

## 中国文化产业的国际贸易壁垒研究

金锡珉\* · 刘瑜\*\*

### 목 차

I. 绪论	IV. 中国的国际文化贸易壁垒分析
II. 先行研究考察	V. 结论
III. 国际文化贸易的概念及现状分析	

### 〔 논문 요약 〕

도하개발아젠더(DDA)에서는 시청각서비스와 출판산업을 중심으로 한 문화산업관련 서비스분야 협상이 현재 진행 중이다. 앞으로 문화산업은 DDA협상 결과에 의해 새롭게 만들어 진 국제규범의 적용을 받을 것이다. 한편 2001년 WTO에 가입한 중국은 유구한 문화유산을 바탕으로 문화산업을 급속하게 발전시키고 있다. 이러한 중국의 문화산업 발전추세에 맞추어 세계 주요 선진국가들을 중국의 문화산업 시장에 진입하기 위한 노력을 확대하고 있다. 그러나 아직도 중국의 문화산업에 대한 시장진입은 복잡한 행정규제 등 많은 무역장벽에 가로막혀 있는 현실이다.

이에 본 연구에서는 중국 문화산업의 현황과 국제무역장벽에 대한 분석을 토대로 한국 문화산업의 대중국 진출을 위한 시사점을 도출하는데 있다. 이를 위하여 본 논문은 일차적으로 문화산업과 국제문화무역, 그리고 문화무역장벽과 관련한 한국, 중국, 그리고 기타 국가들의 선행연구를 고찰하였다.

다음으로는 국제문화무역의 개념과 현황에 대한 분석을 실시하였으며, 또한 Grubel-Loyd의 산업내무역지수를 활용하여 미국, 독일, 영국, 이탈리아, 프랑스 등의 문화산업무역 발전 국가들의 산업내 무역구조를 실증적으로 분석하였다.

또한 중국 문화산업의 국제무역장벽을 분석하기 위하여 먼저 국제무역장벽의 개념과 종류를 고찰하였으며, 중국의 문화산업 국제무역장벽을 복잡한 행정규제의 측면에서 사전심사 및 허가제도, 인쇄출판물의 감독과 규제, 수출입규제 등으로 구분하고 이를 분석하였다.

주제어 : 문화무역, 문화산업, 국제무역장벽, 문화관리, 산업내무역지수

\* 朝鲜大学校 经商大学 贸易学科 教授(主著者)

\*\* 朝鲜大学校 经商大学 贸易学科 博士课程(共同著者)

## 【摘要】

在多哈发展议程(DDA)中议到的以视听服务和出版产业为中心的文化产业相关服务领域协议正在进行中。未来的文化产业要应用DDA协议新制定的国际法规的。另一方面,自2001年中国入世以来,悠久的文化遗产一下子成为文化产业急速发展中。针对这样的中国文化产业发展趋势,世界主要先进国为了进军中国文化产业市场正在努力扩大中。但是,中国文化产业相关的复杂行政管制等贸易壁垒是阻碍的现实。

因此,本研究是通过对中国文化产业国际贸易壁垒的分析得出韩国文化产业为了进入中国的启示点。为此,本文首先考察韩国,中国以及其他国家的文化产业、国际文化贸易和文化贸易壁垒相关的先行研究。

接着,分析国际文化贸易的概念及现状并使用Grubel-Loyd产业内贸易指数来对美国,德国,英国,意大利,法国等文化产业贸易发达国家的产业内贸易水平进行实证分析。

同时,为了分析中国文化产业国际贸易壁垒,首先考察了国际贸易壁垒的概念及种类,然后对中国文化贸易繁琐的行政管制措施所构筑的事前的审批与许可、印刷出版物管制、进出口管制等进行区分及分析。

关键词: 文化贸易、文化产业、国际贸易壁垒、文化管制、产业内贸易指数

## I. 绪论

裴钰在2009年7月24日的《中国文化产业的灭顶之灾来了》<sup>1)</sup>中提到:WTO仲裁小组裁定中国对美国文化产品的市场准入设置限制,此举违反了世贸组织的有关规定,中国应当修订自己的相关政策措施。裴钰以传媒业者的敏锐为之担忧:“世贸组织在多项文化和知识产权贸易争端中裁定中国败诉,就已经是一个真正的警讯,民族文化产业的灭顶之灾,对无所作为的中国人来说,或许为期不远了!”

事实上,在美国强势文化产业的冲击下,不单中国,广大发展中国家,甚至韩国,法国、加拿大等一部分发达国家,也深切感受到了美国文化产品和文化服务的威胁。在以往的贸易自由化谈判中,多数国家对视听服务贸易的自由化心存疑虑,自觉不自觉地采取了诸多保护性文化贸易措施。在乌拉圭回合多边贸易谈判中,仅有为数不多的国家对视听服务贸易做出了承诺,见下<表 1>:

1) 裴钰,“中国文化产业的灭顶之灾来了”,经济观察网,2009年7月24日,  
(<http://www.eeo.com.cn/observer/shelun/2009/07/24/145239.shtml>, 检索日:2010年4月5日).

<表 1> 不同类型成员对视听服务活动的承诺情况 (单位:国家数量)

具体服务项目	发达国家	发展中国家	转型经济国家	总计
电影和录像的制作和分销服务	3	10	0	13
电电影放映服务	3	3	0	6
广播和电视服务	2	1	0	3
广播和电视传输服务	2	4	0	6
录音	2	2	0	4
其他	2	2	0	4

资料：索必成·胡盈之，『乌拉圭回合协议导读』，世界贸易组织秘书处，北京：法律出版社，2000年，第277页。

在当今国际贸易实践中同时存在着两股潜流：一方面，发达国家和一部分发展中国家纷纷对来自它国的劳动密集型制成品采取种种或明或暗的贸易壁垒，诸如反倾销、反补贴、特殊保障、环保壁垒等等，这些壁垒往往借助于世贸组织的相关条款为自己披上了一层合法化的外衣，也有些壁垒十分隐蔽，难以应对。这些年来，中国的外贸规模急剧扩大，至2009年已成为世界第一出口大国。一开始，给中国树立壁垒的主要是美国、欧盟等发达国家。其后，连印度、墨西哥等传统的发展中国家也对中国举起了贸易壁垒的大棒，一个明显的例证是：中国已成为遭受反倾销制裁的最严重的国家！遗憾的是，中国在应对国外反倾销、反补贴等非关税壁垒方面缺乏经验，吃尽了苦头。

