

## 中英文化创意产业合作机遇、挑战与长效机制

董 华

**摘 要：**本文是基于英国艺术与人文研究委员会（AHRC）中英创意产业研究与创新人才基金支持的研究，采用问卷调研（共 100 份）和访谈（中文访谈 14 人，英文访谈 13 人）方法，探讨中英两国在文化创意产业领域的合作机遇、挑战和长效机制。研究发现，中英创意产业合作在很多领域有共同机遇，例如人工智能、动画、设计、电影、音乐、时尚、表演等。面临的障碍和挑战主要包括语言、文化的差异和资金缺乏。长效中英交流机制涉及人、资金、项目、运行机制和空间等方面。中文访谈者强调项目的重要性和物理空间，英文访谈者更重视合作的想法和面对面交流。

**关键词：**文化创意产业 中英合作 机遇 挑战 机制

文化创意产业对国家的发展和对外形象具有特殊作用。中国“十四五”规划里提出的“数字经济”与创意产业有密切关系。该规划特别提到“实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业”；强调“积极发展对外文化贸易，开拓海外文化市场，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品‘走出去’，加强国家文化出口基地建设。”英国 2023 年 6 月发布了创意产业行业愿景报告，保守党提出到 2030 年的目标，包括：“将创意产业在创意集群中额外增加 500 亿英镑”，“额外增加一百万个就业岗位”，“加强创意产业丰富人民生活、塑造地方自豪感的能力”。工党执政后也提出创意产业在“发展、就业、生产力”方面的重要作用，并于 2025 年 6 月更新了工业战略，提出“创意产业计划”，表明英国政府将进一步重视创意产业发展，到 2035 年“让英国成为全世界创意与创新的首选”。

1997 年，英国成为首个将“创意产业”作为一个明确的经济部门进行定义和量化的

---

基金项目：本研究获得英国科研与创新署艺术与人文研究委员会资助，资助名称：China-UK Creative Industries Research and Innovation Hub Fellowship，资助号 AH/Y000722/1。

作者简介：董华，女，皇家艺术学院教授，博士，主要研究方向为包容性设计。

国家，并建立了创意产业经济估计方法。在中国，“创意产业”一词出现于2004年，目前“文化与创意产业”通常合并使用。英国文化、媒体和体育部（DCMS）将创意产业分为九个部门，按经济贡献从多到少排序为：信息技术、软件和计算机服务；广告和营销；电影、电视、视频、广播和摄影；出版；音乐、表演和视觉艺术；建筑；设计；博物馆、美术馆和图书馆；手工艺。

英国和中国在创意产业领域的合作已有多年历史。2018—2019年间，英国国家科研与创新署（UKRI）艺术与人文研究委员会（AHRC）资助了13个中英合作伙伴关系发展项目。2019年12月，AHRC在上海召集中英业界、学界、政府人士组织论坛，讨论如何扩大并支持更多、更大规模的中英创意产业合作项目，并于2020年2月资助了8个大型中英创意产业合作研究项目。2021年7月AHRC启动了新的中英创意产业合作研究申请，涉及观众和消费文化、创意产业行业图景以及相关法律等。2022年3月，AHRC与Innovate UK（英国九个研究资助机构之一）和上海戏剧学院合作，举办了为期一周的线上交流活动，回顾已经完成的中英合作项目成果，展望中英创意产业合作研究计划结束的后续工作，并为中英创意产业利益相关者介绍关于未来中英创意产业合作中心（Hub）的设想。

基于双方的合作意愿和热情，AHRC于2023年5月启动中英创意产业研究和创新人才基金，入选人才（伦敦布鲁内尔大学设计学院董华教授）带领团队与AHRC经过一年的努力，共同为未来中英创意产业研究与创新合作制定愿景、战略、计划，发布白皮书和蓝皮书，并出版英文期刊特刊。

本文将介绍该人才项目基于问卷调查（100份）与中英访谈（27个访谈）得出的关键洞察。其中5个访谈的详细内容已发表于英文期刊特刊。

## 一、问卷调查

2023年10月至2024年1月，在线问卷共收集了中英创意产业相关人士的有效反馈100份。问卷参与者的募集为中英随机取样，由研究团队成员通过邮件、网站链接和社交媒体广泛宣传。

