



联合国教育、
科学及文化组织

联合国教科文组织
统计研究所



2009年联合国教科文组织文化统计框架

2009 年联合国教科文组织 文化统计框架



联合国教育、
科学及文化组织

联合国教科文组织
统计研究所

联合国教科文组织（UNESCO）

1945年11月，在巴黎会议上，20个国家通过了《联合国教科文组织法》，该《组织法》于1946年11月4日正式生效。联合国教科文组织现有193个会员国和7个准会员国。

联合国教科文组织的主要目标是：通过教育、科学及文化交流促进各国间合作，为和平与安全作出贡献，以增进对正义、法治及《联合国宪章》所确认的世界人民不分种族、性别、语言或宗教，均享有人权与基本自由的普遍尊重。

为实现此宗旨，联合国教科文组织承担着以下五项主要职能：1) 对未来世界所需要的教育、科学及文化交流进行前瞻性研究；2) 通过研究、培训和教学活动来发展、传播与共享知识；3) 为起草和通过内部文件和法律建议制订准则；4) 以技术合作的形式向会员国提供知识和技术，以帮助其制订发展政策和计划；5) 交流专业信息。

联合国教科文组织的总部设在法国巴黎。

联合国教科文组织统计研究所（UIS）

联合国教科文组织统计研究所负责教科文组织的统计事务，为联合国存储着全球教育、科技、文化和交流领域的统计数据。

该研究所成立于1999年。其创办的目的在于改进联合国教科文组织的统计工作，及时、准确地为当今日益复杂而又瞬息万变的社会、政治和经济环境提供所需的有关政策的统计数据。

联合国教科文组织统计研究所设在加拿大蒙特利尔市。

本文由联合国教科文组织统计研究所于2011年出版。

地址：6128, Succursale Centre-Ville
Montreal, Quebec H3C 3J7
Canada

电话：(1 514) 343-6880
传真：(1 514) 343-5740
电子邮箱：publications@uis.unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 978-92-9189-101-6

Ref: UIS/TD/09-03

©UNESCO-UIS 2011

前言

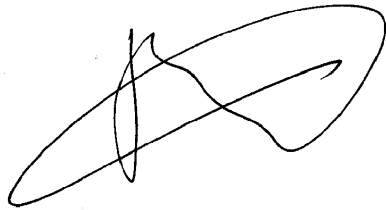
《2009年联合国教科文组织文化统计框架》是教科文组织统计研究所和文化司的合作成果。本框架是在1986年文化统计框架的基础上修订的版本，经过修订后的文化统计方法充分考虑了1986年以来文化领域出现的新概念，其中也包括与新技术（它们对文化以及人们同文化打交道的方式产生了显著的影响）、非物质遗产、演变中的文化实践和政策相关的概念。

文化在全世界各国社会中起着至关重要的作用。从休闲娱乐活动到专业活动，人们生活的方方面面都在它的影响范围之内。近年来，文化在发展中的作用也逐渐成为影响政策的重要问题。然而，如何保持并尊重某种文化的特异性及其他文化的显著品质，仍然是一项需要全球共同应对的挑战。

要想制订有据可循的政策并测量和评估它们的影响，我们首先需要可靠的信息。有鉴于此，联合国教科文组织认识到了修订1986年文化统计框架的必要性，因为这一框架是建立在正规和静态的文化概念基础之上，不能反映当前这种更具包容力的方法，也不能反映发展中国家的状况。另外，新的框架还为获取和传播具有国际可比性的文化统计数据提供了概念基础和方法。

本修订版是我们四年以来在全球进行综合咨询的结果。一大批专家、学者、统计人员、联合国教科文组织会员国和国际组织都为此做出了重要贡献。各方面的参与者为这一系统方法的诞生所作的努力都是无价的，他们为文化和文化统计提供了一个新的多元化视角。2009年文化统计框架是按照可以在国际国内通用的方法设计。它的主要目的是通过对“文化”的共识、标准化的定义和国际经济与社会分类标准来促进国际对比。

联合国教科文组织希望以此来推动在文化统计方面的投入。会员国、国际机构和非政府组织都迫切地需要统计数据，以更好地衡量文化政策和规划的影响和相关性。我们相信，2009年文化统计框架会帮助各方更好地衡量文化对经济和社会产生的影响。



Hendrik van der Pol
联合国教科文组织统计研究所所长



Françoise Rivière
联合国教科文组织文化司司长助理

致谢

在 Simon Ellis 的整体指导下，联合国教科文组织统计研究所的 José Pessoa 和 Lydia Deloumeaux 负责编制 2009 年文化统计框架。其编制工作以 Richard Naylor 和 Paul Owens (BOP Consulting)、Andy Pratt (伦敦政治经济学院) 以及 Calvin Taylor (利兹大学) 等人组成的咨询团队提供的原始报告为基础。

本框架是在全球范围咨询了文化统计和政策领域众多学者、统计工作者和专家（包括来自多个国家文化部、国家统计局以及国际合作机构的代表）的成果。联合国教科文组织统计研究所向所有为此作出贡献的人表示感谢，同时也感谢联合国教科文组织文化司的同事们付出的努力。

联合国教科文组织统计研究所还特别向文化统计框架工作组的以下成员所提供的指导和专业建议表示衷心的感谢：Alfonso Castellanos-Ribot 主席、Guiomar Alonso Cano、Marta Beck-Domzalska、Helen Beilby-Orrin、Vladimir Bina、Ibtissam El Jouni、Maté Kovacs、Vijay Madan、Glenn Masokoane、Liliana Ortiz-Ospino、J.P. Singh 和 David Throsby。

缩略语

ANZSCO	澳大利亚及新西兰标准职业分类	n.e.s.	别处不作说明
ANZSIC	澳大利亚及新西兰标准产业分类	n.e.c.	未另分类的
BIMSTEC	孟加拉湾多部门技术与经济合作倡议	n.f.d.	未正式界定的
BOP	国际收支		
COFOG	政府职能分类		
COICOP	按目的划分的个人消费分类		
COPNI	按目的划分的非营利性机构分类		
CPA	欧盟按活动划分的产品分类		
CPC	产品总分类		
CS	集体服务		
DCMS	英国文化、媒体和体育部		
EBOPS	扩大的国际收支服务分类		
FCS	联合国教科文组织文化统计框架		
ICATUS	联合国试行国际时间利用统计活动分类		
ICH	非物质文化遗产		
ICT	信息和通信技术		
IIFB	国际生物多样性本土论坛		
ILO	国际劳工组织		
IS	个人服务		
ISCED	国际教育标准分类		
ISCO	国际标准职业分类		
ISIC	国际标准产业分类		
LEG	欧盟文化统计专家组		
MDG	联合国千年发展目标		
NSO	国家统计局		
OECD	经济合作与发展组织		
NACE	欧洲共同体经济活动分类		
NAICS	北美产业分类		
NAPCS	北美产品分类		
NEPAD	非洲发展新型伙伴关系		
SIC	标准产业分类		
SITC 4	国际贸易标准分类（第4次修订版）		
SNA	国民账户体系		
TSA	旅游卫星账户		
UIS	联合国教科文组织统计研究所		
UNCTAD	联合国贸易和发展会议		
UNPFII	联合国土著问题常设论坛		
UNSD	联合国统计司		
UNWTO	世界旅游组织		
WIPO	世界知识产权组织		
WTO	世界贸易组织		

目录

前言.....	iii
致谢.....	iv
缩略语.....	v
摘要.....	9
1. 引言.....	11
1.1 理论基础.....	11
1.2 修订框架的政策背景.....	13
1.3 修订框架的主要目的.....	15
2. 文化统计框架：概念与结构.....	16
2.1 修订框架：一种新的方法.....	16
2.2 从统计的角度定义文化.....	17
2.3 文化周期.....	17
2.4 文化领域的广度.....	20
2.5 定义“文化领域”.....	20
3. 文化统计：经济维度的测量.....	29
3.1 国际分类系统在测量文化的经济维度中的运用.....	29
3.2 确定文化生产活动和文化产品：使用产品总分类（CPC） 和国际标准产业分类（ISIC）.....	30
3.3 国际文化贸易：使用商品名称及编码协调制度（HS） 和扩大的国际收支服务分类（EBOPS）.....	32
3.4 文化就业：使用国际标准职业分类（ISCO）.....	34
3.5 评估遗产.....	37
4. 文化统计：社会维度的测量.....	39
4.1 测量文化参与.....	39
4.2 测量非物质文化遗产（ICH）.....	41
5. 数据收集：国际分类代码表.....	46
表 2. 根据 CPC 2 和 ISIC 4 代码定义的文化生产活动以及产品和服务.....	47
表 3. 2007 年协调制度（HS）代码定义的文化产品和服务国际贸易内容.....	61
表 4. ISCO 08 代码定义的文化职业.....	71
表 5. 开展时间利用调查所用的 ICATUS 代码.....	76
6. 结束语.....	81
6.1 文化数据收集所面临的挑战.....	81
6.2 采用直接测量法.....	82
术语表.....	84
参考文献.....	89

摘要

《2009年联合国教科文组织文化统计框架》的目的

文化统计框架是一项组织文化统计的工具，国际国内环境下皆可使用。它建立在文化的概念基础和共识之上，因而能够帮助我们摆脱特定经济和社会模式的束缚，对文化的表现形式进行广泛的测量。通过对其作出标准化的定义，可以获取具有国际可比性的数据。

本框架是经过在全球范围内广泛咨询得出的结果。它建立在1986年文化统计框架(UNESCO, 1986)的基础之上，这主要表现在：引入了创意/文化辩论、考虑了全球化对文化产品生产和传播的影响。同时，它也反映了现行的做法和知识产权问题。

由于经济数据可及性的增强和诸多国际分类系统的使用，在文化统计框架下，从经济维度对文化进行测量的做法得到了进一步的推广。然而，文化的社会维度（包括文化参与和非物质文化遗产）同样也很重要。尽管我们已经初步提出了需要测量的因素，但仍然还有很多工作要做。

文化统计框架是一套整合了许多现行国际分类系统的分类工具，这些分类系统包括：国际标准产业分类（ISIC）中有关文化生产活动的分类；产品总分类（CPC）中有关文化产品和服务的分类；国际标准职业分类（ISCO）中有关文化职业的分类；商品名称及编码协调制度（HS）中有关文化产品国际流动的分类；以及联合国试行国际时间利用活动统计（ICATUS）中有关文化参与的分类。经过整合之后，我们得到的这套工具和方法可以作为国际或国内收集、传播文化统计数据的依据，尽可能多地反映与文化生产、分配和使用相关的活动。

定义文化

联合国教科文组织将文化定义为某一社会或社会群体所具有的一整套独特的精神、物质、智力和情感特征，除了艺术和文学以外，它还包括生活方式、聚居方式、价值体系、传统和信仰（UNESCO, 2001）。尽管我们通常无法直接测量这些信念和价值观，但我们却可以测量与之相关的行为和做法。有鉴于此，《联合国教科文组织文化统计框架》采取的方法是：先确定并测量上述那些源自于某个社会或社会群体的信念和价值观的行为和做法，然后再通过这些行为和做法来定义文化。

文化统计框架中定义的文化领域包含一系列共同的经济（比如生产产品和服务）和社会活动（比如参加文化活动），它们在传统上被视为“文化”。除此之外，**相关领域**包含其它经济活动及社会活动，它们只有“某些部分具有文化属性”，或者通常被看作“娱乐或休闲”，而非“纯文化”。

尽管当前大多数用于建构上述定义的标准都是从经济的维度出发，但是我们在对定义中包含的领域进行阐释时，却不仅仅局限于文化的经济维度，而是拓展到了它们的各个方面。因此，按照“演出”的定义，我们在对其展开测量时就会涵盖所有类型的演出，无论它们是业余的还是专业的，也不管它们是在正式的音乐厅还是露天的村庄进行的。

此外，本框架还重点突出了三个需要跨领域测量的“横向”领域，它们是：教育和培训、档案和保存以及非物质文化遗产。将这三个领域纳入测量体系对充分测量文化的表现形式而言至关重要。

测量文化：一种务实的方法

由于各国的政策重点、统计能力、人力和财政资源等情况各不相同，收集和传播文化统计数据的能力也参差不齐，所以本框架在国家层面设计得比较灵活，具有很强的适用性。

本框架还建立在文化部门的**文化周期**模型这一概念的基础之上，该模型能够增进我们对不同文化流程之间关系的了解。文化周期全面地展现了将想法转变为文化产品和服务的过程中所需的实践、活动和必要资源，而这些产品和服务反过来又会对消费者、参与者和使用者产生影响。

为了使数据的可比性和使用现行调查测量文化的潜能最大化，本框架融入了当前所有相关的国际统计分类系统和标准。这些分类系统为各国收集和传播文化数据提供了一个综合性的框架。在用标准经济统计和住户调查的方法统计文化活动、产品和服务时，本框架也可以提供指导。没有文化统计框架的国家也可以使用本框架的基本结构。具有较强统计能力的国家则可以使用更加适合自身情况的统计工具，以更好地反映本国在文化政策方面的重点。

本框架没有规定或提供详细的指标。无论在国家还是国际层面，下一步的重点都是制订文化指标框架以及相关的指标。

1. 引言

本框架取代了 1986 年的《联合国教科文组织文化统计框架》(UNESCO, 1986)。第一版文化统计框架出台以来,出现了许多不同的定义和测量文化的方法,同时,社会和技术的进步也改变了文化在整个世界中的地位。

在适当并且可行的时候,国际性文化统计框架就可以追求最大化的国际可比性。各个国家也需要数据以制订有据可循的政策,并了解自己在与本地区或世界上其他国家的对比中所处的位置。

本框架还为评估经济和社会对文化的贡献提供了概念基础。它可以帮助会员国组织其文化统计数据的收集和传播工作。有了这一框架,我们就可以获取到某个国家的或者跨国的文化统计数据,还可以将其提供给联合国教科文组织、众多国际机构和全球的数据用户使用。

这一新框架的目标是灵活而不排它,同时还要提升可比性。我们还希望本框架能够帮助各国获取一些主要领域的文化统计资料,从而构建起自己的文化框架。此外,各国在采用了本框架各领域的划分方法之后,还可以用它们的相关数据进行国际对比。

1.1 理论基础

1986 年以来,人们对文化在经济和社会领域的作用所持的看法已经发生了巨大变化。文化与发展之间的重要联系也得到了援助机构和专家们更加广泛的认可。越来越多的人不但把文化看作是发展的方式(即推动和维持经济增长的方式),还把它看作是发展的成果(也就是说它赋予了人类生存的意义)。它可以通过旅游和手工艺品等形式产生经济效益,也能推动一个地区或一个国家的可持续发展。文化对人们的行为、经济发展进程、社会发展以及人类福祉的影响已经得到了广泛认同(UNESCO, 1995)。

文化对各国经济和社会发展的潜在影响可以总结如下:

- 一个群体的文化资产可以通过文化产业对经济产生影响,也能够促进社会和文化的复兴,从而为当地的可持续发展提供支撑。
- 文化为妇女和青年参与生产性活动提供了平台,有助于提升他们的地位、自尊心和社会意识。文化政策可以保护传统文化,满足妇女或土著居民等社会弱势群体的需要。妇女同样也是知识的主人,她们也能够传递文化价值,维护文化的特性。
- 一些文化产业主要由小型企业或家族产业构成,它们非常适合在当地发展。

在所有能提升文化重要性的要素中,有的是长期发展的必然趋势,有的则是近期事件推动的结果。在世界很多国家和地区,财富和可支配收入的增长带动了文化活动和产品方面的随意性消费的增加。这就意味着文化已经成为经济再生产周期中不可或缺的一部分,而不再只是拥有剩余资源才会购买的奢侈品或者是可有可无的产品。文化消费一直在不断增长,其产品的范围也在不断扩大,现在的一件“产品”承载着诸多的文化体验。

上述长期趋势体现在近期两种相互关联的现象中：

- 以前因为模拟制作系统而分离的文化产业（电影、电视、摄影和印刷）现在已经融合为数字化的形式，在很多情况下，甚至都很难把它们区分开来。数字技术显著地改变了文化产品的制作和传播方式。互联网更是如此，它越来越多地被用于传播各种文化产品（有时甚至是通过同一媒介）。
- 全球化带来了产品和服务的国际化流动以及全球范围内思想、人才和资本的交流。多元文化和跨文化性创造了新的产品、新的做法和多元身份。

与前数字化时代相比，新技术使得一次性文化产品（如一首歌）的快速商业运作成为现实。这就改变了那些能够进行数字化复制并具有投入商业贸易潜能的文化活动，与那些不能复制且更难以交易的活动之间的经济实力平衡（Barrowclough & Kozul-Wright, 2006）。

有些发达国家的文化部门在经济方面（至少是就业方面）比一些老的产业（比如采矿和汽车制造业）还重要，它们对国家的外贸收入有巨大的贡献。在发展中国家，从就业方面来看，文化部门对经济的影响目前还不是很明显，但却可能带来可观的外贸收入。所以，发展中国家正在重新审视文化在发展中的作用，并把它当作经济增长中一个潜在的积极因素（Barrowclough & Kozul-Wright, 2006）。

现有的文化政策框架是建立在前数字化时代的权力平衡、偏好和资源的基础之上的。新型的文化生产对这一框架提出了严峻的挑战（特别是在文化遗产保护、知识产权和多样性领域），也使得它们很难再达到其原来的目的。例如，有的音乐表现形式可能在商业上更有竞争力，而其它一些不能从数字化复制和分销中受益的音乐表现形式就需要更多的公共投入，才能维持其文化现状。同样，这些变化也会引发人们对其现状的重新审视。

新型文化生产还引出了一个新的文化政策管理领域，它主要侧重于文化活动的一种新的子类别 - 文化产业，有时候也称为创意产业（见第 2.2 部分）。文化产业的概念通常用来指文化部门的商业维度。然而，本框架鼓励采用一种更具综合性的方法，把（无论是公共的还是私营的）文化部门所有活动之间唇齿相依的概念引入进来。例如，从业人员每周可能会在公共和私营岗位上（或者是有酬或无酬地）轮流工作，这样就很难把他们归入公共或私营行业。如果把实践作为重点，我们希望本框架能够很好地应对界限的不确定性，并重视二者的相互促进作用。

文化在创造、生产、分配和消费方面发生的上述转变说明，无论是从相对还是绝对的角度来说，文化部门都取得了进步，而且这种发展已经超越了传统的经济领域。由于这种快速的变化以及文化生产的创新性，我们需要更多、更准确的数据，以掌握这一变化的广度和深度。下文我们也将提到，文化部门的发展步调并不一致。这不仅引起了一些群体情绪，也造成了商业与非商业、传统与现代、以及国际与本地文化之间的博弈。

1.2 修订框架的政策背景

1986 年的文化统计框架（UNESCO, 1986）出台以来，文化在公共政策领域的地位已经显著提高，其主要原因包括：

- 文化产品的国际贸易增长。这将对狭义的知识产权（生产、所有权和使用）和广义的文化认同及其所有权（比如非物质文化遗产）等问题产生重大影响。
- 文化产业领域几大跨国集团市场实力的增长和集中。在许多市场中，文化生产的组织都倾向于寡头垄断形式；因此，“先发优势”起着很重要的作用，而目前，几乎所有的文化产业领域跨国集团都集中在发达国家。尽管如此，互联网还是促进了这些企业集团垄断范围之外的市场和分销渠道的发展，但同时它也为猖獗的盗版现象提供了温床。
- 在文化产业成长起来之前，有关规范和促进文化产业的法律和政策机构就已经成立。结果，这些机构无法有效应对当前的挑战。可靠的现实依据是制定恰当的政策措施的关键。在制订政策的过程中，利用基于统计资料的文化产业介绍，文件，对文化部门进行分析，是政策措施制定过程中关键的一环。
- 把文化政策作为“文化产业”政策来制订可以提升其产业和经济的视角。这样做的结果是文化政策必须把文化产业考虑进去。
- 公共和私营部门之间存在着复杂的依存关系，不能用简单的二元论观点来看待它们。例如，一些商业文化活动也会影响文化政策的制订。局限于二元论方法的框架会越来越多地显露其不足之处。
- 从地区层面来看，以下两项倡议显示了发起者希望利用文化产业的投资或消除贫困的政治意愿：
 - 发起孟加拉湾多部门技术与经济合作倡议的国家提出的《帕罗倡议》（BIMSTEC, 2006）中提到：“文化产业有助于消除贫困，实践证明，它还能有力地推进社会重组，并为一些地方群体（特别是农村和城市贫民窟中比较贫穷的社会群体）注入活力。
 - 在非盟文化部长会议第一阶段会议（African Union, 2005）上提出并在阿尔及尔的第二阶段会议（African Union, 2008）上获得通过的《非洲文化和创意经济内罗毕行动计划》（Nairobi Plan of Action on the Cultural and Creative Industries in Africa）也得出了类似的结论和建议。其主要目标是通过推动本国文化的发展来改善非洲艺术家和创作人员的生活和工作条件，并提升文化产业对非洲发展的贡献。另外一个目标是促进非洲文化和创意产业的保护、组织、生产、市场化、分配、展览和延续；并将非洲置于最佳的视角下，使其从文化和其它部门的未来发展战略、技术和市场中最大程度地受益（AU, 2008）。该行动计划也阐述了对文化统计数据 and 创意产业统计数据的需求。

1986 年以来的一大显著发展是文化多样性意识的提升及对出台相关积极政策的需求增长。2005 年在联合国教科文组织大会上通过的《保护和促进文化表现形式多样性公约》(Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions) 也反映出了这一情况 (UNESCO, 2005a)。考虑到创意资源在经济中不断提升的重要性, 我们应当把文化多样性视为创造力和创新的核心。正如 David Throsby (2005) 所说: “……维护文化多样性的原则来源于这一观点: 思想、信念、传统以及其它艺术和文化形式的多样性推动了文化服务的流动, 这与个体提供的服务是截然不同的……文化多样性极大地增强了艺术和文化的活力, 它反过来又对经济产生传导影响。”

文化多样性涉及到不同根源的多方面政策领域, 在不同的层面 (即国家内部、国家之间或者跨国的层面) 还有不同的着重点和结构关系。在后一种情况下, 积极的文化多样性政策的推动因素背后还有以下几个相互联系的方面:

- 总体而言, 越来越多的人需要源自发展中国家的文化产品, 或者在某些情况下, 需要这些产品同发达国家的文化产品融合在一起。然而, 即使在那些跟发达国家有可比性的文化产品出口方面, 当就其经济回报问题展开谈判时, 发展中国家往往还是处于不利的地位。其中部分原因在于它们在体制能力方面的不足, 以及在垄断行业中绝对实力的悬殊;
- (主要是西方的) 高端和低端文化、西方和“其它地区”等概念之间的界限变得越来越模糊;
- 手工业产品的商业化, 以及它在发展中国家经济发展战略中的作用。

上述变化同时也带来了一系列的问题, 其中争论最为激烈的恐怕是知识产权问题。随着越来越多的人把文化当作一种商品, 权利体系 (以及对个体生产者拥有权力的定义) 决定了个人或群体在利用其创意过程中受保护的程序。各种有关抄袭和剽窃的具体问题也充斥着媒体报道, 其中大部分是大型企业的维权行动。同时, 没有受到商业化影响的领域也许还没有明确规定权利问题, 这也是盗版的重灾区。在发展中国家, 媒体通常很少报道这类问题, 这也对文化表达的多样性构成了威胁。由于这一原因以及其它一些原因, 《保护和促进文化表现形式多样性公约》(UNESCO, 2005a) 中突出强调了“传递身份定位、价值观念和意义”的文化活动的双重属性 (经济与文化属性) 和脆弱性。2001 年, 《联合国教科文组织文化多样性宣言》(UNESCO Declaration on Cultural Diversity) (UNESCO, 2001) 认为文化多样性是“交流、创新和创造力的源泉……它对人类的重要性就相当于生物多样性对自然界的重要性……它是发展的根基之一, 我们不应仅仅从经济增长的角度去理解它, 还应当把它理解为人类达到更高的智力、情感、道德和精神境界的方式。”以上文件提出了两条原则, 即接触所有文化表现形式的机会均等和所有文化表现形式的可持续发展。

1986 年的文化统计框架 (UNESCO, 1986) 是由当时的联合国教科文组织会员国提出来的, 它们大部分来自发达国家。这一次经过修订后的文化统计框架考虑到了发展中国家的需求。特别值得一提的是, 它还融入非物质文化遗产和非正规经济等因素, 并考虑了应对文化多样性这一问题的适当性和可行性。而在 1986 年的框架中, 有的文化活动, 比如手工艺产品生产和教育的作用, 不是被省略掉了, 就是没有引起足够重视。

