

# 2022年 创意 经济 展望

概述

国际创意经济促进可持续发展年：  
通往具有韧性的创意产业之路



# 2022年 创意 经济 展望

概 述

国际创意经济促进可持续发展年：  
通往具有韧性的创意产业之路



联合国

2022年，日内瓦

## 版权

© 2022 年，联合国

本出版物供开放获取,但须遵守为政府间组织订立的知识共享许可协议,可查阅  
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

本出版物所采用的名称及其图表内的材料的编写方式,并不意味着联合国对于任何国家、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。

文中资料可影印和转载,但须注明出处。

本出版物未经正式编辑。

联合国贸易和发展会议印发的联合国出版物

UNCTAD/DITC/TSCE/2022/1 (Overview)

## 概述

### 何为创意经济——定义尚在演变之中

创意和创意经济的概念处于演变之中。创意的定义是基于人类创造力、想法、知识产权、知识和技术之间的相互作用，而创意经济则涵盖了所有依赖创意活动的产业。创意经济的概念与“知识经济”密切相关，后者是通过人力资本投资实现内生增长的关键驱动力。

不同国家和国际组织对创意经济的定义差别很大。例如，美洲开发银行将创意经济(又称橙色经济)定义为“将想法转化为文化和创意产品和服务的一组活动，其价值受到或可能受到知识产权的保护。”<sup>1</sup> 联合国教育、科学及文化组织(教科文组织)侧重于文化的社会和经济维度，依据文化及相关领域和文化周期的概念进行界定。<sup>2</sup> 世界知识产权组织(知识产权组织)专注于版权的重要性，并根据产业活动对版权的依赖程度对产业进行分类。<sup>3</sup>

贸发会议将创意产业定义为以创意和智力资本为主要投入的产品和服务的创造、生产和分销周期，由一系列以知识为基础的活动组成，生产具有创意内容、经济价值和市场目标的有形的产品和无形的智力或艺术服务。创意经济为所有国家，特别是发展中经济体提供了一种可行的发展选择。为增强创意部门对发展的影响力，需要有更多的数据，也需要更多地作出多学科的创新政策应对。

### 创意经济对可持续发展至关重要

2021年国际创意经济年将创意经济放在了首要中心位置，而如今正需要创意解决方案来应对全球性的挑战。正如联合国大会第74/198号决议<sup>4</sup>所强调的那样，创意经济正以多种方式为实现可持续发展目标做出贡献，特别是目标1(无贫穷)、目标5(性别平等)、目标8(体面工作和经济增长)、目标9(产业、创新和基础设施)、目标10(减少不平等)、目标11(可持续城市)、目标12(可持续的消费和生产模式)、目标16(和平、包容的社会)和目标17(执行手段和全球伙伴关系)。

<sup>1</sup> 美洲开发银行(2017年)，《促进创意和创新的公共政策：促进拉丁美洲和加勒比地区的橙色经济》，美洲开发银行，2017年8月。可查阅 <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Public-Policies-for-Creativity-and-Innovation-Promoting-the-Orange-Economy-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf>。

<sup>2</sup> 教科文组织(2009年)，《教科文组织文化统计框架》，蒙特利尔。可查阅 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>。

<sup>3</sup> 知识产权组织(2015年)，《版权产业经济贡献调查指南》。可查阅 <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=259>。

<sup>4</sup> 可查阅 <https://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?OpenAgent&DS=A/RES/74/198&Lang=E>。

事实上，文化和创意产业为世界经济做出了巨大贡献。文化部门占全球国内生产总值的3.1%，<sup>5</sup> 据联合国贸发会议估计，2020年，创意产品和服务出口分别占出口产品和服务总额的3%和21%。此外，文化和创意产业在全球创造了近5,000万个工作岗位，占岗位总数的6.2%，<sup>6</sup> 并且比其他行业雇用了更多15-29岁的年轻人。创意经济促进了社会包容、文化多样性和人类发展。这些因素使创意产业成为实现《2030年可持续发展议程》的关键产业。

然而，冠状病毒病大流行(新冠疫情)对某些创意产业产生了毁灭性影响，加深了它们原有的脆弱性。有报告显示，在疫情期间，多达1,000万个工作岗位从文化和创意产业中消失，2020年全球文化和创意产业萎缩了7,500亿美元。<sup>7</sup> 一项关于疫情对非洲创意产业影响的比较研究表明，最脆弱的部门是表演艺术、视觉艺术和文化遗产部门。这些部门的非正规化程度较高，雇用了较多自由职业者，并且越来越普遍地使用短期合同。<sup>8</sup> 此外，相关公司规模较小，面对面的互动必不可少。

## 各国认识到创意经济的社会、政治和经济意义日增，采用不同的方法支持发展创意经济

2021年，为执行大会关于国际创意经济年的第74/198号决议，贸发会议开展了一项关于创意经济和创意产业的在线调查。33个国家<sup>9</sup> 的答复阐述了创意经济如何在国家层面已成为一个社会、政治和经济意义日增的经济部门。

几乎所有对调查作出答复的国家都至少有一个负责创意经济和创意产业的实体。然而，没有任何两个国家的体制安排是相同的。在大多数国家，由几个机构共同负责该部门的工作。加拿大、中非共和国、哥伦比亚、格鲁吉亚、德国、洪都拉斯、尼加拉瓜、巴拿马、秘鲁、斯洛文尼亚、土耳其和阿拉伯联合酋长国等国设有单一的国家部委、副部级单位或机构，全面负责创意经济。大多数国家将创意产业的职责划分到多个部委和机构，如文化部、体育部、遗产部、旅游部、青年部、贸易部、外交部、知识产权部、电信部、创新部、教育部等。

