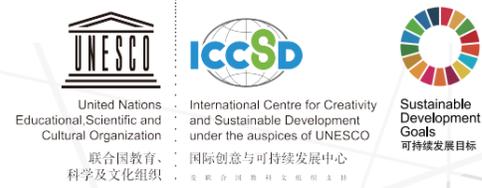




## 创意城市观察

——联合国教科文组织创意城市网络的发展  
(2004-2019)

历史上，城市一直在推动人类发展，成为不同背景的人们的“大熔炉”。城市是发展和创新的核心，它有能力放大创意并加速创新。作为创意的中心，城市将技术与文化相结合，同时通过创意和文化产业促进经济增长。



创意城市观察  
——联合国教科文组织创意城市网络的发展  
(2004-2019)



## 创意城市观察

——联合国教科文组织创意城市网络的发展  
(2004-2019)

手工艺与民间艺术 / 设计 / 电影 / 美食 / 文学 / 媒体艺术 / 音乐

# 创意城市观察

——联合国教科文组织创意城市网络的发展  
(2004-2019)

联合国教科文组织  
国际创意与可持续发展中心

研究部 制  
2019年8月31日

# 目录

序言 .....	7
----------	---

## 年会观察篇

历届创意城市网络年会主题回顾 .....	1
历届创意城市网络年会概述 .....	2
历届创意城市网络年会成果文件 .....	5
历届设计之都子网络活动时间线 .....	8

## 创意城市观察篇

联合国教科文组织创意城市网络整体分析 .....	10
创意城市的地理分布特点 .....	14
创意城市类别发展趋势 .....	26
创意城市多样性与差异化 .....	29
创意与可持续发展案例分析 .....	33
创意推动经济转型——都灵：从汽车之城到设计之都的转变 .....	33
创意助力遗产保护——开罗：创意活动充实城市古迹 .....	40
创意促进社会平等——巴米扬：手工业与妇女权利 .....	46
创意加速民主进程——开普敦：创意城市建设助推种族融合 .....	51
创意改变生态环境——库里蒂巴：创意打造生态城市 .....	57

### 声明：

本报告属内部刊物，未经本单位书面许可，任何个人或单位不得以任何形式复制及使用本刊发表的所有形式的图文资料，本报告将保留一切法律权利。如要使用本报告内容，请先致信以下地址提出申请：联合国教科文组织国际创意与可持续发展中心，研究部，中国北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼设计之都大厦 306 室，100088。

本报告中表达的意见看法仅作为作者观点，本单位不对其承担义务。

本报告中采用的名称和资料不代表本单位对任何国家、地区、城市或区域或其机构法定地位，或其边界划分的观点。

## 专家观点篇

花建：创意城市的文化空间建设 .....	64
意娜：创意经济、创意城市与城市可持续发展 .....	71
夏光：论生态文明创新 .....	76
臧红印：加快创意产业和绿色产业融合发展，助推乡村振兴 .....	80
肖怀德：理解创意：认知边界、发生机制与经济超越 .....	87
雅恩·蒙特比：重塑时尚产业：时尚的可持续发展之路 .....	93
陈平：用保护与传承民间手工艺带动贫困地区的经济增长 .....	101
参考附录 .....	106

## 图表

图 1 创意城市网络各类别创意城市现状 .....	12
图 2 创意城市地理分布情况 .....	14
图 3 各大洲创意城市历年增长数量 .....	15
图 4 各大洲历年创意城市总数量 .....	15
图 5 欧洲创意城市分布情况 .....	16
图 6 欧洲每平方千米人口密度及创意城市分布 .....	17
图 7 亚洲创意城市地理分布及人均 GDP .....	18
图 8 非洲创意城市分布情况 .....	19
图 9 非洲国家官方语言及创意城市分布 .....	20
图 10 一带一路沿线及相关国家的创意城市数量 .....	21
图 11 一带一路沿线及相关国家的创意城市分布 .....	22
图 12 一带一路沿线及相关国家的创意城市类别分布 .....	24
图 13 历年新增入网创意城市中发达国家和发展中国家占比 .....	25
图 14 历年创意城市中发达国家和发展中国家占比 .....	25
图 15 各类别创意城市历年数量 .....	26
图 16 各类别创意城市数量 .....	27
图 17 各类别创意城市地理分布 .....	28
图 18 各类别创意城市发达国家和发展中国家占比 .....	28
图 19 各类别创意城市人均 GDP .....	30
图 20 都灵的汽车设计 .....	35
图 21 改造后的多拉公园 .....	37
图 22 改造中的柯达通道 .....	42
图 23 Khan el-Khalili 集市 .....	43
图 24 巴米扬手工业者 .....	47
图 25 巴米扬和平熊 .....	48
图 26 马蓬镇的艺术画廊 .....	54
图 27 开普敦城市鸟瞰图 .....	55
图 28 库里蒂巴公交系统 .....	59
图 29 库里蒂巴的城市绿化 .....	60

# 地图和时间线

## 序言

### 创意城市与“创意 2030”

#### 时间线

创意城市网络年会与设计之都子网络活动时间线 .....5

#### 地图

创意城市地理分布情况 .....14  
欧洲每平方千米人口密度及创意城市分布 ..... 17  
非洲国家官方语言及创意城市分布 .....20  
一带一路沿线及相关国家的创意城市分布 .....24

# 案例分析

案例 1 都灵：从汽车之城到设计之都的转变 .....33  
案例 2 开罗：创意活动充实城市古迹 .....40  
案例 3 巴米扬：手工业与妇女权利 .....46  
案例 4 开普敦：创意城市建设助推种族融合 .....51  
案例 5 库里蒂巴：创意打造生态城市 .....57  
案例 6 圣达菲：充满创意活力的文化空间建设 .....66  
案例 7 布拉德福德：营造规模化电影产业集聚空间 .....68  
案例 8 上海汉中路地铁站：打造复合型小微文化空间 ..... 70  
案例 9 H&M 集团的可持续转型：以透明的可持续运营洗牌市场 .....96  
案例 10 开云集团的可持续美学：可持续性让奢侈品更奢侈 .....98  
案例 11 贵州省：用保护与传承民间手工艺带动贫困地区的经济增长 ..... 103



汉斯·道维勒 博士  
前联合国教科文组织助理总干事  
联合国教科文组织国际创意与可持续发展中心  
咨询委员会主席

历史上，城市一直在推动人类发展，成为不同背景的人们“大熔炉”。城市是地方与全球互动的十字路口，是传统与现代对话的交汇点。在全球化时代，城市的迅速扩张不仅是一个要求尊重文化多样性的经济和社会发展进程，也是可持续发展的挑战和机遇。知识、文化和创意越来越成为理解城市快速转型的新关键词，这也与知识社会的出现相呼应。

城市是发展和创新的核心。然而，今天和明天的城市正面临着前所未有的新挑战。如今，城市人口占世界人口的一半，预计到 2050 年，城市将容纳世界三分之二的人口。

虽然城市仅占世界陆地面积的 2%，却消耗全球 60% 的能源，排放 75% 的温室气体，并产生 70% 的全球垃圾。城市的扩张威胁着生物多样性，并将城市基础设施和资源——水、交通和电力等置于巨大压力之下。未经限制的发展和大众旅游将文化遗产和活态遗产置于危险的境地。不断加剧的不平等和移民问题使城市成为新的社会分裂、排斥和歧视的焦点。

从城市角度探索创意与可持续发展之间的联系一直是促进城市间国际合作的重点。许多城市联盟和网络已经建立。自 2004 年以来，目前覆盖了 72 个国家中的 180 个城市的不断扩大的联合国教科文组织创意城市网络（UCCN），一直努力利用城市的能力将创意人士聚集在一起，促进经济增长，培养社区意识并保护城市特色和遗产。

这些城市选择创意作为其可持续发展的战略因素。它们还认同文化既是发展的推动者又是发展的动力源。创意

城市网络旨在增强塑造城市发展的活力、力量 and 创新能力。通过七个既定类别——文学、电影、音乐、手工艺和民间艺术、设计、媒体艺术和美食——任何联合国教科文组织创意城市都可以与其他指定城市互动，交流经验和知识，借鉴其他世界中心的最佳实践和灵感，促进交叉渗透。

当然，设计是创意的一部分。北京被联合国教科文组织命名为设计之都。这一称号是对在首都发展上起到激励作用并留下印记的活力、动力和创新的肯定。因此，北京处于一个与世界其他城市接触的位置之上，并有能力促进最优秀、最聪明的人才之间相互交流。

国际创意与可持续发展中心是一个新的国际智库，致力于推动创意发展，促进实现联合国 17 个可持续发展目标。为此，创意中心推出了“创意 2030”项目。这是一项新的全球倡议，旨在激励和动员各行各业就创造性解决方案、工具和方法进行交流。

作为创意 2030 项目的组成部分，创意中心撰写了这本《创意城市观察：联合国教科文组织创意城市联合国教科文组织创意城市网络的发展（2004–2019）》研究报告。报告将从不同角度分析创意城市网络目前的构成，并对特定创意城市进行了深度解读。报告最后分享了不同决策者和利益相关者关于创意城市这个在完成联合国 2015 年发布的《2030 可持续发展议程》国际背景下崭新而富有活力的行动者的经验和观点。本书的成果强调了“创意”与“可持续”是相互关联的，而且逐渐成为今天发展过程中不可分割的元素。

## 年会观察篇

Observation on UCCN  
Annual Conferences

历届创意城市网络年会主题回顾

(一) 历届创意城市网络年会概述

(一) 历届创意城市网络年会成果文件

历届设计之都子网络活动时间线

# 历届创意城市网络年会主题回顾

## 历届创意城市网络年会概述

### 起源

创意城市网络是联合国教科文组织 2004 年 10 月开启的一项脱胎于《全球文化多样性联盟》的项目。这个项目希望通过搭建公共 - 私营 - 公民社会三方合作的平台，释放地方特色的文化产业的创造力、社会和经济潜力，开发新的国际合作伙伴，促进教科文组织支持文化多样性的目标。从 2004 年苏格兰城市爱丁堡提出这项倡议，并成为创意城市网络第一个成员以来，这一网络已经发展了 72 个国家的 180 个成员城市。这些成员城市根据自身特点分属文学、音乐、电影、设计、美食、多媒体艺术和手工艺与民间艺术等 7 个子领域。

创意城市网络的核心意义在于搭建网络化平台，促进成员城市之间的合作。始于 2006 年的创意城市网络年会是促进成员城市交流合作的重要机制之一。截至 2019 年，创意城市网络已经组织过十三届年会，除第一届年会在巴黎联合国教科文组织总部举办以外，其余年会都在成员城市举行，主要以欧洲和亚洲城市为主，其中中国创意城市深圳和成都分别举办了 2010 年第四届和 2014 年第八届年会。

### 两大核心主题

创意城市网络年会主要有两大核心主题：关于网络工作机制的探讨和对联合国相关政策的研讨。

### 网络工作机制

在美国圣达菲举办第二届年会的 2006 年，创意城市网络尚是一个新兴网络，仅有 8 个会员城市，大会讨论的关于网络建设的主题是如何扩大网络规模为主。到 2010 年深圳举办第四届年会的时候，创意城市网络已经扩展到 26 个城市，跨越四大洲的 17 个国家。世界范围内的影响力不断扩大，会议讨论的主题变为如何利用多媒体技术有效促进城市间的交流。2012 年在加拿大蒙特利尔举办的第六届年会上，成员城市系统讨论了创意城市资金、管理、申都方式等制度建设。2013 年意大利博洛尼亚年会上讨论了创意城市提名流程，并通过了创意城市专门账户财务规定草案。2015 年日本金泽年会上明确了督导组制度和其主要职责。2017 年在法国昂吉安莱班年会上，新版《创意城市网络战略框架》正式颁布，象征着创意城市网络逐步成为制度完善的国际城市联盟网络。

### 呼应联合国创意与可持续倡议

并且，在这 15 年的时间里，创意城市网络始终紧密呼应着联合国和联合国教科文组织的各种重要政策和倡议。创意城市网络的成立正是对教科文组织《保护文化多样性公约》的回应。第二届、第四届论坛上分别讨论了“创意旅游”和“创意经济内涵的变化”，希望以创意经济为抓手，起到保护和促进文化多样性的效果。

在韩国首尔举办的第五届年会上，成员城市首次探讨了创意方案在城市环境可持续发展方面的重要性。创意城市网络的关注点从创意经济和文化多样性本身，延伸到了可持续发展方面。在之后的年会上，可持续发展都是创意城市网络讨论的重点，并希望从不同方面为实现《2030 年可持续发展议程》做出积极贡献。

2015年5月的年会上，成员城市提交了将要编入《全球文化与可持续发展报告》的研究成果，在同年9月联合国发布了《变革我们的世界——2030年可持续发展议程》，创意城市网络的关注方向与联合国的基本政策紧密结合。第十届年会主题为“创意城市制造与《新城市议程》”，讨论了加强城市核心区、边缘区和郊区的内在联系，提升文化和创意在公共空间、提高公民参与度、增强社会联系和地方繁荣方面的作用等与可持续发展相关的内容。第十一届年会讨论的主题是“通过创意走向可持续城市：电子时代的包容性公共空间设计”，探讨了电子科技对城市包容性的影响，并发布了《市长宣言》表达了以创意支持可持续发展目标实现的决心。第十二届年会提出创意城市网络是教科文组织在践行17个可持续发展目标方面的重要伙伴。2019年第十三届年会已于6月10日到15日，以“理想城市”为题材在意大利法布里亚诺举行，延续了第五届和第十届年会对“文化、创意、合作和创新”对实现可持续发展目标11可持续的城市和人类住区方面作用的主体，并将讨论带入更深层面，通过将“可持续性”设为创意城市网络长期战略的着眼点，促进城市、国家、国际层面的各利益相关者认知、关注和参与到文化创意与可持续发展相关事业中。

至此，联合国教科文组织创意城市网络已形成有较完善的政策和机制保障、吸引全球广泛参与、融理念与实践为一体的可持续发展创意解决方案，并正持续为实现人类共同的可持续发展目标做出更多努力。

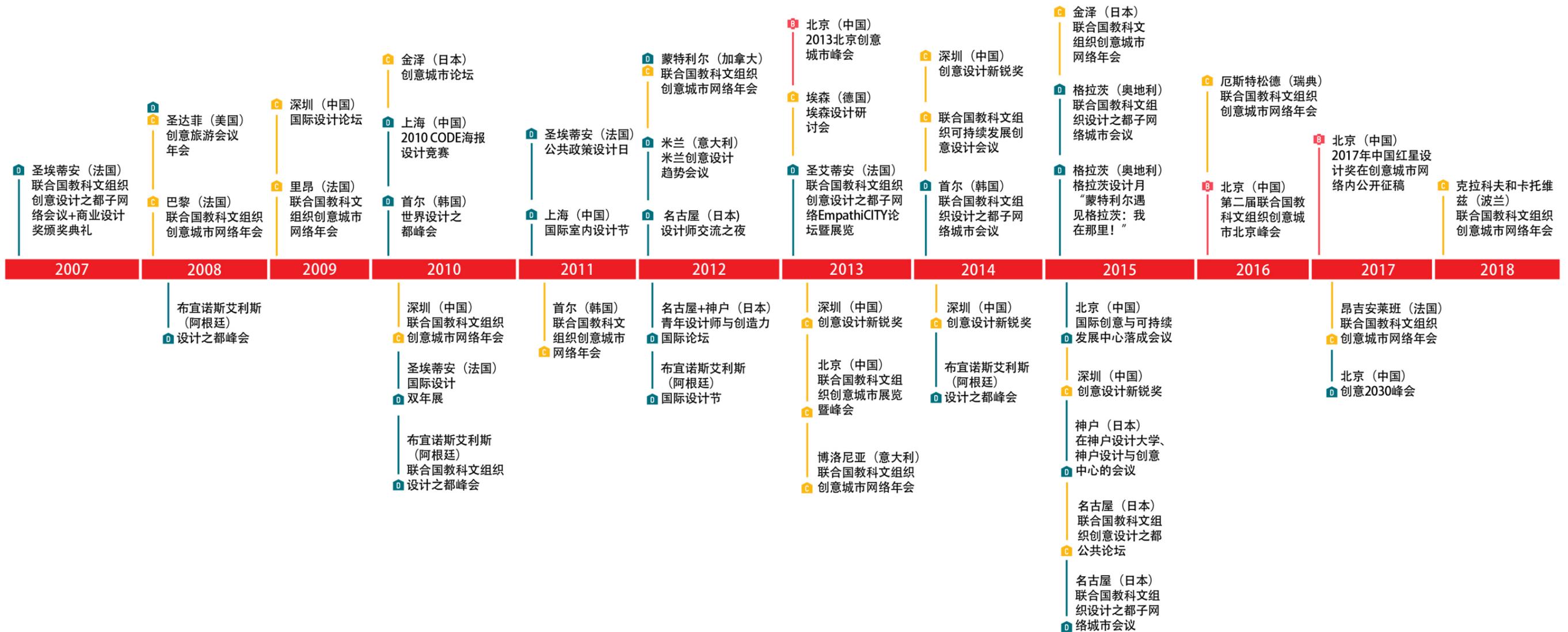
## 历届创意城市网络年会成果文件

年份	届别	主办城市	年会主题	会期	网络制度建设	关注热点话题	主要成果决议
2008	第一届	法国巴黎	创意城市网络工作会议				
2008	第二届	美国圣达菲	创意旅游：一场国际对话	2008年9月28日-10月2日(5天)	扩展创意城市网络	定义“创意旅游” 明确经济合作机会 扩展创意旅游项目	出版物：《创意旅游：一场国际对话》
2009	第三届	法国里昂	创意城市网络工作会议	2009年6月15日-17日(3天)			
2010	第四届	中国深圳	新技术·新媒体与创意城市合作	2010年12月7日-9日(3天)	依托数字科技加强社群之间的联系和网络成员的互动	创意经济内涵的变化	创意城市网络赞同深圳提议，将优先同联合国教科文组织合作开发联合数据平台，以加强交流和互动
2011	第五届	韩国首尔	以创意为基础的可持续发展	2011年11月16日-17日(2天)		首次探讨创意方案在城市环境可持续发展方面的重要性，并倡议采取行动	
2012	第六届	加拿大蒙特利尔	创意城市网络工作会	2012年5月21日-22日(2天)	探讨完善创意城市网络资金、管理、申都等制度，并讨论如何提升创意城市网络的国际影响力和美誉度		
2013	第七届	意大利博洛尼亚	创意城市网络工作会	2013年9月18日-21日(3天)	明确了创意城市项目提名流程 拟定创意城市专门账户财务规定草案		《年会预会关于创意城市网络常规框架和未来组织方式的报告》

2014	第八届	中国成都	创意城市网络工作会	2014年9月27日-29日 (3天)	讨论了创意城市网络如何建立有效和弹性的管理机制,促进合作并完成联合国及联合国教科文组织的核心任务。提出了发展更普世和平衡的创意城市网络。成立督导小组和子网络		
2015	第九届	日本金泽	创意城市网络工作会	2015年5月25日-28日 (3天)	由联合国教科文组织创意城市网络秘书处开展了主要活动 明确督导小组的主要职责 成员城市向联合国教科文组织提供研究成果、日常情况等信息	探讨文化和可持续发展的关系	研究成果对接联合国教科文组织《全球文化与可持续发展报告》
2016	第十届	瑞典厄斯特松德	创意城市制造与《新城市议程》	2016年9月14日-15日 (2天)	提议加强城市对可持续发展目标的落实,尤其是可持续发展目标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” 扩展城市、城市边缘带和乡郊地区的内在联系 加强文化和创意在生成公共空间、提升参与度、增强社会联系和实现城市繁荣方面的作用		
2017	第十一届	法国昂吉安莱班	通过创意走向可持续城市:电子时代的包容性公共空间设计	2017年6月30日-7月2日 (3天)	讨论《创意城市网络战略框架》 明确创意城市网络申都流程		通过新版《创意城市网络战略框架》2019年起,每个国家最多投递2项申都申请,并需包含2种创意城市类别,才能受理进入评估流程

2018	第十二届	波兰克拉科夫、卡托维兹	创意十字路口	2018年6月12日-15日 (3天)	督导小组成员要充分考虑到不同地理区域的代表性,以打造更平衡的网络 选举产生第二届督导小组成员		再次明确创意城市网络作为全球创新实验室的功能,并强调《2030年可持续发展议程》和《新城市议程》是创意城市网络的重要指南
2019	第十三届	意大利法布里亚诺	理想城市	2019年6月10日-15日 (5天)	明确协调推进委员会任期一届两年,重申协调员在统筹地区推进网络战略方面的职责 通过各利益相关方合作伙伴关系进行经验、知识和最佳做法分享,加强社区内和社区间社会参与 建议设立创意城市网络管理与可持续性长期战略 横向扩展城市间创意城市网络战略和伙伴关系,在教科文组织全委会、教科文组织教席和机构的支持下完善合作沟通方案,以在国家国际层面加强网络关联性和影响力 扩展创意城市网络在政策设计和规划方面的影响 重申创意城市网络在文化、创意、合作和创新方面的引领作用	反脆弱性城市 专有技术创新 创意在支持社会和经济方面的影响 关注区域、国家和国际可持续发展在落实《2030年可持续发展议程》方面的作用 重申创意城市网络成员城市的地域表达是网络的基石,呼吁全球城市为文化多样性和城市发展路径作出贡献 通过衡量网络发展,促进研究与实践结合 文化、创意、合作和创新对促进可持续发展目标11可持续城市与人类住区的影响	

# 创意城市网络年会与设计之都子网络活动时间线



- C 创意城市网络年会
- D 设计之都相关会议
- B 北京设计之都相关会议活动

## 创意城市观察篇

### Features of the Creative Cities Network

#### 联合国教科文组织创意城市网络整体分析

- (一) 创意城市的地理分布特点
- (二) 创意城市类别发展趋势
- (三) 创意城市多样性与差异化

#### 创意与可持续发展案例分析

- (一) 创意推动经济转型——都灵：从汽车之城到设计之都的转变
- (二) 创意助力遗产保护——开罗：创意活动充实城市古迹
- (三) 创意促进社会平等——巴米扬：手工业与妇女权利
- (四) 创意加速民主进程——开普敦：创意城市建设助推种族融合
- (五) 创意改变生态环境——库里蒂巴：创意打造生态城市

## 联合国教科文组织创意城市网络 整体分析

2004年，基于对城市可持续发展的高度关注，联合国教科文组织启动了创意城市网络（UCCN）项目，该项目旨在推动创意成为城市改造和可持续发展的基本驱动力。把将创意视为经济、社会、文化和环境层面可持续发展的战略因素的城市结成网络，对成员城市的经验进行考察、研究和评估，分享经验、知识和最佳实践，组织相关交流项目和活动，催生各类伙伴关系与合作，推出针对可持续发展的政策和措施，提升公众的创意意识。

联合国教科文组织创意城市网络涵盖电影、媒体艺术、美食、设计、手工艺与民间艺术、文学和音乐七个领域。同一创意领域的成员城市积极分享信息并且拓展合作伙伴关系，同时全体成员城市也通过各种国际会议和创意城市网络年度大会齐聚一堂，相互学习。

自启动以来，网络不断加速发展，截至2017年，网络内共有来自72个国家的180个成员城市。其中，文学之都28个，电影之都13个，音乐之都31个，设计之都31个，手工艺与民间艺术之都37个，美食之都26个，媒体艺术之都14个。

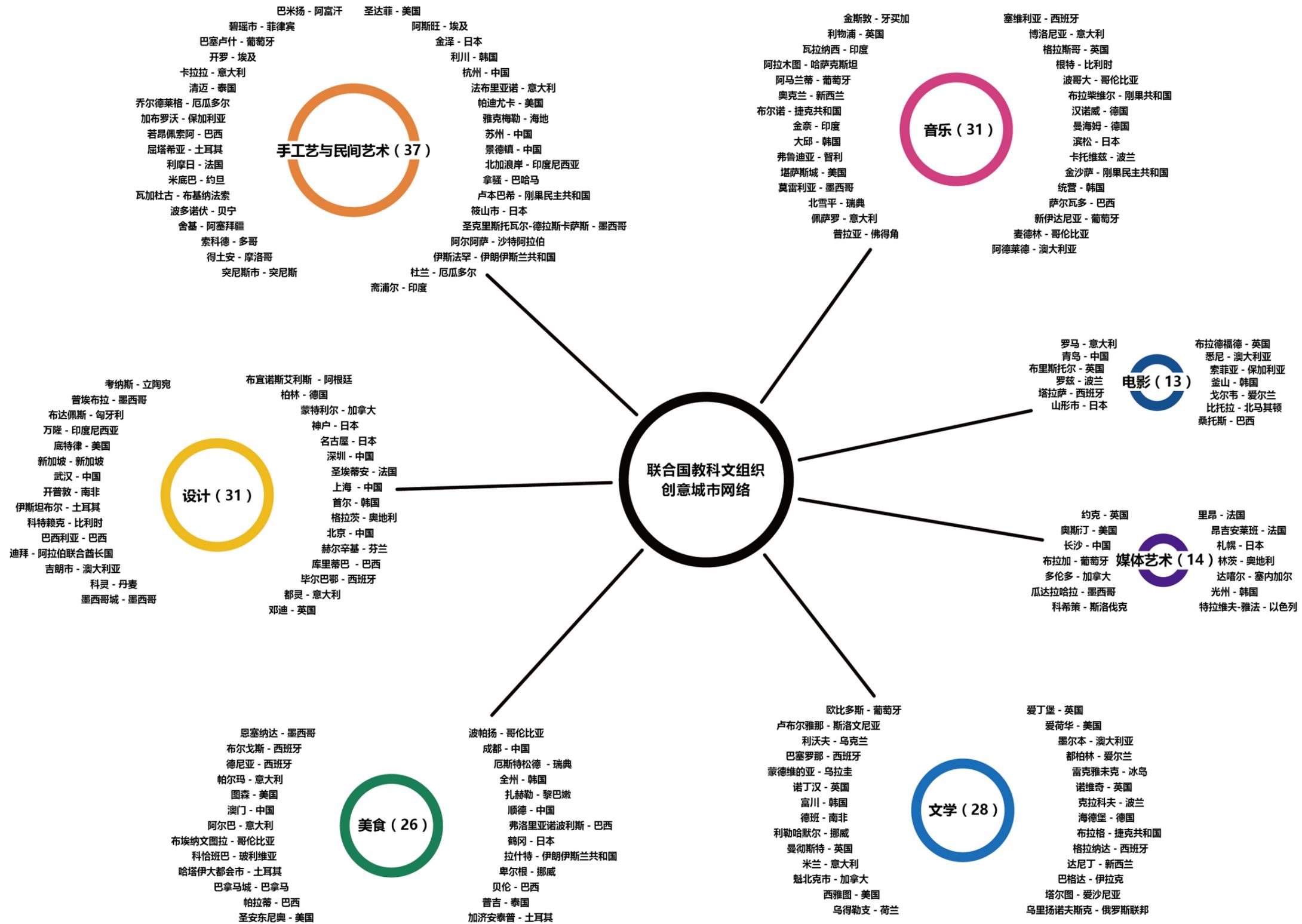


图 1 创意城市网络各类别创意城市现状 (共计 180 个城市, 截至 2019 年 7 月)  
数据来源: UCCN 官网

## 创意城市的地理分布特点

### 1. 大洲分布特点：近七成创意城市分布在欧洲和亚洲

截至2019年7月，全球已有180个城市加入创意城市网络。创意城市遍布南极洲以外的六大洲、72个国家，其中欧洲和亚洲以68个和52个创意城市占全球创意城市的66.67%；北美洲、南美洲、非洲、大洋洲分别有22个、18个、14个和6个创意城市。整体来看，欧洲和亚洲创意城市依旧占据数量优势，但从各大洲历年创意城市新增数量来看，除大洋洲由于地理因素限制增长缓慢之外，北美洲、南美洲和非洲近几年均有增长，尤其是非洲地区创意城市数量增速明显。