1.3 修订框架的主要目的

本框架建立了一个概念基础，它为文化生产、流通和使用等各项活动的国际对比提供了共识。为了达到这一目标，本框架会遵循以下指导原则：

- 建立一个不区分具体经济和社会模式，涵盖所有文化表现形式的概念基础；
- 规定文化表现形式的范围（文化形式、实践、产品和流程），包括新的生产和消费形式（文化产业和文化的知识产权内容）以及跟文化产业没有联系的文化实践（非物质文化遗产）；
- 尽量保证所使用的分类标准能够转换成国际分类标准，如产品总分类（CPC）、统一商品描述和编码系统（也称作统一系统（HS））、国际标准工业分类（ISIC）和国际标准职业分类（ISCO）；
- 帮助各国制定符合国情且具有共同参照点的框架，以供国际对比和借鉴。

2. 文化统计框架：概念与结构

2.1 修订框架：一种新的方法

建立一个新的文化统计框架所面临的挑战是：摆脱文化政策辩论（特别是有关测量文化的辩论）中常用的对立和二分法的桎梏。本框架所使用的方法是为了解决以下三种常见文化政策二分法引发的问题：

- i) **文化的范围（经济-社会）**。使用本方法的前提是了解文化内涵的产生和传递方式。将文化生产和分配作为重点就必须明白如何将文化内涵融入到社会和经济流程之中。文化同经济和社会的关系是不可割裂的。许多文化要素，包括那些市场范围之外的要素，都可以利用参与度、时间的使用或者社会资本等指标进行追踪。其它许多有关文化生产和传播的要素涉及到经济交易，这也是可以测量的。
- ii) **管理模式（公共-私营）**。就文化生产和传播的资金和管理问题（私营部门、公共部门或者民间团体）而言，本方法具有不可知性。文化领域有三大资金来源：a) 公共资金（主要来自政府和公共机构），包括直接（补贴和拨款）或间接（免税）两种形式；b) 私人来源（来自市场）；以及 c) 非营利性组织或捐赠。当前的数据并未清楚地展现这三种不同文化资金来源的情况。文化支出和财政特别工作组承认，获取有关欧洲国家在文化上的公共支出数据，并确保数据的可比性和统一性的确非常困难（European Commission, 2001）。各国的公共财政结构（集中化或分散化）和采用的方法不尽一致，导致数据对比极其困难。

本框架的着重点在于文化领域的上述要素之间的关系、联系和交流。

- iii) **制度化程度（正规-非正规）**。本框架认识到文化生产和分配同时存在于正规和非正规的经济领域及社会领域。发达国家和发展中国家都有非正规的文化生产。然而，如果是非正规的经济领域或非经济领域中的文化生产，则可能需要进行估算。本框架所采用的方法目的在于公平地对待整个文化创造、表达和内涵流程（见第 2.3 部分）。

在许多文化产业领域，劳动分工的不断专业化使得“生产”文化和“使用”文化之间的区分也愈发明细。然而，在其它产业领域，比如手工业部门，这种区别并不是那么的明确，因为“手工艺品生产者”不但设计、制造产品，还展览或销售产品，从而将劳动分工合并或消除了。因此，手工艺品生产者可能会在文化生产周期中同时扮演好几种角色。

在对文化统计框架进行修改的时候，我们主要有三方面的考虑：

- **部门的广度**（包括了被认为属于文化范畴的各个领域）和**深度**（包括演员、艺术家、以及演员和艺术家工作中不可或缺的辅助人员和产品）；
- 采用**直接计量系统**的愿望；
- 进行**国际对比评估**的能力。同时，我们也不能刻意追求一个“放之四海而皆准”的框架。它要照顾到各地区或国家的特殊性和多样性，还要适合用于对比。

2.2 从统计的角度定义文化

修订版的文化统计框架采用了联合国教科文组织《世界文化多样性宣言》中对文化的定义，即“应当把文化看作某一社会或社会群体所具有的一整套独特的精神、物质、智力和情感特征，除了艺术和文学以外，它还包括生活方式、聚居方式、价值体系、传统和信仰”(UNESCO, 2001)。该定义与各个社会、群体和社区界定自己身份的方式有着极其密切的联系。

为了使文化统计框架所采用的文化定义能够用于统计目的,我们还考虑了以下两方面的问题:

- **“文化领域”的概念:** 要对文化领域进行定义,可以从一些产业(一般统称为文化产业)着手,因为可以利用现行的国际分类系统对它们作出定义。一个领域也可以包括适当类目下所有的文化活动,包括非正规的活动和社会活动。例如,对电影行业的统计不但可以包括商业影院的票房和剧情片的制作,还可以包括家庭电影的生产和观看情况。虽然这类非正规的社会活动也都是文化活动的核心组成部分,但是用现有的统计方法却很难对它们进行界定,因此,需要在修订版的文化统计框架下制定其它方法。从本框架的角度来说,一个领域应该包括所有相关的经济活动和社会活动。
- **创意与文化之争:** 许多国家把上述产业称为“创意”产业,可是,创意“领域”的许多产业并不一定就具有创造性。创意的定义和测量本身就存在着巨大争议。通常,创意产业涵盖的范围比传统的艺术领域更广,比如说,它还包括所有的信息和通信技术行业或者研发活动。对此,本框架的处理方法是允许将某些特定的文化产业(设计和广告产业)当作独立的领域。

2.3 文化周期

文化周期囊括了文化创造、生产和传播等不同的阶段。从这个方面讲,我们可以认为文化源自于一系列相关的流程。这些活动可以是制度化的,也可以是非制度化的;可以是国家管控范围之内的,也可以是这一范围之外的。如果一个部门包含非正规的、业余的以及与市场无关的活动,我们也将它们统称为一个“领域”,这样做的目的是为了表明这一概念既涵盖与市场无关的社会性活动,又包含与市场相关的经济性活动。

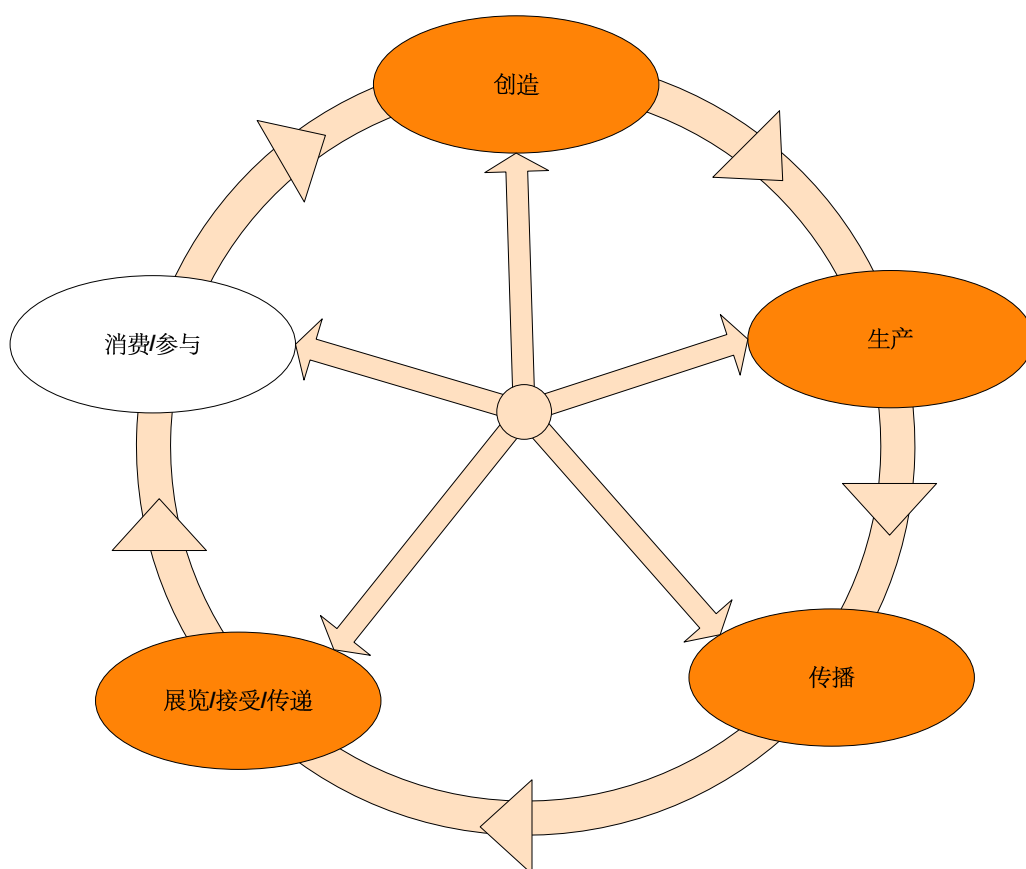
从领域的角度看问题,可以将整个生产周期中文化的生产和分配情况体现出来。在 BOP Consulting 提交的初步研究中(UNESCO-UIS, 2006a),对国家和地区分类系统的分析显示,一些联合国教科文组织会员国已经采用了文化周期的概念。然而,在有的情况下,它还是一个隐含性或在使用中没有一以贯之的概念。采用文化周期的概念可以超越简单的分门别类,弄清文化生产和文化活动是如何开展的。

构建一个强有力的、可持续的文化统计框架所面临的挑战在于:涵盖那些促进文化创造、分配、接受、使用、评论、理解和保护的流程。我们制定了很多方法,以尽可能全面涵盖与文化生产和传播相关的所有活动领域。尽管不同的文化形式有着不同的生产周期,而且并非所有的文化形式在生产周期的每个阶段都需要同样的投入,但是我们还是可以将文化活动纳入一个由五个阶段组成的生产周期(见图1)。

与 1986 年的文化统计框架（UNESCO, 1986）一样，本文中的文化周期由五个阶段组成，为了体现关系的复杂性和网络模型，我们稍作了改动，将原来的层级模型改为了循环模型。

1. **创造**：产生并创作想法和内容（如雕刻家、作家、设计公司）以及非重复性产品（如手工艺品、美术作品）的制作。
2. **生产**：可重复生产的文化形式（如电视节目），以及实现重复生产所需的专业工具、基础设施和流程（如乐器生产、报纸印刷）。
3. **传播**：让消费者和展览者接触到批量生产的文化产品（如批发、零售或出租音乐唱片及电脑游戏，发行电影）。通过数字化传播手段，有些产品或服务可以直接由创作者传递给消费者。
4. **展览/接受/传递**：指消费场所，以及通过授权或售票的方式向观众提供直播的和/或是直接的文化体验，让其消费/参与按时间付费的文化活动（如组织并举办节日庆典歌剧院、剧场、博物馆）。传递是指传递那些不涉及商业交易且通常产生于非正式场合的知识和技能，这其中包括非物质文化遗产的世代相传。
5. **消费/参与**：指消费者和参与者消费文化产品、参与文化活动和体验的活动（如阅读、跳舞、参加狂欢节、听收音机、参观画廊）。

图 1. 文化周期



文化周期这一术语对我们的帮助在于，它阐明了上述活动之间的相互关系，包括活动（消费）刺激新的文化产品和艺术品生产这样的反作用流程。该模型可以抽象地为分析文化生产和传播提供帮助，部分上说，可以将它看作一个敏感模型。实际操作中，有些阶段是可以合并的。例如，音乐家也许既可以作曲（创造），又可以演唱（生产/传播），剧作家会写剧本（创造），却很少会表演（生产/传播）。单独的一位工艺品生产者因为同时设计收集原材料（非正规的资源输入）、使用传统技术（非正规训练）以及在路边摊上销售产品（非正规的传播和零售）等多个阶段，以非正规形式参与了整个文化周期。在制订涉及文化生产的公共政策时，很重要的一点就是明白要测量的是整个流程中的哪一个阶段。

对于有的文化活动而言，其流程可以将文化周期的任何一个阶段作为起点，而且有的阶段还可以合并或者不存在。例如，文化遗产的创造就可以说是发生在过去，大多数跟它相关的活动都发生在“展览/传递”与“消费/参与”阶段。

文化周期的网状模型重点突出了新的生产形式，这些形式大多与新技术有关。新技术在不同的功能之间建立了相互联系，最终，新型的文化流程可能导致这些功能的合并。例如，通过 YouTube 或者博客等手段，人们可以同时进行创造和消费。

文化周期体现了文化生产是如何扎根于社会领域的。文化周期的方法无法获取文化生产的动机，无论这种动机是为了追求获利还是传递文化价值观念。由于文化活动和演员不停地在市场和非市场活动之间游离不定，我们必须承认，市场和非市场的因素都在发挥作用，而且很难对它们进行测量。

文化周期所关心的不是周期中任何一个特定环节具有多少的文化属性，而是了解并跟踪全部活动和将想法转变为文化产品和服务所需的资源，及这些产品和服务的消费、参与或使用。如果没有一个价值体系和一个能赋予艺术品以价值/意义的生产体系，那么艺术品（无论是绘画、工艺品，还是表演）就是毫无意义的。举个例子来说，如果某个国家想要把某个特定的地区列为国家优秀文化遗产，那么它就会动员旅游、运输、文化保护以及酒店等方面的资源，提升该地区在游客心中的价值。

文化周期同样存在空间维度。有的活动可能是集中发生在一个地方、区域或国家，而有的相关连的活动却可能发生在世界不同的地方。这种关连的确切性质必须通过实证研究才能获得，且对文化业的管理和利益增进（经济的和社会的）都有重要的意义。迁移同样也是文化的空间维度的重要组成部分，它是指人们通过移民的方式脱离了他们本来的文化环境。全球化加剧了这种迁移，同时也加剧了迁移带来的文化同化、冲突和异域感问题。

并不是所有国家都能轻易获得充实文化周期（部分源自文化统计框架）所需的经验数据（定量与定性数据）。对于那些在信息搜集方面有所投入的国家来说，这个模型体现了文化的巨大贡献。然而，只有当国家和地区间能够获取具有可比性的信息的时候，我们才能测量文化的真正价值，并获取制定政策所需的信息。

一项特定的文化政策并不需要考虑整个文化周期。但是，政策制定者必须清楚，小范围的有限干预也可能在整个文化周期中产生比较广泛的影响。

2.4 文化领域的广度

我们从世界各地选出了一些文化统计框架进行研究（UNESCO-UIS, 2006a），结果表明，各框架一致认为文化是由一系列可识别的活动构成的。然而，研究结果也表明，这可能会因为以下原因而变得模糊：

- i) 在如何将上述活动归入更高层面的不同领域的问题上意见不统一；
- ii) 在文化部门分析应该包括哪些功能的问题上缺乏共识。

第一个分歧是文化的地区差异的真实反映，可是它跟第二个分歧也有关系，即缺乏完善的分析模型或逻辑。这是导致第二个分歧的根本原因。

然而，采用一种统一且符合逻辑的方法并不是修订文化统计框架的唯一要求，同样要考虑跟以下两个方面相关的实际问题：

- **执行：**将我们对文化领域的定义推广到各个统计分类系统中的能力，包括产品总分类、国际标准产业分类、国际标准职业分类及其它的国际分类系统。
- **政治：**我们需要各国的支持和认可才能确保本框架的使用（从而变得有用），但是许多国家的文化机构都代表着巨大的利益关系，它们必须在本框架中“见到自己的影子”。

2.5 定义“文化领域”

要测量文化领域，并确定哪些范畴属于文化领域以及哪些不属于文化领域，就必须首先规定文化领域的范围。由于本框架采用务实的方法，我们对文化进行了可操作性的定义（下文中将要提到），本定义源自于上文对文化的一般性定义（见第 2.2 部分）。

本框架采用的可操作性定义以按领域划分的文化表现形式为基础，其目的在于衡量产业和非产业流程中生产的文化活动、产品和服务。文化产品和服务具有艺术价值、审美价值、象征价值和精神价值。文化产品和服务的特征不同于其他产品，因为它们的价格体系与欣赏价值或娱乐价值是紧密相连的，而且它还具有不可复制性（Throsby, 2001）。

文化产品传递着思想、象征意义和生活方式，有些产品还受版权的制约。文化服务本身并不代表物质文化产品，却能促进它们的生产 and 分配。例如，文化服务包括授权活动和其它与版权相关的服务，音像产品销售活动，艺术和文化演出宣传，以及文化信息服务和（图书馆、文献中心、博物馆）收藏书籍、唱片、艺术品的活动。这些产品和服务大部分都受版权的限制。

文化活动的表现形式或传递文化的方式，与它们可能存在的商业价值无关。这些活动可能本身就是终点，也可能继续推动文化产品和服务的生产（UNESCO-UIS, 2005）。

与 1986 年的文化统计框架（UNESCO, 1986）不同，本框架对文化领域的定义基于一个由文化领域和相关领域构成的层级模型。文化领域包括文化周期模型的所有不同阶段中涉及到的文化活动、产品和服务。各相关领域都跟文化的广义定义有关系，囊括了社会活动和娱乐活动。各领域都是相互独立的，例如，音乐就被划分成了一个单独的范畴。1986 年的文化统计框架将部分非物质文化遗产归入了“社区服务”的范畴，与此不同，现在本框架采用的是一种横向的视角。

如图 2 所示，文化统计框架中的文化领域代表着一系列具有文化性的生产制造、活动和实践，它们可以归为以下几类：

- A: 文化和自然遗产；
- B: 表演和庆祝活动；
- C: 视觉艺术和手工艺；
- D: 书籍和报刊；
- E: 音像和交互媒体；
- F: 设计和创意服务
- 非物质文化遗产（横向领域）

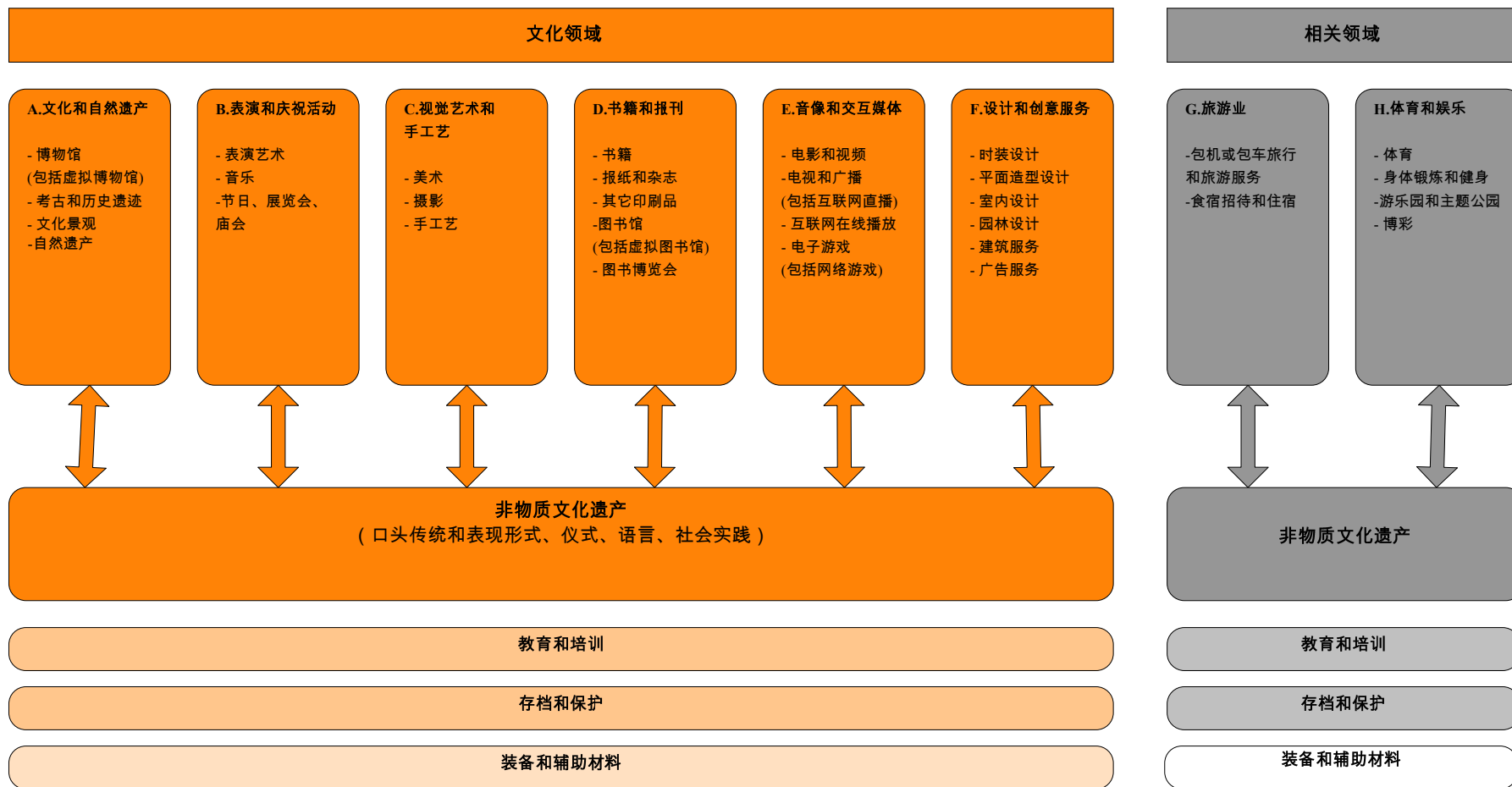
这些领域都属于文化范畴。它们代表了最为核心的文化领域，联合国教科文组织也鼓励各国至少应该在這些领域中收集可比数据。这一框架不但详细划定了文化领域的广度，还展现了它的结构。

此外，本框架还包括了其它三个横向领域，因为它们在文化周期中对文化的生产和传播有着关键作用。由于它们涉及所有的文化领域及相关领域，因此被定义为横向领域：

- 教育和培训
- 档案和保存
- 装备和辅助材料

尽管在某些情况下，有的活动可能会分属好几个领域，但是为了避免重复计算，本框架中的每一项活动只能进行一次归类。例如，音乐既可以归入“表演和庆祝活动”，也可以归入“音像”类，因为它既有现场音乐（表演）形式，又有音乐唱片（音像产品）形式。然而，本框架认为文化内容所呈现的类别优先于形式。此外，在统计分类系统中，该领域的很多内容都无法同其它表演艺术活动截然分开。

图 2. 文化统计框架涵盖的领域



文化领域

文化统计框架对文化领域的定义如下：

A. 文化和自然遗产

文化和自然遗产领域包含下列活动：博物馆、考古和历史遗迹（包括考古遗址和建筑物）、文化景观和自然遗产。

文化遗产包括历史文物、纪念馆、建筑群和遗址，它们具有象征价值、历史价值、艺术价值、审美价值、人种学或人类学价值、科学价值和社会价值等多元化价值。

文化景观是人与自然共同的杰作，它们传达的是人类与自然环境之间长期的密切联系（UNESCO, 2007）。

自然遗产的内容包括：自然地貌、地理和地形构造，为濒危动植物开辟的保护区域，以及具有科学价值、保护价值或天然审美价值的自然区域。它包括自然公园和保护区、动物园、水族馆和植物园（UNESCO, 1972）。

跟文化和自然遗产相关的活动包括与具有历史、审美、科学、环境和社会意义的遗址和收藏品相关的管理活动。博物馆和图书馆里进行的保存和归档工作也属于这一范畴。

博物馆被定义为一个“以研究、教育、欣赏为目的而获取、保护、研究、传播和展览人类的物质和非物质遗产以及环境的，为社会及其发展服务的，向大众开放的、非盈利的永久性机构”（ICOM, 2007）。该领域还包含其它形式的博物馆，其中包括“活的博物馆”，即包括仍然在社区仪式或宗教活动中被使用的物品，还有虚拟博物馆，即以 CD 或网站形式呈现的博物馆。

B. 表演和庆祝活动

表演和庆祝活动包含所有形式的现场文化活动。

艺术表演既包括专业的活动，又包括业余的活动，如戏剧、舞蹈、歌剧和木偶戏等。它还包括节日、盛会和庙会等地区性或非正式性的文化庆祝活动。

所有形式的音乐都属于音乐这一领域。因此，它包括现场的或者是录制的音乐演出、音乐创作、音乐录制、数字音乐（包括下载和上传活动）和乐器。

C. 视觉艺术和手工艺

视觉艺术的重点在于创作，它们具有形象化的本质。它们能够以多种形式吸引人们的视觉。但是一些当代的视觉艺术，如“虚拟艺术”，可能包括多领域的艺术形式，我们将这些艺术形式归入 E 领域，即音像和交互媒体。

视觉艺术和手工艺领域包括绘画和雕刻等美术创作，以及手工艺和摄影。商业艺术馆等展览这些作品的商业场所也被归入这一领域。

文化统计框架采用了国际贸易中心（ITC）和联合国教科文组织对手工艺或手工艺产品的定义，即“由手工艺者生产的产品，无论它们是纯手工制作，还是借助于工具或是借助于机械的手段，只要直接的手工劳动对最终产品的贡献是最重要的部分。手工艺品的特殊性源于它们的区别性特征：如实用性、审美性、艺术性、创造性、附属于文化、装饰、功能、传统、具有宗教和社会象征意义等”（UNESCO & ITC, 1997）。