问卷包含22个调查问题，包括多项选择题和开放问题，完成问卷需要20~30分钟。

问卷参与者的背景涵盖创意产业的所有九个领域（见表1），但来自建筑、出版、手工艺领域的人数较少（低于10%）：

同一参与者可能跨几个创意产业领域，因此反馈比例总和大于100%。45%的参与者（同时）从事研究工作；25%的参与者为从业者或创意人员，22%的参与者是公司员工。

表1 问卷反馈者从事的创意产业领域与所占比例

| 创意产业领域 | 反馈比例 |
|--------|------|
| 广告和营销  | 10%  |

续表

| 创意产业领域             | 反馈比例 |
|--------------------|------|
| 建筑                 | 2%   |
| 手工艺                | 8%   |
| 音乐、表演和视觉艺术         | 54%  |
| 电影、电视、视频、广播和摄影     | 33%  |
| 信息技术、软件和计算机服务（含动画） | 21%  |
| 出版                 | 6%   |
| 博物馆、美术馆和图书馆        | 13%  |
| 音乐、表演和视觉艺术         | 28%  |

问卷提供英文或中文选项，参与者必须阅读相关信息，勾选同意后才能开始回答（65%选择用中文；35%选择用英文）。基于反馈，60%的参与者主要在中国工作；40%的参与者主要在英国工作。大部分参与者对创意产业领域比较熟悉：29%的参与者在创意产业领域有6~10年经验；25%的有11~20年经验。

（一）以下是对一些主要问题的总结（其中Hub代指中英创意产业合作中心）

（1）Hub在创意产业研究和创新中应发挥什么作用？

- 为中英创意产业之间持续和富有成效的伙伴关系创造条件的平台（76%）
- 合作和跨学科研究伙伴关系的促进者（70%）
- 商业研究、创新和增长以及企业参与的加速器（62%）

（2）Hub如何影响两国的研究和创新？

- 连接英国和中国之间的学术研究和工业企业（74%）
- 连接中英两国的研究机构（63%）
- 组织交流活动（63%）

（3）您建议未来Hub开展哪些活动？

- 提供知识交流（54%）
- 探索长期研发创新机制（53%）
- 共享中英创意组织的数据和研究（49%）
- 分享获得赠款和资助的机会（47%）

（4）未来Hub需要与谁合作才能使其成功？

- 研究人员和教育工作者（73%）
- 政策制定者（67%）
- 地方政府（55%）
- 创意人员和从业者（55%）

（5）如果Hub在英国和中国分别建立，您希望如何使用该中心？

- 获得就业和合作机会（51%）

- 获得资助和资金机会（48%）
  - 参与联络交流活动（47%）
  - 获取英国和中国创意产业的数据和研究资源（45%）
- (6) 未来5年中英创意产业合作的需求：
- 加强中英政府对中英创意产业合作的认识（48%）
  - 提高中英创意产业合作的赠款、资金和补贴机会（38%）
  - 提升对中英资助机构的认识（34%）
  - 更好地进入英国和中国市场、了解受众和消费者需求（34%）
- (7) 促进合作或克服障碍最需要的支持：
- 更好地获取有关资金机构的信息（48%）
  - 知识交流（45%）
  - 在英国和中国建立交流网络（43%）
- (8) 哪些因素有助于中英创意产业之间的成功合作：
- 了解市场需求（53%）
  - 了解行业趋势（48%）
  - 了解政府政策（45%）

## 二、中英访谈

半结构化访谈在2023年7月至2024年3月完成，共采访14位在中国工作的文创产业相关人士，以及13位在英国工作的创意产业相关人士。受访者的选择标准为从事与创意产业相关工作，对国际交流有所了解，且愿意花30~60分钟分享经验（线下或线上）。

### （一）访谈的主要问题

1. 中英创意产业合作在哪些领域应该优先合作，为什么？
2. 请分享一下在您熟悉的创意领域进行中英合作有什么益处和难处。
3. 在合作过程中需要什么支持？
4. 如果有中英合作中心，您希望它有什么功能（列举最重要的3~5项功能）；若想让中英合作中心长期运作，什么最重要？

中文访谈：

表2概括了中文受访者的背景。

表2 中文受访者的背景

|     |                          |
|-----|--------------------------|
| C02 | 有国际合作经验的大型创意企业高管         |
| C03 | 有中英创意产业合作经验的青年教师与创意设计实践者 |
| C04 | 有业界和国外工作经验，访问英国一年的中国教授   |

