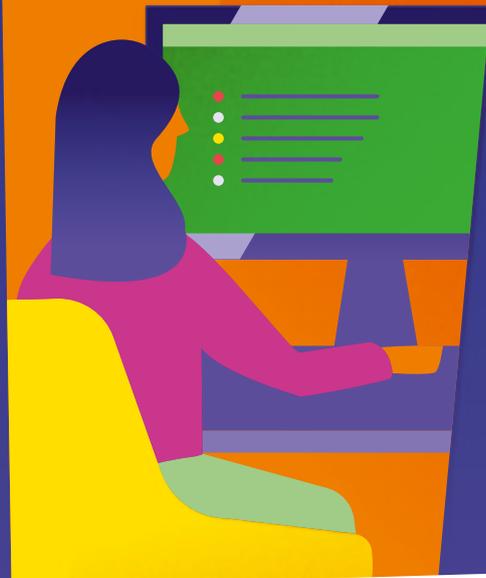


创意国度

政策
研究
行业



Creative Industries Policy and Evidence Centre

Led by



with



2023

This translation was made possible by the British Council

由 AHRC 资助的 Creative PEC 出品

总监致辞

亲爱的朋友们，

在 Creative PEC 成立五周年之际，是时候停下来反思一下我们已经取得了那些成绩及我们这一路是如何走来的。

Creative PEC 成立于 2018 年，宗旨是为英国创意产业架起政策、研究和产业之间的桥梁。自那时起，我们已经发布了 60 多份深入、高质量的研究报告（每月一份以上），旨在建立证据库，为政策提供信息，支持创意产业在从创新和技术到教育和多元化的多个领域实现包容性增长。

这在很大程度上是团队努力的结果。这一切都要归功于我们联盟合作伙伴的专业知识和辛勤工作、行业倡导者的卓越见解、国际理事会的全球影响力、Nesta 的大力支持，当然少不了艺术与人文研究理事会 (AHRC) 的慷慨资助。

2022 年，我们很高兴地确认，AHRC 将继续资助我们五年，作为对我们工作的价值和质量的认可。我们也很激动地宣布，纽卡斯尔大学和皇家艺术学会 (RSA) 将成为 Creative PEC 的新主办方。这一具有前瞻性的南北双中心合作伙伴关系将为英国创意产业带来巨大效益。

在这份报告中，我们回顾了创意产业在过去五年中所取得的成就，并在研究的支持下，结合来自行业的真知灼见，审视了 10 个优先主题领域中每个领域的发展状况。在回顾过去的同时，我们还展望未来，指出了未来的研究重点并探索未来几年可能占主导地位的政策环境。我们还提出了一个根本性的问题：英国要继续成为创意强国，需要哪些条件？

感谢您关注我们的工作。我们非常感谢在创意产业的各个领域拥有如此亲密的合作伙伴、同事和朋友。

致以亲切的问候，

Hasan Bakhshi
Creative PEC 总监



打开

创意产业政策与循证中心： 嵌入式知识交流

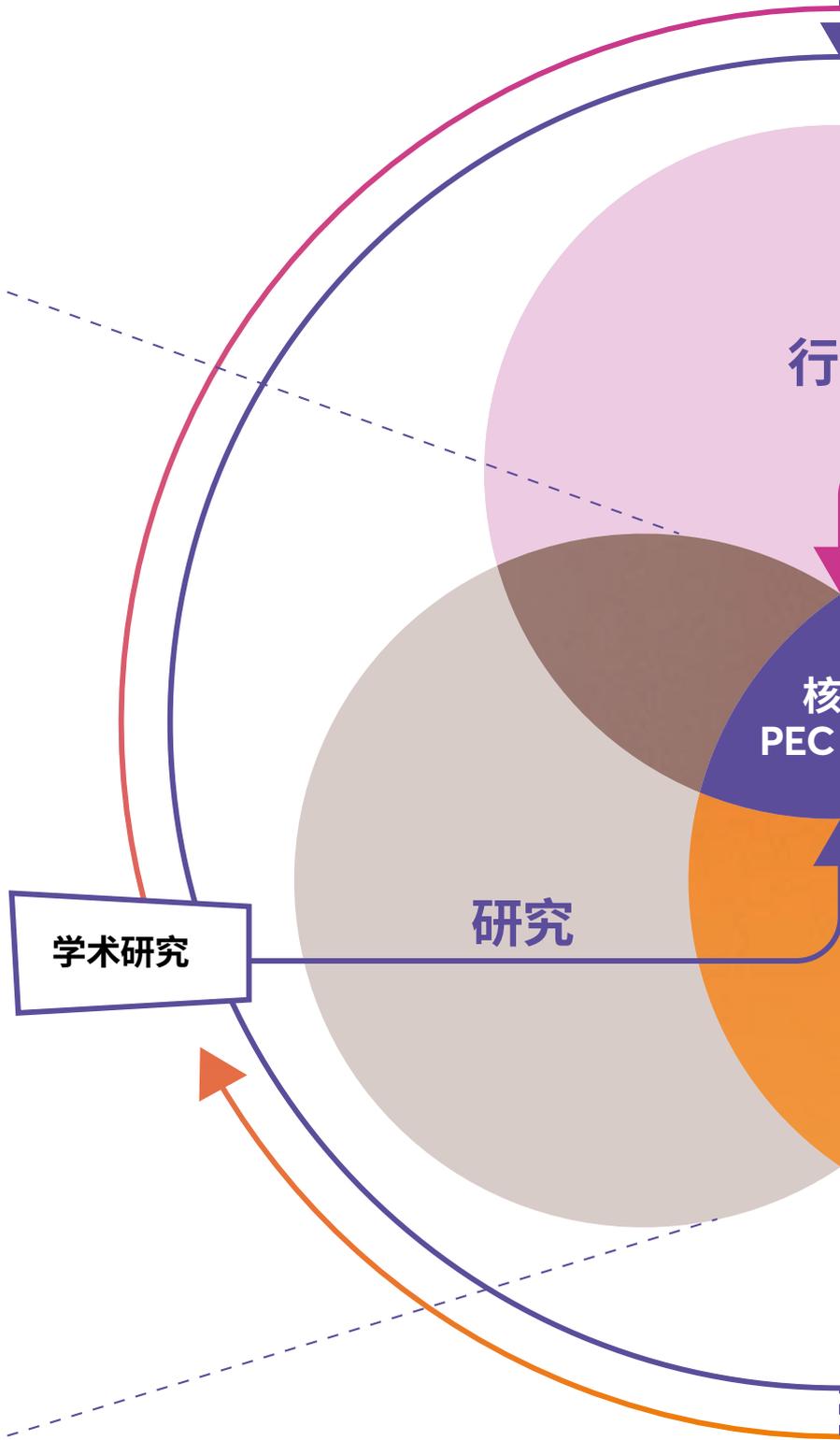
**Creative PEC 的工作集中在 10 个关键领域，
分别是：**

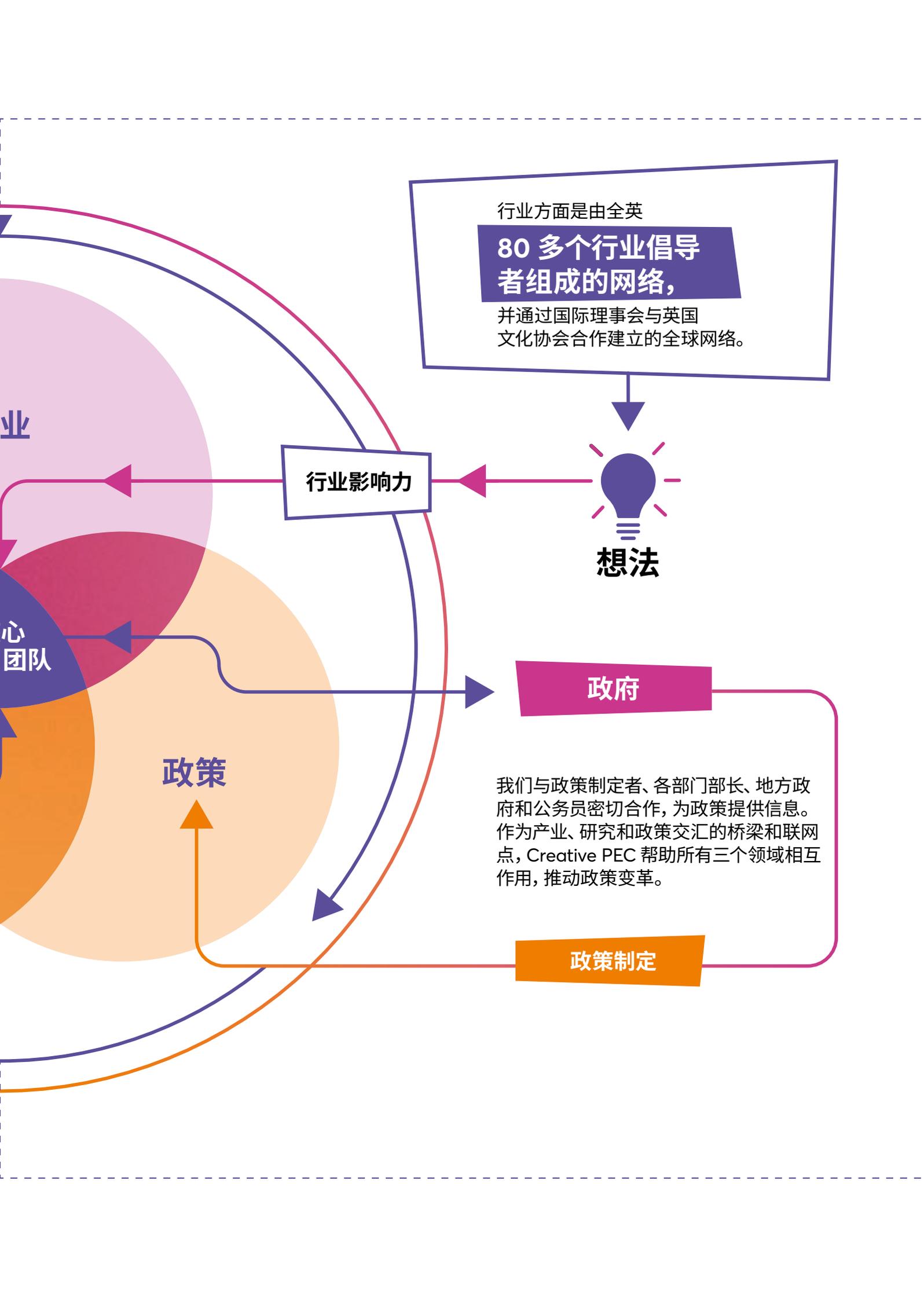
- 创意产业的地理位置
- 艺术与文化的价值
- 国际、贸易和移民
- 技能、工作和教育
- 知识产权与监管
- 研发与创新
- 多元化和包容性
- 商业模式和融资渠道
- 公共服务广播
- 气候

**Creative Industries
Policy and
Evidence Centre**

Creative PEC: 独特的模式

Creative PEC 的独特之处在于其嵌入式知识交流方法。我们将 Creative PEC 研究人员和政策部门人员纳入主要利益相关者的政策规划、设计和实施过程中。这种“嵌入性”让我们有机会帮助更多研究人员和行业专业人士提高政策素养，并支持政策制定者更加善于使用数据和研究证据。





行业方面是由全英

80 多个行业倡导者组成的网络，

并通过国际理事会与英国文化协会合作建立的全球网络。



想法

行业影响力

业

核心团队

政府

政策

我们与政策制定者、各部门部长、地方政府和公务员密切合作，为政策提供信息。作为产业、研究和政策交汇的桥梁和联网点，Creative PEC 帮助所有三个领域相互作用，推动政策变革。

政策制定

创意产业政策及循证中心：
嵌入式知识交流

Creative PEC 的工作集中在 10 个关键领域，
分别是：

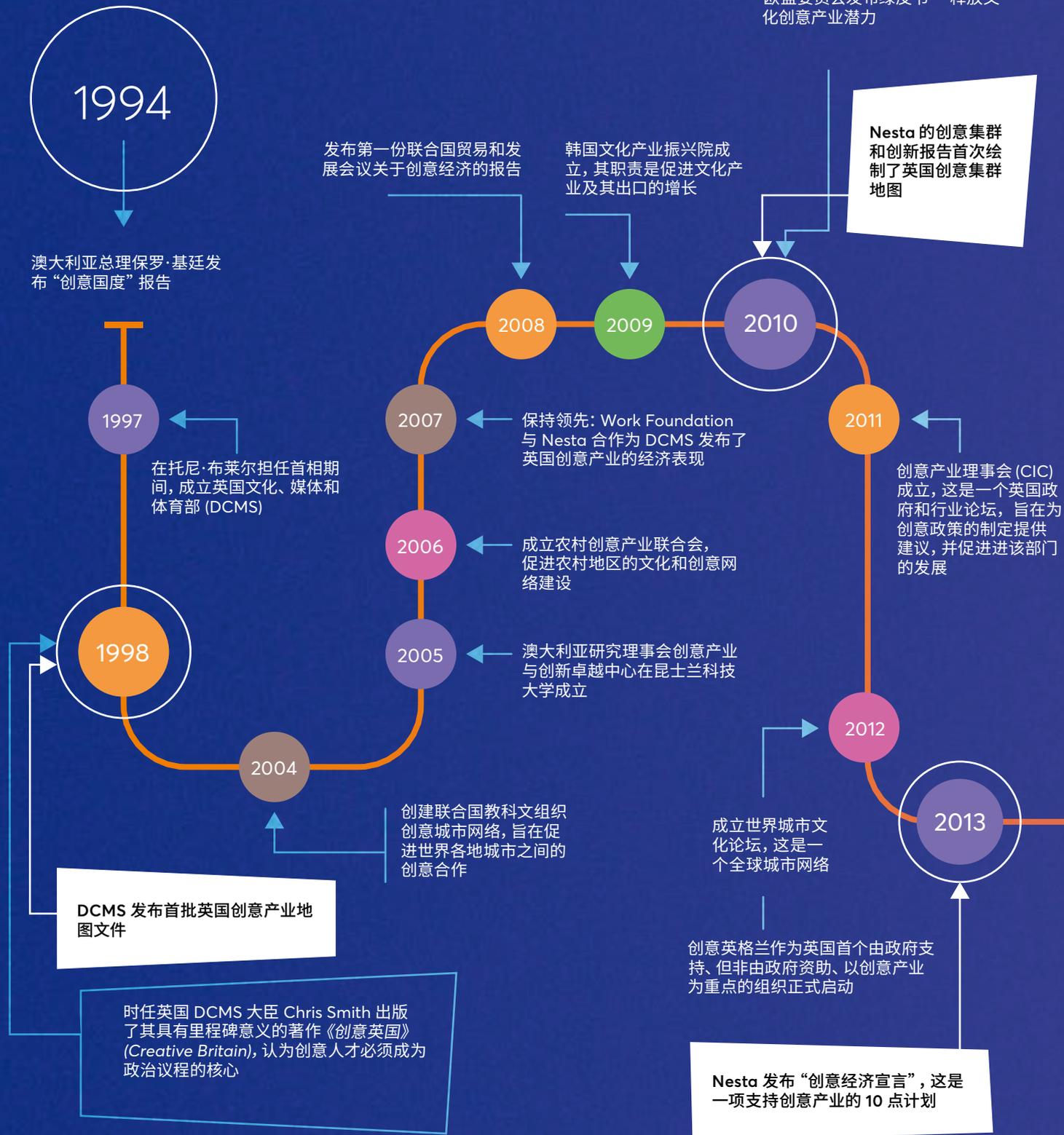
- 创意产业的地理位置
- 艺术与文化的价值
- 国际、贸易和移民
- 技能、工作和教育
- 知识产权与监管
- 研发与创新
- 多元化和包容性
- 商业模式和融资渠道
- 公共服务广播
- 气候

**Creative Industries
Policy and
Evidence Centre**

创意产业：时间线

创意苏格兰是根据 2010 年通过的《公共服务改革（苏格兰）法案》成立的，继承了苏格兰银幕和苏格兰艺术委员会的职能

欧盟委员会发布绿皮书 — 释放文化创意产业潜力



作为英国产业战略的一部分，政府和创意产业部门通过 CIC 达成一项部门协议，以释放创意企业的增长潜力

英国政府发布了旨在消除英国地域不平等的《升级》白皮书，强调了创意产业在该战略中的地位

DCMS 的创意产业经济估算（英国各行业经济预测的一部分）被统计监管局授予官方统计地位

CIC 与英国政府密切合作，制定创意产业的部门愿景

启动由艺术与人文研究委员会 (AHRC) 资助、Nesta 领导的 Creative PEC，旨在就如何发展创意产业开展高质量的研究、制定政策和提供证据。

EIT 文化创意知识与创新社区成立，汇聚欧洲各地的合作伙伴

Creative PEC 迁往纽卡斯尔/RSA，开始采用前瞻性双中心模式

英国发布工业战略，将工业界和政府联合起来创造和支持就业机会

2018

2022

2023

启动“创意欧洲”计划

2017

Nesta 的“创意国度”绘制了英国创意产业地图

2021

创意产业联合会和创意英格兰更名为“创意英国”，并启用新的品牌标识，其使命是“连接创意部门并赋予其权力”

DCMS 采用 Nesta 的创意产业动态绘图

大伦敦市政府推出“创意企业区”，这是一项市长倡议，目的是在伦敦划定一些区域，让艺术家和创意企业能够找到永久性的、负担得起的工作空间

创意威尔士是威尔士政府为支持威尔士创意产业而设立的机构

2020

联合国创意经济促进可持续发展国际年

2015

世界创意经济大会成立

2019

“文化创意产业全球议程”发布，由 Creative PEC 国际理事会编制

2014

John Sorrell 爵士创立了创意产业联合会，这是一个倡导英国创意产业的全国性组织

北爱尔兰未来银幕 (NI) 计划由阿尔斯特大学和贝尔法斯特女王大学共同发起，旨在更好地了解创意产业在推动北爱尔兰经济发展方面所能发挥的作用

“2019-2020 年经济行动计划”将创意产业确定为苏格兰可以利用现有优势提高生产力和增长的增长部门

发布“创意雷达”报告，通过调查和网络搜索，全面绘制英国创意微型集群图

发布 Augar 审查报告（关于 18 岁后教育和资金问题）

“文化城市调查”发布

目录

- 6 前言
- 8 创意英国：路在何方？
- 22 创意产业的地理位置
- 26 艺术与文化的价值
- 30 国际、贸易和移民
- 34 技能、工作和教育
- 38 知识产权与监管
- 42 研发与创新
- 46 多元化和包容性
- 50 商业模式和融资渠道
- 54 公共服务广播
- 58 气候
- 62 Creative PEC 国际理事会
- 63 致谢
- 64 参考书目

作者*

Hasan Bakhshi、Josh Siepel 博士、Bruce Tether 教授、Neil Lee 教授、Nia Thomas、Jenny Kidd 博士、Syima Aslam、Giorgio Fazio 教授、Eliza Easton、Tom Adeyoola、Lesley Giles、Heather Carey、Tom Philipson、Martin Kretschmer 教授、Philip Schlesinger 教授、Chris Michaels、Sarah Ellis、Dave O'Brien 教授、Tolu Stedford、Maria Tanjala、Stuart Allan 教授、Patrick Younge、Alison Tickell、Stephen Bennett

*按出场顺序

前言 →

Christopher Smith教授，
艺术与人文研究委员会执行主席

我们都知道创意非常重要，也知道它可以实现增长、培养技能并带来社会效益。

我们还知道，创意产业也面临许多挑战，包括有关平等、多元化和包容性、地域分布和工作条件质量等方面的挑战。

我们知道，我们需要对创意产业进行投资，尤其是要投资支持互联的战略研发 (R&D) 基础设施，并建立与业务需求相匹配的投资机制。我们还需要以大学和中小企业 (SME) 之间的密切关系为基础，支持本地化综合研发生态系统的发展。这得益于各行业在推动经济增长、技能学习和产生积极影响方面的成功经验。

Createch 是创意产业领域创意与技术的特殊组合，运作方式与其他科技部门类似，也可推动研发。创意产业具备极大的潜力，可以为提高就业水平的议程做出贡献、增加外国直接投资、支持从学校到终身学习的技能获取，解决身心健康问题，并使净零议程更易于理解和实现。

但我们是如何知道这一切的呢？答案很简单 – 那就是证据，证据支持政策，而政策则接受影响力和有效性监测。随着由 Hasan Bakhshi 领导的 Creative PEC 的成立，情况发生了巨大变化，并为我们的知识打下了基础。Creative PEC 拥有一支出色的团队并很荣幸得到了 AHRC 的支持。

自成立以来，Creative PEC 就通过与创意产业的塑造者和指导者们密切合作，将其团队融入到证据驱动型政策的规划、设计和交付中。通过这种方法，Creative PEC 获得了自身优势和独特性，其研究人员更具政策素养，政策制定者也更加以研究和证据为导向。

在过去的五年里，Creative PEC 编写了详细的研究报告、政策文件、简报和其他重要信息，使政府、地方当局、部门机构及其领导人能够做出更明智、更妥善的决策。它还与创新和增长做出了宝贵的贡献。我们非常感谢 Nesta 主办 Creative PEC 并支持其工作。

创意产业曾经历过一场古怪的大流行。一些分部门遭受重创，在政府的干预下才得以生存；而另一些分部门，特别是数字、虚拟和增强现实领域，则证明了它们的价值并迅速发展。现在它们都面临着混合世界的挑战。

