

初稿 中国城文化 发展策略

June 1, 2009

市规划办公室



市长亚太事务
办公室



★ ★ ★ Government of the
District of Columbia
Adrian M. Fenty, Mayor





1935



1980



Today

像安良工商會大樓，現在的龍之味餐館和中國城都有所改變。可是它們的彈性正顯示了市區所具有的韌性

“華盛頓特區總有一個中國城！”

DC Council Chairman Vincent C. Gray, 市議會議長

初稿

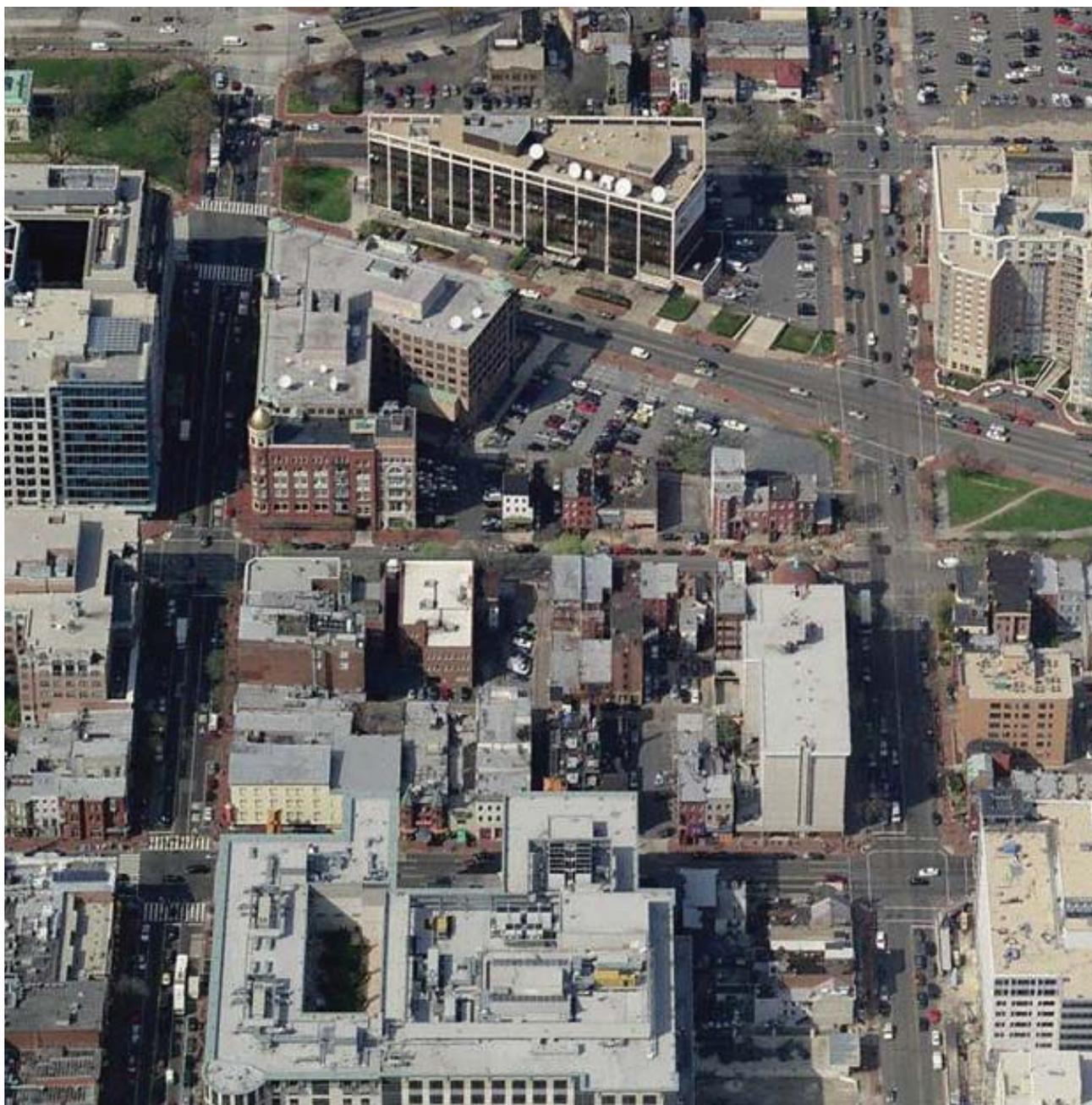
中国城文化发展策略

目录

引言	5
中国城面临的挑战	
中国城的独特机遇	
规划程序	
社区参与	
中国城今昔	13
中国城：规划背景	
哥伦比亚特区中国城的历史	
為中國城擬訂的五項目標：推荐行动	23
目标与行动摘要	24
1. 將中國城發展成為一個文化中心	26
2. 創造一個物質與感官上的中國城	38
3. 促进中国城商业发展	48
4. 生活在中国城	60
5. 共同合作	70
变成现实：实施规划	81
致谢	92



引言





引言

这是一个社区文化策略，该社区对哥伦比亚特区中国城保持亚裔美国人文化的纯正性满怀热诚，并渴望从其所处的地理位置获益。中国城文化发展策略 (Chinatown Cultural Development Strategy, CCDS) 将哥伦比亚特区中国城置于该地区华裔/亚裔文化企业、计划、服务、活动和节庆至佳目的地的地位，使之成为哥伦比亚特区中心城市内一个更美好的地方。作为一个独特目的地，中国城位于国家中心 (National Mall) 与瓦尔特 E. 华盛顿会展中心 (Walter E. Washington) 之间，都市地铁系统第二大站的位置，其地位要求它在独特的历史文化基础上进行发展，在太平洋沿岸国家及印度日益兴起的时代充分利用其国际特性。

中国城面临的挑战

作为中心城市一个久负盛名的地方，现在的中国城具有丰富多彩的亚洲风格建筑物及标志、餐馆和企业，有长期居民和访客，24小时营运的巴士构成纽约中国城与哥伦比亚特区中国城之间的密切联系。不过，作为一块民族聚集地，哥伦比亚特区中国城在过去40年中衰落了。1970年，有3000名亚裔美国人在中国城内及周边生活；现在却不到300人。该地区华裔和亚裔移民

为了改善住房条件和获取其他机会，纷纷从城市移居郊区。结果，目前该地区缺少亚洲主题的企业和文化组织提供的服务、集中度及多样性，而这是构筑不断发展的文化目的地和居住区所必须的因素。未来方向的不确定性、以及缺乏用以协调行动的正式策略，很难形成建设性的伙伴关系。

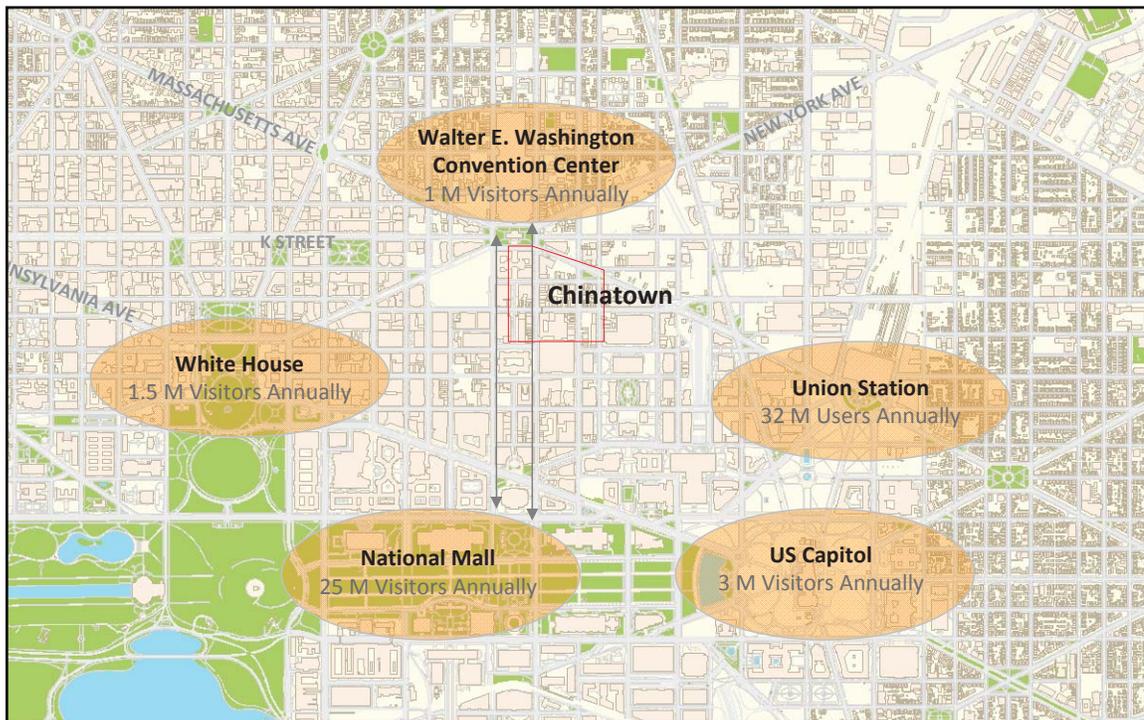
过去10年，哥伦比亚特区的经济发展对中国城造成了有利的和不利的影 响，这是因为它使中国城主要转变成 为市中心娱乐区。1997年建成的Verizon中心（正式名称为MCI中心）、2003年开张的沃尔特·E.华盛顿会展中心、GalleryPlace及其附近地区密布的剧院和零售店等，都是对中心城市发展有益的一些实例。它们为该地区创造了大量生意兴隆的餐馆、就业岗位和密集 的白天和夜间活动。很多中国城企业的发展带来了房地产价值的相应增长，导致华裔拥有的物业被出售、各类华裔拥有的企业破产、全国性连锁餐馆取而代之。土地价值及其衍生的租金使得本地人拥有的小型创业企业很难发展，除非它们能成功利用该地区日夜川流不息的访客。

中国城的独特机遇

这些挑战并非哥伦比亚特区中国城所独有，全美国的中国城及其他文化民族聚集地或多或少也面临相同的问题。不过，华盛顿哥伦比亚特区是首都，这为重塑中国城，转变为21世纪拥有各种文化和经济投资的新型中国



在1997年建造的Verizon中心刺激了中国城以及周围的新发展



接近主要游览地：DC的中国城座落在游客最常光顾的市中心，位于东南西北的交叉路口，它的形象和品质对于华盛顿特区在会展中心、酒店总部以及周围的居住区和工作区的投资都很重要。

城提供了独特机遇。作为国际化的城市，华盛顿哥伦比亚特区的巨大潜力包括180个外交使团和外国使馆，哥伦比亚特区每年2000万访客中有120万以上是外国游客，利用这些条件，从中可以创造更多的文化与经济里程碑。作为其潜力的明证是华盛顿不断发展的坚实零售业市场，包括一些刚到哥伦比亚特区的零售企业，它们在这里取得的每平方英尺总营收高于它们在全国其他地区的任何商店。

为什么不在中国城创建一个有活力的亚裔文化目的地，强化本地居住区，把文化的丰富性、酒店业和旅游业融为一体，从而发展经济？以现有文化历史为基础，通过扩展真正的亚洲及国际零售，有可能更充分利用该市仅几个街区开外的国家购物中心、白宫和会展中心内云集的游客。海外商店和餐馆在美国寻找店址，包括鼎泰丰餐馆（台湾），上海滩（中国的服装店）、Sanrio或Hello Kitty（日本的礼品店）。



投资动态：如果策划合作得当，在文化与经济发展以及旅游业方面的投资可以互相支持补充。

中国城转变成一个拥有强大文化服务和多样化体验的中心，将有益于中心城市和哥伦比亚特区的旅游、餐饮和零售业发展，当然也能提供独特服务，使中心城市作为工作场所日益具有竞争力，作为服务齐全的居住区更具有吸引力。中国城尚未开发的潜力以其独特性和探索海外文化的吸引力为基础，这对大量会展参与者、国内外游客及该地区的邻居和哥伦比亚特区居民都意味着附加值。

规划程序

哥伦比亚特区委员会主席Gray支持本举措。哥伦比亚特区规划办公室和亚太事务办公室与个人、社区组织、市中心BID、市中心居住区协会和主要物业业主合作，制定中国城文化发展策略的具体行动建议。本文件的内容详述了过去10个月来参与者确定的中国城发展目标及行动建议，包括《社区手册》之类可能在未来10到15年组织和指导行动的材料。

旨在强化中国城的日益强烈的决心，存在于社区及都市区的各个领域。这种支持既来自传统华裔居住区目前和过去的居民，也来自很多其他人，这些人

600 block of H street, looking south





看到了在首都原有基础上创设一个文化表现场所具有的价值。为了将中国城发展成该地区开展亚洲文化、计划和节庆活动的中心，为了使哥伦比亚特区成为地图上一个会聚传统和当代亚洲企业和节庆活动的场所，需要社区有持续强有力的领导、富有创造力的合作关系及公共部门的协助。中国城文化发展策略确立了对哥伦比亚特区中国城未来的共同远景，清晰阐述了共同目标，规划了旨在利用机遇和建设社区的各项行动。

社区参与

从规划工作初始至今，社区的参与使我们确信中国城文化发展策略包括最杰出的想法，涉及人们关注的问题，反映社区愿望。CCDS项目的四场大型会议，积极地从社区各阶层召集了80人参加。十五次小型特别工作组会议及四场大型公开会议提供同声传译服务，包括国语和粤语。印刷材料也译成中





讨论会参与者的优点、缺陷、机会和对中国城的威胁

文。这有助于不懂英语的华裔居民和商人积极参与讨论。通过规划办公室与亚太事务办公室网站及电子邮件清单服务发布会议信息，张贴所有文件和讲座材料，使所有人都很容易接触全部信息。此外，亚太事务办公室与各亚太裔美国人社区组织合作，致力于传播信息，更新这些组织的网站，为访问网站的中国城商人提供新的信息，亲自邀请他们参加会议，告知他们最新进展。

2008年7月31日：发起会议 - 规划小组从主要利益相关方收集信息、问题和想法，以便更好地了解哥伦比亚特区中国城。

2008年9月10日：首次社区会议 - 规划小组领导预备研讨会，社区成员确定中国城的优势与劣势。把中英文观点和建议的录音整理成文字。5个重点关注领域显现出来：

- 社区领导
- 艺术与文化
- 商业与经济发展
- 设计与公共领域
- 居民与居住区

600 block of H street, looking south



2008年10月20日：第二次社区会议 - 会议前，通过电子邮件发出通知，要求与会者选择一个主题领域作为关注焦点，然后根据主题分成5个小组。每个小组集体讨论应对中国城所面临的挑战和威胁的方法，并与双语引导人和/或记录员一起，给全组做讲座。

2008年12月10日：第三次社区会议 - 规划小组提交前一次会议的观点和分析，社区成员分享他们的观点。与会者报名参加具体的特别工作组，更加深入地参与制定计划和建设。

15次特别工作组会议

五个小组在2个月内各举行了3次会议。在这些特别工作组会议上，规划小组与成员合作，充实中国城的目标，确定主要行动项目的优先次序。特别工作组的工作直接导致本策略中提出的优先事项，作为小区域规划策略交给哥伦比亚特区政府批准。



第一次社区会议，二零零八，九月十日



第二次社区会议，二零零八，十月二十日

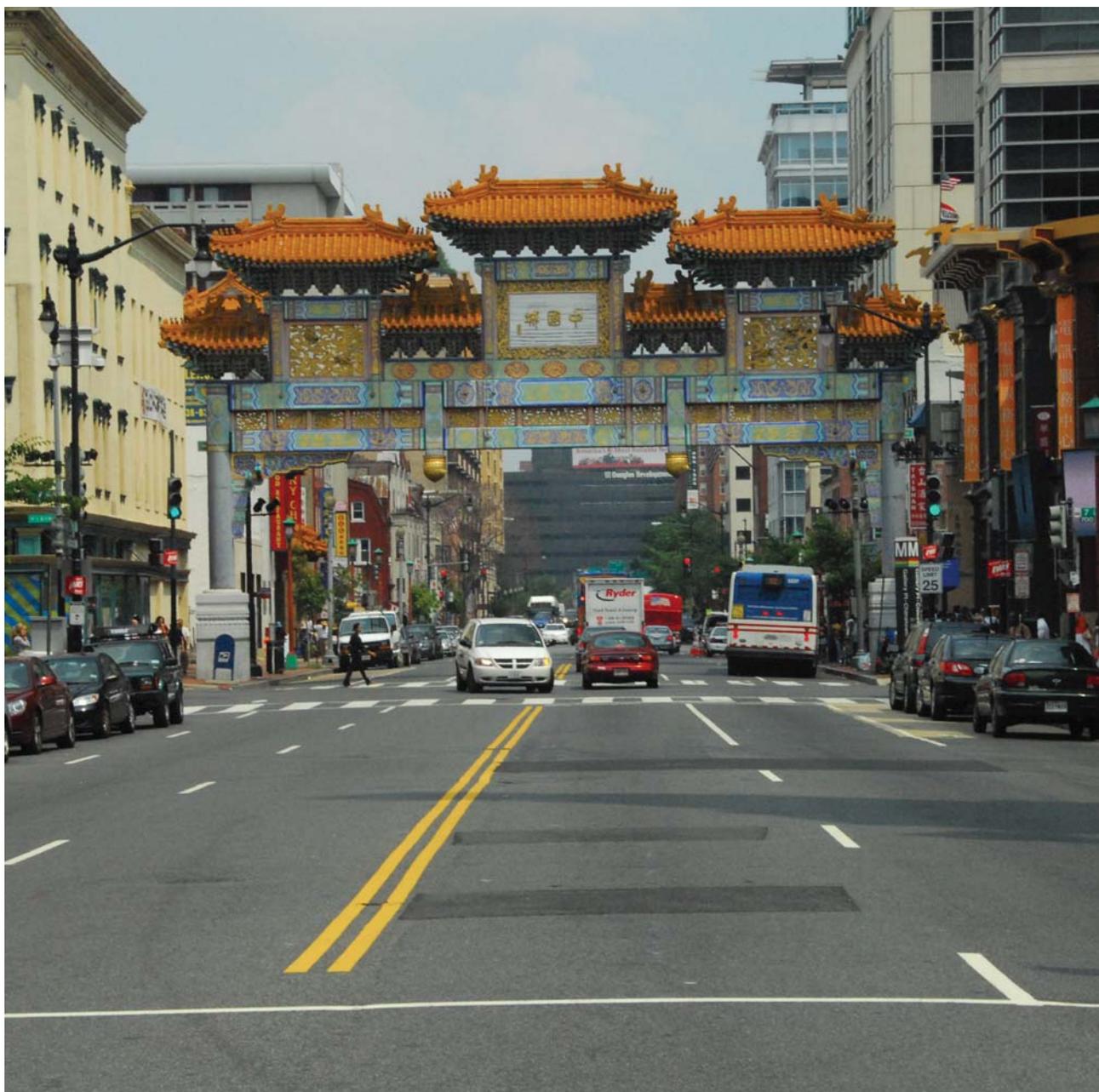


居民小组会议，二零零九，二月十八日



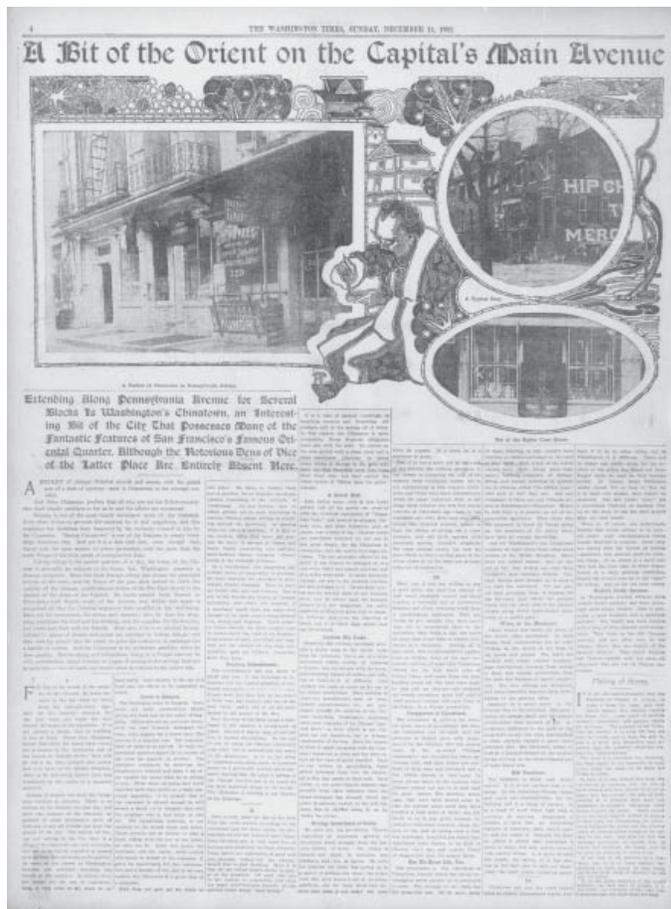


中国城今昔



二零零八，八月

哥伦比亚特区 中国城的历史



华盛顿哥伦比亚特区中国城的历史与华裔移民美国的经历密切相关。华裔先是经历歧视，然后寻求融入美国社会。华裔移民始于十九世纪五十年代，数以千计的华裔逃离中国的经济困境，希望在加州淘金热中寻找机会。随着加州淘金热的终结，许多人留在美国，在加州及西部其他各州从事体力劳动。