根据使用材料的不同，联合国教科文组织（UNESCO & ITC, 1997）划分了六大类手工艺品：篮筐/柳条制品/植物纤维制品；皮具；金属器皿；陶器；纺织品和木制品。该指南还指出了一些补充类别，包括手工艺品生产中某个地区独有的、或是稀少的、或是很难利用的材料，比如石头、玻璃、象牙、骨头、贝壳、珍珠母等等。如果同时使用不同的材料和技术，我们则将其归入其它类别，包括装饰品、珠宝、乐器、玩具和艺术作品。虽然许多手工艺品已经投入工业化生产，我们还是把这些具有传统特征（图案、设计、技术或者材料）的产品作为文化统计框架的一部分。当代手工艺并未包含在视觉艺术和手工艺中，而是归入了 F 领域，即设计和创意服务领域。

D. 书籍和报刊

本范畴包括书籍、报纸和期刊等各种形式的出版物。本框架采用的分类与 1986 年的文化统计框架相同，但包括了电子或虚拟的出版形式，比如网络报纸、电子书以及书籍和报刊材料的数字化发行。实体或虚拟图书馆及图书博览会均被归入了这一领域。

正常情况下，文化分类系统或文化产业的定义中并不包含印刷业，而且它本身也不属于文化活动。然而，根据生产周期模型来看，应当把印刷业作为出版业的生产职能的一部分。因此，文化统计框架包含了那些主要用于文化目的的印刷工作。但是，当我们试图用现有的统计分类系统分离出这些印刷活动时，却碰到了难题。通常，跟出版业相关的印刷工作被当作出版业的一项生产职能归入书籍和报刊领域，而其它印刷工作（印刷商业供应目录或者“快速”印刷）则被排除在外。文化统计框架建议将这些相关的印刷工作归入装备和辅助材料领域。

E. 音像和交互媒体

本领域的核心组成部分包括电台和电视广播（包括互联网直播）、电影和视频及交互媒体。交互媒体涵盖了电子游戏和一些主要通过网络或计算机实现的新型文化表现形式。它包括网络游戏、门户网站、以及跟社交网络相关的（如 Facebook 网站）和网络播放相关的（如 YouTube 网站）活动网站。然而，互联网软件和计算机被认为是生产交互媒体内容的基础设施或工具，因此应该把它们归入装备和辅助材料这一横向领域。

交互媒体和软件是两大重要的活动领域。虽然许多交互媒体的产品和服务都可以用于文化目的（计算机和视频游戏、交互式网络和移动内容），但我们却不能说软件产业也是这样。文化统计框架将交互媒体看作音像和交互媒体领域的一部分。实际上，这还要取决于所采用的分类系统将交互媒体同主流软件和通讯活动截然分开的能力。借助产品总分类（CPC），我们可以确定部分（而非全部）交互媒体活动。当产品总分类或其它分类系统都无法确定这些活动的时候，就应该把它们归入装备和辅助材料这一横向领域。

当存在以下任何一种情况时，我们就可以认定交互媒体具有交互性：（1）当两个或两个以上的对象产生相互作用时；（2）当用户可以针对某一对象或环境进行修改时（用户玩电子游戏）；（3）当交互媒体包含用户的积极参与时；或者（4）当存在双向作用而非单向作用或简单的因果关系时（Canadian Heritage, 2008）。

电子游戏及其开发（软件设计）也表现为交互性活动，因此也包含在这一范畴内。

F. 设计和创意服务

1986 年的文化统计框架（UNESCO, 1986）中没有设计和创意服务领域。该领域涵盖对物体、建筑和景观进行创意、艺术和审美设计所产生的活动、产品和服务。

该领域包括时装设计、平面造型设计和室内设计、园林设计、建筑服务和广告服务。建筑业和广告业所提供的服务是文化领域的核心组成部分。建筑和广告服务的首要目的是向其终端产品提供创意服务或中间投入，但这些终端产品并不都属于文化范畴。例如，创意广告服务的终端产品可能是一则商业广告。商业广告本身并不是文化产品，但却是由某些创意活动产生的。为了避免重复计算，我们决定将某些设计活动归入 F 领域之外的其它领域。例如，所有属于文化遗产的建筑物都被归入了 A 领域，即文化和自然遗产领域，而交互媒体内容的设计则归入了 E 领域，即音像和交互媒体领域。

横向领域

尽管这些领域也可以单独构成独立的领域，但由于它们涉及其他多个文化领域，所以我们将其定义为横向领域。

我们认为，非物质文化遗产完全属于文化的范畴，而其它横向领域（即归档和保护、教育和培训、以及装备和辅助材料）只是部分上具有文化属性，因为这些领域包含了一些具有文化属性的要素和活动，所以它们与文化和文化统计框架有关，且具有一定的重要性。

非物质文化遗产（横向文化领域）

《联合国教科文组织保护非物质文化遗产公约》（UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage）（UNESCO, 2003b）将非物质文化遗产（ICH）定义为“被各社群、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能，以及与之相关的工具、实物、手工制品和文化场所”（公约第二条）。

非物质文化遗产既是传统的，又是有生命力的。它们是“世代相传的”，并且“在社群和团体中不断得到创新以适应他们所处的环境和他们与自然和历史的互动，同时使他们自己具有一种认同感和历史感”（公约第二条）。

非物质文化遗产的独特性在于它只有被某个社群视为其传统的一部分时才能称之为非物质文化遗产。换句话说，这些表达或实践本身没有什么内在的要素可以使外人（政府、统计工作者、研究人员）将其确定为非物质文化遗产。因此，非物质文化遗产的确定和定义取决于创造、维护和传承这些遗产的社群、团体、以及（在适当的时候）个人。

我们不能把非物质遗产看作一个离散的文化活动或生产领域，但它的确存在于文化统计框架下的所有文化领域之中。例如，手工艺或表演艺术中都有非物质文化遗产的印记。因此，它被作为一个横向领域（见图2）。非物质文化遗产还存在于一些不断延续的文化实践和活动中，其中包括：1）口头传统和表达，包括作为非物质文化遗产载体的语言；2）表演艺术；3）社会实践、仪式和节庆活动；4）有关自然和宇宙的知识和实践；以及5）传统手工艺。

在确定非物质文化遗产这一新领域之前，联合国教科文组织对文化表现形式和实践的功能和价值进行了多年的研究。这为我们用新的视角去理解、保护和尊重文化遗产，以及认可发现、规定、再创造和传递非物质遗产的社群和团体，铺平了道路。

存档和保护（横向领域）

存档表现为为了世代传承、展览和再使用而收藏并存放的各种文化形式（可移动对象和非物质对象）的活动（比如，保护历史遗迹和建筑物、音像资料和图片收藏）。保存是指对特定文化和自然资产进行维护、保养或管理。

归档和保存活动存在于每一个文化领域（一个作家的手稿、一部作品的首次公演、一场音乐会/展览会的方案）。档案资料还可以作为参照，为新的创作提供灵感。美术、手工艺、设计、建筑、出版和音像等行业的归档和保存工作反过来又能够为生产新作品贡献灵感。例如，历史建筑保存（和展览）的是建筑艺术；博物馆和画廊里收藏（和展览）绘画、雕塑、珠宝以及许多其它的历史文物，它们的价值主要在于其设计的特点（如从家具到汽车）；而档案馆中保存的则是诸如手稿、照片、书籍、影片和电台录音之类的原始文件。

教育和培训（横向领域）

文化统计框架并没有涉及教育的所有属性，只是当它作为一种传递文化价值和文化技能时才予以考虑。学习活动以及评论的过程，有利于文化的发展、理解和接受（如艺术和舞蹈学校、文学评论）。教育是一种文化世代相传的过程。它也是人们学会欣赏文化活动或产品或是对它们作出价值判断（如评论）的一种方式。教育是一种社会化的过程，在这一过程中，文化得以传播开来，并激发一种敢于挑战现有文化形式的创造性。

文化教育和培训能够帮助个人获取创造和生产文化产品所需的技能。它教会人们如何去评价消费文化产品和服务的结果，或是参加某项文化活动的社会效益。教育还可以通过一个正式或非正式体系传递构成社群认同的非物质文化。因此，在所有的文化领域以及整个文化周期中，教育和培训都起着重要作用。

当对教育进行统计时，为了方便国际对比，我们建议各国在数据收集阶段采用国际教育标准分类 (ISCED97) (UNESCO, 2006d)，在数据处理阶段采用 ISCED97 分类系统。各国还应该采用 ISCED97 系统规定的教育领域分类结构。

装备和辅助材料（横向领域）

该领域涵盖了“文化产品和活动所需的工具”。其他各个领域定义的文化产品（产品和服务）都是那些与文化内容直接相关的产品，而装备和辅助材料领域定义的则是辅助产业和附带服务（即使它们的内容只具有部分的文化属性），它们能够促进或促成文化产品的创造、生产和分配。互联网是文化产品和服务传递、生产和传播的一个主渠道，因此，它属于装备和辅助材料领域。计算机和 IT 设备也被归入了装备和辅助材料这一领域，因为它们是创造、传播和传递互联网的工具，也是创造许多交互媒体的工具。

我们之所以将这一范畴与 A - F 领域中的产品和活动区分开，是为了找出那些本质上不属于文化范畴却能够用于生产文化产品和服务，而且使这些文化产品得以存在的必要要素。

各领域都包含文化研究，并且有不同的代码。

相关领域

一般来说，体育、娱乐和旅游并非文化活动，然而，它们却包含着文化要素。换句话说，它们的活动表现出文化属性，但是主要内容却没有文化属性。因此，文化统计框架将体育、娱乐和旅游作为相关领域。

G. 旅游业

从定性的角度讲，旅游业不同于其他文化领域，因为从传统意义上讲，它还不能算做一个部门，也就是说，不能通过某个特定的市场或行业产出来衡量它。相比之下，更合理的做法是将旅游理解为一种受需求驱动、消费者主导的活动，它同文化部门的所有领域都紧密相连，因为每个领域都包含一些经常有游客参与的活动。因此，目前国际上已经形成了一套完备的方法，用于测量旅游业对经济的影响，该方法部分依靠旅游业卫星账户 (TSA) 的发展（参见 Eurostat, OECD, UN & UNWTO, 2001）。

理想情况下，文化统计框架只涉及旅游业的文化维度，如文化旅游、精神旅游和生态旅游等活动。尽管还没有一种国际认可的文化旅游定义，但文化统计框架提出了以下定义：“特地游览其它文化和场所，以知情的形式了解其中能够真正代表其价值观念和背景的人民、生活方式、文化遗产和艺术，也包括体验其中的差异性” (Steinberg C, 2001)。文化统计框架还包括精神旅游或生态旅游。这些活动被归入文化领域下的 A、B、C 和非物质文化遗产领域。例如，游客游览某地或听音乐会等活动就已经归入了文化领域。

根据旅游业卫星账户（TSA）所使用的方法，旅游统计的内容是游客对（国际或国内）产品和服务的需求。它包括旅行、住宿和其它方面的支出。然而，它还应该关注游客数量和旅游目的等与金钱无关的数据。所以，为了避免重复计算，旅游活动（如导游和旅游承包商）以及游客认为其主要内容不属于文化领域的活动（如住宿）都被归入了这一领域。

H. 体育和娱乐

体育

文化统计框架对体育的定义比较宽泛，它既包括有组织的和/或竞技体育，又包括健身和体育娱乐活动。在文化统计框架中，专业和业余运动都得到了反映。

对有的国家来说，某些特定的运动跟它们的文化身份认同紧密相关，因为体育同社会结构和传统是相互联系的。日本的相扑运动也许就是一例。在另外一些国家，体育只不过是一种娱乐消遣，或者主要是身体锻炼。此外，同样的运动在不同国家的情况可能有天壤之别。在有的分类系统里(European Commission, 2002)，观众在现场或通过电视机观看体育赛事被看作是文化活动，而专业运动就不一定被看作是文化活动。由于这些方法上的巨大的差异，以及由于大家普遍认为体育活动的“参与”价值，而非作为“产品”或“部门”的价值，才属于“文化”，我们只将体育看作一项与文化相关的活动。

娱乐

娱乐也被归入文化相关领域，它被定义为一项为了获得快乐或放松从而使人得到消遣、乐趣或刺激而从事的活动。它包括博彩、游乐园和主题公园、以及其它休闲活动。体育娱乐活动已经被归入体育领域，因此不包括在娱乐中。

博彩

博彩业由一些主要从事博彩服务的单位组成，比如赌场、赛场博彩设施、宾果游戏厅、电子游戏终端、彩票站和非法博彩机构（ABS，2001）。

在有些国家，如英国，彩票博彩是文化基金的主要来源。这也是博彩被纳入了文化统计框架之中，却又被划入了文化相关领域的原因。

游乐园和主题公园

娱乐活动包括游乐园、主题公园，以及类似的娱乐场所。

3. 文化统计：经济维度的测量

这部分将探讨如何利用现有的国际分类系统对文化活动的某些经济维度进行测量。文化统计框架所涵盖的文化的经济维度指文化产业中通过工业或手工流程产生的所有活动、服务和产品。这一方法所得结果可以在我们对每个领域的定义中找到，以文化活动、产品和服务或职业为依据，通过代码表示文化周期的各项职能。第 5 部分对此作了详细说明，还列出了与相应的分类系统中所有的相关代码。

3.1 国际分类系统在测量文化的经济维度中的运用

这一部分将重点讨论如何利用现有的数据收集工具收集文化统计数据。这些数据收集工具包括现有的国际分类系统，可确保我们收集和分析具有国际可比性的文化领域数据。这些国际分类系统大部分都提供了一个综合框架，在这种框架下，经济数据能够以一种专门为经济分析、决策和政策制定而设计的格式收集和报告。

现有的行政数据和抽样调查（个人、企业和家庭）能够生成一系列的文化数据，测量在国内生产总值（GDP）和文化领域的就业和消费趋势这两个方面，文化对国家经济的贡献。当前，有关文化生产和就业的经济数据大多是由各个国家统计局统计的。它们利用国际标准统计分类（见第 5 部分）对现有经济调查得出的一般经济数据进行再次汇总，从而得到上述数据。这些数据主要来自商业和企业调查、住户支出调查、商业注册、收入调查、劳动力调查和普查。尽管这些数据收集工具并不是专门为收集文化数据设计的，但我们却可以选择其中的文化和相关活动进行分析。

目前，这一部分用到了四个国际经济分类，本报告第 5 部分列出了详细清单：

- i) 国际标准产业分类（ISIC 4）——用于确定文化生产活动或产业（第 5 部分，表 2）；
- ii) 产品总分类（CPC 2）——用于确定文化产品和服务（第 5 部分，表 2）；
- iii) 商品名称及编码协调制度 2007（HS 2007）（第 5 部分，表 3）和扩大的国际收支服务分类（EBOPS）（第 3 部分，表 1）——用于确定文化产品和服务的国际贸易；
- iv) 国际标准职业分类（ISCO 08）——用于确定文化职业（第 5 部分，表 4）。

在国家和国际层面，很多现行的数据收集工具或调查使用这些分类系统。通常，国际分类系统与国家或地区分类系统要保持协调性，如北美产业分类体系（NAICS）、澳大利亚及新西兰标准产业分类（ANZSIC），或者欧洲共同体经济活动分类（NACE）。北美产品分类体系（NAPCS）和欧盟按活动划分的产品分类（CPA）可以用于产品分类。通常这些系统之间有对应表，为了在任意两个系统之间建立联系，我们也应该使用这些对应表¹。

¹ 各个分类及其对照表可以在 UNSD 网站分类库和欧洲的 RAMON 网站（http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC）上获取。

另一种广泛使用的经济模型是国民帐户体系（SNA）。SNA08 与 ISIC 4 和 CPC 2 的代码也具有兼容性。此外，它还使用了政府职能分类（COFOG）中对支出的分类；按目的划分的个人消费分类（COICOP）和按目的划分的非营利性机构分类（COPNI）。以下是利用这些分类确定的文化活动：

- a) 政府职能分类用于评估公共文化支出。主要的文化范畴被赋了以下代码：08.1.0 – 娱乐和体育服务（IS）
 - 08.2.0 – 文化服务（IS）
 - 08.3.0 – 广播和出版服务（CS）
 - 08.5.0 – 消遣、文化和宗教的研发（CS）
 - 08.6.0 – 未另分类的消遣、文化和宗教（CS）

- b) 按目的划分的个人消费分类按以下代码对文化进行了界定：
 - 13 – 用于非营利性机构提供的住户服务的个人消费支出（NPISHs）：
 - 13.3 娱乐与文化
 - 14 – 用于政府提供服务的个人消费支出：
 - 14.3 娱乐与文化

- c) 按目的划分的非营利性机构分类中与文化相关的代码有：
 - 03 – 娱乐与文化
 - 03.1 – 娱乐和体育服务
 - 03.2 – 文化服务

值得注意的是，如果只使用以上代码或国民账户体系的数据来评估文化，就会低估文化对经济的贡献。这也是智利和哥伦比亚等国制定文化卫星账户的原因之一。例如，安德烈斯·贝约公约组织（CAB）（一个由哥伦比亚和其它几个西班牙语国家成立的政府间国际组织）就已经提出了实行文化卫星账户的方法。该系统有利于评估文化产业及其活动对 GDP 的经济贡献。这一方法面临评估和整合非市场化产品和活动的特殊挑战。通过提倡使用具体的分类标准，特别是 ISIC 和 ISCO，文化统计框架能够为国家卫星账户的制定提供概念框架。这样做的好处是可以利用核算方法对文化进行更清晰的经济评估。另一方面，与只关注经济影响的卫星账户不同的是，本框架评估的文化活动及其影响更为广泛。

3.2 确定文化生产活动和文化产品：使用产品总分类（CPC）和国际标准产业分类（ISIC）

这一部分将要阐释如何使用 CPC 2 和 ISIC 4 来确定文化生产活动。它主要涵盖了生产周期的前四个阶段：创造、生产、传播和展览/接受/传递。

消费/参与阶段反映的是经济和社会行为，由不同的统计工具得出，将在第 4 部分中讨论。例如，非商业化的文化产品可能由包括政府机构、志愿者组织、业余爱好者或者专门的艺术家和创作者群体在内的各种生产者进行生产。

尽管 CPC 还没有得到广泛应用，但是由于它更加详细，所以它能够与 ISIC 接轨，从而增强可比性，提升确定文化生产产业和产品的精确性（见第 5 部分，表 2）。就服务数据而言这一点显得更加突出。CPC 的主要目标是：为产品统计数据国际对比提供框架，为制定或修改现有的产品分类体系提供指导，以使其与国际标准接轨。ISIC 则是为了提升产品分类的一致性。原则上，CPC 按照 ISIC 的定义，将产品或服务按其产业来源的一致性归类。

ISIC 的目标是作为生产性活动的标准分类。其主要目的是提供一组活动分类，并按照这些分类收集和呈现统计数据。因此，ISIC 的目的是把各个单位按照其从事的经济活动进行分类，并以这样的形式将以上这组活动分类呈现出来。它根据国际公认的概念、定义、原则和分类规则，建立了一个统一的经济活动结构分类。ISIC 提供的综合框架能够以一种专门为经济分析、决策和政策制定而设计的格式收集和报告经济数据（UNSD，2008）。

通常情况下，ISIC 的范围包含生产性活动，即国民帐户体系生产范围内的经济活动。生产性活动指将投入转化为产出的活动。使用 ISIC 的一大优点在于它已经被各国广泛使用，而 CPC 则不具备这一优点。然而 ISIC 的代码只有四位数，不如 CPC 详细；从而常常导致多项文化活动被纳入一个笼统的类别之中，或是归入同一个代码之下。这也是利用表 2 对这两大分类系统进行对照的原因。它把生产活动与相应的产品联系起来，以方便确定在一个较大的类别中的文化生产活动。

CPC 和 ISIC 使用上的局限性

如上所述，尽管这些分类系统并不是专门为文化领域建立的，但是依然能够利用它们考察文化活动和产品。

CPC

如表 2 所示，CPC 提供的分类系统在考察数字媒体（包括可下载的音乐和电子书）等新的文化形式时更具优势。然而，使用 CPC（或其它现有的国际统计分类）却无法获取某些文化产品和服务的信息。例如，CPC 很难确定与文化相关的教育和培训活动，而使用第四次修订版的 ISIC（比如，8541 和 8542 分别是体育和文娱教育与文化教育）、ISCO 08 以及联合国教科文组织自己制订的国际标准教育分类（ISCED）（UNESCO-UIS, 2006d）就能更好地达成这一目的。

有时候，CPC 的代码包含的活动既有文化活动，又有非文化活动，而且还不能将它们分开。在多数情况下，文化统计框架仍然采用了 CPC 对这些活动的分类。然而，这样可能会导致过高地估计文化活动的贡献。所以我们建议数据使用者，在可行的情况下尽量将相关代码下的文化活动与非文化活动分开。

ISIC

第四次修订版的 ISIC 中新增了信息与通信类别（见表 2），这是为了反映该产业目前的结构。尽管该版本细化了广播和电影行业的分类，但它依旧未能明确电子书和音乐下载等需要使用互联网的特定的文化活动。

ISIC 没有区分正规与非正规生产、合法与非法生产、以及市场与非市场活动，它们常常以非市场服务的形式呈现出来。ISIC 提出了另外一种分析和报告非正规部门统计数据的方法，其目的只是提供一个可以将非正规部门的活动数据以标准化的形式呈现出来的工具（UN, 2008）。

此外，由于 ISIC 是产业分类，所以它不能用来测量非产业化的文化活动。使用 ISIC 代码来测量文化活动存在一个重大缺陷：

ISIC 没有区分现代与传统的工艺品生产方法，因而就无法区分出手工或传统的生产。

ISIC 的以下两个代码运用到了所有的文化领域：

- i) 9000（艺术创作和文娱活动）：该代码涵盖了众多的艺术活动，它们跟文化统计框架中所有的领域（从 A 到 F）都有关系。虽然不能把一个作家联合会或作家协会看作 581—出版业的一部分，但是利用类似的方法就可以确定一个企业或画家联合会、一个弦乐四重奏乐队或知名摇滚乐队，投入商业运营后，它们能够产生可观的收入。
- ii) 8542（文化教育）：该代码包括文化活动的正规或非正规教育，如美术、建筑、音乐和舞蹈。因此，不能将它划归到任何特定的领域。可以将它看作具有部门特色的培训，或看作利用教育推进相关领域的文化活动的企业或机构。

我们建议使用的另一个 ISIC 代码是 3220（乐器），它代表乐器生产。从文化周期来看，乐器制造也应当被视为一种文化活动，因为它是艺术表达的生产要素（投入）的一部分。

3.3 国际文化贸易：使用商品名称及编码协调制度（HS）和扩大的国际收支服务分类（EBOPS）

本部分将对文化产品和服务的国际贸易进行考察。文化产品流动的数据是利用世界海关组织提供的海关统计数据，并借助 2007 版商品名称及编码协调制度（HS）（见表 3）整编而成。而文化服务的数据则是利用扩大的国际收支服务分类（EBOPS）获取的。使用这两个分类就可以确定任何经济体的文化流动性。

文化产品的国际流动

协调制度对产品进行分类的依据是其可见的物理特性，而不是依据国家特有内容成份、文化价值或其它类似的标准。它只能统计有形产品出入境申报时的数据。所以，需要将产品数据和服务数据结合起来才能更加全面地反映文化流动情况。第 5 部分表 3 中列出了与国际流动相关的代码。协调制度的代码与第四次修订版的国际贸易标准分类（SITC 4）中的代码是联系在一起的。SITC 的分类相对比较粗略，但在更多国家的海关统计工作中得到了普遍运用。

尽管如此，有的文化领域还是很难用海关提供的数据来测量。举个例子来说，协调制度的代码无法区分一件工艺品是工业化生产的还是手工生产的。只有以下代码跟工艺品相关：

5007	丝织品及其废料
5111 – 5113	羊毛或其它动物毛制成的织物
5208 – 5212	棉织品
5309 – 5311	纸线织品
57	地毯和其他纺织地板
60	针织物及钩编织物

电影业的数据尤其值得注意，因为它向海关报告的价值通常指原片，而不包括版权的价值。所以，以上数据还需要利用知识产权流动数据加以补充，这些流动数据可以从知识产权协会收集的服务数据中得到。

文化服务的国际流动

文化服务贸易的数据应该按照扩大的国际收支服务分类和第六版国际收支手册（BPM6）（IMF，2008）的最新分类方法进行编制，这种分类法也是用CPC 2对不同服务进行分类。在《国际服务贸易统计手册》（UN，2002）的修订过程中，扩大的国际收支服务分类的分类方法也会随之发生变化，该手册预计将于2010年完成修订。

