



普通高等学校国际文化贸易专业系列教材

国际文化贸易

李小牧 编著

高等教育出版社

普通高等学校国际

GUOJI WENHUA MAOYI

李小牧 编著

国际文化贸易

高等教育出版社·北京

内容简介

《国际文化贸易》是普通高等学校国际文化贸易专业系列教材中的基础课程教材。本书在篇章结构设计方面,基本贯彻了理论与实践相平衡的原则。第一章“概述”从国际文化贸易概念提出到概念的内涵、外延以及特点等,体现问题导向;第二、三、四章“国别部分”介绍了美国、欧洲和日韩的对外文化贸易特征,注重实践层面的知识归集,意指理论从实践中来;第五、六、七章“贸易模式”涉及贸易标的、贸易结构和交易模式,尝试在行业基础上进行首次理论抽象;第八、九章“理论部分”聚焦贸易动因和贸易效应,回应国际贸易理论经典范式,使读者对国际文化贸易产生更深层次的理解;第十章“贸易政策”则最后回到实践层面,全书以“理论到实践中去”收尾,从而为读者了解国际文化贸易的发展格局与现状、系统学习相关知识搭建了框架。

本书适合普通高等学校国际文化贸易、国际贸易、文化产业管理等专业的学生作为教材使用,也可供社会相关人士作为参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

国际文化贸易 / 李小牧编著. — 北京: 高等教育出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-04-040612-2

I. ①国… II. ①李… 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(2014)第151771号

策划编辑 牛杰
插图绘制 黄建英

责任编辑 牛杰
责任校对 杨凤玲

封面设计 张志
责任印制 尤静

版式设计 童丹

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

印 刷 化学工业出版社印刷厂

开 本 787mm × 960mm 1/16

印 张 15.25

字 数 270千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landaco.com>

<http://www.landaco.com.cn>

版 次 2014年8月第1版

印 次 2014年8月第1次印刷

定 价 29.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 40612-00

总序

(一)

记得2012年年初在美国参加国际学术会议，台下有国外同行针对我的论文讲演《中美国际文化贸易发展比较研究》提问：“中国为什么现在重视发展文化贸易？”我答：“缘于人工成本上升促成产业结构转换，消除西方世界对于中国的种种误解，以及市场化运作较之政府主导的交流活动更容易被接受等。”又问：“中国向各国‘出口’熊猫是文化贸易吗？”答：“不是，但《功夫熊猫》是。”（有笑声！）再问：“现在美国大学里有越来越多的中国老师和学生，他们的文化影响也很大？”答：“是的，这可能看起来比文化贸易影响更大，但事实上，教育本身就属于广义的文化贸易，它与文化贸易的狭义部分（如影视、演艺等）是相互促进的。”上述问答基本反映了国际文化贸易概念的内涵、外延以及贸易的动机。

另一个例子同样是2012年年初，韩国政府讨论推出“韩流3.0版”（Korean Wave 3.0），以相关系列政策措施推动韩国娱乐及其他文化产品和服务的出口，预计三年动用财力达2.32亿美元。韩国的政策制定者们普遍认为，“韩流1.0版”始于十年前韩国影视在海外受追捧，而近两年蹿红国际的韩国特色流行音乐（K-pop music）则自然构成了所谓“韩流2.0版”。^①

可见，在经济全球化背景下，国际文化贸易已经成为当下时代文化经济乃至整个社会经济发展的亮点，影响着其发展水平以及未来去向。来自麦肯锡咨询公司的分析证实了这一点，文化贸易发展的主要推动力和国家经济发展水平的相关度超过90%。^②而全球范围内的经验也表明，文化贸易的发展将带来包括经济增长、产业结构及贸易结构优化、升级等诸多经济效益和社会效益。

就中国情况而言，虽与世界文化经济贸易强国相比仍有很大差距，但近年来政策环境的优化改善、产业基础的不断夯实，也促成了中国对外文化贸易发

^① For Korean Wave 3.0, Go Retro, WSJ, 2012-01-31.