起初，中国移民作为廉价劳动力得到包容。但在十九世纪七十年代经济萧条期间及之后，工作机会稀少，华裔成了替罪羊，被戴上了抢走就业机器的罪名。这些情绪上升为一系列排外行为，最引人注目的是1882年的《排华法》，该法旨在限制华裔移民美国、拥有物业并成为美国公民。

为了应对这些困难，也为了回应自身对文化认同感的渴望，华裔移民在紧密结合的城市聚集地定居。这些“中国城”包容不同团体，在这里，人们可以说中文、颂扬中国文化，有经济机会，并能稳定生活。

华裔移民到华盛顿哥伦比亚特区始于1851年。到1884年，华盛顿哥伦比亚特区第一个华裔社区即“中国城”在宾夕法尼亚大道西北4 1/2大街附近建立，十几幢建筑物约有100位居民。到1898年，中国城扩展到包括西北第三大街的部分区段，到1903年，这里已设有药店、餐馆、理发店、裁缝店、商人机构和社区组织，可谓熙熙攘攘。

中国城的迅速扩张持续到1929年，此时，联邦政府强制搬迁中国城的全部居民，将该地区重新开发成联邦三角项目，即一组政府建筑和文化建筑。该项目迫使398名华裔居民和无数企业寻找新的安居之所，对抗白人民居的抵制。尽管遭遇这一巨大挫折，华裔居民和企业在这

1931年建立了新的中国城，地点位于西北第5和第7大街。在新的场所，他们试图重新开始创业，重建文化及其有形表现。到1936年，有800人包括32个家庭居住在中国城。他们建立了中文学校、俱乐部和娱乐设施。中国城还有许多社区组织，包括提供社会服务和支持的家族协会，解决争议的地区协会，以及公民协会或商人协会。

1965年的《移民归化法》解除了对亚裔移民的限制。除了华盛顿市日益上升的犯罪率，明显高涨的税收以及日益恶化的商务环境外，1968年的华盛顿哥伦比亚特区骚乱促使许多亚裔和许多其它城市居民移居郊区，寻求改善住房条件。1976年华盛顿地铁站开业，它被简单地命名为Gallery Place (1986年更名为中国城Gallery Place)。到1977年，哥伦比亚特区原有的153家华裔洗衣店仅剩约20家。20世纪70年代至80年代初，中国城经历了另一场变革。为了促进区内商业，哥伦比亚特区政府确定了会展中心和体育馆的重新开发计划，提议在现位于第9和11大街的中国城居住区中心地带建造哥伦比亚特区会展中心（为了向迁出旧会展中心位置的低收入华裔和非华裔居民提供经济住房，并保留中国城的其余部分，在建设会展中心期间，华裔社团在位于西北第6和H大街一角的Wah Luck住房项目上展开合作。资金来源源于美国住房和城市开发部，于1982年建成153个单元Wah Luck住房。

由于公共交通便利以及获取经济住房的更好选择，许多华裔继续迁居都市郊区。随着中国城物业价值的提升，剩余的华裔物业业主开始出售、关闭或搬迁自己的企业。到二十世纪八十年代，中国城内只有25%的企业仍为华裔所有，只剩下30家华裔企业，这继续为保持现今中国城的纯正风貌提出挑战。

将中国城定位为文化目的地和居住区的最重要举措之一是1986年友谊拱





门 (Friendship Archway) 的建造。这座48英尺高、75英尺宽的大门是美国最大的中式拱门，是中国城的入口和哥伦比亚特区的著名地标之一。它还象征着华盛顿哥伦比亚特区和北京市的友谊。

参考文献：

Chow, Esther Ngan-Ling. "From Pennsylvania Avenue to H Street, NW: the Transformation of Washington's Chinatown." In *Urban Odyssey* (1996)

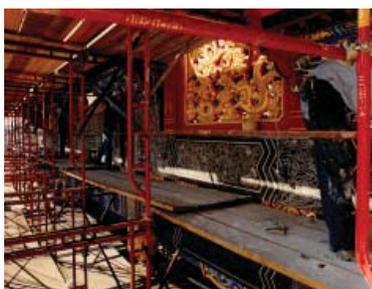
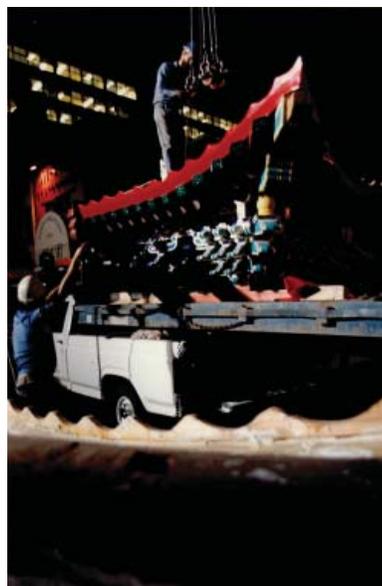
David Hathaway and Stephanie Ho, "Small But Resilient: Washington's Chinatown Over the Years," *Washington History* 15:1 (2003): 42-61.

Asian American Arts and media, Inc. *Chinatown, D.C.: a photographic journal.* (1991)

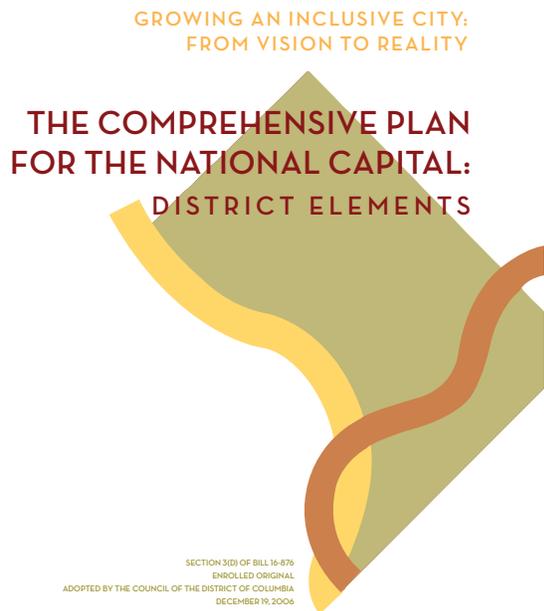


建造中国城 友谊拱门

Photos courtesy of Alfred Liu



中国城：规划背景



哥伦比亚特区综合规划

2006年首都综合规划为中国城文化发展策略提供了背景，不仅在整個哥伦比亚特区的核心政策目标方面如此，而且在中心城市和中国城本身更为具体的政策和行动上也是如此。核心目标服务于综合规划的广泛目的，即确立舞台，将哥伦比亚特区发展成“更加包容的城市，确保所有居民都享有经济机会，保护并保存我们最珍视的社区事物”。有关中国城，综合规划通过拓展“小型、本地及少数族裔企业的机遇”，鼓励创建“专门从事独特商品和服务的文化目的地零售区”，为广泛目标的实现确定方向和重心。

综合规划在华盛顿中心区章节提出了有关中国城区域的具体指引。该规划认识到中国城“苦苦挣扎着保持其特性”，并建议采取五项政策（如下所示）来解决这个问题：

- 把中国城作为繁荣的市中心社区加以“维系”
- 把中国城作为“活力社区”和生活场所加以保护
- 强化“中国城建筑品格”的特性
- 支持“中国城的批发”企业
- 提升“中国城的目的地位”

上述五项政策构成了中国城文化发展策略的基础，揭示了其中包含的建议。

2008年中心城市行动日程

中心城市行动日程提出综合策略，利用并指导哥伦比亚特区中心城市重新开发和增长的机遇。作为一系列中心城市规划工作的组成部分，行动日程有助于为哥伦比亚特区市中心发展成为生活娱乐区提供指导，为哥伦比亚特区带来巨大的经济效益，其中包括每年逾6.3亿美元的年度税收（减去市中心维修费用）。行动日程关注未来五年的四个主要目的：

- “哥伦比亚特区居民优先”，首先提供丰富的住房组合及支持市中心生活的便利设施
- 在独特地区和居住区创建一系列“重要的场所和体

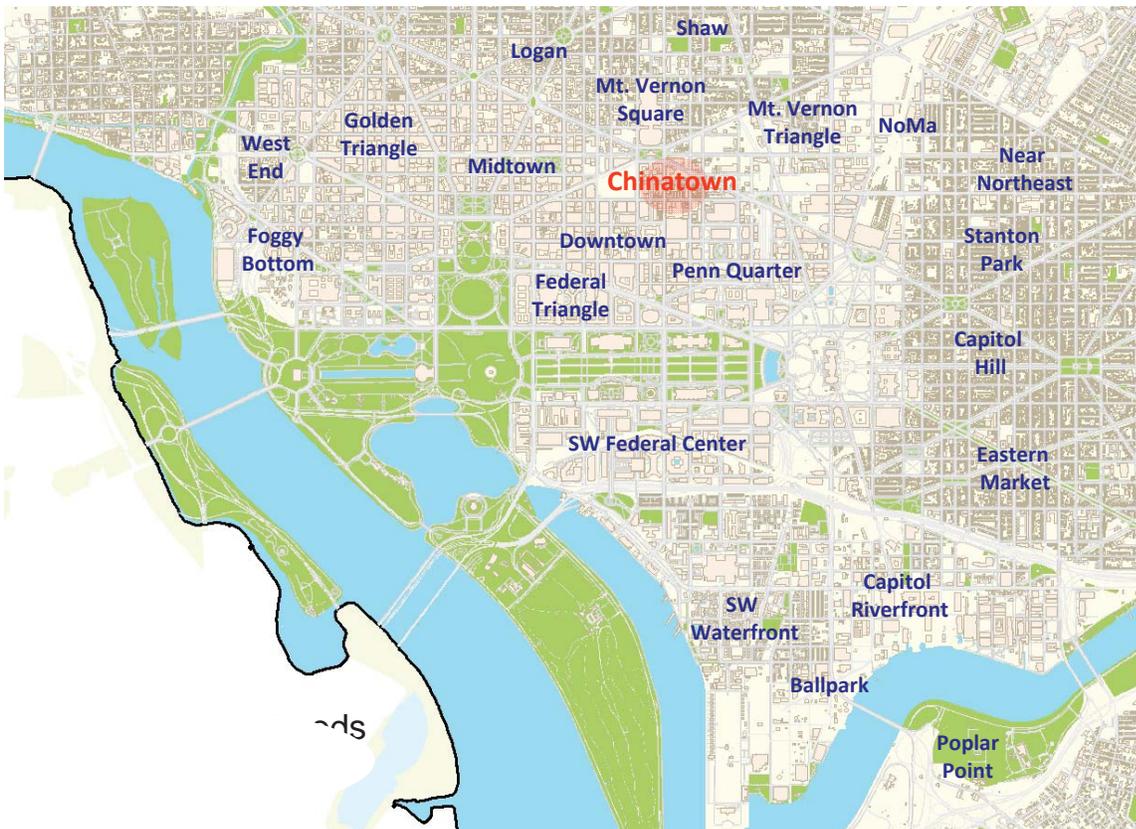
验”

- “持续发展、全球竞争和本地繁荣”
- “交通选择和步行街”

中国城是哥伦比亚特区中心城市的重要场所之一，行动日程侧重于创建重要场所，支持居民生活，并建设步行街，这些是中国城成功的关键基础。行动日程也认识到，向中心城市及其社区如中国城注入公共投资的迫切需要，以确保它们作为居住区的持续成功并对广泛的哥伦比亚特区社区作出经济贡献。

从综合规划到中国城文化发展策略

2006年综合规划提出三项关键行动，来加强中国城建设。第一项行动是继续并改进中国城的设计评审进程。该行动由规划办公室持续监管。有关如何完成本行动的详细建议，见中国城文化发展策略。综合规划中指定的第二项行动是添加中国园林主题，重新设计位于第5大街和马萨诸塞大道的中国公园。中国城文化发展策略提供了详细的行动步骤。第三项行动是主持最佳实践调研，分析“其他城市保存民族商业区（

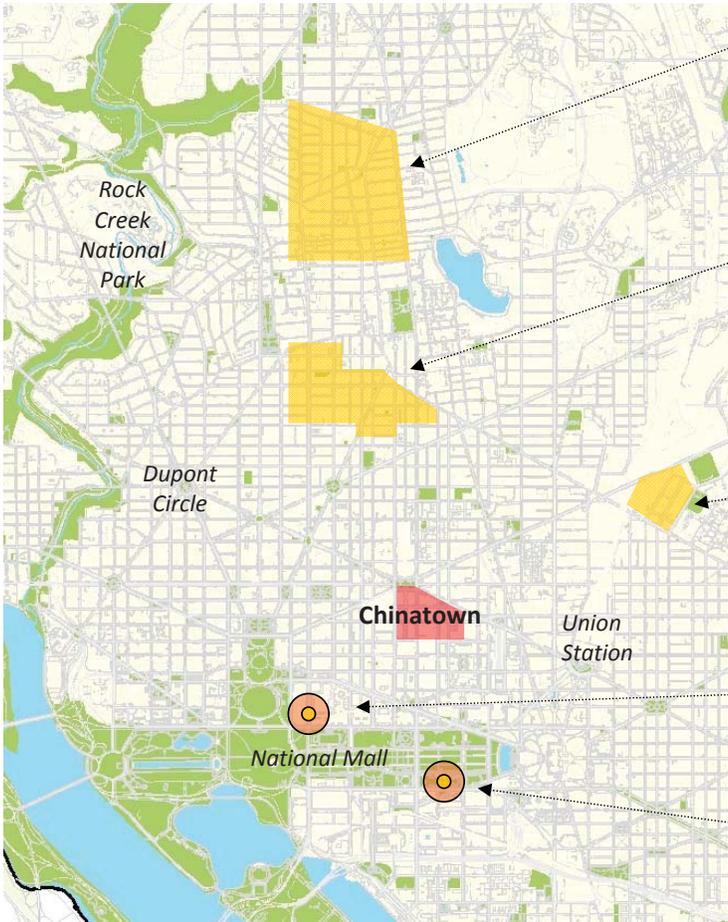


市中心居民区培植特性：有特点的区域和多元化的特性使得市中心成为一个探讨差异和体验原始经验的地方



特别是中心城市“中国城”的经验”。综合规划建议，这项后续调研应当针对哥伦比亚特区如何“通过土地使用和城市设计决策、监管控制、商业发展和经济援助及旅游推广”，来保全并复兴中国城。中国城文化发展策略是该综合规划行动的贯彻。

DC Destinations That Express Ethnicity



Columbia Heights: Today this neighborhood is rich with an abundance of Hispanic/ Latino social and cultural assets, like the GALA Hispanic Theater, as well as many businesses and restaurants.

Greater U Street Historic District and Heritage Trail: The historic center of the city's African-American culture and civil rights movement, with cultural facilities like the Lincoln Theater, is also home to many Ethiopian businesses.

Florida Avenue Market: This market houses a diverse mix of recent immigrant whole-sale owners, African-American operators, and has an agglomeration of Chinese and Korean owned businesses.