国际收支服务主要与跨国提供服务相关，在这一过程中，服务提供者和消费者还是在各自的国家里，只是服务在跨国流动。

跟其它国际分类一样，扩大的国际收支服务分类也没有将文化列为一个单独的类别。此外，文化服务似乎只是一个非法定的附加项目，没有得到系统的收集。我们希望在2010年该分类系统得到修订之后能够更好地衡量文化服务。表1所列出的就是2009年6月修订草案中的代码。

大多数的旅游业文化服务数据都被纳入了旅行部分，它只涉及国际游客。旅行的贷方是指作为非常住居民的旅行者，在其访问一个经济体期间自己消费，或者带出这个经济体的产品和服务；旅行的借方是指作为常住居民的旅行者，在其访问其他经济体期间自己消费，或者从这个经济体带出来的产品和服务。扩大的国际收支服务分类将旅行分为公务旅行和私人旅行。私人旅行类别下的文化旅游大多“包含个人非因公出国（如休假、参加娱乐和文化活动、探亲访友和朝圣）所获得的产品和服务”（IMF，2008）。

表 1. EBOPS 代码所定义的文化服务

BPM6	EBOPS	标签
核心文化服务		
1.A.b.8.	8.4.1	音像产品的再生产和/或分配许可
	8.4.2	相关产品 ¹ 的再生产和/或分配许可
1.A.b.9.3.	9.3.1	新闻机构的服务 ²
1.A.b.9.3.	9.3.2	其他信息服务 ³
1.A.b.10.2.	10.2.2	广告、市场研究和民意调查
1.A.b.10.3.	10.3.1.1	建筑服务
1.A.b.11.1.	11.1.1	音像产品
1.A.b.11.1.	11.1.2	相关服务 ⁴
1.A.b.11.2.	11.2.3	遗产和娱乐服务 ⁵
装备和辅助材料		
1.A.b. 8.	8.3	计算机软件的再生产和/或分配许可
1.A.b.9.2	9.2.1	计算机服务
1.A.b.9.2	9.2.2	其它计算机服务
相关文化服务⁶		
旅游业		
1.A.b.4.2.3	4.2.3.	旅行 - 其它私人旅行 ⁶

注:

1. 该范畴还包括其它艺术和文学许可，比如表演艺术家、作家、作曲家、雕刻家及其它（如布景师、服装设计者和灯光设计师）。
2. 新闻机构的服务包括提供新闻、照片、向媒体提供特别报道。
3. 包括图书馆和档案馆服务。
4. 包括其它文化服务。
5. 代码 11.2.3 所代表的遗产和娱乐服务包含了娱乐服务。
6. 该范畴应该包括所有类型出国旅行（学习、出差或就医）的文化消费。

3.4 文化就业：使用国际标准职业分类（ISCO）

这一部分关注的是以个人、团体或组织形式参与到文化创造或生产活动之中的创作者、生产者和发行者。可以使用 ISCO 和职业数据对其进行分类。

下文中对文化职业的定义主要依据的是澳大利亚及新西兰标准职业分类（ANZSCO）（澳大利亚和新西兰统计局, 2009）和加拿大文化统计框架（加拿大统计局, 2004a）的定义。澳大利亚和新西兰的定义更为宽泛一些，它将休闲活动也包含在内。而本文化统计框架中所采用的定义则仅限于图 2 中列出的文化领域中与创意和艺术相关的文化职业。

文化职业包括那些涉及到创意和艺术生产、以及遗产收集和保护的职位。从事这些职业的人需要承担某些任务和职责，其目的是为了：

- 产生、发展、保护或反映文化、象征和精神意义；
- 创造、生产和传播文化产品和服务，它们通常包含知识产权；
- 表现艺术（如视觉艺术、音乐、写作、舞蹈或戏剧艺术）。

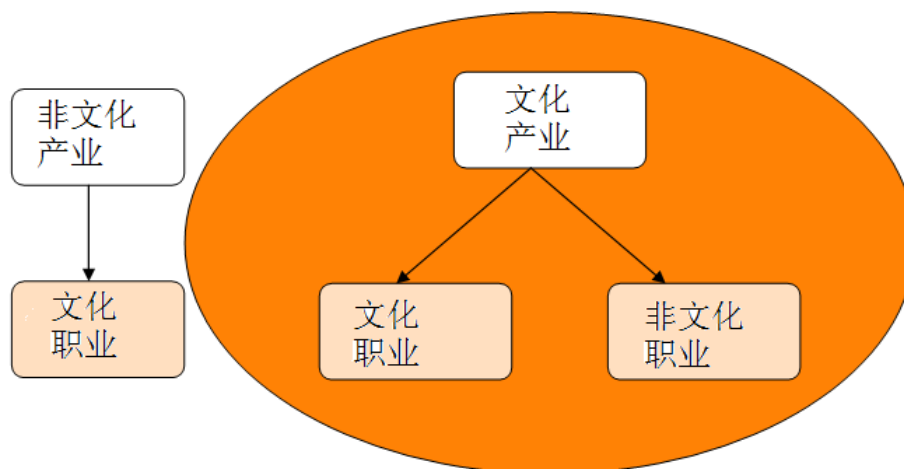
更为广义的定义将图 2 中的相关领域也包含了进去，它通常与体育和旅行等休闲活动有关。这些领域包括涉及到体育或运动消遣技能，并使人快乐、放松、消遣或娱乐的活动。

测量文化就业

文化产业的定义不仅需要包含文化产业中的职业，还要包含非文化产业中的文化职业，例如设计活动（见图 3）。

图 3 展示了本框架中的文化部门（橙色阴影部分）以及文化职业的不同分组，包括正式和非正式的文化职业。在评估文化就业的过程中，对于非文化产业，只有在评估文化就业时涉及到其中可能有的文化工作者时才予以考虑。例如，从事汽车设计工作就是非文化产业中的一个文化职业。

图 3. 文化就业



农村手工业²对文化就业有着较大的贡献。在发展中国家，文化职业通常只是一个副业，因为农民或其它劳动者把手工艺作为副业。这些信息通常不在普查或劳动力调查的范围之内。由于从业人数可能不够多，这些被掩盖的或“嵌入式的”职业在抽样调查中可能难以被准确地观测到。很多时候，这些从业者只是个体户或少于十个工人的小公司里的非正式人员，因而在企业调查中通常未包括他们。文化和创意工作在小型企业里非常活跃，从这个方面来说，甚至是欧洲统计也可能低估了文化就业。

此外，志愿或无偿活动在文化就业领域通常也起着举足轻重的作用。要想更好地评估这些活动，进一步的方法论研究是必不可少的。

为了确定非文化产业中的文化职业(见图3)，我们需要将ISCO代码分类下的就业数据和ISIC代码分类下的产业数据结合在一起，以便获得一个国家全部文化就业的更加精确的数值(Cunningham & Higgs, 2008)。

确定 ISCO 08 中的文化职业

ISCO 分类系统的基础是工作和技能这两个概念。ISCO 08 将工作定义为“某人为某个特定的雇主或自己完成(或需要完成)的一系列任务和职责”。技能则被定义为“完成某项工作所要求的任务和职责的能力”(ILO, 2008)。

没有任何一个代码能够涵盖所有的文化职业，但它们涵盖了需要不同技能的不同职业。无论如何，ISCO 08 还是新增了文化职业的代码，这是2007年经济合作与发展组织(OECD)和联合国教科文组织统计研究所(UIS)向国际劳工组织(ILO)递交的联合建议的结果，修改后的代码更加接近文化职业的真实情况。

ISCO 08 和 2009 年联合国教科文组织文化统计框架使用以下代码代表重要的文化职业：

- 262 图书馆管理员、档案管理员和博物馆管理员
- 264 作家、记者和语言学家(新增代码)
- 265 创作和表演艺术家
- 343 艺术家、文化和烹饪协会专业人才
- 3521 广播、音频、视频录音师
- 73 手工艺和印刷工人(新增分类，它包括了使用陶土、金属、玻璃、木头和纺织品的所有手工艺者)

第5部分的表4中列出的代码可以为文化职业定义提供依据。然而，要评估文化职业，还有一些问题需要解决。文化职业遍布于ISCO下的所有类别之中，而ISCO的分类有时候不够具体，无法对它们作出区分。此外，某些职业的从业人数可能不够多，所以在ISCO中没有列为独立的范畴。例如，我们很难区分以下大类中的文化职业：

² 农村手工业是指以家庭而非工厂为基础创造产品和服务的行业。

遗产及其保护

² 家庭产业的产品和服务生产活动基于家庭而不是基于工厂。

ISCO 中没有区分考古学家、博物馆管理员和保护者与遗产及保护相关的职业，而是统一将其归入了 2632 这一代码（社会学家、人类学家及相关人员）。这一领域的专业人员通常具备科学知识和高技术水平，从而被归在 ISCO 的第二大类“专业人员”中。

经理、高级管理人员和立法人员

就经理、高级管理人员和立法人员而言，只有 1113 这一 ISCO 代码（传统的村社首领）跟文化职业有关系。可是，我们还应该想想，像艺术公司总监这样的职业应该归入哪个类别，因为艺术行业的经理和高级管理人员都还没有相应的代码。

教育

文化领域的教师被归入了“其他教师”这一类，其中的代码包括 2354（其他音乐教师）、2355（其他艺术教师）和 2353（其他语言教师）³。然而，总体而言，各个教育层次（高等教育、职业教育和中等教育）的艺术和人文教师都没有包括在这一类别之内，因为他们可以被归入正规和非正规教育及职业教育这一类别。

信息和通信技术（ICTs）

与信息和通信技术相关的文化职业主要为音像和新媒体职业，比如多媒体设计师。它们分布于音像和交互媒体、设计和创意服务这两大类。然而，ISCO 08 并没有对广播和多媒体管理人员（包括电脑制图人员）作明确的归类。

3.5 评估遗产

如上所述，遗产领域所遵循的模式不同于其它领域。这一领域中的大多数活动都与遗产保护和维护相关。在这一点上，从经济的角度来看，遗产也是一种资产。资产的价值可升可降，这要取决于其维护情况。相关的经济研究分析了文化遗产的经济价值与大众的喜好之间的关系(Navrud & Ready, 2002)。研究人员根据人们愿意为保护某项文化遗产或参观某个遗址而花费的金额计算出了遗产的使用价值。通过询问人们愿意为后代保护某一遗产花多少钱，他们还计算出了文化遗产的非使用价值。然而，需要注意的是，由于替代效应的作用，这些附带价值或旅行成本很难合并为行政区或地区价值(Hoehn & Randall, 1989)。

文化遗产不但是—种经济资产，还是社会资产。它包含了审美价值、历史价值、社会价值、精神价值和教育价值。有形遗产的遗址通常是举办非物质文化遗产演出等庆祝活动的地方。发达国家常常记录诸如纪念馆和博物馆等文化资产的利用率。然而，还需要进一步的完善才能将文化旅游和常规旅游的统计数据区分开来。对文化遗址的游客和当地居民进行抽样调查也是一种重要的统计手段。在发展中国家，针对文化遗址的参观人数进行统计具有很高的成本效益，因而在文化统计框架中起到了重要的作用，尽管其中也存在难以区分表演者和观众的问题。

³ 有的国家（比如澳大利亚）将语言教师排除在文化职业之外。

版权的作用

版权适用于各种表达模式和形式的文学、科学和艺术作品（WIPO，1979）。文学和艺术作品包括书籍和其它著作、音乐、戏剧、舞蹈、摄影、电影、建筑图纸、雕刻和平版印刷、绘画和雕塑（WIPO，1979）。联合国教科文组织认为，要想“提升个人创造力从而推动文化产业的发展并促进文化的多样性”，关键在于对知识产权及相关权利的保护（UNESCO，2009a）。

确定拥有知识产权的产品和服务是文化对经济的一大主要贡献，这样做的另一个好处就是能与出台的法律框架挂钩。文化统计框架对文化产品和服务的定义中也认为它们受知识产权的潜在约束。知识产权对于每个领域的大多数要素来说都是适用的。

世界知识产权组织（WIPO）提出了确定知识产权产业对经济的贡献的指导原则（WIPO，2003）。“核心知识产权产业”的定义跟文化框架对文化领域的定义类似，但也有一些不同之处。世界知识产权组织将软件和数据库的知识产权也归入了核心知识产权产业，而文化统计框架却不是这样。除此之外，世界知识产权组织对文化部门的定义也和文化统计框架的定义不同，因为它没有涵盖那些与知识产权无关的领域，比如文化实践或博物馆的活动。

4. 文化统计：社会维度的测量

4.1 测量文化参与

前一部分阐释了如何使用 ISIC、ISCO 和 HS 等国际分类系统收集文化统计数据。这一部分我们将探讨测量文化的社会维度的问题，这也是文化和文化统计框架的重要组成部分。

我们面临的主要挑战是如何评估文化的社会维度，因为这通常是存在于非正规部门中，不存在经济交易的问题。文化的社会维度的某些方面与它的象征意义有关，也与它给人以认同感、共同的价值观和归属感，以及防止排他，增强社会凝聚力和稳定性方面所起的作用有关。它也是文化的非商品化维度，这些活动通常存在于社区之中，不属于经济的范畴。测量文化的社会维度不是一件很容易的事情。但是，还是有一些被广泛接受的统计标准可以为我们所用，帮助我们考察文化的社会维度。

住户和时间利用调查是文化参与度的主要数据来源。但是，这样的调查成本很高，所以各国倾向于在做其它调查时附加一些跟文化相关的问题。要想针对文化的社会维度提出一些具有国际可比性且得到一致认可的指标，还需要进一步发展定义和标准方法。因此，本框架希望在文化的社会模型的整体概念上能达成广泛的一致，并对确定社会要素以及合适的指标和定义所要做的统计工作进行一般性的指导。

文化参与

文化统计框架囊括了参与文化活动或实践的所有要素，无论它们是正规就业的形式，还是参加正式的（比如剧院的演出或付费演出）或非正式的、与货币交易无关的（社区活动、家庭活动）文化活动的形式，或者是在家里的文化活动。

通过统计消费者在文化产品和服务上的支出以及参与付费文化活动时的支出，我们就可以测量文化的经济维度。这些一般可以通过住户支出或活动调查获得，但也可能有现成的行政数据。

“消费”一词通常指消费者为获取产品或服务而付出金钱的活动，而“参与”则是指参加业余的或不需付费的活动。而实际上，二者很难区分，因为消费者/参与者可能会以交付实物的形式参与一些非正式的活动，或者以其它形式承担部分活动费用。例如，一个“消费者”可以通过为艺术家提供食宿来换取他的表演服务，这样他们就相互交换了服务。与此类似，业余的或非正式的艺术家的也能不通过学校学习或培训“变得专业”。因此，社会的或非正式的文化活动也可以是众多文化产业的源头。

单独的文化参与度调查主要由欧盟发起。欧盟文化统计专家组(LEG Eurostat, 2000)曾试图提出一个区域模型, 将其运用于欧洲晴雨表系列调查之中。从那时候起, 他们共进行了三项调查, 以收集欧洲参与文化活动的统一数据, 并检验该模型的适用性。Bennett 关于欧洲文化参与概念的定义非常有用, 他认为文化参与既包括艺术, 也包括与娱乐相关的日常活动。它指“各民族在文化品味、价值观和行为上的差异如何展现其艺术和媒体偏好, 这些差异在各民族不同的日常生活中又是如何体现的; 它们又是如何与其它相关的社会特性(比如阶层和性别)相联系的”(Bennett, 2001)。

因此, 文化参与既包含那些可能涉及到消费的文化实践, 也包括那些在社区中开展、能够反映生活质量、传统和信念的活动。它包括像看电影或听音乐会这样正式的收费活动, 也包括非正式的文化活动, 比如参加社区文化活动和业余艺术活动, 或者是像读书这样的日常活动。文化参与测量通常是按社区、社会群体、种族、年龄和性别分组的。基于某一个种族、社会群体或性别的分析也可以衡量文化表现形式的多样性。

此外, 文化参与还包括主动和被动行为。它包括音乐会的听众, 也包括演奏音乐的艺术家。调查文化参与度的目的应该是评估整个参与层, 但可能会很难区分其中的主动行为和被动行为。例如, 在某些节日活动中, 有的人可能既是表演者(主动性, 创造性并激发他人的一方), 又是观众(被动性, 或者被激发的一方)。文化参与是按职业定义的(ILO, 1988), 因此不关心以就业为目的的活动, 例如, 游客参观博物馆就属于文化参与, 而有报酬的导游就不算。

2006年, 联合国教科文组织统计研究所委托开展一项以发展中国家的文化活动为背景的报告, 用来测试欧盟模型(欧洲晴雨表)。该报告(UNESCO-UIS, 2006b)将文化实践分为以下三类:

- i) **基于家庭的文化活动**, 指花在看电视、听收音机、看/听录制的音频和图像、阅读、以及使用计算机和互联网上的时间。
- ii) **外出文化活动**, 指参观文化场所, 诸如电影院、剧院、音乐厅、博物馆、纪念馆和遗址。
- iii) **构建认同感**, 包括业余文化活动、文化协会会员、流行文化、种族文化、社区活动和青年文化。

测量基于家庭的文化实践

时间利用调查是测量基于家庭的文化活动的典型工具。抽样调查适用于测量外出文化活动和构建认同感的文化活动。

作为其“改进有酬和无酬劳动计量方法”工作的一部分, 联合国统计司出台了《联合国试行国际时间利用统计活动分类》(ICATUS)(UN, 2005)。该分类的目的是帮助发展中国家和发达国家获取有关时间利用的统计数据, 并改进妇女经济生产活动的量化。ICATUS 是唯一一个详尽列出了文化实践活动(包括社区活动)的分类。第5部分表5列出了它的代码。

通过对“地点”、“交通方式”、“为了谁”、“和谁”等变量分类, 可以对基于家庭的文化活动作出进一步的描述。

根据产出结果的机构不同，ICATUS 结构将个人参与的国民经济核算活动分为两个大类：个人作为家庭成员进行的家庭生产活动，以及个人参与部门生产（而非家庭生产）的活动（UNSD, 1998）。

经常开展文化参与度调查需要广泛的资源。本框架认为，参与度调查应该重点关注整体的参与水平以及开展文化活动的领域。如果系统地使用这些调查（比如调查人们参与音乐、舞蹈和阅读等情况），就可以对社会问题进行考察，而且还可以把业余的或非正式的文化生产活动和更为正式的活动联系起来。这种联系对考察文化领域商业化的主要问题及其对整个社会的影响至关重要。

4.2 测量非物质文化遗产（ICH）

这一部分将要探讨测量非物质文化遗产的首要因素和方法。我们需要提出专门的测量方法，并使其满足各个社群的需要，以增强其政策相关性。

本框架将非物质文化遗产理解为“被各社群、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能，以及与之相关的工具、实物、手工制品和文化场所”（UNESCO, 2003b, Art. 2）。因此，非物质文化遗产可以存在于任何一个文化领域，所以本框架将其视为一个横向领域。

有的非物质文化遗产的产出是无形的，因此很难从定量或定性的角度去测量。这并不意味着需要对每一种非物质文化遗产的表达形式都进行测量。

如果非物质文化遗产是以音乐、故事、舞蹈或其它表演的形式存在并传播的话，那么就可能有其它的测量方法。例如，适当规模的调查（地区性的、区域性的、国家性的）能够获取参与者/表演者的数量等信息⁴。调查还可能得到传播内容和形式方面的信息。

文化遗产非物质的方面是测量中的主要难题，因此，要开发出合适的测量工具，还需进一步的方法论研究。

⁴ 有的情况下，在一场表演的不同阶段同一个人可能既是观众又是表演者。

框 1. 欧洲时间利用调查指南⁵

该调查方法的主要前提条件有：

- 调查应该将所有调查对象作为一个整体，而不是重点关注整体中的某些特定人群。理想情况下，调查应该涵盖 10 岁及 10 岁以上的人群。如果达不到这一标准，至少应该将 15 岁及 15 岁以上的人群纳入调查范围。
- 样本大小必须足以保证所有估计结果和年龄、性别或受教育程度等人口结构变量的代表性。
- 应该包含工作日和周末两天的日志。
- 时间利用调查（TUS）应该涵盖连续 12 个月的情况。如果这一点无法满足，则至少应该涵盖普通的一周的情况。
- 日志应使用 10 到 15 分钟的时间段。
- 日志中应该区分主要和次要活动。在调查媒体使用习惯（比如开车时听收音机或做饭时看电视）时尤其应该这样。
- 被调查者的回答应该使用详细的活动代码表，尤其是在涉及到媒体使用习惯的时候。

虽然时间利用调查是最准确的调查媒体使用习惯的方法，但是它的调查成本也很高。一个较好的替代方法就是在某个普通的工作日和周末，以抽样调查的方式问一些有关花费在媒体上的时间的问题。如果是这样的话，就必须事先给各项活动编码。

抽样调查适用于测量外出文化活动和构建认同感的文化活动，因为这两类活动不是那么常见和频繁。为了保证国际可比性，各国的调查还应该符合以下附加标准：

- 参照期通常是一年。调查对象报告其在过去的 12 个月中参加文化活动的情况。
- 最终的抽样单位应该是个人。必须避免代理调查（通常在家庭调查中使用），因为调查对象常常不清楚其他家庭成员参加文化活动的情况。
- 如果可能的话，在国际对比中最好使用比文化参与度调查的涵盖范围更广的调查，比如综合社会调查或闲暇时间调查。专门的文化调查倾向于高估文化参与度。然而，如果无法获得其它数据，也可以使用“专门的”调查所得出的结果。

时间利用调查指南针对发展中国家所作的改进

- 社会及人口结构特征：理想情况下，调查应该涵盖 5 岁及 5 岁以上的人群，这是发展中国家媒体使用习惯数据的共同参照点。还应该考虑到年龄、性别、受教育程度、主要活动、收入水平和种族群体等人口结构变量。
- 样本大小：必须按照人口数量和特点来确定样本大小，以确保代表性。
- 术语和分类：为了保证国际可比性，建议采用国际产品和服务的分类方法。
- 工作团队：文化领域中的不同机构之间需要相互协调配合。建议建立一个由统计学家、经济学家和文化方法学家组成的跨学科工作团队，以确保调查的针对性。

⁵ 欧盟统计局（Eurostat）就《欧洲时间使用情况统一调查》（HETUS）出台了诸多的指导原则，网址是：
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CC-04-007/EN/KS-CC-04-007-EN.PDF

语言

对许多国家来说，语言也是一个重要变量。语言是非物质文化遗产得以表达和传递的载体之一，也是我们了解某个群体的全貌及其社会和自然环境的一种方式。

在如何定义和测量语言及其使用者数量的问题上存在诸多争论。在确定语言的过程中，语言学家用到了两条标准：1) 语言被认为是一组能够互相通识的语言变体的集合；2) 群体的自我认同：如果两个群体的人都认为各自属于不同的民族，那么他们使用的就是两种不同的语言（UNESCO-UIS, 2006c）。

有相当一部分国家的普查内容中包含了语言的问题。《联合国人口与住房普查原则和建议》（UN, 2007）指出，各国通常收集以下三类语言数据：

- a) 母语，其定义是个人在其孩提时代的家中所说的语言；
- b) 常用语言，其定义是目前个人在其现在的家中所说的或说得最多的语言；
- c) 能够说一种或一种以上指定语言的能力。

举例来说，语言数据有助于衡量语言多样性的现状和趋势，以及使用地方语言的人数。联合国教科文组织（UNESCO, 2003c）根据以下九条标准，提出了评估语言活力和濒危情况的方法：

- 语言使用者的绝对数量；
- 使用者占人口总数的比例；
- 语言教育和识字材料的可及性；
- 对新领域和媒体的反应；
- 文献的类型和质量；
- 语言的跨代传递；
- 群体成员对自己的语言所持的态度；
- 语言使用领域的改变；
- 政府和机构的语言态度和政策，包括官方立场和使用情况。

在《世界濒危语言图谱》（Atlas of the World's Languages in Danger）中，联合国教科文组织使用这一方法列出了濒危语言的名单，以跟踪非物质文化遗产和多样性源泉消失的现象（UNESCO, 2009b）。

测量构建认同感的实践活动

另一种测量文化的社会维度的方法是考察重要文化活动对社会和经济的影响。

哥伦比亚曾评估过“宗教节日”（fiesta）的经济、社会和文化影响。宗教节日可以定义为“对信念、神话、生命和世界的概念（宇宙起源）、集体想象进行神秘的象征性建构，它们与经济、宗教信仰、政治和其它方面的某些重要环节是联系在一起的。它们以传统的方式传播，在特定的时间和空间里，它们只属于某个特定的社会群体”（Convenio Andres Bello, 2004）。我们可以通过以下几个方面分析宗教节日的社会和文化维度：