^② 彭壮壮. 文化贸易应成为中国影响全球的着力点. 光明日报, 2009-06-17.

展重要战略机遇期的形成。特别是，中国共产党十七届六中全会提出了建设社会主义文化强国的战略目标，在此基础上，中国共产党十八大更进一步将其明确为显著增强国家的文化软实力，这将使文化产业成为国民经济支柱性产业，中华文化走出去迈出更大步伐。由此，我们唯有顺应大势，迎难而上，在资源、人才、产业、市场、国际化等方面苦练内功，才能在文化经济全球化的竞争中立于不败之地。

具体而言，还有以下三点需要注意：

第一，必须理解国际文化贸易极其特殊的贸易标的。在人本位世界里，文化的发生、绵延伴随着人类社会经济发展的始终，我们可以从多重视角观照人的文化以及文化中的人，可以从人类历史波澜壮阔的画卷中寻觅广博厚积的与文化相关的事物与现象。发现之一便是我们的生活本身就是前行的文化，而文化的交流与交往则在展开生活历史的同时又滋养着其本身，推动着文化的多维、多样性发展，并在人类社会生产力的上升以及生产方式和生活方式的变迁中发挥日益重要的作用，其中文化与经济的相伴相融便成为生活与历史的必然。

追溯经济生活中的文化交往活动，应该涵盖人类社会发生的林林总总。因而从有交换与交易发生起，文化的元素、内涵、气质已然被纳入其中，且目标直指人类自身发展。由此来看，在一定意义上，国际贸易，更确切地说是货物贸易也可以被视为文化的交往。然而在世界市场形成的进程中，没有比资本主义阶段更能推动文化以一种独立而强有力的姿态站到历史前台、以商品和服务的形式迅速弥散于国别市井之间的，由此进一步拓宽了国际贸易的领域与范围。

第二，必须重视国际文化贸易的产业基础。“文化产业”概念的提出最早可追溯至20世纪初。在德国法兰克福学派学者西奥多·阿多诺及马克斯·霍克海默所著的《启蒙辩证法》一书中，作者首次提出“文化工业”一词，用以批判资本主义社会下大众文化的商品化及标准化。然而时至今日，文化产业的迅猛发展以及为各国所推崇之势绝非学者们当初所能预料。有关研究报告展现了这样的事实，即与汽车业、化工业以及煤气、电力业等传统工业部门相比，欧洲文化创意产业从业者较这些行业雇用人数的总和还要多。^① 文化产业的发展无疑为国际文化贸易的繁荣奠定了坚实的基础。

第三，必须强调国际文化贸易的市场属性。我们应该习惯市场机制作用下“表面看似无序、实则内在有序”的状态，习惯于这种由“看不见的手”所营造的高效、良性的秩序；切忌为达到可见而低效的秩序，给政府那只“闲不住的手”干预市场寻找理由。贸易就是贸易，尽管它关乎文化。这有时可能很痛

^① KEA European Affairs, 2006.

苦，但结果却总是好的。例如国际知名导演李安在推介其在中国大陆市场广受好评的好莱坞大片《少年派的奇幻漂流》时，也曾感叹要平衡艺术和商业，坦言在艺术良心和商业压力间挣扎。^①

(二)

诞生于1964年的北京第二外国语学院，曾直接隶属国家对外文化联络委员会，其建校初衷即来自于周恩来总理当时有关培养国际文化交流人才以促进新中国对外关系发展的战略思考。近年来，通过对国际文化贸易这一新生事物的持续关注和研究，北京第二外国语学院逐渐形成了一支学缘结构合理、专业背景交叉的教学科研团队，主持并完成了“国有表演艺术院团改革及其国际化发展战略研究”、“首都文化贸易现状及发展趋势研究”、“国际文化贸易本科应用型人才培养模式研究”等10项国家级、省部级研究课题，出版发表了《国际文化贸易》(专著)、《首都文化贸易发展报告》(2008—2012年)、《国际文化贸易专刊》(2010—2012年)以及50余篇核心期刊学术论文。丰硕的研究成果，使北京第二外国语学院业已成为国内国际文化贸易的理论研究高地。