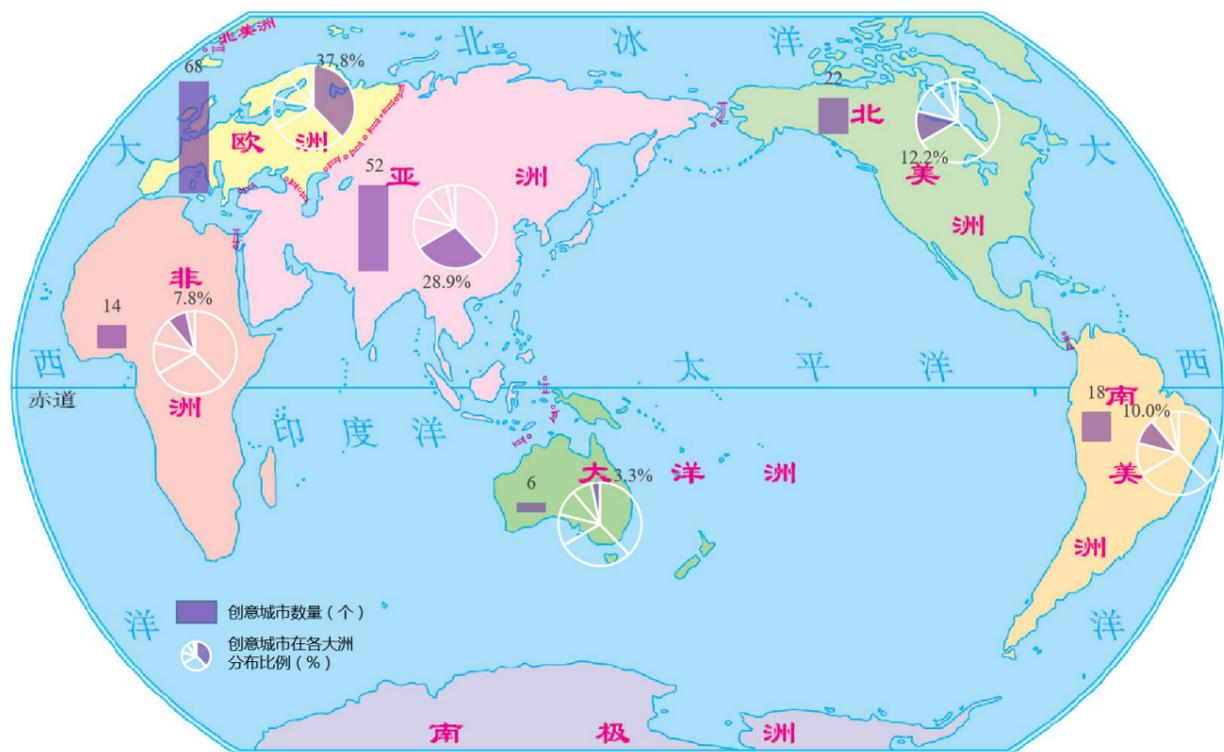


图2 创意城市地理分布情况（截至2019年7月）数据来源：UCCN官网

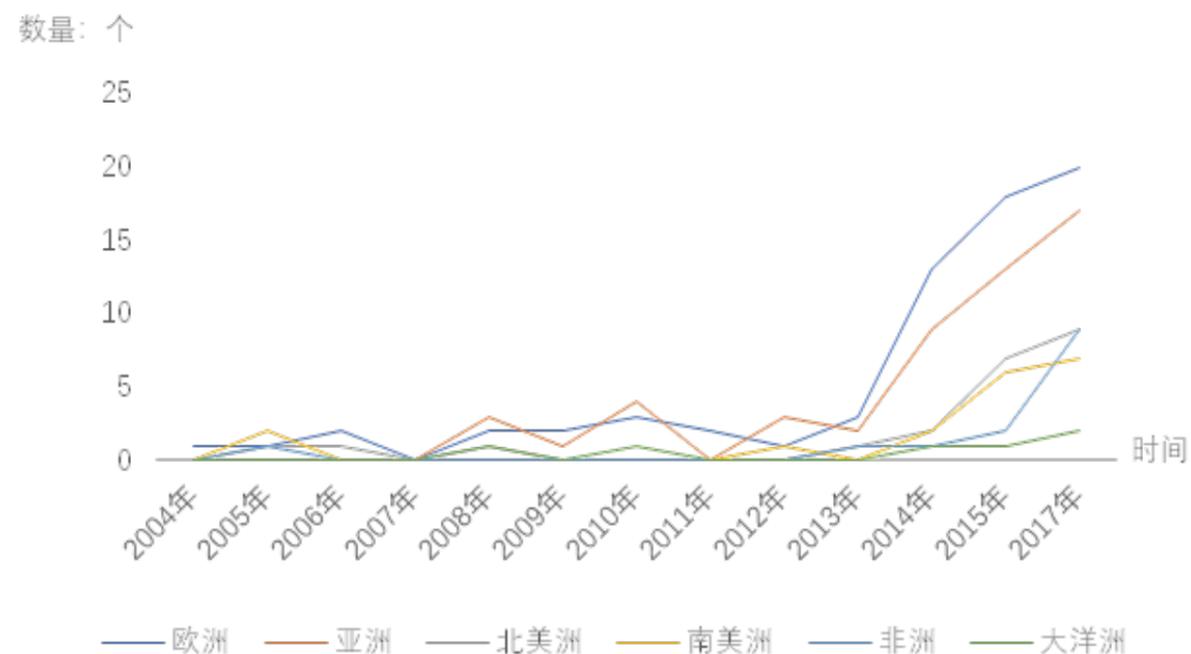


图3 各大洲创意城市历年增长数量（截至2019年7月）数据来源：UCCN官网

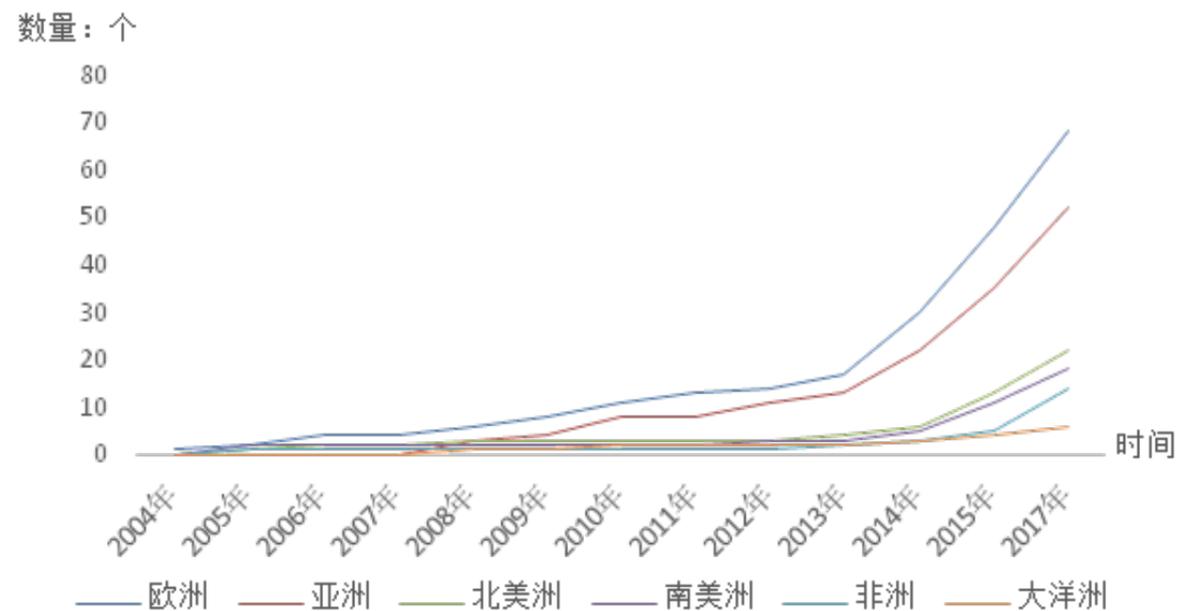


图4 各大洲历年创意城市总数量（截至2019年7月）数据来源：UCCN官网

欧洲创意城市数量最多，六成以上分布在南欧和西欧地区。欧洲地区创意城市数量最多，共有 68 个创意城市，占全球创意城市总量的 37.7%。欧洲创意城市地理分布与其人口密度分布有较大关联，人口密度越稠密，创意城市数量越多。南欧、西欧、中欧人口较为密集，城市数量较多，创意城市分布较为集中；其中，南欧地区共有 25 个创意城市，占欧洲创意城市数量的 36.7%；西欧地区共有 19 个创意城市，占欧洲创意城市数量的 27.9%；中欧地区共有 13 个创意城市，占欧洲创意城市数量的 19.1%。而北欧和东欧地区人口相对稀疏，城市数量较少，创意城市数量也相对较少；北欧地区有 7 个创意城市，占欧洲创意城市数量的 10.2%；东欧地区有 4 个创意城市，仅占欧洲创意城市数量的 5.8%。

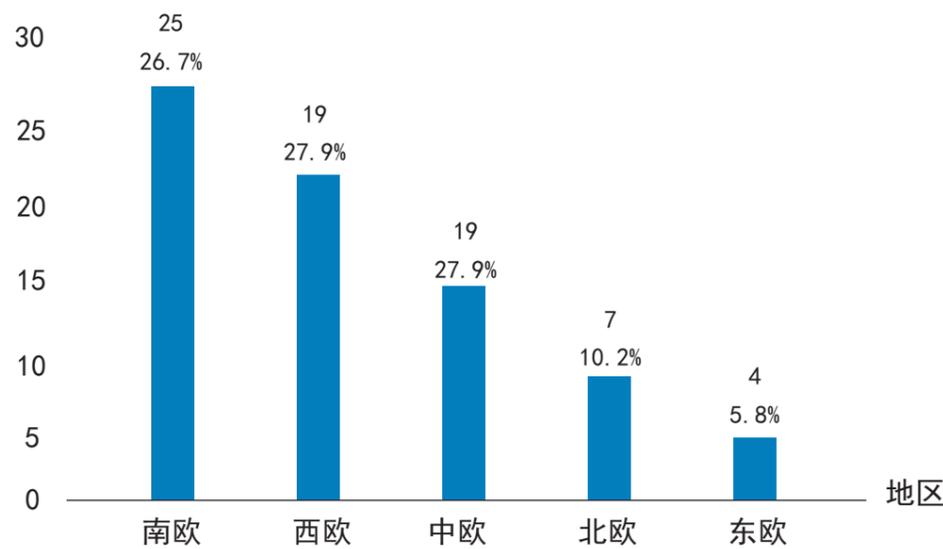


图 5 欧洲创意城市分布情况（截至 2019 年 7 月） 数据来源：UCCN 官网

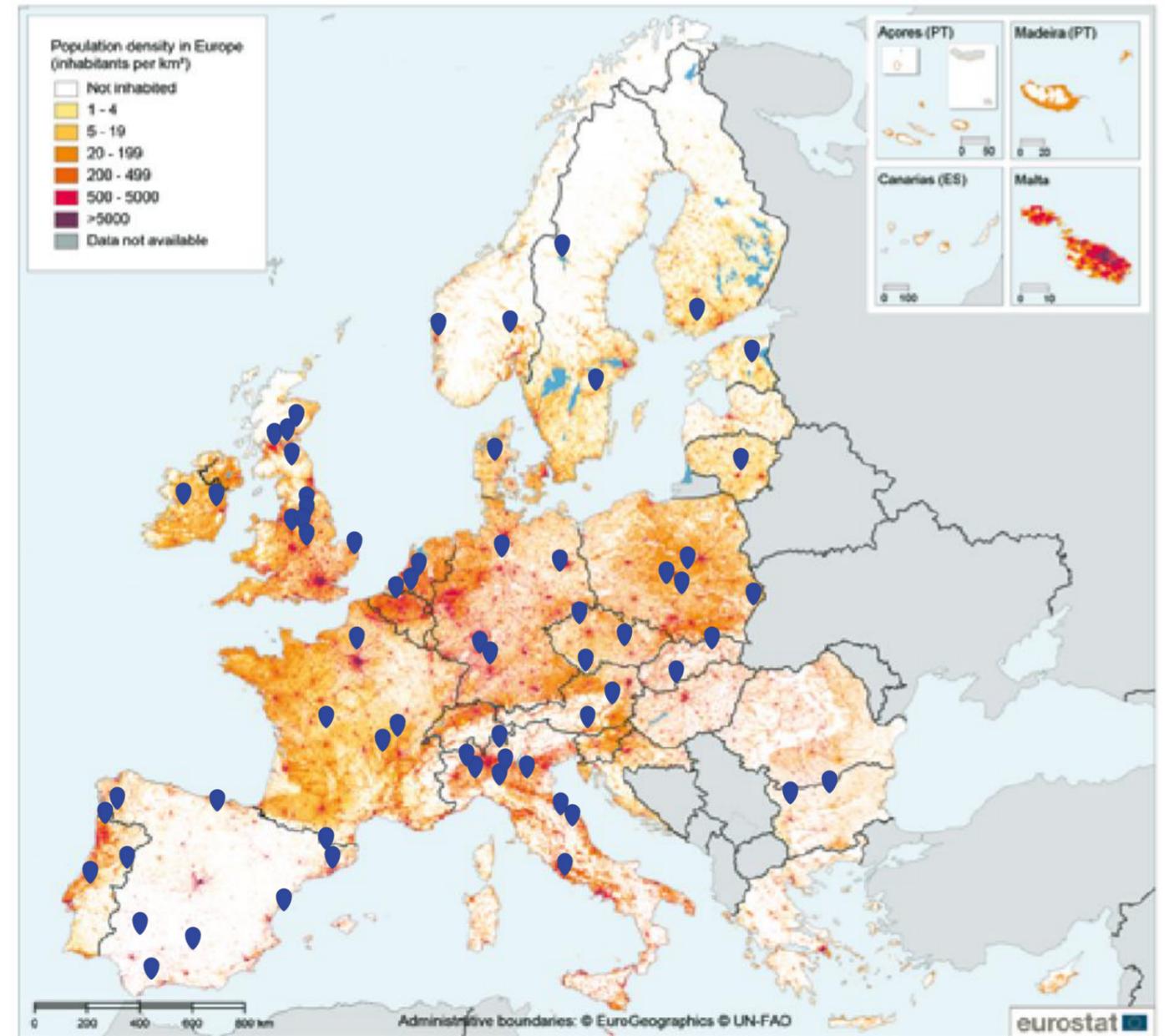


图 6 欧洲每平方千米人口密度及创意城市分布  
（人口密度数据截至 2011 年；创意城市数据截至 2019 年 7 月）  
数据来源：欧盟统计局

亚洲创意城市集中分布在中、日、韩三国。亚洲地区，共有 52 个创意城市，仅次于欧洲，占全球创意城市总量的 28.8%。东亚地区数量最多，共有 28 个创意城市，占亚洲创意城市数量的 53.8%。且全部分布在中、日、韩三国，其中，中国是全球创意城市 72 个国家中数量最多的，共有 12 个创意城市，涵盖除文学、音乐之外的 5 大类别；日本和韩国各有 8 个。

亚洲创意城市分布与其经济发展状况分不开，经济发展水平高的地区，创意城市数量明显较多。从经济发展状况来看，东亚地区创意城市经济发展水平较高，人均 GDP 过万美元的有 17 个，占东亚地区创意城市总数的 61%，且中、日、韩三国 GDP 总量和人均 GDP 发展在亚洲地区均处于领先地位；西亚地区人均 GDP 过万的有 6 个，占西亚地区的 46%；东南亚地区除新加坡之外，人均 GDP 均未过万美元；而南亚和中亚地区创意城市人均 GDP 相对较低，创意城市数量较少。

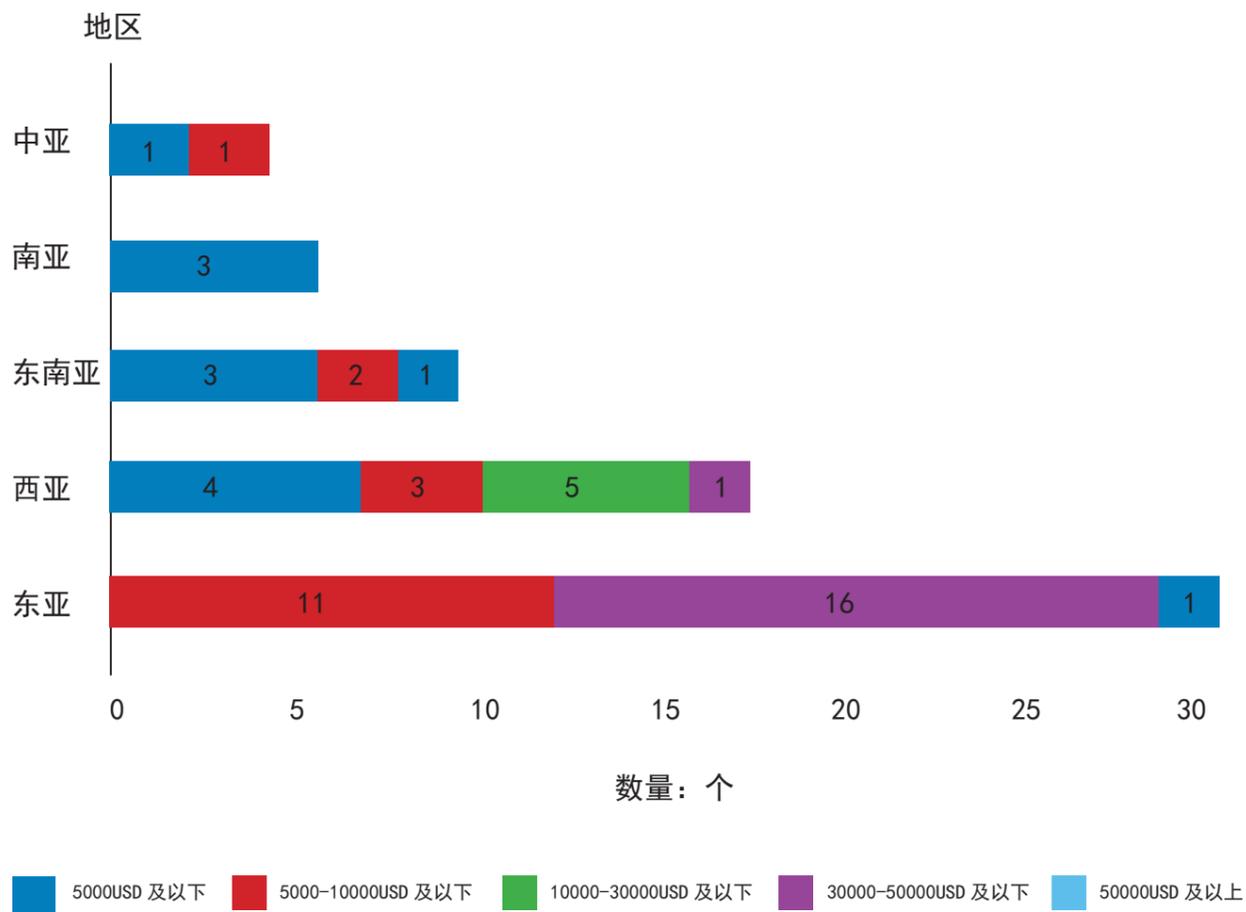


图 7 亚洲创意城市地理分布及人均 GDP  
 (创意城市数据截至 2019 年 7 月，人均 GDP 均为 2017 年所属国家 / 地区人均 GDP)  
 数据来源：UCCN 官网和联合国贸发数据库 (UNCTAD Stat)

美洲创意城市主要分布在美国和巴西。美洲地区，共有 40 个创意城市，占全球创意城市总数的 22.2%。北美洲地区，共有 22 个创意城市，占全球创意城市总量的 12.2%；其中，美国、墨西哥和加拿大创意城市较多。南美洲地区共 18 个创意城市，占全球创意城市总量的 10%；南美洲主要分布在巴西，巴西共有 8 个创意城市，占南美洲创意城市总数的 44.4%。同样是发达国家，美、加的创意城市数量明显比欧洲少很多。美国仅有 9 个创意城市，2005 年圣达菲加入创意城市网络，成为美国第一个创意城市；加拿大仅有 3 个创意城市，除蒙特利尔在 2006 年入选“设计之都”外，直到 2017 年多伦多和魁北克市才加入创意城市网络，这也从侧面反映了 UCCN 仍具有欧洲文化属性。

非洲创意城市数量不足一成。非洲地区，共有 14 个创意城市，仅占创意城市总数的 7.8%。虽然非洲创意城市数量较少，但近两年创意城市数量不断增长，其中 2017 年就有 9 个城市入选，占非洲创意城市总数的 64.3%，充分体现出联合国教科文组织对非洲发展成果的支持。另外，非洲创意城市区域分布受经济发展状况和语系分布影响，经济发展相对较好的北非地区和西非、中非所在的法语区创意城市分布较多。

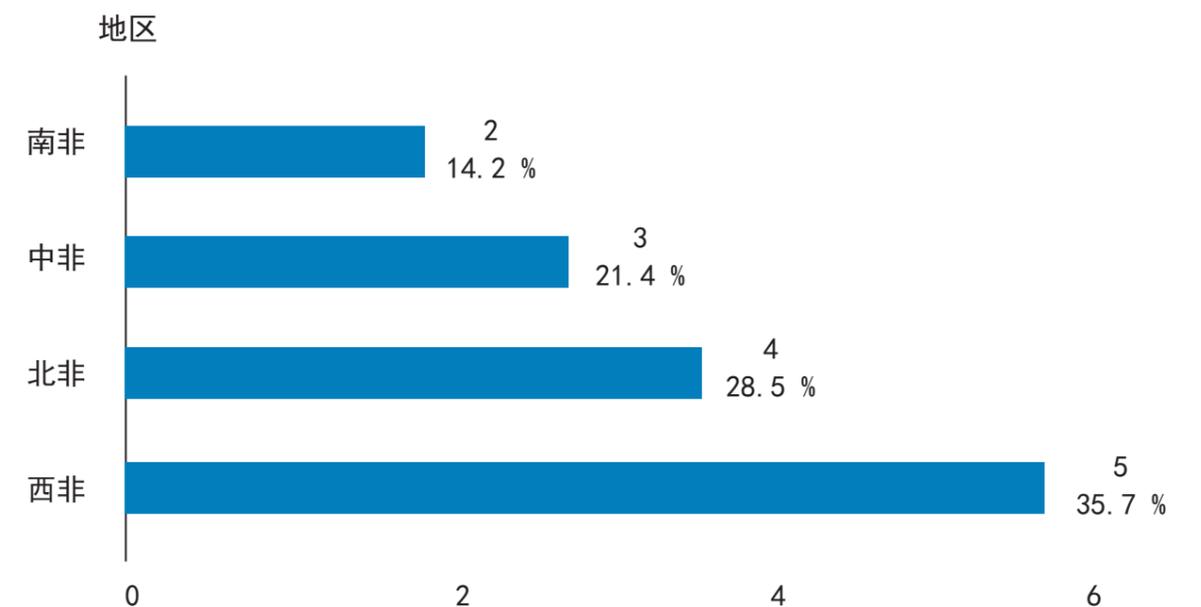


图 8 非洲创意城市分布情况 (截至 2019 年 7 月)  
 数据来源：UCCN 官网

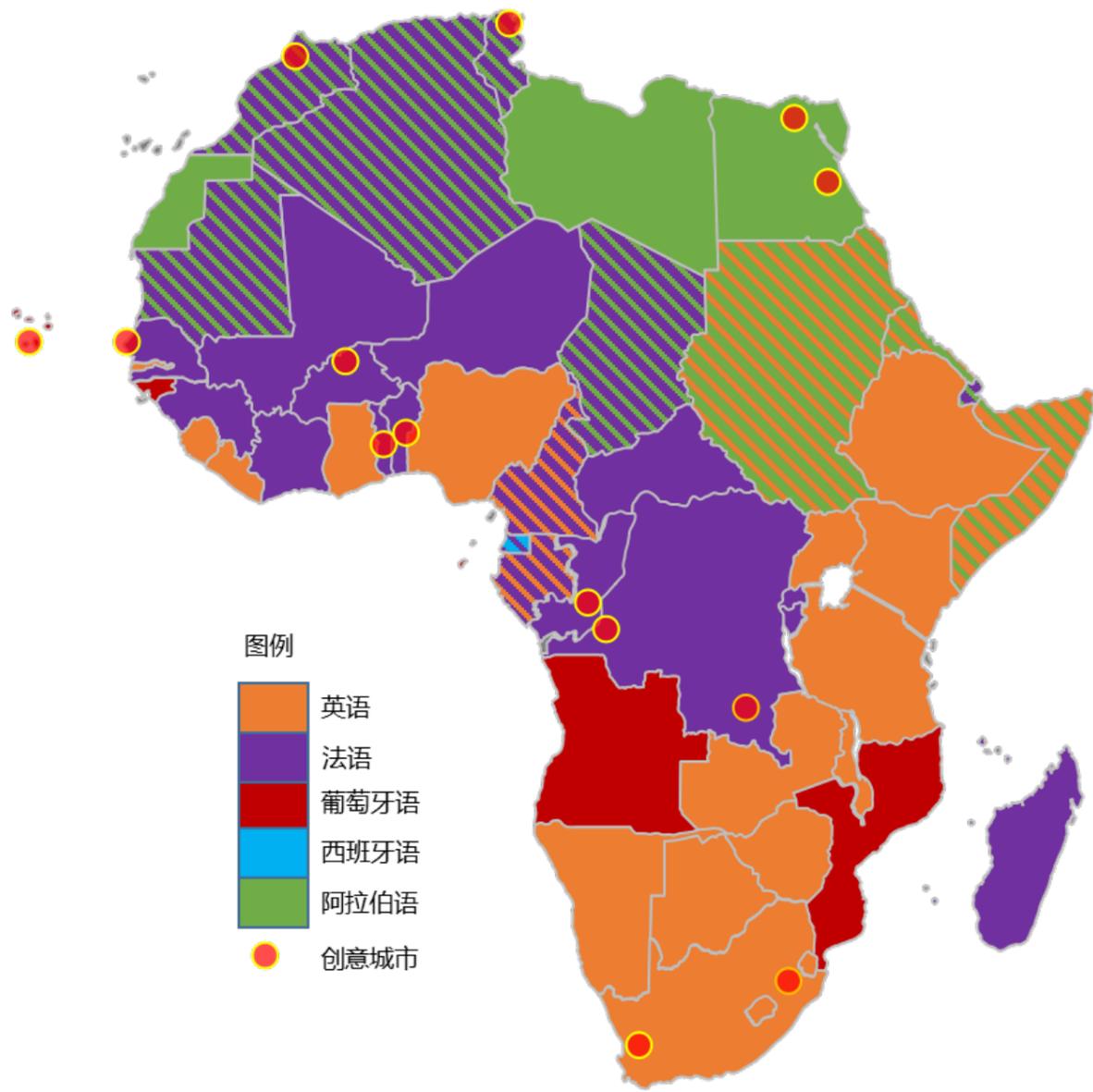


图9 非洲国家官方语言及创意城市分布（截至2019年7月）  
数据来源：根据中国驻几内亚使馆经商处数据和 UCCN 官网数据制图

大洋洲创意城市集中分布在澳大利亚和新西兰两国。大洋洲地区由于受地理因素限制，区域内城市数量较少，共有6个创意城市，仅占全球创意城市总量的3.3%。其中4个在澳大利亚，2个在新西兰。