- 社会参与度：社区的部门/参与者积极组织宗教节日；
- 认同感：社区共同拥有（文化和社会认同）；
- 文化多样性：宗教节日的准备和发展阶段不同文化观点的表达（传统的、民族的、宗教的体验、艺术表达、再创造）；
- 社会凝聚力：不同部门/参与者在宗教节日的准备和发展阶段的融合；
- 社会拨款：各团体和社会参与者以个人和社会的形式资助宗教节日。

文化的其它社会维度

在测量文化对经济和社会发展的贡献时，文化资本和社会资本这两个概念非常有用。David Throsby 认为，“我们可以将文化资本定义为：除了具有经济价值之外，还能体现或提升文化价值的资产……如果把一栋古建筑看作房产，那么它就具有某些商业价值，但是对于个人或社区来说，它的真正价值是它可能具有的审美价值、精神价值、象征意义或者其它超越了经济范围的要素。这些价值就可以称为该建筑的文化价值。这样定义的文化资产既可能是建筑、地点、遗址、艺术品、人工制品等有形资产，也可能是思想、实践、信仰和传统等无形资产” (Throsby, 2001)。

框 2. 本土知识与传统知识

传统知识和地区知识通常是与本土知识相联系的。乌干达将本土知识定义为“在某个本土社区的具体条件下存在或发展起来的传统知识和地区知识，并且该社区属于某一个特定地理区域” (Ministry of Gender, Labour and Social Development, 2006)。

太平洋共同体秘书处 (Secretariat of the Pacific Community) 将传统知识和地区知识定义为：“文化的表现形式就是传统知识以任何形式呈现或表达，无论它的内容、质量或目的，也不管它采取有形或无形的形式，并且不局限于以上描述，文化包括：

- a) 姓名、故事、颂歌、谜语、历史和口头说唱的歌曲；
- b) 艺术和手工艺、乐器、雕塑、绘画、雕刻、陶器、红陶马赛克、木制品、金属制品、油画、珠宝、编织品、针织品、贝类制品、地毯、服装和纺织品；
- c) 音乐、舞蹈、戏剧、文学、庆典、仪式表演和文化实践；
- d) 设计和视觉创作而成的形式、部件和细节；
- e) 建筑形式。

按照惯例法和相关传统的业主的习俗，神圣的秘密是指具有神圣或神秘含义的传统知识或文化表现形式。

传统知识通常包括：

- a) 为达到传统的经济、精神、仪式、叙述、装饰或消遣目的而创造、获得或激发的知识；
- b) 正在或曾经被世代相传的知识；
- c) 被认为属于【特定国家】某一个特定的传统团体、族群或社群的知识；
- d) 集体产生并共同享有的知识。”

来源：SPC，2002。

香港创意指数 (Hong Kong Creativity Index) 认为, 社会资本的表达式是“信任、互惠、合作和发达的社会网络……它能够提升集体的福祉、社会表达和公民的参与度……能够增强个人和集体的创造力。它是通过以下九个方面测量的: 一般信任、制度信任、互惠原则、效益意识、合作、对待少数民族的态度、拥护现代价值观、自我表达以及参与社会活动” (Centre for Cultural Policy Research, 2005)。

为了将其它文化领域 (特别是文化的某些社会因素及其对社会的影响) 纳入本框架之中, 我们还需要针对文化的其它维度展开研究。在某种程度上, 文化和自然遗产领域已经包括了文化与环境的关系, 在这一方面, 特别是关系到可持续性的问题, 我们还需要深入研究。文化与幸福的关系也是一个重要议题, 因此, 需要审视文化与健康的关系。从最为宏观的角度来看, 诸如健康与环境的话题已经远远地超越了文化的范畴, 对此, 大家争论得更多的是文化与其它统计领域的关系。例如, 这可以包括从事一项文化活动 (比如演奏乐器) 对总体健康的潜在影响 (Michalos, 2003; 2005)。

5. 数据收集：国际分类代码表

这一部分列出了上文所述的各项国际分类的代码。每一项生产活动、产品、服务、职业或活动都是根据领域和文化周期的功能定义的。但是，这并不意味着我们能够对每一个分类的领域，或者文化周期的每一个阶段都给出定义。例如，由于 ISIC、CPC、HS 和 EBOPS 都跟经济有关，所以它们的代码主要涵盖了从创造到展览这几个阶段的活动，而 ICATUS 则涵盖了参与阶段的活动。

每一个代码只能出现一次。为了使 ISIC 和 CPC（表 2）能相互对照，一个 ISIC 代码可以出现在不同的领域。但无论如何，当 ISIC 代码在用于评估文化产业的规模时，它们只能统计一次。斜体和标有星号的代码只能在可以区分文化与非文化活动时使用。

表 2. 根据 CPC 2 和 ISIC 4 代码定义的文化生产活动以及产品和服务

文化产品						
领域	生产活动 ¹			产品和服务		
	ISIC 4		描述	CPC 2		描述
A. 文化和自然遗产	9000		艺术创作与娱乐活动	38962		邮资或印花税票、邮戳、首日封、信纸等；具有动物学、植物学、矿物学、解剖学、历史学、人种学或钱币学意义的收藏品；古董
	9102	4	博物馆活动、历史遗址和建筑的运作	96411 96412		除历史遗址和建筑之外的博物馆服务 历史遗址和建筑的保护工作
	9103		植物园、动物园和自然保护区的活动	96421 96422		植物园和动物园的服务 包括野生动物保护在内的自然保护区服务
	4774	5	二手商品零售	621**	6	非专卖店的零售服务
B. 表演和庆祝活动 ²	9000	7	艺术创作与娱乐活动	96210 96220 96230 96290 96310 95997		表演艺术活动的宣传和组织服务 表演艺术活动的制作和表演服务 表演艺术设备操作服务 其它表演艺术和现场娱乐服务 表演艺术家的服务 文化和娱乐协会（而不是体育或竞赛）
	3220		乐器生产	38310 38320 38330 38340 38350 38360		钢琴和其它键盘弦乐器 其它弦乐器 管乐器（包括管风琴、手风琴和金属管乐器） 声音的产生或放大需要电的乐器 其它乐器（包括打击乐器、八音盒和游乐场风琴）；机械鸟鸣器、哨子、号角和其它用嘴吹的乐器 乐器部件或配件；节拍器、音叉、律管

	5920		音频录制及音乐发行活动	32520 47610 96111 96112 96113 84321 73320	8	印刷或手写的音乐 音乐 CD、录音带或其它物理媒体 音频录制服务 现场录制服务 原版录音 音频下载 授予原版娱乐、文学或音乐作品使用权的服务
	4762		专卖店的音乐和录像的零售活动	62242		专卖店零售收音机和电视机以及录制的音、视频光盘和磁带
C. Visual Arts and Crafts ³	9000	9	艺术创作和娱乐活动	38961		油画、素描和蜡笔画；原版雕刻、印刷和石印；任何材料的原版雕塑
	7420	10	摄影活动	83811 83812 83813 83814 83815 83819 83820 38942 38941		肖像摄影服务 广告及相关摄影服务 活动摄影和摄像服务 专门的摄影服务 复原和润饰等摄影服务 其它摄影服务 照片加工服务 曝光或冲洗过的感光片和胶片（电影胶片除外） 已经曝光但还未冲洗的感光片、胶片、纸、卡纸和织物
	5819		其它出版活动	32540		打印出来的图片、设计和照片
	3211		珠宝及相关物品的生产活动	38220 38240 38210	11	人工养殖的的珍珠、珍稀或半珍稀宝石以及修复的珍稀或半珍稀宝石（工业金刚石除外） 首饰、其它贵金属饰品或镀有贵金属的金属饰品；天然或人工养殖的珍珠、珍稀或半珍稀宝石饰品 天然或人工养殖的和未经加工的珍珠
	7220		社会科学和人文科学领域的研究和实验活动	81229	12	社会科学和人文科学领域的研究和实验活动

D. 书籍和报刊

D. 书籍和报刊	9101	图书馆和档案馆的活动	84510 84520	图书馆服务 档案馆服务
	5811	书籍出版活动	32210 32220 32291 32292 32299 32510 32511 32530 47691 47692 84311 89110	已出版的教材 已出版的通用参考书 已出版的专业、技术和学术书籍 已出版的儿童读物 已出版的其它书籍 地图、类似的图表和挂图（而非书籍形式的地图） 印刷版或带有插图的明信片；附有个人 印刷版的地图、水文地理图表及类似图表（包括挂图、地形图和全球地图，书籍形式的地图除外） 附有光盘、磁带或其它物理媒介的有声书籍 基于文本的光盘、磁带或其它物理媒介 在线书籍 付费或签订合同的出版服务
	5813	报纸、杂志和期刊出版	32300 32410 32420 32490 84312	每周至少出版四次的报纸、杂志和期刊 印刷版的大众报纸和期刊（日报除外） 印刷版的商业、专业或学术报纸和期刊（日报除外） 其它印刷版的报纸和期刊（日报除外） 在线报纸和期刊
	5819	其它出版活动	84399	其它在线内容
	4761	专卖店零售书籍、报纸和文具	62251 62151 62451 62551 62351	专卖店零售书籍、报纸、杂志和文具的服务 非专卖店零售书籍、报纸、杂志和文具的服务 其它非商店零售书籍、报纸、杂志和文具的服务 付费或按照合同零售书籍、报纸、杂志和文具的服务 邮件订购书籍、报纸、杂志和文具的零售服务
	6391	新闻机构的活动	84410	新闻机构提供的报纸和期刊服务

	6399		其他信息服务活动	85991		其它信息服务	
	4649*	13	批发其它家用产品*	61251		付费或按照合同批发书籍、报纸、杂志和文具的服务	
				61151		书籍、报纸、杂志和文具的批发服务（付费或按照合同的批发服务除外）	
	9000	14	艺术创作和娱乐活动	96320	15	作家、作曲家、雕刻家和其它艺术家（表演艺术家除外）提供的服务	
				96330	15	作曲家及其他艺术家（表演艺术家、画家和雕刻家除外）提供的服务	
E. 音像和交互媒体	5820		软件发行	38582		电子游戏机控制台的软件盒	
				47822		电脑游戏软件包	
				84391		网络游戏	
	5911			制作动画、视频和电视节目的活动	38950		曝光或冲洗过的动画胶卷（无论有无音轨或只有音轨）
					47620		光盘、录像带或其它物理媒介上的电影和其它视频内容
					84331		电影和其它视频的下载
					84332		串流视频内容
96121						制作动画、录像带和电视节目的服务	
96123		原版动画、录像带、电视和电台节目					
5912			动画、视频和电视节目的后期制作活动	96131		音像编辑服务	
				96132		母带的转录和复制服务	
				96133		彩色校正及数字化复原服务	
				96134		视觉艺术服务	
				96135		动画制作服务	
				96136		为电影、节目提供字幕的服务	
				96139		其它后期制作服务	
5913		动画、视频和电视节目的供应活动	96140		动画、录像带、电视和电台节目的供应服务		

E. 音像和交互媒体	5920	录音及发行音乐的活动	96137 47699 84322	音频编辑和设计服务 其它非音乐音频光盘和磁带 串流音频内容
	5914	动画投影活动	96150 96152	动画投影服务 录像投影服务
	6010	无线电广播	84611 84621 96122	无线电广播原件 广播频道节目 无线电广播节目制作服务
	6020	电视节目及广播活动	84612 84622 84631 84632 84633 84634	电视广播原件 电视频道节目 广播（节目制作和时间安排）服务 家庭节目供应服务（基本节目） 家庭节目供应服务（自选节目） 家庭节目供应服务（付费节目）
	6312	门户网站	84394	门户网站搜索内容
	7722	租借录像带和光盘	73220	录像带和光盘的租借服务
	6391	新闻机构的活动	84420	新闻机构的音像媒体服务
	4762*	专卖店零售录制的音乐和视频	62542 62242	无线电广播和电视设备、录音/像光盘和磁带的零售服务 专卖店零售无线电广播和电视设备、录音/像光盘和磁带的服务
	4791	邮购或网络零售	62342	邮购或网上零售无线电广播和电视设备、录音/像光盘和磁带的服务

F. 设计和创意服务	7410	16	专业设计活动	83911 83919 83920		室内设计服务 其它专业设计服务 设计原稿
	7110*		建筑和工程活动及相关的技术咨询活动	32550 83211 83212 83213 83214 83231 83232 73390	17 18	用于建筑、工程、工业、商业、地形学用途及类似用途的原版手绘图；手写文本；上述图文的影印版和复印件 建筑咨询服务 居民住房项目建筑服务 非居民住房项目建筑服务 历史建筑修复服务 园林设计咨询服务 园林设计服务 授予其它知识产权产品使用权的服务
	7310		广告	83611 83619		附加全部服务的广告 其它广告服务
横向领域						
文化教育 ¹⁹	8522* 8530* 8542		中等职业技术教育 高等教育 文化教育	92911		文化教育服务

注：

- 1 ISIC 的 7490 号代码（其它专业、科学和技术活动）包括代表个人的代理人和代理机构所从事的活动，它们通常涉及参与动画、戏剧制作、或者其它娱乐和体育活动订立的约定，或者是为书籍、戏剧、艺术作品、摄影作品出版确定出版社和制作人。不管怎样，我们认为该代码所代表的活动所占比例较小，因而文化统计框架中将不予考虑。
- 2 音乐这一项存在的问题在于，从逻辑上讲，它不但属于“音像”领域，还属于“表演和庆祝活动”领域。跟音乐录制相关的活动大部分都属于“表演和庆祝活动”领域。但是，与批发和零售等活动相关的代码结合了音频、视频和广播活动，因此被归入了“音像”领域。

- 3 手工艺：由于 ISIC 是按行业划分活动，它就无法分出手工艺活动。代码 1392 - 纺织制成品（服装除外）的制造活动，其中包括：手工织锦的生产；代码 2826 - 用于纺织、服装和皮革生产的机器制造活动，包括机械织布机（织机），也包括手工织机。
CPC：CPC 并没有真正解决利用统计分类系统计量手工艺活动的根本性难题。也就是说，产品基本是按照其形式或类型（比如“小雕塑及其它陶瓷制品”、“地毯及其它地毯纺织品”）而不是按照其生产方法（比如手工生产或工业化生产）进行定义的。因此，我们采取的做法是，当使用的材料和/或产品类型表明该活动不太可能涉及批量生产，而相比之下更有可能是在手工生产的情况下，我们才使用这些代码。
- 4 艺术品和博物馆收藏品的修复活动除外（代码 9000）。
- 5 包括古董的零售活动。4773 - “商业艺术展、古董、拍卖（零售）活动”所涵盖的范围过于宽泛，因此并未包括在其中。
- 6 它包括零售拍卖服务。CPC 并没有只代表二手产品的代码。
- 7 现场戏剧表演、音乐会、歌剧或舞蹈及其它舞台艺术的创作；团体、马戏团或公司、管弦乐队或乐团的活动；音乐家、作家等艺术家个体的活动、现场艺术表演的制作者和主办人的活动。
- 8 与其它分类系统一样，CPC 也全面地涵盖了音像活动。然而，在使用该分类系统完整而精确地测量音像活动这一问题上仍然存在一些争议：73320 - “授予原版娱乐、文学或音乐作品使用权的服务”明显涵盖了音像活动以及其它文化领域的活动。要想对这些不同领域的活动进行明确的分类，还需要在各个国家开展实证研究。
- 9 包括雕塑家、画家、漫画家、雕刻家、蚀刻师的活动，以及修复绘画等艺术品的活动。
- 10 CPC 没有将那些与摄影相关的销售活动（批发和零售）充分地细化，而是跟“光学精密设备”合并在一起。因此，文化领域中不包括这些代码。
- 11 珍珠仅作为首饰和手工艺品考虑。
- 12 包括跟历史、哲学、艺术、宗教、神学等学科相关的研究和实验活动。
- 13 包括文具、书籍、杂志和报纸的批发活动。
- 14 包括个体作家和独立记者的活动。
- 15 该代码的问题在于，它一方面明确地包括了作家，但另一方面它又涵盖了许多其它的（个人）文化创作活动。要想对这些不同领域的活动进行明确的分类，还需要在各个国家开展实证研究。
- 16 包括：跟纺织品、衣服、鞋、首饰、家具和其它室内饰物、其它时尚产品以及个人或家庭产品相关的时尚设计活动 - “美术设计人员的活动” - 室内装饰活动。
我们有必要评估与建筑活动相关的那一部分。ISIC 没有区分不同类型的建筑活动（园林、历史建筑修复等）。
- 17 只有当某个国家不能区分文化和非文化产品时，才能使用 32550 号代码（“用于建筑、工程、工业、商业、地形学用途及类似用途的原版手绘图；手写文本；上述图文的影印版和复印件”）。
- 18 该子类包括：授予其它知识产权产品（比如建筑和工程图、工业设计等）使用权的服务。
- 19 包括那些与现场戏剧表演、音乐会和歌剧或舞蹈、以及其它舞台艺术相关的文化教育和培训活动；团体、马戏团或公司、管弦乐队或乐团的活动；音乐家、作家等艺术家个体的活动、现场艺术表演的制作者和主办人的活动。

相关领域					
领域	生产活动			产品和服务	
	ISIC 4		描述	CPC 2	描述
G.旅游业	4911*		城市间客运列车运输活动*	64131	铁路观光服务
	4922*		其它陆上客运活动*	64132	陆上观光服务（铁路观光除外）
	5011		海上及沿海水上客运活动	64133	水上观光服务
	5110		空中客运活动	64134	空中观光服务
	5510		短期住宿活动	63111	针对游客的客房或单元房服务（附带每天的管家服务）
				63112	针对游客的客房或单元房服务（不带每天的管家服务）
				63113	针对游客的客房或单元房服务（分时使用房间）
				63114	游客住宿服务（多人房）
	5520		露宿营地、游艺车公园、旅行拖车公园	63120	露营地场所服务
				63130	娱乐度假场所服务
7911		旅行社的活动	85511	机票预订服务	
			85521	住宿预订服务	
			85523	航游预订服务	
			85524	包办旅行预定服务	
7912		旅行代理人的活动	85540	旅行代理人服务	
7990		其它预订活动及相关活动	85512	火车票预订服务	
			85513	汽车票预订服务	
			85514	租车预订服务	
			85519	其它交通工具的安排和预订服务	
			85539	活动门票预订服务、娱乐和消遣服务、其它预订服务	
			85550	导游服务	
			85561	旅游宣传服务	
			85562	游客信息服务	

H. 体育和娱乐	5520	露宿营地、游艺车公园、旅行拖车公园	63130	娱乐休假场所服务
	7721	娱乐和运动产品的出租活动	73240	娱乐和休闲装备租借服务
	9311	运动场所的运营活动	96520	运动和休闲运动场所的运营活动
	9312	体育俱乐部的活动	96512	体育俱乐部服务
	9319	其它体育活动	96511	体育和休闲体育活动宣传服务
			96590	其它体育和休闲体育服务
			96610	运动员服务
			96620	跟体育和娱乐相关的辅助性服务
	9200	博彩活动	96921	网络赌博服务
			96929	其它博彩服务
9321	游乐园和主题公园的活动	96910	游乐园及类似场所的服务	
9329	其它娱乐和消遣活动	96990	其它娱乐和消遣服务	
		96930	投币娱乐机服务	
9609	其它个人服务活动	97230	保健服务	
8541	体育和娱乐教育	92912	体育和娱乐教育服务	

文化领域的装备和辅助材料					
领域	生产活动			产品和服务	
	ISIC 4		描述	CPC 2	描述
B.表演和庆祝活动	1820		录制媒介的复制活动	89123	付费或按照合同复制录制媒介的服务
	3290*		其它生产活动	38991	节日、嘉年华或其它娱乐物品（包括魔术表演和恶作剧玩具）
	2640*		消费电子的生产活动	47321	1 音频录制或复制设备
C.视觉艺术和手工艺	2022*		生产颜料、清漆及类似涂料、印刷油墨和乳香*	35120	艺术家、学生或广告牌喷绘人员的颜料、修正色、娱乐颜料等
	2670*		生产光学器材和摄像设备*	46520	相机闪光灯泡、闪光灯块及类似物品
				48321	相机物镜、投影仪、放大或缩小照片的仪器 相机（包括电影摄影机）
				48322	相机闪光设备，包括闪光灯泡
				48324	放大或缩小照片（包括影片）的仪器；摄像工作室的仪器和装备；底片观察盒及投影仪银幕
2029*		其它化学产品的生产活动*	48341	未经曝光的感光片、胶片和快速印片用胶片	
			48342	照相的化学准备	
D.书籍和报刊	5813		出版报纸、杂志和期刊	83631	印刷媒介广告位的销售（得到授权的除外）
	1811		印刷	89121	印刷服务
	1812		与印刷相关的服务活动	89122	与印刷相关的服务
				32800	排版的版样、准备好的印刷版或印刷机滚筒、外加平版石或其它印刷用的外加媒体
2829*		其它专用机器的生产活动*	44914	装订机器；用于排版等活动的机器；印刷机器及辅助印刷的机器（办公室打印机除外）	

B. 音像和互动媒体	2610*	生产电子元件和电子线路板盘*	45281	音频、视频、网络及自动数据处理仪器的类似卡片
	2620	生产计算机及其外围设备	45221	不重于 10 公斤的便携式数据自动处理器（比如笔记本电脑）
			45222	个人数字助理（PDA）和类似的计算机
			45230	至少同时包含中央处理器、输入和输出设备（无论整合与否）的数据自动处理器
			45240	以系统的形式呈现的数据自动处理器
			47550	固态且不易丢失数据的存储设备
			45250	其它数据自动处理器，无论它们是否拥有以下设备中的一项或两项：存储设备、输入设备、输出设备
			45261	输入设备（键盘、游戏杆、鼠标等）
			45271	固定的媒体存储单元
			45272	活动的媒体存储单元
			45289	数据自动处理器的其它设备
			45290	计算机的部件和配件
			47314	显示器和投影仪（不包括电视接收器，也不常用于数据自动处理系统）
	47315	主要用于数据自动处理系统的显示器和投影仪		
	88742	计算机及其外部设备的制造服务		
	2630*	生产通信设备*	47211	通信设备（包括接收设备）
			47212	通信设备（不包括接收设备）
47213			电视摄像机	
47403			47211 到 47213、47311 到 47315 以及 48220 等子类产品的部件	

	2640*	生产消费电子产品*	47214	录像仪
			47311	无论是否附带录音或复制设备或时钟的无线电广播接收器（车载接收器除外）
			47312	必须使用外接电源的车载无线电广播接收器
			47313	无论是否附带无线电广播接收器以及音频或视频录制或复制设备的电视接收器
			47323	视频录制或复制设备
			47330	麦克风及其支架；扩音器；头戴式和入耳式耳机、麦克风/扬声器一体机；音频电子扩音器；电子扩音设备
			47402	47321、47323 和 47330 等子类产品的部件
	2670*	生产光学器材和设备*	47215	数码相机
			38581	电子游戏控制台
			48323	电影放映机、幻灯机和其它投影仪（微型阅读器除外）
	2680*	生产磁性和光学介质*	47530	未录制的磁性介质（磁卡除外）
			47540	未录制的光学介质
			47910	磁卡
	3290*	其它生产活动*	47590	其它录音/像媒介（包括生产唱片的母带和母版）
	5820	软件发行活动	47812	网络软件包
			47814	开发工具包和编程语言软件包
			47829	其它应用软件包
			73311	授予计算机软件使用权的服务
			83143	原版软件
			84341	系统软件下载
			84342	应用软件下载
84392	网络软件			
6201	计算机编程活动	83141	IT 应用设计和开发服务	

	6202		计算机咨询和计算机设施管理活动	83142 83161	针对网络和系统的 IT 设计和开发服务 网络管理服务
	6020		电视节目安排和广播活动	83632	销售电视/电台广告时间（得到授权的除外）
	6110		有线通信活动	84210 84221 84222	互联网骨干网服务 窄带联网服务 宽带联网服务
	6120		无线通信活动	84290	其它互联网通信服务
	6311*	2	数据处理、托管及相关活动*	83151 83152 83159	网站托管服务 提供应用服务 提供其它托管及 IT 基础设施服务
	6312		门户网站	83633	销售互联网广告空间（得到授权的除外）
	7730*		其它机器、装备和有形产品的租赁活动*	73124 73210	租赁没有控制器的计算机的服务 租赁电视机、收音机、磁带录像机以及相关装备和配件的服务
	4742		专卖店零售音频和视频设备	62242	专卖店零售电视机、收音机以及录制音频和视频的光盘和磁带的服务
	4651		批发计算机及其外部设备和软件的活动	61184	计算机和软件包
	4652*	3	批发电子和通信设备及其配件的活动*	61185	电子和通信设备及其配件
	9511		维修计算机及其外部设备的活动	87130	计算机及其外部设备的保养和维修服务
	3320*		安装工业机器和设备的活动*	87340	安装收音机、电视机和通信设备和装置的服务
	6209		其它信息技术和计算机服务活动	87332	安装个人计算机及其外部设备的服务
	F. 设计和创意服务	7310		广告	83620 83639