Smithsonian National Museum of African American History and Culture (future location)

Smithsonian National Museum of the American Indian

哥伦比亚特区及其伙伴组织已经通过一系列计划，加强特区和居民区族裔性的行动，这些行动是“遗产体验”，大SHAW/U街和佛罗里达街市场的“DUKE”计划。国家族裔和文化设施则包括史密松尼国家博物馆的非洲裔美国人历史文化馆和美国印地安人博物馆。



[Page intentionally left blank]

目标与行动摘要



1 將中國城發展成為一個文化中心



2 創造一個物質與感官上的中國城



3 促進中國城的商業發展



4 生活在中國城



5 團結協作

目标与行动摘要

將中國城發展成為一個文化中心

增加中国城活力，文化是关键

关键行动

1. 今年秋季之前制定一个亚洲街头市场规划！
2. 与哥伦比亚特区文化旅游项目合作，制定一个亚洲主题活动年度计划。
3. 开始建立一个亚洲中心。

配合行动

- 从事宣传中国城的工作，让中国城成为所有人的文化景点。
- 建立一个网站或者在其它社交网点建点，以便与更广泛的人接触，增加中国城在互联网上的知名度。
- 为亚洲各国大使馆设立一个轮流店面展示点 (以及其它临时活动场所)，让它们在中国城展示文化活动和计划。
- 建立一个中国城亚裔美国人艺术家常驻计划。
- 为中国城公园制定常年活动计划。
- 同歌德学院和美洲艺术博物馆等相邻机构合作，主办亚洲活动项目。
- 建立一所亚洲烹饪学校。

創造一個物質與感官上的中國城

提升中国城的外观和感觉

关键行动

1. 提倡有创意的招牌和店面设计。
2. 制定一份中国城公共领域总体规划。

配合行动

- 设计一种中国城商家和指路招牌的框架，进一步活跃街头景观。
- 利用空置店面进行艺术展示或者其它临时展览。
- 整合服务车辆进出路径和垃圾存放/搬运地点，使行人能够使用人行道，同时将垃圾和装卸货地点遮挡出公共视线。
- 同物业主和市中心商业改善区 (the Downtown BID) 合作，协调确保街巷得到良好的维护和清洁。
- 更新中国城设计指南，加强中国城设计审批工作。
- 安装新的亚洲式设计街头景观和其它装饰物。
- 修改有历史意义的地点说明，反映华裔美国人从二十世纪30年代到现在定居美国的历史意义。

促進中國城的商業發展

生活在中國城

團結協作

创建一个多元化和成功的亚洲风格商业区

关键行动

1. 建立摊贩开发区
2. 将中国城指定为特别文化区

配合行动

- 将著名亚洲风味餐馆引进中国城。
- 设立一个场地或者店面,可以容纳许多小型亚裔商家的小店或者“迷你零售点”,让它们发展壮大。
- 战略性地重新开发和组织中国城建筑物的二楼空间,租赁给亚裔文化专业人员、提供特色商品及其服务的专业人员和服务人员。
- 设立一个小型零售点,作为独特的国际亚洲商品和零售商的样板或者展台。
- 组织一次“流动盛宴”活动,推销美式亚洲菜肴和中国城餐馆。
- 支持中国城小型商家开展联合协调的营销活动。
- 组织一个专项小组,负责吸引亚洲(亚裔)投资和亚洲(亚裔)零售商。
- 同哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)建立伙伴关系,让他们增加一个中国城区域介绍,以用于市场宣传,吸引新的亚洲(亚裔)商家

关键行动

1. 将中国城公园转型为一个美好的居住园区
2. 在中国城内寻找一个地方建造华裔特许学校或卫星校区

配合行动

- 市政府和物业业主合作,在建筑物及街巷安装照明设施
- 在中国城内创建更为安全的巴士上落站区
- 与零售/药房连锁店(例如CVS)合作,在正常营业时间安排懂中文的双语员工或医生
- 与哥伦比亚特区政府机构合作,为关键性的服务提供更多的翻译服务
- 与城际中国城巴士公司合作,定期免费送老年人去郊区亚洲食品杂货店购物
- 寻求具有国内及国际资源的投资者,创建符合特定文化需要的养老院设施
- 探索可行的奖励措施,鼓励家庭到中国城居住
- 与市中心BID、市中心居住区协会合作,植树种花、安装路灯,并清扫街道,从而美化街道

关键行动

1. 成立半年度中国城社区论坛,追踪CCDS的进展
2. 成立中国城商业委员会或中国城商人协会

配合行动

- 寻找并开发更醒目的社区活动空间,在各项目上开展共同合作
- 共同合作联络本地和全国经济住房维权团体,并建立联盟,为获得市中心经济家庭住房机会提供支持
- 与区域性和郊区的各个亚洲协会合作,使哥伦比亚特区中国城成为区域性目的地,将更多的文化表演和盛大活动引入哥伦比亚特区市中心
- 创建当地学校(包括公立、特许、私立、大学和学院)和中国城社区之间的互惠/互助义工计划/系统
- 参加全国会议,与全国性社区组织建立关系,分享资源

1

將中國城發展成為一個文化中心

促使哥伦比亚特区中国城成为华盛顿地区体验亚洲文化的景点

将哥伦比亚特区中国城建成大华府地区体验亚裔美国人和当代亚洲文化的主要景点，这是有关各方的共同目标。每年初冬，中国城都成为只有行人可以通行的文化和庆典的地方，游人涌入中国城街头，观看中国城的春节游行，这是中国城每年最重要的日子，吸引着整个地区的游客。中国春节庆典可以说明一年当中成功举办其它活动的潜力，也许可以根据精心策划的每年一度的活动计划来实现。哥伦比亚特区中国城是本地区唯一的在亚裔社区环境中举办活动和节庆的户外公共场所，有潜力在戏剧性的友谊牌楼 (Friendship Archway) 之下和周围地带举办其它庆典、活动和计划，形成这种活力和热情。

街头市场、公共演出、知识展示、电影、以及节庆活动常年向游人和本地居民提供机会，享受中国城风情，进一步探索亚洲文化意义和精神。同市中心活动组织 (the Downtown Events Corporation)、宾州大街社区协会 (the Penn Quarter Neighborhood Association)、哥伦比亚特区文化旅游项目 (DC

Cultural Tourism)、以及歌德学院 (the Goethe Institute) 合作，可以在步行艺术浏览 (Arts on Foot)、樱花节 (Cherry Blossom Festival)、哥伦比亚特区美食品尝 (Taste of DC)、以及哥伦比亚特区电影节 (DC Film Fest) 等活动中加入中国文化内容，作为在市中心 (Center City) 年度活动计划中加入亚洲文化活动的起点。

正宗的亚洲商家也能增加中国城的文化特色。传统的亚洲治疗艺术、疗法、以及医疗方法，尤其是亚洲食品、当代亚洲各国的产品、中国艺术画廊、以及传统的商店和餐馆可以共同营造一个经济圈，烘托文化特色，向市中心居民、哥伦比亚特区、以及游人提供内容丰富的各种服务和景观。这种经济圈提供了一种这座城市其它地方没有的、这个地点具有最大潜力的经历和丰富的产品。

在哥伦比亚特区的亚洲各国大使馆和机构有机会通过在中国城举办临时展览、当代产品展示、以及文化活



Chinese New Year Parade, DC Chinatown, 1997



Dana Tai Soon Burgess & Co., Washington DC

动来扩大亚洲活力和精神、文化、以及经历的令人心旷神怡的世界之窗。哥伦比亚特区中国城有可能成为与当代亚洲文化、艺术品、以及经历之间的桥梁，这些亚洲国家和其它国际伙伴的大使馆和代表机构对此很感兴趣。

中国城的街道为各种文化活动提供了场所，邻近的文化机构也是如此。中国城毗邻Verizon体育中心 (the Verizon Center)、Harmon艺术中心和莎士比亚剧场 (the Harmon Center for the Arts and Shakespeare Theatre Company)、国家肖像画廊 (the National Portrait Gallery)、史密森美洲艺术博物馆 (the Smithsonian American Museum of Art) 以及壮丽的Kogod庭院 (Kogod Courtyard)、华盛顿哥伦比亚特区历史协会 (the Historical Society of Washington DC)、以及Pepco公司的爱迪生画廊 (Pepco's Edison Place Gallery)，提供了组织文化活动、展览和表演的场所与合作机会。中国城目前没有礼堂，因此对于举办亚洲文化活动，建立必要的伙伴关系，以便实现本战略构想设计的活力、时尚、亲切而且传统的中国城，这些毗邻的剧场和大型活动场所是关键。



Dana Tai Soon Burgess & Co., Washington DC

关键行动

1. 今年秋季之前制定一个亚洲街头市场规划！
2. 与哥伦比亚特区文化旅游项目合作，制定一个亚洲主题活动年度计划。
3. 开始建立一个亚洲中心。

配合行动

- 从事宣传中国城的工作，让中国城成为所有人的文化景点。
- 建立一个网站或者在其它社交网点建点，以便与更广泛的人接触，增加中国城在互联网上的知名度。
- 为亚洲各国大使馆设立一个轮流店面展示点 (及其它临时活动场所)，让它们在中国城展示文化活动和计划。
- 建立一个中国城亚裔美国人艺术家常驻计划。
- 为中国城公园制定常年活动计划。
- 同歌德学院和美洲艺术博物馆等相邻机构合作，主办亚洲活动项目。
- 建立一所亚洲烹饪学校。



关键行动 1: 今年秋季之前制定一个亚洲街头市场规划

这是什么？

亚洲街头市场是中国城每周一次或者每月一次的定期活动，由一批工艺品或者食品商家在临时摊位展示亚洲商品和农产品。最理想的是把I街或者H街这种人们很容易看到的街道的人行道加宽或者临时禁止车辆通行，举行街头市场活动。这个街头市场只需要很少的基础设施或者资金就可以启动，商家的摊位费、赞助费、以及活动赠款可以为这个常年活动提供经费。

在中国城定期举办亚洲街头市场活动可以成为满足中国城两大需求的一个主要途径：一个是居民希望购买价格适宜的亚洲农产品和商品的需求；另一个是举办更多的活动和节庆，以便吸引新游客的需求。中国城地区目前没有亚洲食杂店，许多这里的居民到郊外购买基本商品，获得基本服务，这使得他们基本日常商品总消费在中国城地区的消费部分下降到20%左右。尽管销售亚洲农产品的街头市场并不能取代食杂店，但是可以开始在本地提供购买这些商品的途径，并且向潜在的零售商展示对这些商品的市场需求。街头市场还可以吸引前来观看一系列异国农产品和购买工艺品和特色商品的游客和观光客。中国城亚洲街头市场会成为吸引哥伦比亚特区居民、本地区居民、以及亚裔美国人的独特的景点。目前在中国城举办的节庆活动常常摆设了亚洲工艺品摊位，但是哥伦比亚特区中国城或者整个地区都没有定期的亚洲街头市场活动。

成功的市场活动可以增加公众对中国城活动的认识，可以催化许多未来的活动。街头市场通过扩大中国城的知名度，可以引发对亚洲商业和服务的新需求。参与街头市场活动的商家可以获得成长，而且有可能进入更永久性的店面经营。开发、运营和促进街头市场的工作可以锻炼和形成组织能力，以便举办更大的活动和节庆，诸如夜市或者灯节。

为什么重要

- 举办一个独特的活动，可以吸引本地区居民在哥伦比亚特区中国城饮食购物。
- 为新的亚裔小型企业成长和开发创新产品提供机会。
- 为中国城居民、市中心商业改善区(the Downtown BID)工作人员和居民、以及整个哥伦比亚特区提供一个购买亚洲食品杂货的途径。

如何实现

1. 建立一个中国城有关方面组成的可行性研究委员会进行调查，为街头市场制定一个商业规划。该委员会应该为下述工作负责：
2. 同诸如宾州大街社区协会(the Penn Quarter Neighborhood Association)等组织建立伙伴关系。它们拥有组织和管理街头市场的经验。
3. 指定一些人负责活动的后勤事务、与商家签约、申请政府许可、以及其它重要工作。
4. 确保从本地商家、组织和机构、以及赞助者那里获得“启动”资金。



Farmer' s Market, Boston MA

SUNDAY APRIL 12TH

Basketball Tournament
12 noon – 8:00PM, Field House
Sponsored by Pakistan Student Association (PSA)

TUESDAY APRIL 14TH

Film - Gate of Heavenly Peace
7:00PM, Johnson Center - Cinema
Award-winning and critically acclaimed documentary on the 1989 Tiananmen protests in China.
Directed by Carma Hinton, GMU Robinson Professor

THURSDAY APRIL 16TH

APA Student Game Room Social
6:00PM - 9:00PM, SUB I Game Room
It's Game Room Night! Take time out from your studies and educational APA Heritage Month events to relax, meet new people, and have fun.
Sponsored by the Asian Pacific American Coalition (APAC)

Japanese Play - "The Magic Fan (Mahoo No Oogi)"
6:30PM, Johnson Center - Dewberry Hall
Sponsored by Dr. Sufumi So, Department of Modern and Classical Languages

FRIDAY APRIL 17TH

Asian Pacific American Heritage Month Lunch
11:00AM - 2:30PM, Southside Dining Hall
(Mason Money or Meal Plan)
Sponsored by Mason Dining Services

National Acrobats of China
8:00PM, Concert Hall
Executing daring feats with tables, chairs, flags, and plates, the performers of the National Acrobats of China demonstrate their amazing flexibility, agility, and extensive training, as audiences gasp, laugh, and often hold their breath! Considered one of the most influential acrobatic troupes in the world, it distinguishes itself with extensive touring and achievements in international competitions. This is a wonderful event for the entire family.

SATURDAY APRIL 18TH

National Acrobats of China
2:00PM & 8:00PM, Concert Hall
Executing daring feats with tables, chairs, flags, and plates, the performers of the National Acrobats of China demonstrate their amazing flexibility, agility, and extensive training, as audiences gasp, laugh, and often hold their breath! Considered one of the most influential acrobatic troupes in the world, it distinguishes itself with extensive touring and achievements in international competitions. This is a wonderful event for the entire family.



关键行动 2:

与哥伦比亚特区文化旅游项目合作，制定一个亚洲主题活动年度计划

这是什么？

哥伦比亚特区文化旅游项目预计要同社区领袖、特区政府有关机构、以及其他合作伙伴共同制定一份雄心勃勃的亚洲文化年度活动计划，并且向更广泛的社区宣传这个计划。各种活动可以在中国城举行，也可以在特区的其它地点举行。这很可能需要制定一个三年规划，第一年主要由政府提供资金，在其后的两年减少政府资金。这个项目可以归属到“亲身体验中国城/博物馆”的项目下，或者其它一些能够打开亚洲文化之门和其它亚裔美国人经历之门的吸引人的标签之下。尽管外国代表机构和大使馆通常经费不多，或者工作人员不多，但是仍然存在与它们合作的可能性。

为什么重要

- 把哥伦比亚特区中国城树立为亚洲文化与商业之城。
- 为游览中国城加上一系列令人心旷神怡的活动，有可能吸引更多本地、本地区、以及国内外游客。

- 争取利用文化发展、经济发展和旅游之间的协作关系。
- 加强那些致力于将哥伦比亚特区中国城发展成特区热门景点的关键
- 的有关各方的能力。
- 进一步将中国城建成整个特区和本地区亚洲文化与活动信息“总站”。

如何实现

1. 哥伦比亚特区文化旅游项目与关键的有关各方、规划办公室、以及市长亚太事务办公室共同准备一份提议。
2. 市长亚太事务办公室和规划办公室负责组织最初的会议，确保适当的合作伙伴参加会议。
3. 规划办公室主持确定项目第一年的资金来源。
4. 一个知名的这个项目的推动者出来主持这个项目。
5. 中国城有关各方和社区组织确定补充资金来源、筹款、以及申请赠款。

时间进度：

可以立即开始。启动会议暂时定于2009年7月9日召开，但是要视经费落实情况而定。计划在2010年中期或者后期宣布年度活动计划，并且开展初期活动。



几个包含剧院、表演和彩排设施的主要文化机构都与中国城就近或者相邻。他们提供了宣传和分享设施、设备、推广宣传的最佳机会





House of Sweden, Washington DC



Kogod Courtyard, Smithsonian Institution National Portrait Gallery Museum

关键行动 3: 开始建立一个亚洲中心

这是什么？

亚洲中心会成为国际商业中心和文化机构，向人们提供一个体验当代亚洲产品和文化、以及亚裔美国人历史的场所。这个场所可以采用诸多形式，可以是城市内的一个文化机构，也可以是位于国家大草坪上与外国大使馆/代表团合作的机构。该中心还可以建立多个组成部分，构成一个全面的机构。亚洲中心可以由许多部分组成，包括下列部分：

- 中国城社区居民聚会和活动的场所。
- 展示亚裔美国人艺术、历史和文化的展览和表演场所
- 协助为来访者和游客介绍情况的信息中心
- 展示当代亚洲商家、产品和服务的扶植零售商的场所

为什么重要

- 为文化活动提供专门场所，加强中国城吸引游客和本地居民，并且为他们服务的能力。
- 为国际、国内和本地来访者提供中国城和亚裔美国人经历的真实的历史记录。
- 为商家提供一个新颖的途径，以低管理成本展示和销售独特的亚洲商品。
- 为来访者和游客创造一个中国城的景点，可以带来大量的附加效果。

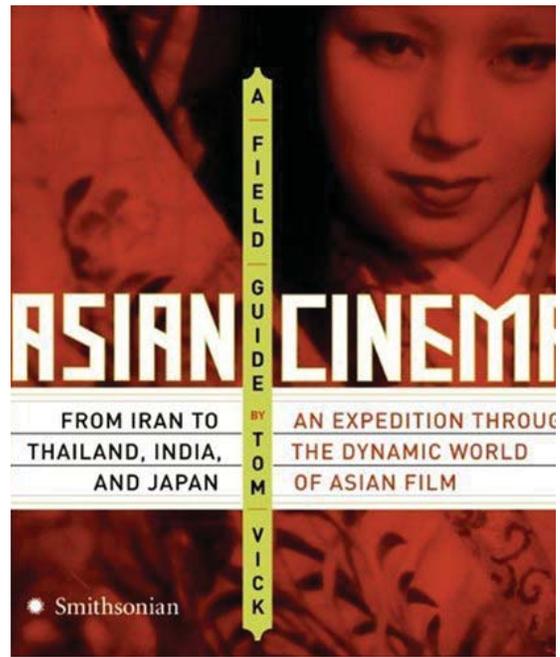
如何实现

1. 同各国大使馆和其它外国组织和机构合作，在中国城建立一个亚洲文化场所。
2. 与开发商和房地产东主合作，确定有潜力的地点。
3. 探讨通过合并小巷和地块在H街上形成街内小区项目。
4. 发展社区活动中心的能力，建成一个拥有专业工作人员的机构，制定任务和目标，进行筹款工作。
5. 与全国各个亚裔组织联系，为这个建筑或者场所的规划、设计和建设筹集资金。
6. 同诸如史密森博物馆这种已经确立地位的博物馆和机构建立联系，协助活动规划和展览。
7. 与各国大使馆和其它国际伙伴合作，发挥中国城作为现代亚洲文化与艺术桥梁的作用。

时间进度：

亚洲中心的开发是一个长期项目，要经过几个步骤才能完成。目前，中国城专项小组成员可以开始为社区活动中心选定地点，这个中心可以成为建立规模更大的亚洲中心的出发点。根据寻找地点和筹集资金的情况，这项工作可能会在今后2-3年内进行。

亚洲中心的许多组成部分也可以分别以较小的店面形式开发，以后再并入更大的设施。尤其是促进中国城商业一节中的“孵化”概念，可以发展成当代亚洲商品的零售展示场所。



促使中国城成为华盛顿地区体验亚洲文化的景点

1.4. 从事宣传中国城的工作，让中国城成为所有人的文化景点

这是什么？

中国城有大量可以宣传和庆祝的文化活动、项目和其它活动。另外，中国城可以发挥哥伦比亚特区和本地区所有亚洲文化交流“总站”的作用。许多活动参与者很多，有一些活动则没有那么多人参加。从事这些活动，增加参与人数，一个关键就是更加广泛的协调和宣传。通过协调一致的大力宣传活动，中国城可以争取吸引哥伦比亚特区内及其周围的140万居民。中国城制作了一个中国城地图，还有一个组织得非常好的有关各种活动的网站，已经开始了这方面的工作。可以通过协调一致的方式，为这项工作树立品牌，在精选的媒体上做广告，利用大型公共活动宣传中国城文化，以及利用其它直接和网上宣传手段，发起一场大规模宣传活动，扩大这方面的工作。

可以专门雇用一个公关公司，或者请这个公关公司提供志愿服务，管理和设计一场宣传活动。

为什么重要

不断大力宣传中国城是哥伦比亚特区一个文化景点，未来前途光明，而且正在采取具体措施确保实现这个光明的未来，这一点对于中国城未来的成功以及吸引更多的人参与中国城文化活动来说至关重要。扩大这些活动的规模既可以增加中国城的游客，也可以把中国城建成本地区文化活动和文化体验的场所。

如何实现

1. 向宾州大街社区协会 (the Penn Quarter Neighborhood Association)、哥伦比亚特区文化旅游项目 (DC Cultural Tourism)、以及哥伦比亚特区景点(Destination DC)等其它本地组织和机构征求有关开发和协调一项不断交流和宣传计划的意见。
2. 雇用一家公关公司，设计一个宣传计划，或者争取获得具有公关经验的人提供志愿服务。
3. 在重要媒体购买广告，在网上宣传，开展其它活动，落实宣传计划。
4. 更加充分地使用画廊 (Gallery Place) 的电视屏幕宣传中国城的活动。

1.5. 建立一个网站或者在其它社交网点建点，以便与更广泛的人接触，增加中国城在互联网上的知名度

这是什么？

目前，许多中国城的组织都有自己的网站，但是中国城没有自己的网站。建立一个哥伦比亚特区中国城网站，放上能够下载或者互动式的地图和手册，不断更新文化活动计划表，这样可以提供高效、时间精确和低成本途径，向广泛的大众宣传中国城的活动与特色。这样还可以让游客和来访者游览中国城，在抵达华盛顿之前就做好来访计划。在Facebook、Twitter和MySpace这种社交网站设立站点会使年轻人展示他们对中国城及其组织和机构的支持。中国城文化社区中心网站可以作为一个范例，因为这个网站的内容非常全面，介绍了他们的各种活动项目。