同时，我们还汇集政、产、学、研多方力量，与文化部对外文化联络局、英国纽卡斯尔大学联合主办“国际文化贸易论坛(2010—2012年)”，与中国国际贸易学会、《国际贸易》杂志社联合主办“国际服务贸易论坛(2007—2012年)”，与文化部文化体制改革工作领导小组办公室联合成立国家文化发展国际战略研究院，并主办了“文化体制改革与中国文化走出去高峰论坛(2010—2012年)”，通过上述高端学术交流，建设国家文化发展的信息智库和外脑平台，为政府决策、企业发展贡献才智。

多年的学术积累、广泛的合作交流，加之世界范围内文化产业对外贸易迅猛发展对于大量专门人才的需求，催生了对于国际文化贸易人才进行专业培养的需求，加快了北京第二外国语学院造就国际文化经营管理人才培养基地的步伐：

2004年2月，开设“国际文化贸易热点问题”课程。

2007年4月，在公开出版的国际服务贸易教材中加入“国际文化贸易”章节。

2007年9月，招收国际经济与贸易专业(国际文化贸易方向)本科生。

2009年2月，经教育部批准，增设国际文化贸易本科专业。

2009年7月，成立国际文化贸易系。

2011年9月，由文化部和商务部共同推荐申报“国家文化发展国际战略

^① 李安：在艺术良心与商业压力间挣扎。汕头特区晚报，2012-11-06。

人才”博士培养项目。

2012年12月,获得教育部批准设立交叉学科——国际文化贸易专业二级学科硕士学位授予权。

北京第二外国语学院国际文化贸易专业人才的培养实践说明,高等学校应该主动适应社会经济发展对人才的需求,实现政产学研用一体化的办学模式,兼容外语和国际贸易专业特色,强化多学科、各领域的交流互动,推动项目驱动型、教学研究型及社会实践型等人才培养模式创新,凸显鲜明的国际文化贸易人才竞争优势,以更好地服务于文化“走出去”的国家战略。

(三)

专业建设是推进人才培养的基石,而教材建设无疑是专业建设的重要组成部分。在高等教育出版社经济管理分社张冬梅社长的全力支持下,国际文化贸易专业系列教材被列入出版计划。

我们深知,教材是用于向学生传授知识、技能和思想的材料,一般应是经过实践检验、相对成熟的人类智慧结晶的逻辑梳理。但国际文化贸易专业各门课程所涉及的均属开创性领域,从概念到规律几乎无国内外先例可资借鉴,相关实践活动尚在探索过程之中,这就给我们编写本系列教材带来了许多具体困难。举个例子,从头至尾编写者都要面对各种各样似是而非、不够严谨的概念和说法,如“文化折扣”、“共同消费”及“离岸、在岸”的误用,等等,我把这些称作“概念扰乱”。为此,我们采取了进一步强化与相关实践领域的联系、加强与文化创意产业发源地英国高校的交流力度以及全口径借鉴与对接国际经济贸易类课程等措施,尽最大可能打造一套符合经济学规范的国际文化贸易专业系列教材。

本套教材包括《国际文化贸易》、《中国对外文化贸易概论》、《文化产业经济学》、《跨国文化投融资》、《文化市场营销学》和《文化贸易统计学》六本,是为从事国际文化贸易以及相关专业领域学习、研究和实践而设计、编写的系列教材。它为读者理解文化经济全球化背景下国际文化贸易的发生、发展打开了一扇扇别致的窗户,从窗口中读者将可以领略不同景致构成的亮丽而壮阔的画面——选材精要且富有联系,表现生动又符合智趣,以创新、立意、体系首开国内国际文化贸易专业系列教材之先河,令人耳目一新。教材以促进国内国际文化贸易及相关专业建设和人才培养为己任,立足国际化高度和全球化视野,从经济学的专业视角考察国际文化贸易发展,突出新兴交叉学科在社会前进浪潮中所呈现出的新特点,使教材具有更强的示范性和可读性。

