 Has Amplified Emerging Forms of Music Consumption.” *Forbes*, May 16, 2020. <https://www.forbes.com/sites/kristinwestcottgrant/2020/05/16/the-future-of-music-streaming-how-covid-19-has-amplified-emerging-forms-of-music-consumption/>.
26. ADAGP. 2021. “EY Study: Rebuilding Europe through Culture.” January 26, 2021. [https://www.adagp.fr/sites/default/files/rebuilding\\_europe\\_ey\\_gesac\\_synthese\\_.pdf](https://www.adagp.fr/sites/default/files/rebuilding_europe_ey_gesac_synthese_.pdf)
27. 联合国教科文组织，2020年，《COVID-19大流行下的全球博物馆》，巴黎：联合国教科文组织，[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530_fre).
28. International Council of Museums (ICOM). 2020. *Museums, Museum Professionals and COVID-19*. Paris: ICOM. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-musees-et-COVID-19-1.pdf>.
29. 联合国教科文组织，《COVID-19大流行下的全球博物馆》。
30. 同上。

### 表5

1. 神户是日本创意城市网络的一部分。关于日本创意城市网络的更多信息，参见：<http://ccn-j.net/covid19/>。
2. <https://www.city.kobe.lg.jp/a05822/press/838667126889.html>.
3. <https://www.city.kobe.lg.jp/a51458/113607015059.html>.
4. <https://www.city.kobe.lg.jp/a31812/designhojo.html>.
5. <https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk20/documents/shigatuhoseiyosann.pdf>.
6. <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO60903870Y0A620C2CR8000/>.

### 续表5

7. Brut. “The City of Vienna’s Department of Cultural Affairs: One-Time Work Grant Based on COVID-19,” accessed July 2020. <https://brut-wien.at/en/Magazine/Let-s-talk-about-brut/The-City-of-Vienna-s-Department-of-Cultural-Affairs-One-time-work-grant-based-on-COVID-19>; and Bailey, Jackie. 2020. “Government Responses to the Impact of COVID-19 on the Arts and Creative Industries.” *BYP Group*, March 21, 2020 <https://www.bypgroup.com/blog/2020/3/21/government-arts-responses-to-covid-19>.
8. Groendahl, Boris. 2020. “Vienna Opens 50- Euro Tab for Every Family to Promote Eating Out.” *Bloomberg*, May 13, 2020. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-13/vienna-opens-50-euro-tab-for-every-family-to-promote-eating-out>.
9. 参见直播时间表：<https://www.wienerstaatsoper.at/en/staatsoper/media/detail/news/current-streaming-schedule/>。
10. Republic of Austria Ministry of Finance. 2020. “€1,000 per month for freelance artists.” May 28, 2020. <https://www.bmf.gv.at/en/press/press-releases/2020/Mai/€1,000-per-month-for-freelance-artists.html>.
11. National Arts Center. 2020. “The National Arts Centre and Facebook Canada Provide \$100,000 to Support Canadian Performers Impacted by COVID-19.” Press release, March 19, 2020. <https://nac-cna.ca/en/media/newsrelease/25880>.
12. The Writer’s Union of Canada. 2020. “\$150,000 Emergency Relief Fund Established for Canadian Literary Artists.” Press Release, March 30, 2020. <https://www.writersunion.ca/news/emergency-relief-fund>.
13. Canada Council for the Arts. “Digital Originals: Micro Innovation Grants,” accessed July 2020. <https://canadacouncil.ca/initiatives/digital-originals>.

- 
14. City of Buenos Aires. “Fondo Metropolitano de la Cultura, las Artes y las Ciencias,” accessed July 2020. <https://www.buenosaires.gob.ar/fondometropolitano>.

---

  15. Cantó, Marcelo. “BA Cultura en casa, una iniciativa del gobierno de la ciudad de Buenos Aires para acceder a todo contenido digitalizado.” Argentear.com, March 22, 2020. <https://argentear.com/ba-cultura-en-casa/>.

---

  16. Infobae. “México y Buenos Aires unen plataformas digitales de arte y cultura durante la pandemia de coronavirus.” April 15, 2020. <https://www.infobae.com/cultura/2020/04/15/mexico-y-buenos-aires-unen-plataformas-digitales-de-arte-y-cultura-durante-la-pandemia-de-coronavirus/>.