自2015年以来，发展中国家陆续出台了关于该部门的国家战略、政策和法规。提供答复的大多数国家制定了在国家层面支持和发展创意产业的具体战略或国家计划。然而，各国的

<sup>5</sup> 教科文组织(2022年)，《重塑创意政策：将文化视为一种全球公共品》。可查阅 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>。

<sup>6</sup> 同上。

<sup>7</sup> 同上。

<sup>8</sup> 邦克提·布塞(2020年)，《新冠与非洲文化：经济影响研究的比较分析》，艺术管理，2020年8月27日。可查阅 <https://www.artsmangement.net/Articles/COVID-19-and-culture-in-Africa-A-comparative-analysis-of-economic-impact-studies,4184>。

<sup>9</sup> 对调查作出答复的国家名单：安道尔、阿塞拜疆、巴林、比利时、贝宁、柬埔寨、加拿大、中非共和国、智利、哥伦比亚、厄瓜多尔、格鲁吉亚、德国、危地马拉、洪都拉斯、拉脱维亚、毛里求斯、墨西哥、蒙古、摩洛哥、缅甸、尼加拉瓜、阿曼、巴拿马、巴拉圭、秘鲁、波兰、葡萄牙、俄罗斯联邦、斯洛文尼亚、特立尼达和多巴哥、土耳其、阿拉伯联合酋长国。

国家战略和计划往往对何为创意经济采用了不同的定义。提供答复的国家中，柬埔寨、中非共和国、洪都拉斯、拉脱维亚、特立尼达和多巴哥最先认识到创意经济的社会、经济和政治意义，它们在2000年代中期至2010年代中期制定了发展创意产业的国家战略和计划。其他国家在2010年代后半期制定了国家战略和计划。此外，多个国家在2020年和2021年起草了本国的创意产业国家计划，作为疫后复苏计划的一部分。

各国越来越多地将注意力转向衡量创意产业的经济贡献，编制了关于创意经济的各类统计数据，如对国内生产总值的贡献、创意产品和服务在进出口总额中所占的比重、创意部门的就业人数和企业数量以及文化生活的参与度。虽然一些国家采用了类似的统计方法，但由于缺乏年度报告，并且各国采用了不同的定义和方法，因此很难进行国际比较。此外，各国发布文化和创意产业报告的周期也不尽相同，一些国家偶尔发布，另一些则定期发布(如加拿大)。提供答复的某些国(如阿塞拜疆和格鲁吉亚)与教科文组织合作，估算创意经济的经济贡献。另一些国家(如特立尼达和多巴哥、土耳其)则与知识产权组织合作开展了关于版权产业的经济贡献的研究。

提供答复的一些国家已将特定行业定为国际贸易优先领域。被提及最多的行业有音乐(提供答复的33个国家中有15个提到)、视听艺术和产业、时装、视频游戏、设计、表演艺术、动漫和电影业。

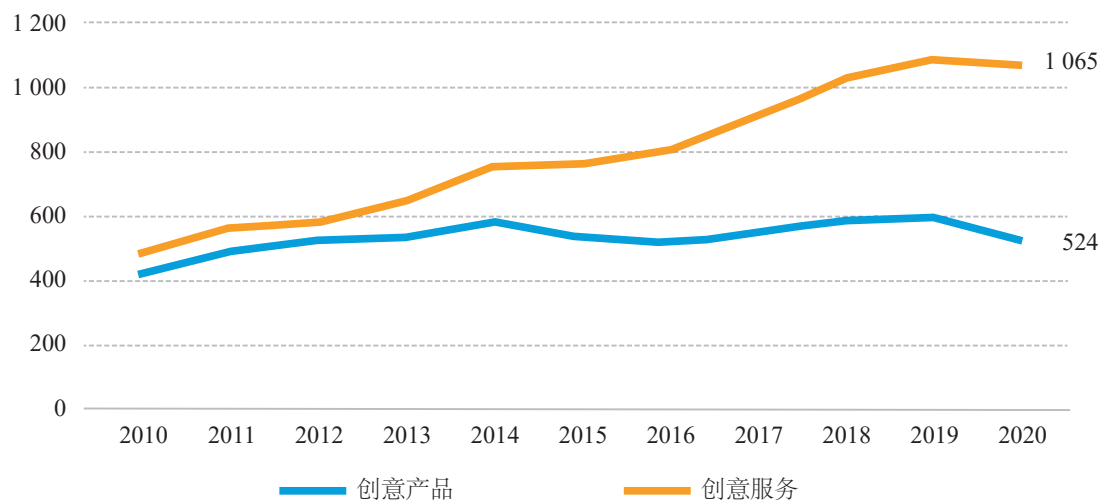
## 创意产品和服务贸易为各国创造的收入日增，其中创意服务发挥了主导作用

创意产品贸易<sup>10</sup> 和服务贸易<sup>11</sup> 为各国创造的收入日增，但创意服务的出口远超创意产品的出口(图a)。全球创意产品出口从2010年的4.19亿美元增至2020年的5.24亿美元，同期全球创意服务出口从4,870亿美元增至近1.1万亿美元。在过去几年中，由于软件和研发服务出口强劲增长，并且某些创意产品实现了所谓的“去物质化”(一些创意产品因数字化而逐渐变成创意服务)，创意产品出口与创意服务出口出现脱钩。另一个影响因素是，近年来对服务细分类别的统计数据采集有了显著改善。