另一方面，发达国家依靠其强大的文化产业竞争力，高举自由贸易的大旗，以各种手段向国外文化市场开疆拓土。一部分发达国家和广大发展中国家(包括中国)，采取各种措施，极力构筑自己的文化贸易壁垒，反制国外文化产品和文化贸易的大肆侵入。但是，多年的实践证明：文化贸易壁垒的效果始终是有限的。

本文主要研究目的是以对中国文化产业的国际贸易壁垒的分析得出韩国文化产业为了进入中国文化产业市场的启示点。并分析国际文化贸易的概念及现状及使用Grubel-Loyd产业内贸易指数来对美国，德国，英国，意大利，法国等文化产业贸易发达国家的产业内贸易水平进行实证分析。通过分析建议韩国文化产业贸易应该如何面对当今现状和文化产业贸易壁垒作出了建议。韩国在设定本国的文化贸易壁垒的同时，也要对世界各国设定的文化贸易壁垒要扬长避短。开拓务实的现实立场，对国际文化贸易的特点、趋势以及对中国文化贸易的应对策略进行掌握。

## II. 先行研究考察

### 1. 韩国国内先行研究

与其他文化产业发达国家相比, 现今韩国文化产业的国际贸易和贸易壁垒的相关研究相对性的没有很好进行。特别是对中国的文化产业和贸易, 还有对文化贸易壁垒相关研究很少。因此, 与之相关的先行研究郑相哲·沈相珉(2002)<sup>2)</sup>对韩国文化产业的竞争力和DDA协议下文化产业领域的部门类别、国家类别的建议作出了分析。还以此为基础对韩国相关法规及对应方案作出了说明。崔惠实(2008)<sup>3)</sup>讨论了东北亚地域合作的文化产业交流占有比重的重要性, 并对韩中日三国的文化交流现状统计实证的调查分析及问题和解决方案作出了提示。韩洪锡(2004)<sup>4)</sup>采用最近中国市场国家通用的文化产业的概念和重视文化产业背景的考察, 对现阶段中国文化产业的制度特征的进行了分析。并对文化商品的中国大众需要的时代类别特征及变化, 文化商品供给者的作用变化局面进行了全面地分析。朴知贤(2010)<sup>5)</sup>为了对贸易和文化的关系进行分析, 通过对文化和贸易的先行研究考察并通过语言的, 字句的分析对通商法规上文化的意义进行了分析。并对文化多元协定的生效对贸易的影响进行了预测。

### 2. 中国国内先行研究

中国的文化贸易研究方面用力最多的是李怀亮先生, 他的博士论文就是关于国际文化贸易问题的。其后, 他连续出版了数本专著, 如《文化巨无霸—当代美国文化产业研究》<sup>6)</sup>、《当代国际文化贸易与文化竞争》<sup>7)</sup>、《国际文化贸易概论》<sup>8)</sup>等等。2004年1月, 李怀亮在中国传媒大学组建了文化贸易研究所, 积极进行国际文化市场研究, 出版了一套“国际文化贸易丛书”, 包括《国际艺术品贸易》<sup>9)</sup>、《国际电影与电视贸易》<sup>10)</sup>、《国际图书与版权贸易》<sup>11)</sup>

2) 鄭相哲·沈相珉, “关于文化产业关联的服务分类的国际通商对应方案研究”, 「政策课题 2002-14」, 韩国文化观光政策研究院, 2002.

3) 崔惠實, “东北亚文化产业交流的现状研究-通过调查分析交流的问题点和对案提示”, 「东北亚文化研究」第15集, 东北亚文化学会, 2008. pp.55-72.

4) 韓洪錫(韓), “中国文化产业的制度特征和发展”, 「现代中国研究」第6集2号, 现代中国学会, 2004, pp.191-230.

5) 朴知賢(韓), “关于文化和贸易间关系研究”, 「国际经济法研究」第8集1号, 韩国国际法学会, 2010. pp.148-178.

6) 李怀亮·刘悦迪, 『文化巨无霸—当代美国文化产业研究』, 广州: 广东人民出版社, 2005年.

7) 李怀亮, 『当代国际文化贸易与文化竞争』, 广州: 广东人民出版社, 2005年.

8) 李怀亮, 『国际文化贸易概论』, 北京: 高等教育出版社, 2006年.

9) 罗兵, 『国际艺术品贸易』, 北京: 中国传媒大学出版社, 2009年.

10) 韩俊伟, 『国际电影与电视节目贸易』, 北京: 中国传媒大学出版社, 2008年.

等等。他从文化产品和文化贸易的特点入手，对全球化语境下文化普遍主义与文化多元主义的冲突，进而对美国文化产品的全球扩张进行了深入细致的分析；“国际文化贸易丛书”更是从各种文化产品入手，具体细致地刻画了主要文化产品的全球贸易情况，丛书基本上按国家/地区展开，便于读者对各个国家市场的把握。稍显不足的是，李怀亮的研究似乎着重于文化思潮和意识形态层面，疏于从经济学、国际经济法的角度更为深入地分析国际文化贸易不平衡背后的经济根源，从而使他的研究欠缺一定的理论深度，当然，对于一位取得文学博士学位的学者来说，也许有些吹毛求疵了。李怀亮所主导的“国际文化贸易丛书”偏重于一个国家一个国家地列举其在某种文化产品贸易上的数据，而缺少全球性的宏观统计数据，这难免令读者难以真正把握该类文化产品的世界贸易之概况，丛书中也难以见到针对文化贸易的奠基于经贸、法律或其它学科方法论的分析，这可能使丛书的“国际性”有所降低。

张玉国侧重于从文化政策的角度研究国际文化贸易中的不平等。他利用自己赴加拿大访学的机会，吸收、借鉴国外在全球化、文化等议题上的研究成果，并结合自己在政府机关从事的政策制定工作的实践，从国家利益与文化安全的角度详细探讨了美国和加拿大在文化政策的制订和实施上的机制、效果与博弈，是目前最为详尽的加拿大文化政策研究成果。

李先波的《WTO案例选评及对中国的启示》<sup>12)</sup>精选了与中国有关的典型贸易争端案例，作为分析的对象，对其中所反映出的深层次经贸法律关系做了精辟的探讨，并试图找出案件对中国的借鉴意义。