---

  17. OECD. 2020. “Cities Policy Responses.” OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19), July 23, 2020. <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/cities-policy-responses-fd1053ff/#section-d1e1464>.

---

  18. Ministry of Culture Of Argentina. 2020. “Medidas para el sector de la cultura ante el COVID-19.” April 15, 2020. <https://www.cultura.gob.ar/medidas-en-el-sector-cultural-ante-el-covid-19-8932/>.

---

  19. OECD, “Cities Policy Responses.”

---

  20. 同上。

---

  21. 同上。

---

  22. Irekia. “El Departamento de Culturay Política Lingüística del Gobierno Vasco pone en marcha un paquete de ayudas de 2.645.000 euros para apoyar al sector cultural ante las consecuencias de la situación de alarmay la emergencia sanitaria.” June 24, 2020. <https://www.irekia.euskadi.eus/es/news/62317-departamento-cultura-politica-linguistica-del-gobierno-vasco-pone-marcha-paquete-ayudas-645-000-euros-para-apoyar-sector-cultural-ante-las-consecuencias-situacion-alarma-emergencia-sanitaria>.

---

  23. Ilrekia. “El Gobierno, las diputaciones y los ayuntamientos se unen para reactivar el comercio y el turismo en Euskadi tras la crisis del coronavirus.” July 7, 2020. <https://www.irekia.euskadi.eus/es/news/62509-gobierno-las-diputaciones-los-ayuntamientos-unen-para-reactivar-comercio-turismo-euskadi-tras-crisis-del-coronavirus>.

---

  24. Basque Government Department of Health. “Transparencia sobre el nuevo coronavirus (COVID-19): Ayudas económicas COVID-19.” April 27, 2020. <https://www.euskadi.eus/medidas-de-urgencia-covid-19-para-pymes/web01-a3korsai/es/>.

---

  25. 同上。
-

## 参考文献

- Albouy, David, HeePyung Cho, and Mariya Shappo. 2021. "Immigration and the Pursuit of Amenities." *Journal of Regional Science* 61(1): 5-29. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jors.12475>.
- Amirtahmasebi, Rana, Mariana Orloff, Sameh Wahba和Andrew Altman, 2016年,《城市土地再生》,华盛顿特区:世界银行。
- Andersson, Åke, David Andersson, Zara Daghbashyan, and Björn Hårsmån. 2014. "Location and Spatial Clustering of Artists." *Regional Science and Urban Economics* 47: 128-137.
- Andrews, Matt, Lant Pritchett, and Michael Woolcock. 2012. "Escaping Capability Traps through Problem-Driven Iterative Adaptation." Working Paper 2099, Center for Global Development, Washington, DC. <https://www.cgdev.org/publication/escaping-capability-traps-through-problem-driven-iterative-adaptation-pdia-working-paper>.
- Bereitschaft, Bradley. 2014. "Neighbourhood Change among Creative-Cultural Districts in Mid-Sized US Metropolitan Areas." *Regional Science and Urban Economics* 1(1): 158-183.
- BOP Consulting. 2018. *World Cities Cultural Report*. London: BOP Consulting. [http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/181108\\_WCCR\\_2018\\_Low\\_Res.pdf](http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/181108_WCCR_2018_Low_Res.pdf).
- Branzanti, Caterina. 2015. "Creative Clusters and District Economies: Towards a Taxonomy to Interpret the Phenomenon." *European Planning Studies* 23(7): 1401-1418.
- Carey, Heather, Rebecca Florisson, Dave O'Brien, and Neil Lee. 2020. *Getting in and Getting on: Class, Participation and Job Quality in the UK Creative Industries*. London: Creative Industries Policy and Evidence Centre (NESTA). <https://www.pec.ac.uk/research-reports/getting-in-and-getting-on-class-participation-and-job-quality-in-the-uks-creative-industries>.
- Comunian, Roberta and Lauren England, 2019. "Creative Clusters and the Evolution of Knowledge and Skills: From Industrial to Creative Glassmaking." *Geoforum* 99: 238-247. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016718518300459>.
- Cooke, Peter and Luciana Lazeretti. 2008. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham: Edward Elgar. <https://www.e-elgar.com/shop/usd/creative-cities-cultural-clusters-and-local-economic-development-9781847202680.html>.
- Crossick, Geoffrey and Patricia Kaszynska. 2016. *Understanding the Value of Arts & Culture. The AHRC Cultural Value Project*. Swindon: Arts & Humanities Research Council. <https://ahrc.ukri.org/documents/publications/cultural-value-project-final-report/>.
- Cunningham, Stuart, Mark Ryan, Michael Keane, and Diego Ordonez. 2008. "Financing Creative Industries in Developing Country Contexts." In *Creative Industries and Developing Countries: Voice, Choice and Economic Growth*, edited by D. Barrowclough and Z. Kozul-Wright, 65-110. London: Routledge.
- Drake, Graham. 2003. "'This Place Gives Me Space': Place and Creativity in the Creative Industries." *Geoforum* 34(4): 511-524.
- Dustmann, Christian and Anna Okatenko. 2014. "Out-Migration, Wealth Constraints, and the Quality of Local Amenities" . *Journal of Development Economics* 110: 52-63. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030438781400073X>.
- Easterly, William, Laura Freschi, and Steven Pennings. 2016. "A Long History of a Short Block: Four Centuries of Development Surprises on a Single Stretch of a New York City Street." Working paper for NYU's Development Research Institute (DRI). <https://static1.squarespace.com/static/5451873de4b008f3c5898336/t/57b4bc84197aea1f04976bfe/1471462535101/aug2016wp.pdf>.