<sup>10</sup> 贸发会议基于6位数协调制度编码编制了一份创意产品清单，共有197种产品，可分为以下几个小类：工艺品(地毯、喜庆产品、其他工艺品、纸制品、柳条制品和纱线)；视听产品(电影、CD、DVD和磁带)；设计(建筑、时装、玻璃制品、室内设计、珠宝和玩具)；新媒体(录制媒体和视频游戏)；表演艺术(乐器和乐谱)；出版(书籍、报纸和其他印刷品)；视觉艺术(古董、绘画、摄影和雕塑)。创意经济产品类别和层次结构列表见 [https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2012Products\\_Creatives\\_Hierarchy.pdf](https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2012Products_Creatives_Hierarchy.pdf)。根据贸发会议目前的定义，创意产品以设计产品为主，如室内设计、时装、珠宝产品和玩具。2020年，上述产品在总出口中的比重接近三分之二。当前的产品结构可能会导致高估具有实质性创意内容的产品贸易，因为这些类别下的产品并不同质，可能包括不“以设计为主”的产品。

<sup>11</sup> 创意服务贸易采用《扩展的国际收支服务分类》进行衡量。贸发会议将《扩展的国际收支服务分类》中的十个类别视为创意服务或具有重要创意成份的服务。为使各国之间更具可比性，将这十个类别重新分类如下：研发；软件；视听；信息；广告、市场研究和建筑；文化、娱乐和遗产服务。

图 a  
2010-2020 年全球创意产品和服务出口总额  
(10 亿美元)

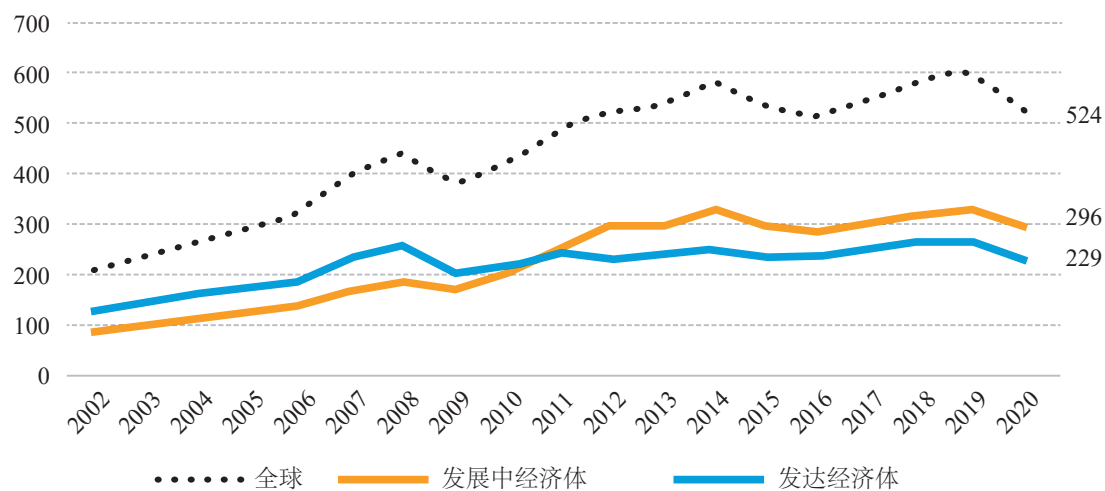


资料来源：贸发会议。

## 创意产品贸易

自2011年以来，发展中经济体出口的创意产品超过了发达经济体(见图b)。此外，一小部分经济体的创意产品出口占到全球创意产品出口总额的三分之二以上。2020年，中国是最大的创意产品出口国(1,690亿美元)，其次是美利坚合众国(320亿美元)、意大利(270亿美元)、德国(260亿美元)和中国香港(240亿美元)。

图 b  
2002-2020 年发展中经济体和发达经济体创意产品出口总额  
(10 亿美元)



资料来源：贸发会议根据联合国商品贸易统计数据库计算。



过去20年中，南南创意产品贸易几乎翻了一番。另一方面，发达经济体往往在相互之间交流文化产品。2020年，南南创意产品贸易占发展中经济体创意出口的40.5%，<sup>12</sup> 主要涉及珠宝、室内设计产品、录制媒体、时装和玩具的出口。南南贸易对于发展中经济体创造新的贸易机会、实现出口多样化具有重要意义。

从全球来看，2002年至2020年，所有创意产品占出口总额的比重略有下降，从2002年的3.2%降至2020年的3%。<sup>13</sup> 由于技术发展，创意产品的出口构成在过去20年中发生了重大变化。CD、DVD、磁带、报纸和其他印刷品的出口减少，录制媒体和视频游戏的出口激增。

设计产品在创意产品贸易中占主导地位。2020年，设计产品占创意产品出口总额的62.9%，其次是新媒体产品(13.4%)、工艺品(8%)、视觉艺术(6.2%)、出版(5.4%)、视听(3.1%)和表演艺术(1%)。在设计产品中，主要出口产品有室内设计产品(占创意出口总额的20.1%)、时装(15.9%)、珠宝(15.3%)和玩具(11.4%)。<sup>14</sup>

创意产品出口受到疫情和全球封锁的沉重打击：2020年，创意产品出口下降了12.5%，而所有产品的出口仅下降了7.2%。这可能是由于全球艺术品市场无法开展实物交易，而这是视觉艺术的一个重要分销渠道，另一个原因是视听和出版部门的数字化程度不断提高。<sup>15</sup> 初步数据显示，2021年创意产品出口开始复苏。

## 创意服务贸易

发达国家的创意服务出口一直显著高于发展中经济体(见图c)，2020年占有所有创意服务出口的82.3%。发达国家与发展中国家之间的差距在过去十年中缓慢缩小。2020年，美国和爱尔兰是最大的创意服务出口国，出口额分别达到2060亿美元和1740亿美元。在爱尔兰，跨国公司为创意服务出口做出了巨大贡献，特别是在计算机服务领域。其次是德国(750亿美元)、中国(590亿美元)和英国(570亿美元)。