## 2. 一带一路沿线分布特点：“手工艺与民间艺术之都”数量最多

自2013年中国向世界发出共同建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”倡议以来，中国积极传承丝路合作精神，同沿线国家和地区广泛开展经济、文化、教育等领域的交流与合作。“一带一路”倡议的提出为各国文化创意产业发展与交流提供了良好的契机，有助于推动区域范围内文化创意产业进行资源配置，合理规划产业布局 and 产业发展定位，延长文化创意产业链，促进区域内文化创意产业共同发展。2014年以来，一带一路沿线及相关国家<sup>1</sup>加入创意城市网络的城市数量明显增多。

目前180个创意城市中，有93个是一带一路沿线城市，共涉及46个国家。从地理分布来看，一带一路沿线创意城市遍布六大洲，其中以亚洲和欧洲最多，分别为44个和31个。从经济发展水平来看，一带一路沿线创意城市中有35个属于发达国家，58个属于发展中国家，且其中有18个是首都城市。从创意类别来看，沿线创意城市类别涵盖7大类，其中手工艺与民间艺术类创意城市数量位居榜首，有25个城市；音乐类次之，有16个；设计类14个；美食类和文学类数量相同各有13个；电影和媒体艺术各6个。

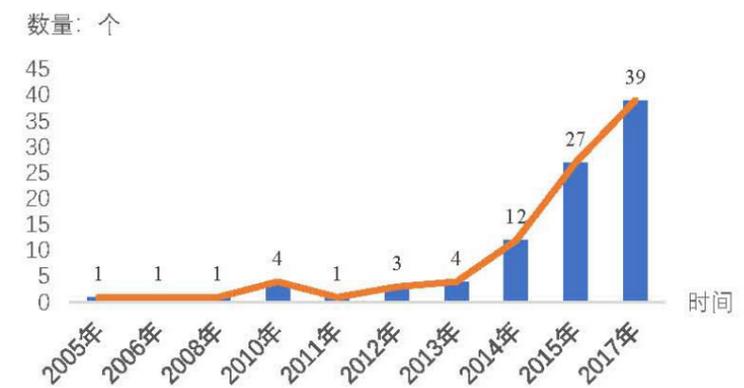


图10 一带一路沿线及相关国家的创意城市数量（截至2019年7月）  
数据来源：UCCN 官网和中国一带一路网

<sup>1</sup> 沿线国家：中国一带一路网基础数据板块 65 个沿线国家地区  
相关国家：非上述 65 个国家地区，但已与中国签订共建“一带一路”合作文件的国家 / 地区  
中国一带一路网：<https://www.yidaiyilu.gov.cn/>



图 11 一带一路沿线及相关国家的创意城市分布（截至 2019 年 7 月）  
数据来源：UCCN 官网和中国一带一路网

目前 180 个创意城市中，有 93 个是一带一路沿线及相关国家的城市，共涉及 46 个国家。从地理分布来看，一带一路沿线创意城市遍布六大洲，其中以亚洲和欧洲最多，分别为 44 个和 31 个。从经济发展水平来看，一带一路贯穿亚欧非大陆，而亚非国家又多为发展中国家，因此一带一路沿线及相关国家创意城市中发展中国家数量较多，有 60 个城市属于发展中国家，占沿线城市的 64.5%。另外，93 个城市中有 18 个是首都城市，是国家的政治、经济、文化中心。从创意类别来看，沿线及相关国家创意城市类别涵盖 7 大类，其中手工艺与民间艺术类创意城市数量位居榜首，占一带一路沿线及相关国家创意城市的 27%。

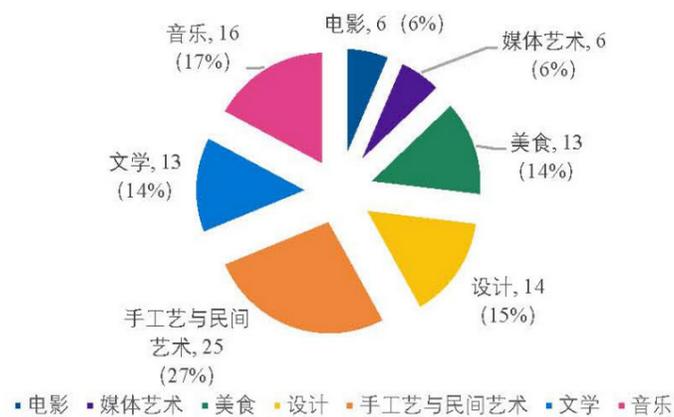


图 12 一带一路沿线及相关国家的创意城市类别分布（截至 2019 年 7 月）  
数据来源：UCCN 官网和中国一带一路网

### 3. 分布变化趋势：早期以欧美发达国家为主，近期逐渐向发展中国家倾斜

从整体上来看，创意城市中发达国家和发展中国家数量相差较小，180 个创意城市中 94 个属于发达国家，占整体比重 52.2%；86 个属于发展中国家，占整体比重为 47.8%。从加入创意城市网络的时间来看，2014 年及 2014 年之前主要以欧美发达国家为主，2004—2014 年入网城市共 69 个，其中发达国家有 47 个，占比 68.1%；2015 年以来主要以发展中国家

为主，共有 111 个城市加入联合国创意城市网络，其中发展中国家入网城市有 64 个，占比 57.7%，创意城市逐渐向发展中国家倾斜。

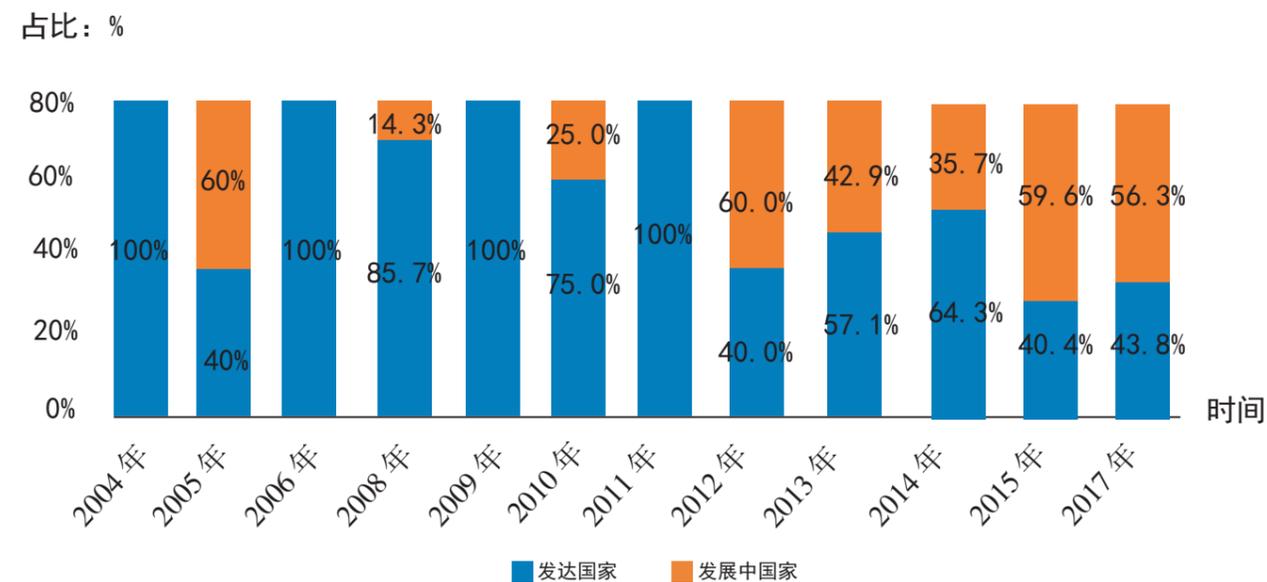


图 13 历年新增入网创意城市中发达国家和发展中国家占比  
数据来源：UCCN 官网

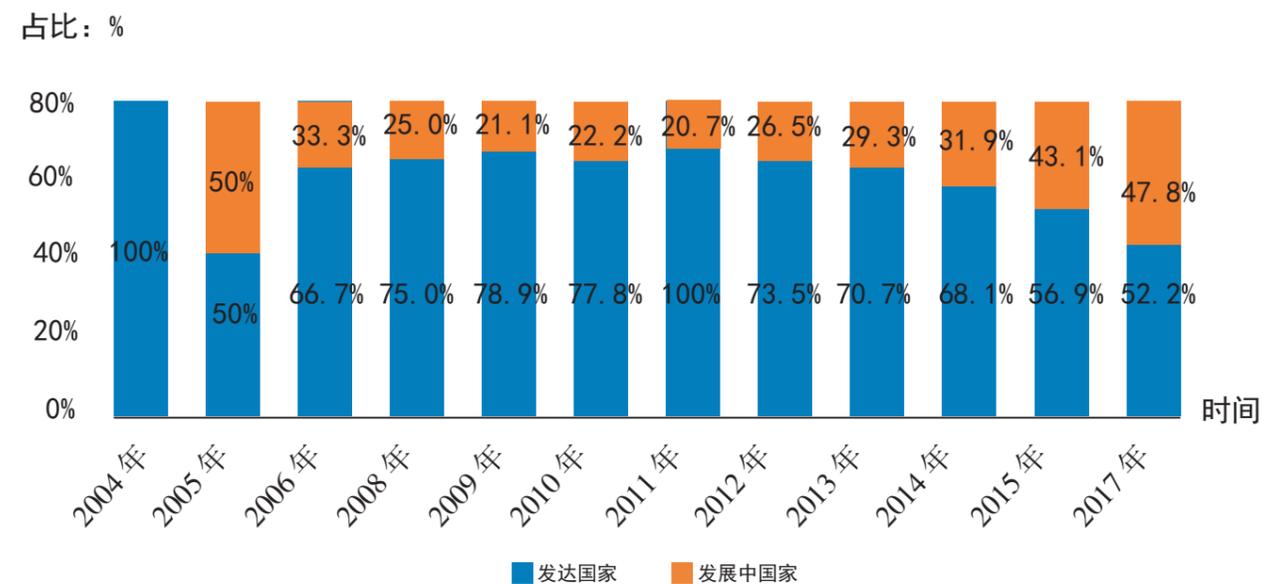


图 14 历年创意城市中发达国家和发展中国家占比（截至 2019 年 7 月）  
数据来源：UCCN 官网

## 创意城市类别发展趋势

### 1. 大洲分布特点：近七成创意城市分布在欧洲和亚洲

从创意城市入网时间来看，自2004年创意城市网络项目启动以来创意城市稳步发展，全球影响力和凝聚力不断增强，创意城市数量整体上呈增长趋势，且2014年之后数量明显增多。截至2014年，来自32个国家的69个城市加入创意城市网络，2015年实现“飞跃式”增长，达到54个国家116个城市（2015年之后申报周期改为2年一轮），2017年新增44个国家的64个城市，目前共有来自72个国家的180个创意城市。从各个类别创意城市入网时间来看，文学类最先出现，2004年英国爱丁堡成为第一个“文学之都”，也是联合国教科文组织创意城市网络首个创意城市。2014年之前，各类别创意城市数量增速平稳，2014年以来，

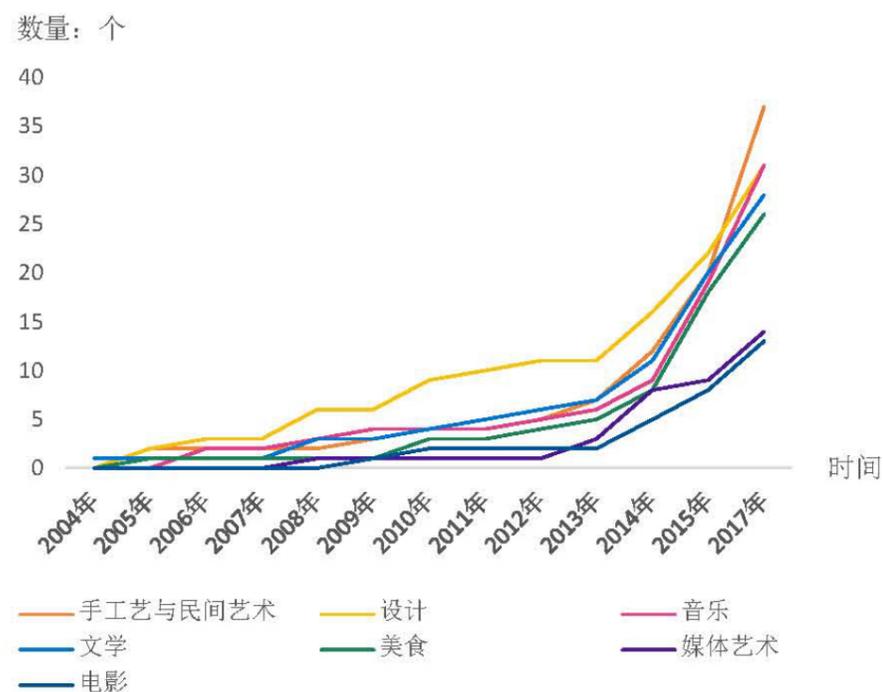


图 15 各别创意城市历年数量 (截至 2019 年 7 月)

数据来源: UCCN 官网

创意城市数量增速明显，尤其是手工艺与民间艺术类创意城市数量递增明显。此外，创意城市类别逐渐由单一趋向多元，尽管创意城市网络项目自2004年启动之初为鼓励文化多样性就设置了七大类别，但在2014年之前，历年入网创意城市类别相对单一，2014年以来，入网城市涵盖七个类别，也体现出联合国教科文组织在鼓励文化多样性方面支持力度不断加大。

### 2. 亚洲城市领衔手工艺与民间艺术和美食之都，欧洲创意城市在其他类别中都有明显优势

从数量上看，欧洲在文学、音乐、电影和媒体艺术类别的创意城市中占有明显优势。文学类创意城市共28个，其中欧洲19个，占全部文学之都数量的67.9%，在音乐和电影之都中欧洲创意城市分别占比41.9%和61.5%，在文化产业核心领域表现出明显的“欧洲优势”。亚洲创意城市在手工艺与民间艺术和美食类别中分别占43.2%、38.5%，并在设计之都的数量中追平欧洲。相比在其他领域的表现，非洲在手工艺与民间艺术之都方面的数量比较多，占非洲创意城市总和的57.1%，占有所有手工艺之都的21.6%。亚洲、非洲作为古老文明的发源地在手工艺、民间艺术和美食等彰显传统文化的领域表现出了明显优势。

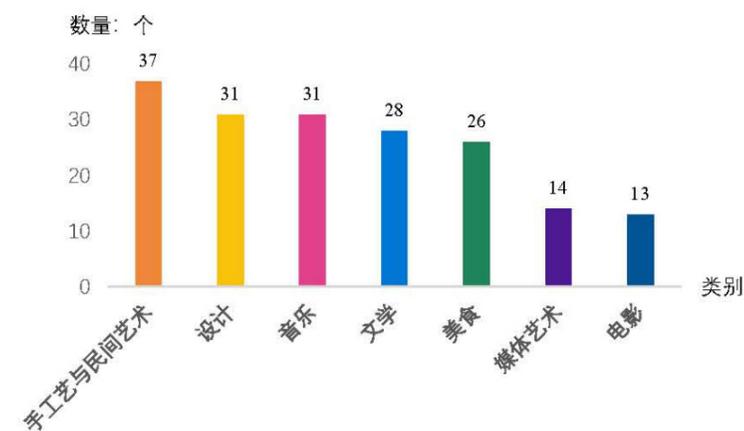


图 16 各别创意城市数量 (截至 2019 年 7 月)

数据来源: UCCN 官网

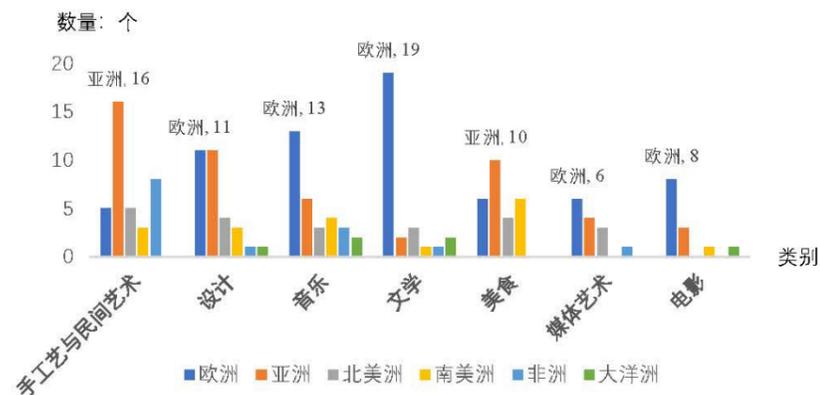


图 17 各类别创意城市地理分布 (截至 2019 年 7 月)  
数据来源: UCCN 官网

从国家经济发展水平和创意城市类别分布来看,发达国家在媒体艺术、文学、电影、音乐等文化产业核心领域占据数量优势;发展中国家则主要以手工艺与民间艺术和美食为主,37 个手工艺与民间艺术创意城市中,发展中国家有 28 个,占手工艺与民间艺术类别的 75.7%。结合创意类别的地理空间分布,不难发现文化产业核心领域集中分布在欧洲发达国家,而手工艺与民间艺术和美食具有传统文化资源优势的创意城市则集中分布在文化底蕴丰富的亚非发展中国家。

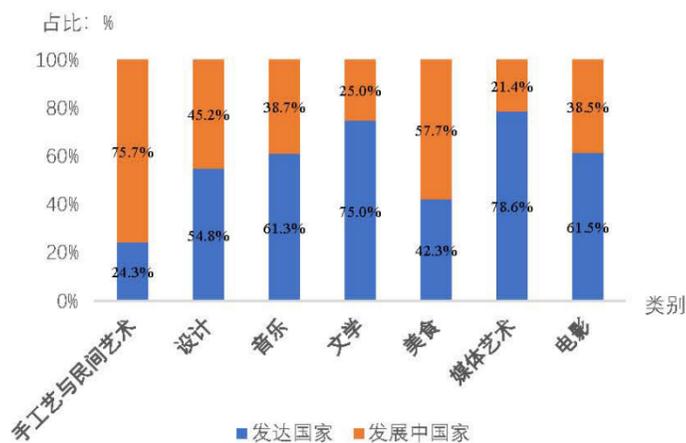


图 18 各类别创意城市发达国家和发展中国家占比 (截至 2019 年 7 月)  
数据来源: UCCN 官网

## 创意城市多样性与差异化

### 1. 倡导和维护文化多样性,但欧洲文化核心趋势仍然明显

保持文化多样性以及激发城市的文化活力是创意城市发展的基础。倡导和维护文化多样性是创意城市网络的宗旨,因此创意城市网络近年来更多地发展了欧美发达国家以外的城市加入网络。

从创意主题来看,七个主题的创意城市都具有文化多元化发展特征。如音乐之都包括了刚果伦巴的发源地布拉柴维尔、桑巴的发源地萨尔瓦多、朝鲜传统音乐的发源地统营、“曼海姆乐派”的发源地曼海姆;美食之都中的顺德是全球知名菜系粤菜的发源地;手工艺与民间艺术之都北加浪岸以传统手工艺蜡染的推广和传承闻名,景德镇以陶瓷闻名。但是在文创产业的核心类别如文学、音乐、电影等方面,欧洲优势仍然十分明显,仍然可以看出创意城市网络的欧洲主导性。

从官方语言来看,创意城市网络成员城市的官方语言多达 40 余种。其中,以英语作为官方语言的创意城市数量最多,为 39 个,占比 21.7%;应用较为广泛的还有西班牙语、葡萄牙语、汉语、法语、德语、韩语。其余应用相对较少的官方语言多为小语种,包括保加利亚语、斯洛文尼亚语、波斯语、爱尔兰语、波兰语、马其顿语、哈萨克语等 30 余种,语言种类及文字丰富多样。但是这些小语种仍以欧洲语言为主。特别是在文学之都方面,亚、非语种为基础的创意城市数量非常有限,仅占 3.6%。

## 2. 不同类别城市经济、社会发展状况差异大，同一类别中发达国家产业化程度较高

不同类别的城市在经济社会状况上的差异比较明显。比如文学之都人均 GDP 过万的有 25 个，占文学之都总数的 89%；设计之都人均 GDP 过万的有 20 个，占设计之都总数的 64.5%；美食之都人均 GDP 过万的有 14 个，占美食类总数的 53.8%；手工艺与民间艺术之都人均 GDP 过万的仅有 12 个，仅占类别总数的 32.4%。<sup>2</sup> 设计之都中仅有 10 个城市人口不足百万，人口过百万的城市占 67%，其中千万人口以上城市有 8 个。可见大部分设计之都都是人口稠密的繁华都市，其中 10 个是首都，一国的政治文化中心。反观 37 个手工艺与民间艺术之都中，仅有 9 个城市人口在百万级以上，占总数的 24%。大部分城市都是规模相对小的城市，其中还有 8 个城市人口不足 10 万，相当于中国的一个小城镇。

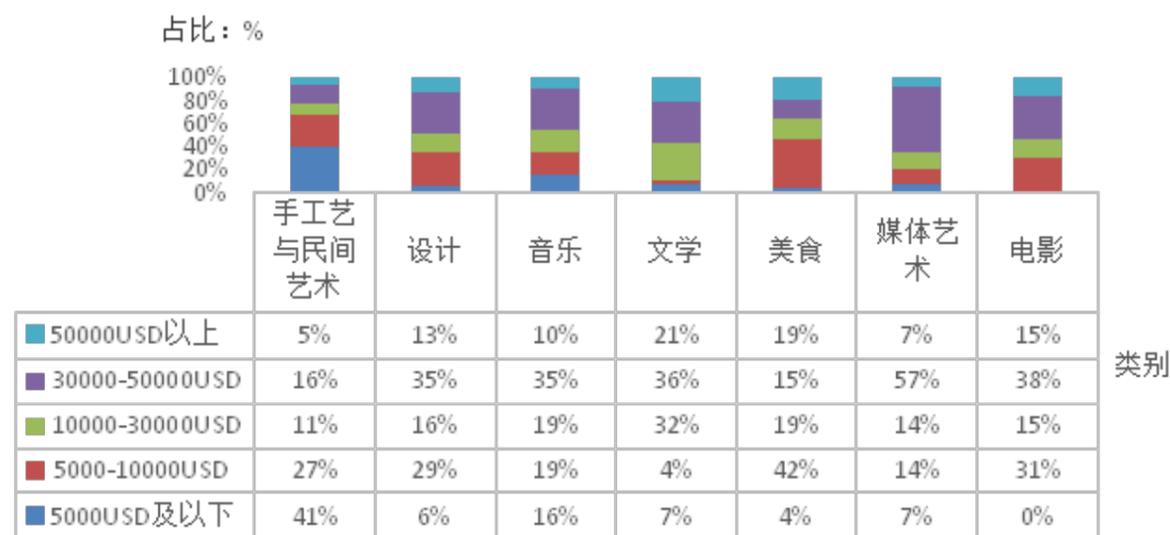


图 19 各类别创意城市人均 GDP

(创意城市数据截至 2019 年 7 月，人均 GDP 均为 2017 年所属国家 / 地区人均 GDP)

数据来源：联合国贸发数据库 (UNCTAD Stat) 和 UCCN 官网

受经济发展水平等因素影响，同一类别中发展中国家和发达国家创意城市发展水平也相差很大。例如同为亚洲美食之都的中国成都和韩国全州，在美食带动下的产业链建设方面就存在差距。成都和全州在“美食之都”建设中，均采取积极措施发展美食产业，受经济发展水平和文化创意产业发展水平等因素的影响，与全州相比，成都在美食全民性教育和产业化程度方面还有所欠缺。

在“美食之都”建设实践中，两地都着重推动了美食研究与教育。四川旅游学院联合国内外相关高校、科研机构、企业、行业协会等共同组建川菜产业化和国际化协同创新中心，推动了包括川菜标准体系、核心技术、食品安全与营养、川菜文化与技术传播、人才培养等五方面的研究工作。全州则通过建立美食数据库，研究相关文献资料、分析全州著名厨师及其菜单等手段，开发与全州文化相关的美食，并挖掘美食中的故事，提升全州美食文化附加值。构建韩国配菜集群，韩国曾花费 3 年时间共投入 33 亿韩元用于韩国配菜的标准化和多样化发展。开设韩国创意烹饪学院，培养明星韩菜专家，推广高端韩国料理。并在中学、大学开设美食课程，推广美食文化的普及。两相比较，全州更注重关注美食的基础性研究和全民性教育。全州利用科技手段建立数据库，对美食进行标准化研究，以规范并促进美食产业商业化。并充分挖掘美食的历史文化，以美食为切入口，形成对传统文化的传承和发扬。成都虽然也重视美食文化资源的开发利用，但在对美食文化的历史演进、传承保护、价值挖掘等方面的研究和投入力度都有待强化。在美食的教育培训方面，两个城市都开设有烹饪学院和培训机构，为美食产业发展提供大量人才。但相比之下，全州更重视美食的全民性教育，强化传统食品和烹饪项目在高中和大学教育中的潜移默化的影响，而成都的美食教育仍然停留在专业教育方面。