- Eswaran, Vijay. 2019. "The Business Case for Diversity in the Workplace is Now Overwhelming." *Agenda* (blog), April 29, 2019. <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/business-case-for-diversity-in-the-workplace/>.
- European Commission. 2015. *Survey on Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors*. Brussels: European Commission.
- . 2017. *Mapping the Creative Value chains: A Study on the Economy of Culture in the Digital Age*. Brussels: European Commission. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4737f41d-45ac-11e7-aea8-01aa75ed71a1>.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- . 2014. "The Creative Class and Economic Development." *Economic Development Quarterly* 28(3): 196-205.
- . 2015. *Cities and the Creative Class*. London: Routledge.
- . 2016. "The Connection Between the Arts and Neighborhood Diversity." *Bloomberg City Lab*, February 11, 2016. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-02-11/how-diversity-and-the-arts-work-together-in-cities>.
- . 2017. *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class-and What We Can Do About It*. New York: Basic Books.
- . 2019. "Young People's Love of Cities Isn't a Passing Fad." *Bloomberg City Lab*, May 28, 2019. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-05-28/u-s-millennials-really-do-prefer-cities>.
- Florida, Richard and Michael Seeman. 2020. "Lost Art: Measuring COVID-19's Devastating Impact on America's Creative Economy." *Brookings*, August 11, 2020. <https://www.brookings.edu/research/lost-art-measuring-covid-19s-devastating-impact-on-americas-creative-economy/>.
- Forbes. 2020. "El 65% de los restaurantes en México 'morirá' o tendrá 'alto riesgo de quebrar' por coronavirus." May 11, 2020. <https://www.forbes.com.mx/negocios-el-65-de-los-restaurantes-en-mexico-morira-o-tendra-alto-riesgo-de-quebrar-por-coronavirus/>.
- Foster, Nicole, Carl Grodach, and James Murdoch, III. 2016. "Neighborhood Diversity, Economic Health, and the Role of the Arts." *Journal of Urban Affairs* 38(5): 623-642.
- García, Juan Mateos, Joel Klinger, and Konstantinos Stathouloupoulos. 2018. "Creative Nation: How the Creative Industries Are Powering the UK's Nations and Regions." London: NESTA.
- Gardiner, Ben and Peter Sunley. 2020. *The Changing Spatial Distribution of Employment in Creative Industry Clusters in England, 1991-2018*. London: Creative Industries Policy and Evidence Centre (NESTA). <https://www.pec.ac.uk/research-reports/changing-spatial-distribution-of-employment>.