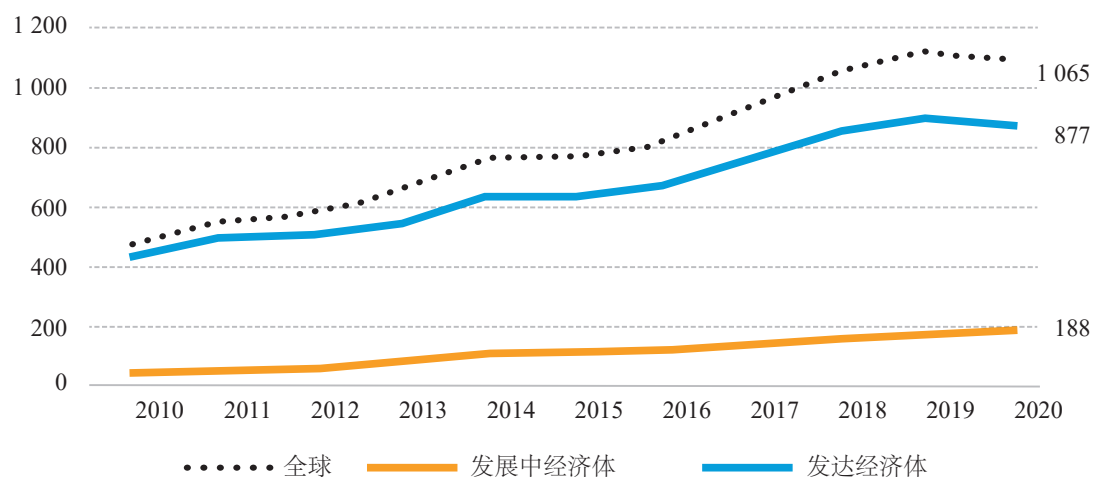
<sup>12</sup> 贸发会议根据联合国商品贸易数据库计算。

<sup>13</sup> 同上。

<sup>14</sup> 同上。

<sup>15</sup> 教科文组织(2022年)，《重塑创意政策：将文化视为一种全球公共品》。可查阅 <https://en.unesco.org/creativity/publications/2022-global-report-reshaping-policies-creativity>。

图 c  
2010-2020 年发展中经济体和发达经济体创意服务出口总额  
(10 亿美元)



资料来源：贸发会议。

创意服务出口的相对重要性正在上升。所有创意服务占服务出口总额的比重从2010年的12.3%增至2019年的17.4%。此外，由于全球旅行服务贸易大幅下滑，2020年创意服务的占比进一步提升至21.4%。<sup>16</sup> 如果由疫情引起的消费者行为和企业运营习惯的改变是永久性的，则这一趋势可能会持续下去。

软件服务(占2020年创意服务出口总额的39.3%)和研发(33.2%)是出口量最大的创意服务。其次是广告、市场研究和建筑(14.8%)，视听(8.6%)，信息(3.5%)，以及文化、娱乐和遗产服务(0.5%)。发达国家在所有类别的服务出口中均占主导地位，出口的服务类别与发展中经济体有所不同。例如，发达国家占全球研发和视听服务出口的90%以上，获得的大量出口收入来自销售和许可。<sup>17</sup>

疫情期间，创意服务比其他服务部门更具韧性。2020年，创意服务出口仅下降1.8%，而所有服务出口下降了20%(主要受旅行和运输服务影响，这两个行业在2020年分别收缩了62.5%和20.3%)。2020年疫情期间，除软件服务(年增长5.6%)外，其他所有类别的创意服务出口均有所下降。<sup>18</sup>

发展中国家在参与包括创意服务在内的服务贸易方面面临若干障碍。首先，发展中经济体缺乏基本技能和基础设施，无法成为创意服务的竞争者。世界上最重要的创意服务出口国，无论是发达经济体还是发展中经济体，在衡量人力资本、有形基础设施和数字基础设施

<sup>16</sup> 贸发会议的计算。

<sup>17</sup> 同上。

<sup>18</sup> 同上。

的指标中得分都很高。其次，发展中国家面临服务贸易限制，进入最重要的创意服务市场仍然受到世界贸易组织(世贸组织)《服务贸易总协定》承诺的制约。然而，迄今为止世贸组织成员运用《服务贸易总协定》来鼓励取消贸易限制或保证现有的市场准入水平的情况仍然有限。多边服务承诺(包括创意服务承诺)寥寥无几。

## 缺乏统一的定义和方法，缺乏数据，衡量创意经济仍面临挑战

有几个可用于衡量创意经济的框架，涵盖了一些常见行业和产品模式(即艺术、视听、出版、音乐、表演艺术、摄影)，但也因以下因素而存在差异：国家或地区分类；活动或产品范围；方法和准则；所涵盖的活动和产品类型(即文化相关、创意、辅助、相互依存)。最常用的准则为2009年《教科文组织文化统计框架》、知识产权组织2015年《版权产业经济贡献调查指南》、安德烈斯·贝略协定的《文化卫星账户编制指南》(在拉丁美洲国家广泛使用)和《欧盟统计局文化统计指南》(在欧盟使用)。考虑到贸发会议是联合国系统综合处理贸易和发展问题的协调中心，贸发会议在衡量方面侧重于国际贸易，并汇编了关于创意产品和服务的国际贸易数据。