从产业化程度上看，目前成都和全州都已形成集食材生产、食品加工为一体，农业、食品加工业、旅游业等产业联动发展的美食产业链。但成都美食产业发展过于聚焦餐饮的纵向产业链，弱化了美食在横向产业链上的无限创意可能。美食的创意主要集中在“吃”（餐饮企业）、“看”（美食节庆）以及“浅层体验”（旅游美食）的层面，还没有上升至创意经济层面。而全州则将美食作为文化创意产业发展的出发点，突破美食仅围绕餐饮业的价值定

<sup>1</sup> 根据联合国贸发数据库 (UNCTAD Stat) 2017 年各国数据和 UCCN 官网数据计算

位，在美食产业的横向和纵向链条中突出美食在文化附加值和创意价值上的关联。并在美食相关的配套产业、支持产业和衍生产业如配菜集群、餐具、烹饪器械、旅游、娱乐、宣传推广、技术培训等方面形成完整的美食产业体系。

## 创意与可持续发展案例分析

创意城市网络成立的初衷是以促进创意经济的发展为手段，更好地实现联合国可持续发展目标。2015年联合国大会上正式发布了《变革我们的世界：2030年可持续发展议程》（*Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*），该议程确定了可持续发展的17个目标和169项子目标，包括了经济、社会、生态等诸多相互关联的方面。创意经济不仅仅在经济可持续增长中发挥作用，同时也在促进社会公平、增加人民福祉、保护生态环境和文化多样性方面发挥着不容忽视的作用。以下以都灵、开罗、巴米扬、开普敦和库里蒂巴五个创意城市为案例，对创意推动可持续发展的上述几个层面的作用做以阐释。

### 案例分析

#### （一）创意推动经济转型

都灵：从汽车之城到设计之都的转变



都灵（Turin）是意大利第三大城市，皮埃蒙特区的首府。作为意大利统一之后的第一个首都，都灵历史和文化资源丰富，保存有大量的古典式和巴洛克式建筑。在二战后，都灵的工业迅速发展起来，尤其以汽车制造业闻名于世，都灵的城市经济高度依赖机械和汽车制造，世界著名的汽车制造公司菲亚特汽车公司（Fabbrica Italiana Automobili Torino，简称F.I.A.T.）

将其总部和工厂定在都灵，使得都灵被称为“意大利汽车之都”，其强大的工业实力对国家经济发展有着举足轻重的作用。

二十世纪90年代初，意大利出现了严重的经济危机，像都灵这样的工业城市受到的影响最大，1993年工业活动缩减达到顶峰，这严重阻碍了城市的发展步伐。都灵是典型的后福特主义时期的工业城市，大规模工厂搬迁和倒闭产生了超过500万平方米工业废地，其工业活动的衰退和对城市形态以及物质空间影响深远<sup>3</sup>。

3 中国城市规划学会编《共享与品质—2018中国城市规划年会论文集》，中国建筑工业出版社，2018年。

经济危机和发展工业带来的负面影响，促使都灵开始了城市再生和产业转型的步伐。在推进城市更新过程中，都灵市借助工业设计的优势，升级了核心产业；通过对工业遗产的保护和利用，重塑了城市的创意空间；并不断发掘历史文化资源，发展旅游业。历经二十多年的改革与发展，都灵已经完成了从工业城市向文化城市的转变，城市的发展定位回归到文化，2014年，都灵被联合国教科文组织授予“设计之都”的称号，成为创意城市网络的一员。

## 1. 汽车产业升级促成“设计之都”

汽车产业一直是都灵工业的核心和代表，这里是菲亚特汽车集团的大本营，是意大利乃至世界汽车工业和汽车设计制造的核心地。汽车制造业对于都灵经济的腾飞有着至关重要的作用，但是对于汽车产业的高度依赖，也造成了都灵在汽车制造业低迷之后的经济迅速滑坡。作为意大利的汽车产业中心，这里诞生了大批独立汽车造型工作室和设计公司，例如世界著名的宾尼法利纳（Pininfarina SpA）、博通汽车 Gruppo Bertone）、都灵设计公司

（Torino Design）等；也涌现了大量世界级的汽车设计大师，如乔盖托·乔治亚罗（Giorgetto Giugiaro）、甘迪尼（Gandini）等；生产了许多世界经典款式的汽车，如

法拉利 250 GT、玛莎拉蒂 5000 GT、宝马 3200 CS 等。丰富的设计人才和强大的研发创新能力是都灵汽车产业保持世界领先的核心竞争力。



图 20 都灵的汽车设计<sup>4</sup>

在汽车产业的升级转型中，都灵市充分利用了其在汽车设计方面的优势一方面重视吸引全球的设计人才，另一方面着重提高汽车产业的国际影响力。2005年，

都灵商会启动了“从概念到汽车”（From Concept to Car）的项目，旨在向国外推介该地区独特的汽车设计。该项目负责人指出：“都灵的经济 60% 是依赖出口，以往

4 都灵汽车博物馆官网（Museo dell'automobile），<http://www.museoauto.it/website/it/percorsi-espositivi/automobile-e-design>，访问时间：2019年6月26日。

5 朱海霞：《都灵之旅之一 向世界出口 Know-How》，《汽车与配件》2018年第10期。

都是出口产品，今天都灵应该利用所有的研发产业链这个优势，向世界出口知识、出口技术、出口专业技术（know-how）”<sup>5</sup>这一项目面向全球，每届都能吸引全球各地的汽车企业前来参与。2014年，菲亚特与美国三大汽车品牌之一克莱斯勒正式合并为菲亚特克莱斯勒汽车公司（Fiat Chrysler Automobiles 简称 FCA），这进一步打开美国市场，提升菲亚特和都灵的国际知名度。同年，联合国教科文组织，在综合考虑了都灵的工业、文化、艺术及创意等领域的整体发展情况，评定都灵为创意城市，并授予其“设计之都”的称号。

## 2. 保护工业遗产并加以利用

根据《下塔吉尔宪章》（*Nizhny Tagil Charter*），工业遗产是指具有历史、技术、社会、建筑、或科学价值的工业文化遗迹，包括建筑、机械、厂房、生产作坊、工厂矿场以及加工提炼场所、仓库货栈，生产、转换和使用能源的场所，交通基础设施，以及其他与工业生产相关的社会活动场所，如住房、宗教崇拜或教育。20世纪90年代，汽车制造业大量迁出之后，都灵

市有数量庞大旧厂房和工业用地有待重新开放。

1993年到2001年，都灵市开展了一系列规划政策的调整，1995年都灵市总体规划（*The Comprehensive Master Plan*）提出转变经济结构，通过再次利用工业废地来发展服务业。工厂搬迁至郊区，并对重点区域进行改造。例如，林科特工厂（*Lingotto Factory*）曾是菲亚特的主厂房，后被改造成一座综合服务大厦，集合办公室、酒店、剧院、音乐厅、会议室、购物中心等功能为一体。

都灵著名的多拉公园（*Parco Dora*）也是一座由德国著名景观设计师彼得·拉茨（*Peter Latz*）设计，改造河岸工业遗址而成的现代公园。公园拥有因吉斯特（*Ingest*）、维塔利（*Vitali*）、米其林（*Michelin*）、莫尔塔拉（*Mortara*）和华道谷（*Valdocco*）5个各具特色的区域，其中前三个区域被冠以之前工厂旧址的名字，后两个位则位于新修隧道的上方。更新后的多拉河（*River Dora*）区域，两岸有新的住宅楼、新的交通干道、和更新再利用的工业遗址，成为一个绿色环保、时尚前卫的现代公园。



图 21 改造后的多拉公园<sup>6</sup>

在加入创意城市网络之后，都灵更加注重把设计应用到文化遗产保护，每年举办诸多创意设计活动来推动城市发展。2018年10月，都灵开展为期约一个月“都灵，向可预见城市迈进”计划（*Turin Towards an Accessible City*），旨在利用创意设计思维来保护文化遗产，计划涉及大小机构150多个，包含160项具体内容，如研讨会，戏剧表演，音乐会，电影放映

和展览等。同年，都灵成功举办了第二届“2018都灵城市设计”（*Torino Design of the City 2018*）活动，活动专注于复兴文化遗产<sup>7</sup>。

## 3. 政府系统规划旅游产业发展

都灵的历史文化资源丰富，但是21

世纪前，都灵的旅游产业遗址呈现低迷状态，具体表现为缺乏国际旅游产品和国际品牌，市场由供给而非需求带动，工业城市的形象深入人心，政府对开发旅游业的重视不够。1998年，为了提高国际形象，都灵开始探索都灵国际推广战略规划（Strategic Plan for the international Promotion of Turino），在这一规划中创造性地提出将都灵打造为“文化、旅游、商贸和体育”之城。

进入21世纪，都灵市政府进一步认识到旅游对城市转型和社会进步的驱动作用。2003年，都灵市旅游观光局全面制定了都灵的整体旅游项目，总目标是通过增加旅游供给的多元化努力发展新的旅游市场，重点发展以商务会谈和会展为主体的商务旅游和以都市节庆活动为主体的都市

短假期休闲旅游。在政企合作的平台下整合推广都灵的40余所博物馆、巴洛克文化、建筑文化，以及当地美食、巧克力、葡萄酒等特色食品，最终使都灵成为全球知名的特色旅游目的地。

自从2003年明确旅游产业的发展举措后，次年都灵的旅游产业就得到了较大的进步，游客数量上升率为13.7%，且新增游客绝大多数都是第一次来都灵的新游客<sup>8</sup>。为进一步释放城市的文化活力，都灵市通过设立相关机构、举办世界级的文化艺术和体育活动，来塑造城市的文化品牌。都灵市举办的“都灵国际图书沙龙”逐渐发展成为欧洲最著名的几个书展之一，都灵因此在2006年被联合国教科文组织评选为“世界图书之都”（World Book Capital City）。2006年，都灵成功举

办了冬季奥运会，为本地旅游业的繁荣发展提供了契机。

此后，都灵充分发掘博物馆资源、文化和工业遗产资源，利用国际性会议、多彩的节庆来吸引游客。根据“皮埃蒙特旅游统计数据”（2018年）（Dati statistici sul Turismo in Piemonte, 2018）显示，都灵的旅游产业规模从2009年开始一直保持增长态势，2018年的旅游人数达到7248575人次，同比增长2.87%；入境人次达到2505985人次，同比增长1.58%。

整体性的旅游规划、合理利用工业遗产、诸多的文化艺术活动为都灵工业城市的转型发挥了重要作用。在过去的几十年里，都灵已经成功地从一个工业中心转

变为一个创意中心，成为意大利文化和创意领域最具活力的城市之一。都灵的创意和文化领域占意大利活跃机构和公司总数的9.1%，在意大利排名第三，拥有约10万名从业人员<sup>10</sup>。

6 园林设计杂志官网（Garden Design Journal，缩写SGD），<https://www.gardendesignjournal.com/features/project-parco-dora-turin>，访问时间：2019年6月26日。

7 设计之都网络官网（Cities of Design Network），<https://www.designcities.net/events/towards-an-accessible-city-a-month-of-reflections-on-inclusion/>，访问时间：2019年8月5日。

8 冯翔、高俊：《欧洲政府都市旅游系统组织模式研究：以意大利都灵为例》，《江淮论坛》，2008年第4期。

9 皮埃蒙特旅游网站（Visit Piemonte），<https://www.visitpiemonte-dmo.org/documenti/market-research-statistics/rapporto-dati-2018/>，访问时间：2019年8月5日。

10 联合国教科文组织创意城市网络（UNESCO Creative Cities Network）<https://en.unesco.org/creative-cities/torino>，访问时间：2019年6月26日。

## （二）创意助力遗产保护

开罗：创意活动充实城市古迹



开罗老城区位于埃及首都开罗省，具有上千年历史，是当今世界上遭受战争破坏最少的古城之一。1979年，开罗凭借大量保存完好的历史遗迹，被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。2017年10月31日，开罗因其精湛的传统手工技艺和整个城市文化创意产业的发展，被联合国教科文组织授予“手工艺与民间艺术之都”，成为“创意城市网络”中的一员。

开罗能够成为一座充满活力与创意的城市，与开罗老城区的改造升级是分不开的。20世纪早期，开罗老城区是一个繁荣发展和充满活力，集生活、购物、休闲为一体的世界性高档城区。从70年代开始，城区被老龄人口、知识分子、艺术家和留守的外国人占据，加之政府管理缺席，老城区发展停滞，走向衰落。2009年，在世界遗产委员会（World Heritage Committee，简称WHC）的请求下，教科文组织启动了对开罗老城区的改造项目：开罗历史老城区再生项目（Urban Regeneration for Historic Cairo，以下简称URHC），自2010年以来，URHC在开罗当局的协助下推进。2011年受民众抗议游行活动的影响，改造进程暂时搁置。后随着政治秩序的稳步恢复，开罗老城区的重建计划再次启动。2015年，开罗城市研究培训和环境调研实验室（Cairo Lab for Urban Studies Training and Environmental Research，以下简称CLUSTER）<sup>11</sup>组织了以“创意城市：重建开罗老城区”（Creative Cities: Re-framing Downtown Cairo）为主题的国际性会议，讨论文化、艺术、创新在城市改造过程中的作用，后参照会议方案实施了一系列老城区的改造措施，为老城区注入新的活力，促进了当地旅游业和文化创意产业的发展，为开罗迈向创意城市奠定了基础。

### 1. 创新设计，再造城市空间

开罗老城区街道错综复杂，公共空间和私人空间界限模糊，主要街道被摊贩占据，公共空间被挤压的所剩无几。为了解决这一问题，市政府的改造措施有：转移街头摊贩，禁止在主要街道停车，拆除城市涂鸦墙等。同时为了建设城市公共空间，CLUSTER与丹麦—埃及对话研究所（the Danish Egyptian Dialogue Institute）和哥本哈根文化与发展中心（the Centre for Culture and Development in Copenhagen）合作，与丹麦和埃及设计师和艺术家举办了一次研讨会，深入探讨如何在公共空间和私人空间之间形成一个过渡地带，最终的决定是修建城市通道（The Passageway）。

城市通道主要针对老城区拥堵的街道，通过对街区公园、地砖、长椅、路灯等元素进行重新设计和改造，按照不同的主题，改造成集生活休闲为一体的公共空间。柯达（Kodak）和飞利浦（Philips）是

两条最早实施改造的两条通道。柯达通道以“环保绿洲”（The Green Oasis）为主题，改造措施包括翻修路面、增加绿植鲜花、充分利用塑料瓶、彩色纸张等回收物来装饰街道，翻修后通道连接 Adly 街和 Abdel Khalek Tharwat 街，通道成为一条环境优美的步行街，两侧闲置的店铺成为文化和艺术的活动空间。因为柯达街道的改造极具创意，CLUSTER 获得了 2017 年开罗设计奖（Cairo Design Award 2017）。

飞利浦通道以“光明绿洲”（The Light Oasis）为主题，是一个连接 Sherif 和 Adly Streets 的 L 形通道，这条街的主要功能是零售、食品、娱乐等休闲服务。除了柯达和飞利浦外，许多废弃或混乱的街道也参照这一概念进行了改造，翻修后的街道焕然一新，道路清洁明亮，摊位井然有序，为城市创造了更多清洁有序的道路空间，这一改造措施得到了沿街商户的广泛认可。

<sup>11</sup> 联合国教科文组织世界遗产中心（UNESCO World Heritage Convention），<http://whc.unesco.org/en/historic-cairo-project/>，访问时间：2019年6月26日。

图 22 改造中的柯达通道<sup>12</sup>

### 1. 创新设计，再造城市空间

修复开罗老城区的历史建筑是一项持续不断的工作，保护好历史建筑，是继承伊斯兰历史文明、保证老城区可持续发展的基础性工作，也是开罗老城区发展旅游业的前提。到目前，开罗进行了三次大规模的古建筑维修，第一次是在 1992 地震后进行的大规模修复，如加固地基、升级电气和污水系统、清除地下水；第二次从 2003 开始，主要是对建筑立面上的绘

画进行修复；第三次是 2014 年进行大量建筑的维护保养工作。

开罗作为“手工艺与民间艺术之都”，传统手工艺技艺精湛、种类繁多，开罗集市里汇聚着很多传统手工艺作坊，如铜器、铁器、金银首饰作坊，彩色玻璃、编织、皮革制品、地毯作坊等。作坊里的师傅和学徒仍以最古老的方式传承技艺和制作工艺品，要保护这些传统工艺，先要保护好它的生存地——集市。老城区改造过程中，

<sup>12</sup> 开罗城市研究培训和环境调研实验室官网 (Cairo Lab for Urban Studies Training and Environmental Research, 缩写 CLUSTER), <http://clustercairo.org/cluster/design/cairo-downtown-passages-kodak-passage>, 访问时间: 2019 年 7 月 1 日。

集市的卫生环境、还是经营秩序和管理程度都在不断改善。像修建于 14 世纪的汗·哈利里集市 (Khan el-Khalili) 聚集着大量传统工艺作坊，悠久的历史、齐全的工艺品和有序的经营，让此地成为开罗古老文化的象征，深受外国游客喜爱。

开罗古城并不只有建筑，它是众多元素交织在一起的综合体，宗教建筑、伊斯兰文化、传统手工技艺以及居住在此的人们处在同一生系统里，彼此密不可分，相互交融，才让这座城市释放出独特的魅力。

图 23 Khan el-Khalili 集市<sup>13</sup>

### 3. 引入活动，增添艺术氛围

建设创意城市离不开艺术家的参与，修建艺术场馆、开展艺术活动、活跃本地的文化艺术氛围同样重要。对此，CLUSTER 的主要措施是在城市中打造独立

的艺术空间，引入文化和艺术活动，让废弃建筑活跃起来，让当代艺术重返市中心。

市中心有许多破旧、无人居住的建筑，大约有 30% 的公寓是空的，20% 是锁着的，地产商将其收购进行改造，建设

<sup>13</sup> 《孤独星球》杂志官网 (lonely planet), <https://www.lonelyplanet.com/egypt/cairo/attractions/khan-el-khalili/a/poi-sig/406432/355225>, 访问时间: 2019 年 7 月 1 日。

剧院、电影院、画廊、咖啡馆等艺术空间，吸引人们聚集到市中心。如2012年开始起草装修的巴布萨达表演艺术中心（Bab Saada Performing Arts Center），就是由废弃电影院改造而成的。除了改造旧建筑，新修建的艺术空间数量也在增多，例如西马蒂克另类电影中心（Cimatheque — Alternative Film Centre），专门为电影制作人和爱好者专门修建，展示各地区电影发展多样性，旨在为电影制作人和观众提供一个观看、讨论、学习、创作电影的场所，让更多的人了解电影这门艺术。

同时，开罗引入多种多样的文化活动，频繁地举办艺术节、电影节、画展、书展等活动，吸引艺术家和街道居民前来参与，让艺术与市民形成良好互动。例如“市区当代艺术节”（Downtown Contemporary Arts Festival 简称 D-CAF）是埃及唯一的国际多学科当代艺术节，它的宗旨是向全民普及艺术。2017年，D-CAF开始艺术资助活动，向贫困个人和社区提供免费门票和交通服务。据统计，2017年

的D-CAF期间总计有1325人获得免费门票，并参加了由D-CAF组织的戏剧、音乐、舞蹈和电影活动<sup>14</sup>。

把城市里被忽略的地方改造为艺术空间，增加文化场所的数量和文化活动的场次，是促进当地电影、展览等创意产业发展，推动开罗老城区转型升级的重要力量。

#### 4. 多方参与，推动城市转型

开罗老城区改造升级离不开各方的共同努力，整个过程中，政府是指导者，私有企业是重要的投资者，艺术家是创造者，市民是重要的参与者。

为提出准确合理的改造方案，CLUSTER作为此次项目的官方执行组织，邀请国际相关组织、国际创意城市的代表，学术机构、政府研究人员、建筑师、企业代表等各方人员，在城市更新项目中多次组织研讨会，提出切实可行的改造方案，

同时出版刊物，建立市中心通道数据库和市中心遗产建筑地图等向公众详细地介绍项目内容。另外，CLUSTER非常关注创意艺术领域，专门研发了创意计划工具包（Creative Initiatives Toolkit），帮助研究人员、企业主、文化工作者和资助者通过衡量观众的支出来评估开罗市文化创意经济的发展现状。

就企业而言，很多企业从改造前期就参与了进来，为开罗的文化遗产保护、城市治理和创意城市建设献策献力。MISR（Misr Real Estate Assets）是一家经营房地产的私有企业，在开罗市中心和Attaba拥

有62栋建筑，它与开罗政府和全国城市和谐组织（the National Organization for Urban Harmony 简称 NOUH）合作，负责市中心许多翻修项目，通过对建筑物的外观和内部进行全面翻修，包括管道、地毯等，目前已经修复了约20栋<sup>15</sup>。此外，在整个改造过程中，居民也积极参加，一起保护古迹，维护街道秩序，参与艺术活动。因为他们的咖啡馆和集市就位于其中，他们的生活与这座城市密不可分，他们的行动影响着城市的发展。

14 市区当代艺术节官网（Downtown Contemporary Arts Festival），<https://d-caf.org/>，访问时间：2019年7月1日。

15 埃及独立新闻网站（Mada Masr），  
<https://madasr.com/en/2015/11/08/feature/culture/creative-cities-can-downtown-accommodate-the-many-visions-for-its-future/>，访问时间：2019年7月1日。

### （三）创意促进社会平等

#### 巴米扬：手工业与妇女权利



巴米扬（Bamiyan）是阿富汗中部地区最大的城市，历史悠久，是丝绸之路上的重镇。2003年，巴米扬因拥有诸多历史遗迹和“巴米扬大佛”被联合国教科文组织认定为世界遗产。此外，巴米扬有着古老的地毯编织、刺绣、雕刻等传统民间手工艺，精美的地毯、服饰、织布等工艺品在世界上广受欢迎。

阿富汗是世界上最为贫穷的国家，数十年的战争让整个国家经济落后、秩序混乱，阿富汗约80%的人口生活在农村地区，依赖农业和畜牧业，估计占国内生产总值的53%<sup>16</sup>。巴米扬同样如此，农村贫困人口数量巨大，即使男女平等已经写入法律条文，但是男性占统治地位的观念根深蒂固，妇女的社会地位低下。近些年来，在妇女争取社会平等的过程中，巴米扬的传统手工编织、刺绣技艺为女性独立、争取权利，提高地位提供了重要途径。在政府和国际组织的帮助下，大量妇女投入地毯、服饰、手工艺等手工作业当中，同时也涌现了一批优秀的女性企业家，她们开设工厂，扩大生产，雇佣本地妇女，不仅为妇女提供就业机会，更推动着城市的经济和社会进步。2015年，巴米扬被联合国教科文组织授予“民间艺术与手工艺”之都，成为创意城市网络中的一员。

<sup>16</sup> 世界银行（The World Bank），

<http://www.worldbank.org/en/news/feature/2012/08/22/rural-women-start-small-dream-big>，访问时间2019年7月2日。

### 1. 手工业创造大量就业机会

巴米扬经济落后，没有受过教育的妇女数量占大部分，妇女就业是城市发展面临的重大难题。在阿富汗，编织技艺是所有女孩成长过程中必须学习的一门手艺，一般在7岁时，由母亲教授女孩子地毯编织和刺绣技艺。而在巴米扬，这项技艺已经成为妇女获取收入最为重要的来源。

成立于2010年的巴米扬丝绸之路手工艺项目（Silkroad Bamiyan handicrafts）是一个商业组织开展的，它涉及的编织产品有靠垫套，床罩、手提袋、衬衫和夹克等手工刺绣用品。这些纯手工织品的制作耗时耗力，因为编织绳长达15-20米，编织工作只能在户外进行，一年中只有春天到秋天的时间可以从事生产。复杂的纯手工生产，需要大量的有编制技艺的人员加入，这就为当地及周边地区的妇女提供了大量就业机会。

此外，部分女性从小的生产作坊逐步扩大成为企业家，她们依靠自己的技艺和智慧，在相关部门的帮助下，开展传统服装、地毯、工艺品、织布等与手工相关的商业活动，为妇女创造就业机会。巴米

扬女企业家协会主席马索玛·阿利扎达（Masoma Alizada）就是第一个在巴米扬建立服装工厂的女性企业家。她最开始自己缝制服饰，接受来自社区的订单，而如今，她在市场上已经有25家店铺，雇佣了许多从事刺绣和服装制作的女员工。精美的服饰和精致的手工使她的服装生意名气越来越大，她开始参加全国各地的手工艺品展览会、甚至把本地优秀的手工编织艺术品传播到国外。

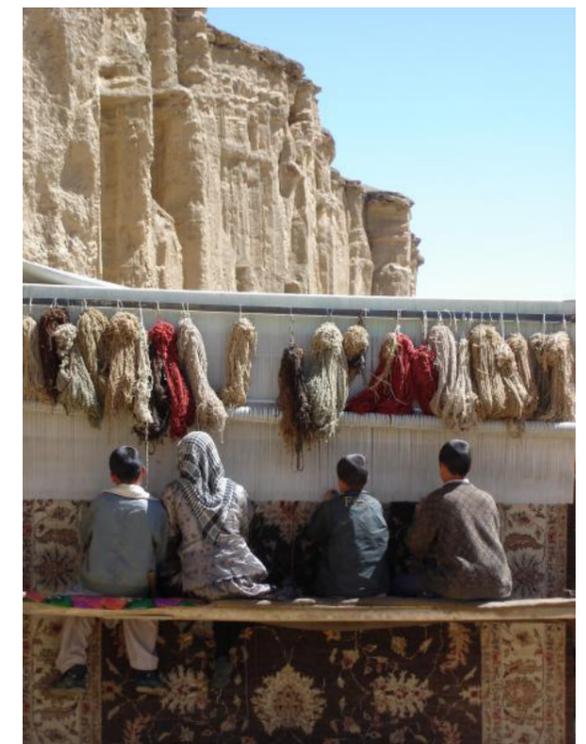


图24 巴米扬手工业者<sup>17</sup>

## 2. 手工艺复兴带动创意产业进步

从手工艺的传承与创新来看，为满足市场的不同需求，妇女们需要在编织过程中不断设计新的图案、花样、纹饰，把传统技艺应用到更加广泛的领域，例如畅销海外的巴米扬和平熊（Bamiyan Peace

Bear）就是结合传统文化设计出的玩偶熊，和平熊身着各式阿富汗传统服饰，每一款和平熊从布料到熊身体缝纫、到服装帽子配饰都是纯手工制作的。不断的创新为传统技艺注入了新的时代活力，并借助商业的力量把本地优秀的传统技艺传播到世界各地。