- Glaeser, Edward L., Jed Kolko, and Albert Saiz. 2001. "Consumer City." *Journal of Economic Geography* 1(1): 27-50.
- Government of the United Kingdom, Department for Culture, Media and Sport. 2001. *Creative Industries Mapping Document*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.
- Guardian, The. 2012. "Top Artists Reveal How to Find Creative Inspiration." January 2, 2012. <https://www.theguardian.com/culture/2012/jan/02/top-artists-creative-inspiration>.
- Hamidi, Shima, Sadegh Sabouri, and Reid Ewing. 2020. "Does Density Aggravate the COVID-19 Pandemic?" *Journal of the American Planning Association* (86)4: 495-509.
- Hietala, Marjatta and Peter Clark. 2013. "Creative Cities." In *The Oxford Handbook of Cities in World History*, edited by P. Clark. Oxford University Press, Oxford.
- . 国际劳工组织 (劳工组织), 2018年, 《非正规经济中的妇女和男子: 统计实情》, 日内瓦: 劳工组织, [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_626831.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_626831.pdf).
- . 2020a, 《劳工组织监测报告: 2019冠状病毒病与劳动世界 (第三版)》, 日内瓦: 劳工组织, [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_743146.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_743146.pdf).
- . 2020b, 《劳工组织监测报告: 2019冠状病毒病与劳动世界 (第五版)》, 2020年6月30日, 日内瓦: 劳工组织, [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_749399.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf).
- Joint Research Center (JRC). 2020. *European Cultural and Creative Cities in COVID-19 Times. Science for Policy report*, Brussels: European Commission. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC120876>.
- Katz, Bruce and Julie Wagner. 2014. *The Rise of Innovation Districts: A New Geography of Innovation in America*. Washington, DC: Metropolitan Policy Program at Brookings. <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/07/InnovationDistricts1.pdf>.
- KEA European Affairs. 2020. *The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Cultural and Creative Sector*. Report for the Council of Europe, Brussels: KEA. [https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS\\_COE-KEA\\_26062020.pdf.pdf](https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf).
- Kourtit, Karima, Jan Möhlmann, Peter Nijkamp, and Jan Rouwendal, 2014. *The Spatial Distribution of Creative Industries and Cultural Heritage in The Netherlands*. Tinbergen Institute Discussion Paper 13-195/VIII, Amsterdam: Tinbergen Institute.
- Lall, Somik和Sameh Wahba, 2020年, "不存在城市神话: 在大流行恢复期间建设包容和可持续的城市", 2020年6月18日, 华盛顿特区: 世界银行, <https://www.worldbank.org/en/news/immersive-story/2020/06/18/no-urban-myth-building-inclusive-and-sustainable-cities-in-the-pandemic-recovery>.
- Lazrak, Floris, Peter Nijkamp, Piet Rietveld, and Jan Rouwendal. 2012. "Cultural Heritage and Creative Cities: An Economic Evaluation Perspective." In *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives*, edited by Baycan and L. Girard. London: Routledge.
- Lee, Yongsung, Bumsoo Lee, and Md Tanvir Hossain Shubho. 2019. "Urban Revival by Millennials? Intraurban Net Migration Patterns of Young Adults, 1980–2010." *Journal of Regional Science* 59(3): 538-566, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jors.12445>.
- Lorenzen, Mark and Lars Frederiksen. 2008. "Why do Cultural Industries Cluster: Localization, Urbanization, Products, Projects." In *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, edited by P. Cooke and L. Lazzeretti, 155-179. Cheltenham: Edward Elgar.
- Malt. 2018. *Freelancing in Europe: The 2018 Survey*. Paris: Malt. <https://news.malt.com/wp-content/uploads/2018/10/EFS-2018-Infographics.pdf>.
- Mateos-Garcia, Juan and Hasan Bakhshi. 2016. *The Geography of Creativity in the UK: Creative Clusters, Creative People and Creative Networks*. London: NESTA. [https://media.nesta.org.uk/documents/the\\_geography\\_of\\_creativity\\_in\\_the\\_uk.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/the_geography_of_creativity_in_the_uk.pdf).