公共财政受到限制，但投资仍然必要而分散。我们知道我们可以利用有限的资源做得更好；我们需要的是集中精力并齐心协力。

简而言之，工作才刚刚开始。Creative PEC 宣布即将推出“创意产业部门愿景”并将予以支持，该愿景将提出新的目标和雄心壮志，要求更加重视技能和社会影响。

我相信，创意产业即将从一个尴尬的不速之客变身为应对当地和全球挑战时公认的重要合作伙伴。创意产业不是可有可无的附加产业；它们正在推动 21 世纪社会和经济的重大变革。

为了做出正确的政策决定，我们需要强有力的证据和值得信赖的建议。这份报告充分而清晰地展示了 Creative PEC 如何作为一个公正、诚实、可靠和具有挑战性的声音，成为辩论和决策的核心。

正因为我们需要这些精确的价值观来帮助我们在未来的岁月里顺利前行，AHRC 承诺为 Creative PEC 投资一个新的家园和新的资助阶段，以便与该部门和其他资助者合作，一起支持“创意产业部门愿景”，努力实现英国需要和理应拥有的美好创意未来。

我们很高兴 Creative PEC 下一阶段将在纽卡斯尔大学和 RSA 主办的双中心蓬勃发展，从而加强其在英国的影响力并建立新的合作伙伴关系。这种优势的结合以及一个紧密一致的战略目标，将为跨地区、权力下放国家和国际间的参与、推广和合作提供独特的机会。■

创意英国：找到出路了吗？

Hasan Bakhshi (英国国家科学、技术和艺术基金会)

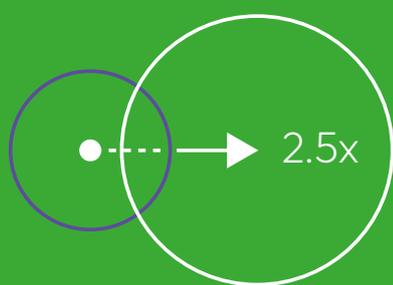
今年是《创意经济宣言》发表 10 周年，我和 Ian Hargreaves、Juan Mateos-Garcia 在《宣言》中指出：创意英国 — 英国在 20 世纪 90 年代末开创的支持创意产业的方法 — 已迷失了方向 (Bakhshi et al., 2013)。“创意英国”是时任文化、媒体和体育大臣 Chris Smith 编辑的演讲文集中所创造的术语，是一个超出艺术和媒体明显核心领域的公共政策项目，其领域扩展到广告、设计和新兴的数字经济。

在《宣言》中，我们认为创意英国项目已步履蹒跚，因为政策制定者将创意产业设想为一个快速增长且连贯的部门，却未能充分把握对监管、知识产权、教育和技能、公共服务广播 (PSB) 以及研发 (R&D) 和创新等关键政策领域的影响。《宣言》发布已有十年，而创意产业政策和证据中心 (创意 PEC)，作为一个负责在创意产业证据的数量和质量方面为产业、政策制定者和研究界提供阶跃变革的研究中心，也已成立五年。因此，现在似乎到了反思《宣言》发表以来的重大政策发展，及政策制定者现在是否已调整其框架来得以满足该行业的独特需求的时刻了：简而言之，创意英国现在是否已找到了出路。

掌握正确的基础知识： 定义和统计数据

如今，创意产业的统计数据比十年前更加有力。十年前的文化、媒体和体育部 (DCMS) 尚未公布将某些子行业 (例如设计或广告) 指定为创意行业的方法。这一缺陷削弱了政府创意产业统计数据的清晰度和实用性。Nesta (英国国家科学、技术和艺术基金会) 在其动态映射方法中解决了这一问题；该方法受到《宣言》的倡导并于 2015 年被 DCMS 采用 (Bakhshi, 2020)。这项研究表明，经济中的少数工业分部门与其他部门有所不同，因在其劳动力中从事创意职业的比例极高 (例如产品设计师和广告客户经理)。因此，劳动力的高水平创造力成为了不同行业群体的决定性特征。

“2021 年创意产业创造了 230 万个就业岗位，其总增加值 (GVA) 在 2011 年至 2019 年间实际增长了 41.4%，是英国整体经济增长的 2.5 倍多。”



2018 年，DCMS 的创意产业估算 — 即 DCMS 部门经济估算 (UK DCMS, 2022a) 的一部分 — 被统计监管办公室授予官方统计地位。该估算显示，2021 年创意产业创造了 230 万个就业岗位 (UK DCMS, 2022c)，其总增加值 (GVA) 在 2011 年至 2019 年间实际增长了 41.4%，是英国整体经济增长的 2.5 倍多 (UK DCMS, 2021)。欧盟委员会 2022 年的一份报告将动态映射描述为“创意产业分类的世界标准，并已被英国以外地区广泛采用。据我们所知，没有任何其他创意产业分类得到比动态映射更广泛的采用” (Vilares et al., 2022, p. 86)。

尽管 DCMS 公布的统计数据有所改进，但政府出版物仍存在可避免的缺陷。创意产业的 DCMS 统计数据基于标准行业分类 (SIC) 中四位代码的细粒度级别所确定的子行业；国家统计局 (ONS) 使用该分类按业务活动类型对企业进行分类。然而，国家统计局和其他政府部门 (即更普遍的政策工作的支柱) 发布的部门统计数据通常使用分辨率较低的两位数或三位数的 SIC 代码，以将创意子行业与非创意产业汇总。

这种方法的副作用是排除了对创意产业的估算。因此，即使原则上可获数据，该部门的贡献仍隐藏在政策评估中，或更糟糕地与艺术、娱乐和休闲 (该部门在 SIC 中单独确定) 类别相混淆。例如，教育部 (DfE) 2022 年高等教育 (HE) 政策咨询文件督促高等教育满足英国面向未来的行业教育需求 (UK DfE, 2022)。然而，英国教育部发布的毕业生成果部门统计数据仍仅以三位数的 SIC 水平来呈报按行业划分的毕业生收入，从而排除了对创意产业的估计 (UK Government, 2022b)。

此外，SIC 并不总能准确代表创意产业的子行业范围。工艺品和设计只是两个例子，而在更广泛的经济中，创意产业之外的大量业务都存在于 SIC 代码中。

优先考虑创意教育的时候到了

在过去的十年中，提高国家科学、技术、工程和数学 (STEM) 能力的需要一直是英国历次教育政策声明的连贯主题 (UK DfE, 2021; UK Treasury, 2021)。创意产业从这种关注中受益，特别是通过英国学校计算机课程的改革。这些改革遵循 Nesta 对视频游戏和视觉效果行业的二代技能审查 (Nesta, 2013) 中提出的建议，提高了计算机科学和计算机编程的重要性。

然而，随着各国政府试图通过建立更强大的技术教育途径来满足行业需求，对创意产业的考虑似乎仍然是事后诸葛。这解释了为何该部门通常在教育和技能政策中只发挥被动作用，至少在英格兰是这样。创意产业倡导者发现自己角色受限，只能做到向政府解释这些行业工作组织的独特方式并提出补救性纠正措施。例如，他们不得不为便携式学徒制辩护，而这种与传统学徒制不同的学徒制允许学徒签订几份短期就业合同来完成培训。而更积极主动的方法 — 该行业对经济增长的巨大贡献保证了其积极性 — 是从一开始就让创意产业参与制定政策，以实施 16 岁以后和持续终身的学习计划。

与此同时，创造力技能将在劳动力中的重要性持续增长，这一点随着时间推移已变得越来越明显。人工智能 (AI) 和移动机器人技术的兴起引发了人们对自动化的新担忧：与之前的浪潮不同，自动化威胁着高认知、技能密集型工作。但一个常见的研究发现表明：创造性工作对自动化的抵抗力更强 (Bakhshi, Frey, et al., 2015)，且雇主将越来越对创造性技能提出要求，如原创性、想法的流畅性和解决复杂问题的能力。对创意数字技能的需求将尤其快速增长 (Bakhshi et al., 2019)。



尽管有这些见解，英国政府仍然贬低了教育政策中的创造性技能。在学校，艺术和设计在国家课程中被剥夺了优先地位 — 最明显的是英语学士学位课程中对它们的省略 — 导致课外俱乐部和其他课外活动 (例如由索雷尔基金会运营的国家艺术与设计周六俱乐部) 不得不承担起支持它们的重任。高等教育领域的 Augar review 建议，资格的价值应根据毕业生工资进行狭义计算 (UK DfE, 2019)。历任部长都基于这一点而断定创意艺术和设计课程对学生的价值很低，因此对社会来说也是如此。在新技能和技术要求教育课程设计者灵活思考的工业环境中，这些论点暴露了历史收入数据的局限性，也未承认视觉和表演艺术等领域工作的受欢迎程度 — 即劳动力的大量供应 — 导致工资下降 (Vignoles, 2021)。

当创造力似乎已从英国的学校课程中消失时，威尔士的新课程（于 2022 年 9 月推出）却将表达艺术列为其六大支柱之一。课程涵盖五门学科：艺术、舞蹈、戏剧、电影和数字媒体，以及音乐。威尔士政府解释说：“尽管每门学科都有自己独立的知识体系和技能体系，但人们意识到创造过程是这些学科共有的特征。”（Welsh Government, 2020）。

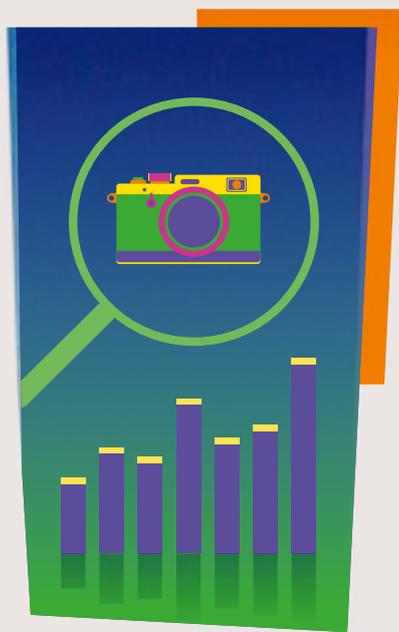
在苏格兰，新的卓越课程于 2004 年底推出，当时时任苏格兰首席大臣的 Jack McConnell 刚发表了主旨演讲。他指出：“我们权力下放的政府应有勇气和信念来支

持人类的想象力，我们与生俱来的创造力，这些是促成个人变革和社会愿景最有力的力量。”（Scottish Government, 2004）。卓越课程重点关注四项核心能力的发展，其中创造力能够并且应当成为一个重要因素。但随着时间的推移，STEM 的发展，以及注重传统成绩衡量标准的政策缺少竞争，导致横向概念（例如创造力）在小学和中学教育中发挥重要作用的许多原则和机会被淡化。这意味着，尽管苏格兰保留了强大的创造性高等教育机会，但从小学和中学的跨越对年轻人来说是一个重大挑战。

在北爱尔兰，人们普遍认识到了创意教育的价值，部分原因是北爱尔兰国家影像机构在扩大传统课程范围的争论中发挥了重要作用。在其报告《更广泛的识字能力》（Northern Ireland Film and Television Commission, 2004）之后，北爱尔兰国家影像机构又引入了移动图像艺术资格（GCSE 级和 A 级），这些资格在说明创意产业工作的可能性方面发挥了重要作用。最近，Future Screens NI（Moore, 2021）的经纪工作和 City Deal Studio Ulster 虚拟制作工作室的出现，使创意教育受到政策制定者更严格的审查。对该行业至关重要，10X Economy（政府未来 10 年的经济战略）一文件将创意产业列为关键发展领域，且虚拟制作被明确指定为六大战略重点之一（Northern Ireland Department for the Economy, 2021）。但我们必须客观看待这些举措：可以说，它们不包括对受冲突损害最严重的劳动力群体所进行的干预。北爱尔兰的教育提供仍存在严重差异：教育成功率最低的人群普遍为年轻的新教男性。

“但一个常见的研究发现表明：创造性工作对自动化的抵抗力更强，且雇主将越来越对创造性技能提出要求，如原创性、想法的流畅性和解决复杂问题的能力。”





推动创意研发

相比之下，创意研发一直是创意英国政府重点关注的领域。创意产业受益于通过增加对研发公共投资，从而改善英国持续低迷的生产力的承诺。创意 PEC 的头五年得到来自艺术与人文研究委员会价值 5500 万英镑创意产业集群计划的资助，本身就是这一发展的受益者 (UKRI, 2023)。英国国家科研与创新署 (UKRI) Audience of the Future 对沉浸式虚拟、增强和混合现实技术所投入 3930 万英镑的投资如今正被对英国影视和表演行业的虚拟制作能力进行 7600 万英镑的公共投资所取代 (UKRI, 2022)。

创意企业也在研发方面投入了大量资金。企业研究与发展调查显示，2018年期间，即使将研发密集型软件和计算机服务子行业排除在计算之外，创意产业在研发投资中的份额也轻松超过其在 GVA 中的份额 (Bakhshi, 2022)。不幸的是，大部分创意产业的研发被排除在研发税收激励的官方定义之外，阻碍了政策进一步刺激该行业研发的程度 (Bakhshi et al., 2021)。具体来说，激励研发的税收减免旨在解决科学的不确定性，但在《税收研究与开发的含义指南》中，政府表示：“科学是对物理和物质宇宙的性质和行为的系统研究。就本指南而言，艺术、人文和社会科学 (包括经济学) 领域的工作不能算是科学。” (UK Department for Business, Innovation & Skills, 2010)。但艺术、人文和社会科学领域的研发活动在创意产业的研发中占有相当高的比例 (Siepel et al., 2022)。

数字化创新的低调方式

在《宣言》中，我们描述了 2000 年代初期英国政策制定者在调整政策框架以适应互联网方面的犹豫不决。这种犹豫一直持续到 2010 年代，并在 2017 年 DCMS 将数字化纳入其部门职责时受到关注。这是政策制定者充分应对数字技术对创意产业政策影响的一个机会。当时针对主导互联网平台的全球监管转向引发了人们对数字市场的市场力量以及网络对公众 (尤其是年轻人) 造成伤害的深刻质疑。就前者而言，政府在 2021 年公众咨询中提出了新的数字市场竞争制度提案 (UK Government, 2022a)。该制度将由竞争和市场管理局内的一个新的数字市场部门负责监督。关于网络危害的话题，具体争议包括通过让儿童无法使用战利品盒并向玩家提供透明的信息，从而对视频游戏中战利品盒进行监管 (Goddard, 2022)。视频游戏行业正在制定一项以确定最佳实践并制定指南的提议，但部长们尚未做出决定。

尽管取得了上述进展，但针对数字技术和创意产业的积极政策战略却很少。DCMS 赞助的项目 (例如旨在刺激 5G 服务发展的 5G Create) 一直比较分散且规模较小。几乎没有迹象表明政府在创意和数字技能方面加入了政府数字政策的关键部分。《文化即数字》是 2018 年的战略文件，旨在“释放技术的创造力” (UK DCMS, 2018)，但分析师对其可行性的评价不高 (Wright & Gray, 2022)。对音乐流媒体行业市场力量及其对艺术家收入影响的担忧 — 这一问题的提出已留给议会数字、文

“几乎没有迹象表明政府在创意和数字技能方面加入了政府数字政策的关键部分。”

化、媒体和体育特别委员会，而不是留给政府 (UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021a)。在一项独立研究中，竞争与市场管理局得出结论：数字化为流媒体服务之间的激烈竞争开辟了道路，消费者已从中受益 (UK Competition and Markets Authority, 2022)。该报告承认大多数艺术家都面临着低收入的困境，但表示这些“并不是由唱片市场的集中度所驱动的，”且“唱片公司和流媒体服务都不太可能获得与创作者分享的可观超额利润。” (UK Competition and Markets Authority, 2022)。因此，涉及创作者的问题不会由旨在改善竞争和减少利润的措施解决，而需要通过其他政策措施得以解决。

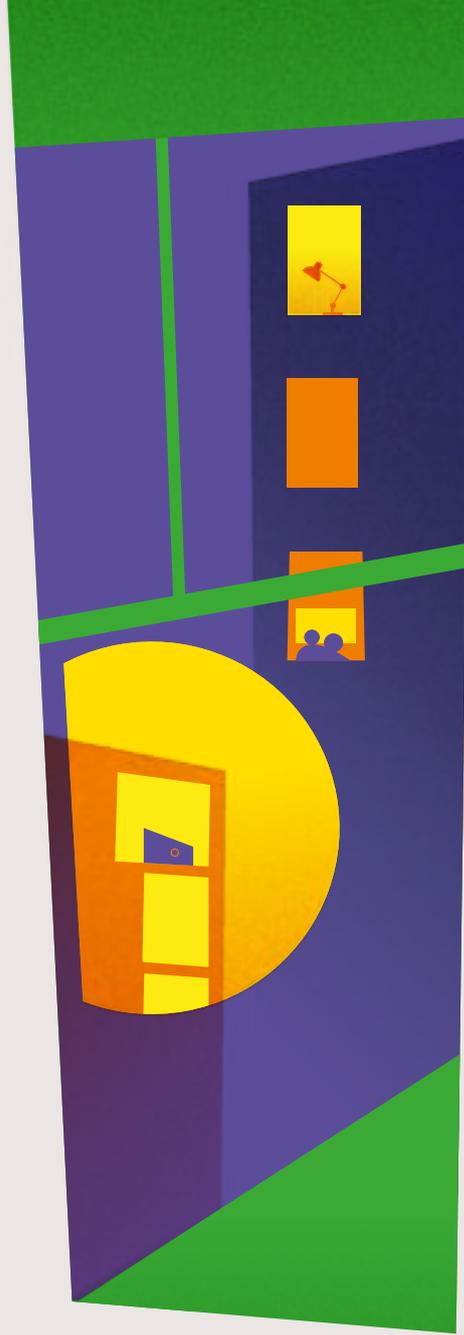
在2023年，将数字技术从DCMS移回新成立的科学、创新和技术部的决定可能会加剧人们对数字技术与创意产业之间共生关系缺乏了解的担忧。这对创意产业政策的意义直到撰写本文时仍旧尚未明朗。



PSB 不断变化的格局

流媒体也改变了公众观看电视的方式。2017 年至 2022 年间，观看广播电视的年轻人比例从近 80% 下降至 50% (Davie, 2022)。如今约 60% 的英国家庭订阅了至少一项的订阅视频点播 (SVOD) 服务 (UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021b, p. 6)。引人注目的是，在第一次全国封锁期间，订阅视频的使用率在 55 岁以上的人群中迅速上升 (UK DCMS, 2022d, p. 12)。这些事态发展对 PSB 的价值主张及其新的政策解决方案提出了根本性问题 (Chivers & Allan, 2022)。扩展的英国公共服务媒体可能希望实现哪些新的价值观或承诺，而这些价值观或承诺在以往公共安全局的背景下却是不可行或不可取的？其他商业 (非 PSB) 媒体组织 (例如 SVOD 和社交媒体平台) 在修订公共价值框架方面可能发挥什么作用，以及英国现有的公共服务广播公司需如何改变才能最好地支持英国政策的基本目标？英国通信管理局、下议院和上议院特别委员会在关于 PSB 未来源源不断的报告中就这些问题进行了辩论 (Ofcom, 2020b; UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021b; UK House of Lords Communications and Digital Committee, 2022)。

BBC 是英国 PSB 系统的核心。于 2017 年更新的 BBC 章程中概述的公共宗旨首次承认 BBC 对创意经济 — 以及尤其是对国家和地区的生产生态系统 — 做出的重大贡献。认识到其政策影响后，英国通信管理局在对 PSB 的五年审查中指出其“在支持英国创意经济方面”的作用，并举例说明了管理局为 BBC 等广播公司设定的以确保在 M25 之外有足够节目制作的制作配额。(Ofcom, 2020a, p. 24)



提升英国创意产业水平

在过去的十年中，人们越来越意识到创意产业能够对当地经济做出的巨大贡献。Nesta 发布了一系列描绘创意集群（即相互协作和竞争的创意企业和工作者的聚集）的文件（Bakhshi, Davies, et al., 2015; Chapain et al., 2010; Mateos-Garcia & Bakhshi, 2016; Mateos-Garcia et al., 2018）。最近，创意 PEC 在超本地层面绘制了创意集群图（Siepel et al., 2020）。通过借鉴这些地图研究，Peter Bazalgette 在 2017 年为英国政府对创意产业进行的独立审查中，为创意集群的公共投资提供了强有力的案例（Bazalgette, 2017）。

英国脱欧意外地提升了人们对集群的兴趣。2016 年英国脱欧公投的地理位置，以及支持脱欧、经济落后选区的政治重要性，促使政府对英国不平衡的经济发展重新产生兴趣 — 特别是对伦敦与英格兰南部及英格兰其他地区之间的经济发展 — 这种不平衡按国际标准来看是极端的（Carrascallncera et al., 2020）。《Leveling Up》白皮书于 2022 年发布，有着“结束具有显著英国特性的地理不平等”的宏大目标（UK Department for Levelling Up, Housing and Communities, 2022, p. Xii）。受文艺复兴时期佛罗伦萨变革性增长的启发，白皮书呼吁进行系统性变革 — 从基础设施检修和劳动力再培训，到更深层次的信任和更大的自豪感。尽管地方当局支出被削减，外加英国政府在权力下放领域的政策执行（或缺少执行）也存在标准程度的混乱，但通过重新分配伦敦以外的支出来获取文化被视为实现这一目标的重要手段。英国政府将文化投资作为其旗舰升级基金的三大投资主题之一（另外两项是交通投资和商业街复兴）。同理，文化投资也被优先纳入其他地方性计划，例如城镇基金和专门的文化发展基金。北方文化全党议会小组建议：“北方文化是当代的煤炭 — 一条贯穿整个地区并支撑着福祉、场所营造、生产和经济增长的巨大接缝”（Northern Culture All Party Parliamentary Group, 2022, p. 7）。

文化和遗产占据了白皮书美第奇效应论点中的突出地位，即创新源于不同行业和文化的交叉。而相比之下，白皮书对更广泛创意产业（作为创新和生产力增长的驱动力）的愿景不太明确。书中描述了“支持高增长企业