图 25 巴米扬和平熊<sup>18</sup>

17 联合国教科文组织创意城市网络官网（UNESCO Creative Cities Network），<https://zh.unesco.org/creative-cities/%E5%B7%B4%E7%B1%B3%E6%89%AC>，访问时间：2019年7月2日。

18 巴米扬丝绸之路项目官网（silkroad bamiyan），<http://www.silkroadbamiyan.com/shop/index.html>，访问时间：2019年7月2日。

手工艺品的复兴牵动着巴米扬整个创意产业的进步，“巴米扬大佛”以及诸多的历史遗迹推动着本地旅游业的发展；

“环行巴米扬”（Tour-de-Bamiyan）自行车骑行赛、“阿富汗滑雪挑战赛”（Afghan Ski Challenge）等国内和国际体育活动重新塑造着巴米扬的城市形象；新成立的巴米扬文化中心（Bamiyan Cultural Centre）努力推动把文化和创意作为建设和平和经济发展的工具，建立一个没有冲突的开放社会。

在旅游方面，文化遗产是巴米扬发展旅游产业的主要资源，巴米扬通过不断加强对遗产资源的保护，来吸引游客为旅游产业增收。早期，巴米扬文化遗产毁坏严重，大量佛像曾遭塔利班炸毁，巴米扬山谷文化景观和考古遗迹（Cultural Landscape and Archaeological Remains of the Bamiyan Valley）被列入“濒危世界遗产名录”（List of World Heritage in Danger，简称LWHD）。在众多国际组织的帮助下，巴米扬在遗产保护上取得很大进步，通过完善交通设施，解决了住房、商业开发、非法挖掘文化遗产、不当使用遗产地用于军事训练等问题。2015年，巴米扬被确定为南亚区域合作联盟（the South Asian

Association for Regional Cooperation，简称SAARC）的文化之都。2018年，巴米扬完成关于遗产保护的总体战略（Strategic Master Plan），并组织遗产管理讲习班，充分让当地社区参与遗产管理。

如今，巴米扬大佛、地毯、刺绣等传统手工艺都成为了当地的文化符号，巴米扬也正向着成为阿富汗的文化和创意中心这一目标努力。

## 3. 国内和国际组织的多方援助

作为一个及其贫穷的国家，阿富汗的社会经济进步离不开非政府组织以及国际组织的援助。巴米扬的手工艺技能发展起来，同样离不开各个组织的支持。

阿富汗农村企业发展计划（Afghanistan Rural Enterprise Development Program，以下简称AREDP）在解决农村妇女就业问题方面发挥了巨大作用。AREDP成立于2010年，由农村复兴与发展部（Ministry of Rural Rehabilitation and Development，简称MRRD）建立，旨在通过以市场为导向的农村发展机制促进阿富汗农村地区的私营部门发展，而不是提供依赖性援助。它鼓励个人建立微型企业，

如服装店、商店、美容院、机械车间等，并为小微企业提供营销、商业计划、宣传销售、业务推广等方面的专业技能培训。在巴米扬省，AREDP的工作主要集中在巴米扬市、雅考朗（Yakawlang）、塞甘（Saighan）和旁遮普（Panjab）地区。它覆盖了299家中小企业和1033个储蓄小组，为超过12500人创造就业机会<sup>19</sup>。

除了AREDP，国内和国际组织在资金给巴米扬提供了重要援助。阿富汗小额信贷投资支持机构（Microfinance Investment Support Facility for Afghanistan，简称MISFA）是向各地提供资金援助最为

重要的一个组织。向上，MISFA接受国际发展协会（the International Development Association，简称IDA）和阿富汗重建信托基金（Afghanistan Reconstruction Trust Fund简称ARTF）的财政支持，2013年，IDA向融资准入项目提供了5000万美元，该项目进一步支持MISFA作为创新催化剂发挥更广泛的作用，以增加市场低端金融服务的获取和使用。向下，MISFA为各地小微贷款机构提供资金支持，如OXUS，它为个人提供贷款，这个机构向巴米扬省约800名客户提供的贷款总额为6000万阿富汗尼<sup>20</sup>。

## 案例分析

### （四）创意加速民主进程

开普敦：创意城市建设助推种族融合



开普敦（Cape Town）是南非的立法首都、西开普省的省会，也是南非人口排名第二的城市，居民主要由黑人、白人、亚洲人组成。开普敦始建于1652年，原为东印度公司供应站驻地，是西欧殖民者最早在非洲南部建立的据点，在殖民统治下，开普敦发展为南非重要的金融和工商业的中心。殖民期间，开普敦历经荷、英、德、法等欧洲诸国的统治，形成了以欧洲文化和非洲文化为主的多元文化。20世纪初，种族隔离制度在南非开始施行。后来统治者在全国实行全面的种族歧视和种族隔离政策，先后颁布了上百种种族主义法令，种族隔离延伸到了生活的各个方面，带来严重歧视和社会不公平现象，种族间矛盾激烈。直到曼德拉当选南非总统后，种族隔离制度被废除，自此开普敦开启了民主化和城市化进程。

在二十多年的社会转型过程中，开普敦通过发展创意经济、建设创意城市来推动种族融合和社会民主化进程。其主要做法有：首先，打破地理空间限制，修建所有人可进入的公共空间，同时让黑人进入市区中心，为不同种族提供增进彼此了解的机会。其次，把创意设计作为城市更新的战略，在官方的助推下加强各种族在艺术和设计领域的合作，共同参与到“设计之都”的建设中来。最后，大力发展旅游业，通过新建旅游设施、举办大量的文化艺术活动吸引国际游客，无形中提高城市对不同种族文化的包容程度。现在，开普敦已经不再是白人的天下，各个种族共同参与到城市经济、政治、文化建设的方方面面，种族融合加深，社会民主化进程取得重大进步。2017年，联合国教科文组织创意城市网络授予开普敦“设计之都”的称号，以表彰其繁荣的创意产业，尤其在设计领域。

<sup>19</sup> 世界银行（The World Bank），  
<http://www.worldbank.org/en/news/feature/2016/03/08/woman-entrepreneur-opens-first-women-run-apparel-factory>，访问时间：2019年7月2日。

<sup>20</sup> 同上

## 1. 打破地理限制，构建和谐共生的城市空间

在种族隔离制度废除后，开普敦地理空间上的隔离也开始加速解除，开普敦通过构建和谐共生的城市公共空间和居住空间，来综合治理各种族在空间上不平等的问题。

一方面，原来只属于白人活动范围的公共区域，如购物中心、公园逐渐变成了各种族交汇的地方，原来属于私人地方的咖啡厅、饭店等地方也逐渐成为新的公共空间。其中，对开普敦的中心商务区（Central Business District，以下简称 CBD）的改造最具代表。开普敦 CBD 位于城市碗（City Bowl）地区，90 年代，CBD 遭遇发展危机，流浪汉占据街头、环境治理缺乏、社区经营不善、居民和企业纷纷搬离，导致社区陷入瘫痪。为了恢复 CBD 的生机，开普敦发起了“复兴城市中心区计划”（the Central City Improvement District，简称 CCID），计划以“保留

CBD 的历史文化，体现开普敦人的公共特性，创建包容、有效、多元的 CBD”为 宗旨。经过 10 年的综合治理，CBD 在安全、环境卫生和管理协作等方面有了很大的提升，犯罪率降低了 90%，吸引到投资 140—180 亿兰特，升级和改造超过 170 栋建筑物，复活公共空间，改善人行道，建成了大量世界级酒店以及很多餐厅、酒吧和娱乐场所<sup>21</sup>。同时，为了更让更多的黑人走进 CBD，在复兴过程中，便道上有专门给小商贩开辟出来的空间，这既增加了摊贩主的收入，也活跃了 CBD 的整体氛围。据统计，CBD 共开辟出了 38 万平方米的空地给小商贩经营，大街小巷里总共分布着 1200 间各色的零售店<sup>22</sup>。复兴后的 CBD 作为新的社会交往的中心，吸引着各种族人群的到来。

另一方面，黑人逐渐从城市边缘迁移到市中心，不同种族开始生活在同一社区。近些年随着人口的不断增加，住房需求高涨，但市中心没有为黑人修建一栋经济适用房，且提供给黑人的出租房源数量

稀少、价格昂贵。为解决这一问题，2017 年，政府首次使用 PPP 模式，为开发商提供内城土地，但以经济适用房和数百万美元的基础设施作为交换条件。例如 2017 年的前滨公路地块项目（Foreshore Freeway Precinct），市政府明确要求，如果想要得到这次开发机会，开发商需要混合开发用途并提供方案，必须在开发区内建设经济适用房。此外，还要为该区域的交通拥堵状态提出解决方案。这一措施为黑人进入市中心开辟了渠道，有助于贫困人口进入市中心，实现真正的种族平等。

## 2. 全民参与，为“设计之都”献力

创意和设计在开普敦的城市复兴和民主化进程中一直扮演着重要角色，早在 1995 年，拉维·耐杜（Ravi Naidoo）创办了印达巴设计大会（Design Indaba Conference），关注全球顶级的创意与本地设计行业之间的相互影响与融合，并把“设计”作为城市更新的重要组成部分。

2014 年，国际工业设计协会（International Council of Societies of Industrial Design，简称 ICSID）将“世界设计之都”（World Design Capita）<sup>23</sup> 的名誉授予开普敦，以表彰这座城市用创新和设计改造市容并振兴社区发展。同年，为庆祝成为“世界设计之都”，开普敦开展为期一年的“2014 世界设计之都”（World Design Capita，以下简称 WDC 2014）项目，重点关注本市的创意和设计产业。

WDC 项目以“现场设计，改变生活”（Live Design. Transform Life）为主题，包括征集创意设计项目，举办多场国际设计展览会，成立创新设计实验室、向全市推广创意设计理念等诸多活动，活动内容涉及艺术、教育、能源、交通、健康、住房等方方面面。在 WDC 开展期间，共举办了 460 个创意设计项目，推出了一系列创意工作坊，确保设计能够触及开普敦 111 个选区，代表性项目如把落后乡村改造为美术馆的“马蓬镇艺术体验”（Maboneng Township Arts Experience）项目、旨在打造

21 侯汉坡、袁慎勋、陈洁：《开普敦 CBD：小商贩对现代都市的欢畅逆袭》，《环球市场信息导报》2013 年第 30 期。

22 同上

23 注释：“世界设计之都”由国际工业设计协会在 2008 年发起，旨在促进和鼓励那些利用设计重塑自我，改善社会，文化和经济生活的城市。该奖项将提前授予，以使获胜城市能够计划并推广为期一年的设计主题活动。

无车街道的“开放街道”（Open Streets）项目等等，有些项目影响深远，甚至延续至今<sup>24</sup>。这场全民参与的大型设计活动取得了成功，艺术家、商人、市民、社区、社会活动家贡献力量，推动城市“设计之

都”的建设。据估计，创意产业贡献了10亿美元的总增加值，并为开普敦提供了大约27760个就业岗位，占2014年该市就业总人数的2.2%<sup>25</sup>。



图 26 马蓬镇的艺术画廊<sup>26</sup>

24 开普敦市政官网, <http://www.capetown.gov.za/local%20and%20communities/creative-community/public-and-community-art/world-design-capital-2014>, 访问时间: 2019年7月4日。

25 联合国教科文组织创意城市网络 (UNESCO Creative Cities Network), <https://en.unesco.org/creative-cities/cape-town>, 访问时间: 2019年7月4日。

26 马蓬镇官网 (maboneng), <https://www.maboneng.com/gallery>, 访问时间: 2019年7月5日。

2017年,在综合评估开普敦的创意产业的发展情况后,联合国教科文组织再次授予开普敦“设计之都”(UNESCO Creative City of Design)的称号,开普敦成功加入创意城市网络,成为第一个被联合国教科文组织授予“设计之都”的发展中国家城市。

### 3. 旅游产业推进城市民主化进程

旅游业是创意经济的重要组成部分,对城市的经济、就业、可持续发展起着重要作用。根据世界旅游及旅游业理事

会 (World Travel & Tourism Council, 简称 WTTC) 公布的数据,旅游业为南非创造了716000个工作岗位,占南非就业岗位总数的4.6%。如果将旅游相关产业纳入统计,提供的就业机会多达250万个。2016年,共有一千余万国际游客到访南非,为当地经济注入4020亿兰特<sup>27</sup>。作为南非旅游产业发展最好的城市,开普敦旅游资源丰富,有好望角、桌山、原始荒原、海滩等的非洲自然景观资源,罗本岛、Bo-Kaap 街区等文化遗产资源,有汇聚南非本土和世界各地的美食资源,以及大量的国



图 27 开普敦城市鸟瞰图<sup>26</sup>

际性艺术活动，这些都是其发展旅游业的优势。

繁荣的旅游产业在开普敦城市民主化进程中的作用主要表现在两个方面。第一，尊重文化多样性。开普敦是一个文化大熔炉，有非洲土著的传统民俗文化、欧洲殖民者带来的基督教文化、马来人信仰的穆斯林文化、以及来此投资的世界各地的富人们带来的文化等。旅游产业通过合理地开发各族文化资源，不仅为国际游客提供了更多的旅游选择和文化体验，也为开普敦在尊重种族、民族和文化多样性方面贡献了力量。第二，扩大公众参与和社

会包容度。为吸引国际游客，开普敦每年举办大量的文化艺术节庆活动，各族市民参与其中，增进了种族文化交流。例如从2013年开始举办的开放设计节（Open Design Festival）每年吸引约8000人参加，印达巴设计大会则能吸引观众超过10000人。此外，旅游以及相关服务业给当地创造了大量就业机会，一定程度上缓和了种族在经济上的矛盾，推动着开普敦经济和社会的可持续发展。

## 案例分析

### （五）创意改变生态环境

#### 库里蒂巴：创意打造生态城市



库里蒂巴（Coritiba）位于巴西南部，是巴拉那州首府。在工业时代，库里蒂巴是茶叶、咖啡、烟草、玉米、大豆等农牧产品的贸易和加工中心。在二战后，库里蒂巴的工业发展迅速，经济高速发展，城市规模也随之扩大，出现了人口拥挤、交通、失业、环境污染等的社会及环境问题，这些问题严重阻碍了城市的现代化进程。

为了解决城市问题，库里蒂巴在第三任市长贾米·勒讷（Jaime Lerner）的带领下，开展全面的城市改革。通过合理地城市发展规划，修建完善城市公共交通体系，完善基础设施和综合治理环境等措施，解决了阻碍城市发展的社会和环境问题。库里蒂巴是第一批被联合国命名为“最适宜人居的城市”中惟一位于发展中国家的城市（其他4城市为温哥华、巴黎、罗马、悉尼）。1994年被联合国环境与发展大会推荐为公共交通示范城市。2012年，库里蒂巴在里约地球高峰会上获得全球绿色城市奖（Global Green City Award）。良好的生态环境和社会秩序为库里蒂巴发展创意经济提供了良好的支撑，2014年被联合国教科文组织授予“设计之都”的称号，成为创意城市网络的一员。

### 1. 一流的城市规划和强有力的领导

法国专家阿尔弗雷德·阿加奇（Alfred Agache）在1943年为库里蒂巴制定了第

一个城市总体规划，这一规划主要是基于未来库里蒂巴的交通会被小汽车困扰这一问题，套用了巴黎城市的规划模式，以老城区为核心，采用向外扩散的环形道路和

27 中华人民共和国驻开普敦总领馆，<https://www.fmprc.gov.cn/ce/cgct/chn/gdxw/t1556700.htm>，访问时间：2019年7月5日。

28 联合国教科文组织创意城市网络官网（UNESCO Creative Cities Network），<https://en.unesco.org/creative-cities/cape-town>，访问时间：2019年7月5日。

29 联合国教科文组织创意城市网络官网（UNESCO Creative Cities Network），<https://en.unesco.org/creative-cities/cape-town>，访问时间：2019年7月5日。

放射状道路相结合的方式来处理城市交通，以跟上城市不断扩大的步伐。但是，这一规划需要进行大规模的城市基础设施建设，甚至拆除大量古老珍贵的历史建筑，而且，库里蒂巴并不是发达城市，没有足够的财力来实施这一规划。

库里蒂巴真正实施的是通过竞赛评选出来的1965年城市总体规划（1965 Master Plan）。这一规划的理念是城市交通要满足人们出行的需求而非小汽车，规划的核心是强化中心城区和中心城区放射线型轴线，把中心城区作为交通枢纽和终点，而且城市核心区和历史建筑街区要部分地禁止机动车通行，改为步行街区，小汽车出行的便利性降低到次要位置。

推动库里蒂巴城市规划实施的关键是1971年当选为市长的杰米·勒纳（Jaime Lerner）。勒纳是一名建筑师，担任库里蒂巴城市规划设计研究院（Curitiba Research and Urban Plan Institute）的院长。被选为市长后，他挑战传统思维，勇于冒险在城市规划上进行新的试验。当时大部分巴西城市都在建设快速路、高架路去适应小汽车出行。“越大越好”的理念非常盛行，限制小汽车发展的提议被认为是左

派倾向，而勒纳却在城市规划的实践当中坚持把小汽车出行放在次要位置，并且事实证明他的决定非常具有远见的。勒纳在任期间，他领导城市进行各个方面的改革，城市进步与发展得到市民的高度认可。2010年，《时代》杂志将这位市长列为“全球最有影响力的思想家之一”。

## 2. 建设高效完善的城市交通体系

高效交通体系对城市的发展至关重要，库里蒂巴能够成为世界生态宜居城市，主要得益于其公共交通体系。库里蒂巴公共交通系统类似于“地面地铁（surface metro）”，是一个非常完整、多元化的网络与服务体系。勒纳提出了一体化公交网络（Integrated Transit Network）概念来解决城市交通问题。从1974—1994年，一体化公共交通系统的年平均客流增长率为15%，是人口增长速度的3—4倍，公交在通勤出行中所占的比例从8%增加到70%。目前，库里蒂巴一体化公交网络由390条线路、2000辆车构成，每天客运量超过210万人次，其中49万人次来自大库里蒂巴邻近地区。这390条线路覆盖了库里蒂巴市的1100km道路，公共汽车日

行驶里程为38000km<sup>30</sup>。

库里蒂巴一体化公交网络体系的关键是其独创的三重道路系统（Trinary Road

System），即：由3条平行的通往城市核心区的道路和3条平行的驶离城市核心区的道路组成，这三重道路分别是BRT专用



图28 库里蒂巴公交系统<sup>31</sup>

30 杨涛、过秀成、张鉴、朱富坤、邱颖：《库里蒂巴——一体化公共交通系统》，《城市交通》，2009年第3期。

31 库里蒂巴城市规划网（Curitiba city planning），

车道、辅助车道、大容量单行车道。这三条道路相互平行，其中，BRT 专用车道位于中心，连接城市核心区域与外围区域；辅助车道靠近右侧高层建筑，与 BRT 车道同向行驶，允许各种车辆通过；大容量单行车道位于一个街区以外，结构轴线的边界，开设有直达快线（direct line），其平均运营速度可达 32 公里 / 小时，而 BRT 专用车道上的公交车每站都停，其平均运营速度仅为 20 公里 / 小时。这一独特的库里蒂巴创新体现了公共交通、城市道路与土地利用一体化的精髓。

### 3. 全方位推进城市绿化与可持续发展理念

库里蒂巴是世界上绿化率最高的城市之一，人均绿地面积是联合国推荐数值的好几倍，在推动城市绿化和可持续发展过程中，库里蒂巴实施的最为有效的措施主要有以下三个。

第一，加大城市绿化面积。库里蒂巴有 9 个森林区和 200 多座免费开放的公园。这些公园的修建得益于政府的支持，当时市政府出台了一项政策，即政府免费提供

绿地，供来自不同国家的移民社团进行保护性开发，这一措施吸引了诸多设计师参与。除了大量的公园，街道两旁、小区等城市公共空间同样布满了绿植和草地。

第二，注重提高居民的环保意识，全面开展生态扫盲教育和相关活动。例如，通过学校和课本教育向孩子们普及环保理念；充分借助电视台、广播报纸、网络等媒体的力量，大力倡导环保理念和低碳生活，鼓励市民低碳出行；出租车司机必须接受与环保相关的课程并取得结业证书才能取得营业执照。现在，环保理念已经渗透到市民生活的方方面面，整个城市有着浓郁的环保氛围。

第三，开展社会公益环保项目。库里蒂巴有几百个社会公益项目，其中名为“垃圾不再是垃圾”（garbage that it is not garbage）的垃圾购买项目最具代表性的，其主要内容是市政府用公交车抵价券来购买经过分类的可回收垃圾，吸引人们主动把垃圾送到最靠近垃圾车的地方。这一举

措不仅提高了市民的参与性，让贫困居民也能够乘坐便捷的公交，也为减少城市垃圾、提高垃圾回收和再利用做出了贡献。后来针对都市区出现了卷心菜过剩的问题，库里蒂巴对“垃圾购买项目”进行升级，开展“绿色交换项目”（Green Exchange Program），即市民用可回收垃圾来换取食物。这一举措因其兼具保护环境、对抗饥饿和消除贫困等多项作用，一直持续到现在。

### 4. 文化碰撞激发创意产业繁荣发展

19 世纪时，来自德国、波兰、乌克兰和意大利等国的移民开始在库里蒂巴定居，使这里逐渐成为一座包容多元文化的城市。资源的文化丰富，和不同文化的碰撞，激发着当地的音乐、美食、戏剧、设计等创意产业发展繁荣。目前，库里蒂巴拥有 98 个博物馆，55 个高等教育机构和 15 个文化培训中心<sup>33</sup>。

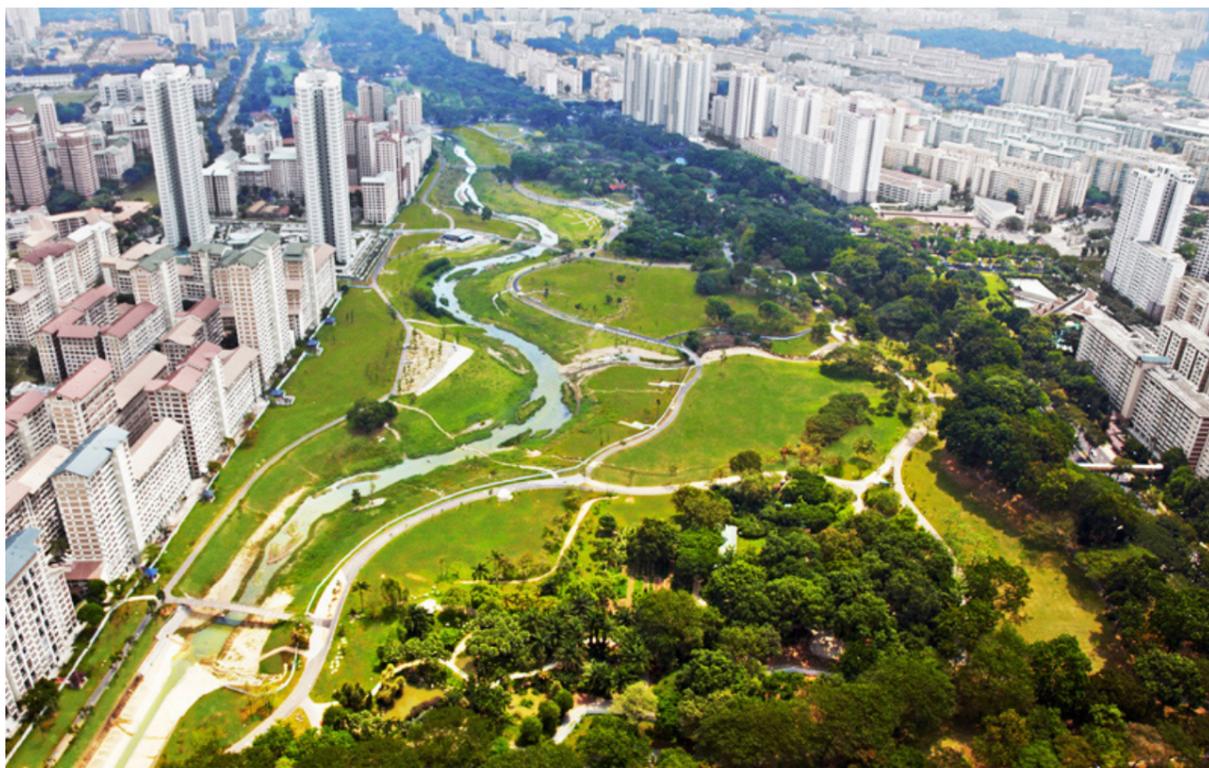


图 29 库里蒂巴的城市绿化<sup>32</sup>

<https://curitibacityplanning.weebly.com/public-transportation.html>，访问时间：2019 年 7 月 5 日。

<sup>32</sup> 美国景观设计师协会官网（American Society of Landscape Architects，缩写为 ASLA），<https://www.asla.org/sustainableurbandevelopment.aspx>，访问时间，2019 年 7 月 5 日。

<sup>33</sup> 艾夕：《库里蒂巴：用设计升级城市生活幸福感》，《全球商业经典》，2017 年第 9 期。

在艺术发展领域，库里蒂巴文化基金会（Fundacao Cultural de Curitiba 简称 FCC）发挥着巨大作用。基金会成立于1973年，在城市转型过程中，管理城市的管理城市电影、舞蹈、文学、音乐、文化遗产、剧院等各类艺术产业的发展，并制定文化发展规划和政策、开展艺术活动和文化普及活动、设立文化奖项。此外，库里蒂巴鼓励把创意应运到各个方面，2016年推出的“库里蒂巴创意经济竞赛”（Concurso Curitiba Economia Criativa），涉及电子游戏、设计等创意领域；2017年成立“城市农业和创意经济中心”（Centro de Agricultura Urbana e Economia Criativa）鼓励把创意思维应用到农业和城市可持续发展上；2019年举办库里蒂巴智慧城市博览会（Smart City Expo Curitiba）探讨用创意解决来城市发展问题。

库里蒂巴市艺术家和创意人才集聚，有着突出的城市创新创造能力。在城市更新过程中，设计师在城市创造了大批标新立异的建筑和特色街区，例如最繁华的步行街花街（Rua das Flores），本是一条拥挤不堪的街道，在72小时内就被改造成了一个时尚前卫的商业步行街。又如弘扬巴西传统音乐为主的派奥尔剧院（Teatro Paiol）是由一座废弃的军火库改造而成的。

同时，库里蒂巴每年会举办许多大型文化创意活动，有拉丁美洲最有影响力的“库里蒂巴双年展”（Bienal de Curitiba）、面向国际的“风格街：库里蒂巴国际涂鸦大会”（Street of Styles – Encontro Internacional de Graffiti em Curitiba）等。