本系列教材的编写团队成员,均来自具有深厚国际文化特色和贸易经济背景是北京第二外国语学院。我们顺应社会经济发展形势,勇于探索实践,以国

际化、复合型、应用型的人才培养特色不断致力于打造国际文化贸易精品专业。通过专业系列教材的编写和建设，最大限度地体现学校的办学特色，最大限度地发挥教材建设的团队优势，最好地诠释编写者们对于我国高校教育事业的追求和热爱。

当然，这也是我们相关团队在国际文化贸易专业系列教材建设领域的第一次尝试。教材中难免有不尽如人意的地方，希望各位读者多提宝贵意见和建议，以便今后日臻完善。

北京第二外国语学院副校长
国家文化发展国际战略研究院院长
国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心主任



教授、经济学博士
于二〇一二年岁末

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

Contents

Chapter One Introduction to International Cultural Trade	1
Section One The Concept of International Cultural Trade	2
Section Two The Characteristic of International Cultural Trade	8
Section Three How to Learn International Cultural Trade	13
Summary	15
Questions for Self Review	16
Case Study	16
Chapter Two US International Cultural Trade	19
Section One General Situation of US International Cultural Trade ...	21
Section Two The Characteristic of US International Cultural Trade	28
Section Three The Reason for the Characteristic of US International Cultural Trade	36
Summary	44
Questions for Self Review	44
Case Study	45
Chapter Three Europe International Cultural Trade	48
Section One General Situation of Europe International Cultural Trade	50
Section Two The Characteristic of Europe International Cultural Trade	57
Section Three The Reason for the Characteristic of Europe International Cultural Trade	62
Summary	66
Questions for Self Review	67
Case Study	67

Chapter Four	Japan and Korea International Cultural Trade	69
Section One	General Situation of Japan and Korea International Cultural Trade	70
Section Two	The Characteristic of Japan and Korea International Cultural Trade	78
Section Three	The Reason of the Characteristic of Japan and Korea International Cultural Trade	84
Summary		93
Questions for Self Review		93
Case Study		94
Chapter Five	Target of International Cultural Trade	96
Section One	The Overview of the Trade Target	97
Section Two	Content Changes of the Trade Target	104
Summary		113
Questions for Self Review		113
Case Study		113
Chapter Six	Structure of International Cultural Trade	116
Section One	The Scale of International Cultural Trade Structure	118
Section Two	Market Structure of International Cultural Trade	124
Summary		132
Questions for Self Review		133
Case Study		133
Chapter Seven	Mode of Cultural Trade Transaction	136
Section One	Pattern of Cultural Trade Management and Marketing	138
Section Two	The Development Trend of Cultural Trade	147
Summary		154
Questions for Self Review		155
Case Study		155
Chapter Eight	Causes of International Cultural Trade	157
Section One	Theory Explanation of Different Trade Mode	159

Section Two Motivation Analysis Based on the Perspective of Trade Interests	167
Summary	176
Questions for Self Review	176
Case Study	177
Chapter Nine International Cultural Trade Effect	179
Section One The Economic Effect of International Cultural Trade ...	181
Section Two Non-economic Effect of International Cultural Trade	192
Section Three The Negative Effect of International Cultural Trade	197
Summary	199
Questions for Self Review	199
Case Study	199
Chapter Ten International Cultural Trade Policy	203
Section One The Global Policy of International Cultural Trade	205
Section Two The Regional Policy of International Cultural Trade ...	216
Summary	220
Questions for Self Review	220
Case Study	221
References	223
Acknowledgements	224