- McKinsey & Company. 2020. "Consumer Sentiment and Behavior Continue to Reflect the Uncertainty of the COVID-19 Crisis." August 20, 2020. <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19>.
- Montalto, Valentina, Pier Luigi Sacco, Valentina Alberti, Francesco Panella, and Michaela Saisan. 2020. *European Culture and Creative Cities in COVID-19 Times: Jobs at Risk and the Policy Response*. JRC Science for Policy Report, Brussels: European Commission. [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC120876/kjna30249enn\\_1.pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC120876/kjna30249enn_1.pdf).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2020a. *Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses*. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19), Paris: OCDE. <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/#tablegrp-d1e2184>.
- . 2020b. *Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors*. Paris: OECD. [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135\\_135961-nenh9f2w7a&title=Culture-shock-COVID-19-and-the-cultural-and-creative-sectors](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135961-nenh9f2w7a&title=Culture-shock-COVID-19-and-the-cultural-and-creative-sectors).
- . 2020c. *Supporting livelihoods during the COVID-19 crisis: Closing the gaps in safety nets*. Paris: OECD. <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/supporting-livelihoods-during-the-covid-19-crisis-closing-the-gaps-in-safety-nets-17cbb92d/>
- Rinaldo, Diego. 2018. *Map of ICH Food Commercial Valorisation Practices Across the Alpine Space*. AlpFoodway Interreg Alpine Space Project Deliverable D.T2.1.1, Alpine Space Fund, European Regional Development Fund, Brussels:Union européenne. [https://www.alpine-space.eu/projects/alpfoodway/project-results/wp2\\_map\\_ich\\_commercial\\_valorisation\\_practices.pdf](https://www.alpine-space.eu/projects/alpfoodway/project-results/wp2_map_ich_commercial_valorisation_practices.pdf).
- Schubert, Gregor, Anna Stansbury et Bledi Taska. 2020. *Employer Concentration and Outside Options*. Cambridge : Harvard Web Publishing.
- Scott, Allen J. 2000. *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*. Londres : Sage.
- Sheppard, Elena. 2020. "The Coronavirus Could Change How Freelancers Work in the Long Term." *Forbes*, 15 avril 2020. <https://fortune.com/2020/04/15/freelancers-coronavirus-stimulus-package-freelance-work-covid-19-impact-predictions/>.
- Snowball, Jeannette. 2007. *Measuring the Value of Culture: Methods and Examples in Cultural Economics*. New York : Springer Science & Business Media.
- SSpiliopoulou, Maria and Valentini Anagnostopoulou. 2020. "Greek Artists Give Truck-Top Concert to Athenians Under COVID-19 Lockdown." *Xinhua News Agency*, 26 avril 2020. [http://www.xinhuanet.com/english/2020-04/26/c\\_139008029.htm](http://www.xinhuanet.com/english/2020-04/26/c_139008029.htm).
- Sunley, Peter, Steven Pinch, Suzanne Reimer et James Macmillen. 2008. « Innovation in a Creative Production System: The Case of Design. » *Journal of Economic Geography* 8(5) : 675-698.
- Taylor, Michael and Rina Chandran. 2020. "Asia's Street Food Hawkers Struggle During Coronavirus Lockdowns." *Reuters*, 25 mars 2020. <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-asia/asias-street-food-hawkers-struggle-during-coronavirus-lockdowns-idUSL4N2BH2ZA>
- Taub, Amanda. 2020. "A New Covid-19 Crisis: Domestic Abuse Rises Worldwide." *The New York Times*, April 14, avril 2020. <https://www.nytimes.com/2020/04/06/world/coronavirus-domestic-violence.html>.
- Throsby, David. 2008. "The Concentric Circles Model of the Cultural Industries." *Cultural Trends* 17(3): 147-164.
- Troianovski, Anton. 2020. "In Pandemic's Grip, Russia Sees Spike in Age-Old Bane: Drinking." *The New York Times*, April 30, 2020. <https://www.nytimes.com/2020/04/14/world/europe/russia-coronavirus-alcoholism.html>.
- 联合国贸易和发展会议 (贸发会议) 和联合国开发计划署 (开发署), 《2008年创意经济报告: 评估创意经济的挑战, 实现知情决策》, 日内瓦: 贸发会议和纽约: 开发署, [https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf).
- . 2010年, 《2010年创意经济报告: 可行的发展方案》, 日内瓦: 贸发会议和纽约: 开发署。

联合国全球传播部 (UNDGC), 2020年, 《联合国在COVID-19大流行期间支持“被困的”家庭暴力受害者》, 纽约: 联合国全球传播部, <https://www.un.org/en/coronavirus/un-supporting-%E2%80%98trapped%E2%80%99-domestic-violence-victims-during-covid-19-pandemic>。

联合国教育、科学及文化组织 (联合国教科文组织), 2003年《保护非物质文化遗产公约》, 巴黎: 联合国教科文组织。

——. 《实施2003年〈保护非物质文化遗产公约〉的业务指南》, 巴黎: 联合国教科文组织。

——. 2009年, 《2009年联合国教科文组织文化统计框架》, 巴黎: 联合国教科文组织, [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf)。