续表

|     |                             |
|-----|-----------------------------|
| C05 | 熟悉创业的教授                     |
| C06 | 有业界丰富经验的实践型教授               |
| C07 | 高校教授（其团队有国际成员，并有公司可以把成果商业化） |
| C08 | 从事文艺工作，访问英国一年的中国教师          |
| C09 | 在英国和中国都工作过的创意产业实践者          |
| C10 | 有丰富实践经验的教授                  |
| C11 | 访问英国一年的业界从业人员               |
| C12 | 熟悉创意产业的高校领导                 |
| C13 | 利用创意从事乡村振兴的企业家（有访问英国的经历）    |
| C14 | 高校教师（有海外短期工作经验）             |
| C15 | 行业协会负责人                     |

表3 基于访谈反馈，对中英创意产业合作优先领域作出总结。

表3 中文访谈者提出的中英创意产业合作优先领域

| 优先领域                      | 原因                                       |
|---------------------------|--|
| 人工智能、大数据                  | 未来趋势                                     |
| 动画领域                      | 强弱互补，英国的创意与中国的较低成本；强强合作：中英都有优秀的定格动画机构    |
| 特色博物馆                     | 上海和伦敦都是工业城市，有丰富的工业文化遗产                   |
| 元宇宙                       | 是中国的拐点与机会：产品准备、人才、内容、工作流程                |
| 影视视频、服装/时尚、工业设计、文创设计、创意课程 | 双方都有需求的产业                                |
| 电影                        | 影响力大，团队较小，利于推动                           |
| 演艺、艺术产业                   | 依托长三角的优势                                 |
| 时尚                        | 重大转型领域                                   |
| 乡村振兴；偏生态的合作               | 中国的国家战略，未来趋势                             |
| 影视、音乐、动漫                  | 内容生产，产出比较直接                              |
| “人才最先”                    | 思想与工作方法的交流，如果理解一致，就可以进行创意、内容合作           |
| 建立联盟体系                    | 国际化资源对中国企业有吸引力，（可以）一个为主，然后分包             |
| 英国的小微企业与大传媒               | 中国企业需要了解英国杰出的小微设计公司；英国的大传媒（如BBC，Sky）做得很好 |
| 中英观众研究                    | 了解受众需求                                   |

### 1) 益处与难处

中文受访者提出一般性合作交流带来的益处（不局限于中英交流）包括：促进文化多元化、更包容、更开放；从国际合作中获益成长；政府需要、企业需要；国际化的团队更具有吸引力。中英合作的特殊益处在于阶段差异带来的合作机会（英国处于后工业化时期，中国处于工业化、产业化升级阶段）。

以下是一位对中英创意产业均有了解的受访者的分享：

“目前地缘政治影响是一个挑战。有人说（中英合作）可能过了蜜月期。本人为谨慎的乐观主义者，认为趋势还是向前发展而不是倒退。抛去政治，仅从经济合作考虑，中英可以互补。两国人口不同，在产业链中角色不同，（英国）在中国可以扩大效益。近期和中期，中国充满机会。两国均可以在对方试错。例如中国进入欧洲市场，可以通过在英国试错，因为英国比欧洲其他国家更开放，又比美国更遵守契约。我们可以在中国香港、新加坡等处实践：华人文化圈，但同时遵守英国的法律和金融规则；这种后殖民化的遗产在中德、中法间就比较缺乏。”（C04）

访谈者提到的难处涉及语言、文化、认知、（缺少）资金、三年新冠肺炎疫情中断了大量交流；中英税收不同、产业政策不同、人员工资不同；信息交流平台不畅通；英国小公司到中国交流容易、落地做业务难。例如：

“现在虽然说是人工智能时代了，但是信息的交换，信息的流通，其实平台还是不畅通的……”（C12）

受访者 C15 提及一二十年前外资企业在中国享受诸多优惠政策，但当前并没有更好的待遇，进入中国后如果得不到支持，那么外资企业发展就会有较大难度。

### 2) 需要什么支持

受访者表示中英合作需要的支持包括：翻译（解读各方的预期，知晓规则）；提供成功案例供参考；了解使用资金的限制；组建团队的支持；宣传的支持；联合培养博士、提供合适的项目平台和资源平台、以及基金（如政府专项、自筹民间基金、会员费等）、信息支持；有属于机构的企业（能自己造血）。C11 来自企业，强调信息透明至关重要，需要有的放矢；其次是合作是否具有长期性，因为“对于商业公司来讲，所有的战略制定都是中长期的。”

