



“十二五”普通高等院校文化产业管理系列规划教材 | 丛书总主编：胡惠林

国际文化贸易

王 婧◎著



清华大学出版社



“十二五”普通高等院校文化产业管理系列规划教材 | 丛书总主编：胡惠林

国际文化贸易

王 婧◎著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

《国际文化贸易》是一本旨在立足国际视角、以国际文化贸易活动为考察对象，延循“理论→政策→实务”为逻辑框架的专业教材。国际文化贸易理论作为本书的核心内容，同时兼容了经济学、管理学和文化研究中的经典理论。鉴于国际文化贸易所具有的战略意义，主要相关政策也构成了本书的重点内容。此外，本书的主要内容还包括国际文化贸易平台与中介，跨国文化集团、版权、文化服务和文化商品贸易等。另外，为反映我国当前对外文化贸易的新局面，本书通过典型案例的方式予以补充和思考。

本书可作为普通高等院校文化产业管理专业及相关专业的教材，也可作为政府文化管理部门、文化企事业单位的培训和学习用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

国际文化贸易/王婧著. —北京:清华大学出版社, 2015

“十二五”普通高等院校文化产业管理系列规划教材

ISBN 978-7-302-41949-5

I. ①国… II. ①王… III. ①文化产业-国际贸易-高等学校-教材 IV. ①G114

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第263296号

责任编辑:杜春杰
封面设计:刘超
版式设计:刘艳庆
责任校对:赵丽杰
责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:16.5

字 数:316千字

版 次:2015年11月第1版

印 次:2015年11月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:32.00元

总 序

文化产业管理：一门新兴的综合性大文科 ——历史与建构

1993年5月，经中华人民共和国教育委员会批准，中国内地第一个文化管理专业——文化艺术事业管理——在上海交通大学创立，同年9月，新生正式入学报到，开始了中国内地高等教育史上文化管理专门人才培养的新篇章。我作为负责这一专业筹建和创立并主持该专业学科建设的责任人，有幸参与了它的全过程，经历和见证了它整整20年的发展史。这是我最感有意义的事。

新中国成立以后，我国高等教育培养了一大批文化艺术领域里的各类专门人才，有不少成为享有国际声誉的艺术家，但却始终没有培养过一名文化艺术经营管理人才。20世纪80年代初关于艺术表演团体改革的讨论，第一次遭遇到了“懂艺术、善经营、会管理”的文化艺术管理专门人才缺乏的障碍。1992年党的十四大提出了社会主义市场经济体制改革的目标，第一次把培养能够满足和适应市场经济体制下文化艺术经营管理需求的高级专门人才提到了中国高等教育的面前。在经历了20世纪80年代高等教育新学科建设高潮之后，中国高等教育又迎来了一次新的学科建设的高潮。如果说80年代的文科学科建设高潮还主要是立足于恢复，那么，这新一轮文科学科建设高潮则全部集中于新文科创建。文化艺术事业管理专业就是这样的新学科、新专业。

在欧美高等教育体系中，大陆法系的这一类专业都命名为“文化管理”专业，如德国、法国、加拿大等；英美法系则称之为“艺术管理”专业，如美国、英国、澳大利亚等。中国内地从中国文化制度体制的实际出发，把这一专业定为“文化艺术事业管理”专业。当时，我在负责这一专业的学科建设的课程体系设计时，主要参考了这两大法系一些代表性大学的专业课程设置，结合中国的情况形成了延续至今的上海交通大学文化产业管理专业课程体系的主干课程与核心框架。它们是：文化经济学、文化政策学、文化行政学、文化投资学、文化市场营销学、国际文化贸易、文化管理学和文化产业学。这一课程体系与核



心框架成为后来创办这一专业的主要参照。为了鲜明地界定人才培养目标和办学方向，上海交通大学文化艺术事业管理专业定位为“文化经济方向”即文化产业。因为，无论是国家政策还是社会认识，把一个新的文科专业直接命名为“文化产业管理”，时机和条件在当时都还不成熟。但这一定位一直是上海交通大学文化艺术事业管理专业始终不渝的办学目标和办学方向。即便在1999年的国家本科专业目录的调整中，把“文化艺术事业管理”“体育管理”“卫生管理”“教育管理”统一合并为“公共事业管理”专业，上海交大这一办学方向都始终没有改变过。