——. 2015年, 《保护非物质文化遗产伦理原则》, 在“保护非物质文化遗产政府间委员会”第十届会议上提交, 该会议于2015年11月30日至12月4日在纳米比亚温得和克举行, 巴黎: 联合国教科文组织, <https://ich.unesco.org/en/ethics-and-ich-00866>。

——. 2016年, 《文化: 城市未来; 关于文化促进可持续发展的全球报告》, 巴黎: 联合国教科文组织, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000249572>。

——. 2017年, 《在文化领域工作的妇女的不稳定状况》, 教科文组织统计研究所第47号概况介绍, 巴黎: 联合国教科文组织, <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs47-precarious-situation-women-working-field-culture-2017-en.pdf>。

——. 2018年, 《投资创意》, 巴黎: 联合国教科文组织, [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/info-kit\\_brochure-final-en-web.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/info-kit_brochure-final-en-web.pdf)。

——. 2020a, “文化和COVID-19大流行影响反映追踪” 2020年4月14日, 巴黎: 联合国教科文组织, [https://en.unesco.org/sites/default/files/en\\_culture\\_covid-19\\_tracker.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/en_culture_covid-19_tracker.pdf)。

——. 2020b, 《COVID-19大流行期间世界各地的博物馆》, 巴黎: 联合国教科文组织, [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530_fre)。

联合国教科文组织和安永, 2015年, 《文化时代: 第一张全球文化和创意产业地图》, 巴黎: 联合国教科文组织, [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf)。

联合国教科文组织和开发署, 2013年, 《2013年创意经济报告特别版: 拓宽地方发展的途径》, 巴黎: 联合国教科文组织和纽约: 开发署, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-fr.pdf>。

联合国教科文组织和世界银行, 2018年, 《城市重建和恢复中的文化》, 巴黎: 联合国教科文组织和华盛顿: 世界银行, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30733>。

联合国教科文组织创意城市网络, 2017年《帕杜卡创意城市: 联合国教科文组织2019年年度报告》, 巴黎: 联合国教科文组织, [https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/paducah/UNESCO\\_2019AR\\_e\\_bd0a5a13-1e37-4213-bd9a-f493ce88b937.pdf](https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/paducah/UNESCO_2019AR_e_bd0a5a13-1e37-4213-bd9a-f493ce88b937.pdf)。

Wahba, Sameh, Ernesto Ottone, and Rana Amirtahmasebi. 2020. “Culture in the COVID-19 Recovery: Good for Your Wallet, Good for Resilience and Good for You.” *Sustainable Cities* (blog), August 20, 2020. <https://blogs.worldbank.org/sustainablecities/culture-covid-19-recovery-good-your-wallet-good-resilience-and-good-you>。

世界银行, 2013年, 《包容至关重要》, 华盛顿特区: 世界银行。

——. 2015年, “具有竞争力的城市促进就业与增长: 什么、谁和怎样”, 工作文件101546号, 华盛顿特区, 世界银行。

——. 2020年, 《橙色经济: 青年就业的驱动力; 青年就业解决方案: 专题说明》, 第1期, 华盛顿特区: 世界银行, <https://www.s4ye.org/sites/default/files/2020-09/Jobs%20in%20the%20Orange%20Economy.pdf>。

——. 2021年, 《世界发展报告: 数据让生活更美好》, 华盛顿特区: 世界银行。

World Travel and Tourism Council. 2020. “WTTC Now Estimates Over 100 million Job Losses in the Travel & Tourism Sector – and Alerts G20 Countries to the Scale of the Crisis.” Press Release, April 24, 2020, <https://wtcc.org/News-Article/WTTC-now-estimates-over-100-million-jobs-losses-in-the-travel-&-tourism-sector-and-alerts-g20-countries-to-the-scale-of-the-crisis>。

**C**ities 城市  
**C**ulture 文化  
**C**reativity 创造力

利用文化和创造力促进可持续  
城市发展和包容性增长

文化和创造力在为城市和社区带来社会、经济和空间利益方面拥有无限潜力。作为创意经济的中心，城市在通过地方层面的政策和有利环境利用文化和创意产业的变革潜力方面可以发挥关键作用。

“**城市、文化和创造力**”借鉴了全球研究和全球九个不同城市的经验，提供了指导原则和由联合国教科文组织和世界银行制定的‘城市、文化和创造力’框架，以支持城市释放文化和创意产业的力量，促进可持续城市发展、城市竞争力和社会包容。



9 789235 000481