发展中国家衡量创意部门经济贡献的方式有各种各样。例如：

- 创意经济对印度尼西亚来说是一个日益重要的部门。根据2009年《印度尼西亚商业分类》和《所有经济活动的国际标准行业分类》，该国确定了以下16个创意产业：建筑；室内设计；视觉通信设计；产品设计；电影、动漫和视频；摄影；工艺；美食；音乐；时装；游戏；出版；广告；电视和广播；表演艺术；美术。此外，基于2012年协调制度编码确定了七个主要产品组用于衡量创意产品的国际贸易，其中包括电影、动漫和视频；工艺；美食；音乐；时装；出版；艺术。<sup>19</sup>
- 墨西哥与其他几个拉丁美洲经济体一样，也构建了文化卫星账户，用于估算其创意部门的经济影响。该方法基于《2008年国民账户体系》、《教科文组织文化统计框架》和安德烈斯·贝略协定的《文化卫星账户编制指南》等国际统计标准。文化卫星账户列有生产、收入、工作岗位和按性别分列的就业人数统计表，以及非货币指标。对文化生产活动的定义采用了墨西哥国民账户体系和北美行业分类制度的定义。十项主要活动为：表演艺术和演出；视觉和造型艺术；工艺；设计和创意服务；书籍、印刷和出版；视听媒体；音乐和音乐会；物质和自然遗产；教育机构内的教育和文化传播；家庭的文化生产。<sup>20</sup>
- 2022年，为掌握创意经济的经济和社会影响，南非开展了第三次摸底调查，使用的方法基于教科文组织用于确定文化产业的概念和方法，以及贸发会议用于衡量国际贸易的产

<sup>19</sup> 中央统计局和创意经济局(2017年)，《2010-2016年创意经济出口》，国际标准书号：978-602-438-195-0。可查阅 <https://www.bps.go.id/publication/2018/04/09/74b5c165025132e98a36c8f0/ekspor-ekonomi-kreatif-2010-2016.html>。

<sup>20</sup> 国家统计和人口普查研究所(2018年)，《文化卫星账户：增值总额、文化对外贸易、收入和私人文化消费的估算方法》，国家统计和人口普查研究所第25号。可查阅 [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia\\_25\\_csc.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia_25_csc.pdf)。

品清单，并根据本国的统计制度和现有数据进行了调整。借助与创意经济相关的新数据，南非可以追踪疫情对创意部门的影响，以及对创意产品和服务的国际贸易的影响。<sup>21</sup>

由于缺乏统一的定义和可比统计数据，因此很难估计创意经济的整体行业权重。大会第74/198号决议强调，统计创意经济对实现可持续发展目标贡献的定期、可靠和可比数据具有重要意义。然而，对于大多数发展中国家来说，要衡量创意产品和服务的国内生产和国际贸易仍然困难重重。

在衡量创意产品贸易时，按传统方式区分产品贸易和服务贸易可能并不恰当。创意是无形的，可以体现在产品中，也可以体现在服务中，产品或服务既可以在当地消费，也可以出口。因此，衡量的难点在于如何估算所有出口的国产产品中含有的国产和进口创意的含量，而不是将整个产品归类为“创意”或“非创意”。贸发会议目前的定义可能无法充分衡量具有实际创意内容的产品贸易，导致了对贸易的高估。根据贸发会议目前的产品分类，室内设计、时装、珠宝和玩具等设计产品在创意产品贸易中占主导地位。

为了更深入地了解服务在经济转型中的作用，以及对发展中经济体实现以服务为主导的多样化的潜在作用，需要有更好更细的分类数据。服务贸易，包括创意服务贸易，正变得越来越重要，必须加以衡量。服务可以成为推动结构转型、获得竞争优势的手段。各国需要对服务进行衡量，以监测和管理经济服务化，即制造业等非服务部门对服务的日益依赖。

缺乏数据是一个关键问题，特别是对发展中经济体而言。发展中国家在对服务进行量化方面面临若干挑战。发展中国家往往缺乏适当的统计基础设施，包括用于汇编数据的商业登记册。发展中国家还缺乏让数据汇编者访问多个潜在数据源的制度安排，并且缺乏财政资源、信息技术基础设施和训练有素的专家。即使能够获得数据，如何对数据进行处理、格式化和发布也可能是一项挑战。需要投入更多资金和能力建设来加强各国的统计能力。<sup>22</sup>

展望未来，贸发会议目前参加了两个小组致力于进一步探讨创意经济的定义和衡量问题。由教科文组织和贸发会议共同牵头的一个分组隶属于国际贸易统计任务小组，在联合国统计司的协助下，负责厘清创意产业产生的文化产品。该小组将编写一份指导说明，并将其纳入最新的《国际商品贸易统计手册》。贸发会议还设立了一个创意经济非正式工作组，汇集发达国家和发展中国家的专家讨论不断演变的创意经济相关问题。工作组旨在为贸发会议审查并在可能时制定关于创意经济和创意产业的新工作定义。为建设服务贸易统计能力，2022年7月召开的贸发会议贸易、服务与发展问题多年期专家会议第九届会议<sup>23</sup> 提议设立一

<sup>21</sup> 南非文化观察站(2022年)，《2022年南非文化和创意产业经济摸底调查》。可查阅 <https://www.gtac.gov.za/wp-content/uploads/2022/03/sacoreportfinal.pdf>。

<sup>22</sup> 佩尔托拉(2022年)，《国际服务贸易统计：挑战、工具和资源》，2022年7月4日至6日在贸发会议贸易、服务与发展问题多年期专家会议上的发言。可查阅 [https://unctad.org/system/files/non-official-document/tsce-myem2022-05-ppt-S1-Peltola\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/non-official-document/tsce-myem2022-05-ppt-S1-Peltola_en.pdf)。

<sup>23</sup> 见 <https://unctad.org/meeting/multi-year-expert-meeting-trade-services-and-development-ninth-session>。