案例目录^①

《泰坦尼克号》3D版6天过4亿 中国票房赶超北美	2
真正的文化输出，英国购买《中国好歌曲》版权	16
新技术成就《阿凡达》	20
美国版权产业与版权制度	32
米高梅破产的原因	45
《哈利·波特》的商业神话	49
英国电视节目“走俏”世界	67
“柯南”的营销之道	70
韩国文化产业振兴院助力韩国文化崛起	88
韩国文化贸易繁荣给中国文化贸易带来的启示	91
来自“星星”的版权话题	94
中国演艺版权引进第一单——中文版《妈妈咪呀!》	97
兼具东西方双重文化身份的中国电影人——李安	105
评《芝加哥》巡演遇阻：别让“经典”在市场“翻船”	113
法兰克福书展——世界出版人的奥运会	117
《致青春》票房不让《钢铁侠》，国产电影有望抢回半壁江山	133
美国最红网络剧《纸牌屋》改变电视剧盈利模式	137
迪士尼：用一个触点带动全产业链	155
跨文化传播要减少文化折扣	158
合作合拍让本土文化走向全球	170
出版“走出去”也是门生意	177
文化创意产业的由来	180
2012年意大利文化产业新增3万个就业岗位	186
中国文化消费的发展目标	188
贸易促进文化多样性和独特性的有力证据	193
美国文化贸易“出口垄断”的终极目的	199
WTO就中美出版物市场准入案驳回中方上诉	204
美国音乐和电影业向盗版发动网络警告	221

① 本目录收入了书中的引导案例和扩展案例，以便读者参阅。

目 录

第一章 国际文化贸易概述	1
第一节 国际文化贸易概念	2
第二节 国际文化贸易特征	8
第三节 怎样学习国际文化贸易	13
本章小结	15
复习思考题	16
案例讨论题	16
第二章 美国对外文化贸易	19
第一节 美国对外文化贸易概况	21
第二节 美国对外文化贸易的特点	28
第三节 美国对外文化贸易特点的形成原因	36
本章小结	44
复习思考题	44
案例讨论题	45
第三章 欧洲对外文化贸易	48
第一节 欧洲对外文化贸易概况	50
第二节 欧洲对外文化贸易的特点	57
第三节 欧洲对外文化贸易特点的形成原因	62
本章小结	66
复习思考题	67
案例讨论题	67
第四章 日韩对外文化贸易	69
第一节 日韩对外文化贸易概况	70
第二节 日韩对外文化贸易的特点	78
第三节 日韩对外文化贸易特点的形成原因	84

本章小结	93
复习思考题	93
案例讨论题	94
第五章 文化贸易标的	96
第一节 文化贸易标的概述	97
第二节 文化贸易标的内容的变化	104
本章小结	113
复习思考题	113
案例讨论题	113
第六章 文化贸易结构模式	116
第一节 文化贸易规模结构	118
第二节 文化贸易市场结构	124
本章小结	132
复习思考题	133
案例讨论题	133
第七章 文化贸易交易模式	136
第一节 文化贸易管理与营销模式	138
第二节 文化贸易交易的发展趋势	147
本章小结	154
复习思考题	155
案例讨论题	155
第八章 国际文化贸易动因	157
第一节 不同贸易模式下相关理论的解释	159
第二节 基于贸易利益视角的动因分析	167
本章小结	176
复习思考题	176
案例讨论题	177
第九章 国际文化贸易效应	179
第一节 国际文化贸易的经济效应	181
第二节 国际文化贸易的非经济效应	192
第三节 国际文化贸易的负效应	197

本章小结	199
复习思考题	199
案例讨论题	199
第十章 国际文化贸易政策	203
第一节 国际文化贸易全球性政策	205
第二节 国际文化贸易区域性政策	216
本章小结	220
复习思考题	220
案例讨论题	221
参考文献	223
后记	224

第一章

国际文化贸易概述

【主要内容】

本章主要从三个方面对国际文化贸易进行概述。内容涉及国际文化贸易概念的内涵和外延，国际文化贸易的主要特点以及学好国际文化贸易需要注意的学习方法等。

【学习重点】

掌握国际文化贸易的概念；能够从不同角度分析国际文化贸易的特征。

【学习目标】

1. 掌握国际文化贸易的内涵。
2. 掌握不同范围的国际文化贸易概念的外延。
3. 理解国际文化贸易的主要特点。
4. 了解国际文化贸易的学习方法。

【课前准备】

1. 通读第一章。
2. 阅读引导案例并准备进行案例分析。

【课时安排】

教师讲授 2 个课时，学生讨论 1 个课时。