2009年，WTO对中美双方的文化产品进口纠纷做出了有利于美方的判决，引起了人们的关注。匡东芳在《IT经理世界》撰文，表达自己的看法<sup>13)</sup>，严格地说起来，匡东芳的文章更像一篇通讯报道，而不是学术论文，但她关于“与其想方设法设立壁垒来抵御外来文化的‘入侵’，不如将不设防作为最好的保护”的最终结论一语中的，切中了问题的要害。

总括起来看，中国对文化贸易壁垒的研究基本上在各个研究方式内部展开：经济学者单从经济角度透视之，将文化现象视为一个“黑箱”，搞新闻传播的则深入文化现象背后的“意义生成”，却忽视了这些承载着意义的产品需要经由商业化来运作而传播，国际经济法学者则着重以WTO条款分析贸易纠纷的案例。

### 3. 其他国家先行研究

在理论研究方面，国外学者侧重于从传播学的角度揭露、批判国际文化贸易中隐藏的政治与文化上的不平等，并呼吁受害方进行抵制，“文化帝国主义”理论就是为此而提出来的，比较

11) 王雪野，《国际图书与版权贸易》，北京：中国传媒大学出版社，2000年。

12) 李先波，《WTO案例选评及对我国的启示》，长沙：湖南人民出版社，2006年。

13) 匡东芳，“中国该为wTo文化贸易裁决苦闷吗？”，《IT经理世界》第17期，2009年。

突出的研究者有Herbert I. Schiller、Tunstall、Edward W. Said、李秦川等。

Herbert I. Schiller是美国著名的传媒评论人、社会学家，他的视点集中在传播研究及当代媒体的作用上。在Herbert I., Schiller(1976, 1992)《Communication and Cultural Domination》<sup>14)</sup>、《Mass Communication and American Empire》<sup>15)</sup>等书中，Herbert I., Schiller从宏观视角入手，研究了美国对全世界的控制，尤其是通过美国文化产品的全球流动所带来的文化控制，认为“文化帝国主义”是二战以后国际政治经济形势的“中心-依附”格局在文化上的表现。李秦川则通过案例研究，分析了马克思主义者和自由主义者在“媒介帝国主义”研究上各自的长处与短处。

Edward W. Said<sup>16)</sup>从文艺批评入手，提出了一套反抗西方文化殖民的批判理论。总起来看，文化帝国主义主要有两大目标：经济上，要为其文化商品开拓国外市场，攫取经济利益，用来作为开路的先锋是本国制作精美的文化产品与文化服务；政治上，大肆进行文化产品的输出，消解输入地的传统文化根基，培养当地民众对进口文化产品，进而对进口文化的喜爱，而这将妨碍文化产品输入国的正常信息传播，影响其传播体系的建立和发展。国外学者的理论研究揭示了国际文化贸易中的不平等现象，触及到了经贸交流背后的文化交流，但没有深入研究造成不平等的经济根源，即发达国家强大的文化产业竞争力，因而不能从根本上解决问题。

在实践研究方面，成立于1994年的加拿大Alberta大学文化产业研究中心可算是全球研究的重镇之一。该中心博采经济学、商业与法律的视角研究文化产业政策、文化市场、文化管理等问题，中心下属的Stuart M. McFadden、Adam Finn和已退休的Colin Hoskins合作多年，先后出版了《Media economics: Applying economics to new and traditional media》<sup>17)</sup>、《Global television and film: An Introduction to the Economics of the Business》<sup>18)</sup>等书，他们以比较优势理论为工具，令人信服地分析了美国主导世界影视贸易的原因，以微观经济学的供求分析为工具探讨了文化贸易保护的常见手段及其效果，在进行经济分析时较好地兼顾了文化产品的独特性。本文作者认为，该中心的研究成果将文化与贸易结合得最好，对国际文化贸易分析得最深。但是，Alberta大学文化产业研究中心所涉及的文化贸易议题有限，对文化贸易壁垒的分析过于草率，仅仅简单地探讨配额和关税。

---

14) Herbert I., Schiller, *Communication and Cultural Domination*, New York: International Arts and Sciences Press, 1976.

15) Herbert I., Schiller, *Mass Communication and American Empire(2nd edition)*, Boulder: Westview Press, 1992.

16) Edward W. Said, *Orientalism*, New York: Vintage, 1979.

17) Colin Hoskins, Stuart McFayden, & Adam Finn, *Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business*, Oxford University Press, USA, 1998.

18) Colin Hoskins, Stuart McFayden, & Adam Finn, *Media Economics : Applying Economics to New and Traditional Media*, Sage Publications, Inc. 1 edition, 2004.

Steve和Stephen是美国从事经济与法律咨询的研究顾问，他们首次以全球视野研究了国际影视贸易，对电影、电视节目、录影制品贸易分别做了概括，为后来的研究者奠定了很好的基础，他们建立的影视贸易模型也具有开创性。但是，Steve和Stephen的观点是站在美国政府的立场上的，他们虽然也探讨了国际影视贸易中的壁垒，但根本目的是为了证明壁垒是不必要的，影视贸易应该是自由进行、不受干预的，这与宗旨相去甚远。

### III. 国际文化贸易的概念及现状分析

#### 1. 文化产业和国际文化贸易

##### 1) 文化产业的概念

文化产业是指通过人们的创造性劳动，把知识、信息和意像等文化资源转化为具有交换价值的文化娱乐产品和服务的产业。文化产业的实践活动古已有之，但文化产业概念的提出却是最近的事情了，最早可追溯到二次大战结束后，Frankfurt学派提出的“文化工业”的概念。由于现代科学技术加剧了两次世界大战的破坏性，Frankfurt学派开始对科学技术带给人们的负面影响进行反思，其中包括科学技术对文化产品的影响。不难看出，Frankfurt学派将关注的重点放在了文化产品中的文化属性上，其理论主张都是围绕着文化上的影响而提出的，这就启发当今发展文化产业的人们：在追求文化产业经济利益的同时，不要忽视了其潜在的文化与社会影响。

十几年后，英国的Birmingham学派开始积极评价文化产业在人类社会发展中的作用，纠正Frankfurt学派的一些偏差，肯定受众在解读文化产品的意义时的能动性，并拓展了文化的外延，将各种知识形式、制度、风俗、习惯等囊括在内。