2022 年广播白皮书就这一论点，提出重新平衡生产能以当地相关内容形式产生社会和经济效益（UK DCMS, 2022d）。书中还主张，贸易条款 — 被广泛认为是过去政策的成功 — 应仅限于规模较小的独立生产公司。然而，关于 PSB 和白皮书本应刺激的创意经济的所有这些重要辩论，都被其有争议的（现已放弃）第四频道私有化提案以及 BBC 许可费冻结两年的宣布所淹没。

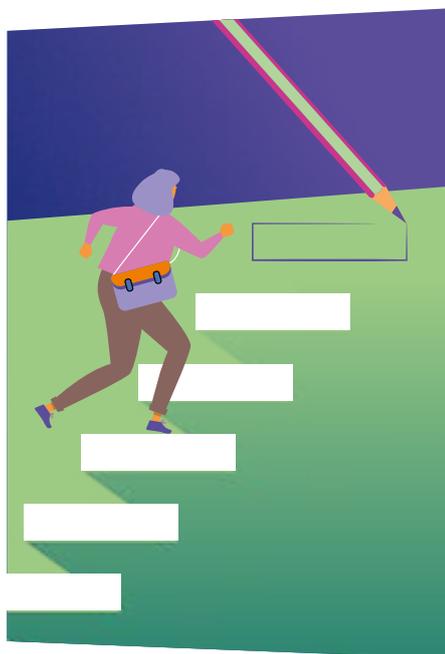
“流媒体也改变了公众观看电视的方式。2017 年至 2022 年间，观看广播电视的年轻人比例从近 80% 下降至 50%。”

80%

50%

并扭转英国制造业的历史性下滑”的需要 (UK Department for Levelling Up, Housing and Communities, 2022, p. xxi), 但给出的例子是风力涡轮机、电力汽车、医疗科技和航空, 而非沉浸式创意技术。

创意产业的升级愿景会是什么样子? 这是英格兰银行前首席经济学家兼政府工业战略委员会主席 Andy Haldane 在 2022 年布拉德福德文学节上发表演讲的主题 (RSA, 2022)。在 Haldane 的领导下, 该委员会成为了经济复兴战略的智囊团, 也是政府升级议程的重要思想来源, 而随后于 2021 年被临时担任商业、能源和工业战略大臣一职的 Kwasi Kwarteng 废除。最近, 由 Haldane 所担任的与创意经济未来相关的角色包括: 政府升级咨询委员会主席兼皇家艺术学会 (RSA) 首席执行官 (该学会与纽卡斯尔大学合作, 于今年离开 Nesta 后主办创意 PEC)。Haldane 在演讲中表示, 英格兰北部的微型创意集群可“发展并合并成一个北方文化和创意超级集群, 即一个能与伦敦竞争的枢纽”或“一个北方经济强国的创意翼” (RSA, 2022)。



英国脱欧效应

当然，对英国的地区不平等的重新关注并非英国脱欧对英国创意产业的唯一影响。欧盟无疑是英国创意产业最大的贸易伙伴，占英国创意产业出口的近 40%，占进口的 40% 以上 (Di Novo et al., 2020, p. 12)。在创意服务方面，英国是欧盟的净出口国。英国退出欧盟服务单一市场带来两大挑战：进入新市场的需求，以及世界各地在获取特定服务时普遍存在的壁垒（有时称为服务贸易限制）(Fazio, 2021)。创意 PEC 进行的研究初步表明，在 2016 年至 2019 年间，英国脱欧公投的结果，及其给同欧盟进行贸易的企业带来的不确定性，可能导致创意服务出口下降了 15%，尽管因创意服务贸易数据存在的重大差距而无法进行更稳健的估计 (Du et al., 2023)。

英国脱欧后的移民规则标志着欧盟公民和移民者在英国生活或工作自由流动的结束。与此同时，这也代表着对非欧盟移民来到英国的限制有所放松。在英国脱欧后移民制度的推出前，非欧盟公民只能获得工资至少为 3 万英镑的雇主担保的工作签证（有一些例外，例如护士）。在新制度下，工作签对技能的要求有所降低，允许从事中等技能工作（例如熟练技工和技术人员）的申请人获得资格，且工资门槛降低至 25,600 英镑。

在高技能水平上的许多创意职业都存在一些例外情况，包括欧盟移民。值得注意的是，签证制度主要利用短缺措施来设定工作签证的工资门槛。虽然大多数签证申请人的工资门槛为 25,600 英镑或特定职业的现行工资





“众所周知，创意产业依赖于个体经营者，他们约占该行业工作岗位的 30%，是其在整个经济中所占比例的两倍多。”

水平（定义为第 25 个百分位数），但工资从 20,480 英镑起的短缺职业的工作者也可获签证。自 2019 年来，移民咨询委员会（MAC）短缺职业清单上的创意职业名单中包括艺术家、平面设计师、制片人和导演。

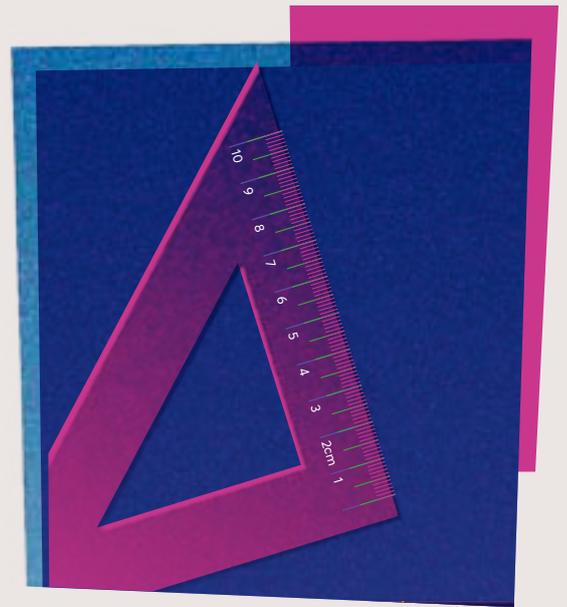
创意职业的这种高代表性进一步证明了英国政府对创意产业需求的日益认识，且无疑令动画和视觉效果等高增长子行业的企业得以受益（UK Screen Alliance, 2020）。尽管如此，移民政策制定者应如何应对职业短缺的问题并不总是明确的。不难想象，鼓励移民以应对短缺可能会阻碍为解决技能短缺问题的劳动力市场的自然调整（例如提高工资）（Sumption, 2022）。英国的做法要求 MAC 不仅要考虑是否存在短缺的问题，还要考虑是否最好通过促进移民来解决此短缺问题。评估移民是否能作为解决短缺问题的更好方法并非狭隘地关注短缺问题，而是更广泛地审视接纳外国工人的潜在好处（和成本）。

一个需要调查的领域是自由职业，其中许多创意制作基于项目的性质要求更灵活的工作安排。众所周知，创意产业依赖于个体经营者，他们约占该行业工作岗位的 30%，是其在整个经济中所占比例的两倍多（UK DCMS, 2022b）。但根据英国的移民规则，对于希望在没有英国雇主担保情况下在英国工作的海外自由职业者来说，自营职业签证并非可行途径。签证虽适用于希望在英国自营职业而不持有担保工作的海外公民（例如高潜力个人签证和全球人才签证），但它们有严格的资格要求。

解决不平等问题的迫切需要

新冠病毒的流行和随之而来的经济危机暴露了创意英国项目始终存在的根深蒂固的脆弱性。由创意 PEC 领导的研究表明, 创意产业劳动力中男性和中年比例过高, 而患有限制性健康问题或残疾的工人所占比例不足 (Giles et al., 2020)。虽然英国整体劳动力有广泛的种族结构, 但这掩盖了显著的子行业差异。例如, 创意产业在该国种族更加多元化地区的集中意味着产业应该会反映出这种地区带来的多样性。创意产业也充满了阶级不平等。创意 PEC 研究表明, 来自特权背景的人获得创意职业工作的可能性是其他人的两倍以上, 且更有可能享有自主权、对工作有代理权并晋升管理职位 (Carey et al., 2020)。

这些不平等具有的根深蒂固的性质反映在它们重叠和交叉的性质上; 与此同时, 阶级和教育的结合对找到创造性工作的可能性产生复合影响。那些来自特权背景、获得学位或以上资格的人获得创意职位的可能性是来自工薪阶层背景、获得 GCSE 水平的人的 5.5 倍。虽然人们普遍听说更大的多样性对创造力的好处, 但在过去十年中, 来自工人阶级背景的人找到创意职业工作的可能性一直保持在极低的水平。这个问题根深蒂固的性质表明, 问题的解决需要政策制定者采取非凡的系统性干预措施 (Carey et al., 2021)。



“那些来自特权背景、获得学位或以上资格的人获得创意职位的可能性是来自工薪阶层背景、获得 GCSE 水平的人的 5.5 倍。”

可持续性和净零排放

气候危机和创意产业也是如此。创意产业本就是一个重要的工业部门, 且嵌入其他产业的供应链中, 因此需采取紧急的直接和间接行动来减少其碳足迹。

创意 PEC 最近的一份审查指出了针对具体子行业过多的净零举措, 及有关气候危机和创意产业政策理念和同行评审学术研究的缺乏 (Julie's Bicycle & BOP Consulting, 2022)。认识到证据中的这一差距后, 创意 PEC 开始优先考虑对创意部门和可持续性的研究。这包括该行业促进积极变革的潜力以及其活动如何影响消费者对环境的态度和行为。



产业战略和政策架构

随着创意英国的发展, 政策架构日趋成熟。创意产业理事会 (CIC) — 一个旨在就政策制定提供建议, 于 2010 年成立的政府与产业论坛 — 成功主张将创意产业列为 2017 年产业战略 (UK Government, 2018) 下行业交易 (UK Government, 2017) 选定的 10 个行业之一。该行业协议为一系列政策举措和计划提供了总体框架, 涵盖创意技能、研发和创新, 直至获得融资、促进出口和 (为回应 Bazalgette 审查) 创意集群。工业战略委员会对该行业交易的早期评估将其视为其他工业重要部门的榜样 (Balawejder & Monahan, 2020)。

CIC 与英国政府密切合作, 制定创意产业部门愿景。这将重申政府支持该行业经济增长的承诺, 培养一支技术精湛、包容性的劳动力队伍, 并最大限度地提高其社会效益。

对于英国的政策举措是否适用 (以及哪些政策举措适用) 于权力下放国家的创意企业 — 问题, 人们有时会感到困惑。这种由双方当局行动造成的混乱在很多方面都有体现。例如, 权力下放国家并不总在 CIC 中拥有代表权 — 这一疏忽已在更新的成员资格中得到解决。在苏格兰, 福祉经济、国家绩效框架和创意产业政策声明 (Scottish Government, 2019) 的主要参考点是根据“三重底线” (cultural, social and economic) 制定的, 与英国产业战略传统上狭隘的经济重点形成鲜明对比, 尽管这也许会随着行业愿景的变化而改变。

结语

这些对英国过去十年创意产业政策的简短反思表明, 创意英国仍在寻找发展道路。创意产业可能不再是产业战略中默默无闻的成功故事, 但它在教育、技能、移民和气候等领域的主流政策中的地位尚未完全稳固。这为创意 PEC 提出了下一阶段工作的目标, 即确保全面的政策 (而不仅仅是 DCMS 职权范围内的政策) 做到以通过研究对创意英国需求做出的评估为基础。■

→ 致谢

本文大幅受益于卡迪夫大学名誉教授 Ian Hargreaves 的贡献; Clive Gillman, 创意苏格兰; Paul Moore 教授, NI Future Screens, 阿尔斯特大学; 以及卡迪夫大学创意经济部门的 Sara Pepper 教授。

创意产业的地理位置

Josh Siepel 博士 (苏塞克斯大学)
Bruce Tether 教授 (曼彻斯特大学)
Neil Lee 教授 (伦敦经济学院)

确定创意企业的位置、它们为何聚集在一起以及这些创意集群对创新的影响。

创意产业中的公司、组织和从业者往往彼此靠近，形成局部集群 (Bloom 等人, 2020)。但创意集群往往出现在哪里呢？它们对人、公司和地方有什么影响？研究人员 — 尤其是政策制定者 — 可以把工作重点放在哪里，以帮助推动升级的议程？

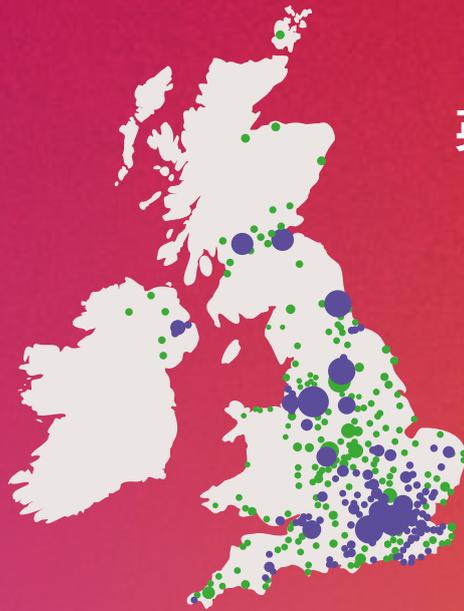
“Creative PEC 有关创意集群影响的研究显示了它们对当地经济的更广泛贡献，包括海滨和乡村城镇。”

在 Creative PEC 之前，人们主要通过绘制广泛地理范围内的创意集群图 (Mateos-Garcia & Bakhshi, 2016; Mateos-Garcia 等人, 2018)、概括创意产业对当地的经济影响 (Lee, 2014; Lee & Rodríguez-Pose, 2014) 以及制作创意集群的详细案例研究 (The FuseBox, 年份不详) 来研究地理因素对创意产业的影响。

在此基础上，Creative PEC 在创意产业地理研究方面投入了大量资金。研究结果强调了三个关键领域：区域不平等和升级、衡量集群以及创意部门为当地有何贡献。

英国的创意产业历来集中在大城市地区。在所有创意企业中，34% 位于伦敦，62% 位于伦敦区和大东南部（伦敦、英格兰东南部和东部），13% 位于英格兰北部（东北部、西北部、约克郡和亨伯），10% 位于中部地区（东米德兰和西米德兰），2% 位于威尔士，5% 位于苏格兰，1% 位于北爱尔兰（英国 DCMS, 2022）。尤其是伦敦，它是最重要的全球创意中心之一。捕捉这些地区不平衡现象一直是 Creative PEC 工作的一个主要方面。例如，Tether (2019) 记录了英国各地区创意产业活动的显著差异，并突出显示了它们分布不均的情况。这些不平等现象表明有必要更好地了解英国的创意集群、它们之间的差异以及政策如何最好地予以支持。

英国的创意微集群



- 英国 47 个最大创意集群内的创意微集群
- 最大创意集群之外的创意微集群

为了满足这一需求，Nesta 的“创意国度”报告中明确了英国的 47 个不同的创意集群 (Mateos-Garcia 等, 2018)。在此基础上，Creative PEC 的“创意雷达”报告 (Siepel 等人, 2020、2021) 从公司网站上收集信息，在英国的街道、社区和城镇层面上识别并绘制了 700 多个微型集群，每个集群由 50 个或更多彼此毗邻的创意组织组成。这些微集群的增长潜力尚未得到开发，其中许多微集群都位于已建立的创意集群之外，这为那些历来不被视为创意热点的地区提供了一条促进增长的潜在途径。正因如此，政府的旗舰政策文件“提升英国水平”中使用了这项研究，作为支持针对创意产业的干预措施的证据 (英国升级、住房和社区部, 2022)。

Creative PEC 关于创意集群影响的研究也表明了它们对当地经济的更广泛贡献，包括海滨和乡村城镇 (McFadzean 等人, 2022) 以及农村地区 (Velez 等人, 2022)。这些集群还展现出乘数效应，因为创意性工作似乎能产生或支持其他工作 (Gutierrez-Posada 等人, 2021)。

然而，在努力理解和建设创意集群的同时，我们也应该认识到它们并不是在任何地方都能出现。Tether (2022) 的研究表明，虽然曼彻斯特是英格兰北部的创意之都，但该城市地区的大片区域 – 尤其是经济贫困地区 – 却是创意活动的荒漠。值得注意的是，由于集聚优势，发展现有集群比激发新集群容易得多，这对升级构成了重大挑战。

那么，接下来该怎么做？如果我们要充分发挥英国创意场所的潜力，研究工作就必须侧重于更好地了解是什么触发和推动了创意集群的发展，尤其是在经济欠发达地区。我们已经投入了大量人力物力来支持创意集群，但还需要更有力的证据来证明哪些干预措施是有效的，以及这些措施是如何发挥作用的。同样至关重要，要从社会阶层和种族的角度更多地了解谁参与了这些集群，并界定和把握创意集群的更广泛贡献 – 尤其是与提高英国生产力这一关键挑战相关的贡献。

行业洞察 →

Nia Thomas, Boom 总经理

历史上,电影和电视制作行业主要活跃在伦敦和东南部,而英国其他地方则很少有机会发展该行业。过去十年来的监管干预措施帮助改变了这一状况,并推出了配额政策,要求公共服务广播公司委托 M25 以外的供应商提供更多内容。这场疫情也改变了人们的态度:我们最近看到人们选择搬离伦敦到其他地区生活,因此人才似乎正在流出伦敦,而不再仅是流入伦敦。此外,委托制作的方式也更加民主,因为制作人可以与委托人进行虚拟会面,而不再是只能通过面对面方式,这使得竞争环境更加公平。尽管如此,还有更多工作要做。

在威尔士, S4C、BBC Wales 和 ITV Wales 等地方广播公司的存在对该行业的发展至关重要。英国广播公司 (BBC) 将威尔士确定为卓越的戏剧中心,威尔士政府通过为制作、设施和工作室提供补助金的形式,促进了戏剧发展。现在,我们在这里有了一个可持续发展的项目管道,这有助于我们留住该地区日益壮大的人才队伍。

但这不仅仅是与东南部地区竞争的问题,每个国家和地区的地理分布也可能是一个问题。在威尔士,机会历来集中在卡迪夫,而威尔士山谷或其他农村地区的人则因对创意产业缺乏认识和难以获得足够的机会而处于不利地位。经济承受能力也是一个因素:到离家很远的城市获取工作经验的成本很高,因此最好能支持创意中心在更广泛的地区发展,而不仅是在首都。

我们还需要加倍努力,让代表人数不足的群体更容易接触到这个行业。例如,卡迪夫正在实施一项出色的入门级实习生计划,为来自弱势背景的人们提供进入我们行业的途径。但我认识一位住在卡迪夫郊外的年轻实习生,每天上班都要花两个小时的通勤时间才能到达工作地点。这真的需要很大的决心。我们可以做些什么来为处于这种境况的人提供进一步的支持?不应仅是在学徒工资方面提供资金支持。我们需要着眼大局,集中精力解决进入该行业的所有障碍。

创意产业的升级还有很长的路要走。需要委托各个国家和地区的供应商制作更多内容来推动当地的经济增长。我们知道,创意产业可以产生乘数效应,对经济做出巨大贡献。S4C在当地经济中每花费一英镑,就会带来两英镑以上的回报。Boom目前在威尔士雇佣了约220名员工(不包括自由职业者),并提供从技术设施到运输和餐饮等各种支持服务。一个在地域上更加平等的产业不仅有利于国家和地区,也有利于更广泛的英国经济。■

“我们最近看到人们选择搬离伦敦到其他地区生活,因此人才似乎正在流出伦敦,而不再仅是流入伦敦。”

“不应仅是在学徒工资方面提供资金支持。我们需要着眼大局,集中精力解决进入该行业的所有障碍。”



艺术与文化的价值

Jenny Kidd 博士 (卡迪夫大学)
Hasan Bakhshi (Nesta)

衡量艺术和文化部门对地方和国家经济的经济和社会价值。

2018 年, 当 Creative PEC 开始工作时, 英国的财政环境已经很紧张, 艺术和文化组织面临着阐述自身价值和探索新财务模式的压力。自那以后, 我们经历了 Covid-19 危机, 现在正在抵御另一次经济衰退, 这给创意产业带来了更大的压力, 要求它们证明自己的价值。

在此背景下, Creative PEC 通过其研究展示了艺术和文化多样性和多方面的价值。认识到这一价值至关重要, 因为艺术和文化体验与健康、幸福、身份认同和地方意识息息相关。在 Creative PEC 成立后的头五年里, 我们的工作重点是: (1) 使用财政部用来评估公共投资收益的经济技术来衡量和阐明艺术和文化的价值, 以及 (2) 了解新兴技术对文化互动体验、感受和评价的影响。

Creative PEC 工作的一个方面是提供证据, 证明公众愿意为他们从当地和地区博物馆、艺术馆和剧院享受到的经济、社会和文化利益支付多少费用 (Lawton 等人, 2022)。在此过程中, Creative PEC 研究人员帮助论证并促进了文化、传媒和体育部的“文化和遗产资本框架”

倡议的制定 (Sagger 等, 2021), 该倡议旨在将对文化和遗产资产的公共投资置于与自然投资相同的透明和严格的基础上。在英格兰艺术委员会的资助下, Creative PEC 还编制了一系列指导文件, 帮助艺术和文化组织利用这些经济价值估算来制定投资商业案例 (英格兰艺术委员会, 2022)。这些文件以及其他资源已提供给战略性地方政府基金的申请人, 包括城镇基金和升级基金 (城镇基金, 日期不详; 英国政府, 2021)。

然而, 为了对价值进行更全面的评估, 必须要了解这些经济价值估算如何与公众对艺术和文化的文化价值取向相对应。仅仅从经济数量的角度来看, 可能会得出狭隘的 – 或者更糟糕的, 歪曲的 – 结论。例如, Creative PEC 正在与英国电影学院合作研究电影场馆的价值, 文化价值与经济价值之间的关系是研究重点。