为什么重要

中国城网站会增加人们对中国城的兴趣和知识，以及对中国城文化活动的了解。这是向广大民众介绍中国城活动的高效途径。

如何实现

1. 征召一批志愿者，建立中国城网站，并且在Facebook和Twitter等网站上监视哥伦比亚特区中国城的状况。
2. 启动一个哥伦比亚特区中国城网站，并且训练社区领袖们如何使用和管理。
3. 制作中国城文化景点与活动地图和宣传手册，并且使人们可以在网站上获得这种地图和宣传手册。

配合行动

使中国城成为国际文化活动和项目景点

1.6 - 为亚洲各国大使馆建立一个轮流店面展示点 (以及其它临时活动场所), 让它们在中国城展示文化活动和计划

这是什么？

大多数亚洲国家的大使馆都有支持交流和增进对本国了解的活动计划。由于费用和后勤方面的原因，大多数使馆目前很少在各自使馆以外举办这种活动。不过，有几个国家已经开始将这种活动扩大到较大、达到博物馆水平、有特别购物店面、有独特咖啡馆和餐馆的设施里。作为在中国城促进发展这类设施的第一步，中国城的组织和机构可以设法在中国城提供亚洲各国大使馆举办展览的场地，或者主办这种活动。这种活动可以在一个店面进行，定期更换内容。在提供店面场地之前，第一步可以在各种活动和节庆中为亚洲各国使馆提供临时展位。

为什么重要

- 这项措施是在中国城建立一个类似瑞典之家 (the House of Sweden) 那样的永久性文化设施的第一步，会为中国城创造一个主要的文化和旅游景点。
- 为中国城提供独特的国际体验和活动，吸引国际游客等新的来访者。

如何实现

1. 开始在中国城提供免费场所，以便亚洲各国大使馆展示它们的活动。同哥伦比亚特区文化旅游项目 (DC Cultural Tourism) 合作，与各使馆联络，计划举办活动。
2. 同本地物业主合作，确定一个店面场所，开始筹款或者申请赠款。
3. 同哥伦比亚特区文化旅游项目 (DC Cultural Tourism) 合作，与亚洲各国大使馆规划店面场所，举办活动和展览。

配合行动

通过计划活动和创造性艺术，纪念亚裔美国人的经历

1.7. 建立一个中国城亚裔美国人艺术家常驻计划

这是什么？

艺术家常驻计划资助一个艺术家在一个社区内生活1到2年，创造艺术作品。通常向他们提供住房和年度生活补助，维持他们的生活。艺术家常常在本地画廊出售他们的艺术作品，同时规定他们向社区捐赠一批作品，协助建立一个博物馆。在一批社区，艺术家常驻计划在创造连带经济发展，以及在完成艺术画廊和博物馆，营造成功的艺术氛围方面都非常成功。例如，哥伦比亚特区政府的常驻诗人Dolores Kendrick同华盛顿地区公共交通局合作，把学生的诗作放在公共汽车上。中国城亚裔美国人艺术家常驻计划可以资助一个亚裔美国人艺术家创作反映中国城和亚裔美国人经历的艺术作品。

为什么重要

- 纪念亚裔美国人的经历
- 艺术家常驻计划是在中国城发展独特文化产业的低成本途径。
- 有助于引起人们的注意，可能会支持其它形式的文化经济发展。
- 这是通过正确的支援措施建立艺术画廊和博物馆的良好孵化器。

如何实现

1. 开始先研究其它艺术家常驻计划，看看哪些东西有效，哪些没有效果。
2. 找到场所，通过赠款或者捐赠来确保资金
3. 向绘画艺术大师计划宣传这个计划。

1.8. 规划中国城常年活动

这是什么？

户外活动是把人们吸引到中国城来，向他们提供创新文化艺术品的低成本途径。这种活动可以包括工艺品市场、户外电影系列、音乐表演和身体锻炼组织的活动。这些活动既可以吸引更多对亚洲食品、产品和服务有兴趣的顾客，有助于支持中国城的商家，也有助于在中国城建立更大型的文化项目，例如博物馆和艺术画廊。由于经常性的活动而禁止车辆在中国城通行是不实际的，但是如果适当的许可，中国城公园几乎可以立即使用。另外，中国城公园很快就会得到改建资金，使这个公园能够吸引更多的聚会和活动。

为什么重要

- 这是低成本和有效的手段，能够举办活动，吸引人到中国城来，帮助中国城的商家。
- 使目前利用率不高的场所得到的更多利用，有助于加强中国城的治安。
- 进行活动规划，吸引使用者到公园来，有助于为中国城公园营造一种更有中国风味氛围的工作。

如何实现

1. 除了在中国城文化社区中心每周三次的太极拳锻炼活动以外，开始在中国城公园每周定期举行户外太极拳锻炼活动。
2. 策划一个初始活动计划，例如电影系列放映或者工艺品市场。
3. 同国家公园管理局联系，取得举办文化活动的许可。

配合行动

建立临时和永久设施，主办表演、博物馆、艺术和其它文化活动

1.9 - 同歌德学院和美洲艺术博物馆等相邻机构合作，主办亚洲活动项目

这是什么？

哥伦比亚特区以著名的博物馆和丰富的文化活动而闻名，每年因此吸引了1500万国内游客和120万国际游客。哥伦比亚特区中国城可以从这些资源中受益匪浅，尤其是中国城的地点(也就是说，从国家肖像画廊和歌德学院可以徒步走到中国城)。同这些机构结成伙伴关系可以使社区组织有能力组织更大型的活动，吸引更多的人，促进诸如亚洲电影节、春节庆祝活动、以及其它亚裔美国人为中心的中国城和亚洲活动项目。

为什么重要

- 与其它机构建立更密切的伙伴关系，以便开发新资源(志愿者、资金等)。
- 有了这些机构的大型场所，有关组织可以主办/组织大型活动，就可以让更多的人参与。
- 大型活动提高中国城的知名度。

如何实现

1. 开始与毗邻机构联系，看看中国城如何能够参与他们现存的活动项目，并且和他们一起集思广益，寻找新的活动项目设想。
2. 建立年度联合活动项目(例如，亚太裔美国人电影节(APA Film Festival)或者春节庆祝活动)。

1.10 - 建立一所亚洲烹饪学校

这是什么？

在中国城的亚洲烹饪学校会鼓励在中国城形成一种创新亚洲菜肴的文化。它会使中国城成为本地区亚洲美食的权威所在。烹饪学校计划有可能支持中国城的餐馆，并且让它们参与，而且会使哥伦比亚特区中国城成为那些想认真学习烹饪的学生和那些把学习烹饪作为娱乐消遣的人聚集的一个地区(也许是全国)中心。从短期来看，烹饪项目可以先与类似Zola的现存的烹饪学校合作开始。

为什么重要

- 吸引各种各样的天才烹饪学生和烹饪爱好者，给中国城提供一种独特的地区性活动。
- 通过开展更加创新的竞争，支持在中国城建立高水平餐馆和零售商店。

如何实现

1. 创建一个中国城餐馆社团，在它们的厨房里创建一个烹饪系列课程，建立中国城的烹饪教学。创建一个中国城餐馆联盟，组织、计划和筹款。
2. 进行调研，确定活动规划的需求、场地要求、以及在中国城建立烹饪学校的费用。
3. 征询著名厨师的协助，例如旧金山的甄文达(Martin Yan)、波士顿的蔡明昊(Ming Tsai)、以及亚洲各国大使馆来访的厨师，支持、赞助、或者提供厨艺展示活动，吸引人们注意，吸引人们向中国城烹饪学校投资。

配合行动

創造一個物質與感官上的中國城

將中國城的建築物和公共空間開發成亞裔美國人文化的活舞台

在整个规划过程中,参与者都表示希望哥伦比亚特区中国城在外观和感觉上更像中国城,在熙熙攘攘的大街上挤满了居民、游客、购物的人、以及卖东西的人。中国城的街头给人有趣的体验,热气腾腾的烹饪味道、生活的声音、色彩斑斓的招牌、诱人的店面、独特的建筑物和各异的材料——这一切都反映了传统和当代文化,构成了中国城的街头体验,形成了华盛顿亚洲文化的中心。

目前,中国城的公共空间——街道、人行道、以及空地——并没有完全支持这种文化特色、理想的活动、以及理想的哥伦比亚特区中国城的商业交流。没有几个地点可以进行街头娱乐表演、摆放小贩售货车、以及开咖啡馆。在有些地方,甚至连一对夫妻能够并肩走过的舒适的人行道都没有。建设迷人的街景,包括解决灯光问题、人行道的铺设材料和花

样、街头家具,甚至在中国城某些地段拓宽人行道,以便适应一系列活动——散步、坐下、户外进餐、人行道上小摊贩、还有街头表演。精心设计中国城的灯光照明、人行道家具、人行道的铺设材料和花样、以及相应的建筑和常年维护投资,需要物业主、商家东主、市中心商业改善区(the Downtown BID)、以及各个特区政府机构之间的协调。中国城的建筑设计、店面、橱窗展示、招牌、店面灯饰、以及其它设计在营造中国城街头体验中扮演重要的角色,不过,我们过去错过了这种创新的机会。哥伦比亚特区中国城的很多亚洲特色是通过招牌实现的——一片片生气勃勃、五色缤纷、竖起来的招牌,这和美国以及世界上华人商业区的传统特色相一致。在这方面也存在营造更加丰富、更加多彩的视觉体验的机会。

根据中国城设计指南,哥伦比亚特区政府规定授权组成的中国城设计审批委员会目前提倡和鼓励在建筑设计和招牌设计上体现华人特色。这个审批程序有时被物业主和



商家东主所误解和忽视，这个审批程序规定在特区政府有关部门内部建立适当的执行机制和发放许可程序，以便促进我们今天设想的中国城的视觉质量，并且鼓励在设计方面更加具有创造性和多样性。修改过的指南会鼓励新颖和当代亚洲式设计，也鼓励传统设计。尽管取得了一些成功，但是如果要分别满足三个审批程序的设计要求，即中国城规定、市中心历史区和艺术画廊招牌三个审批程序，改进视觉和外观体验，这是一项非常复杂的工作。整合和协调，加强与物业主和商家东主的联系，制定落实规定的程序，这些都有可能产生更有创造性、更吸引人的建筑、设计、招牌和展示。

中国城可以成为更令人心旷神怡、更令人好奇的地点，而且可以成为交流文化知识 with 体验的论坛。尽管有些感觉是看不见、摸不到的，但是我们可以通过改善中国城实体外观的方方面面来强化这种感觉。中国城的商家东主用亚洲书法自由和正宗地表现自己，通过利用色彩和一系列亚洲式设计、在人行道上摆摊或者摆放桌椅、有活力的店面、以及商业展示扩大营业，这些都是加强中国城街头体验的关键。



关键行动

1. 提倡有创意的招牌和店面设计。
2. 制定一份中国城公共领域总规划。

配合行动

- 设计一种中国城商家和指路招牌的框架，进一步活跃街头景观。
- 利用空置店面进行艺术展示或者其它临时展览。
- 整合服务车辆进出路径和垃圾存放/搬运地点，使行人能够使用人行道，同时将垃圾和装卸货地点遮挡出公共视线。
- 同物业主和市中心商业改善区(the Downtown BID)合作，协调确保街巷得到良好的维护和清洁。
- 更新中国城设计指南，加强中国城设计审批工作。
- 安装新的亚洲式设计街头景观和其它装饰物。
- 修改有历史意义的地点说明，反映华裔美国人从二十世纪30年代到现在定居美国的历史意义。



关键行动 1: 提倡有创意的招牌和店面设计

这是什么？

商家招牌和店面设计是协助向来访者和潜在顾客传递正宗的中国城感觉的主要外观因素。中国城的几个有历史意义的店面和招牌传递了一种文化传统感和特色感。不过，许多建筑都使没有特色的店面和小招牌，没有传递欣欣向荣、令人心旷神怡的中国城特色。有两大主要障碍妨碍更多的商家悬挂更大、更活泼的中国特色招牌。第一个障碍是许多中国商家在申请新的中文招牌许可时遇到困难。第二个障碍是，根据特区招牌规定，目前在中国城不允许悬挂那种具有中国城特色的有创意的大型招牌。

招牌许可申请被拒绝主要有三个原因：招牌制作商和商家东主常常不了解对中国城招牌的规定，常常在没有申请许可的情况下悬挂了招牌；哥伦比亚特区政府有关部门之间缺乏协调，部门目标相互矛盾；以及设计审批过程经常非常冗长，而且商家东主花费很高。通过在中国城设计审批工作中同所有有关各方进行合作，制定强化的指南，然后向终端使用者宣传这些指南，这些问题可以轻而易举地解决。强化的指南可以包括可以激发灵感的有创新和创意的招牌和店面设计范例，以及招牌、橱窗展示和店面摆设和设计的实际建议。一项长期工作是修改中国城招牌规定，允许悬挂更大、更活泼的招牌，补充在艺术画廊的招牌。这要求同消费者和规范事务局(DCRA)合作，并且在哥伦比亚特区市议会通过立法。这还要求同本地区居民和商家密切磋

商，确保新招牌无损于周围地区和中国城居民区。

为什么重要

- 亮丽的有创意的亚洲式招牌有助于促进中国城的商业。
- 使中国城的街道看起来更加生机勃勃，更有活力。
- 清楚地向来访者显示中国城地区。
- 为每年1620万国内外游客增加文化体验。
- 鼓励本地区9万3000位在市中心商业改善区(the Downtown BID)工作的人到中国城来消费。

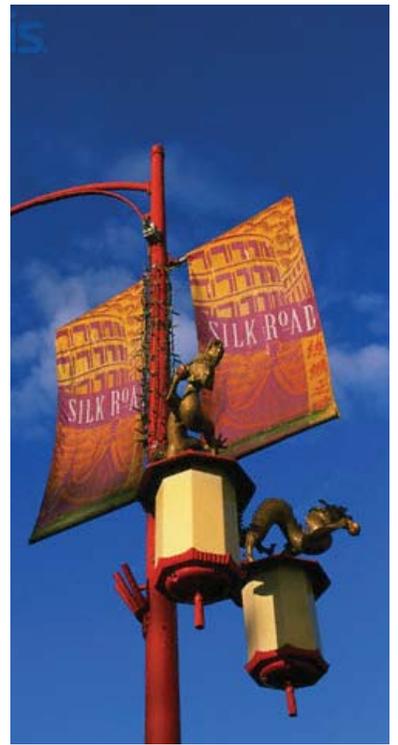
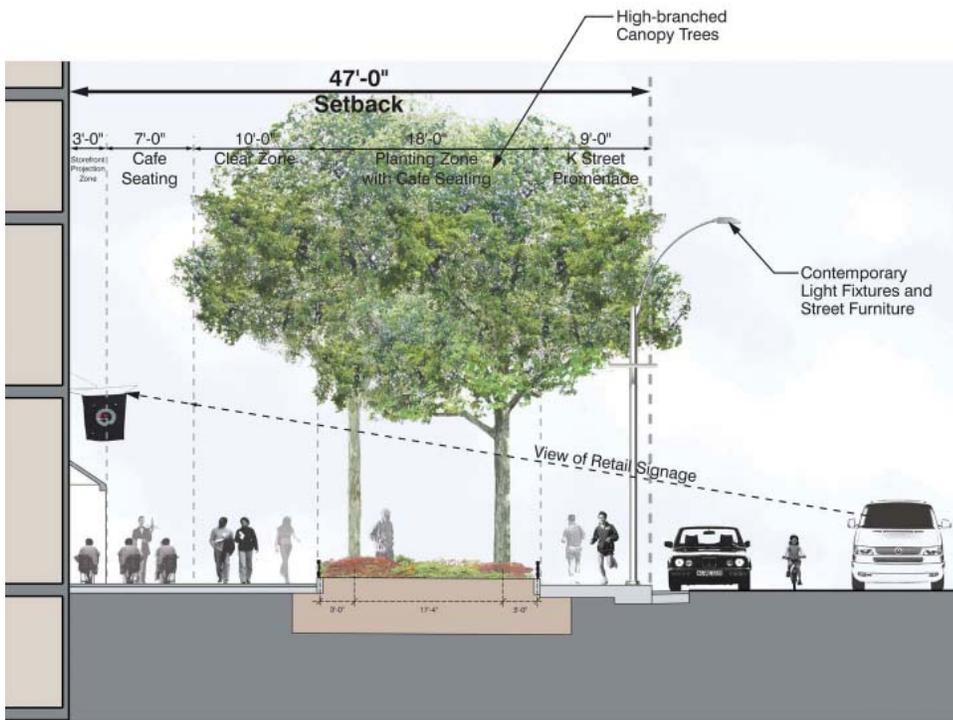
如何实现

1. 组建一个中国城招牌特别委员会，由下列成员组成：中国城设计小组委员会成员、史迹保护办公室人员、中国城商家店主、消费者和规范事务局(DCRA)和规划办公室，弄清相互矛盾的问题，制定可能的解决办法。
2. 规划办公室和史迹保护办公室将制定和公布新的方便使用者的指南。
3. 中国城指导委员会将向中国城商家、物业主和招牌制作商公布和散发新的指南。
4. 4招牌特别委员会将同消费者和规范事务局(DCRA)合作，与居民磋商，制定中国城地区新的招牌规定，允许悬挂更大、更活泼的招牌。

时间进度：

- 建立一个特别委员会，在招牌规定问题上同市政府合作，这项工作可以马上进行。我们很可能在2009年底之前看到招牌审批工作和指南的改善。
- 同消费者和规范事务局(DCRA)合作修改招牌规定会需要比较长的时间，有可能需要一、两年。





关键行动 2: 制定一份中国城公共领域总规划

这是什么？

公共领域总规划是一份指导文件，告知政府各部门和物业主应该对中国城街景和公共场所进行哪些改进。这份文件将以市中心商业改善区 (the Downtown BID) 街景规定中规定的中国城基本街景内容为基础。中国城公共领域总规划将为一系列广泛的问题提供指导，包括：

- 确定设置公共艺术品或者纪念物的地点。
- 指定装卸货地点和建筑物进出地点。
- 具体规定灯饰和街头家具 (例如长凳) 和人行道铺设。
- 确定可以拓宽人行道的地点，以便为行人和商店商品户外展示提供更大空间。
- 指定应该设置新树木、植物、街头招牌、以及街头灯饰的位置。
- 具体规定应该设立什么样的泊车和路边限制。

制定公共领域总规划是一个集思广益的过程，会让中国城社区参与规划未来中国城的外观。

为什么重要

- 制作一份正式的设计和加强“中国城街头体验”的路线图。
- 总规划有助于协调政府各有关部门、开发商等私人伙伴、或者市中心商业改善区 (the Downtown BID) 的街景和维护计划。
- 有助于政府和私人领域有重点地为中国城街景项目提供资金。