真正现代意义上的文化产业概念是由英国人首先提出的：所谓的创意产业(即所谈论的文化产业。下同)是指那些“源自个人的创意、技能和才华，通过创造知识产权来创造财富、增加就业机会的活动”。1997年工党赢得大选后，提出了发展创意产业的议题，把经济与艺术、创意、商业联系起来。Chris Smith在刚刚就任文体传媒部大臣时宣称：创意产业是英国增长很快的部门，政府有义务与企业界联手，采取切实行动，促进创意部门和文化部门的经济增长。为此，英国政府成立了一个创意产业专家组，制定相关的政策架构，并于1998和2001年两次发表了有关创意产业的政府公报。英国对创意产业的推崇迅速感染了其它国家，如韩国、中国、奥地利、保加利亚、丹麦、巴西、玻利维亚等等。实际上，工党政府所推行的创意产业政策借鉴了原大伦敦委员会的文化发展模式：在整个二十世纪80年代，英国的艺术行业经历了高失业率、经济衰退、政府资助的大幅度减少等困境，严酷的生存条件迫使大伦敦委员会从经济角度重新审视传统艺术的角色和功能，将当时的新技术引入文化产品的制作与发行，以期克服所面

临的困难。当时的新技术包括即时印刷、盒式磁带录音、录像。新技术的采用使传统的艺术范畴扩大到了文化制作与发行的电子形式—广播、电视、录音、录像及多种多样的流行文化。

## 2. 文化产业与国际文化贸易的关系

所谓国际文化贸易是指世界各国/地区之间所进行的文化产品(或文化服务)的交易活动。国际文化贸易活动分为进口和出口两部分, 凡是通过向国外提供文化产品/服务而获取报酬的行为属于文化出口, 凡是从国外接受文化产品/服务的交易行为属于文化进口。

文化产业作为一种概念形成的时间并不长, 但属于现代文化产业范畴的某些行业早已出现, 如字画、书籍、表演艺术等等。相应地, 关于文化产品的贸易, 包括国际间的文化贸易也早就出现了, 但当时的交易品种极为有限, 数量也不大。此后在相当长的一段时间里, 情况没有大的改观。工业革命发生后, 随着经济的发展与社会的转型, 文化产品的供给越来越丰富, 文化产品的跨国交易也越来越多。从二十世纪初以来, 尤其是近几十年, 技术进步的速度愈益加快, 文化产业的规模迅速壮大, 国际文化贸易随之快速繁荣起来。可以说, 现代文化产业的大发展推动了国际文化贸易的繁荣, 而国际文化贸易的繁荣反过来有助于文化产业的进一步发展。

文化产业发展对国际文化贸易发展的决定作用毋庸置疑。根据马克思主义的政治经济学理论, 在生产、分配、交换、消费的四个环节中, 生产是决定性的, 它支配着随后的分配、交换及消费, 而分配、交换及消费则反作用于生产。由此类推: 文化产业的发展状况决定了文化贸易的繁荣程度, 而文化贸易也会对文化产业产生影响。

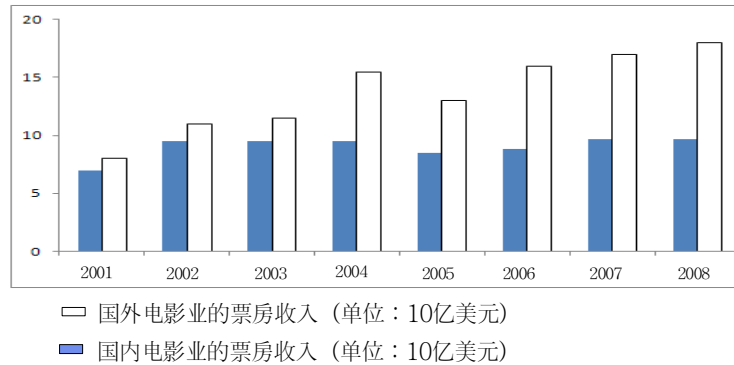
文化贸易可以帮助实现文化生产的最终目的, 收回成本, 实现盈利, 为下一阶段的再生产提供生产性投入和基础设施支持。另外, 由于文化消费具有较高的主观性和不确定性, 对文化生产来说, 如何及时准确地把握消费动向至关重要, 通过文化贸易, 生产者还可以及时得到市场信息, 使生产、流通、消费良性循环。随着全球化的日渐深入, 不同国家/地区的联系越来越紧密—无论经济联系还是文化交流, 闭关锁国将越来越难以生存。国际文化贸易对文化产业的反作用在文化产业大国那儿表现得尤其明显, 美国的电影产业就是个明显的例子(见图1)。

从图1来看, 2001年以来, 美国电影业得自国外的票房收入一直处于增长状态, 海外票房的重要性不言而喻。美国的版权产业(包括电影产业)始终居于世界领先地位, 很重要的一点是得益于国际市场的带动作用。对那些适于大批量制作的电视产业、书报杂志、流行音乐、动漫游戏而言, 通过国际贸易打开销路, 是产业做大做强的重要途径, 韩国和日本的网络游戏、日本的动漫莫不如此。

美国无线电公司(RCA)是一个资产达二十亿美元的巨型电子公司, 也是另一个广播公司NBC的母公司。RCA和NBC在全球的经营网络年年都在扩大, 早在1965年, 它的国际业务就

已包括在83个国家为300多家电视台提供125部电影资料，最有名的是西部牛仔连续剧《大淘金》，发行到60个国家，每周观众达3.5亿人，NBC国际部先后为该剧制作了西班牙语、葡萄牙语、德语、意大利语、法语和阿拉伯语等配音。

<图 1> 2001-2008美国电影业的票房收入



1966年，NBC在93个国家开展业务，包括在香港投资建立一个新电视台，与RCA签订合同，为其安装、运营、维护设在泰国的第一个通信卫星接收站。与此同时，RCA与英国广播租赁公司联合成立了R以彩色显象管有限公司，积极参与欧洲的彩电业的发展，为英国和欧洲生产彩色现象管。NBC还参股澳洲悉尼和布里斯本的电视台，股份超过10%但不到控股程度；参股委内瑞拉的“加拉加斯”广播电台和电视台、墨西哥蒙特雷市的电视台。