Creative PEC 研究人员还研究了与沉浸式技术、混合 (物理-数字) 产品、人工智能和加密艺术市场等相关的价值概念 (Davies 等人, 2020; Kidd 和 Nieto McAvoy, 2019; Kidd 等人, 2022; Nieto McAvoy 和 Kidd, 2022)。在探索新兴实践的过程中, Creative PEC 的研究和出版物帮助文化专业人士和政策制定者确定了采用这些实践的机会和风险, 同时促

“第一次全国封锁期间进行的一项队列研究记录了公众对电影戏剧表演、音乐会和舞蹈表演以及在线观看艺术品的强烈需求。”

进了有关数字艺术和文化中的不平等、伦理和绿色未来的批判性讨论。这项工作也为英国议会科学技术办公室关于数字技术对英国艺术和文化影响的研究简报做出了贡献（英国议会，2022）。



“为了创建一个更具包容性、能吸引更多不同受众的文化艺术部门，我们需要充满活力的文化基础设施，以应对我们所面临的经济和其他方面的挑战。”

在 Covid-19 危机期间，因为封锁，传统的线下接触文化的机会受到限制，因此 Creative PEC 的一项重要工作是了解公众如何以数字方式接触文化。第一次全国封锁期间进行的一项队列研究记录了公众对电影戏剧表演、音乐会和舞蹈表演以及在线观看艺术品的强烈需求 (Bakhshi, 2020)。虽然现在断言这种对以数字为媒介的艺术和文化体验的热情是否会长期持续下去还为时尚早，但忽视这种热情显然会导致低估这些体验的价值。Creative PEC 研究人员也开始探索如何将针对技术的支付意愿扩展到数字文化领域。

在考虑 Covid-19 疫情的影响时，Creative PEC 对艺术和文化部门的需求做出了更广泛的回应。它与文化价值中心合作开展“Covid-19 对文化部门的影响”项目（文化价值中心，年份不详），记录创意从业者和机构如何应对种种限制和漫长的封锁期 (Walmsley 等人，2022)，目的是为疫后恢复的优先事项提供信息。这项工作包括对疫情最初几个月期间文化机构的社交媒体使用情况的创新研究 (Kidd & Nieto McAvoy, 2022)。

为了创建一个更具包容性、能吸引更多不同受众的文化艺术部门，我们需要充满活力的文化基础设施，以应对我们所面临的经济和其他方面的挑战。展示价值是这种复原力的关键。未来五年，研究重点应放在衡量艺术和文化的价值上。还应该培养组织利用这些价值估算的能力，最终使它们能够吸引公共投资和潜在的新资金来源，包括社会影响力投资。

Covid-19 后的恢复、新兴技术和混合方法的采用以及向净零的转变将继续作为研究重点。作为这项工作的补充，研究人员还应该探索当前数字内容货币化的障碍，并确定和推进公共政策支持艺术和文化领域研发的方式。

行业洞察 →

Syima Aslam, 布拉德福德文化节首席执行官兼艺术总监

布拉德福德文化节已有将近九年的历史，创办该文化节的目的是帮助该市实现经济复兴并提高识字率。我们通过教育与社区开展广泛合作，并实行道德售票政策，使许多人（如领取救济金者、社会住房者和难民）能够免费参加活动。其目的不仅是打造一个吸引地区、国内和国际游客的节日目的地，还要在年轻人和社区参与方面为城市带来积极变化。受众并不难触达；但他们很容易被忽视。重点是要打造面向每一个人的文化。

创意产业为经济贡献了巨大价值。这个领域与其他商业领域有许多相似之处，但这两个世界也相当封闭。在今年的文化节上，我们举办了创意经济会议（RSA 首席执行官 Andy Haldane 在会上发表了讲话），让人们聚集在一起，就商业、政治和创意进行对话。

“受众并不难触达；但他们很容易被忽视。重点是要打造面向每一个人的文化。”

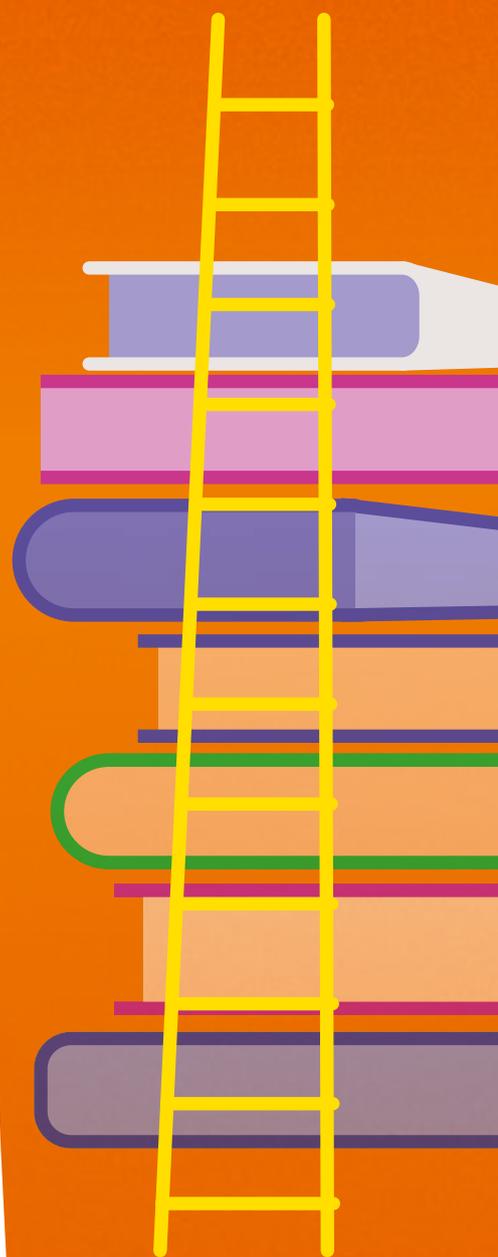
“创意产业最迫在眉睫的问题 – 所有行业都是如此 – 是招聘。”

虽然我们有创意产业对经济和社会贡献的统计数据，但创意学科课程的削减才是症结所在。政府没有对创意产业带来什么价值或创意本身带来什么价值进行长远思考。这里的思维模式需要改变。



节庆部门的一些人，Covid-19 之后会出现大幅反弹复苏，但事实并非如此。与 2021 年举办的小型文化节时相比，今年我们的紧张情绪有所减轻，但仍然存在。我们还有几个月的时间才能看到生活费用危机的全部影响，因此复苏将是缓慢的。根据您提供的服务、服务对象以及受众的社会阶层和可支配收入的不同，不同行业的结果也会有所不同。

创意产业最迫在眉睫的问题 – 所有行业都是如此 – 是招聘。英国脱欧和新冠大流行之后，各方面都在努力让人们就业。今年，我们在为文化节寻找足够的场地经理和舞台经理方面遇到了困难，据我所知其他行业也都差不多，都面临劳动力短缺的问题。我们需要就劳动力、就业和技能的发展方向以及相关政策进行彻底的反思。



国际、贸易和移民

Giorgio Fazio 教授 (纽卡斯尔大学)
Eliza Easton (Nesta)

英国创意产业如何通过创意产品和服务贸易、人才移民和外国投资在国际市场上运作。

创意产业是全球性的。世界各国越来越重视创意产业，试图利用该产业的经济、社会和文化价值。英国和美国等发达经济体长期以来一直在相互争夺国际市场份额，但现在它们面临着新的挑战者，包括来自南半球的挑战者。我们还需要开展国际合作，应对地缘政治变化和数字化等跨境趋势带来的挑战。简而言之：为了让创意产业在世界范围内蓬勃发展，我们就必须既相互竞争又相互合作。

Creative PEC 启动时，我们缺乏关于贸易和移民政策如何在创意部门发挥作用以及该部门对英国软实力和海外影响力的影响的证据。这限制了政策制定者支持该部门和实现自身目标（包括经济增长）的能力。我们的早期工作旨在总结已知的事实并盘点现有的文献和数据。

由于英国出口商受到英国脱离欧盟的影响，因此贸易是我们早期研究的明确重点。在三篇论文中，我们阐述了创意产业出口商的特征以及创新和设计对出口的作用 (Di Novo 等人, 2020; Fazio, 2021; Tether & Yu, 2022)。我们的研究发现，出口商渴望出口更多产品到更多目的地。这一机遇的重要性帮助我们成功地证明该行业应成为英国出口战略的重点 (Easton, 2021; 英国国际贸易部, 2021)。这一证据也为 2022 年 12 月发布的创意产业贸易与投资委员会国际战略提供了依据 (创意产业贸易与投资委员会, 2022)。

此外，Creative PEC 也开始解决有关创意领域外国直接投资 (FDI) 性质的证据不足问题 (Jones & Fazio, 2022)。我们发现，尽管有“脱欧”和“Covid-19”的影响，英国仍然是一个极具吸引力的投资地，尤其是在伦敦和东南部等创意产业发达地区，以及一些子行业（例如，IT、软件和计算服务、广告和营销、电影、电视和动画）。然而我们知道，有许多全球竞争对手想要挑战这一地位，因此需要对外国直接投资的动机进行更多研究。我们还发现，对于那些想在英国投资的投资者来说，首选的进入方式是兼并或收购。这让我们不禁要问，国际投资者是否比英国同行更有能力为英国创意企业筹集扩张所需的资金。即将与英国电影学院合作开展的一项研究将在游戏领域的背景下探讨这一话题。

各国政府经常利用文化创意产业的软实力来寻求实现国际外交目标，例如通过文化贸易和贸易协定促进更大的一体化，或影响外国政府解决冲突。Creative PEC 的研究表明，一方面，共享自由贸易协定的国家/地区倾向于更多地进行文化产品贸易（在其他条件相同的情况下）（Cevik 等人，2023）。另一方面，制裁往往会减少此类贸易。鉴于文化贸易在加强文化融合方面的作用，一旦制裁解除，就必须促进文化贸易以加强建设和平进程。

英国退出欧盟不仅使贸易和外国直接投资研究成为当务之急，还使移民研究变得更加紧迫。我们最早的一些研究着眼于英国脱欧前对欧盟移民的依赖（Bakhshi & Spilsbury, 2019）。这些研究表明创意产业更加依赖高技能工人和自由职业者，在设计 and 软件等领域面临技能缺口。后来的研究则表明创意专业的国际学生如何为英国高等教

育机构、全国创意分部门和当地经济做出贡献（Vermeulen 等人，2020）。最后，我们委托开展了一项研究，以评估英国脱欧对创意型中小企业人才库的影响，结果显示，一些企业正在感受到可招聘的人才库缩小所带来的影响。这些研究结果将对政府政策产生怎样的影响目前仍在讨论之中，但有证据表明亟需改变。

除了贸易和移民研究之外，我们还考虑了更广泛的软实力和国际合作问题。例如，我们召集了一个国际理事会，让来自世界各地的成员分享他们的观点，从而从更广阔的视角来了解该部门所面临的全球性挑战（见第 62-63 页）。我们还为 DCMS 委员会对促进英国海外发展的调查提供了信息。在这份意见书中，我们强调了英国创意部门在英国国际雄心中的重要地位，以及需要采取更具战略性的方法来利用该部门的软实力（Easton, 2022）。

Creative PEC 在这一领域的工作已经在帮助推动创意产业国际化所急需的更广泛的研究议程。但仍有许多工作要做。我们需要进一步了解英国出口商和外资企业在公司层面的特征，以便为旨在提高英国公司竞争力的政策提供信息，并评估外国直接投资的好处。我们还需要进一步了解数字化如何影响创意型公司以及那些从英国出口创意产品和服务的公司。

“我们发现，尽管有“脱欧”和“Covid-19”的影响，英国仍然是一个极具吸引力的投资地，尤其是在伦敦和东南部等创意产业发达地区，以及一些子行业。”

“在国际层面，我们需要更好地了解能否调整以及如何调整国际协议以专门加强创意贸易。”

在国际层面，我们需要更好地了解能否调整以及如何调整国际协议以专门加强创意贸易。我们还需要继续与政府合作，确保他们拥有改善移民体系所需的数据，并使其为具有如此重要经济和社会意义的部门服务。与此同时，对英国软实力的政策提及继续引发人们对如何证明这种无形效益的疑问。因此，随着全球动态不断变化并影响着英国创意企业的经验，我们需要全面的数据和证据来支持雄心勃勃且极具挑战性的政策议程。

行业洞察 →

Tom Adeyoola, 企业家

我是在 2008 年信贷危机最严重的时候创办 Metail 的。我的目标是利用最先进的计算机视觉技术解决在线服装问题。从 2008 年到 2019 年，我们建立了一支出色的团队，与剑桥大学密切合作开展研发工作，并筹集了超过 2500 万英镑的资金。

互联网让你几乎可以自由地访问和传播，让你能够为你的产品或服务找到客户，无论他们在哪里。英国的时尚业日渐衰落，高增长的零售市场也在别处，这让 Metail 的发展举步维艰。因此，与先发展国内市场再开拓国际市场的普遍想法背道而驰，我们选择让市场需求引领我们发展的方向：亚洲。至关重要的一点是，云计算等新技术的发展使我们能够轻松地为客户提供服务。

尽管英国作为创意出口国、学术领头羊和重量级软实力强国具备雄厚的实力，但政府和社会对创意产业的重视程度却严重不足。我们应该加倍加大对该行业的投资，并像其他国家将政策向工业倾斜一样将我们的政策向创意产业倾斜。例如，美国政府已将硅芯片制造和出口确定为具有战略和地缘政治重要性的领域，并采取了相应行动。为什么我们不为英国创意产业中具有战略优势的子行业（如生成式人工智能）采取同样的措施呢？

当然，英国决策者目前面临的一个问题是，在审视国际贸易和发展形势时，不能不考虑英国脱欧，因为英国脱欧给我们的增长轨迹带来了巨大的阻碍。其中一个挑战是英国脱欧对我们世界一流大学的人员配备和人才培养的负面影响。在 Metail，我们必须开拓思维，思考如何吸引和留住人才，因此我们建立了有效管理远程员工的能力。甚至在 Covid-19 之前，许多初创公司就已经建立了处理远程工作的流程和结构。

初创公司非常善于解决问题。如果限制性移民政策使他们难以在经营所在国雇用工作者，他们就会寻找最简单的方法来解决人才问题。那就是，他们将在经营所在国之外雇佣人才。这确实令人遗憾，因为这意味着将丧失在英国拥有高素质工作者、给英国缴纳税款和造福英国社会这些附带的好处。我们希望世界各地的人才都来英国，但除非我们的移民法允许这样做，否则这种情况就不会发生。

“其中一个挑战是英国脱欧对我们世界一流大学的人员配备和人才培养的负面影响。”

“互联网让你几乎可以自由地访问和传播，让你能够为你的产品或服务找到客户，无论他们在哪里。”

技能、工作和教育

Lesley Giles (*Work Advance*)
Heather Carey (*Work Advance*)

如何更好地设计我们的教育和就业体系, 为人们提供优质的创意工作以及在创意产业工作所需的技能。

创意产业的成功在很大程度上要归功于其劳动力。正是创意工作者的才华、能力和创新引领该部门为英国经济做出了重大贡献。因此, 了解这支队伍的特点并确保其技能组合不断发展, 以满足该行业快速变化的需求至关重要。

在证明高技能创意工作者对高绩效创意经济的重要性方面, Creative PEC 早期的研究发挥了至关重要的作用。事实上, 我们的研究表明, 95% 的创意工作者从事高技能型的专业或管理工作 (英国劳动力整体的这一比例为 46%), 73% 创意工作者拥有学位或更高级别的资格 (相比之下, 英国劳动力的这一比例为 44%) (Giles 等人, 2020)。

Creative PEC 的进一步研究不局限于这些初步的主要发现, 而是跟踪和了解创意就业和技能要求随时间推移而发生的变化。我们正在研究如何满足这些需求, 以优化创意劳动力的未来贡献。诸多因素不断干扰劳动力市场并使工作场所发生转变, 包括长期大趋势 (例如技术变革、气候危机和全球化) 的影响, 以及 Covid-19 大流行等更常见的短期冲击, 因此要确定并响应行业需求绝非易事。

Creative PE 的技能、就业和教育研究部门力求对整个创意经济进行总体战略评估, 并结合一系列更有针对性的深入研究, 以确定哪些方面存在需要解决的共同问题, 哪些方面的研究问题更为独特, 需要进行有针对性的深入研究。我们与创意产业利益相关者合作, 确定并解决最紧迫、最根深蒂固的就业和技能问题 (Carey 等人, 2019; Giles 等人, 2020)。总的来说, 这些研究有助于制定共同议程, 以确保研究、政策和实践的改进。这些研究针对一系列当前和长期的优先事项, 包括: 了解技能的演变和未来的技能; 促进良好的工作并提高管理实践的质量; 解决不平等问题并最大限度地发挥多元化人才的价值; 解决技能不匹配问题; 重视创意教育; 促进职业发展和终身学习; 获取国际人才; 以及加强英国各地的本地人才库。

Creative PEC 迄今为止的分析表明, 随着传统职业道路的转变 – 颠覆了终身工作的概念并创造出了更加多样化的职业组合 – 技能需求也发生了变化, 越来越重视创意技能 (Easton & Djumalieva, 2018; Bakhshi 等人, 2019)。相应的, 随着工作实践的转变, 新的、多样化的学习选择也随之出现。英国各地的国家技能和就业体系已采取措施, 提高继续教育和高等教育路线的质量, 开发技术教育途径, 并加强终身、模块化学习和基于工作的学习选择。在此背景下, Creative PEC 开展了研究, 以协助制定有利于创意产业的政策。

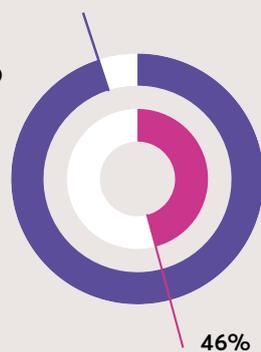
例如, 在高等教育 (HE) 改革的背景下, Bloom (2020) 和 Giles (2021) 研究了数据, 以更好地了解创意高等教育的价值, 并确保未来的资金决策在支持科学、技术、工程和数学 (STEM) 技能的同时, 保持对具备战略经济效益的创意领域的投资。事实上, 这项研究强调了创意专业

毕业生和创意工作之间的紧密联系, 并发现创意专业毕业生从事创意工作的积极性更高 (73% 的创意专业毕业生之所以从事他们的工作是因为提供了他们想做的工作类型, 相比之下, 非创意专业毕业生的这一比例为 66%)。总的来说, 这些研究结果有助于证明创意高等教育的重要贡献。政府在 2022 年高等教育政策声明和改革咨询中也承认了这一点, 在讨论被视为“具有战略意义”的学科时承认需要包含创意产业 (英国教育部, 2022)。

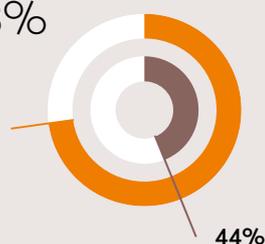
此外, 以英国不同地区的投资和技能项目的下放为重点的研究 (比如 Giles 和 Carey (2021) 以及 Williams 等人 (2022)) 还为如何改善当地的创意教育提供了指导。事实上, 这项研究概述了当地合作伙伴加强当地创意技能战略实施的关键成功因素; 加强伙伴关系; 利用定制、个性化的和地方性的创意举措丰富国家计划; 并从国际良好实践中汲取真知灼见。

“我们的研究表明, 95% 的创意工作者从事高技能型的专业或管理工作 (英国劳动力整体的这一比例为 46%), 73% 创意工作者拥有学位或更高级别的资格 (相比之下, 英国劳动力的这一比例为 44%)。 ”

95%



73%



与此同时，随着英国经济持续受到干扰以及启动经济复苏的需要，如何提供更多更好的工作岗位日益受到政策关注。这主要是由于非典型工作方式（包括自营职业、兼职工作、零时合同和零工经济工作）、薪酬限制和不稳定就业模式的增加。在这样的背景下，Creative PEC 的战略评估不能局限于就业和培训层面，而是应考虑良好工作在未来的作用 – 工作的设计要充分利用和培养多样化的创意人才。创意产业良好工作审查（创意产业政策与循证

中心，2023）由英国四个国家的全产业利益相关者共同完成，确定了针对产业需求的建议，以促进未来的创意就业和技能机会（Carey 等人，2023）。每个国家的政府都承诺实审查建议，制定国家计划，以建设更公平、更具包容性的创意工作场所。从整体上看，Creative PEC 的研究证据将决定今后几年的工作重点。它可以发挥关键作用，改善创意人才培养渠道，确保人才得到更有效的利用，推动创意经济未来的成功。

行业洞察 →

Tom Philipson, YourStudio 和 Vital Hardware 创始人

在我成长过程中，根本没有对创意职业的概念。我对这个行业一无所知。作为一个在农场长大的工人阶级的孩子，这种工作似乎是高高在上，遥不可及的。20 多岁时，我在一家设计工作室实习。我可以通过提供创意获得报酬，这让我十分震惊。

我们迫切需要减小工薪阶层孩子进入这个行业的难度。最大的障碍之一是技术。创意部门的变化和数字化如此激烈、如此迅速，人们还没有意识到我们已经远远落后了。孩子们从中小学和大学毕业后完全没有做好在该行业工作的准备。想想他们在学校的设计和技术课上学习的是木工而不是编码或其他数字技能，这种情况就不奇怪了。在这个现代化的世界中，我们仍在使用旧的工具和旧的思维。