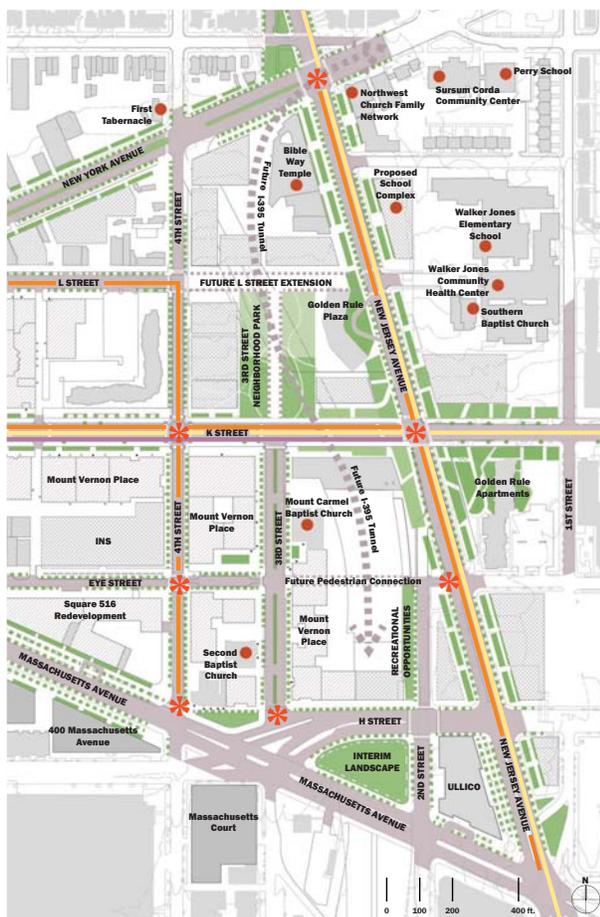
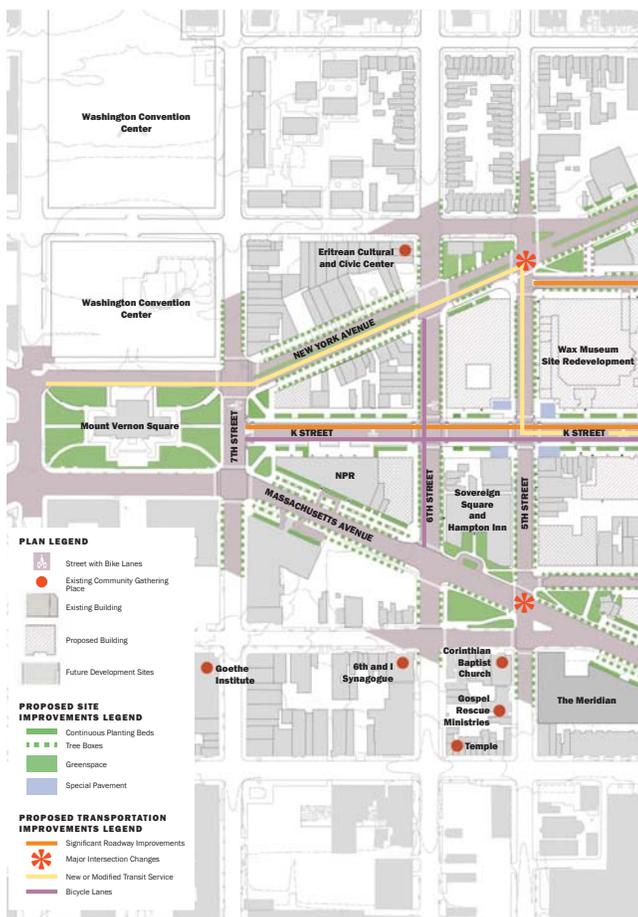
- 提供一个争取从特区、联邦或者私人计划和赠款获得资金的框架。

如何实现

交通局(DDOT)和规划办公室(OP)将会同中国城有关各方和市中心商业改善区(the Downtown BID)制定一份中国城公共领域总规划。

时间进度：

我们可以立即开始制定中国城公共领域总规划的工作。落实修改建议的工作最早可以在明年开始，可能要两、三年完成。



Mount Vernon Triangle public realm master plan

将中国城发展一个有熙熙攘攘的商家、宽阔活跃的人行道、以及吸引人的公园和露天场所的行人乐园

2.3 - 设计一种能够进一步活跃街头景观的中国城指路招牌

这是什么？

图像展示是中国城街头体验的一个重要组成部分。有创意和生气勃勃的招牌、亭子、地点标记和地图有助于营造中国城特色和环境感。这些东西如果设计精巧，放置得体，会给那些进入陌生地区的来访者一种舒适和宾至如归的感觉。

为什么重要

全面的招牌和指路招牌战略会向来访者和游客提供一种视觉指南，帮助他们了解中国城及其服务内容。还会有助于创造一个可以轻而易举地与该地区联系在一起的中国城“品牌”，可以帮助促进本地商家的生意。

如何实现

1. 同市中心商业改善区(the Downtown BID)合作，为中国城开发一种新的图像身份，以及一套指南，通过各种招牌来加强这种身份，包括灯柱彩旗、亭子、以及指路招牌。
2. 把图像指南同市政府已经确立的招牌规定进行协调。
3. 同交通局以及公共空间委员会合作，制定一份中国城招牌计划。

2.4 - 利用空置店面进行艺术展示或者其它临时展览

这是什么？

中国城现有将近12个空置的一楼店面。在它们等待未来商家进驻期间，这些空置店面可以很容易变成临时文化展览和展示场所，展出和销售亚洲艺术品。有了这种场地展示艺术品，本地艺术家可以帮助中国城成长，扩大中国城在销售额达到3亿5200万美元的国内游客市场上的份额。这种临时的展览空间不需要新的开发，向中国城艺术家提供了一个获取更大知名度的低成本途径，也向公众提供了一个与中国城艺术接触的便利途径。最终结果是扩大中国城的文化能量，给该地区增加新的景观，给街景增添活力。

为什么重要

- 空置店面使中国城显得死气沉沉。
- 艺术展示将提供一个独特的机会赞助现代亚裔美国艺术家的文化表达。
- 增加艺术品展示和销售会向中国城一个主要市场顾客群提供更多的吸引力：就是国内外游客。他们占据了中国城销售额的20%以上，但是目前中国城在这个销售额达到3亿5200万美元的市场上只获得了不到3%的份额。

如何实现

1. 同物业主共同找出空置店面，将它们与艺术家或者文化机构挂钩。
2. 建立一个委员会负责店面规划和筹款工作，以便支持展览者。
3. 申请艺术赠款，向艺术家提供补贴和佣金。

配合行动

共同努力, 确保中国城的建筑物和大街小巷清洁、维护良好、安全

2.5 - 整合服务车辆进出路径和垃圾存放/搬运地点, 使行人能够使用人行道, 同时将垃圾和装卸货地点遮挡出公共视线

这是什么?

装卸货和存放垃圾地点在中国城占据的人行道空间不成比例, 给人一种中国城脏乱的印象。重新调整和整合装卸货和存放垃圾地点, 把它们从人行道上移开, 或者减少占据人行道的空间, 这会有助于减轻人们这种印象。还可以使用装饰物品遮挡装卸货和垃圾存放地点, 营造一种管理良好, 尊重访客的氛围。

为什么重要

- 有助于使中国城外观更清洁、更安全, 可以吸引更多的商家。
- 在人行道上存放垃圾有碍观瞻, 有臭味, 吸引害虫, 妨碍行人的活动。
- 装卸货路径占据了宝贵的人行道空间, 而这些空间本来可以用来摆放桌椅、户外进餐、销售产品、一楼零售、以及种植花草。
- 街道让人不满意, 使在市中心工作的人对于到中国城一带购物望而却步(他们是中国城最大的顾客群, 在总销售额中占据34%)。目前, 在这个不断扩大的销售额达到5亿8100万美元的市场上, 中国城占据的份额不到13%。

如何实现

1. 在制定公共领域总规划过程中进行一次调查研究, 以便满足中国城装卸货路径和垃圾服务方面的要求。
2. 同交通局、公共事务局、以及私人垃圾公司合作, 确定服务车辆和垃圾搬运较好的地点和时间。
3. 将精心设计的垃圾和装卸货地点融入中国城街景改善的全面规划之中。

2.6 - 同物业主和市中心商业改善区(the Downtown BID)合作, 协调确保街巷得到良好的维护和清洁

这是什么?

中国城街道属于本市最繁忙的街道。由于有大量行人, 这些街道也属于最脏的街道, 需要额外的维护。尽管这个问题并不是商家造成的, 但是商家东主和市中心商业改善区(the Downtown BID)有责任照顾中国城街道, 确保这些街道有助于营造一种健康的商业环境。市政府有责任在街道残破时进行修缮。目前, 许多商店东主清扫和照顾自己门前的人行道, 但是也有许多商家东主不这样做。市中心商业改善区(the Downtown BID)也清扫中国城的街道, 但是它要清扫的区域很大, 而中国城只是一小部分。中国城商会可以将有关各方召集在一起, 讨论制定一个改善中国城街道维护状况的计划, 为实现更清洁的街道迈出第一步。

为什么重要

- 清洁的街巷给人一种印象, 即中国城是一个值得去的生机勃勃吸引人的地方, 会吸引更多的顾客光顾餐馆和商家, 会让中国城有安全感和吸引人的感觉。
- 清洁的街道会提供一种氛围, 吸引新型亚洲(亚裔)投资, 例如著名亚洲菜餐馆或者亚裔美国人博物馆。

如何实现

1. (通过一个商会或者某个组织)组织一个商家东主和市中心商业改善区(the Downtown BID)的会议, 讨论这个问题、可能的解决办法、以及反复出现的各种问题。
2. 为所有有关各方制定一个维护和清洁职责的行动计划。

配合行动

将中国城建成高质量和引人入胜的建筑和设计之城

2.7. 更新中国城设计指南，加强中国城设计审批工作

这是什么？

中国城设计审批工作主张在新建和整修开发项目中表现正宗的中国文化。2006年的全面规划指示规划办公室定期审议这项工作，在必要时更新内容。中国城设计指南将向申请者和审批者提供明确的指示，确保新设计提升中国城的身份特色。更新的设计指南与指定文化地区相结合，将为中国城的外观环境树立一种理想模式。

加强中国城设计审批委员会工作不仅规定要同消费者和规范事务局(DCRA)合作，提供更好的落实规定机制，而且修改了审批工作本身，使之更加通顺，更便于申请者遵守。

为什么重要

- 在开发商和物业主在中国城建设时，新指南将有助于提供更好的指示，以便确保中国城的身份特色在本地区开发建设中得到维护和促进。
- 加强执行规定会确保新的开发项目符合设计指南。
- 调整理顺以后的审批工作会更便于申请者遵守规定，而且会缩短审批时间。

如何实现

1. 2006年的全面规划指示规划办公室与中国城有关各方合作，修改和更新中国城设计指南。
2. 规划办公室与中国城设计审批小组委员会合作，将调查可能的改进之处，使审批工作简洁合理。

配合行动

确保中国城的建筑物、街道、露天空间和招牌反映中国和亚洲特色

2.8 - 安装新的亚洲式设计街头景观和其它装饰物

这是什么？

街头景观营造出一个氛围，加强了中国城的迷人之处。这些景观为生气勃勃的行人提供了一种环境，鼓励人们在中国城流连忘返、探索、和他人交流。彩旗宣布文化活动和社区庆典活动；人行道铺设材料和图案鼓励路人流连和探索；树木和花草提供了荫凉和绿色环境；街头照明夜间在人行道上投下一束温馨诱人的灯光。这些都有助于确保中国城的建筑物、街头景观、露天空间和招牌反映出中国和亚洲特色。

为什么重要

会有助于为H街提供一种中国城色彩艳丽的氛围。

如何实现

1. 征召专业设计师协助社区确定中国城的“亚洲特色”。
2. 同交通局(DDOT)合作，安装灯饰和永久性亚洲街景景观。

2.9 - 修改有历史意义的地点说明，反映华裔美国人从二十世纪30年代到现在定居美国的历史意义

这是什么？

中国城已经有50多年的历史，许多地方属于市中心历史区域。这个区域覆盖的地区比中国城大得多，而且并没有提及哥伦比亚特区中国城的历史意义。修改指定景点内容，反映中国城独特的文化遗产，会允许和规定开发商和物业主保留中国式建筑，修建能够体现这种遗产的建筑物。

为什么重要

- 会鼓励保留中国城的中国式建筑。
- 授权修建照顾华裔美国人建筑遗产的新建筑。

如何实现

1. 同史迹保护办公室人员共同研究将中国城指定为中国城历史区的可能性。
2. 游说物业主和商家支持争取将中国城指定为历史区，以及扩大中国城历史区的工作。
3. 与史迹保护办公室签约，或者出资雇用一位咨询顾问，准备指定历史区申请。

创建一个多元化和 成功的亚洲风格 商业区

促进中国城商业发展意味着留住现存商家，扩大市场，吸引一批多元化的新商家，提高亚洲风格商家的集中程度。哥伦比亚特区作为美国的首都，根据目前已经与亚洲建立的联系，有潜力成为一个体验当代亚洲文化的具有活力的地区。这将加强现存商家和未来新的小型商家以及中国城以国际区域身份对国内游客的吸引力，也将加强对希望了解美国国内亚洲文化的外国来访者的吸引力。

中国城需要新的亚洲风格商家，尤其是能够填补市场空缺的具有特色的商品和服务，例如中医中药治疗、健身和矿泉疗法、当代居家和烹饪产品、亚洲服饰、玩具和技术商品、以及顶级亚洲菜肴。支持亚洲(亚裔)商家的企业发展需要对空置场地作确认、整合和市场宣传的工作，确保建立“样板”场地，以便小型新商家能够成长。由于目前的经济不景气，中国城一些一楼和二楼场地空置给小型亚洲风格零售场地提供了试用机会。另外，开发有组织的摊贩市场和其它临时市场是在低管理费用条件下扶植小型商家的关键步骤。

一个再次受到关注、重新振兴的的强劲和活力焕发
的中国城文化景点，它的生机和文化魅力有可能使
中国城及其周边地区的物业主获益。要提升中国城

亚洲产品服务和文化机构的集中程度和多元化，需要物业主/开发商、中国城商家东主、以及本地、全国、以及国际组织之间的合作。

中国城文化发展战略(CCDS)的工作培养领导人才，创造新的伙伴关系，使一些人有机会同国内外人士发展合作伙伴关系，同他们一起建设中国城的商业。另外，要创建一个具有风格鲜明的景点以及一个丰富和吸引人的地区，可能有必要通过政府利用各种现存的经济发展工具和奖励计划提供支持与协调，如同市中心其它景点地区所经历的一样。





Micro retail spaces characteristic of independent merchants

关键行动

1. 建立摊贩开发区
2. 将中国城指定为特别文化区

配合行动

- 将著名亚洲风味餐馆引进中国城。
- 设立一个场地或者店面,可以容纳许多小型亚裔商家的小店或者“迷你零售点”,让它们发展成长。
- 战略性地重新开发和组织中国城建筑物的二楼空间,租赁给亚裔文化专业人员、提供特色商品及其服务的专业人员和服务人员。
- 设立一个小型零售点,作为独特的国际亚洲商品和零售商的样板或者展台。
- 组织一次“流动盛宴”活动,推销美式亚洲菜肴和中国城餐馆。
- 支持中国城小型商家开展联合协调的市场营销活动。
- 组织一个专项小组,负责吸引亚洲(亚裔)投资和亚洲(亚裔)零售商。
- 同哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)建立伙伴关系,让他们增加一个中国城区域介绍,以用于市场宣传,吸引新的亚洲(亚裔)商家。



第一项关键措施：摊贩开发区

这是什么？

中国城的亚洲风格街头摊贩可以立即改变中国城的外观和感觉，营造出亚洲城市那种熙攘热闹的气氛，为中国城现存的商家提供扩大经营的机会，为新商家提供发展机会。目前，由于人行道宽度方面的限制和空间方面的规定，中国城大部分地区不允许街头摊贩经营。本市规划办公室(OP)、交通局(DDOT)、以及消费者和规范事务局(DCRA)目前正在共同修改摊贩规定，以便允许建立摊贩开发区，给摊贩可以在该区域内什么地点经营提供更宽松的规定，可以提供什么样的商品和服务方面提供更好的协调。

拟议中的建立摊贩开发区的工作，会允许社区和商家东主同规划办公室(OP)、交通局(DDOT)、以及消费者和规范事务局(DCRA)合作，制定一项将摊贩融入中国城的摊贩策略。中国城可能的摊贩策略可以包括促进亚洲商品和服务、将产品销售同已经在中国城销售的产品进行协调、以及协调摊贩位置阻挡或者遮挡现存商店的问题。

为什么重要

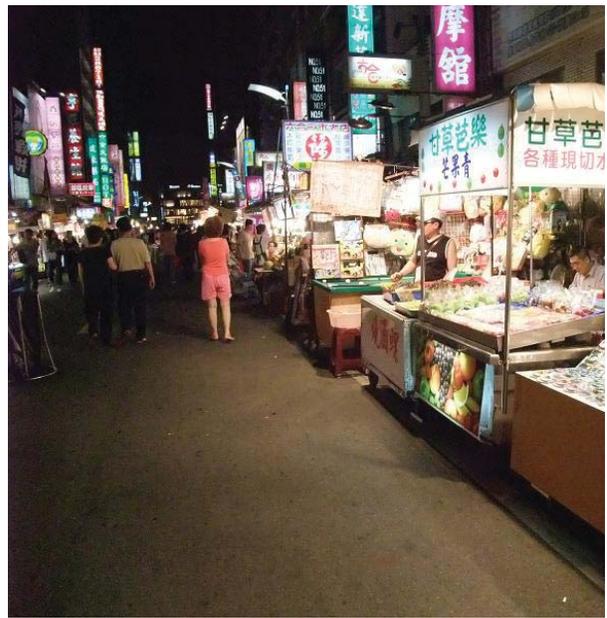
- 为扩大现存商家的经营和协助新的小型商家发展和成长创造机会。
- 为中国城商家销售商品和服务提供更多的途径，有助于为在市中心商务区工作的9万3千就业人士扩大他们购物的范围，这些人每年在市中心商务区消费掉2亿2千9百万美元。
- 为街头增加活动和生活气息，营造一种独特的文化氛围。
- 让商家和物业主有一个途径对中国城摊贩的类型和地点提供建议。

如何实现？

1. 要实现这一点，需要在哥伦比亚特区市政议会通过立法，授权建立摊贩开发区。中国城商会以及个人可以发挥积极作用，通过下列方法促进这个立法，确保在议会获得通过：
2. 同中国城内和周边的商家谈话，传递信息，回答它们关心的问题，并且争取它们支持建立中国城摊贩开发区。
3. 向哥伦比亚特区市政议会成员表达对这项立法的支持，鼓励他们帮助通过建立摊贩开发区的立法。
4. 在立法通过之后，同消费者和规范事务局 (DCRA) 共同制定中国城摊贩开发区指南和规定。

时间进度：

正式建立摊贩开发区的立法目前正在市政议会审批过程中，但是可能要几个星期到几个月的时间才能通过。一旦这个立法被通过，落实立法的规定也要被批准。有关规定可能要三到六个月完成和批准。一旦有关规定草拟完成，可能要三到六个月建立起中国城摊贩区。





第二项关键措施：将中国城划定为特别文化区

这是什么？

通过建立获得市政议会批准承认的具有特殊文化意义的中国城特别区域，突出中国城的文化地位。文化区会得到经费，可以通过广告和其它宣传，以及在文化领域和文化商业的关键投资来发展扩大中国城的文化资产。通过制作特别的指路招牌、出版物和地图向访客介绍中国城。还会协助计划中国城的文化活动和节庆活动。最理想的组织结构是类似市中心商业改善区(the Downtown BID)这样的协调一致的由专业人员运作的公共私人伙伴组织。这样一种伙伴组织可以利用华府特区资源对来自中国城物业主的捐款提供对应数额的捐款。

中国城文化区有助于把中国城变成投资目标，吸引有兴趣向中国城的游客和本地访客推销产品的亚洲(亚裔)文化商家和机构。目前，这些游客每年在特区的消费大约是20亿零8千万美元，而中国城只拿到其中的5千9百70万美元左右。中国城有增加这个市场份额的巨大潜力，不过，它需要对文化产品经销商进行协调，而且需要高质量和水平的商品和服务，例如能够吸引访客和游客消费的独特的国际购物体验。

在本地区亚裔美国居民和中国城之间重新建立联系，这是本策略的一个重点。将他们重新吸引到中国城因为他们也是中国城一个没有开发

的重要市场顾客群。目前，大多数本地区亚裔美国人没有什么理由到中国城来，因为大多数民族商品和服务已经可以在他们郊外的住宅附近获得。本地区亚裔美国人目前每年在餐饮店的消费达到19亿美元。而中国城在这个市场上的份额极其微小，还不到0.25%。吸引这个市场顾客群更大的消费主要取决于创造独特的地区性服务，例如餐饮服务，使人们愿意花费20、30分钟的时间到这里的餐馆进餐。

创造和吸引高水平的文化产品经营，需要私人开发商和公共经济刺激计划的大量投资。在中国城发展新的亚洲(亚裔)文化企业和机构可以通过提倡一系列措施实现：对亚洲(亚裔)文化企业提供税务优惠，推展和宣传中国城的投资机会，以及促进土地使用规定/优惠方面的调整，为亚洲(亚裔)商家和机构创造



在中国城附近有好多刚落成的和在开发的主要建筑。中国城内有两座新建筑还是空置，提供了开发亚洲亚裔商业群的临时装置和样板区或者其它经济活动的机会。s clusters.