### 3. 国际文化贸易的现状

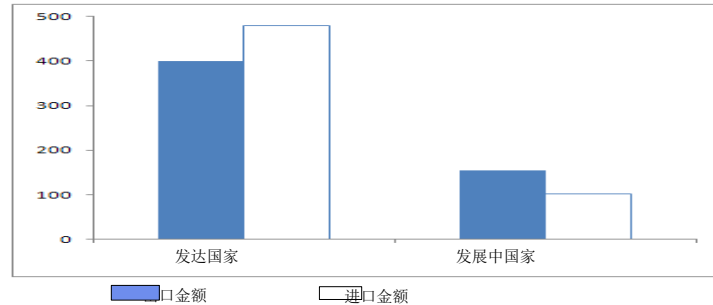
#### 1) 国际文化贸易的内部结构

自从1997年英国政府倡导发展文化产业以来，文化产业已被许多国家、地区列入了政策规划的议程，并出台了相关的实施纲要，制订了具体的发展项目及有关配套措施，有力促进了各国文化产业的进一步扩大。各国文化产业的增长不但使国内文化市场的规模不断扩张，也促进了国际文化产品贸易的发展。对当前国际文化贸易的现状，可以采取由远及近的视角，从两方面来认识：国际文化贸易的内部结构、发达国家文化贸易的特点。

就整个国际文化贸易而言，可以将其划分为发达国家、发展中国家部分，发达国家的文化贸易额(含文化产品贸易与文化服务贸易)占全球文化贸易总额的3/4以上，广大发展中国家仅占有不到1/4，图2（以2005年例）很好地说明了国际文化产品贸易的结构性差异。在图2中，发达国家文化产品的进口额远远超过发展中国家。在1996-2008年间，这种不均衡的文化贸易

格局稍有变化，但幅度不大。

〈图 2〉 2005年国际文化贸易（单位10亿美元）



2) 发达国家的产业内文化贸易

鉴于国际文化贸易的主体是发达国家，将重点考察发达国家的文化贸易，力求寻找其与众不同之处。为此，选取了2005年九个有代表性的文化产品贸易国作为参照：

〈表 2〉 2005年发达国家的九大文化产品贸易国：（百万美元）

国家	出口排名	进口排名	出口额	进口额	占世界文化出口份额	占世界文化进口份额
美国	2	1	25,544	95,021	7.61%	27.08%
德国	3	3	24,763	24,418	7.38%	6.96%
英国	4	2	19,030	28,212	5.67%	8.04%
意大利	1	7	28,008	10,448	8.35%	2.98%
法国	5	4	17,706	18,717	5.28%	5.33%
加拿大	6	6	11,377	12,094	3.39%	3.45%
西班牙	8	9	9,138	8,903	2.72%	2.5%
比利时	7	10	9,343	8,077	2.78%	2.3%
瑞士	10	8	6,053	9,655	1.8%	2.75%
合计			150,962	215,545	44.98%	61.41%

資料：UNCTAD, 「Creative Economy Report, Statistical Annex : Table1.1」, 2008.

上〈表 2〉列举的美英法德等9个发达国家是最重要的全球文化产品贸易国，它们不但独享了世界文化产品出口的45%和进口的61%，而且彼此既进口又出口文化产品，出口排名靠前的国家几乎就是进口排名靠前的国家。因此就像强永昌（2002）认为：当前的国际文化贸易表现出一种“产业内贸易”的显著特点，即“相同产业内具有较为严密的生产替代/消费替代关系的产品进出口活动”。

为了更好地衡量各国产业内贸易的发展程度，学者们提出了各种不同的方法。1975年，Grubel和Loyd率先对产业内贸易进行计量，他们提出的产业内贸易指数公式为：

$$GLi = [(Xi + Mi) - |Xi - Mi|] \div (Xi + Mi) * 100\%$$

其中*i*表示某一特定的产品组合或产业，*Xi*表示该产业的出口贸易额，*Mi*表示该产业的进口贸易额， $0 \leq GLi \leq 1$ ，如果*Xi*=*Mi*则 $GLi=1$ ，表示所有的贸易均为产业内贸易；如果*Xi*=*M*则 $GLi=0$ ，表示不存在产业内贸易。下面就根据Grubel和Loyd公式，考查世界上最主要发达国家的产业内文化贸易水平，并将计算结果列表如下：

从<表 3>来看，主要发达国家的产业内文化贸易水平大都在70%以上，表明它们之间密切的文化经贸关系。其中，欧盟各国由于相互邻近，彼此的贸易指数很高，而澳大利亚、新西兰与欧洲大陆相隔遥远，影响了与欧美主要国家的文化贸易，产业内贸易指数仅为0.5多一点。考虑到各国文化贸易的规模大小不一，以各国在发达国家文化贸易中的比例为权数，将表3中所选的19个国家进行加权平均，得到了发达国家产业内文化贸易的平均水平为72.56%，由于表3未能包括其它发达政治实体，如新加坡、香港、台湾等，因此发达国家的实际产业内贸易指数肯定会高于72.56%。

综上所述，尽管国际文化贸易额增长迅速，但在整个国际贸易中的比重还很有限。尽管各国大力倡导文化产业，但要使文化产业发挥更大的作用，甚至成为支柱产业，还有很长的路要走。即使在目前有限的国际文化贸易额中，也存在着严重的不均衡，发达国家凭借产业贸易主导了国际文化贸易的格局，导致了国际文化贸易的失衡。

## IV. 中国的国际文化贸易壁垒分析

### 1. 国际贸易壁垒的种类

#### 1) 关税壁垒

关税是指一个国家的海关对运进或运出其边境的货物所征收的税种。按照不同的分类标准，关税可分为进口关税和出口关税、从量税和从价税。其中的进口关税常被用来增加进口商的成本，削弱其商品的竞争能力，以达到保护本国相同或类似产业的目的。在国际文化贸易实践中，主张保护本国文化产业的国家可以对外国的书刊、电影拷贝征税，也可以对预录了外国歌曲或影视节目的磁带、CD、VCD、DVD征收进口关税，还可对文化产业外围领域的乐器、

文具等产品征税。

进口关税在抑制外国文化产品竞争力的同时，会扭曲文化市场机制的作用，降低文化资源配置的效率，对实施关税的国家不利，有时难免招致外方的贸易报复，弱化本国关税壁垒的保护作用。

## 2) 国产内容配额

与一般商品的贸易不同，国产内容配额是最具文化贸易特色、最常采用的文化贸易壁垒。配额本来是各国海关限制商品进口的贸易手段，可分为绝对配额与关税配额。绝对配额是一定时期内对某些商品的进口数量或金额规定一个最高限额，超过这个数额后便不准进口。绝对配额在实践中又分为全球配额与国别配额，其中国别配额是一国规定在一定时期内，按国别或地区规定某种商品的最高进口限额。在国际文化贸易中，国别配额演化为国产内容配额(Content Regulation)也称之为内容管理。国产内容配额主要针对国际视听节目贸易或印刷品贸易(含图书、报刊、杂志、报纸等)，通常要求进口的外国文化产品必须包含一定比例的本国内容，或者在外国文化企业在本国建立存在时，对其资本构成、雇员的国籍、采用的本土性文化生产要素进行管制。