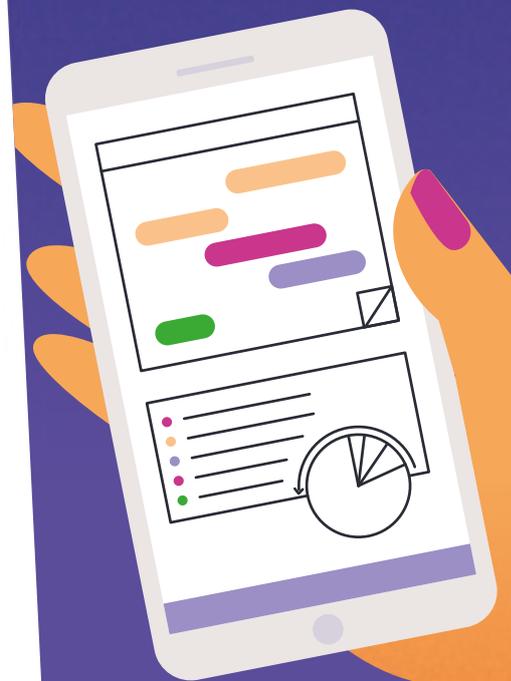
“我曾经和一个女孩聊天，她在手机上完成课程，她觉得拥有一台笔记本电脑就像拥有了超能力一样。”

当然，许多学校无力购买笔记本电脑来让孩子们开始他们的创意之旅。在大学里也没有助学金来支付这项技术的费用。如果你正在学习创意学科的课程，而你带着铅笔和便笺来上课，那么你显然处于劣势。

意识到这一点后，我创办了一个名为“Vital Hardware”的慈善机构，将创意产业的笔记本电脑送到贫困儿童手中，帮助他们取得成功。Covid-19期间，我听说一些家庭通过父母工作用的 iPhone 在家里给多个孩子上课，因为这是他们在家进行数字连接的唯一方式。我曾经和一个女孩聊天，她在手机上完成课程，她觉得拥有一台笔记本电脑就像拥有了超能力一样。

我认为改变这一现状是一项共同责任。政府需要通过向贫困儿童提供免费技术来提供帮助。这不仅可以帮助孩子，还将有助于创意产业和我们的经济发展。如果我们想成为全球创意强国，我们就需要多元化的思想和背景。这是毋庸置疑的。我们知道多元化最终会提高公司的利润。我们正在努力寻找人才，而我们拥有巨大的潜在人才来源可供开发。因此，让我们激励不同群体从事创意工作，并打破阻碍他们这样做的障碍。

“如果你正在学习创意学科的课程，而你带着铅笔和便笺来上课，那么你显然处于劣势。”



知识产权与监管

Martin Kretschmer 教授

(格拉斯哥大学)

Philip Schlesinger 教授

(格拉斯哥大学)

探讨如何保护人们从创意产品和服务中获益的权利，以及新技术的出现如何给监管机构提出挑战。

知识产权 (IP) 法通常授予专有权，鼓励个人和组织创作内容并投资内容的制作和传播，例如文字、音乐、视觉和视听材料以及设计。因此，版权的买卖可以被理解为创意产业的货币。知识产权 – 例如版权、设计权、商标和专利 – 非常复杂，其影响难以预测和评估。

相比之下，规章制度不是私人权利，而是对市场结构或可生产内容种类的公共限制。这些责任或义务（如制作地区新闻）或机遇（如税收减免）都可以得到明确阐述。

但权利和规章制度也可以成为竞争优势的来源，例如，它们能使一个国家成为对创意内容或创意技术投资更具吸引力的目的地。

权利和规章制度都是法律的产物。在贸易方面，它们通常被视为跨境贸易的非关税壁垒。例如，在一个国家/地区创建的社交媒体内容可能必须经过修改才能符合另一司法管辖区的条件。

我们为 Creative PEC 所做工作侧重于使法律与数字平台的出现保持一致。我们还就英国脱欧后面向全球市场的重新定位做出了回应。监管的范围有什么区别？

具体来说，我们的研究取得了以下成果。

- 我们对与版权法有关的所有现有经验证据进行了编目和综合，创建了一个创新的数据工具。这使行业和政策制定者能够按部门、国家、方法和结论对证据进行审查，并发现所开展研究中的偏差 (www.copyrightevidence.org)。
- 我们委托权威专家就各种版权问题编写了 21 份证据摘要，并在两年内相继发表，最终于 2022 年 10 月召开了一次会议 (CREATe, 2022)。
- 我们参与了关于初级创作者（比如作者和表演者等）劳动条件变化的公开辩论，发现作者的收入中位数在过去 15 年里急剧下降，导致英国初级创作的多样性减少 (Thomas 等人, 2022)。我们的同事参与了知识产权局对音乐产业中艺术家收入进行的一项极具影响力的审查 (Hesmondhalgh 等人, 2021)。
- 从消费者的角度来看，流媒体的增加缓解了盗版问题。我们对知识产权局收集的纵向数据进行的二次分析表明，订阅服务已经改变了行业的运作方式。现在它更关注支出而不是非法行为。数据还显示，仍有很大一部分人口（老年人和贫困人口）尚未享受到数字内容服务，这表明创意产业仍有潜力尚未开发 (Leung 等人, 2020)。
- 关于对大型科技和用户生成媒体的监管，我们对平台需要预测危害而不是事后应对这一预期进行了评估。我们发现，需要特别关注以新方式谈判国家和私人权力的行为准则和实践准则。我们分析了协调与竞争、内容审核和数据控制相关的相互冲突的监管要求的可能性 (Kretschmer 等人, 2021)。



尽管英国脱离欧盟单一市场为电子商务、知识产权和技术监管(如人工智能)方面的法律分歧留下了空间,但在互联数字环境中采用截然不同的国家监管方法颇具挑战性。英国在实践守则(针对平台公司)和机构间合作(通信监管机构 Ofcom、竞争与市场管理局数字市场部门、信息专员办公室和金融行为监管局之间)方面的新方法与其他全球模式存在竞争。平台是否愿意并且能够为每个司法管辖区调整服务条款?各国监管机构在实践中如何审核和执行网络平台的新义务?从平台到创作者的收入流是否正在发生变化?对新兴技术监管制度的影响进行国际比较分析应成为研究的重点。

“在互联数字环境中采用截然不同的国家监管方法颇具挑战性。”

行业洞察 →

Chris Michaels, The Reel Store 总监

媒体产业的基础是如何控制知识产权,以及如何对自己创造的知识产权进行授权并从中获得价值。这对创意产业至关重要。

涉及文化时,知识产权非常复杂。一方面,商业媒体市场希望知识产权受到严格监管,而另一方面,博物馆和美术馆却持相反的立场,因为它们认为自己的工作创造和分享知识。这就造成了受管制和不受管制的知识产权使用之间的持续冲突。

举一个非常简单的例子,如果你走进国家美术馆,拍下其中一幅画的照片,你就可以对它为所欲为,因为它处于不受监管的知识产权环境中。不过,国家美术馆控制着藏品的摄影作品的数字知识产权,进行授权并从中获得收益。鉴于信息在互联网上传播的速度,图像可以在很短的时间内传遍世界各地。只要有人把自己拍摄的梵高向日葵的照片放到 Instagram 上,Meta 就获得了非独占许可,可以永久使用这张照片。这使得权利的流动变得异常复杂。博物馆和文化组织规模非常小,在这些领域的行动能力极为有限。

英国脱欧让这些问题变得更加难以解决。尝试回答如何在不同的数字版权案例中管理知识产权的问题，例如针对公共领域作品或所谓的无主作品（无法追踪作者），会在不断变化的欧盟版权指令和英国法律之间产生矛盾。

这种知识产权冲突渗透到文化机构中。过去的八年里，无论是在大英博物馆还是国家美术馆，我都曾针对受监管知识产权方法与不受监管的知识共享方法孰对孰错进行过数十次对话。我的观点是两者都很有价值。国家美术馆既依赖于许可收入，也依赖于能够自由分享知识。两者之间的对话仍在进行，但问题基本上仍未解决。

技术变革的速度意味着监管机构需要灵活高效地制定新的监管政策。这一点尤其重要，因为当 Meta 等大型单体科技公司宣布新的内部监管政策时，它们会创建自己的道德和伦理框架。他们拥有足够大的平台，因此他们关于如何监管 Facebook 上的知识产权的内部决定使他们既是监管者，同时作为受国家知识产权监管的私营公司，又是参与者。但他们仍然是出于自己的利益行事，而监管机构则是代表社会开展工作。无论好坏，都不能让企业在这个领域完全自我监管。这是行不通的。■

“只要有人把自己拍摄的梵高向日葵的照片放到 Instagram 上，Meta 就获得了非独占许可，可以永久使用这张照片。这使得权利的流动变得异常复杂。”

研发与创新

Bruce Tether 教授 (曼彻斯特大学)
Josh Siepel 博士 (苏塞克斯大学)

政府和资助者应如何投资研发 (R&D), 对于开发新技术和鼓励创意产业创新而言至关重要。

创新不仅仅是一个口号。它关系到开发和引入新的产品、服务、体验、生产流程和工作方式, 包括建立新的合作。它对于经济增长、生产力、财富和福利至关重要。创意产业作为英国经济中最具活力的产业之一, 总体上具有高度创新性。这并不意味着该部门中的每个公司或组织都具有高度创新能力, 而是整个行业都在创新, 甚至在博物馆和美术馆等通常被视为变革缓慢的领域也是如此。事实上, Creative PEC 的研究强调了这些机构是如何尝试使用虚拟现实等数字技术为公众提供全新的沉浸式体验 (Allen, 2020; Kidd 等人, 2021)。

任何产业, 包括创意产业, 创新的核心活动都是研发。实际上, Creative PEC 的“创意雷达”调查发现, 尽管大多数创意企业都是小型或微型企业, 但三分之二的创意企业都从事研发工作 (Siepel 等人, 2020)。这些公司既有尝试虚拟现实和增强现实技术的公司, 也有开发在虚拟环境中宣传产品的新技术或为游戏引擎创造新用途的公司。调查还发现, 通过分配预算来让研发正规化的公司更有可能实现增长。然而, 虽然研发在创意部门很普遍, 但由于其独特性, 市场很可能对其供资不足 (Bakhshi, 2022); 也就是说, 研发支出主要集中在支付工人和自由职业者的时间, 而不是用于支付技术或设备 (Siepel 等人, 2022)。研发投资主要是无形的, 这使得银行等传统资金提供者难以支持创意企业, 从而导致一种极不公平的情况, 即有创新性的创意企业家更有可能利用个人财富为其公司提供资金 (Di Novo 等, 2022)。

许多国家通过税收减免来解决此类研发市场失灵问题。但是, 虽然英国政府为研发提供税收减免, 但它对研发的定义却很狭窄, 旨在解决与科技有关的不确定性。Creative PEC 研究发现, 许多创意公司的研发并不符合这些条件 (Siepel 等人, 2020、2021; Tether, 2021), 因此我们一再呼吁政府拓宽研发概念, 以促进创新 (Bakhshi, 2022; Bakhshi 等人, 2021)。重新定义研发的想法已在 2019 年保守党宣言中提出, 此后一直是政府调查的主题, 但我们的建议尚未得到采纳。

当然,创新不仅仅是研发。许多创意公司都从事设计工作,而设计与创新和出口密切相关 (Tether, 2021; Tether & Yu, 2022)。因此,拓宽研发概念固然重要,但我们绝不能只关注研发而忽视其他关键的创新活动,包括响应新技术等新机遇。创意技术 (createch) 的兴起 (Mateos-Garcia 2021a、2021b; Siepel 等人, 2022) 以及人工智能在创意领域的越来越多的应用 (Davies 等人, 2020) 都体现了这一领域的创新。但是,企业要充分利用这些机会并不总是那么简单,因为这涉及到研发、设计和其他活动。然而,他们不需要单打独斗: 与他人合作并利用外部资源 (例如创意集群和大学中的资源) 是关键所在 (Lyons & Davies, 2022)。

未来的研究应力求更全面地了解创意产业中研发、设计和其他创新形式之间的相互作用。这不仅有助于我们更好地了解这些活动,也有助于我们更好地了解支持这些活动的方式。更广义地说,创新就是对新机遇和新情况作出反应。了解创意公司和创意工作者如何通过创新来适应动荡,将有助于建立该行业未来的复原力。

“Creative PEC 的“创意雷达”调查发现,尽管大部分创意企业都是小型或微型企业,但仍有三分之二的企业从事研发工作。”



行业洞察 →

Sarah Ellis, 皇家莎士比亚剧团数字开发总监

研发是一个组织永无止境的探索过程。在皇家莎士比亚剧团 (RSC), 随着世界发生翻天覆地的变化, 我们正在为打造新的观众体验寻找机会。我们正处于一个非常特殊的历史时刻: 伴随着互联网长大的一代人与那些互联网在其成年工作后才出现的一代人的融合。这要求我们改变传统做法。

“研发需要成为组织价值观和结构的核心, 才能让组织蓬勃发展。”

我负责领导 RSC 未来的发展方向, 其中涵盖创新和数字技术, 并与我们作为慈善机构的宗旨紧密结合。作为一支劳动力, 我们正在探索如何扩展戏剧制作工具包, 如何设计新的创意观众体验以及如何将其与传统技艺相结合。

研发工作贯穿整个组织。我们在进行研发时也始终践行我们的价值观: 勇敢、可持续和无障碍。研发需要成为组织价值观和结构的核心, 才能让组织蓬勃发展。对我们来说, 研发可能意味着技术创新, 例如使用动作捕捉或新方式与新一代艺术家联系。这是一个广泛的组合, 融入所有团队以及我们的工作方式中。

我们从英国研究与创新机构 (UKRI) 获得了一笔“未来观众”补助金, 由艺术机构、技术和研究合作伙伴组成的联合体共同分享。这笔补助金提供了 30 个以研发为重点的独立工作计划, 使我们能够采取不同的方法。整个行业都感受到了影响。部分归功于我们通过“未来观众”项目所做的工作, RSC 现已被 UKRI 认定为一个独立的研究机构, 这将对我们在未来十年及以后能够开展的工作产生巨大影响, 因为这一身份使 RSC 能够申请资助机会。

研发税收减免对于我们的创新至关重要; 它使我们能够收回我们承担的部分风险。这正是政府干预和有针对性的计划可以发挥重要作用的地方。

创意产业最大的问题是缺乏多样性，导致创新同质化。这令人深感忧虑。很多时候，在该行业中无障碍访问被视为附加项，而不是应认真对待的问题。在创新和共同设计方面，新一代艺术家和创客并没有充分参与决策。他们被视为创新的受益者，而不是创新的组成部分。在 RSC，我们正在通过设立多学科计划来解决这个问题，这将大大增加市场上从业人员的数量。

当采用包容性原则进行创新时，将在商业上取得更大的成功。我们的“未来观众”项目的运作方式与传统戏剧完全不同。它吸引了 65,000 人前来观看，其中 76% 是 RSC 的新成员，40% 是 Y 世代或 Z 世代。我们不仅要拥有产品，还要参与产品的生产。这非常重要。■

“当采用包容性原则进行创新时，将在商业上取得更大的成功。”



多元化和包容性

Heather Carey (Work Advance)
Dave O'Brien 教授 (谢菲尔德大学)

研究创意产业中的结构性不平等以及我们应如何解决这些问题。

创意产业是 20 世纪 90 年代政策制定者提出的概念，旨在提供良好、高薪的工作岗位以及一系列更广泛的社会和经济效益。然而，视频游戏、戏剧、电影、音乐、视觉艺术和出版领域高调反对性别歧视、种族主义和其他形式歧视的运动，结合学术研究，已经证实这些行业存在严重的体制和劳动力问题。简而言之，它们既不包容，也不多元。

“Creative PEC 发现，超过一半 (52%) 的创意产业劳动力来自优越的社会经济背景，如果创意产业与其他经济部门一样具有社会经济多样性，它们将多雇用超过 250,000 名工薪阶层人员。”

在存在这些问题的背景下，Creative PEC 研究人员以大量学术研究为基础，证明创意产业偏向于特定的人口群体。该部门的一个突出特点是存在横向和纵向隔离，这意味着最高级和最有影响力的创意职务由来自中产阶级社会背景的白人男性占据。女性、残疾人、工人阶级、少数民族和其他少数群体的职业生涯和创意项目受到各种歧视性做法和劳动力市场条件的限制。

从这一出发点出发，Creative PEC 的研究旨在做出三点贡献：一是在创意产业多元化和包容性研究方面取得新突破；其次，让行业和政策制定者参与这些新研究；第三，提供切实可行的指导并提出全系统的政策解决方案，使创意产业更具包容性，从而更加多元化。



到目前为止，Creative PEC 研究主要集中在阶级和社会经济不平等问题上。这项工作表明，在创意职业和行业中，工人阶级背景的人长期缺失。例如，Creative PEC 发现，超过一半 (52%) 的创意产业劳动力来自优越的社会经济背景，如果创意产业与其他经济部门一样具有社会经济多样性，那么它们将多雇用超过 25 万名工薪阶层人员 (Carey 等人, 2021b)。这项研究包括对出版业以及首次对时尚和广告业进行的针对具体行业的全面研究，除此以外，Creative PEC 还发表了另一篇关于屏幕行业阶级的文章 (Carey 等人, 2021a)。

“这些行业存在严重的体制和劳动力问题。简而言之，它们既不包容，也不多元。”

工人阶级出身的人比例偏低，而中产阶级出身的人比例偏高，这是一个复杂的问题。Creative PEC 研究试图加强证据，并连贯一致地阐明创意行业阶级失衡的根本原因，确定了整个生命周期中基于阶级的 12 点不利因素 (Carey 等人, 2021b)。Creative PEC 的工作还进一步证明，在阶级、种族、性别、教育水平、残疾和经济地理的交叉点上，不平等现象更加严重。例如，一份 Creative PEC 报告重点关注了创意工作候选人的阶层和教育水平 (Carey 等人, 2020)。调查发现，与受过普通中等教育证书 (GCSE) 教育的工人阶级出身的候选人相比，出身优越、获得学位或以上学历的考生的成功几率要高出 5.5 倍。

为了解决其中一些问题，Creative PEC 研究人员与文化、媒体和体育部、社会流动性委员会和创意多样性全党派议会小组等政策和议会组织合作。这些合作为推动系统性变革的长期计划提供了支持，并为政策制定者、行业贸易机构、技能机构、教育工作者和雇主为解决造成创意部门根深蒂固的缺乏多元化和包容性所造成的不平等现象而做出的实际努力提供了信息。

为政策和实践变革提供指导一直是 Creative PEC 对创意产业研究以及该部门应对多元化和包容性问题的方式做出贡献的重要组成部分。对平等、多元化和包容性的关注将成为 Creative PEC 二次迭代的核心要素。

创意产业本身可能会在 Creative PEC 的洞察之上（这些洞察以学者们正在进行的广泛研究为基础）意识到：多样性和包容性不是可以通过单一干预措施或一次性予以解决的问题。此外，正如 Creative PEC 在其“良好工作审查”中所建议的那样，要使创意产业更加多元化，就需要重新思考工作实践并重新关注工作的质量和数量（Carey 等人，2023）。正如 Creative PEC 和其他机构的研究表明，使创意产业更加多元化是一项复杂且持续的挑战，需要同样动态的研究对策。

行业洞察 →

Tolu Stedford, Story Compound 联合首席执行官

12 岁那年，我进入了青年剧团。我的人生因此而改变。作为剧团中唯一的黑人孩子，而且来自社会经济地位较低的群体，我觉得自己非常幸运。但在我之后的演员生涯中，因为行业多元化的缺乏最终导致我放弃了演艺事业。我看到与我经验相当的白人演员得到了很多机会，而我却只能演妈妈或底层女性之类的角色。我开始创作自己的作品，以丰富这个生态系统，并为强大、多元化的角色提供机会。

这并不是说我们一直止步不前。小时候我喜欢看音乐剧，但没有一个黑人角色可以让我模仿。在我十几岁的时候，这种情况开始发生变化，在银幕上看到 Whoopi Goldberg 这样的人让我对可能性有了不一样的看法。我们在银幕上已经取得了很大的进步，但让我们明确一点：还有很多事情需要做。行业高层的权力仍然被白人掌握，或者说零星有几个有色人种。这并不是要求那些白人高层离开房间，但他

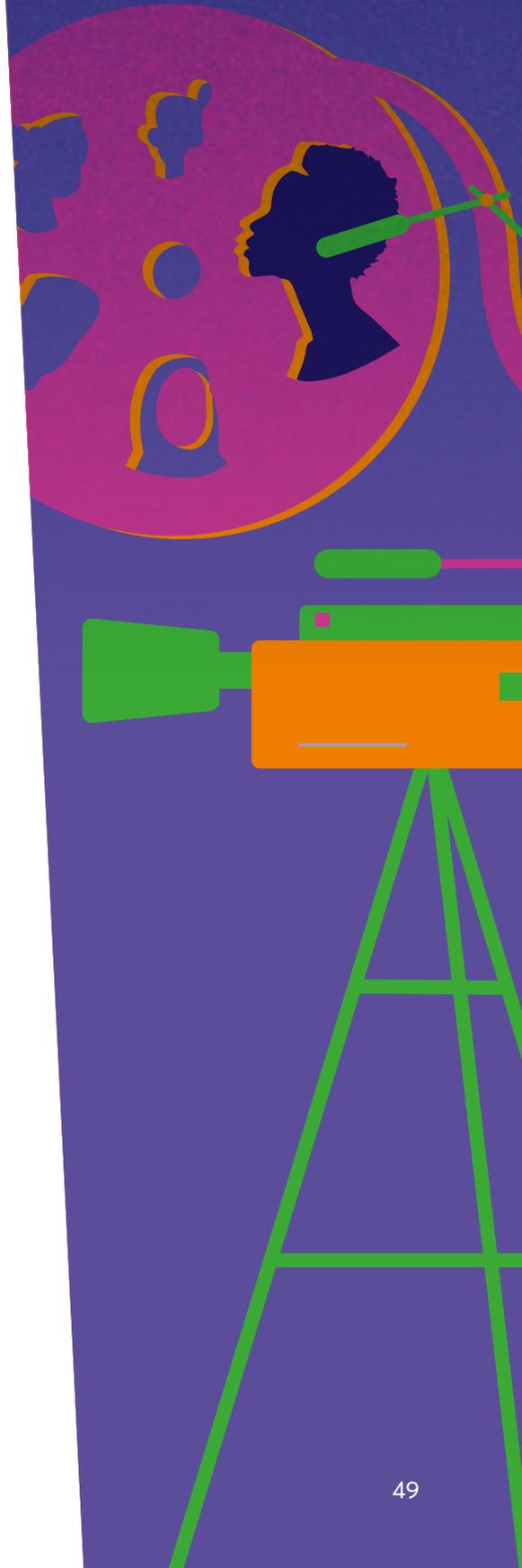
们需要敞开大门，为其他人的加入留出空间。即使从最好的角度考虑，这也很难，因为当你查看员工库时，选择往往非常有限。如果人们没有合适的经验，你就无法将他们提升到关键职位。我在 Story Compound 的工作包括研究人才输送渠道，并在我所说的“人才机器”上投入一些精力。政府需要投资于那些正在为行业职位（包括高层职位）培养多样化候选人的公司。