## （二）中英合作中心应该具备的功能和可持续发展的要素

对于未来的中英合作中心，受访者提出了其应具有的功能，总结如下：

1. 发布商业机会、合作交流机会（例如招标）
2. 促进沟通和信息交流

3. 提供产业认证的培训
4. 提供难以从其他地方获得的独特信息 / 服务
5. 作为联络者促成项目合作（而不是全程参与）
6. 提供英国和中国的供应商列表
7. 发布项目并提供样本下载、指导、政策等
8. Hub 共建联盟体系，互补（共同研究开发，各方找合作资源，将需求内容发布到平台）；项目合作需要规范化（例如人才需求、短期合作、长期合作）
9. 传播研究成果并影响政策制定
10. 让跨国合作 / 企业的本地支付成为可能（如同在另一个国家拥有本地办公室一样简单）
11. 促进联合研究，并发布年度白皮书报告和发布趋势
12. 提供联合办展机会，设立竞赛 / 奖项
13. 提供技术支持及引介服务
14. 促进文化交流（例如，把伦敦西区戏剧、V&A 博物馆文化产品输出到中国），贸易（例如，将中国的电动汽车输出到英国）
15. 具有孵化器功能，吸引大企业和中英投资机构参与

关于合作中心的可持续长期运作，中文受访者的建议包括：管理保持透明公平，兼顾文化差异，求同存异；执行阶段需要有可持续的资金保障；把流程和机制贯穿在日常工作当中，“规定动作和自由动作能够进行组合”；持续地在过程中管理各种环节，交付各种成果（C02）。提供“人，经费，场地 / 空间，项目”（C04, C08, C13）。商业的介入（C05），政府的介入（C06），中心的选址和实体运作（C09）、采用商业模式（C10）、注册为独立法人机构（C12），有周期性的活动（C14）和孵化机制（C15）。

英文访谈：

表 4 概括了英文受访者的背景。

表 4 英文受访者的背景

|     |                           |
|-----|---------------------------|
| E01 | 有在中国高校任教经验的英国研究机构负责人      |
| E02 | 有外交经验、多年从事创意政策咨询的高校教授     |
| E03 | 有与多所中国高校成功合作经验的高校教授       |
| E04 | 来自中国、在英国高校任职的教师           |
| E05 | 来自英国、在中国工作的创意高级人才         |
| E06 | 英国创业孵化器高级主管，有政府部门工作经验     |
| E07 | 英国企业资深设计师                 |
| E08 | 来自中国、在英国高校任职的教师，有中英项目合作经验 |
| E09 | 英国文化委员会部门负责人              |
| E10 | 负责过大型创意产业产学研项目的业界人士       |

续表

|     |                           |
|-----|---------------------------|
| E11 | 去过中国、参与中英创意产业合作的研究人员      |
| E12 | 来自中国的在英国高校任教的教授，有中英项目合作经验 |
| E13 | 在英国高校任教的教授，有中英项目合作经验      |

表 5 基于英文访谈反馈，对中英创意产业合作优先领域作出总结。

表 5 英文受访者提出的中英创意产业合作优先领域

| 优先领域       | 原因                 |
|------------|--------------------|
| 人工智能       | 对中英创意产业影响都非常巨大     |
| 动画内容制作     | 利于交流理解             |
| 时尚         | 可结合研究，创造商业机会，显示软实力 |
| 工业设计       | 影响力大               |
| 电影制作       | 英国的软实力             |
| 沉浸式技术，增强现实 | 中国有很多有趣的实践         |
| 音乐         | 英国强项               |
| 表演艺术与视觉艺术  | 两国有类似的认同挑战和经济支持挑战  |

### 1) 益处与难处

受访者提出中英两国均拥有创意产业产品的庞大市场，合作潜力巨大。双方可共同探索跨文化训练人工智能以提升其创造性。英国可向中国学习制造知识，加强中国制造商与英国设计师之间的合作。