个服务数据专家非正式工作组，讨论数据需求，找出差距和潜在供资机会，向发展中国家提供支持。

## 新兴技术正在从根本上改变一些创意产业。发展中国家必须迎头赶上，提供充足的数字基础设施和监管环境

工业4.0技术的使用为创意经济提供了新的机遇。3D打印、人工智能、增强现实和虚拟现实、区块链、云计算、无人机和物联网正在推动第四次工业革命。这些技术为生产、分销和消费创意产品和服务创造了新的途径(即电子商务和流媒体)，并使消费者能够在全球范围内更广泛地接触到创意产品和服务。<sup>24</sup> 例如，在线平台使用人工智能实现音乐和电影偏好的个性化。增材制造或3D打印可用于生产工艺品。增强现实技术可以让时装秀使用隐形模特。区块链技术(即非同质化代币)可以协助证明独特艺术品的原创性和所有权。无人机技术对包括广告、广播和新闻摄影、电视和电影制作在内的媒体制作产生了显著影响。虚拟现实可以提升计算机游戏和表演艺术的沉浸式体验。

疫情加速了向电子商务和数字平台的转移，扩大了创意经济转型的范围。新的消费行为和商业运营习惯是否会永久化还有待观察。不过，据国际数据公司估计，受疫情影响，到2022年，全球65%的国内生产总值将实现数字化。<sup>25</sup>

然而，全球数字鸿沟依然存在，对创意经济产生了影响。例如，据国际电信联盟估计，截至2021年底，世界上超过三分之一的人口(29亿人)没有使用互联网，<sup>26</sup> 其中大多数是女性，<sup>27</sup> 许多人生活在最不发达国家、内陆发展中国家和小岛屿发展中国家。此外，只有39%的农村家庭可以上网。这一差距使创意经济无法真正具有包容性，特别是对那些仍需从创意经济的数字层面获益的发展中国家、最不发达国家和小岛屿发展中国家而言。

此外，创意产品的生产者，特别是中小企业，在进入全球市场方面面临着不少障碍，包括获得在线支付手段的机会有限，物流成本高，缺乏可靠的能够为中小企业开发网站的信息技术外包公司，进入区域和国际市场的机会有限，农村地区的连通性差，以及缺乏市场研究、数字营销和品牌建设、网站和市场设计、物流、支付和客服方面的技能。

<sup>24</sup> 贸发会议(2022年)，《创意产业4.0: 迈向新的全球化创意经济》。可查阅

<https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy>.

<sup>25</sup> 国际数据公司(2020年)，《国际数据公司未来展望: 2021全球数字化转型预测》，文件编号US46880818。

<sup>26</sup> 见 <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2021/>.

<sup>27</sup> 见 <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/bridging-the-gender-divide.aspx>.

数字环境中的知识产权的范围和应用尚不明确。<sup>28</sup> 知识产权保护原创作品的创意。但知识产权制度是为模拟环境设计的。数字复制、多重共享和流媒体等新商业模式体现了数字领域的价值，但对版权专家和政策制定者来说则是一项挑战。

以下政策领域可以通过新兴技术促进创意经济的发展：

- 人的技能对于追求创意经济的数字化转型至关重要。想要发展人的能力，就需要对教育系统进行投资，包括对中小学、大专院校和培训机构进行投资。数字能力是必不可少的，但在数字化的创意产业中，大多数职业还要求掌握通用技能和补充技能，例如读写能力和计算技能、设计技能、营销技能和创业技能。创意部门的一个具体特征是，一些艺术家和手工艺人可能对商业、营销理念或新技术持负面态度。政策可以为艺术家和设计师建造用于测试和试验新技术的场所，例如数字制造实验室（微观装配实验室）。<sup>29</sup> 随着电子商务的兴起，参与数字贸易的技能对创意行业专业人士和中小微企业都至关重要。教育政策必须对所有人开放并包容所有人，<sup>30</sup> 包括妇女、残疾人和不同年龄段的人。终身学习正在成为一种必不可少的工具。
- 克服数字化的基础设施障碍至关重要。由于数字技术是进入市场的首要条件，这一点尤为重要。第一步需要以低廉的价格普及互联网接入，尽管为农村地区的手工业部门提供互联网接入实属不易。但是，仅能连网是不够的，还需要有其他基础设施，如金融服务、邮政服务和运输网络。<sup>31</sup> 数字化可以改善对数字金融服务等其他服务的获取，从而能产生协同效应。<sup>32</sup>
- 为创意产业创造有利的环境可能涉及若干政策领域，包括激励措施。可能的激励措施包括给予私营部门财政奖励，并制定资助方案，支持创意产业的研发工作。一些高风险的细分内容行业可能需要政府的支持，以便更好地获得资金。一些创意活动可能被视为在商业上行不通的公共品，需要非商业性公共支持才能开展。必须在保护知识产权和防止滥用知识产权之间取得适当平衡。适当的竞争政策和知识产权政策是防止滥用知识产权并在创意经济中保持市场开放和竞争的关键，可以促进而不是阻止新公司的进入。

<sup>28</sup> 斯彭内曼 (2019 年)，《创意经济中的知识产权》，贸发会议为各国常驻日内瓦代表团举办的短期课程 (P166 课程) 中的内容，日内瓦，2019 年 12 月 6 日。

<sup>29</sup> 贸发会议 (2022 年)，《创意产业 4.0: 迈向新的全球化创意经济》。可查阅 <https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy>。

<sup>30</sup> 贸发会议 (2021 年)，《2021 年技术与创新报告》，UNCTAD/TIR/2020, 日内瓦。

<sup>31</sup> 贸发会议 (2022 年)，《创意产业 4.0: 迈向新的全球化创意经济》。可查阅 <https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy>。