“我看到与我经验相当的白人演员得到了很多机会，而我却只能演妈妈或底层女性之类的角色。”

政策制定者还需要解决解决社会经济背景较差的人在加入该行业时面临的障碍。创意行业是精英和特权行业，因为你必须长期工作，而没有任何工作保障。我们迫切需要改变这种状况：社会经济地位较低的群体涵盖了所有其他边缘化群体，因此克服这些障碍将改变游戏规则，使更多优秀和多元化的人才能够进入该行业。

我们的员工队伍具备成功所需的一切：教育、才能、潜力、干劲和热情。现在，我们需要研究如何将他们过渡到该行业。这样做将带来丰富多样的内容，展现出世界的本来面貌。■

“政府需要投资于那些正在为行业职位（包括高层职位）培养多样化候选人的公司。”



商业模式和融资渠道

Josh Siepel 博士 (苏塞克斯大学)
Bruce Tether 教授 (曼彻斯特大学)

创意企业如何改变其运营方式、进入新市场并获得不同类型的资金。

创意产业公司如何赚钱？这取决于他们的商业模式。商业模式是指企业组织起来为客户提供价值和创造收入的方式。创意企业和工作者通过各种各样经常变化的商业模式创造收入。其中许多模式可能是新的，因为公司需要应对不断变化的市场或外部因素。公司的商业模式也会影响其获得资金的能力。因此，改变这种模式至关重要；为此，Creative PEC 的目标是更好地了解创意商业模式变革的驱动力，以及创意公司如何获得资金。

“企业所表现出的韧性以及他们为生存而改变业务实践的做法，对我们了解其适应能力大有裨益。”

在 Creative PEC 成立的头五年，我们见证了一场让许多公司的商业模式不得不发生巨大转变的事件：Covid-19 疫情。Creative PEC 的研究帮助记录了公司 (Burger, 2020; Leung & Davies, 2021) 和个人 (Bakhshi, 2020; Bakhshi 等人, 2022) 应对与封锁相关的剧变的方式。企业所表现出的韧性以及他们为生存而改变业务实践的做法，对我们了解其适应能力大有裨益 (Siepel 等人, 2021)。

Creative PEC 委托开展的研究还探讨了创意产业中不断变化的价值创造和分配方式 – 从自由职业者的职业道路和工作方式 (Henry 等人, 2021) 到议会、大学和其他大型雇主等当地支柱组织推动当地经济增长的方式 (如普雷斯顿等地) (Whyman 等人, 2021)。

许多创意企业的收入来自创意服务或内容。因此，他们可能没有银行或其他金融机构在评估公司价值或寻求抵押品时通常期望的有形资产。因此，创意企业可能难以获得发展所需的资金。Creative PEC 研究试图帮助厘清这个问题。例如，Di Novo 等人 (2022) 发现，在缺乏风险投资等资金来源的情况下，创新的创意企业主更有可能诉诸个人资本来为其企业提供资金。同样，“创意雷达 2020”报告显示，与大型集群中的公司相比，位于大型集群之外的微集群中的公司更可能希望发展壮大，但也更有可能将融资视为发展的障碍 (Siepel 等, 2020)。第二年，“创意雷达 2021”发现，许多公司已经确定了投资需求，但缺乏资金来进行这些关键投资 (Siepel 等人, 2021)。

未来的研究重点将包括了解公司为客户和整个社会创造价值的复杂且不断发展的方式，以及他们如何从这种价值创造中获益。另一个

重点事项是研究创意企业如何获得所需的资金来释放其增长潜力。从传统的建筑设计公司和依赖加密货币的游戏公司到独立唱片公司和剧团，各种创意商业模式之间存在巨大的差异，而所有这些模式都在应对快速变化的技术、监管和市场环境。这既是一个挑战，也是一个机会，可以让我们了解一个难以理解的领域。随着 Creative PEC 展望未来，与部门组织和公司合作以了解他们所面临的挑战，对于帮助确保这些部门的复原力变得越来越重要。

“Di Novo 等人 (2022) 发现，在缺乏风险投资等资金来源的情况下，创新的创意企业主更有可能利用个人资本来为其企业提供资金。”



行业洞察 →

Maria Tanjala, FilmChain 联合创始人

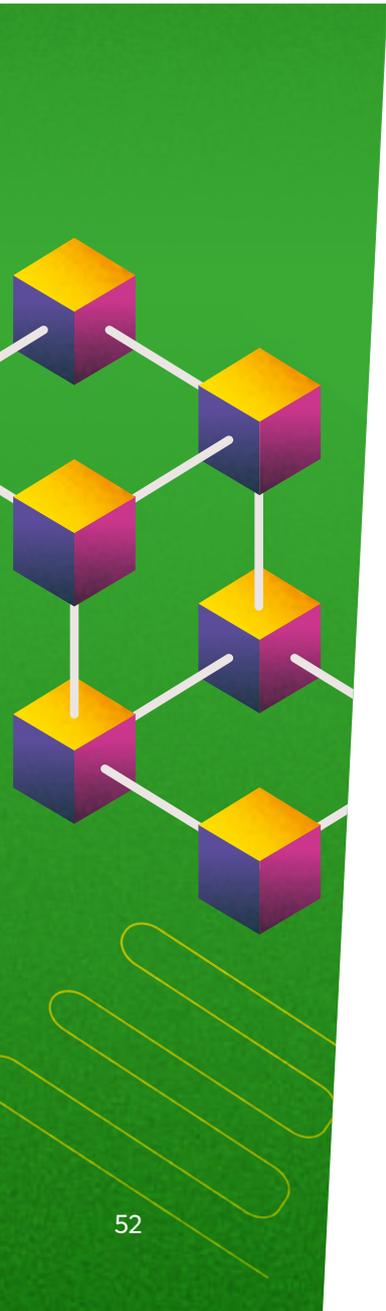
我已经创业八年了。2010 年我毕业时，没有什么机会让我开始导演生涯。于是我开始从事制作，一路晋升，最终成为一名制片人。最终，我在 2018 年与他人共同创立了 FilmChain，为那些在版税问题上苦苦挣扎的影视公司解决难题。

在影视行业，很多流程都是人工操作且不透明的。问责制不强，报告制度也很不完善。欧盟委员会 2022 年的一份报告发现，该行业大约 30% 的收入从未到过挣钱的人手中（欧盟委员会通信网络、内容和技术总局，2022）。有时制片人、投资者、金融家、销售代理和艺人总监需要数年时间才能拿到报酬。FilmChain 可获取这些收入并几乎实时支付。它本质上是一个自动版税管理系统。

FilmChain 一直走在利用区块链和金融技术等技术减少摩擦、加快支付流程的前沿。它是我们在英国创新署支持下开展的研发工作的重要组成部分。区块链使我们能够共享系统中运行的所有财务数据，这样，作为财务计划一方的利益相关者就可以核实交易和收入支付情况。虽然这可以建立信任并提供透明度，但所有支付都是以法定货币进行的，客户从不使用代币或加密货币。

Covid-19 疫情迫使影视行业的公司进行创新并改变其运营方式。随着人们在屏幕前花费的时间越来越多，他们开始习惯使用仪表盘、平台、洞察和分析等新系统和工具。一些企业主已经学会了如何成为一家数字化企业，这使他们乐于分享想法并接受技术举措。公司别无选择，只能调整其业务模式。

然而，影视行业仍然给人一种不受监管的感觉 – 一个法外之地。人们的工作时间长得离谱，雇主有时会剥削行业新人。在疫情期间，政策制定者对创意产业如何运作缺乏了解。例如，该行业的许多人很难获得休假计划，因为他们既是自营职业者，又是一年多次根据 PAYE 受雇的人。人们变得绝望，因为他们没有资格获得支持 – 他们掉进了夹缝中。行业报告还显示，电影和电视制作完全不可持续。例如，在 2015 年至 2020 年期间，82% 获得英国电影和电视艺术学院提名/获奖的制片人的年收入低于 15,000 英镑（英国制片



人圆桌会议, 2020)。必须传达的一个信息是: 如果不做出任何改变, 我们将继续流失人才 - 创业者、导演、制片人和内容创客 - 到能够满足他们需求的行业中去。■

“Covid-19 疫情迫使影视行业公司进行创新并改变其运营方式。”

“行业报告还显示, 电影和电视制作完全不可持续。例如, 2015 年至 2020 年期间, 82% 获得英国电影和电视艺术学院提名/获奖的制片人年收入低于 15000 英镑。”



公共服务广播

Stuart Allan 教授 (卡迪夫大学)

衡量公共服务广播 (PSB) 的经济和文化价值。

不同国家的媒体系统对公共广播服务 (PSB) 的定义也不尽相同。不过, 大多数定义都认为它应该围绕公共服务精神, 这与私营或商业广播的经济优先 (以利润为导向) 形成鲜明对比。PSB 系统通常还努力推进某些公民目标和规范价值观, 从而纠正已知的市场缺陷, 同时原则上保持独立于政府。

自上世纪 20 年代诞生以来, 英国不断发展的 BBC 模式产生了相当大的影响, 它的一些主要原则在一些国家被密切效仿。民意调查证据表明, 英国公众认为 BBC 是值得信赖的公正新闻来源, 并承认它在公共生活中发挥着重要且受人欢迎的作用 (Ofcom, 2022)。后者的例子包括 BBC 对奥运会和格拉斯顿伯里音乐节的报道、对乌克兰战争的目击报道、在 Covid-19 疫情期间为在校学生提供教育内容、对研发进行投资以及报道女王伊丽莎白二世去世的后续影响。

然而, 随着新技术和不断变化的受众行为持续改变着全球媒体格局, 探索 PSB 未来的作用和目的并分析它如何继续为英国公众创造价值变得至关重要 (Allan & Chivers, 2022b)。

除了学术报告和同行评审的期刊论文外, Creative PEC 研究还为许多重要的政策辩论做出了贡献。我们试图了解 PSB 的价值主张, 研究塑造了英国不同公共广播公司 (BBC、第 4 频道、第 5 频道、ITV 和 S4C) 的当前政策和目标如何使其观众、听众和在线读者受益。

在过去的五年里, 这支 Creative PEC 工作组的成员为无数调查收集并提交了证据, 包括: BBC 关于 75 岁以上老人免费电视执照的咨询; 下议院对 PSB 未来的审议; 数字、文化、媒体和体育部 (DCMS) 针对电视执照逃漏非刑罪化的调查; 两次通信管理局咨询 (一次是关于 BBC 计划减少分配给儿童新闻节目 *Newsround* 的广播时长, 另一次是关于 CBBC 的原创作品配额); 以及英国电影学院关于银幕上对儿童的表现形式的研究。

英国政府于 2022 年更新了 BBC 牌照费结算方案, 将牌照费再冻结两年, 然后每年随通货膨胀率上涨, 直至 2028 年, 之后我们向上议院通信委员会提交了口头和书面证据, 调查 BBC 未来的筹资模式 (Allan & Chivers, 2022a; 英国议会, 2022)。我们对政府决定取消第 4 频道私有化计划表示欢迎 (Chivers & Allan, 2022c)。在向 DCMS 和上议院的调查所提交的研究中, 我们表明了私有化如何以及为何会危及第 4 频道独特公共服务使命的可持续性、减少节目委托制作方面的竞争并破坏英国更广泛的广播生态 (Creative PEC, 2022; Chivers & Allan, 2022d)。最近, 我们仔细研究了政府的广播白皮书提案, 并通过 Creative PEC 网站等渠道分享了我们的评估意见 (Chivers & Allan, 2022b)。

“探索英国 PSB 未来的作用和目的, 并分析它如何继续为英国公众创造价值, 这一点至关重要。”

我们的公共价值研究为我们与政府和政策制定者的合作提供了大量信息。在 Creative PEC 的一份讨论文件中，我们开发了一种新的类型学，总结了 PSB 创造价值的六种形式 - 社会、文化、经济、工业、代表性和公民 - 以评估它们给不断变化的 PSB 生态带来的相应收益、约束、风险和机遇 (Allan & Chivers, 2022b)。虽然这一分析框架已被广泛引用，但我们仍在继续测试和完善其潜在的适用性，包括通过对广播领域意见领袖、行业专家和其他利益相关者进行深入访谈 (Chivers & Allan, 2022a)。

随着业界和政策制定者都在期待政府即将出台的《媒体法案》以及 BBC 2023 年的中期审查，我们希望为这些紧迫的辩论提供新的证据。我们这里的工作重点是 PSB 对 30 岁以下人群的价值定位及其对创建符合新市场现实的创新、有吸引力的内容的影响。随着 Netflix、Amazon Prime、Disney+ 等全球平台的影响日益扩大，在充满相当大的不确定性和技术颠覆的环境下，人们对 PSB 的未来产生了疑问，现在正是加强 PSB 对英国公共生活的贡献及其在振兴英国文化和创意产业方面的显著作用的时刻。

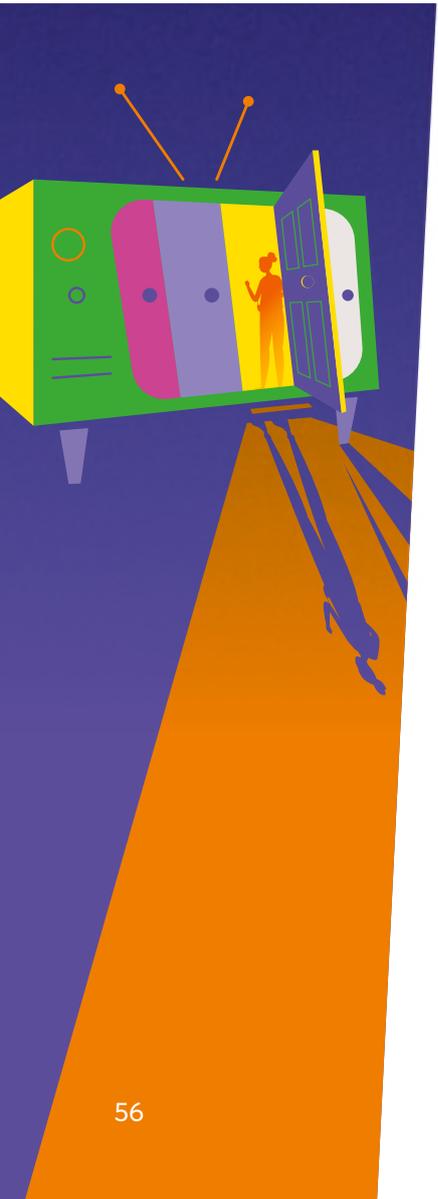
PSB 创造价值的六种形式



“我们开发了一种新的类型学，总结了 PSB 创造价值的六种形式 - 社会、文化、经济、工业、代表性和公民 - 以评估它们给不断变化的 PSB 生态带来的相应收益、约束、风险和机遇。”

行业洞察 →

Patrick Younge, BBC Production 前首席创意官



我的新闻从业生涯始于 20 世纪 80 年代末。我的第一份工作是在伦敦周末电视台。当时，他们正在制作一个关于 1981 年布里克斯顿骚乱 10 周年的节目，需要一个可以上门进行采访的黑人。我就是这么踏进电视圈的。在电视上看到 Trevor Phillips 和 Trevor McDonald 之后，我也想到走到台前，但在 BBC 找到一份地区报道工作后，我被安排去上口才课，因为我的口齿不够清晰。

我重返制作岗位，并在 BBC、第 4 频道和旅游频道（美国）不断晋升，之后领导了 BBC 的内部制作工作室。最近，我和别人共同创立了 Cardiff Productions，并担任卡迪夫大学理事会主席和 ITV 的非执行董事。

PSB 之所以重要，原因有很多，最明显的是它是可信赖的新闻和时事的来源。但我们需要将 PSB 视为一个生态系统。我们有商业 PSB、BBC（以牌照费作为资金来源的 PSB）和第 4 频道（以广告作为资金来源的 PSB）。我们的公共服务广播公司采用不同的经济模式，这使整个系统具有一定的弹性。

“许多人仍然从当地广播电台获取新闻，特别是在地方报纸纷纷倒闭的今天。BBC 地方服务对地方民主的重要性不容低估。”

过去 10 年来，PSB 发生了很多变化。其中最大的变化是数字交付点播服务需求的增长，Covid-19 则加速了这一增长。另一个重大变化是 BBC 自 2012 年以来实际削减了 30% 的经费。许多人仍然从当地广播电台获取新闻，特别是在地方报纸纷纷倒闭的今天。BBC 地方服务对地方民主的重要性不容低估。

政府政策影响 PSB 运作方式的一个例子是要求将广播工作从伦敦转移到其他地区。最初，广播公司必须在伦敦以外地区开展 25% 以上的工作，现在这一比例即将达到 50%。为了获得资金，许多公司，尤其是小公司纷纷迁出伦敦。这导致地区性工作岗位增多，但多样性减少。我们将制作公司搬到了卡迪夫，但为了吸引不同种族的员工，我们经常不得不从伦敦招募候选人。

创意产业已经变得岌岌可危。当我开始工作时，我签订了为期六个月的合同，但很快就转为一年期合同。现在，我们只按天来雇佣人员。这种缺乏保障的情况破坏了为实现更大的种族多元化和让更多工薪阶层加入该行业所做的努力。

未来五年，BBC 将制定新的章程和执照费结算方式。两级执照费的呼声越来越高，我非常反对这种做法，因为会有品位人士来决定什么是对大众有利的，什么是优质的，这样就失去了梦寐以求的普遍性原则。我们最终会拥有一个资金充足的 BBC 以及一个普遍且平等的筹资机制吗？这是巨大的政策挑战。■



气候

Alison Tickell (*Julie's Bicycle*)
Eliza Easton (*Nesta*)

创意产业如何为解决气候危机做出贡献。

2019年，英国议会通过一项动议，宣布进入环境和气候紧急状态。两年后，政府发布了“净零战略”：Build Back Greener（更环保地重建），提出了到2050年实现所有经济部门脱碳的建议（英国政府，2021）。现在，创意产业面临着一个推动自身和其他行业脱碳的重大机遇。关于气候危机的讨论一直由经济学家、科学家和政治家主导，价值观、生活方式、行为和品味方面的文化代表则基本缺席。我们需要改变这种叙事，让创意产业的从业人员 – 对我们的生活有着不可估量影响的设计师、策展人、艺术家和发明家 – 参与到解决方案的核心。

2021年，创意产业雇用了230万人，当时的数字、文化、媒体和体育部（DCMS）估计创意产业占英国经济总增加值（GVA）的5.6%（英国DCMS，2022a、2022b）。这产生了相当大的环境足迹，其中许多影响蕴含在全球复杂的供应链中。2022年，Creative PEC、创意非营利组织 Julie's Bicycle 和 BOP Consulting 合作编写了报告《创意产业与气候紧急状况：实现净零排放之路》（Julie's Bicycle & BOP Consulting, 2022）。此报告首次概述了从视觉艺术到视频游戏的所有创意产业对环境的影响，同时简要介绍了行业举措、进展障碍以及加强应对气候危机的现有努力所需采取的措施。

正如该报告所述，我们需要彻底改变以实现行业脱碳。当我们购买、使用、出售、处置或完成任何特定项目或内容时，我们做出的选择往往没有考虑环境后果 – 或者更常见的情况是，我们无法做出更好的选择，因为它们根本不存在。对环境的影响显而易见。然而，尽管形势严峻，但我们仍有理由保持乐

观。我们的研究传达出的重要信息是，创意部门充分理解气候和自然危机，采取行动是当务之急，并且正在认真考虑如何做正确的事情。从大型机构和公司到行业协会、艺术节和初创企业，各创意组织都决心推动积极的变革。这并不是简单的“漂绿”和模糊的行业声明，而是可以在具体目标和工作计划中看到的坚定承诺。限制无处不在，但我们意志坚定。

有很多例子展示了创意部门如何采取大规模行动来解决这一关键问题，下面给出了其中两个例子。“创意绿色工具”最初由 Julie's Bicycle 在10年前开发，现在每年有800多个国家组合组织（在一定年限内接受英格兰艺术委员会资助的艺术组织）使用该工具，帮助他们向英格兰艺术委员会报告其环境影响。英国电影电视艺术学院（BAFTA）的 albert 工具已被1,300家电视和电影制作公司使用。这两项举措都会计算公司活动对环境的影响，并促进减少影响的行动。



然而，该部门要想取得进一步进展，还需要政府的支持。尽管 2021 年在格拉斯哥举行的第 26 届联合国气候变化大会 (COP26) 帮助激发了行业行动，但自那以来英国政府的参与一直令人失望。国际方面的形势则更加乐观。2022 年在埃及沙姆沙伊赫举行的 COP27 上，艺术、设计、文化和遗产被证明是气候危机解决方案的有力倡导者，并且文化首次被纳入会议商定的政治实施计划 – 即最终封面决定中。这是一个开始：承认文化的重要性。