难处包括数据、知识产权管理（E01）、担心侵犯版权（E02），以及难以接触业界（E02，E03）。还有文化差异（E03）和语言障碍（E02，E03，E06），不同的受众需求（E02）、不同的制度（E03）、对设计的不同理解（E04）。中国速度之快与（英国）研究所需的时间难以匹配（E04），对技术发展中伦理考量的不同期待（E04），在中国的研究资助体系中找到位置和寻找创意产业团体（E01，E03，E11，E13）。

### 2) 需要什么支持

受访者表示中英合作需要的最主要支持为交流支持（包括语言和文化差异），以及可靠的引介和具体落地支持（例如租用场地）。前期的小型合作种子资金（例如三千到五千英镑）可以有效帮助双方建立初步交流和讨论发展合作想法。

### 3) 中英合作中心应该具备的功能和可持续发展的要素

受访者认为中英合作中心应该预备的功能包括：提供一站式全面中英创意产业合作服务，例如咨询、引介、（高质量）交流，帮助进一步发展合作思路，提供资金和资源帮助把最初合作意愿发展到下一阶段，提供工具包帮助英国有意愿合作者了解中国的相关

情况和合作伙伴，发布合作项目，提供培训机会，提供合作的成功案例。

长期可持续发展必须在初始阶段就进行考虑，例如需要什么投资，初期需要哪些资金项目支持，什么时间实现自负盈亏。业界参与至关重要，需要寻找合适的模式能够把合作经验转化成广泛的创新受益模式，促进中英经济发展。

### 三、讨论

从问卷和访谈的结果看，参与者对未来中英合作都抱有期待。

中文受访者提出了更多合作机遇，中英受访者均认为语言、文化、资金是当前的障碍和挑战。项目团队成员就“负责任的研究与创新：中英创意产业合作的机遇与挑战”发表了一篇论文，该论文可以进一步补充本文关于机遇与挑战的内容。问卷调研反馈表明，政策对中英创意产业的成功合作具有很大影响（例如67%的反馈认为政策制定者是中英合作机制需要考虑的合作者；45%的反馈认为“了解政府政策”是成功合作的因素）。英国政府2025年6月发布的工业战略报告表明工党政府进一步加强创意产业发展的雄心，并愿意开放投资，从全球吸引创意人才，这将有助于未来中英创意产业合作。

#### 1. 合作的长效机制

中英创意产业合作长效机制存在若干关键点，可概括为以下5个方面：

##### 1) 第一方面：人

中文受访者认为需要有相对稳定的团队，值得信赖，具备国际交流的基因，不仅有“行业的扎根”，还要有“一呼百应的江湖地位”，即“是一个连接器，用英文表达的话不是center，它是一个hub，有广泛的触角”，提供的信息要有“时效性、准确度以及可用性”。所谓“江湖地位”，指“说出这个话还得有人跟进，学术上比如说这里面有研究性的成果，得有一整套的学术范式和机制，能够保证在项目管理、项目管控交付、后面的论文发表，甚至是国际会议的举办，最后调研结果和政策建议上，能够推进落实。这些方面它得有权威性”。这是对团队的基本要求，团队还要在合作项目中做“翻译”（准确解读各方的预期是什么，并且知道规则，知道成功的样本，以及使用资金的限制），对参与者的要求则是建立高品质的网络和“高粘度的社区”（C06）。

英文受访者更多强调创意产业的业界参与，并能有高校支持，长效机制是在业界与学界之间找到合适的“中立”场所。

##### 2) 第二方面：资金

持续的资助，尤其是合作初期，至关重要。尽管合作不需要以盈利为目标，但基础的运作费用需要优先解决。中文受访者（C15）提出企业投入的孵化基金非常关键，要“有相应的大企业，或者有一些投资机构的参与，才会有孵化器。如果大家都是中小企业，孵化就无法实现。”受访者C5提出如果投资需要10，政府可以出6，商业/企业出2，大学出2。

英文受访者也认为相应资金渠道对于初期合作中心的建立至关重要，科研资助项目以及小型的种子资金可以培育合作项目。

### 3) 第三方面：项目

多个中文受访者提及项目：“项目很重要，有项目就有聚焦”（C03）。“最重要的是不断的项目”（C14）。“对我来说项目就是企业。因为项目不可能独立去操作，其背后一定是有一家企业在操作，有可能是来源于一家成熟的企业承接一个项目，也可以因为这个项目而成立了一家新的企业。最终就是孵化出一些相应的项目，这种项目可能会落地在中国，甚至这个项目反过来是中国的一些东西要落地到英国去，当中其实有很多的事情可以去做（C15）”。