场所。华盛顿特区已经有无数成功的经济开发范例，包括Columbia Heights、宏伟大街计划(the Great Streets Project)、以及NoMa计划。

在中国城为新的亚洲(亚裔)文化事业开辟新场地比较困难，因为缺少尚未开发的皮。不过，在许多新开发的项目中还有一些空置的一楼零售场地，因此的确还有机会。目前，中国城总共有11处空置的一楼场地，总面积将近2万5千平方英尺，场地面积从858平方英尺到1万零446平方英尺不等。这些场地可以转成文化企业或者事业使用。不过，这些场地不包水电杂费的房租开价一般都很惊人：每年每平方英尺高达35美元到55美元。如此昂贵的租金使任何文化企业或者机构都无法进驻这些场地。其它地区使用的抵税或者减税措施则是行之有效的手段。可以向把场地租赁给亚洲风格零售/文化企业的物业主提供这些税务优惠。还有零售奖励计划(The Retail Incentive Program (RIP))，也是让物业主受益，而不是直接让租户受益。不过，为物业主提供的抵税优惠通过向物业主提供租户改装和适应性补贴，以及租金补贴，有助于降低租户的费用。



为什么重要

- 有助于重点协调中国城商务促进和发展工作。
- 对于吸引独特的亚洲(亚裔)零售商至关重要，这种零售商可以使哥伦比亚特区中国城成为顶级亚洲文化购物地点，但是却无法在中国城昂贵的租金环境下竞争。
- 通过强调和促进中国城的文化地位，为中国城的亚洲风格商家创造商业和就业机会。
- 吸引那些能够带来亚洲产品和大量资本、有助于营造一种国际氛围的投资者。

如何实现

1. 中国城商会将负责组织一个物业主、开发商、商家、文化机构、居民、以及发展的机构组成的联合会，支持建立中国城文化区。
2. 中国城商会将同负责规划和经济发展

的副市长共同制定一个中国城文化区商业规划。

3. 中国城商会将同民选官员共同在市政议会提出并且协助确保通过有关立法。
4. 中国城文化区一旦建立，将制定一个在60天之内就开始的两年工作规划，内容包括立竿见影、容易落实的项目。最初的一个行动措施就是让亚洲(亚裔)零售商/文化事业使用空置场地。

时间进度：

建立中国城文化区的工作可以立即开始，不过，市政议会批准这个指定文化区域的立法可能要一、两年。建立一个由专业人员组成的中国城文化区办公室可能要两、三年。



促进高质量亚洲式购物和餐饮体验，给原风味小型亚洲(亚裔)商家的机会

3.3 - 将著名亚洲风味餐馆引进中国城

这是什么？

食品和餐饮是今天中国城的一个主要组成部分，占该地区零售业的50%以上。不过，目前中国城最缺少的是让顾客品尝独一无二美味菜肴的享有国际盛誉的著名餐馆。这种餐馆常常邀请亚洲国家的厨师远道而来客串，提供绝对独一无二的异国风味菜肴。这项工作形式多样，既可以是一家大型饭店，有能力常年举办各种大型活动和宴会，也可以是一系列小型独特的亚洲风味小馆，每家以一种特别的菜式或者美味见长，可以安排在同一地点，成为创建世界级景点的一个码头。一系列同时举行的文化和娱乐活动很可能会与这种独特的亚洲风味餐饮中心交织在一起。

为什么重要

- 有助于使中国城成为世界级观光点，吸引本地区和国内外访客来体验独特的高质量亚洲风味餐饮。
- 少数族裔零售商每年的营业额高达1千8百万美元，然而中国城地区的84个零售商当中，只有33个属于少数族裔。一家著名餐馆可以提高人们对中国城高质量亚洲菜肴的需求，也会增加对亚洲餐馆数量上的需求。

如何实现

1. 开始进行宣传，确定/找到餐馆和/或者海外亚洲风味烹饪中心。
2. 确定具体设施和地点，落实租户改装资金(包括必要的家具、装修和饭店、设备的完整安装)。这个设施应该是营造亚洲风格零售、文化、消遣和娱乐场所的总计划的一个组成部分。这个设施很可能由拟议中的文化区财政奖励和资助计划提供资金。根据设施的规模、所需改装的程度、以及必要的市场推展和宣传预算，费用会有所不同。

3.4 - 设立一个场地或者店面，可以容纳许多小型亚裔商家的小店或者“迷你零售点”，让它们发展壮大

这是什么？

中国城的特色之一就是生气勃勃的街头零售，包括小商店、人行道上的摊贩等等，表现了给新移民和企业者的经济机会。经过协调的零售扶植计划—不一定在一个场所—通过吸引新顾客光顾老商家和为小型亚洲风格的文化商家提供新机会，可以在中国城振兴零售环境。

为什么重要

- 为小型亚洲式零售商在中国城站住脚提供低成本场所。
- 将新的亚洲(亚裔)商家引进中国城，从市中心商务区工作人员、本地区居民、以及本地居民每年490亿美元消费中争取潜在的销售额。

如何实现

1. 整理一份样板/迷你零售点计划的潜在场所清单。
2. 确定和鼓励潜在的亚洲风格小型或者特色商业服务。
3. 为这个计划发展一个商务规划。
4. 确定计划管理能力或者雇用计划管理人员。

配合行动

开发中国城商家的亚洲文化产品，增加对文化体验和服务新市场领域的吸引力

3.5 - 策略性地重新开发和组织中国城建筑物的二楼空间，租赁给亚裔文化专业人员和提供特色商品及其服务的专业人员和人员

这是什么？

中国城有历史意义的建筑中，许多二楼场地都空置着，或者用来存放货物。尽管这些场地对于大多数零售商家并不十分合适，但是对于亚洲文化行业来说是适宜的，这些行业商家很少或者根本没有随意走进来的顾客，他们包括针灸一类的医疗诊所、亚洲裁缝一类的服务行业、以及律师等专业服务。这种对小型和专业化领域市场的商业吸引力可以使中国城对各种各样的大量的顾客形成特别的吸引力。重新开发这些二楼场地，中国城可以为几十家这种文化行业商家提供价格适中的场地，让它们成长。

为什么重要

- 文化行业能够满足对不易获得的服务的特别需求，在中国城建立一种独特的服务领域。
- 文化行业在中国城的生存艰难，因为在那里的营业额比饮食业小得多，而那些饮食业商家可以在昂贵的一楼零售场地拿出比它们高的租金，争取到这些场地。

如何实现

1. 在物业主中进行调查，确定潜在的可以重新开发的二楼场地。
2. 利用奖励计划的物业主将装修二楼场地，租给文化行业商家。

3.6 - 设立一个小型零售点，作为独特的国际亚洲商品和零售商的样板或者展台

这是什么？

今天，亚洲开发和生产很多设计新颖、大胆创新和质量超群的新产品。许多这些品牌和产品还没有引进美国，或者只在有限的地点销售。中国城作为首都的一部分，可以成为许多这些新型和令人激动的公司展示产品的展台和出发地。作为在中国城促进这类零售商发展的第一步，中国城的各个组织和机构可以争取在中国城提供场地，展示现代亚洲零售商和生产厂家的商品。可以在一个单一的场地组织这种展示，展示内容定期更换。在提供店面场地之前，第一步可以在举办活动和节庆时设立临时场地，为亚洲公司展示产品。

为什么重要

- 本措施是为亚洲(亚裔)商店和零售商在中国城开发更永久性零售点的第一步。
- 为中国城提供能够吸引诸如国际游客和高档次顾客等新访客的独一无二的国际购物体验和产品。

如何实现

1. 先在中国城的活动中为亚洲(亚裔)零售商提供免费场地，展示产品。
2. 同本地物业主合作，找到符合中国城经济开发区奖励条件的零售场地。
3. 同国际经纪人合作，为亚洲零售商规划零售场地。

为中国城展开宣传和市场营销工作，吸引新的地区、全国和国际顾客群

3.7 - 组织一次“流动盛宴”活动，推销亚裔美式菜肴和中国城餐馆

这是什么？

中国城的“流动盛宴”活动将以户外节庆的形式展示中国城餐馆的菜肴。参加活动的餐馆将在指定的品尝场地提供一美元到两美元一份的小份品尝食物。这些餐馆也可以向公众开放它们的餐厅和厨房，以便进行特别展示。纽约中国城举办的中国城美食品尝活动有50多家华人餐馆、蛋糕饼家和茶座参与，提供的食品包括广州口味、上海口味、北京口味、台湾口味、香港口味、马来西亚口味、越南口味、泰国口味、新加坡口味和日本口味。这是一个成功的先例。“流动盛宴”向人们展示中国城独一无二的烹饪产品，促进本地区餐馆的发展。

这个活动的另一种形式可以是“厨师比赛”，公众投票选出哪个餐馆的厨师提供的菜肴“最好”。可以把参赛食品菜肴分类(比如米粉类、面条类、头台开胃点心类、汤类、甜点类等等)，以便使每个餐馆不仅有一次赢得蓝绸带的机会。

为什么重要

“中国城流动盛宴”活动不仅会在活动期间鼓励更多的消费(而且带来更多的收入)，而且会激励亚洲(亚裔)经营者在中国城经营更优秀的餐馆，提供更高水平的菜肴。

如何实现

1. 同现存节庆活动的主办者合作，例如宾州大街社区协会 (the Penn Quarter Neighborhood Association) (步行艺术浏览)和亚裔妇女商会 (Asian Women in Business) (纽约中国城美食品尝)，计划举办一个类似规模的活动。
2. 同一个中国城的商业协会合作，或者创建一个中国城餐馆联合会进行协调和筹款。

3.8 - 为中国城小型商家开展联合协调的市场营销支持

这是什么？

正宗的小型亚洲(亚裔)商家赋予中国城自己的特色。不过，这些商家往往没有市场推广能力和宣传自己。成立中国城商业协会可以集中资源，为联合市场推广工作提供资金。这样一个协会可以通过出版宣传中国城亚洲(亚裔)商家的旅游手册，设计一个介绍本地商家的哥伦比亚特区中国城网站，抓住有影响的来华盛顿会议中心参加会议的市场顾客群，协助开发尚未挖掘出来的市场顾客群。

为什么重要

对独立商家提供市场营销支持会增加中国城对小型特色商家的需求。

如何实现

1. 建立一个中国城商业协会，集中资源，为市场推广工作提供资金，并且争取本地旅馆酒店参与。
2. 同会议中心和旅馆酒店合作，散发好客宣传材料。

配合行动

吸引新投资和新商家，使中国城发展成长

3.9 - 组织一个专项小组，负责吸引亚洲(亚裔)投资和亚洲(亚裔)零售商

这是什么？

专项小组成员负责同地方政府和社区积极合作，确认并且将社区批准的亚洲风格商家和投资者引入中国城。能够给哥伦比亚特区中国城带来独特亚洲文化体验的适当类型的亚洲(亚裔)零售商还可以吸引本地居民高达450亿美元的消费。国内游客可以带来高达16亿美元的消费。专项小组将由拥有房地产经验、亚洲(亚裔)商家经验、开发经验、市中心零售经验、国际商务经验、以及地区商务关系经验的各种人员组成。

为什么重要

- 吸引新投资和新商家，使中国城发展成长。
- 增加亚洲风格商家和投资者的数量，将有助于加强中国城的商业氛围。
- 新投资和新的亚洲风格零售商会为中国城居民和游客/访客增加亚洲文化体验。
- 为哥伦比亚特区带来450亿美元营业额的潜力。

如何实现

1. 几位指定的中国城成员制定一份专项小组规划，明确专项小组的目标和设想，以便取得能够实现的结果。
2. 与市长办公室人员举行最初的会议。向市长提供一份比较短的专项小组优选候选人名单，候选人应具有丰富和成功的哥伦比亚特区政治和商务经验，同亚洲国家有广泛的联系和关系。
3. 建立专项小组，落实关键的当务之急。

3.10 - 同哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)建立伙伴关系，让它增加一个中国城区域介绍，以用于市场宣传，吸引新的亚洲(亚裔)商家

这是什么？

中国城区域计划介绍作为一个市场宣传工具，详细介绍本地区的各种统计数字和概况。

为什么重要

- 突出强调了在中国城最重要的事实，对潜在的亚洲(亚裔)商家或者未来的居民有帮助。
- 突出强调中国城地区的商业机会。

如何实现

1. 同哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)建立伙伴关系，计划和申请这个项目的经费。
2. 同哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)一起制定这个项目的进度表。
3. 向哥伦比亚特区经济伙伴委员会(WDCEP)提供一份准备包括在区域介绍里的本地组织的名单，作为询问中国城事务的联络名单。
4. 制作区域介绍。
5. 提供一份向公众散发这份材料的市场推展计划。

改善中国城的服务 和品质，创建美好居住区

中国城的核心是居民。没有积极、有爱心的居民支持企业活动、拥护政府服务、关注居住区的品质，并相互照顾，任何居住区都无法生存。与整个市中心居住区一样，吸引新亚裔和非亚裔居民，要依靠高品质的生活，并能与广受欢迎的哥伦比亚特区及郊区选择进行竞争，而这意味着居住区必须拥有丰富的便利设施，包括能为老年人、家庭及年轻专业人士提供各类公园和绿地、学校、商店及住宅选择。创建健康的城市居住区还意味着确保中国城能持续为英语能力较差的新移民提供经济住房和诱人环境。

中心城市和中国城要有坚挺的住房市场，必须具备各种服务，满足居民的日常需要。居住区的活动范围包括所有典型场所：图书馆、药

店、杂货店、银行、咖啡馆和邮局等，这只是其中一小部分。方便的服务对中国城及其他居住区都至关重要；这会使得更多的人选择步行而不是开车，会鼓励支持本地企业，创造社区内面对面交流的机会。

中国城与若干其他中心城市居住区相互重叠，包括Mount Vernon Triangle和Penn Quarter。各居住区之间的界线，在每个人头脑中的印象各不相同，但都是市中心居住区协会的一部分，该组织加强居民、企业主及工人之间的联系，并为通过合作确保市中心这个“生命体”的健康奠定基础。

公园和广场代表城区居民生活的另一个重要方面，因为它们强化社区意识、地方特色，为居民提



供公共空间。享有优质户外空间及绿地始终是居民选择居住区时的主要标准之一。这些便利设施的缺失是我们经常听说的遗憾，而且与哥伦比亚特区中心城市和中国城的生活相关。其实中国城拥有数个步行即可抵达的户外场所，不过，它们在设计上令人失望、缺乏适当的维护、很难获准举办盛大活动和节庆活动。在第六街与I街的中国城公园（中国城公园）内，由国家公园服务处控制的专用地有为恢复亚洲风格设计及适当维护提供可能性，并有望成为社区聚会及举行盛大活动的好地方。

居住区小学对所有居住区都很重要，对于重新考虑以城区作为抚育孩子最佳地点的家庭而言，其重要性更是日益凸显。哥伦比亚特区在附近有一个特色鲜明的优质公立学校，通过双语教育、中国文化熏陶及课程，推广中国及亚洲文化，这可能是加强中国城作为文化目的地及活力居住区的关键因素。



关键行动

1. 将中国城公园转型为一个美好的居住园区
2. 在中国城内寻找一个地方建造华裔特许学校或卫星校区

配合行动

- 市政府和物业业主合作，在建筑物及街巷安装照明设施
- 在中国城内创建更为安全的巴士上落站区
- 与零售/药房连锁店（例如CVS）合作，在正常营业时间安排懂中文的双语员工或医生
- 与哥伦比亚特区政府机构合作，为关键性的服务提供更多的翻译服务
- 与城际中国城巴士公司合作，定期免费送老年人去郊区亚洲食品杂货店购物
- 寻求具有国内及国际资源的投资者，创建符合特定文化需要的养老院设施
- 探索可行的奖励措施，鼓励家庭到中国城居住
- 与市中心BID、市中心居住区协会合作，植树种花、安装路灯，并清扫街道，从而美化街道



关键行动 1： 将中国城公园转型为一个美好的居住园区

这是什么？

中国城公园位于马萨诸塞大道的十字路口，在I大街与第五大街之间，目前维护很差，尽管它是中国城内唯一的公共户外场所，但当地居民或市中心工作的职员很少前去。通过充分设计及维护，该公园可以更好地满足居民的日常需求，包括：为中国城的老年人提供绿荫下的座椅、为居民提供绿草成茵的户外区域以供玩耍和锻炼、为儿童提供玩耍设施、并为所有人提供消遣娱乐的植被与园艺空间。设计完善的中国城公园还将在居民中间培养主人翁意识，使社区“收养”并照看公园。

该公园是马萨诸塞大道进入中国城的重要门户，面向城市的北部。公园还将成为中国城的重要地标，是中国城社区及访客可以聚会的地方。在特殊场合，例如中国新年，公园可以提供庆祝场所，游行队伍可由此出发或结束。在日常情况下，公园可沿着西北第五与第六大街之间I街路段举办每周街市。由于大街会暂时禁止机动车通行，它可以起到步行广场的作用，公园会提供足够空间，使购物者可以停下来享受购物，并观看集市上人头攒动的情景。

市中心BID目前计划对公园进行基本复原。长期计划则将翻新公园，融入中国设计主题，为中国城创造一个真正地标，以及一个当地亚裔居民和游客能够认同的地方。

为什么重要

- 为目前缺少公园的市中心居民休闲消遣提供可以使用的绿地
- 作为中国城在马萨诸塞大道的门户标志
- 为举行特殊的户外盛大活动和计划提供场所
- 提升社区的物业价值
- 翻新公园、设立新公园项目是一种显而易见、影响深远的方式，促使社区成员共同合作，实施立竿见影的积极变化。



如何使之成为现实

1. 与市中心BID合作，完成公园第一期复原项目
2. 与规划部门（OP）合作完成Mount Vernon广场区域规划举措，形成中国城公园的综合设计
3. 与国家公园服务署及其他伙伴合作，协商公园的本地控制与维护
4. 发展与潜在赞助者的关系：
 - 总部位于中国城的美国景观建筑师协会（American Society of Landscape Architects）能够赞助中国城公园的翻新
 - 总部位于中国城的IBEW能够赞助中国城公园的特色照明设计及安装，使之成为居民及游客的独特目的地和富有活力的场所