如果政府要支持创意产业的脱碳努力，我们建议政府不仅需要制定跨部门路线图，还需要制定能够承认该部门不同部分特性的分部门战略。这就是为什么在《创意产业和气候紧急状况报告》着眼于整个创意行业的同时，Creative PEC 还委托进行研究以满足分部门的特定需求。尤其值得一提的是，我们委托开展了两项研究，着眼于时尚界面临的独特而重大的挑战；以及一系列案例研究，这些研究将成为“剧院绿皮书”倡议的一部分 – 该计划将作为让制作更可持续的实用指南（剧院绿皮书，日期不详）。

还有许多工作要做，我们的研究为政府和行业提出了许多切实可行的建议。例如，设计委员会估计，产品约 80% 的环境影响在设计阶段就已确定 (Tischner 等, 2000)；因此，我们建议所有高等教育设计课程都应应将可持续发展作为必修内容。英国税务海关总署 (HMRC) 对税收的定义也需要修改。目前，该定义将艺术、人文和社会科学领域的研发排除在外，因此阻碍了创意公司更广泛地尝试碳减排或可持续创新。自《创意产业与气候紧急状况》发布以来，创意产业理事会一直在更加密切地关注气候问题，预计这项工作将在政府发布“创意产业部门愿景”后继续进行。

在研究议程方面，Creative PEC 将努力使气候成为未来所有工作中更重要的优先事项，一方面通过项目专门研究与脱碳等主题相关的挑战和机遇，另一方面确保气候问题贯穿我们所有其他主题。毕竟，将商业模式、出口和创新等主题与气候危机割离开来是毫无道理的将气候作为 Creative PEC 所有主题的优先事项也至关重要，因为预计环境影响评估将成为政府部门所有计划分析的强制性部分 (英国财政部, 2022)。

除了直接影响之外，创意产业还可能对社会产生不成比例的影响。因此，它们在促进积极变革方面具有独特的优势。创意社区已经围绕重要事项集结起来，他们具备聪明才智，目标明确且非常专注。现在，创意部门需要证据和政策支持以最大限度地发挥其影响力。



行业洞察 →

Stephen Bennett, Policy Lab 联合负责人和视觉艺术家

我对思想、证据、情感和政策之间的相互作用很感兴趣。我是一名职业视觉艺术家，也是 Policy Lab 的联合负责人，该团队的使命是通过设计、创新和以人为本的方法从根本上改善政策制定。

气候危机是一个关键的政策问题。有大量证据表明需要采取哪些措施来解决这个问题，但在全球范围内，我们没有看到所需的系统性政策干预。缺少了什么？神经学家 Donald B. Calne 给了我启发，他认为：“理性导致结论。感情导致行动” (Calne, 2010, p. 253)

这促使我开始研究艺术和科学在气候危机决策中可能发挥的作用。在《玻璃屋》等作品中，我尝试了不同的艺术手法，使信息变得或美丽、或难以辨认、或透明、或更简单或更复杂。在每一种情况下，我都在探究，当我们只关注证据时，有哪些东西被遗漏了。

艺术可以通过多种方式与科学信息一起来推动政策变革。我认真查看了各个艺术领域促使政策变化的案例研究 (Bennett, 2021)。BBC 的《蓝色星球 II》中有一个震撼人心的场景，David Attenborough 展示了塑料如何被信天翁反刍并喂给雏鸟的。议会很快就立法禁止供应塑料吸管、搅拌器和棉签。该政策获得了压倒性的公众支持，据 Waitrose Partners 的调查显示，88% 的人在观看该系列的最后一集后改变了使用塑料的方式 (Waitrose & Partners, 年份不详)。

“艺术可以开启关于美好生活愿景的积极对话，并产生采取行动的冲动和动力。”

艺术可以为美好的事物提供另一种选择。气候危机会唤起负面情绪 – 内疚、羞愧和不安全感 – 并促使我们关注我们不应该做的事。艺术可以开启关于美好生活愿景的积极对话，并产生采取行动的冲动和动力。对于艺术家来说，一个有趣的挑战是找到以直观、富有互动性、出人意料的方式参与和呈现政策证据的方法，以帮助人们想象和共同创造一个可能的未来。Policy Lab 正在通过 MANIFEST 等具有实际意义的项目将这一挑战带到政府的中心，该项目由艺术与人文研究委员会资助，旨在考虑艺术家在政策过程中可以发挥的作用。

艺术以及更广泛的创意产业也可以采取一些实际的方式来引领气候行动，特别是通过工艺和材料。作为一名职业艺术家，我向自己发起了一项挑战，即在创作艺术品时不使用新材料。从可持续发展的角度来看，对我们自己施加这些限制不仅很重要，而且会促使我们以不同的方式思考，并且往往会产生更富原创性的作品。创意产业可以带头培养这种思维方式：挑战现有流程，以新的、可持续的方式做事。

我的主要价值观之一就是证据在决策中的重要性。但如果你忽视其他方面 – 情感、价值观、偏好和故事 – 你就注定会失败。这并不是简单地说“我们有证据，现在我们需要一些创造性的东西来引起人们的注意”，而是更值得深入探究，可以累加并且是非线性的。这关系到我们如何以感官和对话的方式与证据互动。对于艺术家和创意产业来说，参与其中是一个令人兴奋的挑战。■

“作为一名职业艺术家，我向自己发起了一项挑战，即在创作艺术品时不使用新材料。”



Creative PEC 国际理事会



Creative PEC 国际理事会是由英国文化协会召集并由世界各地的领先政策和创意经济从业者组成的网络。该理事会在审查 Creative PEC 的活动并提供国际视角方面发挥着关键作用，自理事会成立以来，已成为与创意部门有关的全球问题的主要发声者。

疫情期间，国际理事会的多位成员向我们讲述了他们面临的挑战、经历和灵感来源。作为博客系列的一部分，来自巴西的 Edna dos Santos-Duisenberg、肯尼亚的 George Gachara 和美国的 Laura Callanan 为我们讲述了疫情对创意产业的影响（Creative PEC, 2021b）。

随后，在 2021 年，该理事会与英国文化协会合作，调查南半球非正规经济与文化经济之间的关系，成果包括一次在线会议和一份报告（英国文化协会，2021）。

联合国大会宣布 2021 年为“创意经济促进可持续发展国际年”。此举旨在强调创意产业在促进创新、包容性经济增长和人人享有机会方面的核心作用。Creative PEC 发布了《文化创意产业全球议程》，为实现这一目标做出了贡献。该议程由国际理事会编制并于 2021 年 12 月发布（Creative PEC, 2021a）。提供 16 种语言版本。

《全球议程》是 Creative PEC 关于创意产业的旗舰级国际出版物，也是对世界各国政府的重要行动呼吁。它提出了支持联合国可持续发展目标的 11 项行动。发布之后，Creative PEC 收到了联合国教科文组织总干事的一封信，信中感谢了理事会制作的这份议程及其对创意经济促进可持续发展国际年的贡献。

2022 年 11 月，英国文化协会和 Creative PEC 在伊斯坦布尔召开了一次研讨会，国际理事会成员再次齐聚一堂，讨论进展和未来计划。在土耳其期间，Creative PEC 国际理事会还与英国文化协会土耳其分会共同举办了一次国际会议，会议主题是国际理事会的 11 点议程。共有 121 人出席了此次论坛，还有 660 人通过虚拟方式参加。来自大欧洲（中亚、南高加索、土耳其、乌克兰和西巴尔干地区）以及巴西、加拿大、捷克共和国、埃及、埃塞俄比亚、法国、肯尼亚、吉尔吉斯斯坦、印度、印度尼西亚、卢旺达、坦桑尼亚、瑞士、南非、乌干达、英国和美国的代表在会上发言。Creative PEC 计划今后在国际舞台上开展更多的工作。

致谢

顾名思义，联盟就是一群人为了共同的目标而携手合作。这正是 Creative PEC 的宗旨：来自行业、研究和政策部门的代表联手推动英国创意产业的包容性增长。

我们感谢所有联盟合作伙伴、研究人员以及行业倡导者在过去五年中的辛勤工作。Creative PEC 很荣幸能受益于他们的专业技能、知识和见解，如果没有他们，Creative PEC 就无法实现其将研究和行业与政策制定联系起来的独特模式。国际理事会也发挥了重要作用，使我们的工作具有全球洞察力和影响力。特别感谢 Nesta 在 Creative PEC 成立的前五年为其提供的支持和帮助。

最后同样重要的是，我们非常感谢艺术与人文研究委员会 – 如果没有其过去五年的资助，这一切都不可能实现。

对页： Creative PEC 国际理事会成员于 2019 年 5 月在伦敦召开会议。

左： Creative PEC 副总监 Eliza Easton，在 2022 年于伊斯坦布尔举行的创意产业国际政策论坛上发表讲话。此次研讨会安排了一天专门讨论 Creative PEC 和英国文化协会的《创意产业全球议程》报告。

摄影师： Özkan Yenihayat



参考书目

创意英国：路在何方？

Bakhshi, H. (2020). 衡量创意经济：政策制定者指南 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/measuring-the-creative-economy-a-guide-for-policymakers>

Bakhshi, H. (2022). 研发的艺术：为什么将艺术、人文和社会科学领域的研发纳入研发税收减免范围将促进英国创意产业的创新？创意产业政策与循证中心。
<https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-of-r-and-d>

Bakhshi, H., Breckon, J., & Puttick, R. (2021). 艺术、人文和社会科学领域的研发在商业环境中是什么样的，以及为什么研发很重要 [政策简报]。创意产业政策与循证中心；Nesta。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/business-r-d-in-the-arts-humanities-and-social-sciences>

Bakhshi, H., Davies, J., Freeman, A., & Higgs, P. (2015). 英国创意和高科技经济的地理分布。Nesta。
<https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-the-uks-creative-and-hightech-economies>

Bakhshi, H., Djumalieva, A., & Easton, E. (2019). 创意数字技能革命。创意产业政策与循证中心；Nesta。
<https://pec.ac.uk/research-reports/the-creative-digital-skills-revolution>

Bakhshi, H., Frey, C. B., & Osborne, M. (2015). 创意与机器人：创意经济和未来就业。Nesta。
<https://www.nesta.org.uk/report/creativity-vs-robots>

Bakhshi, H., Hargreaves, I., & Mateos-Garcia, J. (2013). 创意经济宣言。Nesta。 <https://www.nesta.org.uk/report/a-manifesto-for-the-creative-economy>

Balawejder, F., & Monahan, E. (2020). 解决部门问题的有效政策方法。产业战略委员会。
<https://industrialstrategy council.org/effective-policy-approaches-sectoral-issues>

Bazalgette, P. (2017). 对创意产业的独立审查。英国数字、文化、媒体和体育部。 <https://www.gov.uk/government/publications/independent-review-of-the-creative-industries>

Carey, H., Florisson, R., O'Brien, D., & Lee, N. (2020). 进入和发展：英国创意产业的阶层、参与度和工作质量。创意产业政策与循证中心；Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/getting-in-and-getting-on-class-participation-and-job-quality-in-the-uks-creative-industries>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021). 创意经济中的社会流动性：重建和升级？创意产业政策与循证中心。
<https://pec.ac.uk/research-reports/social-mobility-in-the-creative-economy-rebuilding-and-levelling-up>

Carrascal-Incera, A., McCann, P., Ortega-Arguiles, R., & Rodríguez-Pose, A. (2020). 历史和国际比较背景下的英国地区间不平等，国家经济评论研究所。Advance 在线发布。
<https://doi.org/10.1017/nie.2020.26>

Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S., & Mateos-Garcia, J. (2010). 创意集群和创新：在地图上展现创意产业布局。Nesta。 <https://www.nesta.org.uk/report/creative-clusters-and-innovation-report>

Chivers, T., & Allan, S. (2022). 公共服务广播的公共价值是什么？探索不断发展的媒体环境中的挑战和机遇 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。
<https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-is-the-public-value-of-public-service-broadcasting>

Du, J., Shepotylo, O., & Satoglu, E. B. (2023). 英国脱欧的不确定性和国际服务贸易：来自 2014-2019 年英国创意产业的证据 [讨论文件]。商业繁荣中心；阿斯顿大学；创意产业政策与循证中心。
<https://pec.ac.uk/discussion-papers/brexit-uncertainty-and-international-trade-in-services>

Davie, T. (2022). 引领英国迈向数字化：BBC 总干事 Tim Davie 在皇家电视协会的讲话。
<https://www.bbc.com/mediacentre/speeches/2022/tim-davie-director-general-royal-television-society>

Di Novo, S., Fazio, G., & Vermeulen, W. N. (2020). 有关英国创意产品和服务国际贸易的 12 个事实。创意产业政策与循证中心；纽卡斯尔大学。
<https://pec.ac.uk/research-reports/12-facts-about-the-uks-international-trade-in-creative-goods-and-services>

Fazio, G. (2021, 1月22日). 英国/欧盟贸易与合作协定。创意产业政策与循证中心博客。
<https://pec.ac.uk/blog/the-uk-eu-trade-and-cooperation-agreement-whats-in-it-for-the-creative-industries-and-the-steps-ahead-1>

Giles, L., Spilsbury, M., & Carey, H. (2020). 职场视角：创意产业的技能需求、不匹配和发展。创意产业政策与循证中心；Work Advance；Work Foundation。
<https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-skills-monitor>

Goddard, J. (2022年, 10月6日). 电脑游戏中的战利品：它们是赌博的一种形式吗？英国议会、上议院图书馆：聚焦。
<https://lordslibrary.parliament.uk/loot-boxes-in-computer-games-are-they-a-form-of-gambling>

Julie's Bicycle, & BOP Consulting. (2022). 创意产业和气候紧急情况：实现净零排放之路。创意产业政策与循证中心；Julie's Bicycle；BOP Consulting；艺术与人文研究委员会。
<https://pec.ac.uk/research-reports/creative-industries-and-the-climate-emergency>

Mateos-Garcia, J., & Bakhshi, H. (2016). 英国的创意版图：创意集群、创意人才和创意网络。Nesta。
<https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-creativity-in-the-uk>

Mateos-Garcia, J., Klinger, J., & Stathoulopoulos, K. (2018). 创意国度：创意产业如何为英国国家和地区提供动力。Nesta。
<https://www.nesta.org.uk/report/creative-nation>

Moore, P. (2021). 文化经纪及创意集群: 疫情环境下的未来银幕 NI 和升级。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/community-voluntarism-to-community-economy>

Nesta. (2013). 新世代: 将英国转变为世界领先的视频游戏和视觉效果行业人才中心。 <https://www.nesta.org.uk/report/next-gen>

北方文化全党派议会小组. (2022). 文化案例: 北方文化需要重建、重新平衡和恢复什么。 <https://northernculture.org.uk/wp-content/uploads/2022/01/NCAPPG-The-Case-for-Culture-Report.pdf>

北爱尔兰经济部. (2021). 10 倍经济: 北爱尔兰的创新十年。 <https://www.economy-ni.gov.uk/publications/10x-economy-economic-vision-decade-innovation>

北爱尔兰电影电视委员会. (2004). 提高文化水平: 北爱尔兰动态影像媒体教育案例。 <https://www2.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-case-for-moving-image-media-education-in-northern-ireland.pdf>

Ofcom. (2020a). 小屏幕: 大型辩论 – 公共服务广播五年回顾 (2014-18)。 <https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/what-issbd/ssbd-five-year-review>

Ofcom. (2020b). 小屏幕: 大型辩论咨询 – 公共服务媒体的未来。 https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/__data/assets/pdf_file/0032/208769/consultation-future-of-public-service-media.pdf

RSA. (2022). RSA 首席执行官 Andy Haldane 在布拉德福德文化节上发表讲话。 <https://www.thersa.org/fellowship/news/rsa-ceo-andy-haldane-speaks-at-the-bradford-literature-festival>

苏格兰政府. (2004). 文化政策声明。 <https://shiftyparadigms.files.wordpress.com/2015/08/cultural-policy-statement.pdf>

苏格兰政府. (2019). 创意产业政策声明。 <https://www.gov.scot/publications/policy-statement-creative-industries/pages/1>

Siepel, J., Bakhshi, H., Bloom, M., & Velez Ospina, J. (2022). 了解创科研发。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/understanding-creatch-r-d>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). 创意产业雷达: 绘制英国的创意集群和微集群图。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Sumption, M. (2022). 人才短缺、高需求职业以及英国脱欧后的移民制度。牛津经济政策评论, 38(1), 97-111。 <https://academic.oup.com/oxrep/article/38/1/97/6514754>

英国竞争和市场管理局. (2022 年, 11 月 29 日). 音乐流媒体报告发布 [新闻稿]。 <https://www.gov.uk/government/news/music-streaming-report-published>

英国商业、创新和技能部. (2010). 关于税收目的研究和开发含义的指南。 <https://www.gov.uk/government/publications/guidelines-on-the-meaning-of-research-and-development-for-tax-purposes>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2018). 文化数字化。 <https://www.gov.uk/government/publications/culture-is-digital>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2021). DCMS 部门国民经济预测: 2011-2020。 <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-national-economic-estimates-2011-to-2020/dcms-sector-national-economic-estimates-2011-2020>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022a). DCMS 部门经济预测。 <https://www.gov.uk/government/collections/dcms-sectors-economic-estimates>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022b). DCMS 部门经济预测: 2021 年 7 月至 2022 年 6 月就业率。 <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-employment-july-2021-june-2022>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022c). DCMS 部门经济预测: 劳动力, 2021 年 1 月至 12 月。 <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-workforce-2021/dcms-sectors-economic-estimates-workforce-january-to-december-2021>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022d). 接下来: 政府对广播部门的愿景 [政策文件]。 <https://www.gov.uk/government/publications/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector>

英国教育部. (2019). 对 18 岁以后教育和资助的独立审查小组报告。 <https://www.gov.uk/government/publications/post-18-review-of-education-and-funding-independent-panel-report>

英国教育部. (2021). 工作技能: 终身学习以获得机会和成长。 <https://www.gov.uk/government/publications/skills-for-jobs-lifelong-learning-for-opportunity-and-growth>

英国教育部. (2022). 高等教育政策声明和改革磋商。 <https://www.gov.uk/government/consultations/higher-education-policy-statement-and-reform>

英国升级、住房和社区部. (2022). 升级英国 [政策文件]。 UK <https://www.gov.uk/government/publications/levelling-up-the-united-kingdom>

英国政府. (2017). 产业战略: 建设一个适应未来的英国。 <https://www.gov.uk/government/publications/industrial-strategy-building-a-britain-fit-for-the-future>

英国政府. (2018). 创意产业: 部门交易。 <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal>

英国政府. (2022a). 针对数字市场新的鼓励竞争制度磋商的政府回应。 <https://www.gov.uk/government/consultations/a-new-pro-competition-regime-for-digital-markets/outcome/a-new-pro-competition-regime-for-digital-markets-government-response-to-consultation>

英国政府. (2022b). 毕业生成果 (LEO)。 <https://explore-education-statistics.service.gov.uk/find-statistics/graduate-outcomes-leo/2018-19>

英国下议院数字、文化、媒体和体育委员会. (2021a). 音乐流媒体中的经济学。 <https://publications.parliament.uk/pa/cm5802/cmselect/cmcmds/719/71902.htm>

英国下议院数字、文化、媒体和体育委员会。(2021b)。公共服务广播的未来。<https://committees.parliament.uk/work/90/the-future-of-public-service-broadcasting/publications>

英国上议院通信和数字委员会。(2022)。改变许可方式: BBC 未来资金来源。<https://committees.parliament.uk/work/6513/bbc-future-funding>

英国研究与创新委员会。(2022)。进入元宇宙: 投资英国创意产业。<https://www.ukri.org/news/enter-the-metaverse-investment-into-uk-creative-industries>

英国研究与创新委员会。(2023)。为创意产业提供动力。<https://www.discover.ukri.org/research-and-innovation-powering-the-creative-industries/>

英国银幕联盟。(2020年, 3月19日)。内政部分令再次审查紧缺职业清单。<https://www.ukscreenalliance.co.uk/news/home-office-orders-yet-another-review-of-the-shortage-occupation-list>

英国财政部。(2021)。更好地重建: 我们的发展计划。<https://www.gov.uk/government/publications/build-back-better-our-plan-for-growth>

Vignoles, A. (2021年12月7日)。高等教育有何价值? 创意产业政策与循证中心博客。<https://pec.ac.uk/blog/what-value-higher-education>

Vilares, M., Rausell, P. & Martínez, C. (Eds.). (2022)。衡量欧盟的文化和创意部门: 最终报告。衡量文化创意产业联盟。<https://www.measuring-ccs.eu/the-measuring-ccs-consortium-publishes-the-final-report>

威尔士政府。(2020)。表现艺术。<https://hwb.gov.wales/curriculum-for-wales/expressive-arts>

Wright, D., & Gray, C. (2022)。文化的数字化以及英国文化政策不断变化的版图。国际文化政策杂志, 28(7), 799–812。<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286632.2022.2137149>

创意产业的地理分布

Bloom, M., Camerani, R., Casadei, P., Masucci, M., Siepel, J., & Velez-Ospina, J. (2020)。创意集群研究的演变与趋势: 系统性文献综述和未来的研究议程。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/evolution-and-trends-of-creative-cluster-research>

Gutierrez-Posada, D., Kitsos, T., Nathan, M., & Nuccio, M. (2021)。创意产业会产生乘数效应吗? 来自英国城市的证据, 1997-2018[讨论文件]。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/do-creative-industries-generate-multiplier-effects>