有趣的是，英方受访者很少提及项目“project”一词，更多提及的是将合作的最初意愿进一步发展（E03），加强与业界合作（E02），获得广泛创新收益（E01，E04，E06）。英国受访者似乎更重视合作的想法，在想法的基础上拓展合作，并强调中英参与者的交流需要是高质量的（E06）。

### 4) 第四方面：运行模式

运行模式需要从开始就有商业介入（例如联合投资、联合运营），最好是独立的法人机构，而不是依附性组织。中英创意产业合作虽然不需要以盈利为目标，但要有清晰的商业模式。中文受访者认为合作机构的基本功能是促进交流和促成项目，最主要的功能是要连接英国和中国之间的学术研究和工业企业，连接两国的研究机构，并组织持续的交流活动。在执行过程中要进行持续的过程管理（资金保障、流程和机制贯穿在日常工作中），为企业服务，最后能自主造血。作为中英研究机构资助的机构，高校的参与和高水平的研究团队也是必不可少，可以清楚地分工，“大学主要做一些研究性的东西，非营利机构可以做一些商业性的东西，可以把这些公开，有合作同时也各司其职。职责权利可以通过协议来明确。”（C12）。“还要针对政府，国家级政府或上海市政府，让政府听到智慧的声音。”（C06）。

运行模式与孵化机制和项目也相关，例如，“想依靠中心的资源来被孵化的企业或个人会想到项目，他们可能通过中英中心来寻找机会。比方说英国某个设计公司开发了一个IP，这个IP的形象可能在英国已经很火爆了，但是这个IP要在中国怎么去用呢？可能该公司会拿这个项目来跟我们谈，我们会拉动投资机构，或者中国的企业，跟该公司谈成一个合作。合作后把这个IP在中国衍生出很多应用场景或者趋势，就变成了一个项目，变成后面一个企业的运作。”（C15）

英国受访者也提到业界参与的重要性，视其为创意产业创新研究的关键点（E02）。运行模式需要在最初资金扶持后持续运作，产生广泛、长期效应（E01），产生成功案例（E01，E06），为地区甚至国家的经济增长创造样板模式（E10）。

### 5) 第五方面：空间

中国的受访者强调落地的物理空间十分重要。虚拟空间作为补充，也可以探讨中英双方建立共用的虚拟平台。英国的受访者虽然没有强调物理空间，但多次提及面对面交流和访问的重要性。

## 2. 研究局限

研究的局限在于参与者的数量有限，但100份问卷调研的参与者涵盖创意产业的所

有九个领域（尽管建筑和出版领域人数非常有限），且大部分参与者对创意产业领域比较熟悉。27名受访者涵盖研究、创意产业、政府、专业机构以及政策咨询等领域，绝大部分有中英合作的经验，因此分享的内容不仅是观点，还有一定的基于实践的洞察和建议。

## 四、结论

本文基于英国研究创新署艺术与人文研究委员会中英创意产业研究与创新人才基金（AHRC SEED Fellowship）的支持，在100份问卷调研和27个访谈（中文访谈14人，英文访谈13人）的基础上，探讨中英两国在文化创意产业领域的合作机遇、挑战和长效机制。研究表明，中英创意产业合作在诸多领域存在共同机遇，例如人工智能、动画、设计、电影、音乐、表演、沉浸式技术（例如增强现实）等，这些领域与英国2025年的创意产业计划强调发展的领域存在大量重叠（例如电影电视、音乐、表演和视觉艺术、电子游戏、人工智能等）。

语言和文化差异是长期存在的障碍，至今仍未消除；缺乏有效的资金支持也是中英合作的挑战之一，因此提供种子资金将有助于双方合作。长效合作机制涉及人、资金、项目、运行机制和空间等关键要素。宏观政策对中英合作的成功同样至关重要。