时间表：

中国城公园的改善很可能是渐进式的。小的改进可以立即开始，但公园的重新设计需要国家公园服务署的支持，并需要找到资金来源。重新设计可能需要两年或者更长的时间。





Calligraphy workshop, National Cherry Blossom Festival

关键行动2： 在中国城内寻找一个空间，建造华裔特许学校或卫星校区

这是什么？

为了在整体上留住生活在中国城和市中心的家庭，并吸引新的居民，我们需要向学龄儿童提供优质的公立教育。华盛顿育英公立特许学校（Washington Yu Ying Public Charter school）是一所新的哥伦比亚特区公立特许学校，用中文为华裔和非华裔学生授课。该校及中国城的利益相关方强烈希望为中国城内的这所学校找到一个永久的场所。位于中国城的该校，将是市中心的独特资产，有助于吸引为子女寻找特色教育的新居民，并作为该地区中国教育中心，成为中国城本身的一个力量源泉。

中国城的中文学校很重要，有助于居住区的儿童保持社区的语言和文化传统。学校在居住区内提供一个中心，便于儿童和家长每天开展社交活动，以及家长配合支持孩子的教育。学校还将创造机会，使目前生活在中国城的下一代与老年人互动交流。通过口述历史和面对面的活动传递知识、文化和经历，丰富各代人的生活。

为中国城内的育英公立特许学校找到永久处所的最大障碍，是中国城内缺少可以利用的地点和租赁场所的费用。解决这两个问题，要求与开发商和物业业主合作，寻找一个价格合理的场所，并与哥伦比亚特区政府合作补助中国城内租赁场所的费用。



为什么重要

- 为市中心居民提供优质教育选择
- 增加专门为哥伦比亚特区中国城服务的额外机构资源和人员
- 把更多的年轻人带到哥伦比亚特区中国城
- 提升居住区的品格
- 让目前生活在中国城的老年人担负新的角色

如何使之成为现实

1. 与中文学校伙伴合作，为中国城学校设施制定课程与场所要求
2. 与开发商和物业业主合作，在现有或拟议的开发项目中为学校设施寻找潜在空间
3. 与哥伦比亚特区政府合作，确保落实充足的资金

时间表：

建立中国城校园是一个长期目标，可能需要几年才能实现。但发展中国城的教育机构可以较快实现。通过拓展中国城现有语言课程的内容，我们可以立刻取得效果。



推广各项策略，确保中国城成为适于生活、购物与游玩的安全友善居住区

4.3 - 与市政府和物业业主合作，在建筑物及街巷安装照明设施

这是什么？

确保中国城居民和访客的安全舒适对维持坚实的社区至关重要。中国城的很多小巷照明不佳，成为隐匿罪犯、滋生犯罪行为的场所。照明良好的街道、人行道和小巷使警察更容易看清发生的情况，为中国城创造一个对访客和游客安全的环境。

为什么重要

使警察易于维持小巷治安，有助于减少小巷的犯罪行为

如何实现

1. 举行物业业主和市政府会议，确定应该改进照明的区域
2. 寻找赞助和其他资金来源，资助照明设施的安装

4.4 - 在中国城内创建更为安全的巴士载运区

这是什么？

中国城巴士是中国城经济的重要组成部分。它们已成为许多人的主要区域及城际交通工具，每天直接为中国城带来众多游客和访客。如果我们失去这些城际中国城巴士，中国城内的亚洲人就会减少很多。不过，一个重要问题是很多罪犯开始盯上乘客，在中国城抢劫。这已成为中国城的一个主要犯罪源头，由于以亚裔乘客为目标，所以特别麻烦。

为什么重要

通过抑制以中国城巴士乘客为目标的犯罪，有助于削弱中国城的一个主要犯罪源头

如何实现

1. 巴士公司可以与都市警察局 (MPD) 合作，向乘客散发传单或其他通知，告知中国城的安全隐患。
2. 哥伦比亚特区交通局 (DDoT)，与中国城巴士公司合作，应当在中国城找到醒目易达、警察容易管辖的巴士上落站区

其它措施

发展并促进居住区商店和社区服务，为居民生活提供支持

4.5 - 与零售/药房连锁店（例如CVS）合作，在正常营业时间安排懂中文的双语员工或医生

这是什么？

药房和诊所懂中文的双语员工或医生向英语水平有限的居民提供服务，为购买处方药提供便利，减少药物的误用。目前，很多企业有双语员工，不过他们的工作时间常常不固定，因此对接受医疗服务造成了障碍。

为什么重要

- 它有助于中国城非英语居民，特别是老年人，更有效地与药房员工及其他医务人员交流其医疗上的需要。
- 促进住房市场的竞争优势和公寓需求。

如何实现

1. 与CVS合作拓展中国城的双语就业市场，协助招募双语求职者。
2. 与当地药物学校合作，帮助发现双语亚裔学生群体和其他有助于发现求职者的团体。

4.6 - 与哥伦比亚特区政府机构合作，为关键性的服务提供更多的翻译服务

这是什么？

很多重要的政府服务机构，如建筑许可、警察及低收入计划，很少或没有双语职员。语音电话服务只提供法律规定的基本翻译服务，但更多的技术性专业翻译服务常常不易获得。为了给亚裔美国人及其他非英语人群提供语言便利，政府可以考虑制定激励措施，在有需要的工作岗位上雇佣双语职工并增长工资。

为什么重要

- 英语水平低下的中国城居民如果能以母语获得信息，就能利用重要的政府计划和服务（失业福利、食品票证等）
- 有助于向中国城非英语居民提供平等享受政府服务的途径
- 有助于进一步将华盛顿哥伦比亚特区发展成为一个适于移民居住的国际化城市

如何实现

1. 确定目前英语水平低下的居民无法享有的重要服务
2. 确定需要翻译的重要政府信息/服务
3. 为每个政府机构获取一份语言服务协调机构名单，并与他们定期联系，开展更新和维权工作
4. 开始与其他少数族裔群体一起游说，要求在关键政府服务方面提供更多语言服务

4.7 - 与城际中国城巴士公司合作，定期免费送老年人去郊区亚洲食品杂货店购物

这是什么？

亚裔老年人需要获得经济实惠的新鲜亚洲土特产和目前在哥伦比亚特区中国城买不到的其他食物。目前，只有少数区间巴士提供这些服务，而且它们常常不得不拒载。社区可与居住区域际中国城巴士合作，每周向老年人提供交通服务，满足他们的需要。

为什么重要

- 有助于满足老年人的需要
- 有助于培养企业与居民的社区伙伴关系

如何实现

1. 开始与巴士公司接触，讨论这个想法
2. 计划与亚洲服务中心和Wah Luck House物业经理进行后勤协调

4.8 - 探索经济实惠的激励措施，鼓励家庭在中国城生活

这是什么？

中国城利益相关方对鼓励家庭来中国城生活的激励措施表现出浓厚兴趣。尽管目前哥伦比亚特区不向市中心的家庭提供激励，但CCDS建议由他们进一步探索这个问题。为了吸引更多的亚裔人口，除了激励措施外，还需要实施一系列定向活动，包括特殊的亚洲主题文化活动、康乐活动、娱乐活动、零售活动、教育活动和便利设施。

为什么重要

- 中国城的稳固亚裔美国人口有助于维系中国城的文化居住区地位
- 中国城中家庭数量增加，能强化居住区的稳定，成为包含各年龄阶层的更富裕、更完整的群体

如何实现

1. 与区域性和全国性亚裔团体合作，确定可以被吸引至中国城生活的潜在目标亚裔人口
2. 确定可以向家庭提供的必要、适当的经济奖励

通过户外空间及专门为供社区使用而设计的诱人街景，培养强烈的居住区意识

4.9 - 寻求具有国内及国际资源的投资者，创建符合特定文化需要的养老院设施

这是什么？

中国城是一个对亚裔老年人具有吸引力的地方。这一点从申请Wah Luk住房的冗长名单就可以轻易看出。正如其他中国城所经历的那样，空巢及在城市生活的吸引力渐增，形成了退休住房市场的需求。为亚裔退休人员提供额外的居住选择，除了具有文化意义外，还具有潜在的利润。持续照料退休社区（CCRC）是退休人员（主要是55岁以上的）与文化背景相同的其他人共度退休生活的机构，这里的服务、计划及员工推广退休人员的文化，和他们说相同的语言。在哥伦比亚特区，这一概念显然具有生命力，马里兰的Burtonsville退休之家就是明证。

为什么重要

- 吸引更多的亚裔居民到中国城，增进中心城市和中国城的多样性与包容性
- 为中国城提供独特的居住产品，这是目前该地区所无法提供的

如何实现

1. 在大华盛顿哥伦比亚特区举行持续照料退休社区的市场调研
2. 举行可行性调研，以便确定在中国城内或附近开办持续照料退休社区的参数

4.10 - 与歌德学院和美国国家艺术博物馆等邻域机构合作举办亚洲盛大活动和计划

这是什么？

改善街景将使中国城的居住区面貌大为改观。但如果不定期维护保养，树木、路灯、花坛及干净的街道和人行道都无法持久。中国城居民可以与市中心BID及市中心居住区协会合作，协调并分担维护职责。

为什么重要

- 使中国城成为更具有吸引力的居住区
- 将提高中国城对访客和游客的吸引力，有助于中国城的企业

如何实现

1. 召开会议，与市中心BID及市中心居住区协会（DNA）协调

其它措施

支持中国城的领导、组织和伙伴关系

在制定中国城文化发展策略的全过程中，广泛沟通与合作精神确保了所有想要参与的人士都受到欢迎。通过共同合作，富有创意的想法不断涌现，干劲大增，希望与激情高涨，新的参与者带来了自己的专业知识和实践技能。例如，最近一次社区会议总共有80人左右与会，其中超过半数在此过程中参加了特别工作组，许多人是通过这个项目才第一次相遇。随着该策略规划程序过渡到产生实效的阶段，关键的个人继续实行这一“以行动为导向”的做法，组织机构之间实行自由的信息交换，并开展合作，将是至关重要的。中国城的成功取决于通过共同合作，解决共同问题，管理具体的社区构建举措，拓展经济与商业机遇，并形成激动人心的文化活动和计划。目前在中国城中营运的社区文化组织（CBO），为中国城的下一个发展阶段奠定了基础。中国城社区文化中心（CCCC）、中国城复兴委员会（CRC）、家庭协会及其他组织发挥重要作用，不过它们需要新的合作伙伴和额外的资源，以便拓展使命和协调活动。目前有全国性组织及

个人提出建议并推动这项组织发展，特别是全国亚太裔美国人社区发展联盟（CAPACD）及其个人成员。此外，需要关注特定问题并担负专职工作的新团队与现有团队合作，实现本策略中包含的目标与建议的行动。

中国城位于首都，具有区域性、全国性和国际性，但只有通过接触各亚洲国家大使馆以及国内和国际公司，才能开始发展这些关系。持续从事这类工作，并与文化机构、大学、私人开发商、当地政府和联邦政府结为伙伴关系，将是必不可少的，有助于实现中国城的潜力，确保中国城继续是哥伦比亚特区文化（具有多样性和包容性的文化）的重要组成部分。





关键措施

1. 成立半年度中国城社区论坛，追踪CCDS的进展
2. 成立中国城商业委员会或中国城商人协会

配合行动

- 寻找并开发更醒目的社区活动空间，在各项目上开展共同合作
- 共同合作联络本地和全国经济住房维权团体，并建立联盟，为获得市中心经济家庭住房机会提供支持
- 与区域性和郊区的各个亚洲协会合作，使哥伦比亚特区中国城成为区域性目的地，将更多的文化表演和盛大活动引入哥伦比亚特区市中心
- 创建当地学校（包括公立、特许、私立、大学和学院）和中国城社区之间的互惠/互助义工计划/系统
- 参加全国会议，与全国性社区组织建立关系，分享资源



关键行动1： 成立半年度中国城社区论坛，追踪CCDS的进展

这是什么？

随着中国城文化发展策略（CCDS）接近尾声，很多人开始问，我们如何保持组织性，如何完成工作？的确，规划中的很多行动要求个人的持续支持或者与其他行动相协调。为了取得执行本文件中各项行动所需的支持和协调，本策略建议每季度举行一次全体会议，追踪并讨论规划的进展。中国城社区论坛会议将类似于CCDS会议，鼓励所有社区成员参加。中国城成员或社区团体，将与会并报告各项行动的进展、寻求协助和支持、组织团体应对新的行动。起初，这些会议将由市政府规划办公室与市长亚太事务办公室组织。随着时间的推移和中国城领导的成长，他们将开始组织并主持会议。

为什么重要

- 提供一套组织社区行动的机制

- 有助于确保CCDS行动的完成和执行
- 它是开放的论坛，欢迎每个人参与，分享他们关注的问题
- 允许多个团体分工合作，共同改善中国城

如何使之成为现实

1. OP和OAPIA将组织最初数次社区论坛会议，首次会议将在九月举行
2. 中国城论坛的领导和管理人员将组织随后的会议

时间表：

需要3—4个月来组织盛大活动的后勤工作，各特别工作组才能开始行动。



关键行动2： 成立中国城商业委员会或中国城商人协会

这是什么？

商业委员会是由中国城企业主组成的团体，促进中国城的新老企业，讨论共享政策，处理各种问题和关注焦点。它是管理居住区的商业区并实施商业改进项目的机制。通常，它由企业成员及其他有意确保繁荣健康商业环境的成员组成，特别是因为它有助于社区及其企业的整体健康。通常，大多数企业协会的执行委员会会有带薪执行董事，通常以会费和基金会或政府津贴等形式筹集资金。

商业委员会参与的计划有各种类型，但在所有情况下，它们都对当地需要和一个地方的机遇作出反应。例如，许多计划以改善建筑立面为重点，另一些计划赞助节庆活动和农产品市场，以便把顾客吸引到居住区的企业。在中国城，商业委员会能协助物业业主和店主应对涉及政府的问题，开展组织街道的清洁和美化，并编制共享的宣传和市场营销材料。

为什么重要

- 赋予商人一个框架，以便共同合作并集中力量解决他们面临的共同问题，例如犯罪、垃圾和企业宣传
- 向新亚裔企业提供企业发展建议，利用每年游览中国城的1500万国际游客和120万国内游客，增加销售收入

- 在政府和非政府发展举措中，大力支持中国城企业
- 为了中国城企业的福利，向商人提供一个参与机会并形成迫切感



如何使之成为现实

1. CCDS特别工作组成员应当组织一次中国城商人会议，解释成立商业委员会或主街的目的和优势
2. 确认潜在的董事会成员，确立团体任务和目标
3. 成立组织，制定规章
4. 主办定期会议，确认团体工作的优先次序
5. 通过会费、募款、赞助以及津贴来筹集资金

时间表：

我们可以立即开始组织

牌坊電影節
一連五晚的功夫電影
戶外·合家同樂·免費

FILMS AT THE GATE
9/3 - 9/7 2008

Join us for 5 nights of kung fu cinema outdoors by the Chinatown gate
Hudson St & Beach St
Boston Chinatown
Free admission!
Show begins at 7:30pm

9/3 Wednesday 星期三
My Young Auntie 長輩 (1981) 124 min.
Comedy and kung fu movie starring Kara Hui

9/4 Thursday 星期四
Police Story 警察故事
(1986) 100 min. Jackie Chan's first big contemporary hit

9/5 Friday 星期五晚上
Red Heroine 紅俠
(1929) 94 minutes
Oldest complete swordplay (wuxia) film in existence.
Silent film with LIVE MUSIC by Boston-based group DEVIL MUSIC
ENSEMBLE - the kickoff of their nationwide "Red Heroine" tour. 默劇電影配合現場音樂

9/6 Saturday 星期六晚上
The 36th Chamber of Shaolin 少林三十六房 (1981) 124 min. Old school kung fu movie about a Shaolin monk.

9/7 Sunday 星期天晚上
TBA
Kung fu comedy featuring Boston's Donnie Yen

Donations benefit Asian Voices of Organized Youth for Community Empowerment (A-VOYCE), the youth leadership program of ACDC

Asian Community Development Corporation
25 Years of Community Building
亞美社區發展協會
38 Oak St. Boston, MA 02111 617.482.2380

Thanks to our series curator Jean Lukitch, Leslie and Sam Davol, and our founding sponsors and current sponsors. Please visit our website for a complete listing of supporters and to make a contribution.

WWW.FILMSATTHEGATE.ORG WWW.ASIANCDC.ORG

AsianWeek Foundation presents
2nd annual Asian Heritage Street Celebration
SATURDAY
MAY 21, 2006
10:00 AM - 5:00 PM
SAN FRANCISCO'S SUNSET DISTRICT
FOR MORE INFO
www.AsianFairSF.com
MAJOR SPONSOR LOGOS HERE

为中国城居民和企业培养强大而团结的领导和组织

5.3. 寻找并开发更醒目的社区活动空间

这是什么？

社区活动空间为居民、商人和其他社区成员提供中国城内的中心共享空间，以便共同工作和开展活动。它是社区的重要资源，向更广泛的社区散发重要信息，在中国城社区集中举办表演、会议和其他重要活动时提供场所。由于中国城社区在未来几年必须密切合作，以确保中国城的集体愿景结出硕果，所以社区活动空间将为共同合作提供场所。

社区活动空间的资源将由专业人员管理，以便增进中国城在城市中的影响，支持表现中国城特性和文化的各种计划。空间应当至少有10,000平方英尺，从街上就能看见，地面通道方便进出，并包含会议和表演场所。

为什么重要

- 为会议、特殊活动和表演提供经济实惠的社区场所
- 为中国城社区居民和企业的社会服务活动提供经济实惠的场所
- 提供一个提升中国城社区及其文化活动知名度的集中渠道

如何使之成为现实

1. 与开发商和物业业主共同合作，确定潜在的地面空间
2. 与亚裔服务中心和育英学校等潜在合作者发展关系，集中各种资源和计划
3. 为新社区空间的建设募集资金
4. 从区域性、全国性和国际性亚洲协会和组织获取支持

配合行动

与其他利益相关方和利益集团建立持久的工作伙伴关系，实现共同目标

5.4 - 共同合作联络本地和全国经济住房维权团体，并建立联盟，为获得市中心经济家庭住房机会提供支持

这是什么？

在市中心推广经济住房，是一个影响到许多人和企业的复杂问题。中国城是市中心的一小部分，要想在类似经济住房问题上产生有意义的影响，将需要与志同道合的各界团体和个人组成联盟。有了强大的联盟，这些不同团体可以发起全市性的运动，推动各区经济住房政策的变革。

为什么重要

向中国城内及其周边的家庭提供多元化的住房选择，这对维持居住区意识，向当地的商品和服务企业提供经济支持，是至关重要的。

如何使之成为现实

1. 中国城领导可开始与亚太裔美国人法律资源中心 (APALRC) 等亚裔维权团体合作，制定策略
2. 面向全市的经济住房支持者、全国性团体和持支持态度的开发商和物业业主
3. 开始向市政府官员游说

参与并促进为中国城服务的义工活动，特别是在老年人和青少年中间

5.5. 创建当地学校（包括公立、特许、私立、大学和学院）和中国城社区之间的互惠/互助义工计划/系统

这是什么？

义工相互交流计划向中国城居民/企业和大学生提供合作机遇。例如，华盛顿哥伦比亚特区有很多著名学校，这些学校有大量的API学生及亚裔美国人研究计划，这些计划会从中国城居民的经历、历史和专长中获益。同时，中国城也能从这些本地机构共同组织和主办的侧重于中国城的计划、研究和举措中获益匪浅。