在一无师资，二无教材的条件下，上海交通大学的领导们以对党的事业无限忠诚和科学家对国家战略需求的高瞻远瞩，领风气之先，在学校经费普遍不足的困难条件下，利用百年校庆出百本教材的机会，把文化艺术事业管理专业的教材建设列入其中，开始了学科建设的卓越起步。我国文化产业管理专业学科建设就此开始了教材建设的规范性进程。《文化经济学》这本教材作为我国文化产业管理专业的第一本教材，就是诞生于上海交大的“百年校庆”。1999年，国家“985”工程一期项目启动后，上海交通大学又把文化管理专业系列教材建设列为创新项目予以重点支持。2003年由我担任主编的“21世纪文化管理系列教材”由上海文艺出版社出版，共7种：《文化经济学》《文化政策学》《文化市场营销学》《文化行政学》《文化投资学》《文化市场学》《文化产业学》。我国第一个文化产业管理专业核心课程教材框架初步形成。

在差不多有10年的时间里，除了上海交通大学，国内很少有大学办这个专业。但是，作为一个有着百年历史的高等学府，它的领风气之先的努力首先得到了国家文化部的高度关注与评价。1999年12月，为迎接我国文化建设新的国家需求的到来，文化部与上海交通大学决定依托上海交通大学文化艺术事业管理专业共同创建“国家文化产业创新与发展研究基地”，时任文化部副部长李源潮和上海交通大学校长谢绳武共同担任基地主任，开创了“部校合作”的新模式。上海交大文化产业管理专业学科建设由此进入了新的发展阶段。

2002年，党的十六大提出要“积极发展文化事业和文化产业”，第一次以党的政治决议形式开启了我国文化建设与发展新时期。由中国加入世界贸易组织而激发的关于文化产业的理论与政策研究，直接导致了关于在中国大学创办文化产业管理专业的时代命题的提出。2003年12月，由上海交通大学倡议与北京大学、清华大学、山东大学、云南大学、华中师范大学、山西财经大学等7所高校联合发起的“全国高校文化产业研究与学科建设联席会议”在上海交通大学召开，包括复旦大学、北京师范大学、南京航空航天大学、南京艺术学院、深圳大学、中南大学、中央财经大学等15所高校的专家学者参加了联席会议。会议达成了重要共识，以15所大学文化产业研究机构的名义联合向教育部建议：创建文化



产业管理专业，该建议得到了教育部的高度重视和回应。2004年，教育部正式在本科专业目录外设立文化产业管理专业。山东大学、中国海洋大学、云南大学和中国传媒大学获批成立文化产业管理专业。此后，北京大学、清华大学先后轮流主办了联席会议，参加的院校越来越多。不仅原来的被改名为公共事业管理专业的许多院校依然在办文化管理，而且全国有不少艺术院校在艺术学下面开办有艺术管理专业。全国高校形成了“文化管理”“艺术管理”“文化产业管理”三路大军。为了更好地推进这一新兴学科建设，推进学科建设的科学化，2005年经筹备，在教育部高教司的支持下，“全国高校文化管理类学科建设联席会议”在青岛中国海洋大学召开。全国有56所院校的院系领导和专家出席了会议，山东艺术学院、云南艺术学院、天津艺术学院、鲁迅艺术学院、北京舞蹈学院等开设有艺术管理专业的艺术院校都参加了会议。会议通过了关于文化管理类学科核心课程教材体系建设，在上海交通大学课程教材框架的基础上，增加了《文化学概论》《世界文化产业概要》《文化艺术管理概论》三本，由云南大学出版社出版，我担任编委会主任。

“联席会议”机制的建立不仅增进了不同高校文化管理类专业学科建设的交流和联系，而且进一步扩大了文化产业管理专业学科的影响和建设，尤其是随着文化产业理论与政策研究的不断深入，以及文化产业发展在国家发展战略中的作用日显重要，文化产业管理专业在经历了20年的探索之后，于2013年被国务院学位委员会正式作为科学的学科建设纳入到整个高等学校本科专业目录，成为国家新学科和新人才培养体系的重要战略组成。根据2013年12月在安徽师范大学召开的“第10届全国高校文化产业专业学科建设联席会议”的不完全统计，截至2013年中国内地已有100多所大学开设有文化产业管理专业。与此同时，内地的文化产业学科建设也引起了台湾高校同行的广泛关注和高度认可。随着两岸和平发展的不断深入，两岸在文化创意产业领域里的合作不断深化，两岸高校文化产业管理专业的学术交流、学生培养和学科建设合作机制也应运而生，创立了“两岸高校文化产业本科专业学科建设联席会议”。它标志着一个新兴的综合性大文科在中国崛起。