Lee, N. (2014)。英国的创意产业和城市经济增长。环境与规划 A: 经济与空间, 46(2), 455–470。

Lee, N., & Rodríguez-Pose, A. (2014)。创意、城市和创新。环境与规划 A: 经济与空间, 46(5), 1139–1159。<https://doi.org/10.1068/a46202>

Mateos-Garcia, J., & Bakhshi, H. (2016)。英国的创意版图: 创意集群、创意人才和创意网络。Nesta。<https://www.nesta.org.uk/report/the-geography-of-creativity-in-the-uk>

Mateos-Garcia, J., Klinger, J., & Stathoulopoulos, K. (2018)。创意国度: 创意产业如何为英国国家和地区提供动力。Nesta。https://media.nesta.org.uk/documents/creative_nation-2018.pdf

McFadzean, L., Giannachi, G., & Evans, J. (2022)。海滨度假胜地和乡村城镇的创意产业创新 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/seaside-resorts-and-country-towns>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020)。创意产业雷达: 绘制英国的创意集群和微集群图。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021)。创意雷达 2021: COVID-19 对英国创意产业的影响。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2019)。注意缺口: 英国创意产业的区域不平等 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/mind-the-gap-regional-inequalities-in-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2022)。创意集群和稀疏空间: 曼彻斯特的创意产业以及贫困和繁荣的地理分布[讨论文件]。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-clusters-and-sparse-spaces>

The FuseBox. (2013)。The Brighton Fuse。<http://www.brightonfuse.com>

英国数字、文化、媒体和体育部。(2022)。DCMS 部门经济预测 2019: 商业人口统计。<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2019-business-demographics>

英国升级、住房和社区部。(2022)。升级英国 [政策文件]。<https://www.gov.uk/government/publications/levelling-up-the-united-kingdom>

Velez, J., Siepel, J., Hill, I., & Rowe, F. (2022)。绘制并研究英格兰乡村创意微集群的决定因素。国家乡镇企业创新中心; 创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/research-reports/rural-creative-microclusters>

艺术与文化的价值

英国艺术委员会。(2022)。文化遗产资本: 指导说明。<https://www.artscouncil.org.uk/culture-heritage-capital>

Bakhshi, H. (2020年8月7日)。封锁期间数字文化消费的十点思考。创意产业政策与循证中心博客。<https://pec.ac.uk/blog/ten-reflections-on-the-consumption-of-digital-culture-in-lockdown>

文化价值中心。(日期不详)。COVID-19 对文化部门的影响。<https://www.culturalvalue.org.uk/the-team/covid-19-research-project>

Davies, J., Klinger, J., Mateos-Garcia, J., & Stathoulopoulos, K. (2020)。人工艺术: 人工智能和创意产业。创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-in-the-artificial>

Kidd, J., & Nieto McAvoy, E. (2019)。博物馆、画廊和遗址的沉浸式体验: 研究结果和问题回顾 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/immersive-experiences-in-museums-galleries-and-heritage-sites-a-review-of-research-findings-and-issues>

Kidd, J., & Nieto McAvoy, E. (2022)。隔离区的文化? 封锁期间文化机构使用 Twitter 的情况 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/culture-in-quarantine>

Kidd, J., Nieto McAvoy, E., & Ostrowska, A. (2022)。针对混合性、不平等和过度可见性的磋商: 博物馆和美术馆的社交媒体对 COVID-19 疫情的反应。文化趋势。Advance 在线发布。 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09548963.2022.2122701>

Lawton, R., Fujiwara, D., Arber, M., Lagarde, A. O'Donovan, P., Cranmer, H., Bakhshi, H., & Davies, J. (2022)。英国艺术委员会: 地方博物馆利益转移报告。英国艺术委员会。 <https://www.artscouncil.org.uk/culture-heritage-capital>

Nieto McAvoy, E., & Kidd, J. (2022)。加密艺术和价值问题: 紧急问题审查 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/crypto-art-and-questions-of-value>

Sagger, H., Philips, J., & Haque, M. (2021)。重视文化和遗产资本: 为决策提供信息的框架。英国数字、文化、媒体和体育部。 <https://www.gov.uk/government/publications/valuing-culture-and-heritage-capital-a-framework-towards-decision-making>

Towns Fund (日期不详)。关于: 什么是城镇基金? <https://townsfund.org.uk>

英国政府。(2021)。新升级和社区投资。 <https://www.gov.uk/government/collections/new-levelling-up-and-community-investments#the-levelling-up-fund>

英国议会。(2022)。数字技术对英国艺术和文化的影响 [研究简报]。 <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/POST-PN-0669/POST-PN-0669.pdf>

Walmsley, B., Gilmore, A., O'Brien, D., & Torreggiani, A. (Eds.)。 (2022)。危机中的文化: COVID-19 对英国文化部门的影响以及我们的下一步发展。文化价值中心。 <https://www.culturehive.co.uk/CV/resources/culture-in-crisis-impacts-of-covid-19>

国际、贸易和移民

Bakhshi, H., & Spilsbury, M. (2019)。英国创意企业的移民和技能需求: 2018 年 1 月创意产业理事会移民和技能调查结果。创意产业政策与循证中心创意产业理事会。 <https://pec.ac.uk/research-reports/the-migrant-and-skills-needs-of-creative-businesses-in-the-united-kingdom>

Cevik, M., Fazio, G., & Maioli, S. (2023)。贸易协定和文化产品贸易。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/trade-agreements-and-trade-in-cultural-goods>

创意产业贸易和投资委员会。(2022)。让英国创意产业居于舞台中央: 2022-2025 年创意产业国际战略。 <https://www.thecreativeindustries.co.uk/download-hub/citib-international-strategy-2022-2025>

Di Novo, S., Fazio, G., & Vermeulen, W. N. (2020)。有关英国创意产品和服务国际贸易的 12 个事实。创意产业政策与循证中心; 纽卡斯尔大学。 <https://pec.ac.uk/research-reports/12-facts-about-the-uks-international-trade-in-creative-goods-and-services>

Easton, E. (2021)。英国出口战略中的创意产业。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/the-creative-industries-export-strategy-insights-for-policy-makers>

Easton, E. (2022)。创意产业政策及循证中心提交的书面证据。创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/government-submissions/pecs-submission-promoting-britain-abroad-inquiry>

Fazio, G. (2021)。对经济学文献中创意贸易的回顾。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/a-review-of-creative-trade-in-the-economics-literature>

Jones, J., & Fazio, G. (2022)。创意产业外国直接投资的性质 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-nature-of-foreign-direct-investment-in-the-creative-industries>

Tether, B., & Yu, X. (2022)。创意产业出口商有何独特之处? 参与创新、研发和设计重要吗? [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-distinguishes-creative-industry-exporters-and-does-engaging-in-innovation-r-d-and-design-matter>

英国国际贸易部。(2021)。英国制造, 销往全球。 <https://www.gov.uk/government/publications/export-strategy-made-in-the-uk-sold-to-the-world>

Vermeulen, W., Di Novo, S., & Fazio, G. (2020)。国际创意学生: 她们对英国大学、地区和创意产业的重要性 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/international-creative-students-their-significance-for-uk-universities-regions-and-the-creative-industries>

技能、工作和教育

Bakhshi, H., Djumalieva, J., & Easton, E. (2019). 创意数字技能革命。创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/the-creative-digital-skills-revolution>

Bloom, M. (2020). 是出于热爱还是为了赚钱? 创意产业内外创意高等教育毕业生动机和经济回报。创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/for-love-or-money>

Carey, H., Florisson, R., & Giles, L. (2019). 创意产业的技能、人才和多元化: 证据综合和范围界定 - 总结报告。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/skills-talent-and-diversity-in-the-creative-industries>

Carey, H., Giles, L., & O'Brien, D. (2023). 创意产业的工作质量: *Creative PEC 良好工作审查最终报告*。创意产业政策与循证中心; Work Advance。 <https://pec.ac.uk/research-reports/good-work-review>

创意产业政策与循证中心. (2023). 参加 PEC 的良好工作审查。 <https://pec.ac.uk/news/good-work>

Easton, E., & Djumalieva, J. (2018). 创意和技能的未来。创意产业政策与循证中心; Nesta。 https://www.nesta.org.uk/report/creativity-and-future-skills/?gclid=Cj0KCQiAtvSdBhD0ARIsAPf8oNm0hdkJOgsBLpumGjGzd6JYp2EG1AU5FWp_QKkriVTwzW_4PZ_3gf8aAnn8EALw_wcB

Giles, L. (2021). 创意产业对英国经济是否具有战略重要性? 思考创意高等教育的未来形态以支持经济需求。创意产业政策与循证中心; Work Advance。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/how-to-design-a-creative-higher-education-system-that-supports-economic-needs>

Giles, L., & Carey, H. (2021). 通过技能实现成长: 泰晤士河口生产走廊的经验教训 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心; Work Advance。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/growth-through-skills-lessons-from-the-thames-estuary-production-corridor>

Giles, L., Spilsbury, M., & Carey, H. (2020). 职场视角: 创意产业的技能需求、不匹配和发展。创意产业政策与循证中心; Work Advance; Work Foundation。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creative-skills-monitor>

英国教育部. (2022). 高等教育政策声明和改革磋商。 <https://www.gov.uk/government/consultations/higher-education-policy-statement-and-reform>

Williams, J., Pollard, E., Cook, J., & Byford, M. (2022). 加强创意教育。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/enhancing-creative-education>

知识产权与监管

CREATe. (2022). 版权证据: 综合和未来。 <https://www.create.ac.uk/copyright-evidence-synthesis-and-futures>

Hesmondhalgh, D., Osborne, R., Sun, H., & Barr, K. (2021). 数字时代音乐创作者的收入。英国知识产权局。 <https://www.gov.uk/government/publications/music-creators-earnings-in-the-digital-era>

Kretschmer, M., Furgat, U., & Schlesinger, P. (2021). 英国平台监管的出现: 实证法律研究 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-emergence-of-platform-regulation-in-the-uk>

Leung, R., Kretschmer, M., & Meletti, B. (2020). 流媒体文化。创意产业政策与循证中心; 格拉斯哥大学; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/streaming-culture>

Thomas, A., Battisti, M., & Kretschmer, M. (2022). 2022 年英国作家的收入和合同: 对 60,000 名作家的调查。CREATe。 <https://www.create.ac.uk/blog/2022/12/07/uk-authors-earnings-and-contracts-2022-a-survey-of-60000-writers>

研发与创新

Allen, C. (2020). 早期采用者之外: 扩大虚拟现实的吸引力。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/beyond-the-early-adopter-widening-the-appeal-for-virtual-reality>

Bakhshi, H. (2022). 研发的艺术: 为什么将艺术、人文和社会科学领域的研发纳入研发税收减免范围将促进英国创意产业的创新。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-of-r-and-d>

Bakhshi, H., Breckon, J., & Puttick, R. (2021). 艺术、人文和社会科学领域的研发在商业环境中是什么样的, 以及为什么研发很重要 [政策简报]。创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/business-r-d-in-the-arts-humanities-and-social-sciences>

Davies, J., Klinger, J., Mateos-Garcia, J., & Stathoulopoulos, K. (2020). 人工艺术: 人工智能和创意产业。创意产业政策及循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/the-art-in-the-artificial>

Di Novo, S., Fazio, G., Sapsed, J., & Siepel, J. (2022). 杀鸡取卵? 为创意产业的创新者提供融资。文化经济学杂志, 46, 345-386。 <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-022-09448-5>

Kidd, J., Nieto McAvoy, E., & Ostrowska, A. (2021). COVID-19 数字化“支点”对博物馆和美术馆的影响: 从业者的经验教训 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/pivot-to-digital-how-museums-and-galleries-responded-to-covid-19>

Lyons, M., & Davies, J. (2022). 大学在增强创意集群方面的作用 [讨论文件]. 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/the-role-of-the-university-in-enhancing-creative-clusters>

Mateos-Garcia, J. (2021a). 英国 Createch 研发业务活动分析。 创意产业政策与循证中心; 艺术与人文研究委员会。 <https://pec.ac.uk/research-reports/createch-activity-in-the-uk>

Mateos-Garcia, J. (2021b). 绘制创意技术的研发格局 [政策简报]. 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/mapping-the-r-d-landscape-for-creative-technologies>

Siepel, J., Bakhshi, H., Bloom, M., & Velez Ospina, J. (2022). 了解创科研发。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/understanding-createch-r-d>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). 创意产业雷达: 绘制英国的创意集群和微集群图。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021). 创意雷达 2021: COVID-19 对英国创意产业的影响。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

Tether, B. (2021). 研发、设计与创新: 审查创意产业中的联系 [讨论文件]. 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/r-d-design-and-innovation-examining-the-links-in-the-creative-industries>

Tether, B., & Yu, X. (2022). 创意产业出口商有何独特之处? 参与创新、研发和设计重要吗? [讨论文件]. 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-distinguishes-creative-industry-exporters-and-does-engaging-in-innovation-r-d-and-design-matter>

多元化和包容性

Carey, H., Florisson, R., O'Brien, D., & Lee, N. (2020). 进入行业 and 顺利发展: 英国创意产业的阶层、参与度和工作质量。 创意产业政策与循证中心; Nesta。 <https://pec.ac.uk/research-reports/getting-in-and-getting-on-class-participation-and-job-quality-in-the-uks-creative-industries>

Carey, H., Giles, L., & O'Brien, D. (2023). 创意产业的工作质量: Creative PEC 良好工作审查最终报告。 创意产业政策与循证中心; Work Advance。 <https://pec.ac.uk/research-reports/good-work-review>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021a). 筛除: 解决英国电影行业的阶级不平等问题。 创意产业政策与循证中心; ScreenSkills。 <https://pec.ac.uk/research-reports/screened-out-tackling-class-inequality-in-the-uks-screen-industries>

Carey, H., O'Brien, D., & Gable, O. (2021b). 创意经济中的社会流动性: 重建和升级? 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/social-mobility-in-the-creative-economy-rebuilding-and-levelling-up>

商业模式和融资渠道

Bakhshi, H. (2020, 11月26日)。 封锁期间和之后数字文化消费状况。 创意产业政策与循证中心博客。 <https://pec.ac.uk/blog/what-we-learned-about-digital-cultural-consumption-as-we-went-in-and-then-came-out-of-lockdown>

Bakhshi, H., Di Novo, S., & Fazio, G. (2022). 英国的“大封锁”和文化消费。 文化经济学杂志。 Advance 在线发布。 <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-022-09463-6>

Burger, C. (2020). 政策制定者如何支持当地创意产业的增长。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/how-policymakers-can-support-local-growth>

Di Novo, S., Fazio, G., Sapsed, J., & Siepel, J. (2022). 杀鸡取卵? 为创意产业的创新者提供融资。 文化经济学杂志, 46, 345–386。 <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09448-5>

欧盟委员会通信网络、内容和技术总局。 (2022). 版权与新技术研究: 版权数据管理和人工智能。 欧盟出版办公室。 <https://data.europa.eu/doi/10.2759/570559>

Henry, N., Barker, V., Sissons, P., Broughton, K., Dickinson, P., Lazell, J., & Angus T. (2021). 就地创造价值: 了解创意自由职业的作用、贡献和挑战 [讨论文件]. 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/discussion-papers/creating-value-in-place>

Leung, R., & Davies, J. (2021). 按需文化: 封锁如何改变游戏和流媒体服务。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/on-demand-culture-how-the-lockdown-is-changing-games-and-streaming-services>

Siepel, J., Camerani, R., Masucci, M., Velez Ospina, J., Casadei, P., & Bloom, M. (2020). 创意产业雷达: 绘制英国的创意集群和微集群图。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar>

Siepel, J., Velez Ospina, J., Camerani, R., Bloom, M., Masucci, M., & Casadei, P. (2021). 创意雷达 2021: COVID-19 对英国创意产业的影响。 创意产业政策与循证中心。 <https://pec.ac.uk/research-reports/creative-radar-2021-the-impact-of-covid-19-on-the-uks-creative-industries>

英国制片人圆桌会议。 (2020). 为英国电影制片人争取更好的可及性和可持续性: 调查结果 https://www.ewawomen.com/wp-content/uploads/2020/02/producersroundtablereport_156596.pdf

Whyman P. B., Wright, A., Lawler, M., & Petrescu, A. (2021). 通过采购模拟当地增长: 普雷斯顿模式的经验教训。 中央兰开夏大学 (由创意产业政策与循证中心资助)。 <https://pec.ac.uk/policy-briefings/stimulating-local-growth-through-procurement-lessons-from-the-preston-model>

公共服务广播

Allan, S., & Chivers, T. (2022a). 补充书面证据 (BFF0061): 上议院通信和数字委员会对 BBC 未来资金来源的调查。<https://committees.parliament.uk/writtenevidence/107397/html>

Allan, S., & Chivers, T. (2022b). 公共服务广播的公共价值是什么? 探索不断发展的媒体环境中的挑战和机遇 [讨论文件]。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/discussion-papers/what-is-the-public-value-of-public-service-broadcasting>

Chivers, T., & Allan, S. (2022a). 英国公共服务广播的公共价值类型学。文化趋势。Advance 在线发布。<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09548963.2022.2151340>

Chivers, T., & Allan, S. (2022b, 5月9日). 重新构想广播行业: 英国广播政策的未来。创意产业政策与循证中心。<https://pec.ac.uk/blog/envisioning-broadcasting-anew-responding-to-the-white-paper-on-the-future-of-uk-broadcasting-policy>

Chivers, T., & Allan, S. (2022c, 4月12日). 第4频道私有化: 辩论背后的证据。创意产业政策与循证中心博客。<https://pec.ac.uk/blog/privatising-channel-4>

Chivers, T., & Allan, S. (2022d, 1月13日). 重新构想第4频道的未来。创意产业政策与循证中心博客。<https://pec.ac.uk/blog/re-imagining-channel-4s-future>

创意产业政策与循证中心. (2022). 书面证据 (FCF0037): 代表创意产业政策与循证中心“艺术、文化和公共服务广播”工作组。<https://committees.parliament.uk/writtenevidence/39410/html>

Ofcom. (2022). BBC 2021-22 Ofcom 年度报告。<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/bbc-operating-framework/performance/bbc-annual-report>

英国议会. (2022). 正式会议 (口头举证会议): BBC 未来资金来源 <https://committees.parliament.uk/event/13094/formal-meeting-oral-evidence-session>

气候

Bennett, S. R. G. (2021, 5月13日). 艺术-政策矩阵 II (第4/6条)。SRG Bennett 博客。<https://www.srgbennett.com/blog/the-art-policy-matrix-ii>

Calne, D. (2010). 在合理范围内: 理性和人类行为。Vintage

Julie's Bicycle, & BOP Consulting. (2022). 创意产业和气候紧急情况: 实现净零排放之路。创意产业政策与循证中心; Julie's Bicycle; BOP Consulting; 艺术与人文研究委员会。<https://pec.ac.uk/research-reports/creative-industries-and-the-climate-emergency>

剧院绿皮书. (日期不详). 什么是剧院绿皮书?
<https://theatregreenbook.com>

Tischner, U., Schmincke, E., Rubik, F., Proslar, M. (2000). 如何进行生态设计? 环保且经济合理的设计指南。德国联邦环境局。

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022a). DCMS 部门经济预测: 每月 GVA (截至2022年9月)。<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-monthly-gva-to-september-2022>

英国数字、文化、媒体和体育部. (2022b). DCMS 部门经济预测: 2021年1月至12月劳动力情况。<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sector-economic-estimates-workforce-2021/dcms-sectors-economic-estimates-workforce-january-to-december-2021>

英国政府. (2021). 净零战略: 更环保地重建。<https://www.gov.uk/government/publications/net-zero-strategy>

英国财政部. (2022). 环境影响: 2021年秋季预算和支出审查分析报告。<https://www.gov.uk/government/publications/environmental-impacts-of-spending-review-2021/environmental-impacts-analysis-to-accompany-autumn-budget-and-spending-review-2021>

Waitrose & Partners. (日期不详). 2018-19年食品和饮料报告: 消费者变得更加谨慎的时代。<https://www.waitrose.com/content/dam/waitrose/Inspiration/Waitrose%20%20Partners%20Food%20and%20Drink%20Report%202018.pdf>

Creative PEC 国际理事会

英国文化协会。(2021年,7月27日)。新报告:南半球的非正规经济和文化。英国文化协会博客。<https://creativeconomy.britishcouncil.org/blog/21/07/27/informal-economy-blog-post/>

创意产业政策与循证中心。(2021a)。文化创意产业全球议程:11项关键行动。<https://pec.ac.uk/policy-briefings/a-global-agenda-for-the-cultural-and-creative-industries>

创意产业政策与循证中心。(2021b,4月13日)。疫情如何影响世界各地的创意产业。创意产业政策与循证中心博客。<https://pec.ac.uk/blog/how-the-pandemic-is-impacting-creative-sectors-around-the-world>

编辑制作、艺术指导和设计:
Rosie Tate 和 Andrew Budell
(Tate & Clayburn)

报告监督和行业见解访谈/副本:
Billy Beckett、Alice Kent 和
Anna Zabow (Creative PEC)

如果您希望通过电子邮件获取本报告的大字体电子版,请联系 enquiries@pec.ac.uk



www.carbonbalancedprint.com
CBP2225

Creative PEC
联盟 2018–2023

Creative Industries **Policy and** **Evidence Centre**

Led by



with



**Arts and
Humanities
Research Council**

The Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC) works to support the inclusive and sustainable growth of the UK's Creative Industries through the production of independent and authoritative evidence and policy advice. As of June 2023 the Creative PEC is led by Newcastle University with the Royal Society of Arts and funded by the Arts and Humanities Research Council, the Centre comprises a core consortium of; Newcastle University, Work Advance, Sussex University and the University of Sheffield. The PEC works with a diverse range of industry partners. For more details visit <http://www.pec.ac.uk/> and @CreativePEC