注：

- 1 包括仅供录制音乐的录音设备。
- 2 不能包括与数据处理相关的活动。
- 3 它包括“批发录制的音频和视频磁带、CD 和 DVD”。该代码也同样包含了消费电子产品的批发活动：收音机和电视机；CD 和 DVD 播放器和刻录机；立体声音响；电子游戏控制台。

文化领域的装备和辅助材料					
领 域	生产活动			产品和服务	
	ISIC 4		描述	CPC 2	描述
H. 体育和娱乐	1410*		生产服装（皮装除外）*	28228	针织或钩编的径赛服、滑雪服、泳装及其它服装
				28236	纺织而非针织的径赛服、滑雪服、泳装及其它服装
	2829*		生产其它专用机械*	38600	旋转木马、秋千、射击场及其它露天游乐场娱乐设备
	1520*		生产鞋类*	29420	网球鞋、篮球鞋、体操鞋、训练鞋等
				29490	其它运动鞋类（溜冰鞋除外）
	3012		建造游船和运动艇	49410	无论有无辅助马达的帆船（充气艇除外）
				49490	其它游乐或运动船只；划艇和独木舟
	3230		生产体育产品	38410	滑雪及其它滑雪装备；溜冰和滚轮溜冰装备
				38420	水橇板、冲浪板、帆板及其它水上运动装备
				38430	体操或田径运动装备
			38440	其它运动或户外活动装备	
			38450	钓竿及其它钓鱼器械；渔网、蝴蝶网以及类似的网	
			29410	滑雪靴、滑雪板鞋和越野滑雪鞋类	
4763		专卖店零售运动装备	62255	专卖店零售运动产品（包括自行车）的服务	
4290*		建设其它民用工程*	53270	户外运动和娱乐设施	
4791*		邮购或网上零售*	62355	邮购或网上零售运动产品（包括自行车）的服务	

表 3. 2007 年协调制度（HS）代码定义的文化产品和服务国际贸易内容

文化产品					
领域	HS 07		描述	SITC 4	描述
A. 文化和自然遗产					
古董	970500		具有动物学、植物学、矿物学、解剖学、历史学、人种学或钱币学意义的收藏品	89650*	具有动物学、植物学、矿物学、解剖学、历史学、人种学或钱币学意义的收藏品
	970600		年成超过一百年的古董	89660	年成超过一百年的古董
B. 表演和庆祝活动					
乐器	830610		钟、锣等	69952	钟、锣等由贱金属制成的非电子乐器
	920110		直立式钢琴	89813	钢琴（包括自动钢琴）；羽管键琴以及其它键盘弦乐器
	920120		平台式钢琴		
	920190		羽管键琴以及其它键盘弦乐器（钢琴除外）		
	920210		其它用琴弓演奏的弦乐器（比如小提琴、竖琴）	89815	其它弦乐器（比如吉他、小提琴和竖琴）
	920290		吉他、竖琴以及其它弦乐器（键盘乐器和用琴弓演奏的乐器除外）		
	920510		铜管乐器（比如单簧管、风笛）	89823	其它管乐器（比如单簧管、风笛）
	920590		管乐器（铜管乐器除外）		
	920600		打击乐器（比如鼓、木琴、铙钹、响板、沙球）	89824	打击乐器（比如鼓、木琴、铙钹、响板、沙球）
	920710		除手风琴之外的键盘乐器	89825	键盘乐器（手风琴除外），该类乐器必须依靠电能发声或放大声音（比如风琴）
920790		手风琴和无键盘的乐器，该类乐器必须依靠电能发声或放大声音	89826	必须依靠电能发声或放大声音的乐器（比如电吉他、手风琴）	
920810		音乐盒	89829	音乐盒、游乐场风琴、街头电子风琴、机械鸟鸣器、锯琴以及其它乐器；各种诱鸟乐器；哨子、号角以及其它用嘴吹的指示乐器	
920890		游乐场风琴、街头电子风琴、机械鸟鸣器、锯琴以及其它乐器；各种诱鸟乐器；哨子、号角以及其它用嘴吹的指示乐器			

录制媒介 ¹	852321		磁卡	89842	磁性媒介
	852329		用于录音或其它用途的磁性媒介(磁卡和 37 章中的产品除外)		
	852351		固态且不易丢失数据的存储设备	89846	半导体媒介
	852359		用于录音或其它用途的半导体媒介		
	852380		用于录音或其它用途的唱片和其它媒介, 无论其是否已经录制(包括生产唱片的母版和母带)	89849	其它固态且不易丢失数据的唱片、磁带、智能卡以及其它用于录音或其它用途的媒介(包括生产唱片的母版和母带, 但不包括 882 所属的产品)
490400		印刷或手写的乐谱(无论是受约束的还是插图)	89285	印刷或手写的乐谱(无论是受约束的还是插图)	
C. 视觉艺术和手工艺					
绘画	970110		完全手绘的油画、素描和蜡笔画, 而不是 4906 所属的内容, 也不是手工喷绘或装饰的作品、拼贴画和类似的饰板	89611	油画、素描和蜡笔画
	970190		拼贴画和类似的饰板	89612	拼贴画和类似的饰板
	491191	2	图片、设计和照片	89287	图片、设计和照片
其它视觉艺术	970200		原版的雕刻、印刷和石印品	89620	原版的雕刻、印刷和石印品
	970300		任何材料制成的原版雕像和塑像	89630	任何材料制成的原版雕像和塑像
	392640		小雕像以及其它塑料装饰品	89399*	其它塑料制品
	442010		木质小雕像以及其它装饰品	63549*	木质镶嵌细工和镶嵌木; 装首饰、餐具或类似物件的木盒; 木质小雕像以及其它装饰品; 82 类产品之外的木制家具
	442090		木质镶嵌细工和镶嵌木; 装首饰、餐具或类似物件的木盒; 木质家具		
	691310		小雕像和其它装饰性陶瓷制品	66621	小雕像和其它装饰性陶瓷制品
	691390		小雕像和其它装饰性陶器(瓷器除外)	66629	小雕像和其它装饰性陶器
	701890		玻璃制品(包括小雕像)	66593*	玻璃珠、仿珍珠、仿珍贵或半珍贵宝石以及类似的小型玻璃制品(仿真首饰除外); 玻璃假眼(不包括其它假体); 其它直径不超过 1 毫米的玻璃饰品
830621		由贱金属铸成、但镀有贵金属的小雕像以及其它装饰品	69782*	由贱金属铸成的小雕像; 由贱金属制成的相框、图片框以及类似的框架; 由贱金属制成的镜子	
830629		由贱金属铸成、未镀贵金属的小雕像以及其它装饰品(艺术品、收藏品和古董除外)			

	960110 960190		已加工过的象牙和象牙制品 兽骨、龟甲、兽角、鹿角、珊瑚、珠母层和其它动物雕刻材料，以及这些材料制成的物品（包括铸造品）	89911*	已加工过的象牙、兽骨、龟甲、兽角、鹿角、珊瑚、珠母层和其它动物雕刻材料，以及这些材料制成的物品（包括铸造品）
手工艺	580500		哥白林、佛兰德斯、欧巴松、博韦等品牌商生产的手织挂毯和针织挂毯	65891	哥白林、佛兰德斯、欧巴松、博韦等品牌商生产的手织挂毯；无论是否是人工制造的针织挂毯（比如斜针绣、十字绣）
	580610		窄幅机织物：起毛织物（包括毛巾织物和类似织物）和绳绒线织物	65611	起毛织物（包括毛巾织物和类似织物）和绳绒线织物
	580620		窄幅机织物：其它织物（所含纱线或橡胶线的重量超过 5%）	65612	其它织物（所含纱线或橡胶线的重量超过 5%）
	580631		窄幅机织物：其它棉织品	65613	其它织物
	580632		窄幅机织物：其它人造纤维织物		
	580639		窄幅机织物：用其它纺织材料制成的织物		
	580640		有经纱而无纬纱、经贴合而成的织物（经线贴合带织物）	65614	有经纱而无纬纱、经贴合而成的织物（经线贴合带织物）
	580810		织物镶边；无刺绣的织物装饰；非针织或钩织物	65632	织物镶边；无刺绣的织物装饰；非针织或钩织物；流苏、绒球以及类似物品
	580890		其它织物镶边；无刺绣的织物装饰；非针织或钩织物		
	580900		金属线织物和 5605 类产品中镀有金属的织物，它们在服装上用作装饰或类似目的	65491	651.91 类产品中的金属线织物和镀有金属的织物，它们在服装上用作装饰或类似目的
	581010		条纹或图案刺绣织物，其底坯不可见	65651	条纹或图案刺绣织物，其底坯不可见
	581091		条纹或图案刺绣织物：其它棉质刺绣	65659	其它条纹或图案刺绣织物
	581092		条纹或图案刺绣织物：其它人造纤维刺绣		
	581099		条纹或图案刺绣织物：其它纺织材料刺绣		
	581100		絮棉的纺织品	65740	絮棉的纺织品，由一层或多层纺织材料通过针织或其他方式组合而成
600240		宽度不超过 30 厘米的针织物或钩织物（所含纱线的重量超过 5%，不含橡胶线）	65521	其它宽度不超过 30 厘米的针织物或钩织物（未浸渍、涂布、缠卷或叠层）	
600290		其它宽度不超过 30 厘米的针织物或钩织物（所含纱线或橡胶线的重量超过 5%）			

	600310		宽度不超过 30 厘米的羊毛或动物细毛针织物或钩织物		
	600320		宽度不超过 30 厘米的棉质针织物或钩织物		
	600330		宽度不超过 30 厘米的合成纤维针织物或钩织物		
	600340		宽度不超过 30 厘米的人造纤维针织物或钩织物		
	600390		其它宽度不超过 30 厘米的针织物或钩织物		
	600410		宽度超过 30 厘米的针织物或钩织物(所含纱线的重量超过 5%，不含橡胶线)	65522	其它宽度超过 30 厘米的针织物或钩织物(未浸渍、涂布、缠卷或叠层，所含纱线或橡胶线的重量超过 5%)
600490		其它宽度超过 30 厘米的针织物或钩织物(所含纱线或橡胶线的重量超过 5%)			
首饰	711311		银质首饰(无论镀有其它贵金属与否)	89731	由贵金属制成或镀有贵金属的首饰(手表和表壳除外)
	711319		由其它贵金属铸造的首饰(无论镀有贵金属与否)		
	711320		由贱金属铸造、镀贵金属的首饰		
	711411		金匠或银匠打造的银器(无论镀有其它贵金属与否)	89732	金匠或银匠打造的贵金属首饰或者镀有贵金属的贱金属首饰(897.31 类产品除外)
	711419		金匠或银匠打造的其它贵金属首饰(无论镀有贵金属与否)		
	711420		金匠或银匠打造的镀有贵金属的贱金属首饰		
711610		天然或人工养殖的珍珠制的首饰	89733	天然或人工养殖的珍珠以及珍稀或半珍稀宝石制品(天然的、合成的或按原样修复的)	
711620		珍稀或半珍稀的宝石制品(天然的、合成的或按原样修复的)			
摄影	370510		已曝光或冲洗的感光片和胶卷(而非用于胶印的电影胶片)	88260*	已曝光或冲洗的感光片和胶卷(而非用于胶印的电影胶片)
	370590		已曝光或冲洗的感光片和胶卷(不用于胶印)		
D. 书籍和报刊					
书籍	490110		印刷版读物、手册、小册子以及类似的印刷品(无论是单页的还是折叠的)	89215	印刷版读物、手册、小册子以及类似的印刷品(无论是单页的还是折叠的)
	490191		辞典和百科全书等系列出版物	89216	非单页辞典和百科全书
	490199		印刷版书籍、手册及类似印刷品	89219	其它书籍、手册及类似印刷品(不包括单页的纸)
报纸	490210		报纸、杂志和期刊(无论是否带有插图或广告，每周出版四次)	89221	报纸、杂志和期刊(无论是否带有插图或广告，每周出版四次)
	490290		其它报纸、杂志和期刊	89229	其它报纸、杂志和期刊(无论是否带有插图或广告)

其它印刷品	490300		儿童图画或彩色书籍	89212	儿童图画或彩色书籍
	490591		装订成书的地图、水路图或类似的各种图表	89213	装订成书的地图和图表
	490510		全球地图、水路图或类似的各种图表	89214	未装订成书的印刷版地图、水路图或类似的各种图表 (包括挂图、地形图和全球地图)
	490599		其它各种地图、水路图或类似的图表		
	490900		印刷版或带有插图的明信片; 印刷版的贺卡	89242	印刷版或带有插图的明信片; 附有个人祝福或信息的印刷版明信片(有无信封或装饰皆可)
	491000		各种印刷版的日历(包括日历座)	89284	各种印刷版的日历(包括日历座)
E. 音像和交互媒体					
电影和视频	370610		已曝光和冲洗的电影胶片(无论其是否有音轨或只有宽于35毫米的音轨)	88310	已曝光和冲洗的电影胶片(无论有没有音轨或只有宽于35毫米的音轨)
	370690		已曝光和冲洗的电影胶片(无论其是否有音轨或只有宽度小于35毫米的音轨)	88390	其它已曝光和冲洗的电影胶片(无论其是否有或只有音轨)
	950410		电视游戏	89431	电视游戏
F. 设计和创意服务					
建筑和设计	490600		用于建筑、工程、工业、商业、地形学用途及类似用途的原版手绘图; 手写文本; 上述图文的影印版和复印件	89282*	用于建筑、工程、工业、商业、地形学用途及类似用途的原版手绘图; 手写文本; 上述图文的影印版和复印件
相关文化产品					
G. 旅游业³					
H. 体育与娱乐⁴					

注:

- 1 包括已录制的和未录制的媒介。需要将有的项目排除掉, 而有的则应该归入扩展的类别。
- 2 设计不应该包括在这一范畴, 而应属于 F 领域(设计和创意服务)。
- 3 游客购买的文化产品已经归入了从 A 到 F 的相关领域。
- 4 不包含体育和娱乐产品。文化实践也属于具有文化的属性。所有的体育和娱乐产品都被视为装备材料。

文化产品的装备和辅助材料					
B. 表演和庆祝活动					
庆祝活动	950510		圣诞节产品	89445	其它圣诞节产品
	950590		节日、嘉年华或其它娱乐物品（包括魔术表演和恶作剧玩具）	89449	其它娱乐产品
	950810	5	巡回马戏团和巡回动物园	89460*	旋转木马、秋千、射击场及其它露天游乐场娱乐设备、巡回马戏团、巡回动物园和巡回剧院
音乐	851920		通过硬币、纸币、银行卡、辅币或其它方式付款的自助录音设备	76331	通过硬币、纸币、银行卡、辅币或其它方式付款的自助设备
	851930		唱盘（唱片放音装置）	76335	唱盘（唱片放音装置）
	851810		麦克风及其支架	76421	麦克风及其支架
	851821		安装在音箱中的单个喇叭	76422	安装在音箱中的喇叭
	851822		安装在同一个音箱中的多个喇叭		
	851829		其它麦克风及支架	76423	未安装在音箱中的喇叭
	851830		头戴式耳机和入耳式耳机（无论是否附有麦克风）以及带有一个麦克风和一個以上扩音器的装置	76424	头戴式耳机、入耳式耳机和麦克风/扩音器一体装置
	851840		音频电扩音器	76425	音频电扩音器
	851850		电力扩音装置	76426	电力扩音装置
	920930		乐器弦	89890	乐器的部件和配件（比如音乐盒的内部装置、穿孔的卡、唱片和机械乐器的滚乐）；各种节拍器、音叉和律管
920991		钢琴的部件和配件			
920992		9202 类乐器的部件和配件			
920994		9207 类乐器的部件和配件			
920999		乐器的部件和配件“例如机械乐器的音乐盒、卡、唱片、滚乐装置”；各种节拍器、音叉和律管			

C. 视觉艺术和手工艺					
摄影	370120	6	快速印片用胶片	88220*	已作感光处理、但还未曝光的感光片和胶卷，其材料不是纸、纸板或纺织品；已作感光处理、但还未曝光的快速印片用胶片（无论是否成包）
	370130		其它感光板和胶卷，任何一面超过 255 毫米		
	370191		已作感光处理、但还未曝光的彩色照片感光片和胶卷		
	370199		已作感光处理、但还未曝光的黑白照片感光片和胶卷，其材料不是纸、纸板或纺织品（任何一面超过 255 毫米的 X 光片、感光片、胶卷和快速印片用胶片除外）		
	3702	7	已作感光处理、但还未曝光的胶卷，其材料不是纸、纸板或纺织品	88230*	已作感光处理、但还未曝光的胶卷，其材料不是纸、纸板或纺织品；已作感光处理、但还未曝光的快速印片用胶片
	3703	8	已作感光处理、但还未曝光的照相纸、纸板和纺织品	88240*	已作感光处理、但还未曝光的照相纸、纸板和纺织品
	370400		已曝光但还未冲洗的照相纸、纸板和纺织品	88250	照相纸、纸板和纺织品
	370710		感光乳剂	88210	用于照片制作的化学产品（清漆、胶水、黏合剂以及类似产品除外）；用于照片制作的未混合产品（处于可按比例计量或即售即用的状态）
	370790		其它用于照片制作的化学产品		
9006	9	照相机（电影摄像机除外）及其配件	8811*	照相机（而非电影摄像机）；照相机闪光装置和闪光灯泡（而非 778.2 子类下的放电灯）；照相机的部件和配件	
901010		照片（包括电影胶片）自动冲洗装备、用于自动曝光和冲洗的胶卷和卷纸	88135	摄影（包括电影）工作室的仪器和装备（包括将电路图案投射到感光的半导体材料上的仪器）；底片观察盒；投影仪屏幕	
901050		摄影（包括电影）工作室的其它仪器和装备；底片观察盒			
901060		投影仪银屏			
901090		摄影工作室的仪器和装备的部件和配件	88136	881.35 类仪器和装备的部件和配件	
D. 书籍和报刊					
	844314		带有显微阅读器的凸版印刷机（苯胺印刷除外）	72661	凸版印刷机
	844315		不带显微阅读器的凸版印刷机（苯胺印刷除外）		
	834316		苯胺印刷机	72663	苯胺印刷机
	834317		凹版印刷机	72665	凹版印刷机

E. 音像和交互媒体				
音像	852110	视频录制和复制仪器、磁带	76381	视频录制和复制仪器（无论是否带有视频调谐磁带）
	852190	视频录制和复制仪器（无论是否带有视频调谐器，磁带和录像机除外）	76384	其它视频录制和复制仪器（无论是否带有视频调谐器）
	852550	传输设备	76431	传输设备
	852560	带有接受设备的传输设备	76432	带有接受设备的传输设备
	852580	电视摄像机、数码摄像机和视频录像机	76484	电视摄像机、数码摄像机和视频录像机
	8527	无线电广播接收器（无论是否带有录音或复制装置和钟表）	762	无线电广播接收器（无论是否带有录音或复制装置和钟表）
	8528	显示器、投影仪（不带电视接收器）；电视接收器（无论是否带有无线电广播接收器或音/视频录制和复制装置）	761	电视接收器（无论是否带有无线电广播接收器或音/视频录制和复制装置）
	9007	电视摄影机和投影仪（无论是否带有音频录制或复制装置）	8812	电视摄影机和投影仪（无论是否带有音频录制或复制装置）及其部件和配件
	900820	缩微胶卷、缩微胶片或其它微型阅读器（无论是否能够复制）	88131	缩微胶卷、缩微胶片或其它微型阅读器（无论是否能够复制）
	900810	图像投影仪	88132	图像投影仪
	900830	其它图像投影仪		
	900840	照片（而非电影）放大器和缩微器	88133	照片（而非电影）放大器和缩微器
	900890	9008 类图像投影仪的部件和配件	88134	881.31 到 881.33 类产品的部件和配件
计算机及相关装备	847130	便携式自动数据处理器	75220	不重于 10 公斤的便携式数据自动处理器（至少具有中央处理器、键盘和显示器）
	847141	其它自动数据处理器（至少同时包含中央处理器、输入和输出设备）	75230	其它自动数据处理器
	847149	其它以系统形式呈现的自动数据处理器		
	847150	847141 和 847149 两个子类之外的其它处理器，无论它们是否拥有以下设备中的一项或两项：存储设备、输入设备、输出设备		
	847160	输入或输出设备（无论是否同时具有存储设备）	75260	输入或输出设备（无论是否同时具有存储设备）
	847170	存储设备	75270	存储设备
	847180	自动数据处理器的其它设备	75280	自动数据处理器的其它设备
847330	8471 类仪器的部件和配件	75997	只适合或主要适合 752 类仪器使用的部件和配件（仪器盖、携带箱等除外）	

注释:

- 5 只包括巡回马戏团和巡回动物园（不包括 950890 号代码）。
 6 不包括感光片和 X 光片（370110 号代码）。

- 7 不包括制作 X 光片的感光片（370210 号代码）。
 8 只包括照片。
 9 不包括特殊设计的照相机，比如医学检查照相机（900630 号代码）。

相关产品的装备和辅助材料					
G. 旅游业					
	890110		游轮	78328	游轮、游览船以及类似主要用于载客目的的船只；各种渡船
H. 体育和娱乐					
体育运动	950611		滑雪	89473	滑雪及其它滑雪装备
	950612		滑雪扣件		
	950619		冬季运动滑雪装备（滑雪和滑雪扣件除外）		
	950621		帆板	89474	水橇板、冲浪板、帆板及其它水上运动装备
	950629		水橇板、冲浪板、帆板及其它水上运动装备（帆板除外）		
	950631		俱乐部	89475	高尔夫装备
	950632		舞会		
	950639		高尔夫装备（舞会和俱乐部除外）		
	950640		乒乓球运动装备	89479	体育产品
	950661		草地网球		
	950662		可充气的球		
	950669		其它球类（高尔夫球和乒乓球除外）		
	950699		其它通用体育锻炼装备		
	950651		草地网球球拍	89476	网球拍、羽毛球拍或类似球拍，无论是否上弦
950659		羽毛球拍及类似球拍，无论是否上弦（网球拍和乒乓球拍除外）			
950670		溜冰鞋和旱冰鞋	89472	溜冰鞋和旱冰鞋（包括带有溜冰装置的鞋）	
950691		通用体育锻炼装备	89478	通用体育锻炼装备、体操或田径装备	

体育和娱乐	890310		可充气的游船或运动船只	79311	可充气的船只（包括划艇和独木舟）
	890391		帆船	79312	不可充气的帆船（无论有无辅助马达）
	890392		摩托艇	79319	不可充气的划艇、独木舟、和游乐或运动船只
	890399		其它游艇		
950890	10	旋转木马、秋千、射击场及其它露天游乐场娱乐设备；巡回剧院	89460	旋转木马、秋千、射击场及其它露天游乐场娱乐设备、巡回马戏团、动物园和剧院	
博彩	950490		赌场用桌、自动保龄球场装备、以及其它游乐场、桌上或室内游戏装备，包括弹球机（通过硬币、纸币、光盘或类似物品驱动的台球、电视游戏和扑克游戏除外）	89439	游乐场、桌上或室内游戏装备

注：

10 不包括巡回马戏团和巡回动物园（9508.10）。

表 4. ISCO 08 代码定义的文化职业

文化职业				
领域	职能	ISCO 08		描述
A.文化和自然遗产	创造	2632	1	社会学家、人类学家以及相关的专业人员
	传播	3433		画廊、图书馆和博物馆技术人员
	展览/传递	1349	2	专业服务管理人员
	归档/保存	2133	3	环境保护专家
2621		4	档案馆管理员和博物馆管理员	
B.表演和庆祝活动	创造	2659	5	创意和表演艺术家
	生产	2652		音乐家、歌手和作曲家
		2653		舞蹈演员和编舞
		7312		乐器制造商和调音师
	教育/培训	2310	6	大学及高等教育教师
2320		6	职业教育教师	
2354			其它音乐教师	
C.视觉艺术和手工艺	创造	2651		视觉艺术
		3118		构图美术师
	生产	3431		摄影师
		7313		首饰和贵金属工作者
		7314		陶工及相关工人
		7315		玻璃生产工人、切割工、磨工、精整工
		7316		标语制作者、装饰画家、雕刻家和蚀刻师
		7317		木匠、篮筐匠以及相关手工艺人
		7318		纺织工、皮匠以及相关手工艺人
		7319		手工艺人
		7522		橱柜制造者以及相关工人
7531		裁缝、女装制作者、毛皮加工者和帽子制造者		