文化产业管理专业是一个年轻的学科，唯其年轻，因而充满着创造性朝气。作为这种朝气的体现，一方面是关于它的学术研究，另一方面就是关于它的教材建设。中国传媒大学、山东大学、北京大学、中国海洋大学、台湾教育大学都出版了有关文化产业管理专业的系列教材，全国艺术院校还联合出版了艺术管理专业的系列教材。虽然，大家的着立点不一样，但是都体现出一个共同的认知：一个科学的学科建设的标志有两个：科学的课程体系和科学的教材体系。二者相辅相成，缺一不可，而这两项均服务于科学的人才培养需求。正因为如此，许多大学在课程体系建设上都做了许多探索。为了能够体现和反映这种探索，在清华大学出版社组织的这套教材中我们就把这种探索的成果吸收进来了。



因此，清华大学出版社组织出版的这套“‘十二五’普通高等院校文化产业管理系列规划教材”（共16种）是迄今为止我国文化产业管理专业学科建设和教材建设的最重要的成果。

文化产业是现代科学、现代工业文明发展与现代精神文明发展相结合的产物，它是人类社会理论掌握世界体系和表现世界体系的一种新的文明手段和方法。新兴的多学科综合性特质，使得关于文化产业管理研究和在此基础上形成的文化产业管理学科，既具有应用理论的特点，同时又具有基础学科的性质。我们不能把文化产业研究仅仅理解为一种应用性研究。文化产业理论研究应该在学理的层面和意义上，探讨人类社会在工业文明与后工业文明时代人类社会的生存方式、发展方式、认知方式和表达方式。法兰克福学派深刻地揭示和批判了“文化工业”，解释了为什么“文化工业——文化产业”仍然在全世界获得飞速的发展，深刻地改变着世界面貌，改变着人们对世界的了解和思维及其与世界的关系。文化产业作为一个概念的出现，集中反映和表现了文化产业这样一种人类社会现象的普遍存在，由于它和传统的文化形态生命运动和存在方式的巨大区别，这才使人们创造出这样一个概念来表达人们对这一类对象的认识。因此，它是一种新的文化表达理论形态，一种新的社会发展和运动理论及一种经济理论形态，是这些理论形态综合成的一个独立的新的学科理论形态，一种深刻的人类社会进程。

概念是对对象特征的本质概括。同时概念本身又是一个具有无限丰富性的有机生命整体。虽然人们还没有一个普遍认同的统一的文化产业定义，联合国教科文组织关于文化产业的定义至今也没有统一全世界的看法。但是，正如哲学界至今都还没有给出一个公认的“哲学”定义并不妨碍“哲学”学科建设一样，我们完全可以在不断地探索“什么是文化产业”的过程中，建立起作为科学的文化产业管理学科。这应该成为我们建立科学的文化产业学的学科认知基础。

文化产业管理的学科归属，在中国学术界迄今为止尚未有一个统一的认识，虽然，在学科目录中把它归为管理学门类下的一级学科工商管理，但是，在现阶段中国文化产业管理体制中和学科认知上，所涉及的领域和范围，远远超出了工商管理的学科范畴。在权威的国家哲学社会科学基金课题指南里，有关文化产业管理的研究课题被分别归在马克思主义、科学社会主义、哲学、经济学、应用经济学、文学、新闻传播、国际政治等学科门类内，同时在“全国艺术科学规划指南”里，又被划归在“艺术学”下的“文化管理”类。这种情况，一方面反映出中国的文化产业无论在理论上还是在实践上，都还没有展开其全部的丰富性，另一方面也反映出，无论是“哲学”“经济学”“应用经济学”，还是“新闻传播学”“艺术学”，都容纳不下完整意义上的“文化产业管理”。