因为地理、人口、宗教等因素的影响，每个城市在发展过程中都有着不同的发展困境。对于因工业衰落而导致发展停滞的城市，世界上已有许多通过发展创意经济来转变产业结构，最终推动城市更新的创意城市。对于历史悠久、文化遗产丰富的城市，旅游、艺术等创意经济也逐渐成为推进城市发展和保护文化遗产的有效手段。在落后地区，以手工业为基础的创意经济能够有效地解决男女不平等，社会就业等问题。在多种族聚居地区，创意经济因其有着对多元文化的包容和吸收能力，能无形中促进种族理解和社会公平。同时，创意经济具有节能无污染特性，发展创意经济对改善生态环境，减少资源浪费，打造宜居城市同样发挥着重要作用。目前，创意经济正在全球各地快速发展，其对城市的影响力也日趋广泛，不同特色的经济形态都可以借助创意来促进产业升级并推动城市的可持续发展。

## 专家观点篇

### Expert Opinions

花建：创意城市的文化空间建设

意娜：创意经济、创意城市与城市可持续发展

夏光：论生态文明创新

臧红印：加快创意产业和绿色产业融合发展，  
助推乡村振兴

肖怀德：理解创意：认知边界、发生机制与经济超越

雅恩·蒙特比：重塑时尚产业：时尚的可持续发展之路

陈平：用保护与传承民间手工艺带动贫困地区的经济增长

## 创意城市的文化空间建设



花建

上海社会科学院文化产业  
研究中心主任、研究员

### 一、创意城市以建设文化空间作为重要内容

创意城市建设应该把建设文化空间作为一项重要任务。这种文化空间既是精明型、紧凑型、智慧型的城市实体空间，也充满设计、符号和艺术识别度，能够给人以历史传承、人文想象、艺术审美、多元魅力，是一种兼备创意、体验、生产、交流、集聚、辐射的复合型文化功能场域。

由联合国教科文组织发起的创意城市网络（UNESCO Creative City Network）成立于2004年10月。它的前身是该组织在2002年建立的文化多样性全球联盟（UNESCO's Global Alliance for Cultural Diversity）。倡导文化多样性，鼓励城市居民开发多样性的文化资源，创造可持续发展的新经济模式，是联合国积极推动而且获得广泛响应的一个国际潮流，是在全球围内倡导和建设“创意城市”的基本目的，也是人类文明在全球化深入发展阶段的一个重

要趋势。正如联合国贸发会议（UNCTAD）等机构联合编纂的《创意经济报告》所说：倡导“创意城市”的意义，已经超越了有限范围内的创意产业和创意经济。这是因为“城市有一种关键资源——它的人民，人的智慧、欲望、动力、想象力和创造力取代了地理位置、自然资源和市场通路而成为城市的资源。那些生活在并运行整个城市的人们将决定城市是否拥有成功的未来”<sup>34</sup>。建设创意城市的根本目的，是激发全体人民的创造性和想象力，并且把这些创造力转化成为可增值、可投资、可流通的重要资产和社会财富。

有鉴于此，创意城市视域中的文化空间具有如下四个鲜明的特点：第一，它是文化创意人士和创造主体的集聚之地，形成文化生产力的集约效果，因而成为吸引大量资本包括货币资本、社会资本、文化资源的地方；第二，它是文化基础设施和各种文化功能服务的集中之地，在这里进行创意活动的成本最为低廉、创造工作最为便捷、国际化程度最高，因而成为各类创意成果的诞生之地和首发之地；第三，它是大量文化艺术活动的荟萃之地，便于文化生产力主体从事各种研发、创造、演艺和交流活动，也便于社会公众参与和共享创意成果，具有积极的人文价值；第四，它是富于审美价值的体验性空间，具有高度的艺术识别性，正如美国学者B·约瑟夫·派恩指出的：“体验是人类历史上的第四种经济价值提供物。”总之，基础设施的便利性、创意主体的创造性、文化交流的活跃性、审美活动的体验性，交融在一起，成为创意城市文化空间的基本特点。

一个创意城市拥有文化空间的品质和规模，形成了它培育创意成果的基础条件。文化之都仅仅发挥其艺术贸易中心的功能是不够的，它必须成为艺术生产、销售和消费的场所，而它的核心则是城市特有的人文精神。从各国建设创意城市的实践来看，一座城市的地理空间和人口规模无论大小，它所拥有的文化空间越多，它所集聚和焕发的创意和创造活力就越是旺盛。即使是规模很小，人口有限，位置偏远的中小城市，一旦它们传承了丰富的历史遗产，开发了多样化的文化资源，同样可以焕发起澎湃的创意，成为国际知名的创意之城。

<sup>34</sup> 联合国贸发会议编，张晓明等译，《创意经济报告（2008）》，三辰影库音像出版社，2008，第12页。

## 圣达菲：民俗创意时尚升级 激活本土文化遗产



美国西南部沙漠之中的圣达菲，就是这样的一个典型案例。圣达菲是西班牙语，其意思是“神圣的信仰”。圣达菲仅有七万居民，根据美国人口调查局的资料，其中3%是印第安裔，大约50%是西班牙裔和拉丁美洲裔，还有许多从美国东中部来的移民。圣达菲作为一个聚集了众多种族后裔的城市，形成了文化产业的鲜明特色，即在传承印第安裔、西班牙裔、墨西哥裔、亚裔和美国本土文化遗产的基础上，让居民广泛参与文化创意活动，打造丰富多彩的民间工艺、民间歌舞、创意烹饪、创意时尚、文化节庆等，从而使圣达菲成为时尚型民俗创意的代名词。它也是美国第一个获得联合国教科文组织命名的创意城市。这些创意成果与圣达菲的文化空间建设密切相关。它拥有250多家艺术馆和经销商，被称为美国第三大艺术品市场。著名的大峡谷街（Canyon Road），犹如田园风光围绕的景观大道，两侧错落有致地排列着几十家特色艺术品商店、小型博物馆、画廊、工艺美术吧、书店和咖啡馆、创意烹饪机构等。它们格调粗犷，造型奇特，都用土红色涂料即“Stusso”覆盖，做成印地安土著风干砖坯房的风格，内部则集聚了多样化的艺术品和创意活动。这些充满创意活力和艺术识别度的文化空间，使圣达菲名声大噪，每年都吸引世界知名的艺术活动来此举办。全城大约有六分之一的居民从事艺术和与之相关的行业。

## 二、营造规模化和集约化的文化大空间

创意城市对文化空间的建设，是与世界进入后工业化时代的需求密切相关的。从前工业化到工业化再到后工业化时代，城市动力是一个有跨越性的发展过程，前工业化时代即农业文明时代的城市动力，依赖于农产品的流通与集聚，工业化时代的城市动力，依赖于港口、工厂的规模和商品的流通，而后工业时代的城市更加追求知识资本、创新驱动，而且特别重视高端服务和优化整合。

后工业化时代的创意城市建设，催生了大规模的文化空间。它的关键不在于面积如何超大、体量怎样超群，而在于资源配置的高端化、主导理念的先进性和运作机制的有效性，能够集聚大批的文化生产主体和创意人士。美国学者乔尔·科特金指出：随着数字技术和新经济的崛起，美国的文化经济地貌也在深刻地调整和转换。大都市会融合出版、电影、广告、新媒体、主题公园等产业，在城市的总体规划中占有重要位置，形成一种超大型的“文化产业复合体”，成为城市竞争力的有效载体。在全球化的背景下，创意城市的文化大空间建设，不但要考虑宏观空间布局，而且要突出创新效益，优化微观机制，使得城市宝贵的空间资源，向最有创新活力、最有市场前景、最能够代表创新要求的组团和项目集聚，更要建立广泛的国际联系，与全球各个城市的文化创意资源形成合作与交流的网络，从而使得城市空间形成远远超过物理面积的集聚功能和辐射能力。这种“超级文化大空间”的物理空间有限，但是它汇聚了最富有创新活力的文化主体，可以成为集约各类文化创意产业资源的国际枢纽和良港。这种“超级文化区域”可以有多种组合形态，比如把遗产传承与创新开发、公共服务与规模优势相结合、把本土文脉与包容国际化相结合等，也可以结合全球范围内方兴未艾的城市和产业转型浪潮。

## 布拉德福德：从纺织业城市到电影之都



第一座获得联合国教科文组织创意城市“电影之都”称号的布拉德福德（Bradford）。不是拥有好莱坞电影王国之称的洛杉矶，不是为好莱坞进行配套加工的加拿大城市蒙特利尔，也不是年产数百部印度歌舞片的宝莱坞孟买，而恰恰是一个曾经以纺织工业闻名、又成功转型的英格兰北部城市。当年它曾经是英国污染严重的纺织中心，世界上最大的羊毛加工企业之一道森集团总部就位于这里。进入 21 世纪，布拉德福德投入大量资金进行产业转型和环境改造，获得了英国饮水质量最高城市的美誉，转型成为英国最富有绿色活力的城市，而它新兴的绿色产业之一就是电影产业。

这个“电影之都”的执行方是布拉德福德市都市区域委员会（简称“布拉德福德合作委员会”），它从当地业界中选取了主要合作伙伴，包括国立媒体博物馆、布拉德福德大学、约克夏和亨伯郡银幕代理处和约克夏大银幕公司等。它推动这些场馆、院校、机构和企业分工协作、形成了产学研政相结合的联动机制，也催生了大型的电影产业集聚空间，并且以此发挥了联系西方文化与东方电影的枢纽作用。布拉德福德成为印度电影最重要的海外交流中心之一，它所在约克郡成为 2007 年国际印度电影节的授奖之城，并且与南亚地区包括印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国等保持着电影和文化方面的密切联系。获得多个国际电影节大奖的印度题材电影《贫民窟里的百万富翁》就诞生于此。这部电影的成功，与布拉德福德对于多元文化的包容密切相关。这个案例启发了创意城市的建设者，建设文化空间的核心要素是集聚。就如一个大号水杯，自身的水满了才会溢出来。同样，对于一座创意城市来说，只有创新要素足够多，能级足够高，才能形成创意和创新的集约效果，并且在全球产业链中占据重要的位置。

## 三、打造形态丰富多样的文化小空间

创意城市对文化空间的建设，不仅仅要注重大型文化空间，也要利用原有的交通空间、工厂空间、商业空间、乡村空间等，打造灵活多样、形态丰富的小微文化空间，形成强集聚、多组团、网络化的文化生产力格局；不但要利用城市的物理空间，更要结合水脉、绿脉、文脉、人脉，深入挖掘和利用城市的感知空间和记忆空间，传承城市的历史文脉；不但要规划文化记忆空间、文化创新空间、文化博览空间，也要设计应对未来的文化预留空间。这与 2016 年联合国第三次住房和城市可持续发展大会通过的《新城市议程》(New Urban Agenda) 之精神是吻合的。该议程强调：“文化和文化多元性是人类精神给养的来源，并为推动城市、人类住区和公民可持续发展作出重要贡献”。这就必须把打造充满产业实力、创造活力和人文魅力的城市文化空间系列，作为城市可持续发展的重要内容。

打造文化小空间的核心，是把科技、创意、商贸、艺术、休闲、时尚等要素进行灵活的组合，形成启发人们联想和创意、激发人们创造热情的文化生态。这是由现代创意经济的规律所驱动的。弗朗斯·约翰松把这种现象描绘为“美第奇效应”（Medici Effect）。意大利美第奇家族把诸多领域的创作者集结在佛罗伦萨，从而形成了历史上罕见的创造力大爆发时期。当时，许多雕塑家、科学家、诗人、哲学家、画家和建筑家共处一地，在佛罗伦萨优美和浪漫的环境中激发和交流了活跃的创意，从而促成了文艺复兴的盛况，成就了人类历史上最具有创新力的时代之一。

在全球化进入到第三阶段即创新全球化的时代，一个世界城市需要形成大批创新型的市场主体和人才，让多个专业领域的知识和经验相互交融，才能激发人们的想象力和创造力。从全世界范围来看，城市的创新活动具有地缘分布规律。创新之“鱼群”并非随处可见，而是活跃在一部分优良生态的“水域”中。创意城市的小微文化空间建设，正应该成为这样的优美“水域”。

在城市更新的过程中，上海的地铁站正在加入文化和时尚功能，成为复合型的魅力空间。上海地铁 1 号 /12 号 /13 号线的汉中路站是由世界著名建筑事务所诺曼·福斯特设计总监、

英国建筑学院联盟、英国皇家艺术学院等国际团队参与设计的文化小微空间。它的创意主题是：“蝴蝶魔法森林”，其创意的源泉来自于脍炙人口的美国动画片《仲夏夜魔法》（*Strange Magic*）。

## 创意经济、创意城市与城市可持续发展

### 案例分析

#### 上海：汉中路地铁站光影设计 促进小微文化空间更新



汉中路地铁站入地 33 米，大约 9 层楼高，是上海最深的轨道交通换乘枢纽站之一。它的装饰光影设计，以围绕换乘大厅 140 米长的核心筒和 5 根临近的结构斜柱，开辟出一片令人目眩的“地下蝴蝶魔法森林”。在这个交通空间兼艺术空间中，2015 只彩色蝴蝶不断地闪现跳跃，环绕的圆形立柱也仿若从天窗外投射下来的阳光。它的光影设计选定了凤蝶、蛱蝶、绢蝶、斑蝶四种造型，代表上海地铁系统的四大发展过程。它以智能化的光电数码技术，让 2015 只形态各异的 3D 打印蝴蝶围绕核心筒翩翩起舞，变幻出赤橙黄绿青蓝紫等 18 种颜色，魔法般围绕核心筒的轨迹飞翔，寓意 2020 年将建成的 18 条上海地铁线路网络。

这一小微文化空间设计的迷人之处就在于，让平淡无奇的交通空间涌现出神奇的诗意，让人们在脚步匆匆的地铁站突然间有了光和蝴蝶、爱情与魔法森林的奇妙体验。尽管它不属于主要的历史风貌保护区，也不是特色保护建筑，更不是大型的产业园区，也可以让千千万万的上班族和家庭以及孩子们，在匆匆一瞥中感受到艺术大师的奇妙想象和优美灵感，从而根植了创意和创造的梦想种子，并且在未来某一天让这些种子发芽开花。随着城市更新的步伐，应该让更多的商业空间、交通空间、绿化空间、居住空间等，逐渐地被赋予文化艺术的独特功能，成为复合型的小微文化空间。



意娜

中国社会科学院民族文学  
研究所副研究员

从上世纪 90 年代开始，对文化创意产业和创意经济的定义的讨论就一直在进行。这种“进行时”状态暗示了在全球范围内的不同政策和学术语境中，对这两个概念，及其相关、相似概念的定义各有所侧重，甚至颇多争议和分歧。原因之一是创意经济不同于以往的诸多文化、经济概念（尽管“文化”概念本身就已难以定义）有可追溯的学理传承，而是在过去的分析视野中不曾出现过的新兴经验性概念（Pratt, & Hutton 2013）。目前“创意经济”（creative economy）这一术语在国际层面被广泛接受，是经由联合国贸发会议（UNCTAD）在其主编的 2008 年和 2010 年两册《创意经济报告》来确立的，后续联合国教科文组织等机构也沿用了这一术语。

就概念本身而言，创意经济比我们熟知的创意产业外延要大。创意产业简言之是能够创造知识产权的各种产业。而创意经济包括了营利与非营利、正规与非正规、私营和公共服务部门的活动，以及维持此类产品所必需的生产系统和价值链。在联合国教科文组织统计所的定义

和分类统计指标设定中，也能看出这种区别（Pratt, & Hutton 2013）。教科文统计所核定的文化领域包括六种：文化和自然遗产、表演和庆祝活动、视觉艺术和手工艺、书籍和报刊、音像和交互媒体、设计和创意服务，这六类由横向地与非物质文化遗产相连接（UNESCO statistics 2009）。这一分类体系说明了两个问题：首先，创意经济在经济上有重要意义，但概念和内涵是根据各国实际政策制定来主动选择的，还没有形成“真理”式的标准定义。其次，创意经济作为一种新兴理念，其分类仍然局限于成型于上世纪中期的工业分类体系，被分散到原有体系的各个细分的统计类别中，教科文的分类尝试是一种有益却有限的探索，创意经济尚未撼动国际层面和各个国家的工业分类系统。也正因为如此，全球范围内很难建立一套可兹横向比较的评价标准。由联合国贸发会议确立的文化产品与服务贸易观测指标是相对接受程度最高的一种评价标准。根据这一指标体系，全球创意产品市场从2002年的2080亿美元翻番到2015年的5090亿美元，尽管受到金融危机影响，也实现了年均7%的增长率。在联合国贸发会议认定的创意产品的七个大类（设计、手工艺、视听、新媒体、表演艺术、出版、视觉艺术）中，设计产品最多，超过所有创意产品的一半。各国创意服务出口的数据仍然缺乏有效统计，但联合国贸发会议乐观认为，随着数字和共享经济的发展，与电子商务密切绑定的创意服务会在未来有很大发展潜力（UNCTAD 2018）。

尽管很少被有意提到，创意经济从一开始就与城市密切相关。因为“创意”主要发力的设计、传媒、艺术等行业，都明显指向城市物理空间。创造性的实践尽管如今也被应用到乡村，但始终是基于社交和知识、资本积累的，这些都更容易在城市获得。这在许多国际报告中都逐渐得到承认，创意经济在欧洲呈现出明显的城市聚焦特征，乡村物理空间是“非创意之地‘沉默的大多数’”（Rantisi, Leslie, & Christopherson 2006），在伦敦这样的标杆性城市更是稳坐经济的第三大部门位置。加拿大的一项五年期的合作项目“创新与创意”也证明文化的高度发展需要集聚。多伦多、蒙特利尔和温哥华因此不仅成为加拿大居住和就业人口最多的城市，也成为加拿大文化创意产业发展的绝对主体，主要集中于电影、视频和电视制作、计算机图形和新媒体、音乐、建筑和广告业等。在亚洲，我们也不难观察到像北京、上海、香港、台北、东京、首尔、新加坡和曼谷等大城市成为亚洲创意经济发展的重镇。城市

所具有的交通和通讯优势、大学和教育机构的集聚以及创意经济相关部门集聚的优势孕育了创意经济，并给创意经济打上了城市的标签。

创意城市是在本世纪，创意经济发展到一定阶段提出的另一个重要理念。在诸多倡导者中，理查德·佛罗里达（Richard Florida）的3T理论（技术、人才和包容度）及创意阶层的界分；查尔斯·兰德里（Charles Landry）所侧重的创意治理实践；以及其他诸多学者展开过的相关研究，都塑造、丰富、修正了创意城市的理念。与创意经济一样，创意城市概念也经由联合国系统的采用和推动，成为一种具有全球共识的术语。此时这一术语已经与前述学者所用术语的内涵与外延有所不同，从一个提升和复兴性的实践概念转变为政策性概念。

在联合国教科文组织看来，可持续发展中一个重要的面向是创意与文化，这也已写入联合国《2030可持续发展议程》的17大目标中。这种战略和政策的路径都旨在促进发展、激励创新、提高社会凝聚力和公民的幸福感，而城市则是这一系列新战略、政策和举措的根基。根据联合国预计，全球城市人口的占比会很快从2012年的52%上升到全球总人口的三分之二（United Nations 2012: 120），城市的发展对世界未来的发展有决定性影响，城市的可持续发展有助于世界的可持续发展，因此需要一种举措来“让城市和人类居住区更具有包容性、安全性、弹性及可持续性”（United Nations 2015）。

创意城市在联合国教科文的语境中是将文化纳入城市发展规划中的举措，指的是将创意视为经济、社会、文化和环境层面可持续发展战略因素的城市。为了促进文化和创意产业的合作伙伴关系，加强对文化生活的参与，分享最佳实践，联合国教科文组织于2004年成立了创意城市网络（UCCN），来与这些城市合作，并且加强这些城市之间的合作。创意城市网络涉及七个创意领域：手工艺与民间艺术、媒体艺术、电影、设计、美食、文学和音乐，截至2017年已经吸纳了72个国家的180个城市加入，中国的杭州、苏州和景德镇（手工艺与民间艺术）；长沙（媒体艺术）；青岛（电影）；上海、北京、深圳和武汉（设计）；顺德、澳门和成都（美食）等12个城市已经加入了这一网络，每年还有多个城市等待申请加入。网络目标被设定为六项，并据此采取相应的行动：

- 加强将创意视为可持续发展战略因素的城市间的国际合作；
- 着重通过公私部门和民间团体的合作伙伴关系，激发并强化成员城市引导的视创意为城市发展重要组成部分的各类举措；
- 加强文化活动、产品和服务的创建、制作、传播和宣传；
- 建立创意和创新枢纽，拓宽文化领域创意者和专业人士的机遇；
- 改善人们对文化生活的获取和参与，促进人们尤其是边缘化和弱势群体与个人对文化产品和服务的享有；
- 将文化与创意充分纳入地方发展战略和规划中。

不难看出，创意城市网络的建立是以一种突出重点的碎片化方式将诸多节点链接在一起，提供了一个品牌化的宣传和交流平台。加入网络的城市以单个的特征成为一个具有高辨识度的整体平台的一部分，享有品牌和共享的收益。而品牌和共享在创意产业发展中是重要的因素。

总的来说，城市与创意经济之间呈现出紧密互助的开放关系，而不是单向的依赖。城市具有的物理上人财物集聚能力为创意生产保障了最基本的要素；具有文化遗产基础的城市通过发展文化旅游增加收入、提升城市硬件环境；在各个城市和地区积极吸引外来投资的背景下，文化创意产业带来的城市品牌和推广效果，以及能够吸引人才留居的生活方式都有助于这一城市在竞争中获胜。此外，创意城市通常更能包容各种文化表现形式，营造更为和谐多彩的生活环境。而作为一种新兴的产业门类，创意经济更可以直接贡献于城市的经济增长，从文化部门在伦敦经济中排名第三，到洛杉矶、纽约、多伦多、墨尔本等城市创意经济占据城市经济构成的优势地位等众多的例证中都可以得到鲜活地证明。

在文化底蕴深厚的亚洲城市中，不管在北京、东京，还是首尔，都可以观察到，当我们谈及文化创意，已经不再是传统艺术、传统文学、传统音乐舞蹈的讨论，而是熟悉的当代文

化产业和创造性活动，比如北京是以设计之都进入教科文创意城市网络，而首尔和东京也更容易让人联想到影视、游戏和互联网等产业形态。在发展中国家，由于工业基础的薄弱，创意经济可能无法像发达国家主要城市那样占据如此大的份额，但随着资本转移和产业结构调整，新文化经济占领发展中国家主要城市和区域经济更大份额的未来前景是可以预见的。

不过，随着数字经济的兴起，纽约、伦敦和旧金山等过去以技术密集型网站和多媒体闻名的“新”发展方式已经被更新的新媒体、设计和新数字经济所取代（Foord, & Evans 2010）。尽管近年来经历了金融危机和广泛的经济衰退，创意经济的持续发展证明了它不光是经济繁荣时期的产物（“好时光的糖果”，Pratt, & Hutton 2013）也需要未来持续展开创意经济与城市关系研究。遗憾的是，在这一领域，没有一种既成的研究结论能够成为“标准答案”，也没有政策“模板”可以参考，其他城市和地区的经验和案例永远不可能直接照搬而获得再次成功。推动创意经济和创意城市的政策理念，需要从“快政策”（fast policy）思维转变为“耐心政策”（patient policy）思维。正如我们期望创意经济促进城市和地区可持续发展，创意城市和创意经济本身，也需要我们长期持续进行观察和研究。

## 论生态文明创新



夏光  
生态环境部国家生态环境保护  
督察专员

中国已确立经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设“五位一体”的治国理政总体布局，其中生态文明建设不仅被摆到重要的战略位置，而且要深刻地融入其他各项建设的全过程之中，这就使生态文明建设成为一项综合系统的伟大工程。生态文明建设不仅强调改善生态环境，而且包含了树立先进的生态理念、建立完善的生态制度、建设发达的生态经济、创造适宜的人居条件等丰富的内容，这是人类未曾经历过的新使命，没有完整的经验可循，需要进行全面而持久的创新，我们把全社会为了提高生态文明水平所进行的一切创新活动称为“生态文明创新”。

### 生态文明创新：创造生态文明社会的基本动力

创新是国家和民族发展进步的不竭动力，必然也是生态文明建设的基本动力。

生态文明创新的重要性可以从创新对于中国过去三四十年经济快速发展所做的贡献来认识。我们都知道，中国经济快速发展的根本原因是通过改革释放了全社会创造财富的巨大潜力，即社会上的每一个人，包括各级领导者、企业家、公民个人等，都具有极大的热情和机会去追求经济增长和财富积累。他们进行这种追求的方式就是“创新”——去寻求和创造一切可能的市场机会以增加新的价值。可以说，激发十多亿人口的创新热情是我们能够实现经

济崛起战略目标的不二法门。

今天，中国提出了“建设生态文明和美丽中国”的新的国家战略目标，那么根本途径还是“创新”——让千百万人的创新精神和创造潜力朝着建设生态文明的方向迸发出来，去创造一个人类有史以来最大的生态文明群体：中华民族。这种生态文明创新过程，一方面减弱和纠正上述经济发展创新带来的对生态环境的负面压力，另一方面将创造出符合生态文明要求的大量新产品、新技术、新知识、新制度。

生态文明创新同样包含技术创新和制度创新两个大的方面，前者主要是在微观层面发生，后者主要在宏观方面进行，二者都具有不可替代的重要性，而且都取得了现实的、积极的进展。

生态文明技术创新是生态文明建设的现实基础，主要是通过改善人与自然的技术关系来形成新型的人与自然和谐关系。现实中我们已经看到，为了应对国家提出的绿色、低碳、环保的要求，很多企业已经研发和生产了诸如电动汽车、太阳能发电、无公害食品、节能降耗机械设备、高效污水处理技术等成千上万的新技术和新产品，显示了新型绿色产业的强大前景。

生态文明制度创新是生态文明建设的主要动力，主要是通过改善人与人的关系来促进减轻人类活动对自然的压力。目前这方面也在快速推进：新的环保法规标准、生态保护红线、生态文明示范创建活动、绿色金融激励措施等都在源源不断出台，十八届三中全会全面深化改革的决定更是对生态文明制度建设进行了系统的部署，反映了我们建设一个生态文明新时代的坚定态度。

### 文化艺术创新：创艺经济推动绿色发展

绿色发展是生态文明建设的主要途径，被确定为“十三五”五大发展理念之一。顾名思义，绿色发展就是不破坏环境，能够同时获得经济效益和环境效益的发展，这是绿色发展的内涵。由此出发，绿色发展有两项外延：发展绿色经济和加强环境治理。总之，当我们强调绿色发展的时候，不能只理解为保护和改善生态环境，而是要十分注重增加经济财富。