本研究对探索中英未来文化创意产业领域的未来长期合作具有借鉴和参考价值。

## 参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要 [EB/OL]. (2021-03-13) [2025-07-22]. [https://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content\\_5592681.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm).
- [2] Department for Culture, Media and Sport. *Creative industries sector vision: a joint plan to drive growth, build talent and develop skills* [EB/OL]. (2023-06-14) [2024-02-28]. Available from: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-vision/creative-industries-sector-vision-a-joint-plan-to-drive-growth-build-talent-and-develop-skills>.
- [3] House of Lords Library. *Creative Industries: Growth, Jobs and Productivity* [EB/OL]. (2025-01-30) [2025-05-30]. Available from: <https://lordslibrary.parliament.uk/creative-industries-growth-jobs-and-productivity/>.
- [4] UK Government. *The UK's Modern Industry Strategy* [EB/OL] (2025.6.23) [2025-07-13]. Available from: <https://www.gov.uk/government/collections/the-uks-modern-industrial-strategy-2025>.
- [5] UK Government. *The UK's Modern Industry Strategy/Creative Industries Sector Plan* [EB/OL] (2025.6) [2025-07-13]. Available from: [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/685943ddb328f1ba50f3cf15/industrial\\_strategy\\_creative\\_industries\\_sector\\_plan.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/685943ddb328f1ba50f3cf15/industrial_strategy_creative_industries_sector_plan.pdf).
- [6] Department for Culture, Media and Sport. *Creative Industries Economic Estimating Methodology* [EB/OL]. (2016-02-10) [2024-02-28]. Available from: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/499683/CIEE\\_Methodology.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf).
- [7] Arts and Humanities Research Council. *AHRC UK-China Creative Industries Hub Fellowship Call* [EB/OL]. (2022-11-14) [2024-02-18]. Available from: <https://www.ukri.org/wp-content/>

uploads/2022/11/AHRC-141122-AHRC-ChinaHubFellowshipCallApplicationGuidanceDocument.pdf.

- [ 8 ] ROCHE C. *Creative Industries in China and the UK: Scoping and Workshop Report* [ R ] . London: BOP Consulting, 2019 [ 2024-02-18 ] . Available from: <https://www.bop.co.uk/reports/creative-industries-in-china-and-the-uk-scoping-and-workshop-report>.
- [ 9 ] DONG, H, TSANG, I, NING, W et al. *Collaboration in Creative industries: Insights from the AHRC's UK-China Research and Innovation SEED Fellowship* [ R ] , 2024 [ 2025-05-30 ]
- [ 10 ] DONG, H, TSANG, I, NING, W *UK-China Creative Industries Collaboration: Insights from AHRC SEED Fellowship* [ EB/OL ] 2024 [ 2025-05-30 ] Available from: <https://www.creativeindustrieshub.com>.
- [ 11 ] DONG, H. Editorial: “Creative China in the context of UK-China industries collaboration” [ J ], *Journal of Contemporary Chinese Art* 2024, 11 ( 1 ) : 3-11. [https://doi.org/10.1386/jcca\\_00097\\_2](https://doi.org/10.1386/jcca_00097_2).
- [ 12 ] DONG H, BAKHSHI, H, BROOKER, D et al. “Creative industries research and innovation: views from the United Kingdom and China regarding a future hub” [ J ] . *Journal of Contemporary Chinese Art* 2024, 11 ( 1 ) : 95-105. [https://doi.org/10.1386/jcca\\_00098\\_7](https://doi.org/10.1386/jcca_00098_7).

## **UK-China Cultural and Creative Industries Collaboration: Opportunities, Challenges and Mechanisms**

**Abstract:** This paper is based on the UK-China creative industries research and innovation collaboration hub fellowship project, funded by the UK Research & Innovation (UKRI) /Arts and Humanities Research Council (AHRC) . Through online questionnaire survey ( sample size: 100 ) and semi-structured interviews ( 14 participants in the Chinese interview, and 13 participants in the English interview ), the author gathered insights and discussed the opportunities, challenges, and long-term mechanisms of UK-China cultural and creative industries collaboration. Common opportunities identified included areas such as artificial intelligence, animation, design, film, music, fashion and performance. Main barriers to the UK-China collaboration were different language and culture, and lack of funding. A sustainable exchange in the future needs to consider factors such as people, funding, projects, operation mechanisms, and space. The Chinese interviewees emphasised the importance of projects and physical space for collaboration, while the English interviewees paid more attention to ideas and in-person exchange of ideas.

**Key words:** Cultural and creative industries; UK-China collaboration; Opportunities; Challenges; Collaboration mechanisms