<sup>32</sup> 贸发会议 (2021 年)，《金融普惠促进发展：让妇女、穷人和移民工人更好地获得金融服务》，可查阅 [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2020d6\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2020d6_en.pdf)。

## 将创意经济放在首要中心位置：庆祝 2021 国际创意经济年

2019年12月，联合国大会通过了关于2021国际创意经济促进可持续发展年的第74/198号决议。该决议“请联合国贸易和发展会议秘书处与教科文组织和联合国系统有关实体协商，在《创意经济展望》的专门章节中，向大会第七十七届会议说明本决议的执行情况，特别阐述本决议如何与《2030年议程》保持一致并推进《2030年议程》。”

贸发会议与合作伙伴在2021国际创意经济促进可持续发展年期间举办了44场活动。这些活动使贸发会议通过提高对创意经济的认识、促进合作和交流、鼓励分享最佳做法并为创意经济的所有利益攸关方创造有利环境来执行这项决议。

贸发会议的一项重要活动是与巴巴多斯政府联合举办的创意经济和数字化论坛。论坛通过了《布里奇顿协议》<sup>33</sup>，其中强调，“世界文化、创意和技术体系存在根源上的不平等，需要确定更具包容性的方式将创意、技术和创新工业化，以实现更公平的未来。”

贸发会议了解到，民间社会在2021国际创意经济年期间举办了82场活动。<sup>34</sup> 全年活动的重点超越了传统的文化经济范畴，将科学和工业生产纳入其中。这一新重点使政策制定者能够拓宽创意经济相关政策的范围和风格。上述政策要求政府在教育和促进公私研发伙伴关系方面采取更多横向部际干预措施。此外，政策还涉及政府为各种形式的艺术或文化表现形式提供具体的扶持措施。

教科文组织为庆祝2021国际创意经济促进可持续发展年开展了多项活动，如2021年阿布扎比峰会<sup>35</sup>、2020年“坚韧艺术”运动<sup>36</sup>以及通过国际文化多样性基金在全球实施的各项项目<sup>37</sup>。这些活动鼓励决策者思考在2021年后应采取哪些具体行动，探索如何发展具备韧性和协作性的创意生态系统及所面临的挑战，并让人们更好地认识到疫情对整个创意部门的影响。这些活动还促成了与主要行业专业人士就该领域的艺术家的经验以及与各国政府的合作开展全球讨论。

2021年，联合国工业发展组织(工发组织)参与了4项创意经济重要大型活动，并推进了覆盖范围广泛的技术援助项目。在工发组织第十九届大会<sup>38</sup>的一项会外活动中，来自亚美尼亚、黎巴嫩、塔吉克斯坦和突尼斯等国的国际专家讨论了工艺专业知识和文化遗产如何成为

<sup>33</sup> 见 [https://unctad.org/system/files/official-document/td540\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/td540_en.pdf).

<sup>34</sup> 见 [https://unctad.org/system/files/information-document/cep2022d01-cso-events\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/information-document/cep2022d01-cso-events_en.pdf).

<sup>35</sup> 见 <https://en.unesco.org/news/unesco-advocates-robust-and-resilient-cultural-economy-abu-dhabi-culture-summit-2021>.

<sup>36</sup> 见 <https://en.unesco.org/news/resiliart>.

<sup>37</sup> 见 <https://en.unesco.org/creativity/ifcd>.

<sup>38</sup> 见 <https://www.unido.org/19th-general-conference>.

社会变革的驱动力。文化和创意活动能够创造新的就业和创业机会，从而改善弱势社会群体和农村社区的生计。

工发组织与其他国际组织的伙伴关系着眼于数字创新。工发组织与贸发会议和“声音外交公司”合作举办了题为“创造、创新、恢复：创意产业数字化促进非洲可持续复苏”的对话<sup>39</sup>，探讨创意部门创新和数字化转型的重要性。工发组织还与欧洲品牌研究所合作举办了第17届品牌全球峰会<sup>40</sup>，强调品牌在促进疫后经济复苏方面可发挥重要作用，改变游戏规则，同时也在数字化时代激发创造力和创新。

2021年，知识产权组织举办了12场促进创意经济发展的大型活动。这些活动有助于知识产权组织建立伙伴关系，与私营和公共部门合作，并促进能力建设活动，以提高创意界、政府政策制定者、工商业界和民间社会对版权和知识产权的认识。知识产权组织启动了“产权组织服务创作者”计划<sup>41</sup>，以提高人们对创作者权利和相关程序的认识。知识产权组织还举办了关于版权基础设施的双周网络研讨会，并与成员国和创意产业利益攸关方合作，加强法律和许可框架，为有成效、有效率地管理版权及相关权利提供支持。

知识产权组织还在国家、区域和国际各级开展了能力建设活动，如协助非洲区域知识产权组织成员国、安提瓜和巴布达、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、波兰、菲律宾以及特立尼达和多巴哥举办了各类创意产业会议。这些会议重点讨论了一些概念问题、知识产权的作用、知识产权培训员的能力建设、数据收集和分析以及具体的创意部门，如视听部门、图书出版、移动应用、音乐和视频游戏等。

许多国家的政府看到了创意经济的积极贡献，并在国际创意经济年期间投资了多项方案和活动。斯洛文尼亚强调了文化和创意在政治对话、具体文化项目和宣传活动中的重要性。斯洛文尼亚的“创意促进可持续性”视频宣传活动<sup>42</sup>使公众更好地认识到文化和创意对实现可持续发展目标做出的跨领域贡献。印度尼西亚一贯重视发展和促进包容性创意经济。2021年，印度尼西亚与各利益攸关方合作，在国家、双边、区域和多边各级开展了多项活动。

最不发达国家也已开始努力促进创意产业内部的对话和包容性。例如，2021年12月，贸发会议与教科文组织、非洲联盟和安哥拉政府联合举办了第二届罗安达双年论坛——“和平文化泛非论坛”<sup>43</sup>。论坛旨在通过鼓励非洲的文化交流和代际对话，促进预防暴力和解决冲突。

<sup>39</sup> 见 <https://tii.unido.org/event/create-innovate-recover-digitalizing-creative-industries-sustainable-recovery-africa>.