如何发展绿色经济？也有两项外延：一是对原有经济体系进行生态化改造，提高其环境友好的程度；二是加快发展那些对生态环境影响比较小的产业，形成绿色化的新产业体系。

无论是对原有经济体系进行生态化改造，还是发展新型绿色产业，都必须依靠创新：一是科学技术创新，二是文化艺术创新。主要依靠科技创新的经济活动称为“创意经济”，主要依靠文艺创新的经济活动称为“创艺经济”。二者各有所指，也会有一些交叉。

这里着重讨论一下“创艺经济”问题。创艺经济是指那些对正常的生活产品进行艺术美化，给消费者带来艺术享受和愉悦体验，从而能够产生新增的消费效益和经济价值的经营活动。因此，如果说创意经济意味着给消费者提供了新的产品功能的话，那么创艺经济活动不一定带来新的产品功能，即在科技意义上不一定有创新，但它创造了新的艺术感受，可以给消费者带来新的体验，这可以产生新的经济价值。

例如，我们看到一把椅子，它的功能是满足“坐”的需要。如果我们把它附加上一定的艺术造型，同样还是用于坐，但同时也增加了艺术欣赏的内涵，即新增了“美”的价值，这时消费者买它，也许是为了坐的需要，也许是为了看到它的艺术造型。

总之，艺术化后，原来的产品增值了，但并不一定增加了多少资源消耗。就是说，在不增加资源消耗的情况下，由于艺术创新的原因，增加了产品的销售，提高了经济效益，这是符合绿色产品、绿色经济性质的。如果在创造艺术的过程中注重利用可再生资源，那么这对于持续地开发利用资源的经济价值，更有意义，因为绿色经济是非常注重经济的连续产出的。

我参观过一个中国民营企业，其产品就是用边角木材、竹子、藤条等普通材料制成的筐、盒、箱、灯、椅、桌等生活用品和家具用品，但造型别致新颖、颜色五彩缤纷、格调脱俗高雅，让人产生很强的购买欲望。该企业产品目前全部外销国际市场，经济效益很好，生产中没有污染。

为什么当前要倡导发展创艺经济？三个原因：一是它具有大众经济的特点，可以大量使用劳动力，符合中国大量劳动力需要就业的特殊国情。二是中国具有民间艺术创造的传统，

高人牛人卧虎藏龙，发展创艺经济有社会基础。三是中国大众消费已越过温饱阶段，开始追求精神生活和艺术消费，对创艺经济产品具有很强的市场需求。

创艺经济具有个体劳动的特点，因此，要将创艺活动形成一定的产业规模，需要政府进行必要的引导和推动，例如对劳动者进行必要的素质培训，从产业政策上进行指导和扶持，把创艺经济纳入绿色经济试验示范内容等。总之，创艺经济符合绿色经济特征，具有广阔市场空间，是值得大力推动的产业形态。

创新，使生态文明建设和绿色发展成为可能，使社会充满活力。不管是制度创新、科技创新，还是文化艺术创新，都将成为推动可持续发展的基本动力。高质量的生态文明建设及绿色发展过程，也必将是创新成为强大动力的发展过程，是创造活力竞相迸发的发展过程。

# 加快创意产业和绿色产业融合发展， 助推乡村振兴



臧红印

中国自然资源学会政策研究  
专业委员会委员、办公室主任

乡村是具有自然、社会、经济和环境属性的地域综合体，兼具生产、生活、生态、文化等多重功能，与城镇互促互进、共生共存，构成人类活动的主要空间。城镇化是城乡社会经济协调发展的过程，没有农村发展，城镇化将缺乏根基。推进乡村振兴，离不开以城带乡、以工促农。从这个意义上讲，乡村振兴也是城市发展的机遇，乡村兴则国家兴，乡村衰将影响国家发展。党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，为未来乡村描绘了一幅“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的美丽蓝图，将农业、农村和农民发展提上了前所未有的高度。

实施乡村振兴战略，是党的十九大做出的重大战略决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代“三农”工作的总抓手。为实施乡村振兴战略，国家先后出台《关于实施乡村振兴战略的意见》《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》《关于促进乡村产业振兴的指导意见》等政策。乡村产业是姓“农”、兴农、立农产业，产业兴旺是乡村振兴的基础，是解决农村问题的前提。其中，创意产业和绿色产业，是乡村振兴产业的重要组成部分。因此，加快创意产业和绿色产业融合发展，将有助于

乡村振兴快速并可持续发展。

## 一、创意产业和绿色产业基本特征

### （一）创意产业

创意产业是指那些通过科技、人文和艺术的手段，从个人的知识、智慧、感知力、创造力、技能和天赋中获取高附加值型、高整合型和知识密集型发展动力的企业，和那些通过对知识产权的开发可创造产品和服务以及创造潜在财富和就业机会，从而能满足人类理性需要和感性需要的产业。

创意产业门类多，它通常包括广告、建筑艺术、古董市场和艺术、手工艺品、时尚设计、电影与录像、交互式互动软件、音乐、表演艺术、出版业、软件及计算机服务、电视和广播等等。此外，还包括旅游、博物馆和美术馆、遗产和体育等。

创意产业主要特征表现为：

1. 创造性。创意产业是一种在全球化的消费社会的背景中发展起来的，推崇创新、个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的新兴的理念、思潮和产业发展实践。创意产品和服务基于创造性，要经常满足消费者个性化、差异化需求，满足消费者精神性、文化性、娱乐性需求。

2. 智力人文性。创意是人本价值导向的创新，是创新内涵的人文化。创意决定的产品差异性，对创造高附加值的贡献，远远超过产品质量的贡献。智力人文性的利益最大化，从效率优先到价值优先。创意的智力人文性在于，由于价值的非异化特性，引起生产及组织的有机的、复归的特性，创意越来越成为创新的内在活力源泉所在。

3. 集成性。创意产业是知识、文化、艺术和科技相互交融和发展的产物。创意产品和服务也是新思想、新技术和新内容的物化形式，是知识、文化、艺术和技术相互交融和集成创新的产物。

4. 强渗透性。创意产业是可以渗透到农业、工业和服务业的全产业链的产业，具有非常强的渗透性。

5. 高附加值性。创意产业依托文化、艺术和科技的创新环节，处于价值链高端，在产品的原有价值的基础上，以创新为核心，推崇个人创造力，把个人的知识、思想转化成产品，将具体的，原创的，丰富多彩的文化转化成附加在产品原有价值上新的经济价值。

6. 美的感知性。创意产业就是依托科技、文化和艺术等融合发展的创意，对市场千篇一律的外观和差强人意消费感受的产品和服务进行创意的转型升级，从而不仅让消费者实现产品和服务基本功能，同时还为消费者带来舒适自在和美的感知体验。感知文明，基于美的感知性，创意产业是实现人类感知文明的基础。

7. 绿色环保性。创意产业是相对消耗资源比较少，对环境污染破坏也比较小的产业，所以创意产业具有绿色环保性。

## （二）绿色产业

绿色产业是在满足经济、政治、社会和文化发展有效需求的前提下，按照生态文明建设和绿色发展理论政策要求，符合国家和区域产业发展基本阶段规律和特征，以较少的资源消耗、合理的资金投入、明显的科技含量、较高的经济产出和社会贡献，能够与生态环境形成良好互动并可持续发展的所有产业。

绿色产业主要包括：节能环保、清洁生产、清洁能源、生态环境产业、基础设施绿色升级和绿色服务等六大类。

绿色产业主要特征体现在：

1. 绿色产业具有基础性。绿色产业涉及的领域十分广泛，包括绿色产品生产、经营及提供绿色服务活动的所有综合性产业集群，涉及国民经济和社会发展的各个领域，属于基础产业。

2. 绿色产业具有较强渗透性和产业跨度性。绿色产业不是独立于传统产业系统之外的，而是与传统产业密切联系，并且有时相互渗透，需要各地区、各部门全力配合才能实现绿色产业的发展。

3. 绿色产业具有综合交叉性。绿色产业不仅具有生态系统的特征与功能，而且还具有政治、经济、社会和文化系统的特征与功能，属于典型的综合交叉创新型产业。

4. 绿色产业具有低碳循环性。绿色产业发展采取低污染、低排放、低能耗、高效率、高质量、高收益的技术和商业模式，从而在产品研发、生产、使用和回收等全生命周期，实现低碳节能，资源循环利用，生态环境保护。

5. 绿色产业具有高科技性。绿色产业发展需要投入高科技，并且高科技和高效益贯穿于产业发展的全部过程中，以科技创新实现产业的发展。

6. 绿色产业具有强竞争性。与其他产业相比，绿色产业具有明显的竞争优势。一方面走绿色产品路线吸引消费者进行绿色消费，另一方面绿色产业符合国家政策和社会发展趋势等综合实力是其他普通产业所无法比拟的。

7. 绿色产业具有正外部性。绿色产业的发展改善了社会公共环境，所有社会主体和公众均可以无偿的享受到这种福利。因此绿色产业的发展不仅使自身受益，还使社会其他主体受益，具有明显的正外部性。

8. 绿色产业具有可持续发展性。绿色产业能够使经济、政治、社会、文化、资源和环境等协调发展，既满足当代人的需求，又能使后代可持续发展。

## 二、创意产业和绿色产业融合发展

创意产业和绿色产业有很多共同的特征，还有乡村创意产业自然、协调、简约、美感等

内核特征和绿色产业低污染、低排放、低耗能、高效率、高效益、高质量等内核特征，以及创意产品设计和绿色产品设计有很强的关联性和互补性，建设生态宜居的美丽乡村，离不开产业振兴乡村，需要创意产业和绿色产业的融合发展。

结合乡村产业实际发展情况，创意产业和绿色产业可以从主体、产品和服务、经营管理、市场、消费等角度融合发展。

### 三、加快创意产业和绿色产业融合发展，助推乡村振兴

#### （一）加大乡村产业发展规划研究

因地制宜、突出特色，梳理乡村的产业结构，遵循乡村产业是姓“农”、兴农、立农产业，在乡村农业等产业发展的基础上，加大对乡村创意产业和绿色产业的规划研究和导入，延伸产业链或增补产业链，从而促进乡村一二三产业融合的发展。如，在传统农特产品种植集中地区，可以打造创意产业和绿色产业融合发展的农特产品庄园，进而发展乡村庄园经济，庄园经济振兴乡村。

#### （二）加大市场导向和政府支持作用

加强乡村产业市场调研，让市场起决定作用，更好的发挥政府作用，加强研究乡村创意产业和绿色产业融合发展市场的基础和 market 发展前景，从而确定乡村创意产业和绿色产业市场是否融合发展？如何融合发展？如基于市场需求，在政府的指导下，结合本土文化，提高乡村手工业创意，同时加强乡村手工业绿色化发展，从而促进乡村经济、社会和环境的协调发展。

#### （三）加大人才培养

人才是企业生存和发展的硬实力，也是创意产业和绿色产业融合发展的硬实力。在现有

专家人才基础上，加大和科研院所的合作力度，统筹协调相关政府、科研机构、企业等单位发起创建产学研结合的平台，创建乡村振兴创意产业和绿色产业融合发展课题组、智库或书院等政学研产商平台，通过吸引大学生返乡创业、外出务工农民返乡创业、退役士兵返乡创业、外来创客乡村创业等人才策略，推动乡村人才集聚，促进乡村创意产业和绿色产业融合发展振兴乡村。如基于乡村深厚的传统文化和相关专家人才，以打造创意、绿色的传统文化书院为契机，举办一系列的沙龙、培训和论坛，加大人才培养力度，并带动乡村文化旅游发展。

#### （四）加大技术成果转化

在乡村实际产业发展的基础上，优化延伸产业链，创建乡村创意产业和绿色产业融合发展孵化器，提高对相关技术的创新研发能力，在自主研发技术的基础上，通过多个渠道对接引进国内外相关先进技术，并促进相关技术成果转化，促进乡村创意产业和绿色产业融合发展，助推乡村振兴。

#### （五）加大市场销售能力

提高乡村生产高质量创意产品和绿色产品能力，利用一切渠道扩大相关产品和服务市场，打造相关产品和服务的电子商务平台，结合“一带一路”，在满足国内市场同时，走向国际市场，促进乡村创意产业和绿色产业融合发展，助推乡村振兴。如创建乡村创意产业和绿色产业融合发展的企业、智库（研究院）和园区等平台，开拓多种渠道，举办各类产品展销会，举办各类招商、引资和引智活动等。

#### （六）加大市场融资能力

创建政府相关金融平台、金融机构和相关企业等单位创建乡村创意产业和绿色产业发展基金，从而为相关产业融合发展提供金融资金支持，促进乡村创意产业和绿色产业融合发展，助推乡村振兴。

#### （七）组织和制度保障

在党和政府的指导和支持下，在领导专家、企业家和公众的参与下，可以成立乡村创意产业和绿色产业融合发展小组，小组采用民主集中制，可以设组长一名，副组长和组员若干名，分工合作，定期或非定期召开乡村相关会议，同时在现有法律制度和乡俗民约的基础上逐步形成相对完善的法律制度，为助力乡村振兴，乡村创意产业和绿色产业融合发展提供组织保障和制度保障。

#### （八）大力宣传，公众参与

利用各种宣传渠道，通过软文和硬性推广模式宣传乡村创意产业和绿色产业发展的故事和成功案例，塑造乡村创意产业和绿色产业发展的品牌，提高社会影响力，增强公众参与，促进乡村创意产业和绿色产业融合发展，助推振兴乡村。

#### （九）加大和乡村康养产业、战略新兴产业和高精尖产业等融合发展

基于乡村实际发展情况，乡村创意产业和绿色产业融合发展，同时也加大和乡村康养产业、战略新兴产业和高精尖产业融合发展，优势互补，互相促进，助推振兴乡村。

## 理解创意： 认知边界、发生机制与经济超越



肖怀德

中国艺术研究院文化发展战略  
研究中心副研究员

物质需求的日益满足，精神文化需求的提升，以及信息社会的来临，这些人类文明的阶段性发展和进步，正在重塑我们的劳作方式、生产方式和生产关系。如果说农业社会的生产资料是土地和农具，工业社会的生产资料是机器和厂房，那么信息社会的生产资料则是信息与创意。创意劳动正在成为一种全新的劳作方式，它摆脱了土地、工厂的限制，不再需要借助过多的生产工具，也不再受时间、空间、场所的限制，正在全面改变我们的当代生产方式、生活方式。

创意在今天为什么越来越重要？创意与想象、创新的概念内涵的差异和边界是什么？创意是如何发生的？创意只是一个经济领域的话题吗？下文将结合阶段性的理解来进行阐释和讨论。

## 一、创意为什么越来越重要？

创意是人类依托创造力禀赋，提出创造性解决社会问题的见解和过程。自从人类诞生以来，创造力就是人类的天性和禀赋，而创意是对人类创造力在当代社会价值的一次新的体认，创意具有很强的当代属性和社会属性。为什么创意在今天越来越重要呢？

第一，随着生产效率的不断提升，人类逐渐摆脱土地、生产工具和体力劳动对时间的占有、心力的占有，人的休闲时间大大增加，从而带来人类从事创造性活动的时间越来越多，创造力得到前所未有的爆发。

第二，随着产业升级和现代服务业的崛起，人的创造力在生产要素的地位和比重越来越高，创造力与产品生产、财富转化之间的中间环节越来越少，通路距离越来越短。

第三，科技的进步、信息社会的来临，正在重塑人与人之间、人与世界的时空关系。信息社会大大加速了不同文化背景、不同区域的知识、创意的交换和流动速度，在这种知识流动、信息交换和创意激发过程中，新创意产生的效率和速度大大提升；

第四，随着人类文明的进步，在基物质功能性需求得到有效满足后，对于精神、文化、娱乐、休闲和自我实现等更高层次的需求不断提升，对于创意型产品的需求不断上升。

因此，创意不仅是当代社会精神性文化产品的标配，也是物质性、功能性产品升级的核心动力。英国是最早提出创意产业的国家，在近些年英国又提出了创意强度的理念，“意指高科技企业中创意设计部门人员占企业总员工的比重，”可见创意已经不仅仅指创意文化产业，而是渗透到诸多物质性生产行业 and 部门。

## 二、创意·边界

经济学家熊彼特是创新理论的主要提出者，他认为：“所谓创新，就是建立一种新的生

产函数，就是把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的新组合引入生产体系。生产技术的革新和生产方法的变革在经济发展过程中有着至高无上的作用；创新的核心是生产要素的重新组合；创新的主体是企业家。”<sup>36</sup> 经济学家厉以宁指出了熊彼特创新理论在现代信息社会中的局限性：“熊彼特的创新理论认为创新是生产要素的重新组合，主体是企业家，但那是工业社会的逻辑。在现代信息社会，经济能够创新的话必须先有创意，先有创意才有创新，主体不再是企业家，而是创意者。”<sup>37</sup> 创意是后工业社会（信息社会）的产物。创意更强化科技与艺术人文的融合，创新更强化技术革新和生产要素重组。创意的产生有非常重要的维度来自于观念革新，而创新更强调技术突破。创意更注重人的价值的发现，人的创造力的响应，将创新动力注入了更多的人文、情感因素，增加了感知力、审美力、价值力的维度，所以，某种意义上创意是创新的发端，创意是创新的概念升级。

## 三、群体性创意的发生依赖于创意生态的建构。

个体创意的发生离不开与外部环境和人群的认知互动的过程。而我们很多情况下，创意并不是个体创意的结果，而是群体创意的结果，无论是个体创意还是群体创意，创意的产生都离不开群体性的特征。

霍金斯提出了创意生态的理论，他指出营造创意生态主要基于多样、变化、学习、适应，“多样化的个体通过一种系统的、适应性的方式表达自己；利用一些想法产生新的想法。同时，其他人支持这一努力，即使他们对此不甚理解；这种能量—表现关系在物质场所和非实体社群中都可以发现；重要的是关系和行动，而不是基础设施。这种创意生态的强度可以通过能量的流动以及对于‘意义’的持续学习和创造来衡量”<sup>38</sup>。可见，网络性是群体性创意发生的小环境，群体性创意的诞生有赖于构建一个流动的创意网络和能量交换的创意生态。

36 (美)熊彼特著,何畏、易家详译,《经济发展理论》,商务印书馆,1990(1)。

37 厉以宁,《创新驱动与观念转变》,在第3届大梅沙中国创新论坛开幕式主旨发言,2016年11月4日。

38 (英)约翰·霍金斯著,林海译,《创意生态—思考在这里是真正的职业》,北京联合出版公司,2011年9月第1版。

构建创意网络，营造创意生态，让创意不断发生，最核心的需要把握几个关键要素：一是自由。不做特别的限定和约束，让每个个体都有表达思想和价值的自由和权利。二是开放。在开放性的思考中提出问题，保持网络对外界的开放，不让网络成为一个封闭和固化的圈层。三是流动。让不同的创意在交互、共享中流动起来。四是多样。营造跨领域、跨学科、跨背景的知识融通生态，让网络中的个体所覆盖的领域和知识结构保持多样性的特征。

在创意网络建构上，需要有意识的建构三种对话的机制：

一是建构文化传统与当代人之间的对话机制。当代人处在一种快速流动的生活状态中，处在一种脱嵌的生命状态中，但是让文化传统与当代人连接的价值在于，让他们在走进历史、走进经典，走进传统中了解我们从哪里来？只有了解了我们从哪里来，才能让当代人真正探寻生命价值深处，人之为人的根本，才能真正实现生命的安顿和文明的延续。

二是构建不同文化传统、不同国家之间的创意交流与共享机制。创意的最大价值在于交流、共享与流动，搭建国际创意机构、创意个体之间的交流平台和网络，让不同国家的创意者了解其他文化背景的创意个体，如何基于自己的传统进行创造性的思考，不同国家在创意领域的技术应用方面如何进行选择，这是创意共享和新创意诞生的重要前提。

三是构建科学技术界与人文艺术界的交流对话机制。科学技术界与人文艺术界之间的交流互动，一方面让每个个体更开放的思考，理解不同学科的立场以及对方思考问题的方式，从而互相激发、启发和反省。另一方面，人类社会因科技变革所带来的巨大影响正在发生，人文艺术思维不直接产生生产力，但是关乎人类在可持续发展上的价值维度、伦理维度和反思维度，是人类可持续发展不可或缺的调试、纠正力量，如何让科学技术与人文艺术界相互沟通、交流与互动，关乎人类是否能真正意义上创造可持续的美好未来。

#### 四、创意与可持续发展：超越经济看创意

2015年9月，联合国通过《2030年可持续发展议程》，公布了17项人类可持续发展的目标。联合国教科文组织在中国北京设立了国际创意与可持续发展中心，意在将创意作为人类特殊的可再生资源和天赋，在推动可持续性与包容性增长、社会和谐与福祉、性别平等、环境可持续性，以及以人为本的城市化进程中发挥实现者和推动者作用。这是一次非常有前瞻性的战略规划和设计举措。

如果说创意经济是一种更关注人的创造力的价值实现的一种经济，更关注人文追求和包容性增长的新经济，是一种更加弹性专业化生产的经济形态，创意与可持续发展理念的提出，某种意义上需要我们超越经济思维，在更广博和宏大的视野中，理解创意在人类文明进步和人类社会可持续发展中发挥更大作用。笔者在这里初步提出创意与可持续发展需要深入思考、研究和实践的问题和领域，

一是遗产创意领域。不仅需要关注文化遗产所在地的城市、居民与遗产之间的共生关系的建构，思考文化遗产所承载的文明记忆、丰富的文化信息如何能进入到我们当代的生活中，也需要思考我们如何发挥我们的创造力，让文化遗产得以更好的保护及延续。

二是城市创意领域。我们在进行城市规划和设计中，需要更加注重城市文化软环境的营造，为城市创意阶层提供更多学习、成长和创意流动的场所和空间；我们需要思考如何整体性对城市进行系统性思考，把城市等同于一个生命体，让城市自身形成良好的新陈代谢功能，充满着创造力。

三是创意与贫困。如果说农业社会、工业社会遗留下来的贫困问题，很大程度上来自于自然条件、交通设施、劳动力等因素的制约，在信息社会和创意社会，我们需要思考如何通过创意设计力量的介入，激活贫困地区文化传统的当代价值，如何激发贫困地区人群的创造力，让他们摆脱自然条件和劳动力的局限，实现创意脱贫。

四是创意与女性。创意经济摆脱了力量、体格等因素的局限，反而更加强调了情感、审

美、包容等内涵，女性在创意型的工作岗位有着得天独厚的优势。女性在创意领域的独特禀赋优势有利于重新思考女性的地位和权利，也有利于更好的发挥女性在家族文化传承的重要作用，让我们的社会朝着一个更加追求性别平等的社会努力。

五是创意与身体。越来越多的教育学家指出，人类智能是多样性的，除了大脑的认知智能和学术智能外，身体也是智能的发生器，身体也是创意的源泉，我们需要思考如何更好的拓展我们的身体智能，实现脑心身的合一和协同发展，我们需要思考如何进行身体的训练和实修，在增强我们的创意能力。

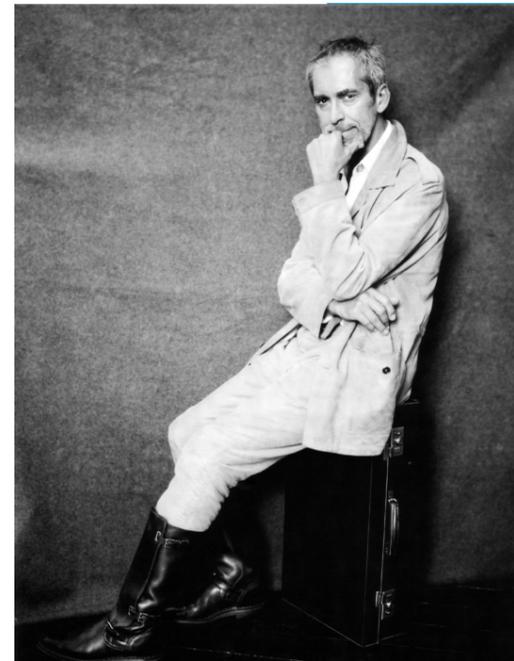
六是创意与教育。创意教育的过程不再是一种知识的传授过程，它更注重在社会创新问题的解决过程中，不同学科知识的调配和重组过程，更注重在跨学科、跨领域协作解决问题过程中，不同学科和思维对自我认知的开拓、启发和相互学习的过程。正如哈特利指出的，“教育方式正在发生改变，从教授已生产的知识的教学，走向教授知识生产能力的学习”<sup>39</sup>。

七是青年与创意。青年时期是人生创造力最活跃的时期，也是欲望最旺盛的时期，这种鲜活的创造力正在孕育改变世界的想法。我们要思考如何构建跨年龄、跨代际的创意对话，把青年人活跃的创意能力纳入我们决策的议事日程中来，使得我们的公共决策更符合当代社会的进步和兼顾到青年人的诉求。

八是儿童与创意。今天的儿童是未来的成人，如果说今天的儿童在不远的将来将面对一个更加智能化的社会，我们是否应该仔细审视和反思我们目前在他们身上施加的教育过程的合理性？在智能化社会，他们最重要的生存本领是什么？我们如何站在未来反思当前的教育方式？这件事情变得刻不容缓。

39 [澳] 约翰·哈特利 著，李士林、黄晓波译，数字时代的文化 [M]. 杭州：浙江大学出版社，2014（6）.