为什么重要

- 年轻人运用自己的才华和技能，在实现中国城的愿景中发挥重要作用。他们也将是从CCDS的成功中获得最多好处的利益相关方。
- 建立义工网络/系统，将资源最大化，面向更广泛的受众，包括非中国城社区。

如何使之成为现实

1. 联系这些学校的亚裔学生团体和为其他少数民族服务的办公室。
2. 与这些学校发展实习计划，共同组织盛大活动。
3. 成立关注中国城主要优先目标的计划和举措。

配合行动

与区域性和全国性亚裔团体建立联系和工作关系，支持哥伦比亚特区中国城

5.6 - 参加全国会议，与全国性社区组织建立关系，分享资源

这是什么？

华盛顿哥伦比亚特区是很多本地、区域性和全国性亚裔组织的所在地，这些组织对CCDS的各个领域都有兴趣，并享有专业知识。隶属于这个广泛组织网络，能帮助中国城维权并吸引资源。与这些组织建立关系，意味着中国城领导需要通过会议、电话会议、电子邮件和其他方式与他们保持持续沟通。随着中国城开始发展有全国目标的项目，例如以亚裔美国人的经历为主题的国立博物馆，这些关系也会很重要。

为什么重要

- 有助于在区域及全国范围揭示中国城问题
- 有助于为中国城争取更多资金及其他支持

如何使之成为现实

与全国性亚裔组织建立联系，选择中国城成员参加它们的主要活动。与附近酒店、建筑博物馆、莎士比亚剧院和Verizon中心及会展中心当局合作，向亚裔组织提供会展折扣，激励这些组织在哥伦比亚特区和中国城主办其全国性会议。

5.7 - 与区域性和郊区的各个亚洲协会合作，使哥伦比亚特区中国城成为区域性目的地，将更多的文化表演和盛大活动引入哥伦比亚特区市中心

这是什么？

中国城是个很好的中心场所，拥有一流的表演设施和户外集会空间。有大约463,000名亚裔居民生活在华盛顿地区，每年在郊区非亚裔场所和设施中举办很多节庆和盛大活动。区域亚裔人口每年花费大约20亿美元，其中仅有0.16%用于中国城。其中许多亚裔节庆及相关的区域性支出可以发生在中国城，但在哥伦比亚特区组织活动会有较大难度，需要对规定许可证和特别费用有一定了解。由于这个障碍，再加上中国城远离很多亚裔美国人的居所，所以区域性亚裔团体往往不选择中国城举办活动。为帮助他们克服这些问题，中国城团体能为哥伦比亚特区市中心的活动提供便利，进行策划。再加上市场营销和宣传，能够鼓励更多的团体在哥伦比亚特区中国城举办活动，不仅为中国城吸引新企业，而且增强文化吸引力，进而支持新企业的发展。

为什么重要

- 举办更多的盛大活动和节庆，将增加中国城的激情，有助于吸引更多访客和潜在商机。
- 吸引区域亚裔美国人来中国城举办盛大活动和节庆，是与区域性团体和个人建立持久关系的第一步。

如何使之成为现实

1. 把熟悉如何在哥伦比亚特区中国城成功组织并运作盛大活动的人们组成一个委员会。
2. 与Verizon中心、会展中心、当地博物馆和机构合作，达成有关亚裔相关活动的一系列特别交易。
3. 将中国城作为每年举办节庆和盛大活动的场所，面向区域性亚裔美国人团体进行市场营销和推广。



变成现实：

实施规划

概述

本章确定了一系列举措、计划，或能够为实施中国城文化发展策略行动提供支持的资金来源。建设并加强中国城，涉及有形和无形的改善、公私实体的协调与合作、各种金融资源的利用、社区的持续参与和领导等多个方面。只有通过中国城社区每个成员有组织有决心的行动，规划中表述的雄心和目标才能实现。最后，正如整个规划进程所展现的及规划主要主题之一“共同合作”所强化的那样，创设定期的中国城社区论坛来追踪和组织社区行动，对该规划的成功至关重要。

以下实施表根据规划进程中确定的五项目标，来组织各项行动及其实施。每项举措包含建议的时间表、可能的资金来源，并说明负责实施的政府机构或其他实体。以下政府机构或其他实体在实施表中以首字母缩写指称：

CAPACD	全国亚太裔美国人社区发展联盟
DCCAH	哥伦比亚特区人文艺术委员会
DCRA	消费者及监管事务局
DDOT	特区交通局
DMPED	规划与经济发展副市长
DPR	市公园和康乐局
DPW	市公共工程局
MPD	都市警察局
NPS	国家公园服务局
OAPIA	市长亚太事务办公室
OP	市规划办公室
WDCEP	华盛顿哥伦比亚特区经济合作部

关于建议的时间表：

- 持续：持续性的行动，应当现在开始，定期实施直至未来。
- 立即：即将开始的行动或在采纳本规划后两年内可以开始的行动。
- 短期：在采纳该规划后2至3年内开始的行动。
- 中期：指4至5年的实施日程。这类行动包含可能需要工程设计或其他设计工作和/或包含城市资金预算的项目。应当强调的是这些项目会与其他项目争夺资金，故社区支持对这些行动的成功仍将非常重要。
- 长期：可能需要多年实施的行动，及在采纳该规划之日起5年后开始的行动，具体取决于资金和已有的员工资源

实施表：

1 将中国城发展成文化目的地：

行动	必备行动	首席实施者 (机构/团体)
关键行动1：秋天前制定亚洲街市节庆活动		中国城社区组织和成员
关键行动2：与哥伦比亚特区文化旅游局合作，制定为期一年的亚洲主题活动日程		哥伦比亚特区文化旅游局，中国城社区组织
关键行动3：开始亚洲中心的开发	目标1：关键行动2，行动5.4（醒目的社区活动中心）	中国城社区组织
1.4 努力宣传中国城，宣传中国城对每个人而言都是一个文化场所		亚裔美国人文化团体
1.5 通过创建网站或开设其他社交联网络，提高中国城的网上影响，有助于触及更广泛的受众	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	
1.6 为亚洲国家大使馆发展旋转临街空间（和其他临时盛大活动空间），在中国城展现文化活动和各类计划	关键行动2	中国城社区组织、
1.7 成立中国城亚裔美国艺术家定居计划		中国城企业主
1.8 编排中国城公园全年活动	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	中国城商业委员会
1.9 与歌德学院和美国艺术博物馆等邻近机构合作，主办亚洲盛大活动和计划		中国城社区组织和成员
1.10 成立亚洲烹饪学校	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	中国城社区组织和成员

合作伙伴	资金来源	是否需要公共资金？	实施时间表
市中心BID、OAPIA、DDOT	津贴、私人捐款、 募集资金	否	立即
亚洲国家大使馆、地区亚裔美国人文化团体及当地文化机构	公共津贴、私人捐款、 募集资金	是	立即
史密森尼机构、歌德学院及其他当地文化机构	津贴、私人捐款、 募集资金	否	长期
哥伦比亚特区文化旅游局	津贴、私人捐款、 募集资金	否	立即
中国城社区	津贴、私人捐款、 募集资金	否	立即
组织和成员	津贴、私人捐款、 募集资金	否	中期
哥伦比亚特区文化旅游局、亚洲国家大使馆	津贴、私人捐款、 募集资金	否	短期
DCCAH、OAPIA	津贴、私人捐款、 募集资金	否	立即
中国城社区组织和成员	津贴、私人捐款、 募集资金	否	持续
史密森尼机构、歌德学院、	私人投资	否	中期

2 创建有形的中国城经历：

行动	必备行动	首席实施者 (机构/团体)
关键行动1：推广富有创意的标牌和店面设计		OP、DCRA
关键行动2：制定中国城公共领域总体规划		DDOT、OP、DCRA
2.3 为中国城的企业及道路标志牌建立框架，进一步激发街景的活力		OP、DDOT
2.4 利用空置的店面进行艺术展或其他临时性展览		中国城社区组织和成员
2.5 合并维修车辆的通道和垃圾储存/搬运，这样人行道可供行人使用，并使垃圾及载运区避开公众视野	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	DDOT、DPW、OP
2.6. 与物业业主及市中心BID合作，协调措施，确保妥善开展街巷维护和保洁	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	市中心 BID、中国城商业委员会
2.7. 更新中国城设计指引，加强中国城设计审查程序	目标2：关键行动1（富有创造性的标记）	OP
2.8. 添加额外的亚洲街景设计元素及其他装饰性便利设施	目标2：关键行动2（公共领域主计划）	DDOT、DCCA、OAPIA
2.9. 修正历史性名称，反映二十世纪三十年代到目前为止华裔美国人定居的历史意义	目标2：关键行动1（富有创造性的标记）	OP

合作伙伴	资金来源	是否需要公共资金？	实施时间表
中国城设计子委员会	OP运营预算	是，印刷新准则需要 \$1000 - \$2000	<ul style="list-style-type: none"> 立即 与DCRA一起修改标志规章将是短期措施
中国城企业主	不适用	不适用	立即
和物业业主	地区的首府改善计划 (CIP) 预算	是	短期
市中心BID、中国城企业主	津贴、私人捐款、 募集资金	否	短期
和物业业主、中国城社区组织和成员	不适用	否	立即
市中心BID、中国城企业主和 物业业主、中国城社区组织和 成员	不适用	否	立即
DCCAH	OP运营预算	是，设计印刷新准则需要 \$20000 - \$30000	短期
中国城商业委员会、中国城 企业主和物业业主	地区的首府改善计划 (CIP) 预算	是	长期
中国城商业委员会、中国城企 业主和物业业主	津贴、私人捐款、 募集资金	否	中期

3 促进中国城企业：

行动	必备行动	首席实施者 (机构/团体)
关键行动1：贩卖发展区	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	DCRA、中国城商业委员会
关键行动2：将中国城定位为特殊文化区	目标5：关键行动2（中国城商业委员会）	DMPED、中国城商业委员会
3.3. 吸引标志性的亚洲主题餐饮机构来中国城	行动2（中国城商业委员会）和行动3.9（亚洲投资特别工作组）	中国城商业委员会、亚洲投资特别工作组
3.4. 为小型亚裔企业开发空间或店面，以便容纳众多小商店或“微型零售空间”，允许小型企业发展壮大	行动2（中国城商业委员会）和行动3.9（亚洲投资特别工作组）	中国城商业委员会、亚洲投资特别工作组
3.5 战略性地重新开发和包装中国城建筑物的二楼空间，出租给亚裔文化专业人士、从业者及特色商品和服务的提供者	行动2（中国城商业委员会）和行动3.9（亚洲投资特别工作组）	中国城商业委员会、中国城企业主和物业业主
3.6 开发小零售空间，作为独特国际亚洲商品和零售商的孵化器或展示区	行动2（中国城商业委员会）和行动3.9（亚洲投资特别工作组）	中国城商业委员会、亚洲投资特别工作组
3.7 组织“流动筵席”活动，推广亚裔美国人的烹饪和中国城餐馆	行动2（中国城商业委员会）	中国城商业委员会
3.8 以集体和协调方式为中国城小商人提供营销支持	行动2（中国城商业委员会）	中国城商业委员会
3.9 组织特别工作组负责引入亚洲投资和零售商	行动2（中国城商业委员会）	中国城商业委员会、DMPED、OAPIA
3.10 与华盛顿哥伦比亚特区合作部（WDCEP）合作，为中国城增加居住区概况介绍，用于市场营销，吸引新的亚洲企业		WDCEP

合作伙伴	资金来源	是否需要公共资金？	实施时间表
市中心 BID、OP、OAPIA	不适用	否	立即： “贩卖发展区”立法需要好几个月至一年才能获得通过 一旦立法通过，需要六个月至一年建立中国城贩卖发展区
市中心 BID、OAPIA、中国城社区组织和成员	零售激励计划 (RIP)、减税及其他地区政府资金	是	短期
市中心 BID、WDCEP、DMPED	不适用	是	中期
私人投资者和开发商，DMPED	零售激励计划 (RIP)、减税及其他地区政府资金	是	中期
私人投资者和开发商	私人投资	否	长期
私人投资者和开发商、哥伦比亚特区文化旅游局、DMPED	零售激励计划 (RIP)、减税及其他地区政府资金	是	中期
哥伦比亚特区文化旅游局、	不适用	否	短期
哥伦比亚特区中心、会展中心	津贴、私人捐款、募集资金	否	立即
房地产专业人士，零售及营销专家，亚裔企业主/投资者	津贴、私人捐款、募集资金	否	立即
DMPED、中国城商业委员会，亚洲投资特别工作组	WDCEP	否	立即

4 生活在中国城：

行动	必备行动	首席实施者 (机构/团体)
关键行动1：将中国城公园转型为美好的居住区公园		DPR、NPS、OP、市中心BID
关键行动2：在中国城内寻找一个空间建造华裔特许学校或卫星校区		育英特性学校
4.3 与市政府和物业业主合作，在建筑物及街巷安装照明设施		MPD OP、物业业主
4.4 在中国城内创建更为安全的巴士上落站区		DDOT、OAPIA、MPD
4.5 与零售/药房连锁店（例如CVS）合作，在正常营业时间安排懂中文的双语员工或医生		中国城社区组织和成员
4.6 与哥伦比亚特区政府机构合作，为关键性的服务提供更多的翻译服务		OAPIA、中国城社区组织和成员
4.7 与城际中国城巴士公司合作，定期免费送老年人去郊区亚洲食品杂货店		中国城社区组织和成员
4.8 寻求具有国内及国际资源的投资者，创建符合特定文化需要的养老院设施	行动 3.9（亚洲投资特别工作组）	亚洲投资特别工作组
4.9 探索经济实惠的激励措施，鼓励家庭在中国城生活		中国城社区组织和成员
4.10 与市中心BID、市中心居住区协会合作，植树种花、安装路灯，并清扫街道，从而美化街道	行动2（中国城商业委员会）	市中心 BID、市中心社区、中国城商业委员会

合作伙伴	资金来源	是否需要公共资金？	实施时间表
中国城社区组织和成员	地区的首府改善计划（CIP）预算，津贴、私人捐款、募集资金	是	短期：市中心 BID 进行基本改善 长期：重新设计后具有中国特性的公园
DMPED、OP、中国城社区组织和成员、中国城	减税及其他地区政府资金	是	中期
物业业主	物业业主	否	短期
OAPIA、中国城社区组织和成员	不适用	否	立即
中国城城际巴士运营商	不适用	否	立即
	地区政府运营预算	否	长期
OAPIA	巴士公司捐款	否	持续
亚太裔美国人	减税及其他地区政府资金	可能	中期
法律资源中心		否	立即
	津贴，物业业主和企业主捐款	否	立即

5 共同合作:

行动	必备行动	首席实施者 (机构/团体)
关键行动1: 成立半年度中国城社区论坛, 追踪CCDS的进展		OP, OAPIA
关键行动2: 成立中国城商业委员会或中国城商人协会		中国城企业主
5.3 寻找并开发更醒目的社区活动空间, 在各项目上开展共同合作		中国城社区组织
5.4 共同合作联络本地和全国经济住房维权团体, 并建立联盟, 为获得市中心经济家庭住房机会提供支持		中国城社区组织
5.5 与区域性和郊区的各个亚洲协会合作, 使哥伦比亚特区中国城成为区域性目的地, 将更多的文化表演和盛大活动引入哥伦比亚特区市中心		中国城社区组织
5.6 创建当地学校(包括公立、特许、私立、大学和学院)和中国城社区之间的互惠/互助义工计划/系统		中国城社区组织
5.7 参加全国会议, 与全国性社区组织建立关系, 分享资源		中国城社区组织



合作伙伴	资金来源	是否需要公共资金？	实施时间表
中国城组织和成员	不适用	否	立即
OAPIA	不适用	否	立即
中国城 物业业主和 开发商	津贴、及私人募集 资金	否	中期
亚太裔美国人法律资源中 心、 CAPACD	不适用	否	短期
OAPIA	不适用	否	立即
公立学校, 特许学校, 大学, 学院	不适用	否	短期
	不适用	否	立即



Acknowledgements

District of Columbia Government

The Honorable Adrian A. Fenty, Mayor

The Council of the District of Columbia

The Honorable Vincent C. Gray, Chairman

The Honorable Jack Evans, Council Member, Ward 2

Advisory Neighborhood Commissions Ward 2, 6

Planning Team

Office of Planning

Harriet Tregoning, Director of Planning

Rosalynn Hughey, Deputy Director of Citywide
Planning & Neighborhood Planning

Patricia Zingsheim AIA, Associate Director
of Revitalization and Design

Thor Nelson, Chinatown Cultural Development
Strategy Manager & Community Planner

Ed Estes, Community Planner

Joyce Tsepas, Planning Assistant

Mayor's Office on Asian and Pacific Islander Affairs

Soohyun Koo, Director

Dory Peters, Special Assistant

Neel Saxena, Program Coordinator - Language Access

Thanh Nguyen, Capacity Building/Grants Coordinator

Mable Kong, Staff Assistant

Consultant Team

Chan Krieger Sieniewicz

Planning and Urban Design

Lawrence A. Chan FAIA

Alyson Tanguay

Mo Zhou

Basile Baumann Prost Cole

Economic Development Analysis

Jim Prost

Rick Liu

Kikuchi+Liu

Cultural Development Analysis

Jeremy Liu

Hiroko Kikuchi

Chinatown Community Task Force

Alex Chi
Alfred Liu
Alice Stewart
Amanda Benton
Betty Taira
Bob Wong
Caitlin Davis
Cheryl Flynn
Chris Taylor
Chrystal Clair
Craig March
David Leong
Deborah Kayatani
Diane Tai
Ding Chien
Duane Wang
Elliot Hui
Elizabeth Harding
Elizabeth Miller
Emily Todd
Enna McNeil
Evelyn Khoo Schwartz
Francey Youngberg
Gaby Morales
Gary Zhu
Hsuan Ou
Jackie Cawthon
Janet Tan
Jeannie Ho
Jeff Lee
Jennings Wong
Jo-Ann Neuhaus
John Lem
John Thomas
John Tinpe
Joseph Ou Yang
Kendra Lee
Krissy Lyons
Laura Raphael
Linda Wang
Lito Tongson
Lockett Yee
Lui Shing
Manisha Modi

Participating District Government Agencies

DC Commission on the Arts and Humanities
Department of Parks and Recreation
Deputy Mayor for Planning and Economic Development
District Department of Transportation
District Department on the Environment

Chinatown Community Development Strategy Special Volunteers

Bob Wong
Boyd Gardner
Chengszu Li
Jate Pan
Janet Chou
Janet Tan
Linda Wang
Lu Lan
Seth Yu
Shenny Wu
Shirley Kwan Hui
Tiffany Parker
Terill North
Veronica Lee
Victoria Lin
Xi Wang

Participating Organizations

Akridge Company
Allies Building Community, Inc.
American Community Development Archstone Smith
Asian Services Center
Archway Network
Chinatown Cultural Community Center
Chinatown Revitalization Council
Chinatown Steering Committee
Chinese Community Church
Chinese Consolidated Benevolent Association
Cultural Tourism DC
DC Economic Partnership
Downtown Business Improvement District
Forest City Washington
Gould Properties
Hines
National Capital Planning Commission
National Coalition for Asian Pacific
National Park Service
PNC Bank
Riverdale International
Washington Metropolitan Area Transit Authority

Special Recognition and Expression of Gratitude

We would like to give special recognition of Vincent C. Gray, Council Chairman, whose vision and leadership were critical to the launch of this project and whose support and guidance brought people together and propelled the project forward.

Special gratitude is expressed to the Chinatown Cultural Community Center, the Chinatown Revitalization Council, the PNC Bank, and the Chinatown Community Church for their great hospitality and the generous use of their facilities throughout the community process.