		7532		服装以及相关模工和剪裁工
		7533		缝纫、刺绣以及相关工人
		7534		室内装潢工人以及相关工人
		7535		毛皮整修工、制革工和去毛工
		7536		制鞋工人以及相关工人
		7549		手工艺以及相关工人
	教育/培训	2310	7	大学及高等教育教师
		2320	7	职业教育教师
		2330	7	中等教育教师
		2355	8	其它艺术教师
D.书籍和报刊	创造	2641		作家以及相关写作的人
	生产、传播	2642		记者
		2643		翻译、口译员以及其他语言学家
归档/保存	2622		图书馆管理员以及相关的信息专业人员	
	4411		图书馆职员	
E.音像和交互媒体	生产	2513		网络及多媒体开发人员
		2654		电影、舞台以及相关导演和制片人
		2655		演员
		3435	9	其它艺术和文化协会的专业人才
	传播	2656		电台、电视台以及其它媒体的播音员
教育/培训	2310	10	大学及高等教育教师	
	2320	10	职业教育教师	

F.设计和创意服务	创造	2161		建筑师
		2162		造景师
		2163		产品和服装设计师
		2164		城镇和交通规划人员
		2165		制图师和测量员
		2166		美术和多媒体设计师
		3432		室内设计师和装潢师
	生产	3118		构图美术师
	传播	1222		广告和公共关系经纪人
		2431		广告和市场营销专业人员
	教育/培训	2310	11	大学及高等教育教师
		2320	11	职业教育教师

注：

- 1 包括考古学家和文物保护者。
- 2 还包括博物馆、档案馆的管理人员和专业人员。如果可能的话，还可以包括领域 B（表演和庆祝活动）中的剧院管理人员。
- 3 包括保护区的专业人员。
- 4 包括档案员、美术馆管理员、博物馆管理员。
- 5 其它现场表演者（音乐厅艺术家、口技表演者、斗牛士、踢踏舞表演者等等）；社区艺术工作者、小丑、魔术师以及相关人士。
- 6 应当包括从事非正式教育的音乐教师。
- 7 应当包括从事非正式教育的视觉艺术教师。
- 8 如果可能的话，应当把戏剧和舞蹈教师归入 B 领域（表演和庆祝活动）。
- 9 包括场记员、提白员、舞台监督和人体艺术家。
- 10 应当包括音像和交互媒体领域的教师。
- 11 应当包括设计和创意服务领域的教师。

相关领域的职业				
领域	职能	ISCO 08		描述
G.旅游业	传播	4221		旅行社及相关的职员
		5111		旅游服务员和旅行管家
		5113		导游
H.体育和娱乐	制造	3421		田径运动会及其它运动员
		传播	1431	12
	4212			赌注登记经纪人、赌台管理员以及相关博彩服务人员
	4213			当铺老板和放款人
	教育/培训	3422		体育教练、指导者和官员
		3423		健身和娱乐指导员团队负责人

注：

12 包括游乐园、主题公园管理人员。如果可能的话，还应该将电影院管理人员归入 E 领域（音像行业）。

横向领域*				
领域	职能	ISCO 08		描述
非物质遗产	生产	1113		传统酋长和村长
		2636		宗教专家
		3230	13	传统和补充医学协会专家
		5169		个人服务工作者
	传播	3413	14	宗教协会专家
教育/培训	2353		其他语言教师	
装备和辅助材料				
视觉艺术和手工艺	生产	7322		印刷工人：丝印、木刻版印刷和织物印花（手工劳动者）
		7521		木材处理工人
		7523		木工机床安装者及操作员
		8132		摄影产品机器操作员

书籍和报刊	生产	7321	15	预打技术人员
		7322		印刷工人
		7323		打印修正和封皮工人
音像和互动媒体	生产	1330		信息和通信技术服务管理人员
		2511		系统分析师
		2512		软件开发人员
		2514		应用程序编写人员
		2519		软件及应用开发人员和分析师
		2523		计算机网络专家
		3511		信息和通信技术运营技术人员
		3512		信息和通信技术用户支持技术人员
		3513		计算机网络和系统技术人员
	3514	网络技术人员		
传播	3521	广播和音像技术人员		
教育/培训	2356	信息技术教练		

注：

13 包括草药医生、巫医和乡村医生。

14 包括信仰治疗家。

15 包括排字工人以及相关工作人员。

表 5. 开展时间利用调查所用的 ICATUS 代码

文化领域				
职能	领域	ICATUS		描述
消费/参与	A.文化和自然遗产	071135		带孩子短途旅行、参观博物馆以及参加类似的外出活动；协调或推动儿童的社会或校外活动
		111110		参观博物馆、美术馆、历史或文化公园、遗址
	B.表演和庆祝活动	101210	1	参加社区的文化或历史庆祝活动
		101230		参加社区的公共集会（音乐、舞蹈等）
		111130		观赏戏剧、歌剧、芭蕾舞、听音乐会
		111190		参加其它大型专项文化活动
		121130		表演艺术（舞蹈、音乐、戏剧）
		1211x	2*	视觉艺术、文学艺术和表演艺术，未正式界定的
		141320	3	收听其它有声媒体
		141420		使用计算机技术收听/看音/视频
	C.视觉艺术和手工艺	031141	4	生产木制品（包括家具、固定家具或家具陈设、雕像以及其它装饰品）
		031142	4	生产篮子、柳制品以及其它类似的产品
		031143	4	制造器皿、刀具、手工工具以及其它金属产品
		031144	4	生产金属产品
		031145	4	使用陶土、石膏粉或水泥生产陶器、炉子和厨灶、装饰品等产品
		031146	4	生产纸或纸产品；纸制手工艺品
		031147	4	生产肥皂、香水、蜡烛等产品
		031149	4	其它与手工生产相关的具体生产活动
		03114x	*	使用各种材料进行手工生产，未正式界定的
		031210		为家庭购买/采购非初级生产活动所需的材料
031220	5	销售/处理家庭非初级生产活动的产品		
121110		视觉艺术		

D.书籍和报刊	121120		文学艺术
	141110	6	阅读书籍
	141120	6	阅读期刊
	141190	6	阅读其它具体的材料
	1411x	7*	阅读, 未正式界定的
	141320	8	收听其它有声媒体
	141410		使用计算机技术进行阅读
	142000		上图书馆
E.音像和交互媒体	101113		网络聊天(包括即时信息和讨论群等)
	101130		阅读和写信
	111120		去电影院看电影
	121330		电子游戏(包括游戏厅和电视游戏)
	141211	9	收看/听电视(正常节目)
	141212	9	收看/听电视(录制节目)
	141219	9	其它与收看/听电视相关的具体活动
	14121x	*	收看/听电视, 未正式界定的
	141221	10	观看/听租借/购买的电影
	141222	10	观看/听租借/购买的视频节目(电影除外)
	141229	10	其它与观看/听视频节目相关的具体活动
	14122x	10*	观看/听视频节目, 未正式界定的
	141310		收听无线电广播节目
	1413x	*	听收音机和音频设备, 未正式界定的
	141420		使用计算机技术收看/听视/音频节目
141430	11	网上冲浪; 下载、上传	
1414x	*	使用计算机技术, 未正式界定的	
149000		大众媒体	

相关领域					
职能	领域	ICATUS		描述	
消费/参与	G. 旅游	102000		跟社交和社区活动相关的旅行活动	
		112000		跟参加/参观文化、娱乐和体育活动相关的旅行活动	
		122000		跟爱好、比赛和其它娱乐活动相关的旅行活动	
		131230		驾车兜风；观光	
		132000		跟室内和户外运动及其相关课程相关的旅行活动	
		143000		跟大众媒体相关的旅行活动	
	H. 体育和娱乐	071234			同成人一起参加社交活动
		071235	12		同成人一起参加文化、体育和娱乐活动
		111200			参加/参观动物园、植物园、游乐中心、集会、节日活动、马戏团、动植物展览
		111310			参加职业体育活动
		111320			参加业余体育活动
		111x			参加文化、娱乐和体育活动，未正式界定的
		119000	13*		参加/参观体育、娱乐和文化活动/场馆
		129000			爱好、比赛和其它娱乐活动
		121200	14		专业爱好以及相关的课程
		121310			单人游戏
		121320	15		扑克游戏、棋类游戏
		121340			社交/群体游戏
		121350			博彩
		1213x	*		参加游戏和其它娱乐活动及其相关课程，未正式界定的
		131110			散步和长途步行；慢跑和跑步
		131120			骑车、滑冰、踩滑板
		131130			有氧健身运动、瑜伽、举重锻炼以及其它健身运动
		131140			球类比赛（个人运动）
		131150			球类比赛（团队运动）
		131160			水上运动

		131170		冬季/冰上/雪上运动
		131180		身体接触类运动
		131220		骑马
		131x	*	参加室内和户外运动，未正式界定的
		139000		参加室内和户外运动及其相关课程

横向职能				
职能	领域	ICATUS		描述
消费/参与	非物质文化遗产	031170		配制草药和西药制剂
		071234		同成人一起参加社交活动
		07123x	*	同成人一起去某地，未正式界定的
		081210		社区组织的工作：为集体庆祝活动做饭，等等
		081230		在社区的支持下组织并参与在村庄或其它地方的劳动
		081240		在社区的支持下组织并参与帮扶家庭或个人
		082000	16	参加会议
		101124		主办聚会、招待会以及类似集会
		101125		参加聚会、招待会以及类似集会
		101126		参加酒吧和俱乐部的社交活动
		101129		其它专门的社交活动
		101210	17	参加社区的文化或历史庆祝活动
		101220		参加社区的婚庆、丧葬、生育以及类似的（非宗教）仪式/活动
		101230		参加社区的公共集会（音乐、舞蹈等）
		1012x		参加社区活动
	151510	*	私人祷告、沉思以及其它非正式的精神活动	
151520		参加宗教活动（正规的宗教仪式）		
151630		沉思、思考、规划		
	教育 ¹⁹	091300	18	业余时间参加额外的学习、非正规教育和课程

注：

星号（*）表示其它所有跟该主题相关的活动都应该包括进来。由于 ICATUS 还是一项草案，所以某些代码还没有最终确定下来。

- 1 不包括：与此相关的无偿服务，如烹饪、铺设舞台、组织、募捐、准备服装等，归入 08121。
- 2 该代码还涵盖了文学和视觉艺术。
- 3 有声媒体包括 CD、磁带、唱片、MP3 播放器。使用计算机进行的收听活动归入了 141420。
- 4 包括了跟 ISIC 20、21、242、26、289、36 类经济活动（比如为木材涂保护层、雕刻木材、编制篮筐、定位焊接、制砖、制造工具）相关的所有活动。
- 5 包括在修车厂或庭院销售手工艺品、食品等出于娱乐或消遣或个人爱好而生产的产品。
- 6 使用计算机及相关技术进行阅读被归入了 14141。不包括：在宗教活动中阅读宗教书籍的活动被归入了 1515。
- 7 包括阅读期刊、书籍以及其它相关的材料。
- 8 有声媒体包括 CD、磁带、唱片、MP3 播放器。使用计算机进行的收听活动归入了 14142。
- 9 为了学习和工作目的而收看/听电视和视频节目的活动被归入了 01-05 或 09 大类。
- 10 视频媒体包括录像带（VCR）、VCD、DVD 播放器以及除计算机之外的设备。使用计算机收听/收看节目的活动被归入了 14142。
- 11 如果说明了冲浪的目的，就要另赋予其他合适的代码；例如，购物的代码是 06121 或 06122；付家庭账单的代码是 06115；网络课程的代码是 09111 或 09113。
- 12 本代码也涵盖了同成人一起参加文化活动。
- 13 本代码也涵盖了文化活动。
- 14 不包括：能够带来收入的爱好，其提供的服务以及生产并销售的产品被归入了 02-05 大类。
- 15 不包括：比赛上的博彩被归入了 12135。
- 16 包括由社会组织、政治组织、童子军组织、宗教组织、兄弟会以及其它组织、非正式俱乐部和团体安排的各种会议。
- 17 不包括：与此相关的无偿服务，如烹饪、铺设舞台、组织、募捐、准备服装等，归入 08121。
- 18 不包括：参加与爱好、娱乐游戏、体育等相关的课程的课程的活动被归入了 12 和 13 大类。参加与职业发展相关的课程的课程的活动被归入了 0914。
- 19 与当前的工作相关的培训和学习活动被归入了 01-05 大类中的相应领域；与爱好和运动相关的课程被归入了 12 和 13 大类的相应领域。

6. 结束语

2009 年联合国教科文组织文化统计框架是我们在制定文化统计方法和标准的征途上迈出的第一步，也是具有重要意义的一步，它能帮助我们获取具有国际可比性的统计数据。它也是一项不断向前推进的工作。当前，已经有一些可以测量文化的经济维度的工具，但是，要想测量文化的社会维度，我们还需要付出更多的努力。我们希望该框架能够在方法和概念的理解上得到定期的更新。

6.1 文化数据收集所面临的挑战

有鉴于收集到的数据非常匮乏（即使是为制订文化产业统计框架而付出了大量时间且有充足资源的国家），我们有必要总结出文化统计所面临的一些主要困难。

结构上的挑战

由于政策和管理的重点常常是那些根据其市场进行定义的活动（比如电影、电视、音乐），而且最常用的统计分类系统（符合各国自身情况的 ISIC）都是将工业产品⁶作为主要的分类原则（比如生产印刷品和复制计算机媒体），所以很难使用这些分类系统描述受市场驱动的文化产业。

就文化而言，与它相关的范畴散布于各个分类系统中，因此需要将它们人为地重新聚集在一起，这是一项耗时的专业化工作。

产业分类的统计体系也必须紧跟产业变迁的步伐。通常，产业分类统计体系翔实地记录了农业、矿业和制造业等传统经济领域。但是，服务产业受到的关注则很少。此外，在技术进步和市场变迁迅速的领域，产业分类十分不适用。技术和市场的变迁为我们实施新的文化统计框架制造了更多的困难，而且该框架还要考虑到影响力日益增长的新型数字化信息和通信技术。

操作上的挑战

通常，只有在产业统计分类最为细化的层次上（四位编码或五位编码的分类）才能准确地确定文化活动。这是一大难题，因为在许多变量上（比如出口数据），各国统计局都只能提供更笼统层次（两位编码或三位编码的分类）上的数据。

准确确定文化活动所需的详细产业类别也有进一步的影响。它使得国家层面以下的具体分析（由于文化产业的集群化发展，它变得尤为重要）面临着诸多问题，当四位数层次的分析以地方或区域为单位时，国家统计局开展的许多经济调查的信度就会降低（由于样本大小的问题）。小型企业和个体交易者在文化部门中的分布不均，许多跨经济领域的企业的调查对它们的关注也很不够。

⁶尽管以产品为主要的分类原则，但也有列外情况。有的情况下，流程或原材料也可以作为分类原则。

当文化活动和其它活动共同存在于某一项分类中的时候，我们可以采取一些其他措施。特别值得一提的是，我们可以采用估算的方法将这些分类中的文化成分同非文化成分区分开，然后这些权重或系数又可以用于分析经济调查得到的数据。但是，我们需要有实证的依据才能确定这些权重值，这就意味着必须已经存在一个全面的经济普查数据库可供我们使用。进一步来说，即使存在这样一个经济数据源，对它展开分析并确定系数也非常费时费力。

最后，如果按照各国统计局收集其它数据时使用的标准来收集文化的社会维度的数据，也会面临许多操作上的难题。

我们也许可以使用现有的跨专业调查（比如住户调查或时间利用调查）得到的某些数据。但是，从这些来源获取的数据还不足作为制订文化/社会政策的依据。因为这些通用型调查所覆盖的地区本身带有某些缺陷。当我们将调查结果按照某一特征（比如年龄、性别、种族）分组时，特别是还要观察它们的变化情况的时候，在结果的稳健性上也会出现问题。数据稳健性问题甚至在专门的文化参与度调查中也会有影响，比如欧洲晴雨表调查，由于该调查在每个国家只抽取了大约1000位调查对象为样本，所以它实际上只能提供一些国家层面的背景信息，而不能提供制订政策所需的更为翔实可靠的数据。

我们得出的结果在发展中国家和发达国家都是适用的。各国所要做的第一件事就是审查国家层面的数据。然而，由于很多文化工作都集中在城市地区（通常是大城市），所以我们需要进一步的地域分组。

显然，我们可以用一项国家级的文化参与度专项调查来取代现有国内统计和/或针对性更强的国际性统计所获得的数据。值得注意的是，这些困难并不是普遍存在的，与之更相关的是制定文化政策过程本身的复杂程度，特别是在制订政策的时候有多少证据作为支撑。

创造和搜集证据本身并不是制订文化政策，但对于制定现代公共政策以及公共机构解释自身行为而言，它却是关键所在。在这种背景下，我们的首要数据来源应该是国家人口普查、商业普查、任何有关参与度/使用的数据、以及有关资金分配的数据。本框架的作用是为有据可循的政策、数据提供者和各种形式的文化部门搭起一座沟通的桥梁。因此，任何框架都有一个定期更新、测试和修订的发展历程，在这个历程刚起步的时候，我们应该达成这样的共识。

我们可以将本框架视为我们获取更具综合性的统计数据起点。它可以为文化政策制定者、从业者和调查机构之间的对话提供基础。

6.2 采用直接测量法

接下来重要的一步就是建立基于政策的指标框架，并确定每个领域所要选用的指标，从而帮助我们衡量和监测文化现象和文化政策的影响。到目前为止，现有的文化政策制定模型依然将某个特定文化领域的经济维度视为该文化领域公共投入的间接结果。这导致许多模型都采用推理的方法（比如乘数模型）来评估文化影响力(Scanlon & Longley 1984, Myerscough 1988)。本框架选择的模型主要考虑的是文化在经济社会发展和再生产流程中的地位。这样就可以降低我们对间接的、推

理式的、以及相对来说置疑较多的方法的过度依赖。从以前使用间接或乘数模型测量文化产出，到对流程和产出的直接测量，这一转变为我们提出一种具有国际和跨部门可比性的文化影响力测量方法提供了良机。

如果使用一个数据收集的共同框架，直接测量将变得更加坚实可靠 (Pratt, 2001)。有的数据可以使用标准分类系统（特别是国际标准产业分类和产品总分类）提取出来。直接测量也可能会包括一些经济测量，比如营业额、投资、产出、出口和就业，以及与这些测量相近的有关公共部门资金的相应信息。此外，与消费和参与相关的直接测量还可以通过一般住户调查或针对个人的专项调查获取。

图 4. 指标交叉矩阵

	文化领域						相关领域	
	A.文化和自然遗产	B.表演和庆祝活动	C.视觉艺术和手工艺	D.书籍和报刊	E.音像和交互媒体	F.设计和创意服务	G.旅游业	H.体育和娱乐
创造								
生产								
传播/传递		指标…						
展览/接受					指标…			
消费/参与								

如图 4 所示，一种方法是使用基于文化统计框架的八个领域同文化周期各要素的交叉矩阵模型。建立这一模型是为了开发和构建一种务实可行的（而不是理想的）数据收集方法。它源自于欧盟文化统计专家组的工作(LEG Eurostat, 2000)和针对一些现有的对应关系的调查（的逻辑）。它表明了哪些数据可以收集到，并且与 1986 年的文化统计框架中的内容相似。下一步我们将对这一模型展开测试。它可以直接使用，但也凸显了那些当前还无法测量的内容，从而为未来的发展和数据收集工作指明了方向。最为关键的是，我们期望该模型为建立国际标准提供可能。本文提出的矩阵框架还可以用作一系列不同的文化统计方法的基础。

术语表

行政调查 (administrative survey) 是指统计机构之外的对非统计目的收集的数据资源进行的统计调查 (UNSC, 2000)。它收集数据的来源是含有行政记录的文件。

建筑服务 (architectural service) 是由企业或个人提供的涉及到建筑环境所有方面的服务。这主要包括设计新的住宅、商业和工业用房, 为修复建筑制订建筑规划, 以及监督施工。

广告服务 (advertising service) 由企业或个人实施的, 主要进行广告宣传的规划、创造和生产。

营业登记 (business register) 是一种对经营机构的属性进行描述的登记 (UNSC, 2000)。

普查 (census survey) 是对某一个特定的群体或范围内的所有对象进行的调查 (UNSC, 2000)。

产品总分类 (CPC) 是以产品的国际统计可比性为目的的框架, 它可以为开发或修订现有的产品分类体系提供指导, 以使其符合国际标准。它的主要目的是提升各个经济领域和各相关统计数据之间的协调性和一致性, 并巩固国民核算在协调经济统计中所起的作用。它是将基础数据从其原来的分类系统中重新整编到标准分类之中以供分析的基础 (UNSD, 2009)。

保存 (conservation) 是为了延长文化遗产的寿命, 同时加强传递其重要的遗产信息和价值 (ICCROM, 1998)。在文化资产领域, 保护的目的是为了维持保存对象的物理和文化特性, 以确保其价值不会减少, 并使其不断地被保存下去 (UNESCO, 1988)。

版权 (copyright) 是知识产权的一项主要内容。它适用于“文学、科学和艺术领域的每一项作品, 无论其以什么样的方式呈现”。出于保护版权的目的, “文学和艺术作品”应该包括所有的原创作品, 无论其文学或艺术价值如何。文学和艺术作品包括书籍、小册子以及其它作品、音乐、戏剧、舞蹈、照片、电影、油画、素描、建筑、雕刻、石印作品 (WIPO, 2003, 2979)。

手工艺品 (craft or artisanal product) 的定义是: “由手工艺者生产的产品, 无论它们是纯手工制作, 还是在手工工具或者甚至是机器的帮助下完成, 只要直接的手工劳动对最终产品的贡献依然是最重要的部分……手工艺品的特殊性源于它们的区别性特征: 实用、审美、艺术、创造性、附属于文化、装饰、功能、传统、具有宗教和社会象征意义” (UNESCO & ITC, 1997)。

文化活动 (cultural activities) 体现或传递文化信息, 尽管其可能具有商业价值。文化活动可能本身就是一个终结点, 也可能作为推动文化产品和服务生产而存在。

文化周期 (culture cycle) 指文化生产过程中的一系列相互联系的流程或阶段组成的文化周期、价值链或供应链。

文化产品 (cultural goods) 的定义是传递思想、符号和生活方式的消费品, 比如书籍、杂志、多媒体产品、软件、唱片、电影、视频、音像节目、手工艺品和时装。

文化遗产（cultural heritage）包括人工制品、纪念馆以及具有象征意义、历史价值、艺术价值、审美价值、人种学或人类学价值、科学价值和社会价值的建筑和场所（UNESCO, 1972）。

文化产业（cultural industry）对上述文化产品和服务进行生产和分配。

文化景观（cultural landscape）是人与自然共同的杰作，它们传达的是人类与自然环境之间长期的密切联系（UNESCO, 2007）。

文化服务（cultural service）的目的在于满足文化兴趣或需求。它们本身并非物质文化产品，但有利于这些产品的生产和分配。例如，文化服务包括授权工作以及与版权相关的其它服务、音像产品发行活动、宣传表演艺术和文化活动，还包括文化信息服务和（图书馆、文献中心、博物馆的）书籍、唱片和人工制品的保存。

文化多样性（cultural diversity）指各群体和社会的不同文化的众多表达方式。这些文化表达方式在各群体和社会之间或者其内部世代相传。然而，文化多样性的表现不仅仅在于文化遗产表达、增加和传播方式的多样性，还在于艺术创作、生产、传播、分配和享受方式的多样性（无论使用的是何种手段和技术）。

文化参与（cultural participation）是指参与那些可能与某一特定文化相联系的艺术和日常活动。它指“各民族在文化品位、价值观和行为上的差异如何展现其艺术和媒体偏好，这些差异在各民族不同的日常生活中又是如何体现的；它们又是如何与其它相关的社会特性（比如阶层和性别）相联系的”（Bennett, 2001）。

设计（design）的内容主要涉及到对实物、环境和服务进行创意设计、艺术设计和审美设计（ABS, 2001）。

时装设计（fashion design）的定义是：由企业或个人生产的产品和服务以及从事的活动，它们主要涉及到衣服、鞋类以及时装配件的设计（Statistics New Zealand, 1995）。

平面造型设计（graphic design）是由企业或个人完成的，它们主要参与以展览或出版为目的的平面材料设计（Statistics New Zealand, 1995）。它包括当代手工艺。

住户支出调查（household expenditure survey）是一种抽样调查，接受调查的住户需要报告它们在一定时期内在消费品、服务、以及其它方面的支出的数额或估计值。这类调查也被称为住户消费调查或住户预算调查（OECD, 2008）。