作为一门新兴交叉学科，文化产业管理专业还很年轻，年轻到不知道究竟把它放在什么位置上，归属到哪一个学科。在讨论文化产业管理专业学科归属的时候，我曾经提出一个建议：把“文化管理”设置为一级学科，下设“艺术管理”“公共文化管理”“文化产业管理”三个二级学科，以对应于“公共管理”“工商管理”等一级学科，同时也可以克服该专业学位管理上同时跨越“艺术学”和“管理学”的交叉与不便。当然，这还需要一个过程。因此，建立文化产业管理专业的必要性就在于在原来的学科体系内，还没有任何一门学科从整体上涵盖文化产业的对象范围。在国际上也是这个情况。国际上的情况要更复杂一些，还涉及不同国家的与学科划分有关的行业分类标准和体系。这就为我们提供了一个能够充分发挥自己的想象力进行科学建构的广阔空间。

文化产业管理学科的课程体系和教材体系是一个开放性系统，单一的学科研究方法无法满足它的学科建设需要。文化产业不是一个单纯的文化现象，也不同于一般的经济产业，它是一个跨学科的研究领域，涉及文学、艺术学、政治学、经济学、传播学、管理学、法学、国际关系等学科领域。不同的学术倾向、不同的思维习惯、不同的研究方法、不同的切入角度，可以产生许多完全不同的结论和构成许多个性鲜明的学术理论体系。尤其是当中国的文化产业发育尚未成熟，在它的矛盾的丰富性还没有充分展开的时候，任何在此基础上形成的研究成果，都是在科学的意义上建立科学的文化产业管理学所不可缺少的。没有充分的富于个性的文化产业理论研究和争鸣，就不可能有真正科学意义上的文化产业管理学科建设。因此，这就特别需要在文化产业理论研究的方法上的创新。可以从实证出发，通过个案研究建立文化产业理论系统，也可以从纯粹抽象的思辨出发，推演出逻辑结构严谨的文化产业学术体系。总之，现有的各种成熟的学术研究方法和手段，都应当成为文化产业理论研究的方法论。

从这个意义上说，这套系列教材提供了一个实验性的对象，它为未来形成一套具有普遍权威性的文化产业管理专业的经典教材，提供了一种包容性选择的参照。它体现了清华大学出版社在支持新学科教材建设上的大气和远见卓识。我受清华大学出版社的委托担任该系列教材的总主编，负责丛书选题设计和专家推荐，得到了同行专家的大力支持，深感责任重大。我希望能够听到和看到同行专家和使用这套教材的老师和同学们的批评，以为今后不断修改提高和完善的工作方向。科学的文化产业管理专业的学科建设是一个崇高的目标，需要很多人的共同参与，我愿与我的高校同行们共同工作，为实现这一目标而努力！

胡惠林

2014年3月5日于上海交通大学

目 录

第一章 导论	1
学习目标	1
导言	1
第一节 国际文化贸易形成发展	2
一、文化交流与国际文化贸易	2
二、工业革命与国际文化贸易	4
三、全球化与国际文化贸易	5
第二节 国际文化贸易当今特征	9
一、美国在国际文化贸易中优势明显	10
二、跨国公司是国际文化贸易的重要主体	12
三、版权贸易是国际文化贸易的主要内容	13
四、国际文化贸易空间分布不平衡	14
第三节 《国际文化贸易》内容安排	15
一、国际文化贸易的研究特征	15
二、《国际文化贸易》的课程特征	17
案例/专栏	18
本章小结	22
综合练习	23
推荐阅读资料	23
第二章 国际文化贸易理论建构	25
学习目标	25
导言	25
第一节 国际文化贸易的相关概念辨析	26
一、国际贸易中的文化因素	26
二、国际服务贸易	27



三、国际知识产权贸易	29
第二节 国际文化贸易基础理论	31
一、国际分工理论	31
二、比较优势与要素禀赋理论	33
三、对国际文化贸易现象的解释	35
第三节 国际文化贸易核心理论	35
一、规模经济理论	36
二、产业内贸易理论	37
三、偏好相似理论	38
四、价值链理论	39
五、竞争优势理论	40
六、对国际文化贸易现象的解释	41
第四节 国际文化贸易价值理论	42
一、文化例外论	43
二、文化多样性	44
三、文化折扣	46
案例/专栏	47
本章小结	51
综合练习	52
推荐阅读资料	52
第三章 国际文化贸易战略管理	53
学习目标	53
导言	53
第一节 国际文化贸易法律文本	54
一、WTO 的三大政策文本	54
二、UNESCO 的《文化多样性公约》	56
三、WTO 与 UNESCO 对文化贸易政策的冲突与协调	57
第二节 国际文化贸易的战略意义	58
一、国际文化贸易促进经济发展	59
二、国际文化贸易改善国家形象	60