<sup>40</sup> 见 <https://www.brandglobal.org/brand-global-summit-2021/>.

<sup>41</sup> 见 <https://www.wipo.int/wipoforcreators/en/>.

<sup>42</sup> 见 [https://www.youtube.com/watch?v=4gAKi7F2\\_B8](https://www.youtube.com/watch?v=4gAKi7F2_B8).

<sup>43</sup> 见 <https://unctad.org/meeting/biennale-luanda-angola>.



## 主要结论和建议

创意经济的概念和定义多种多样，这既体现了各国文化的多样性，也是不同的经济结构、统计方法和分类方法造成的结果。每个概念都有特定的理论基础，取决于对创意产业的用途和运作模式的基本假设，往往会导致对创意经济“核心”和“边缘”产业的不同分类。虽然没有一个定义能够满足所有国家的需求，但现有框架和分类可以帮助各国以更加一致的方式厘清创意经济和创意产业的概念。希望对创意经济和创意产业进行定义或重新定义的国家应可虑以下事项：

- 认识到创意经济的重要性，以国际和区域组织的定义和分类为基础，并在考虑到国家和区域经济结构的前提下，确定创意产业的概念；
- 鼓励政府与美洲开发银行、贸发会议、教科文组织和知识产权组织等国际组织合作，为创意经济和创意产业确定更加一致的概念和范围。

必须对创意经济和创意产业包括它们对国际贸易的贡献进行摸底和衡量。衡量创意经济可以为政策制定者设计、规划和实施创意产业相关政策提供证据和洞见，并为投资者提供信息。其他可能的好处有：最大限度地创造就业机会，确定能够促进经济增长、增加出口收入的关键集群，确定创意产业的空间特征，以及促进文化和创意旅游业。希望对创意经济进行摸底和衡量或改善这一进程的国家可考虑以下事项：

- 摸底过程应包括设定明确的目标，汇集相关利益攸关方，构思和界定创意产业的范围，确定衡量参数和可用的数据来源，收集和分析数据；
- 使用贸发会议、教科文组织和知识产权组织等国际和区域组织已有的定义、分类、方法和准则。

需要更多更好的数据来衡量创意产业的经济贡献以及创意产品和服务的国际贸易流量。一些国家在衡量创意经济的经济贡献，特别是对国内生产总值、就业和国际贸易的贡献方面取得了重大进展。另一些国家与教科文组织和知识产权组织等国际组织合作编写了联合报告。但数据的缺乏可能会导致某些创意产业和活动受到忽视，不被纳入分析、政策设计和发展计划。发达国家和发展中国家在创意贸易数据方面存在巨大差距。基于产品物理特征的贸易分类体系有时无法体现文化和创意价值。服务贸易数据的问题在于太过复杂，并且发展中国家和最不发达国家缺乏统计能力。为改进创意经济和创意产业的数据和统计，建议：

- 让负责文化和创意部门工作的主管部门和机构、国家统计局和中央银行参与确定已有的数据来源，并汇编数据，用于衡量创意经济对国内生产总值、就业、贸易和福祉的贡献；
- 调动资金并投入财政和人力资源，定期收集、编制和传播关于创意经济的官方数据；
- 建设统计能力，以衡量创意产品和服务的国际贸易流量。总体而言，衡量服务化和创意服务国际贸易对监测和衡量结构转型的重要性日增；

- 为针对创意产业采取包容性政策，必须收集和分析关于妇女、青年、非正式工人和其他在创意部门工作的边缘化群体的数据以帮助制定政策。有必要提供更多分类数据。为收集包容性数据，国家统计局还必须保证统计报告的独立性和保密性；
- 国际组织可以通过以下方式作出贡献：分享知识、制定统计准则、开展联合研究以衡量各国的创意部门、在发展中国家开展能力建设活动、调动资源。

创意服务在全球服务出口中所占的比重越来越高，创造了大量出口收入。然而，发达经济体在很大程度上主导了创意服务出口。无论是创意服务还是非创意服务都是经济多样化的有力推动者，有潜力创造更可观的收入、生产力、就业、投资和贸易。国民经济和国际贸易越来越依赖服务投入，又称为服务化，这为发展中国家加入全球价值链、创造出口收入提供了机会。创意服务正变得越来越重要，因为技术创新加快了从生产创意产品到提供创意服务的转变过程。不过，贸发会议的最新数据显示，发展中国家在创意服务出口中，特别是在与研发相关的服务出口领域所占的比重过低。为推动发展中国家的创意服务可采用以下政策：

- 建立与创意经济有关的法律框架并使之现代化，例如，制定创意经济法并更新知识产权法；
- 加强负责促进创意经济的政府机构的能力；
- 查明并解决阻碍企业家和中小微企业参与数字交付服务的困难，自疫情暴发以来，数字交付变得越来越重要。政策制定者需要应对的最大挑战有：农村地区连通性差、缺乏适当的数字技能和能力、获取在线支付手段的机会有限以及物流成本高；
- 制定版权制度，在保护版权与获得文化和创意产品和服务的权利之间取得平衡，系统地执行、收取和分配版税；
- 改善发展中国家服务提供者进入发达国家和发展中国家创意服务市场的机会，例如，向外国服务提供者开放服务市场。