## 重塑时尚产业： 时尚的可持续发展之路



雅恩·蒙特比

联合国教科文组织国际创意与  
可持续发展中心 咨询委员

灵雅企业形象咨询有限公司 CEO

前国际奢侈品牌登喜路  
形象媒体总监

采访翻译整理：刘燕婷 联合国教科文组织国际创意与可持续发展中心 研究主管

### 起源：时尚与联合国可持续发展目标

在谈及“可持续时尚”之前，首先要明确“可持续”这一概念的含义。

对“可持续发展”这一概念的系统讨论最早可以追溯到 20 世纪 80 年代。1987 年，联合国世界环境与发展委员会发表了《我们共同的未来》，提出了“可持续发展”的定义：“既满足当代人的需求，又不对后代人满足其自身需求的能力构成危害的发展。”可持续发展将经济、社会和环境视角结合起来，在全球产生了广泛的影响。为了向人类的“共同未来”迈进，

联合国于2000年通过了由189个国家签署的《联合国千年宣言》，旨在到2015年实现8个千年发展目标（MDGs）；并于2015年千年发展目标到期后，进一步提出了延续并发展千年发展目标的新全球倡议——《2030年可持续发展议程》，旨在到2030年实现17项可持续发展目标（SDGs）。

随着“可持续发展”概念的不断普及，其在与产业结合的领域延伸出了更加丰富的内涵。作为创意经济的重要部门，时尚产业在发展和升级过程中，也结合可持续发展问题对产业进行了内在反思和战略重塑。

在第二次世界大战后，消费主义在全球盛行，奢侈品时尚（Luxury）和快时尚（Fast Fashion）迅速崛起，时尚产业在发展的同时，也逐渐带来了过度消费和环境污染等问题。为了解决这些问题，时尚领域衍生出了与“可持续时尚”相近的两个概念——20世纪60年代兴起的“环保时尚”（Eco-fashion）和于90年代开始发展，并由联合国国际贸易中心（ITC）于2009年作为倡议提出的“道德时尚”（Ethical Fashion）。“环保时尚”主要关注时尚产品生产和消费过程中的环保问题，包括污染问题和资源浪费等问题。“道德时尚”除了讨论时尚产业对环境的影响，还关注公平贸易（Fair Trade）、平等就业和理性消费等社会问题。在可持续发展目标提出后，这两个概念逐渐被纳入到“可持续发展”的范畴中，其中时尚生产与消费中的环境问题基本可对应可持续发展目标6清洁饮水和卫生设施、目标12负责任消费和生产和目标13气候行动；公平贸易和平等就业则对应可持续发展目标5性别平等和目标8体面工作和经济增长。

时尚产业与可持续发展进行了全方面融合，“可持续时尚”概念应运而生，近年来已成为研究机构、国际组织、国际产业界、时尚界和消费者等利益相关者的共同话题。“可持续时尚”是“环保时尚”和“道德时尚”在可持续性方面的延伸——从仅关注生产和消费环节，到将“可持续发展”理念作为核心战略，纳入时尚产业的全供应链。

2017年11月，联合国新闻部非政府组织处在纽约举办了以“时尚与可持续发展”为题的会议，首次让“可持续时尚”走上联合国的T台。2018年联合国气候大会发布《时尚业

气候行动宪章》（Fashion Industry Charter for Climate Action），43家全球知名时尚品牌和行业组织签署该文件，承诺到2030年将时尚行业的温室气体排放总量减少30%，到2050年实现净零排放。

2019年3月14日，肯尼亚内罗毕举行的第四届联合国环境大会上宣布成立联合国可持续时尚联盟（UN Alliance for Sustainable Fashion），联盟由世界银行集团全球气候合作项目（Connect4Climate）和联合国国际劳工组织（ILO）、联合国开发计划署（UNDP）、联合国欧洲经济委员会（UNECE）、联合国环境署（UNEP）等5个联合国机构联合发起，致力于促进“包括纺织品及相关商品制成的服装、皮革和鞋履”这些时尚产品在“从原材料生产及服装、配饰及鞋履制作，到分配、生产与废物处理”的时尚价值链中对可持续发展目标作出贡献。至此，“可持续时尚”被联合国纳为一项全新的可持续发展倡议。

## 趋势：可持续时尚在行动

根据时装商业评论（The Business of Fashion）时尚媒体公司与麦肯锡（McKinsey & Company）公司连续三年发布的《全球时尚业态报告》（The State of Fashion）对2016年到2018年时尚业态的回顾，全球时尚产业经历了2016年销售额增长放缓至2%到3%的“艰难一年”，标志着时尚产业前一个十年年度增长5.5%，超出全球GDP增长率的福利期已结束，面对不确定的商业局面和“精明消费者”复杂的消费需求，时尚产业在2017年到2018年开始思考新的时尚解决方案，其中最受关注的课题就是“可持续性”，下一阶段行业将通过“整合整个价值链的可持续性来推动创新和价值”。

快时尚品牌由“快”转“慢”，利用科技化按需设计和创新生产流程管理，打造可持续品牌吸引消费者。过去20年来，快时尚品牌凭借低廉的产品售价和高效的生产消费模式，在全球年轻人群体中掀起了“买买买”的消费风潮。但快时尚的风靡也引发了大量社会问题：模仿高定设计引发的版权纠纷、不环保生产带来的污染问题、发展中国家产业工业的工筹争

议和产能过剩带来的废物回收问题等。随着消费者可持续发展意识的觉醒，这种以“快”和“量”取胜，鼓动消费者猎奇心理和消费主义心理，对社会责任承担不足的硬体运营模式宣告失败。面对这一现状，近3年间，各大快时尚品牌开始放慢脚步，重新规划全产业链。

## 案例分析

### H&M集团的可持续转型 以透明的可持续运营洗牌市场



瑞典服饰零售巨头 H&M 集团旗下拥有 H&M、Cos、Monki、& Other Stories 等 8 个全球畅销快时尚品牌。2016 年全球时尚产业增长放缓后，品牌以快为王的经营模式逐渐暴露出问题，2018 年 H&M 集团价值超过 43 亿美元的库存商品陷入滞销，引起了业界的广泛讨论。

2019 年，H&M 集团发布了全价值链的可持续时尚方案，旨在通过将可持续发展目标与 8 个供应链环节结合，塑造透明的、可持续的运营方式，并以此提升消费者美誉度，在行业内倡导可持续时尚的经营风气。H&M 集团

在 8 个供应链环节中设定的可持续时尚目标具体为：

**设计** 设计师引领带有可持续意识的材料、款式、风格和质量设计；

**原材料** 广泛使用环境友好型棉料和资源可持续型材料，如聚酯纤维和莱赛尔纤



图 30 H&M 集团的可持续时尚方案示意图<sup>40</sup>

<sup>40</sup> 图片来源：H&M 集团官网，<https://hmgroup.com/sustainability/vision-and-strategy/value-chain.html>，访问时间：2019 年 8 月。

维等。到 2030 年实现原材料 100% 回收利用或可持续选料；

**布料和纱线生产** 执行行业内最严格的《化学标准表》要求，促进减少布料和纱线生产环节中的水和化学污染、温室气体排放，协助矿井改善工人的作业环境；

**服装生产** 投资贫困国家和地区的独立供应工厂，在与联合国国际劳工组织、公平工资网络（Fair Wage Network）等国际组织的合作中保障公平薪资，减少过劳，保障工作环境安全；

**运输** 采用水运、铁路运输，降低温室气体排放；

**销售** 在全球 71 个市场的 4968 个零售店中采用可再生能源，保障消费者和员工隐私，做负责任的广告营销；

**消费者** 提醒消费者正确保养服装，以 30° C 低温清洁，降低 26% 的温室气体排放；

**回收** 2013 年建立旧衣回收计划，以回收纺织品替代 20% 新棉料。

奢侈品牌由“美”致“善”，将可持续理念纳入品牌核心战略，重塑时尚美学和消费心理。沃尔冈·拉茨勒在其 2001 年出版的畅销书《奢侈带来富足》中如此定义“奢侈品”：“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品。”其传统定位与“可持续发展”所崇尚的价值观几乎是背道而驰的，美则美矣，却缺乏“可持续”的设计灵魂。因此，在 2013 年左右，相对于较早推出环保政策的快时尚品牌，奢侈品牌因可持续时尚市场认可度不足、品牌高端消费定位等原因，在可持续时尚行动方面尚且较为矜持。奢侈品牌所面临的可持续发展问题主要体现在材料和生产工艺方面。传统奢侈品牌曾以使用鳄鱼皮、蛇皮、貂皮等稀有材料，依靠传统精湛的手工艺来树立产品独一性，用“物以稀为贵”的品牌宣传策略，吸引消费者购买。要实现从材料先行的拜物时尚美学，到设计和创意先行的可持续时尚美学的转变，实非易事。奢侈品牌要思考的，更多的是在产品设计上进行创新，适应可持续发展的社会潮流。

## 开云集团的可持续美学

可持续性让奢侈品更奢侈



法国开云集团 (Kering) 是世界三大奢侈品集团之一，旗下拥有古驰 (Gucci)、圣罗兰 (Saint Laurent)、宝诗龙 (Boucheron) 等多家奢侈品牌。

随着可持续时尚的潮流不断发展，开云集团逐渐开始将设计与“可持续性”结合。2016年，开云集团率先推出了“我的环境损益表” (My EP&L) 移动端创新工具，以产品生态影响可视化的思路，将从原材料到门店运营的全供应链过程中的碳足迹量化，让消费者了解“一件衣服要付出的代价”，包括经济、环境和社会代价，并适应不再为名贵材料买单，而为负责的生产和消费买单的“新奢侈品”观念。2017年，开云集团推出“2025 可持续性战略”，旨在到 2025 年用科学的方式实现减少生态足迹、促进平等就业、通过材料创新、生物技术创新和循环经济实现可持续时尚。

曾与开云集团合作 17 年之久的 McCartney 品牌就因以拒绝使用动物皮草，以人造皮草、有机棉、再生羊绒、环保人造丝等可持续材料打造高级感而在产业里享有可持续时尚代表的盛名。

2017 年古驰也宣布加入国际零皮草联盟 (Fur Free Alliance)，用实际行动践行开云集团“奢侈与可持续性两位一体”的主张，并宣布当今可持续已成为一种时尚必行潮流，动物皮草由于不再适应可持续发展，而“不再时尚”，标志着奢侈美学的内在转向。

## Environmental Profit & Loss Account

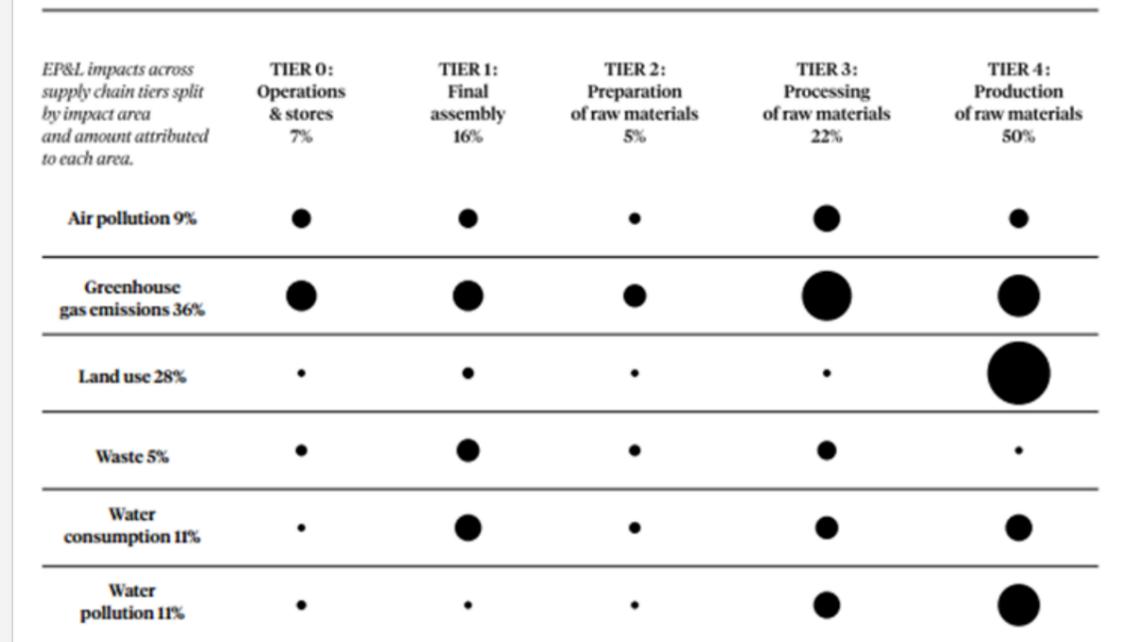


图 30 开云集团<sup>41</sup>于 2018 年公开的奢侈品公司环境损益表，其中原材料生产占用土地资源最多，原材料加工造成的温室气体排放量最大。

40 开云集团，《打造明日奢侈品 2018》报告 (Crafting tomorrow's luxury 2018)，第 14 页。

值得关注的是，2019 年，世界奢侈品三巨头中的另一家公司法国酩悦·轩尼诗—路易·威登集团 (LVMH) 与联合国教科文组织签订了五年协议，以支持人与生物圈生物多样性项目 (Man and Biosphere)，承诺从产品、供应链、气候变化和办公场所等层面，践行可持续发展目标。奢侈品集团纷纷投入到可持续时尚行动当中，将进一步推动时尚产业的可持续转型。

## 未来：青年、教育与可持续时尚

目前，可持续时尚已成为全球时尚产业发展的重要趋势之一。展望未来，时尚业与可持续发展的结合，仍需要更多时尚从业者和消费者去参与实践。青年人作为未来时尚设计师的后备军和未来时尚市场的消费主力，应当树立可持续的时尚观，更积极地做出行动。

现今，随着中国的经济进步和物质生活发展，青年人在消费方面还处于追求消费主义的待转型阶段，部分青年在时尚消费方面有过度消费，甚至“超现实”（surreal）的倾向。青年人对可持续发展的意识和责任感仍有待提升，亟待通过教育和知识普及来引导其对消费主义和可持续发展问题进行反思。

不过令人欣慰的是，为数众多的时尚设计、时尚管理院校已将“可持续时尚”列入教学计划，从专业的产业和市场分析入手，向青年人传递更多的可持续时尚思路。在欧洲，大多数设计学院都将设计与可持续发展的关系作为重要课程，向学生普及材料的研发和回收、时尚设计的可持续性知识，并与时尚集团合作，让学生从实践的角度，亲身参与全供应链的可持续时尚设计。而在中国，设计的可持续性、可持续时尚在设计教育中的构建问题也成为了高校讨论的重点课题。随着可持续时尚教育的推广，未来时尚业有望吸纳一批具有可持续思维的新鲜设计血液，进一步塑造时尚产业的新业态和新型消费观念。

## 用保护与传承民间手工艺带动 贫困地区的经济增长

### —以贵州国际民间艺术博览会与山里女红大学为例



陈平

国际民间艺术组织全球副主席  
暨南大学文化遗产创意产业研究院  
院长

明代政治家刘伯温曾经对贵州预言到：“江南千重水、云贵万重山。五百年后看，云贵赛江南。”今天看来这话不假。四十年改革开放的步伐非常快，大部分走在前面的城市几乎都患上了城市病：空气污染严重、土壤与水资源安全、城市交通拥挤不堪、人口纷纷涌向发达的大城市，城市人生存的费用成本越来越高，人们患重大疾病的风险也越来越大。尽管贵州的发展力度也很大，但是庆幸的是，地处西南边陲的贵州大部分还保留着青山绿水与古老淳朴的民风，早在2006年我们国家有两个被联合国教科文组织的专家誉为“人类疲惫心灵的最后家园，一个是在藏地，一个就在我们贵州的——黔东南。”

从2013年起，我开始与贵州建立合作关系，一直到2015年被贵州省政府聘请为旅游文化大使。六年来，我亲眼看到、亲身体会到贵州这个一直被人们誉为“天无三日晴、地无三

分平、人无三分银”的贫穷地区经历了怎样巨大的变化，同时在这块土地上所蕴含着的无穷力量和可以挖掘厚重的多样性的文化潜力。

首次介入与民间手工艺相关的项目，是从贵州省旅游局开始的。那时候应贵州省旅游局的邀请，我组织了一个由六个国家的艺术家和学者组成的工作团队，成立了“跨国艺术家工作室”，他们分别来自贝宁、美国、德国、突尼斯、巴林，加上艺术家崔自默先生。我们从贵阳出发一路来到黔东南，从丹寨石桥的古法造纸开始，一直延续到石桥小学校，侗寨，山村居民家中，进行了大量的田野调查、采风，对贵州的少数民族文化有了初步的了解，而且直接接触到了各种手艺人。几乎所有的人都被这些精湛的手工艺而打动，从蜡染、马尾绣、苗绣、锡绣到银饰等等，但是我们也惊讶地了解到很多手工艺即将失传。很多手艺人缺少传承人，更没有经济意识和销售平台，他们的手工艺产品或者说是作品大多是供自己和家人使用，偶尔也会遇到生意，但是机会并不多，而且价格非常低。很多妇女努力辛苦织绣的作品难以走出大山，养在深闺无人识，生活条件也得不到改善。这些手艺人的作品和工艺都非常精美，图案出自他们的心灵深处，内容铭记在他们脑海中，无需设计，无需谁来指导。除了在千户苗寨这样成熟的旅游景点外，大多数的艺人还生活在相对落后与封闭的山寨里。

贵州省政府、省政协的领导非常重视这些民间艺术，近年来不断举行技能大赛、大展，组织和发动这些手工艺人们前来参赛，慢慢地养成了竞争意识，提高技术，设计能力，以及销售意识。政府也不断改善他们的生活环境，提高他们的社会地位，给与经济补贴，社会名誉，帮助他们打开销售渠道。贵州将旅游与手工艺结合起来，打造了非常著名的品牌活动“多彩贵州”。一年一年地坚持举办“贵州旅游商品设计大赛总决赛”、“旅游商品能工巧匠选拔大赛总决赛”、“旅游商品展销大会暨 2011 中国(贵州)民族服装服饰能工巧匠大赛”、“少数民族服装服饰大展”等活动，参加人数之多，活动之丰富，政府的力度之大，令人难忘。这些活动已成为贵州省创业带动就业、带动广大农民增收致富，推进小微企业发展的重要平台，是不断丰富贵州经济发展内涵的重要载体。

## 案例分析

### 贵州省：用保护与传承民间手工艺带动贫困地区的经济增长

在 2013 年的时候，我开始进入民间艺术博览会这个平台，参与策划了“首届（贵州）国际民间艺术博览会”，直到 2018 年。我们利用国际民间艺术组织（IOV）的国际资源，把五十多个国家的手艺人，学者，政府官员等一百多人邀请到了贵阳市，这些手工艺人们语言不通，但是相互之间尝试各种交流，不同的手工艺交织在一起，产生了非常强烈的对比。来自世界各地的手艺人惊讶地看到了贵州民间艺术的精美与纯粹，而贵州的手工艺人们也眼界大开，更多的设计、制作方式、色彩、用料以及文化背景构成的表达形式，使得这个博览会变成了民间艺术的交流与展示平台。

由于政府、媒体的大力配合，博览会期间，游客量最高时突破了二十万。很多手工艺人们销售兴旺，有的在三天之内获利几十万。这样的结果成功地调动了很多艺人的积极性，到 2018 年为止，博览会累计邀请了一百多个国家的五百多艺人参加。贵州当地的艺人也通过学习和交流有了比较和认知。他们逐渐理解到，尽管他们的手工艺创作具有原生态和纯粹性，但缺乏当代气息和时尚感，虽然地方文化特色鲜明，但无法满足消费者更多的审美需求和现代生活的美学需求，特别是缺乏实用性，停留在观赏性和局限性较强的局部实用层面。如何让手工艺人的产品走出大山去，为他们带来经济利益，改善他们的生活水平，提高他们的生活质量，这是一个需要解决的问题。

2015 年，我们与贵州省经济信息委员会共同举办了“手工艺创意培训”计划，组织了来自高校和不同领域的设计师、专家为近百位贵州的民间艺人进行培训，从市场、设计、创意创新到当代生活的美学和实用性，艺人们收获很大。我们又带领部分手工艺大师前往捷克布拉格等地进行展演展示活动。通过这些活动，一些艺人，比如韦桃花等成为企业的老板，拥有了自己的企业、工厂，带领其他绣娘们一起走上了独立、致富的路途。

除了政府的努力以外，贵州也活跃着很多关注传统文化的个人，他们身体力行的努力，

为保护和传承传统技艺发挥了很大作用，比如“守望家园”计划就是一个好例子。贵州大学环境艺术设计专业的八零后学生高璇。着迷苗绣、草木染等女红技艺十余年。2007-2013年间，她受中国宋庆龄基金会·嘉人杂志的委托组织妇女十余人复制苗族百年老衣五套件。开启了“守望家园”计划。十几年来，高璇在贵州黔东南的季刀和猫猫河村，通过刺绣比赛增加参与者的收入，还让即将失传的双针绕线绣继续传承下去；在展留村，让更多锡绣绣娘将上锡丝技艺从的1-2mm回到祖辈的0.5mm；也曾将施秉的织锦围巾、黄平的刺绣领带、织金蜡染等作品重新设计，申请到联合国教科文组织颁发的四枚杰出手工艺徽章。

在“守望家园”计划中，苗族百鸟衣支系李小醉、苗族织金歪梳苗支系杨晓珍、苗族雷公山支系李敏、苗族剑河锡绣支系王秀芬，还有多位大山里的妇女会一起参与了该项目。她们的出色手艺为自己带来了荣誉和机会：2012年受中国美术馆邀请出访中日建交40周年的文化交流活动、2014年在巴黎举办的中法建交50周年的中国苗绣公益展、2015深圳文博会、香河国际手工艺展。她们中有的人除了自己的名字以外，连字都不会写，但是却有机会进入了上海大学、暨南大学、清华美院等，为大学生们授课，与学者们一起探讨传承与民族文化。

尽管从贵州省政府到高璇这样的民间人士，一直非常努力地助推着民间手工艺的发展与前进，但是仍然没法改变年轻人外出务工，女红逐渐断层的现象。所以，我们想要让更多人的接触和了解大山里的女红，吸引越来越多的人关注民间文化，吸引爱好者进村寨去学习女红、学习手工艺，进而助力更多手艺人返乡，搭建一个可以长期开展的行走在校和在大山之间的女红大学课程，发掘更多手艺人，一起守护传承好这些珍贵技艺，同时将他们的文化、数千年的生活智慧，对天地万物有灵的敬畏之心传递出来。

民间艺术作为人类智慧的结晶与体现，千百年来，生生不息，代代相传，世界上现存民间艺术特别是手工艺、技艺的发展与演变历程正是人类发展历程的见证，是人类在与大自然的相处过程中，不断成长，不断完善自我，创造出来的灿烂而丰富的艺术。

但是，随着二十一世纪和大数据时代的到来，随着各国经济的迅猛发展，人们的生活方式、思维方式、审美观念、消费习惯都发生了巨大的变化。可以说是电子时代彻底打乱了传

统的生活方式与传统秩序，新的生活模式在给人们带来便捷与舒适的同时，也进一步解构了以往的时代。

全球越来越多的民间手工艺和传统手工艺技艺都面临着新的挑战，有的已经以不可逆转的态势慢慢消逝，现代文明对于传统手工艺的破坏日益严重，尤其是在当今的后工业时代，手工艺被工业化低成本大批量生产取代，大量传统手工艺因为产业的衰退而消亡，人类历史上曾经蕴含高度智慧的高超手工技艺，因为生存环境的恶化而失传，这是全人类共有的文化财富无法挽回的巨大损失。社会的重视并不能从根本上激活民间艺术，特别是不能解决手工艺、技艺的当代化、时尚化和大众化的问题。民间艺术的复活，需要的是生活形态和生活空间的再现，或者将其融入到当代生活中，进行改良、提升，更加符合当代消费者的审美标准、实用需求，更加富有时代的特色和需求。

就本人参与的贵州民间艺术的保护案例进行深入思考，我想提出以下思考：一、以民间艺术为代表的各国各民族文化遗产共同存在着濒危性和脆弱性，决定了我们必须把抢救、保护、整理、传承放在第一位；第二，文化遗产尤其是非物质文化遗产特别是本文所强调的民间艺术的活态流变性，决定了我们要尽可能避免以静止、凝固的方式去保护，在不改变其内在规律自然演变的前提下，尽可能寻找生产性保护的方式及与旅游开发等的良性互动结合；第三，坚持“创意产业化”和产业结构升级。自主创新不仅体现在对历史文化的选择上，更体现在文化素材的整合运用上，并使之转化为有形的、具体的消费体验方式，与市场 and 受众接轨，最终实现产业链的完善和规模经济。再精美的艺术形式，假如失去了它原有的价值，失去了作用，无论怎样抢救与保护，总有一天，还是要退出历史舞台的，但如果这种形式，在当代仍然有着其不可替代的作用，当今共同认同的价值，就一定会有积极而良好的发展前景。

历史的发展总是新生事物兴旺与旧事物消亡的循环反复、交错替代的过程，但我们的使命和责任就是要留住那些辉煌而灿烂的内容，把它们保存好，完整地交给后人，让它们继续散发原有的光芒。

# 参考文献

Florida, R. L. (2004). *Cities and the creative class*. London: Routledge.

Florida, R. L. (2008). *Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York: Basic Books.

Foord, J., & Evans, G. (2010). *The new boomtown? From creative city to tech city*. Cities.

Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London, Comedia: Earthscan.

Peck, J. (2002). Political economies of scale: Fast policy, interscalar relations, and neoliberal workfare. *Economic Geography*, 78, 331—360.

Pratt, & Hutton. (2013). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, 33(C), 86—95.

Pratt, A. C. (2009b). Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: learning from Europe? In L. Kong & J. O' Connor (Eds.), *Creative economies, creative cities: Asian—European perspectives* (pp. 9—23). Heidelberg,

Germany: Springer.

Rantisi, N., Leslie, D., & Christopherson, S. (2006). Placing the creative economy: Scale, politics, and the material. *Environment and Planning A*, 38(10), 1789—1798.

Rosi, M. (2014). Branding or sharing?: The dialectics of labeling and cooperation in the UNESCO Creative Cities Network: The dialectics of labeling and cooperation in the UNESCO Creative Cities Network. *City, Culture and Society*, 5(2), 107—110.

UNCTAD, (2018). *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries 2002—2015*.

United Nations, (2012). *World Urbanization Prospects: The 2011 revision*.

United Nations, (2015). 17个可持续发展目标.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/zh/sustainable-development-goals/>

艾夕：《库里蒂巴：用设计升级城市生活幸福感》，《全球商业经典》，2017年第9期。

（澳）约翰·哈特利 著，李士林、黄晓波译，《数字时代的文化》，浙江大学出版社，2014。

杨涛、过秀成、张鉴、朱富坤、邱颖：《库里蒂巴——一体化公共交通系统》，《城市交通》，2009年第3期。

冯翔、高俊：《欧洲政府都市旅游系统组织模式研究：以意大利都灵为例》，《江淮论坛》，2008年第4期。

侯汉坡、袁慎勋、陈洁：《开普敦CBD：小商贩对现代都市的欢畅逆袭》，《环球市场信息导报》2013年第30期。

贾佳，基于创意强度的新型文化业态研究，科技促进发展，2016年第1期。

联合国贸发会议编，张晓明等译，《创意经济报告（2008）》，三辰影库音像出版社，2008。

联合国贸发会议编，张晓明等译，《创意经济报告（2010）》，三辰影库音像出版社，2010。

联合国教科文组织编，意娜译，《重塑文化政策：为发展而保护文化多样性的十年（2016）》，社会科学文献出版社，2016。

联合国教科文组织编，意娜等译，《创意经济报告2013专刊》，社会科学文献出版社，2014。

联合国教科文组织统计所，《2009年联合国教科文组织文化统计框架》，社会科学文献出版社，2009。

（美）熊彼特著，何畏、易家详译，《经济发展理论》，商务印书馆，1990。

（英）约翰·霍金斯著，林海译，《创意生态—思考在这里是真正的职业》，北京联合出版公司，2011。

中国城市规划学会编，《共享与品质—2018中国城市规划年会论文集》，中国建筑工业出版社，2018。

朱海霞：《都灵之旅之一 向世界出口 Know-How》，《汽车与配件》2018年第10期。