三、国际文化贸易有助文化外交	61
第三节 国际文化贸易战略举措	63
一、战略高度	64
二、法律支持	65
案例/专栏	67
本章小结	74
综合练习	74
推荐阅读资料	75
第四章 国际文化贸易政策工具	76
学习目标	76
导言	76
第一节 内部型的政策工具	76
一、各类资助	77
二、财政补贴	78
三、税收优惠	79
第二节 外部型的政策工具	81
一、进口配额	81
二、出口管制	82
三、经济特区	83
第三节 社会辅助政策工具	84
一、行业组织	84
二、人才培养	86
三、海外营销	87
案例/专栏	88
本章小结	92
综合练习	92
推荐阅读资料	93
第五章 国际文化贸易平台	94
学习目标	94
导言	94



第一节 国际图书交易平台	94
一、德国法兰克福国际书展	95
二、意大利博洛尼亚国际书展	96
三、美国 BEA 书展	96
四、英国伦敦书展	97
第二节 国际电影交易平台	98
一、美国电影市场	98
二、戛纳国际电影节	99
三、柏林国际电影节	100
第三节 国际电视节目交易平台	101
一、MIP-TV	101
二、NATPE	101
三、MIPCOM	102
第四节 国际艺术交易平台	102
一、德国科隆国际艺术博览会	103
二、瑞士巴塞尔国际艺术博览会	103
三、法国巴黎国际当代艺术博览会	104
四、美国芝加哥国际艺术博览会	104
案例/专栏	105
本章小结	109
综合练习	110
推荐阅读资料	110
第六章 国际文化贸易中介	111
学习目标	111
导言	111
第一节 文化经纪人及其经纪活动	111
一、文化经纪人的概念及形式	112
二、文化经纪人及其活动的作用	113
三、国外文化经纪行业协会与功能	114
第二节 国际文化经纪实务	115



一、国外演出经纪活动的运作程序	115
二、国际艺术经纪的运作程序	118
第三节 国际主要文化经纪公司	124
一、国际演出经纪跨国公司的经营管理	124
二、艺术品经纪跨国公司的经营管理	128
案例/专栏	130
本章小结	137
综合练习	138
推荐阅读资料	138
第七章 国际文化贸易运行主体	140
学习目标	140
导言	140
第一节 跨国文化资本运营	141
一、文化资本概念及特征	141
二、文化资本交易模式	142
三、跨国文化资本经营模式	143
第二节 文化资本的跨国并购	144
一、并购定义概述	145
二、并购的主要方式	146
三、跨国文化并购的文化考量	147
第三节 主要跨国文化集团的并购	149
一、时代华纳	149
二、贝塔斯曼集团	151
三、迪士尼	153
案例/专栏	156
本章小结	162
综合练习	163
推荐阅读资料	163
第八章 国际版权贸易	164
学习目标	164



导言	164
第一节 国际版权贸易相关概念	165
一、国际版权贸易特征	165
二、美国版权结算中心	167
三、英国“版权集中中心”版权例外制度	169
第二节 国际版权贸易形式	171
一、版权许可与转让	171
二、版权转口贸易	173
三、版权平行进口	173
第三节 主要版权贸易内容	174
一、图书版权贸易	174
二、影视版权贸易	177
三、游戏版权贸易	178
案例/专栏	181
本章小结	189
综合练习	190
推荐阅读资料	190
第九章 国际文化服务贸易	191
学习目标	191
导言	191
第一节 国际文化服务贸易特征	192
一、文化服务贸易总体特征	192
二、文化服务贸易分项特征	195
第二节 全球艺术表演市场	197
一、百老汇	197
二、伦敦西区	200
三、太阳马戏团	201
案例/专栏	203
本章小结	207
综合练习	207



推荐阅读资料	208
第十章 国际文化商品贸易	209
学习目标	209
导言	209
第一节 国际文化商品贸易特征	209
一、文化商品贸易总体特征	210
二、文化商品贸易空间特征	212
第二节 中国文化商品贸易特征	214
一、核心文化产品的国际空间结构	214
二、我国对外文化贸易的国内空间结构	216
三、核心文化产品空间结构特征的理论解析	219
案例/专栏	221
本章小结	229
综合练习	230
推荐阅读资料	230
参考文献	231
后记	243