非正规部门 (informal sector) 大致有以下特点：生产部门规模小、组织松散，作为生产要素的劳动力和资本没有明显的区分，其主要目的是为相关人员带来收入和就业机会。从经营的角度来看，该部门在各国的情况都不尽相同，它们是一些没有法人地位的家庭产业，虽然它们会市场生产一些产品，但是它们很少或没有雇员，也可能没有合法登记，所以它们没有纳税或社会保险方面的义务，也没有制定规章的权利 (OECD, 1993)。

非物质文化遗产 (ICH) 的定义是“被各社群、团体和 (在有的情况下) 个人视为其文化遗产的各种实践、呈现、表达、知识和技能，以及与之相关的工具、实物、手工制品和文化空间。各社群和团体为了适应他们所处的环境，为应对他们与自然和历史的互动，不断使这种世代相传的非物质文化遗产得到创新，同时也为他们自己提供了一种认同感和历史感” (UNESCO, 2003)。

室内设计活动 (interior design activity) 由企业或个人完成，它们主要参与私人 and 公共建筑、住宅和商业用房的内部环境设计。

土著和部落居民。部落居民 (tribal people) 生活在独立国家，他们的社会、文化和经济条件与该国的其它社群存在差异，他们的身份完全或部分上受到自己的风俗传统或特别的法规的约束；**土著居民** (indigenous people) 也生活在独立国家，他们之所以被称为土著居民，是因为在殖民征服或当前的国家疆界确定的时候，他们的祖先曾经生活在这个国家或者这个国家所属的某个地区，但是，无论他们的法律地位如何，他们依然保持了自身的一部分或所有的社会、经济、文化和政治制度 (ILO, 1989)。

交互媒体 (interactive media) 在以下情况下才具有交互性：1) 两个或两个以上物体相互作用；2) 用户能够使某一物体或环境产生变化 (用户玩电子游戏)；3) 用户积极地参与其中；或者 4) 存在双向作用而非单向或简单的因果作用 (Canadian Heritage, 2008)。

国际标准产业分类 (ISIC) 是一个涵盖了所有经济生产活动的标准分类系统。其主要目的是提供一系列能够用于统计数据的收集和呈现中的活动分类。因此，ISIC 意在呈现上述活动分类的同时，将各个实体按照其经济活动进行分类。

劳动力调查 (Labour Force Survey) 是一项基于家庭的且与工作相关的标准统计调查 (国际劳工组织)。

园林设计 (landscape design) 的对象是供人类使用的土地和园林。通常，这会涉及到相邻建筑 (无论是私人的还是公共的建筑) 的设计，设计的对象还可能是大片的公共区域，比如公园或保护区 (Statistics New Zealand, 1995)。

图书馆 (library) 是一个独立的组织或某个组织的一部分。其目的是建立并维持一批馆藏，方便用户使用这些信息和设施，以满足用户在信息、研究、教育、文化或娱乐上的需求；这些是对图书馆的基本要求，所以不排除图书馆会提供一些额外的资源和服务 (ISO, 2006)。它可以有组织地收藏任何电子版或印刷版的书籍和期刊，或者其它任何图表或音像材料 (改编自 UNESCO, 1970)。它还包括虚拟图书馆和数字化目录。

博物馆 (museum) 是一个永久性的非盈利机构，它面向公众开放，为社会及其发展服务。出于教育、研究和娱乐的目的，它获取、保护、研究、交流和展出人类的有形和非物质遗产及其环境。它还包括“活的博物馆”。

- a) 对博物馆的上述定义不会受到源自于管理机构的性质和相关机构的收藏范围、职能结构或取向等因素的任何限制。
- b) 按照上述定义，除了那些被命名为博物馆的机构外，以下机构也可以算作“博物馆”。
 - i) 带有博物馆性质的自然、考古和人种学纪念馆和遗址以及历史纪念馆和遗址，它们收藏、保护和交流人类及其环境遗留下来的物证；
 - ii) 收藏和展览活的动植物标本的机构，比如植物园、动物园、水族馆和生态饲养场；
 - iii) 科技中心和天文馆；
 - iv) 非盈利性艺术展馆；
 - v) 自然保护区；保护机构、图书馆和档案馆的永久性展览馆；自然公园；
 - vi) 国际性、国家性、区域性、地方性博物馆机构、负责管理本文定义下的博物馆的部门或公共机构；
 - vii) 从事有关博物馆和博物馆学研究、教育、培训、文献整理以及其它活动的非营利性机构和组织；
 - viii) 推动有形或非物质遗产（现存的遗产和数字化创造活动）的保护、延续和管理工作的文化中心及其它实体机构；以及
 - ix) 其它像执行委员会这样的机构，如果顾问委员会认为其具有博物馆的部分或所有特征、或者它们能够在博物馆和博物馆的专业人员开展研究、教育和培训的过程中提供帮助（ICOM，2007）。

自然遗产 (natural heritage) 的内容包括：自然地貌、地理和地形构造、为濒危动植物开辟的保护区域、以及具有科学价值、保护价值或天然审美价值的自然区域。它包括自然公园和保护区、动物园、水族馆和植物园（UNESCO，1972）。

民意调查 (opinion survey) 是一种抽样调查，其目的是调查或阐明某个群体的成员针对某一话题的看法（OECD，2008）。

表演艺术和庆祝活动 (Performing Arts and Celebration) 是指地方性（也可以是非正式的）专业或业余的表演艺术活动（比如戏剧、舞蹈、歌剧和木偶戏）和文化庆祝活动（节日、庆典和集会）。

保护 (preservation) 目的是在环境或事故等因素对保护对象的周边环境构成威胁时，避免这些因素造成的损失。因此，并不是直接使用预防性方法和措施，而是将其用于控制环境的微气候条件，以根除那些可能暂时或永久地损害保护对象的因素（UNESCO，1988）。

娱乐（recreation）是一项出于消遣和放松身心的目的而从事的活动。它包括博彩和文娱活动，但不包括属于运动的范畴体育娱乐活动。

运动（sports）和体育娱乐活动的主体是企业或个人，他们主要参加或提供运动和体育娱乐活动及相关服务。其中包括与运动和体育娱乐活动相关的培训和教育服务。它还包括生产、销售运动和体育娱乐产品的经济部门。

传统知识（traditional knowledge）“指世界各地的土著和地方社群的知识、创新和实践。传统知识是数个世纪以来经验的积淀成果，它不断地适应当地的文化和环境，以口头的形式世代相传。它通常由集体共享，其形式有故事、歌曲、民间传说、谚语、文化价值观、信念、仪式、社区法规、方言和农业活动（包括植物品种的改良和动物繁衍）。传统知识具有鲜明的实践性，在农业、渔业、健康、园艺、林业和环境管理等领域，这一特点尤为突出”（SCBD，2007）。

视觉艺术（visual arts）主要具有视觉吸引力。这种艺术形式着重于艺术作品的创作，其作品突出视觉性和多维性。

参考文献

- African Union (AU) (2005). "Nairobi Plan of Action for Cultural Industries". First Ordinary Session of African Union Conference of Ministers of Culture, 10-14 December 2005, Nairobi, Kenya.
- African Union (AU) (2008). "Plan of Action on the Cultural and Creative Industries in Africa". Second Session of Conference of African Union Ministers of Culture, 19-23 October 2008, Algiers, Algeria.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2001). Australian Culture and Leisure Classifications. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2002). ABS Culture, Sport and Recreation Statistics: Current Activities and Future Strategy. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2006). "Arts and Cultural Heritage in Australia – Key Issues for an Information Development Plan". Discussion paper. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) and Statistics New Zealand (2009). "ANSZCO Alternative View – Culture and Leisure Occupations" in Australian and New Zealand Standard Classification of Occupations. First Edition, Revision 1. Accessed at: <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/1220.0First%20Edition,%20Revision%201?OpenDocument>
- Barrowclough, D. and Z. Kozul-Wright (Eds.) (2006). Creative Industries and Developing Countries: Voice, Choice and Economic Growth. London: Routledge.
- Bennett, Tony (2001). Differing Diversity: Cultural Policy and Cultural Diversity. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- BIMSTEC countries (2006). "Paro Initiative and Plan of Actions". First BISMTEC on Cultural Cooperation, Paro, Bhutan, May 2006.
- Canadian Heritage (2008). (not publicly available) Comments on the UNESCO FCS Draft 2007.
- Caribbean Regional Negotiating Machinery (2006). The Cultural Industries in CARICOM: Trade and Development Challenges. Kingston/Barbados: Caribbean Regional Negotiating Machinery.
- Centre for Cultural Policy Research (2003). Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries. Central Policy Unit, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.
- Centre for Cultural Policy Research (2005). A Study on Creativity Index. Home Affairs Bureau, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.
- Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (2005). Guide for Drawing up Regional Mapping of Creative Industries. Bogota: Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales.
- Christensen, L. et al (2001). Refuge for Integration: A Study of How the Ethnic Minorities in Denmark Use the Libraries. Moellegade: Aarhus Public Libraries, pp.1-23. Accessed at: <http://www.aakb.dk/graphics/pub/refuge.pdf>
- Council for Cultural Affairs (2004). Cultural Policy White Paper. Taiwan: Council for Cultural Affairs.

Cunningham, S. (2003). "The Evolving Creative Industries". Transcript of a seminar, 9 May 2003. Brisbane: Queensland University of Technology.

Cunningham, S. and P. Higgs (2008). "Creative Industries Mapping: Where Have We Come From and Where Are We Going?" in *Creative Industries Journal*, Vol. 1, No. 1. Bristol: Intellect.

Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom (DCMS) (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London: Department for Culture, Media and Sport.

Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom (DCMS) (2003). *Regional Data Framework for the Creative Industries: Final Technical Report for the Department of Culture, Media and Sport and the Regional Cultural Consortia*. London: Department for Culture, Media and Sport.

Economic Review Committee, Service Industries Subcommittee Workgroup on the Creative Industries (2002). *Creative Industries Development Strategy: Propelling Singapore's Creative Economy*. Singapore: Economic Review Committee.

European Commission (2001). "Report by the Task Force on Cultural Expenditure and Finance". Luxembourg: European Commission.

European Commission (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Luxembourg: European Commission.

European Commission and Eurostat (2002). *Europeans' Participation in Cultural Activity: A Eurobarometer Survey, Executive Summary*. Luxembourg: European Commission.

Eurostat, OECD, UN and UNWTO (2001). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. Madrid: UNWTO.

Eurostat. (2007). "Cultural Statistics" in *Eurostat Pocketbook*. Luxembourg: Eurostat.

Girard, A. (1982). *Creative Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.

Girard, A. (1982a). "Cultural industries: A handicap or a new opportunity for cultural development?" In UNESCO, *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*, pp. 24-39.

Paris: UNESCO. Gupta, A. and J. Ferguson (Eds.) (1999). *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*. Durham, North Carolina: Duke University Press.

Held, T., C. Kruse, M. Sondermann and A. Weckerle (2005). *Zurich's Creative Industries Synthesis Report*. Zurich: Office for Economy and Labour of the Canton of Zurich and City of Zurich Economic Development.

Hoehn, J. and A. Randall (1989). "Too Many Proposals Pass the Benefit Cost Test" in *The American Economic Review*, Vol. 79.3, pp. 544-551. Pittsburgh: American Economic Review.

Hui, D. (2005). "Learning from Mapping Exercises: From Baseline Study to Creativity Index". Paper presented to the conference "Asia Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century", UNESCO Senior Expert Symposium on Cultural Industries, Jodhpur, India, 22-26 February 2005.

Inter-American Development Bank (IABD) (2007), *Cultural Industries in Latin America and the Caribbean: Challenges and Opportunities*. Washington: IABD.

International Center for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (ICCROM). (1998). *Risk Preparedness: A Management Manual for World Cultural Heritage*. Rome: ICCROM.

International Council of Museums (ICOM) (2007). Article 3, Statutes, adopted by the 22nd General Assembly, Vienna, Austria, 24 August 2007.

International Labour Organization (ILO) (1988). *International Standard Classification of Occupations, ISCO 88*. Geneva: ILO.

International Labour Organization (ILO) (1989). *Indigenous and Tribal Peoples Convention*. No. 169. Geneva: ILO.

International Labour Organization (ILO) (2008). *International Standard Classification of Occupations, ISCO 08*. Geneva: ILO.

International Organization for Standardization (ISO) (2006). *ISO 2789, Information and documentation – International library statistics*. Accessed at: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=39181

International Monetary Fund (IMF) (2008). *Balance of Payments and International Investment Position Manual, Six Edition (BPM6), pre-publication draft*. December 2008. Washington: Statistics Department, IMF.

Keaney, E. (2006). *From Access to Participation: Cultural Policy and Civil Renewal*. London: Institute for Public Policy Research (IPPR).

LEG Eurostat (2000). "Cultural statistics in the EU". Eurostat Working Paper, Population and Social Conditions Series, 3/2000/E/No1. Final report of the LEG. Luxembourg: Eurostat.

Manninen, A. (2002). *Cultural Consumption and Practices: A National and Cross-National Perspective*. City of Helsinki, Department of Urban Facts. Proceedings of the International Symposium on Culture Statistics, UNESCO Institute for Statistics, Montreal, 21-23 October 2002.

Michalos, A. (2003). *Essays on the Quality of Life. Social Indicators Research Series, Vol. 19*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Michalos, A. (ed.) (2005). *Citation Classics from Social Indicators Research: The Most Cited Articles. Social Indicators Research Series, Vol. 26*. Dordrecht: Springer.

Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand (1995). *New Zealand Framework for Cultural Statistics 1995*. Wellington: Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand.

Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand (1996). *Household Spending on Culture*. Wellington: Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand.

Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand (2003). A Measure of Culture: Cultural Experiences and Cultural Spending in New Zealand. Wellington: Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand.

Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand (2005). Employment in the Cultural Sector 2005. Wellington: Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand.

Ministry of Education (1998). Cultural Industry Committee Final Report. Helsinki: Ministry of Education.

Ministry of Gender, Labour and Social Development (2006). Uganda National Culture Policy. Kampala: Ministry of Gender, Labour and Social Development.

Myerscough, J. (1988). The Economic Importance of the Arts in Britain. London: Policy Studies Institute.

Navrud, S. and Richard C. Ready (2002). Valuing Cultural Heritage: Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artefacts. London: Edward Elgar Publishing Ltd.

Observatoire de la culture et des communications du Québec (2003). Québec Culture and Communications Activity Classification System 2004. Québec City: Institut de la statistique du Québec.

Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA), Interarts and UNESCO (2004). "Cultural Indicators of Human Development in Africa", final report. International Seminar, Maputo, 3-5 March 2004.

Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA). (2006) Indicateurs culturels pour le développement humain en Afrique, projet de recherche. Maputo: OCPA.

OECD (1993). The System of National Accounts, 1993 – Glossary. Paris: OECD.

OECD (2007). International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture. Paris: OECD.

OECD (2008). OECD Glossary of Statistical Terms. Accessed at: <http://stats.oecd.org/glossary/>

Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) (2002). Les industries culturelles des pays du Sud: Enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle. Grenoble: OIF.

Convenio Andres Bello (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valorización de su impacto económico, cultural y social. Economía & Cultura 8. Bogota: Convenio Andres Bello

Pratt, A. C. (2001). "Understanding the cultural industries: Is more less?" Culturelink 35, pp. 51-68.

Pratt, A. C. and N'deck Ndiaye (2004). "The Music Industry in Senegal: The Potential for Economic Development". Report for UNCTAD. London: UNCTAD.

Scanlon, R. and R. Longley (1984). "The arts as an industry: the economic importance to the New York-New Jersey Metropolitan Region" in W. Hendon, D. Shaw and N. Grant (Eds.) The Economics of Cultural Industries, pp. 93-100. Akron: University of Akron and Association for Cultural Economics.

Secretariat of the Convention on Biological Diversity (SCBD) (2007). "Article 8(j): Traditional knowledge and the convention on biological diversity". Montreal: SCBD. Accessed at: <http://www.cbd.int/programmes/socio-eco/traditional/default.shtml>

Secretariat of the Pacific Community (SPC) (2002). Regional Framework for the Protection of Traditional Knowledge and Expressions of Culture.

Sen, Amartya (2000). "Culture and Development". World Bank meeting, Tokyo, 11-13 December 2000.

Siwek, S. (2002). Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2002 Report. Washington: The International Intellectual Property Alliance.

South African Cultural Observatory (2008). The Economics of Culture and Cultural Statistics in South Africa. Accessed at: http://www.culturalobservatory.org.za/pdf_files/econ_of_culture.pdf

Statistics Canada (1997). Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada (1998). Quality Guidelines. 12-539-XIE. Third Edition, October 1998. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada (2004a). Canadian Framework for Culture Statistics. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada. (2004b). Economic Contribution of Culture in Canada. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada. (2004c). Economic Contribution of the Culture Sector in Canada – A Provincial Perspective. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Finland (2005). "Cultural Statistics". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html

Statistics Finland (2005). "Leisure Survey". Accessed at: (http://www.stat.fi/til/klt_en.html

Statistics Finland (2006). "Mass Media". Accessed at: (http://www.stat.fi/til/klt_en.html

Statistics Finland (2006). "Mass Media Market 2000-2004". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html

Statistics Finland (2006). "Time Use Survey". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html

Statistics New Zealand (2000). "Government Spending on Culture". Accessed at: <http://stats.gov.nz/products-and-services/Articles/spemd-on-cult-90-99>.

Statistics New Zealand (2003). "Cultural Experience Survey". Accessed at: <http://stats.gov.nz/NR/exeres>

Steinberg, C. (2001). "Culture and sustainable tourism". Recognising culture: A series of briefing papers on culture and development. United Kingdom: Comedia, Department of Canadian Heritage, UNESCO.

Thorhauge, J. (2003). "Danish Strategies in Public Library Services to Ethnic Minorities". Paper prepared for the World Library and Information Congress: 69th IFLA General Conference and Council, Berlin, 1-9 August 2003.

Throsby, David. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Throsby, David. (2005). *On the Sustainability of Cultural Capital*. Research Paper No. 510. Sydney: Macquarie University.

United Nations (2002). *Manual on Statistics of International Trade in Services*. Statistical Papers, Series M No. 86. European Commission, IMF, OECD, UNCTAD, WTO. New York: United Nations and IMF.

United Nations (2005). *A Guide to Producing Statistics on Time Use: Measuring Paid and Unpaid Work*. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. New York: United Nations.

United Nations (2007). *Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses Revision 2*. Statistical Papers, Series M No. 67/Rev2. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. New York: United Nations.

United Nations Statistics Division (UNSD) (2008). *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), Revision 4*. Statistical Papers: Series M, No. 4, Rev. 4. New York: United Nations.

United Nations Statistics Division (UNSD) (1998). *Trial International Classification of Activities for Time-Use Statistics*. International Conference on Time Use, University of Luneberg, 22-25 April 1998.

United Nations Statistics Division (UNSD) (2009). *Central Product Classification, Version 2*. Accessed at: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.asp>

UNCTAD/WIPO (2001). *Developing Countries Becoming a Global Player: Opportunities in the Music Industry*. Cuban Music Industry Development and Marketing Plan. Geneva: UNCTAD and WIPO.

United Nations Development Programme (UNDP, 2005). *Human Development Report 2004: Cultural Liberty in Today's Diverse World*. New York: UNDP.

UNESCO (1970). "Recommendation concerning the International Standardization of Library Statistics". Records of the General Conference, 16th Session, Paris, 12 October-14 November 1970.

UNESCO (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris: UNESCO.

UNESCO (1986). *The UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Statistical Commission and Economic Commission for Europe, UNESCO, Conference of European Statisticians. Third Joint meeting on Cultural Statistics, 17-20 March 1986. CES/AC/44/11. 13 February 1986.

UNESCO (1988). *Traditional Restoration Techniques: A RAMP Study*. Paris: UNESCO.

UNESCO (1992) Culture Industries for Development in Africa: Dakar Plan of Action. Dakar: Organization of African Unity.

UNESCO (1995). “Our Creative Diversity”. Report of the World Commission on Culture and Development. Paris: UNESCO.

UNESCO (1997). Methodological Guide to the Collection of Data on Crafts. Paris: UNESCO.

UNESCO (1999). “The Value of Culture”. Paper by IADB and UNESCO for the Forum Development and Culture, Paris 11-12 March 1999.

UNESCO (2001). UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003a). Atelier sur la culture et le développement dans le programme d’action du NEPAD. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003b). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003c). Language Vitality and Endangerment. Paris: UNESCO.

UNESCO (2005a). Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Paris: UNESCO.

UNESCO (2005b). “Diagnóstico y metodología para diseñar indicadores culturales en los países centroamericanos“. Documento de Trabajo, Seminario subregional sobre indicadores culturales en Centroamérica, San José, Costa Rica, 6-8 September 2005. Mexico: UNESCO Office Mexico.

UNESCO (2007). “World Heritage”. Accessed at: <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>

UNESCO (2008). La cultura en números: Hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica. San José : UNESCO Office San José.

UNESCO (2009a). “Culture Sector”. Accessed at:

http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=35263&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO (2009b). “UNESCO’s Atlas of the World’s Languages in Danger, New Edition”. Accessed at:

http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=44605&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO and International Trade Centre (ITC) (1997). Final report of the International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification. Manila, Philippines, 6-8 October 1997.

UNESCO-UIS (2005). International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2006a). Creating Global Statistics for Culture: Expert Scoping Study. Paper submitted to the UIS by BOP Consulting. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO-UIS (2006b). Guidelines for Measuring Cultural Participation. Paper submitted by Adolfo Morrone. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2006c). Evaluating Language Statistics: The Ethnologue and Beyond. Paper submitted by John C. Paolillo. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO-UIS (2006d re-edition). International Standard Classification of Education (ISCED97). Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2007). Draft Revised 2009 Framework for Cultural Statistics. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

United Nations Statistical Commission (UNSC) and Economic Commission for Europe (ECE) (2000). "Terminology on Statistical Metadata". Conference of European Statisticians Statistical Standards and Studies, No. 53. New York: United Nations.

Wallis, R. (2001). "Best Practice Cases in the Music Industry and their Relevance for Government Policies in Developing Countries". Report for WIPO-UNCTAD. Geneva: WIPO-UNCTAD.

Williams, R. (1977). Marxism and Literature. London: Oxford University Press.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1957). International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks under the Nice Agreement. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1971). International Patent Classification. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1979). Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works. WIPO Database of Intellectual Property WIPO Legislative Texts. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (2003). Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries. Geneva: WIPO.

World Tourism Organization (UNWTO) (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, a Guidebook. Madrid: UNWTO.

附录:

英汉术语对照表(译者附)

Atlas of the World' s Languages in Danger	《世界濒危语言地图》
cinematographic film	电影胶片
Convenio André s Bello (CAB)	安德烈斯·贝约公约组织
Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions	《保护和促进文化表现形式多样性公约》
creative industry	创意产业
cultural industry	文化产业
culture cycle	文化循环圈
Eurobarometer Survey	欧洲晴雨表调查
fiesta	(西班牙语国家的) 宗教节日
general social survey	综合社会调查
Harmonized Commodity Description and Coding System (HS)	统一商品描述和编码系统
Harmonized European Time Use Surveys	欧洲时间使用情况统一调查
Intangible Cultural Heritage (ICH)	非物质文化遗产
interactive media	交互媒体
LEG Group on Cultural Statistics	欧盟文化统计专家组
Manual on Statistics of International Trade in Service	《国际服务贸易统计手册》
multiplier model	倍增模型
photographic plate	感光片
Principles and Recommendations on Population and Housing Censuses	《人口与住房普查原则和建议》
Paro Initiative	帕罗倡议
sample survey	抽样调查
time use survey	时间使用情况调查
transversal domain	横向领域
Universal Declaration on Cultural Diversity	《世界文化多样性宣言》



《2009年联合国教科文组织文化统计框架》创立了文化统计的概念模型，是整理和收集可比文化数据的工具。作为一项分类工具，它将国际广泛认可的活动、产品及服务的标准分类方法应用到文化统计中。

《2009年联合国教科文组织文化统计框架》在编制过程中曾大量咨询成员国、文化统计和政策专家及国际组织代表。它反映了1986年版本发布以来的全球性技术变革，我们对基本文化问题的理解，测量标准的进步以及文化政策重点的演化。

本文件将促进文化现象测量标准的改进，推动全球文化统计事业的进步，为有效的循证政策的制定提供支持。本文件的最终目的是为联合国教科文组织统计研究所（UIS）的新方法、数据收集和测量指标奠定基础，推动联合国教科文组织在文化领域采取的行动。



联合国教育、
科学及文化组织

联合国教科文组织
统计研究所

联合国教科文组织 统计研究所
P.O. Box 6128, Succursale Centre-Ville
Montreal, Quebec H3C 3J7
Canada
<http://www.uis.unesco.org>

联合国教科文组织统计所（UIS）是联合国教科文组织（UNESCO）的统计机构，是联合国进行教育、科技、文化和信息方面的国际可比统计分析的资料库