## 3) 补贴

由于国际文化贸易具有不同于一般贸易的独特性，上述诸多新贸易保护手段并不都适用于文化贸易，比较而言，补贴措施更适合一些。根据世贸组织的《补贴与反补贴措施协定(SCM)》，补贴是指政府或任何其它公共机构授予的财政资助给接受者带来的利益，其中的财政资助主要包括三方面：涉及资金的直接转移、潜在的资金或债务的直接转移；放弃或免征在其它情况下应征收的政府税收；政府提供一般基础设施以外的货物或服务。国际文化贸易中，人们经常采用出口补贴和进口替代补贴，它们所带来的经济福利效应各不相同。

## 2. 中国的国际文化贸易壁垒分析

在中国，行政性的文化贸易壁垒主要针对出版单位和影视摄制单位，由于这些单位被视为“政府的喉舌”，不但具有娱乐大众的一般功能，还负有传达政府意志的宣教功能，因此中国的多数传媒机构掌握在政府手中，以确保喉舌功能的实现。为此，政府颁布了一系列事无巨细的规章制度，禁止或限制非公有制资本进入以大众传媒为主的文化产业，对中国国有传播机构的运作进行了严格的管制。这些管制措施主要针对中国国内的非公有资本，包括中国国内的外国资本，但客观上也起了辅佐国有传媒机构发展壮大、更好地应对外国媒体巨头挑战的作用，因此本文把中国政府采取的传媒管制措施也视为一种间接的文化贸易壁垒。

总体来看，国家对报刊图书、电影电视均采取了从摇篮到坟墓的全方位监管：设立出版单位时的层层审批许可；编辑过程中各个环节的控制；内容播(刊)出之后的事后监督。监督的执法者包括传媒机构自身、政府相关部门、行业协会、社会力量等等，组成了一个纵横交错的立体网络。由于不同的传媒形式各有其特点，因此不同媒体的管制规定也不完全相同。

#### 1) 事前的审批与许可

出版单位的设立需经特定的业务主管部门和行政管理机关层层审批，且满足一系列的前提条件，这就使出版市场准入面临着高高的壁垒，有效地阻止了私营资本、外国资本的进入。

##### (1) 出版单位在设立前首先必须满足以下前提条件:

① 要有出版单位的名称和章程。名称必须包括3部分:字号(商号)、行业(经营)特点、企业组织形式。章程是出版单位制定的内部规章制度，包括单位的名称和住所、注册资本、主办单位与主管单位、法人代表、组织机构等等。出版单位如需变更出版单位的名称、主办单位、主管单位，或与其它出版单位合并的，须办理审批登记手续，未办理手续私自变更的，由出版行政机关责令改正，给予警告、停业整顿或吊销营业执照的处罚。

② 有符合国务院出版行政部门认定的主办单位和主管单位。主办单位是指创设、开办出版单位的单位，负责办理核准登记手续，审核批准重要稿件的发表，定期向主管单位汇报出版单位的工作情况，贯彻落实主管单位的有关决定。主管单位是主办单位的上级管理机关，通常包括立法机关、司法机关、行政机关、社会团体等等。主管单位负责审核批准出版单位的重大宣传、报道或选题计划，批准有重大影响的稿件的出版或发表。对出版单位在出版内容上发生的严重错误和

其它重大问题，主管单位需承担领导责任。如出版社的主办单位不想继续履行自己的职责，应及时书面通知主管部门和新闻出版行政管理部门，由主管单位代为履行主办单位的职责，并寻找新的主办单位。主管单位制度成功地阻止了个人和非国有单位(含外资)成立出版单位的可能。

③ 有确定的业务范围。出版单位在申请前提交的章程里须明确自己的业务范围，经过有关管理部门核准后在出版单位的《出版许可证》和营业执照上注明，出版单位必须严格遵守此范围，未经批准超范围经营的，将受到出版行政部门和工商管理部门的处罚。

④ 有三十万元以上的注册资本和固定的营业场所。

⑤ 有适应业务范围需要的组织机构和符合国家规定的资格条件的编辑出版专业人员。出版单位通常需要设立编辑、一出版、发行、管理等分部门，相应地需要具备符合条件的编辑、美术设计、校对、发行等人员。所有这些人员必须取得出版专业技术人员职业资格证书后才能上

岗，其中凡取得初级资格证书者可担任助理编辑的职务，取得中级资格者可担任编辑的职务。凡担任责任编辑、总(主)编、正副社长的人必须取得中级以上职称。出版单位的记者需依法取得记者证，

无证人员不得从事新闻采集业务。从业资格制度提高了出版行业的进入壁垒，但也便于国家的控制。

## (2) 在满足上述条件的情况下申请设立出版单位的程序

首先，由主办单位将申请书、章程及其它证明材料递交省新闻出版局，经省新闻出版局同意后，报国务院新闻出版总署审批。新闻出版总署在收到申请后的三个月内做出批准与否的决定。批准的，发给书面通知书，申请单位在接到书面通知书的两个月内，到本省新闻出版局登记，领取出版许可证，然后再持证向工商行政部门登记，领取营业执照，方可从事出版工作。

另外，出版机构在正式开展业务以前，还必须取得拟出版物品的“身份证(即书号、刊号或版号)”，没有“身份证”的出版物一律非法，不得上市流通。出版单位须在每年的11月份向国家新闻出版总署上报次年的出版选题计划，总署依该计划发放一定数量的书号、版号或刊号。出版单位必须做到“一书(刊、音像制品)一号”，禁止一号多用，也不得买卖、转让、出租本单位的书(刊、版)号。书号管理制度相当于在国内贸易中实行了配额制度，是一种管制效果明显、市场扭曲作用较大的措施，书号管理与出版许可证管理相结合，使国家牢牢地控制了出版市场的准入，为阻止外资进入设下了双保险。