第一章

导论



学习目标

通过对本章的学习，学生应掌握如下内容：

1. 国际文化贸易的形成与发展；
2. 国际文化贸易的发展特征；
3. 国际文化贸易的研究内容。



导言

随着全球化和信息化的加速推进，国际文化贸易成为全球服务贸易和世界贸易的重要组成部分。国际文化贸易不仅仅是一个经济活动过程，而且蕴含着丰富的文化内涵，是经济与文化互动的过程。世界主要发达国家在面临经济不振、城市衰退和外交受阻等困境时，无一不通过制定文化战略寻求实现经济复苏、促进出口和改变国家形象等功能。英国的“创意经济”战略，美国好莱坞电影的全球化战略，日、韩的“文化立国”战略，它们的战略实施与成功均是通过通向世界的对外文化贸易而得以实现。文化贸易在国际经济中的地位不断上升及对文化影响力的不断渗透，正逐渐成为国际竞争的战略重点。

国际文化贸易是随着社会文明进步和文化发展而不断演进的，从最初的有形文化产品贸易到当今无形的版权贸易，每一种文化贸易方式的变迁，每一种新的文化贸易内容的产生，无不是人类文明的一次演进，是依赖于人类技术进步、观念革新和文化交流与合作，文明和文化进步的产物和表现。从国际文化贸易的形成发展到国际文化贸易的当前特征，决定了“国际文化贸易”课程的内容安排。



第一节 国际文化贸易形成发展

随着人类文明的进步，从国内贸易发展到国际贸易的经济活动，是与不同文明、文化的相互交流与相互融合的过程。国际贸易是国与国之间文明交流的最早方式之一，是国际文明交流的先驱形式，与各地的民族文化、宗教文化、政治文化、科技文化、文学艺术，乃至风俗习惯都紧密联系在一起。就国际贸易而言，其文化特质更为凸显，文化作用更为重要。国际文化贸易作为国际贸易的重要组成部分，它的起源同样始于国际文化交流，工业革命和全球化加速了国际文化贸易进程。

一、文化交流与国际文化贸易

贸易互动与多元文化交流相伴而生，跨文化贸易是人类历史上的重要经济与文化内容。文化交流一方面促进了艺术、科学以及技术领域的变化发展，另一方面也促进了不同文化背景贸易双方的安全保障。贸易双方不仅是社会的经济主体，也是社会的文化主体。追溯国际文化贸易与文化交流的源头，首先想到的就是闻名于世、誉满古今的丝绸之路。

15 世纪以前的东西方文化交流，从交流的规模、物质技术水平及其影响看，大致分为三个阶段。第一阶段：公元前 2 世纪至公元 7 世纪。丝绸之路是这个时期的和平贸易文化交流之路。第二阶段：11 世纪至 14 世纪。此阶段是东西方主要国家封建社会繁荣时期，东西方各国或者由于使节与商旅往来彼此联系密切，或者相互征服与掠夺，促进了文化交流。例如唐与南亚及东南亚、十字军东征（1096—1270 年）、蒙古西征（13 世纪）和马可·波罗东游等。第三阶段：15 世纪。此阶段是世界进入大航海的时代，又是世界文化交流发生巨变的时代，也是世界市场和世界历史形成的时代。

丝绸之路，即东自我国西汉的长安（今西安），横贯亚欧大陆，西达地中海东岸的君士坦丁堡和意大利的一条商路。它的直线距离约为 9 000 千米，实际长度超过 1.2 万千米。这是一条沟通当时世界上两个最大的国家——东方大汉帝国和西方古罗马帝国，联结欧、亚、非三个大陆，推动东西方文明融会交流的通道。丝路贸易是古代欧亚大陆广阔地域内各个国家、地区、民族经济交往的一种主要方式。总体上看，丝路贸易大致包含古代东西方之间（居间转手贸易，属于国际商品交换，贸易对象主要为丝绸、珠宝、香料等奢侈品和土特产品），中国与中亚、南亚诸国之间（国际商品交换和民族贸易），以及中国西北地区各民族之间（西北民族贸易）这样三个相互联系、相互交叉渗透的不