## 2) 出版过程中的管制

新闻出版行政部门对出版过程的管理包括选题，出版过程中的质量管理、出版之后的事后审读。

选题是指出版社需在每年的第四季度确定下一年度的出版选题计划，先报送主管部门审核批准，再送省新闻出版局审核，同时报省宣传部备案。经主管单位和省新闻出版局批准的选题计划还必须报送国家新闻出版总署备案，未经出版行政部门审批的出版选题计划不得进入生产制作阶段。对于重大选题则必须报国家新闻出版总署备案，重大选题未经备案或申报后未得到备案答复的，一律不得出版发行。黄先蓉(2005)《出版法规及其应用》中综述重大选题有15种，它们分别是：A有关党和国家的重要文件、文献选题；B有关党和国家曾任和现任主要领导人的著作文章以及有关其生活和工作情况的选题；C涉及党和国家秘密的选题；D集中介绍政府机构设置和党政领导干部情况的选题；E涉及民族问题和宗教问题的选题；F涉及中国国防建设及军队各个历史时期的战役、战斗、工作、生活和重要任务的选题；G涉及“文化大革命”的选题；H涉及中共党史上的重大历史事件和重要历史人物的选题；I涉及国民党上层人物

和其它统战对象的选题；J涉及前苏联、东欧以及其他兄弟党和国家重大事件和主要领导人的选题；K涉及中国国界的各类地图的选题；L涉及香港特别行政区、澳门特别行政区图书的选题；M大型古籍白话今译的选题；N引进版动画读物的选题；O以单位名称、通讯地址等为内容的各类名录的选题。

在出版物的质量管理方面，李德成（2006）在《文化传媒业政策法规精解》精解了新闻出版行政部门每年都对出版单位进行年度核验，检查出版物的质量，不合格的限期改正，情节严重的给予撤销登记的处罚，图书、报纸、期刊各有相应的质量规定，兹以报纸为例说明之。

#### （1）印刷环节的监管

根据2001年公布的《印刷业管理条例》，中国对印刷企业实行经营许可制度，成立印刷企业需要取得三个证件：首先向本省新闻出版行政部门提出申请，获得印刷经营许可证；再向公安部门提出申请，获得特种行业许可证，最后持印刷经营许可证和特种行业许可证，到工商行政管理部门领取营业执照。加入WTO之后，中国允许外商进入印刷行业，但外资印刷企业需取得国家新闻出版总署和外经贸行政部门的双重审批，其申请程序要比国内企业更为复杂，对资本金的限额更高。印刷行业直接关系到精神产品的生产和流通，因此其任何业务变更都必须得到审批。为了保证社会主义精神文明建设的顺利进行，国家对印刷企业制定了承印验证制度、承印登记制度、印刷品保管制度、印刷品交付制度、印刷残次品销毁制度等一系列原则性规定。除包装装潢印刷，外资只能采取中外合资或合作的方式切入印刷业，且由中方控股或占主导地位，不允许设立外商独资的出版印刷企业。

#### （2）出版物发行环节的监管

出版物的发行是指报纸、图书、杂志、电子出版物总发行、批发、零售、出租、展销等活动，与印刷类似，中国的出版物发行也实行许可制度，国务院新闻出版总署负责全国出版物的发行管理，各地方新闻出版局分别负责本辖区的出版物发行管理。出版物的总发行、全国连锁经营机构由新闻出版总署审批，批发业务由省级新闻出版局审批，零售业务须县级新闻出版局审批，业务面越大则要求的条件就越高。外资可以切入出版物的批发和零售业务，既可采取中外合资(合

作)的方式，也可以采取独资的经营方式。与印刷企业类似，外资进入发行业需得到新闻出版总署和国家外经贸部的双重批准，所从事的发行不同方式，对资金经营面积、员工人数的要求也不同。与国内企业相比，外资进入出版物发行业的门槛更高。‘2004年新闻出版总署公布了《出版物市场管理规定》，对出版发行活动进行监管，要求任何组织和个人不得发行违禁

出版物、非法出版物、侵权出版物、内部资料性出版物、新闻出版行政部门明令禁止出版发行的其它出版物。无论出版物的批发或零售，在进入销售场地前，经销商必须事先将拟出售的出版物送交市场管理部门审查，未经批准的不准上市，否则予以没收，或停业整顿，甚至吊销营业执照。

### 3) 进出口的监管

适度引进国外的出版物可以更好地扩大人民群众的文化消费选择面，进一步丰富他们的精神生活，但是，为防止进口出版物危害中国的社会公德和民族文化传统，捍卫文化主权，国家又采取了一系列的出版物进口管理规定，如《出版管理条例》、《电子出版物管理规定》、《音像制品管理条例》，所采取的管制措施包括进口经营许可、进口内容的审查、进口出版物的备案、进口出版物展览的规定等等。

① 对从业资格的限制。出版物进出口经营单位必须是已经取得进出口经营许可证的国有独资企业，为此、经营单位应向国务院出版行政部门提出从业申请，经审查批准后，取得有关部门颁发的出版物进出口经营许可证，持证到工商行政管理部门领取营业执照，从事电子出版物进出口的，还须另到外经贸部门办理进出口许可手续。目前，中国批准的出版物进出口公司共38家，其中经国务院出版行政部门指定，经营进口报刊的外贸机构有中国图书进出口公司、中国国际图书贸易公司、中国出版对外贸易总公司、中国教育图书进出口公司、上海外文图书贸易公司、北京中科进出口公司，国内那些发行海外报刊的单位必须从前述国务院指定的外贸单位进货。未经批准，任何单位和个人不得从事出版物的进出口。

音像制品成品的进口由国务院文化行政部门指定的进出口单位经营，未经指定任何单位和个人不得进口海外音像制品。长期以来，中国音像制成品的进口业务一直由中国图书进出口公司独家承担。2009年1月，中国图书进出口公司与中国出版对外贸易总公司合并，成了中国规模最大、实力最强、经营范围最广的文化产品进出口企业，其业务涉及出版物进口、出版物出口、国内外会展、海外出版、国内出版等方面。

② 进口出版物的内容审查。书报刊及电子出版物的进口经营单位负责对进口物品的内容审查，确保进口物品中不得含有《出版管理条例》第26条及第27条所禁止的内容。省级新闻出版局可以对进口的出版物直接进行内容审查，如果进口经营单位无法判断进口的出版物是否含有违禁内容，可以请求省级以上新闻出版局进行内容审查。

音像制品的进口由《音像制品管理条例》所制约。凡是进口用于出版的音像制品，以及进口用于批发、零售、出租等的音像制品成品，均需报文化部“音像制品内容审查委员会”进行审查，审查合格的发给批准文件，由进口单位持批准文件到海关办理进口手续，否则海关不予放行。审查委员会的人员分为录音制品审查专家和录像制品审查专家，各自负责送审的录音制品

和录像制品，并提出是否可以进口、出版的意见。除文化部的审查委员会外，地方音像制品管理部门及其它部门均无权批准音像制成品的进口。

③ 进口出版物的备案。进口单位在进口前需将拟进口的出版物清单上报省新闻出版局备案，省新闻出版局如发现有禁止进口的出版物，应及时通知海关，进口单位不得进口，海关不得放行。

④ 进口出版物展览。出版物进口经营单位，如北京国际图书博览会的主办方中国图书进出口公司，在国内举办境外出版物的展览时，必须报国家新闻出版总署批准。未经批准，展览就不能举行。

## V. 结论

文化的本身是不会停止的，是社会关系中形成的一种有机体。文化也不是单纯的喜好，而是经济价值产出新的附加价值的源泉。以知识为基础的社会，通过对知识和信息的适应是唯一的控制机制，也是一个社会的智力资源的复合体的国际化时代的最先价值重新整顿的开始。

90年代后期在中国，韩国文化流行的同时开始的韩流，是对今天形成在海外升起的韩国喜好现象的解释，事实上是已经超过了这种热风，是对韩国的文化，韩国商品，韩国人等自身的一种向往和喜好的发展的开始。正合时宜的韩流是韩国文化商品的强有力的牵引车。

但是，中国文化产业相关的复杂行政管制等贸易壁垒是阻碍的现实。

另一方面，一个国家的文化在世界上的影响力越大，则该国的文化产品出口就越容易。最近几年，有关中国的文化元素越来越引起国外的关注。在中国人热衷过“洋节”的同时，中国的春节也走出了国门，受到外国人的喜爱。每到农历春节，国外纷纷发行以12生肖为主题的纪念邮票，目前已经有80多个国家和地区发行过中国的生肖邮票。中国人热衷于洋文化的同时，正是世界各国对中国这个大市场进军的开始，韩国也不甘落后，步步为赢。

在种种行政管制措施所构筑的文化贸易壁垒以及利用WTO条款构筑的文化贸易壁垒的同时，韩国文化产业就要改变战略，仅仅只是对中的文化流行推广已经过时，文化产业的贸易的趋向一定要以适应当今时节的战略来进行。主要发达国家的产业内文化贸易水平大都在70%以上，表明它们之间密切的文化经贸关系。考虑到各国文化贸易的规模大小不一，以各国在发达国家文化贸易中的比例为权数，韩国在设定适当的文化贸易壁垒的同时，对世界各国设定的文化贸易壁垒要扬长避短。

综上所述, 尽管国际文化贸易额增长迅速, 但在整个国际贸易中的比重还很有限。尽管各国大力倡导文化产业, 但要使文化产业发挥更大的作用, 甚至成为支柱产业, 还有很长的路要走。即使在目前有限的国际文化贸易额中, 也存在着严重的不均衡, 发达国家凭借产业贸易主导了国际文化贸易的格局, 导致了国际文化贸易的失衡。

## 《参考文献》

- 匡东芳(中), “中国该为wTo文化贸易裁决苦闷吗?”, 「IT经理世界」第17期, 2009年。
- 李先波(中), 『WTO案例选评及对我国的启示』, 长沙:湖南人民出版社, 2006年。
- 李怀亮(中), 『国际文化贸易概论』, 北京:高等教育出版社, 2006年。
- 李怀亮(中), 『当代国际文化贸易与文化竞争』, 广州:广东人民出版社, 2005年。
- 李怀亮·刘悦迪(中), 『文化巨无霸—当代美国文化产业研究』, 广州:广东人民出版社, 2005年。
- 朴知贤(韩), “关于文化和贸易间关系研究”, 「国际经济法研究」第8集1号, 韩国国际法学会, 2010。
- 索必成·胡盈之(中), 『乌拉圭回合协议导读』, 世界贸易组织秘书处, 北京:法律出版社, 2000年。
- 王雪野(中), 『国际图书与版权贸易』, 北京:中国传媒大学出版社, 2000年。
- 郑相哲·沈相珉(韩), “关于文化产业关联的服务分类的国际通商对应方案研究”, 「政策课题2002-14」, 韩国文化观光政策研究院, 2002。
- 崔惠实(韩), “东北亚文化产业交流的现状研究-通过调查分析交流的问题点和对策提示”, 「东北亚文化研究」第15集, 东北亚文化学会, 2008。
- 韩洪锡(韩), “中国文化产业的制度特征和发展”, 「现代中国研究」第6集2号, 现代中国学会, 2004。
- 罗兵(中), 『国际艺术品贸易』, 北京:中国传媒大学出版社, 2009年。
- 韩俊伟(中), 『国际电影与电视节目贸易』, 北京:中国传媒大学出版社, 2008年。
- Colin Hoskins, Stuart McFayden, & Adam Finn, *Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business*, Oxford University Press, USA, 1998.
- Colin Hoskins, Stuart McFayden, & Adam Finn, *Media Economics : Applying Economics to New and Traditional Media*, Sage Publications, Inc. 1 edition, 2004.
- Edward W. Said, *Orientalism*, New york: Vintage, 1979.
- Herbert I., Schiller, *Communication and Cultural Domination*, New York: International Arts and Sciences Press, 1976.
- Herbert I., Schiller, *Mass Communication and American Empire(2nd edition)*, Boulder: Westview Press, 1992.

《Abstract》

## A Study on the Barriers of China's Cultural Trade

Kim, Seog-Min · Liu, Yu

Audio-visual services and publishing industries that were proposed in the DDA as the center of the field of cultural industries related services agreements are in progress. On the other hand, China's centuries-old cultural heritage suddenly became a cultural industries which was rapidly developing after China joined the WTO from 2001. Aimed at the trend of China's cultural industries, the main developed countries are all making an effort on entering the market of China's cultural industries. Whereas, China's cultural industries related administration managements are the barriers.

Therefore, this study through the analysing of the international trade barriers of China's cultural industries to elicit suggestion for entering of Korea's cultural industries to China. Therefor, the study firstly reviews related antecedence researches between Korea, China and other countries.

In succession, the concept of international cultural trade was analysed, and the Grubel-Loyd index was used in empirical analysing the evaluating the development of intra-industry trade of US, UK, Italy and France.

Meanwhile, in order to analyse the barriers of China's cultural industries, first of all, the study reviews the concept and sort of international trade barriers, and then the study analyses the barriers of examine and approve in advance, printed publications control and import and export control which based on China trivial details administration management.

Key words : Cultural Trade, Cultural industry, International trade barriers, Cultural regulation, Grubel-Loyd index

투고일 : / 심사일 : / 심사완료일 :