

中华文化“走出去”的 财政政策研究

T 黄波涛◎著

THE STUDIES OF THE FISCAL POLICY
ON CHINESE CULTURE GOING GLOBAL



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

013059216

F812.45
41

中华文化“走出去”的 财政政策研究

T 黄波涛◎著

HE STUDIES OF THE FISCAL POLICY
ON CHINESE CULTURE GOING GLOBAL



北航

C1665537



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

F812.45
41

图书在版编目(CIP)数据

中华文化“走出去”的财政政策研究/黄波涛著. —北京:
社会科学文献出版社, 2013. 7

ISBN 978 - 7 - 5097 - 4696 - 7

I. ①中… II. ①黄… III. ①文化交流 - 国际交流 - 财政
支出 - 财政政策 - 研究 - 中国 IV. ①F812. 45

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 114392 号

中华文化“走出去”的财政政策研究

著 者 / 黄波涛

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 经济与管理出版中心 (010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目统筹 / 恽 薇

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 张 扬

责任校对 / 刘宏桥

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2013 年 7 月第 1 版

印 次 / 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 4696 - 7

定 价 / 49.00 元

印 张 / 13.5

字 数 / 218 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

摘 要

当今世界正处在大发展、大变革、大调整时期,政治多极化、经济全球化、文化多样化深入发展,科学技术日新月异,各种思想文化交流交融交锋更加频繁,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,围绕发展主导权的竞争更加激烈,维护国家文化安全的任务更加艰巨,增强国家文化软实力和中华文化国际影响力的要求更加紧迫。同时,中国正经历着广泛而深刻的社会变革,发展机遇期、改革攻坚期、矛盾凸显期并存,如果没有文化的积极引领,没有人民精神世界的极大丰富,没有全民族精神力量的充分发挥,一个国家、一个民族不可能屹立于世界民族之林。因此,全球化背景下中国要赢得发展新优势,就必须加快中华文化“走出去”的步伐。

第一章首先对支持中华文化“走出去”方面的文献资料进行了梳理,对背景、目的和意义进行了综述。我国理论界研究全球化背景下中华文化“走出去”的文献不多,国际数据则相对丰富一些。尽管世界各国的文化体制、文化内涵及文化产业重点不同,但基本达成以下共识:一是文化的强大是一个国家软实力的体现,在全球化背景下打上本国烙印不仅具有重要的经济意义,而且具有重要的战略意义;二是文化的发展离不开政府的财政支持。

第二章从四个层面对支持中华文化“走出去”的深层次动因进行了总结。一是理论层面。文化“走出去”是一种优效性文化产品,具有意识形态特征和正外部性特征,其供需机制不同于一般的商品,中华文化“走出去”需要政府有所作为。二是现实层面。在政治多极化的国际政治背景下,支持中华文化“走出去”可以使国外民众能够对开放的、充满活力的中国有全面的了解和认识,有利于延长中国发展的战略机遇期。在经济全球化的背景下,文化产品的辐射效应有利于完善进出口结构等。在文化多样化的国际文化背景下,支持中华文化“走出去”对于我国文化免受外来文化颠覆冲击、维护国家文化



安全具有十分重要的意义。三是财政支持的必要性和可行性层面。公共财政建设与文化改革发展具有内在统一性,支持文化发展改革、推动中华文化走向世界是公共财政的重要职能之一。四是实证层面。文化产品与 GDP 之间存在线性关系,扎实的数理分析为支持文化“走出去”提供了科学依据。

第三章从政府、企业和民间三个层面对当前中华文化“走出去”的现状进行了分析。从政府层面看,对外文化工作部际联席会议制度、驻外中国文化中心的成立,使国内和国外、中央和地方、中央部门之间、政府和企业及民间的文化资源得到有效统筹;对外文化交流品牌的形成、文化产业博览交易会以及国际传播能力建设,已成为中华文化“走出去”重要的品牌、平台和渠道;当前如火如荼的文化体制改革为中华文化“走出去”提供了不竭动力。从企业层面看,本章分别对出版、电影、动漫和演艺等产业进行了分析,提出了存在的问题。从民间层面看,孔子学院作为非营利性教育机构,其运营有利于增进世界人民对中国语言和文化的了解;中国民间组织积极参加美国的奥斯卡电影奖、荷兰的荷赛摄影奖、丹麦的安徒生文学奖、格莱美音乐奖、普利策新闻奖等国际文化组织举办的各类活动,充分展示了中华文化的独特魅力。

第四章对当前中华文化“走出去”的相关政策进行了分析。自进入新世纪以来,中国支持文化发展的政策推陈出新、力度较大,文化体制改革不断深化,文化事业与文化产业得到全面快速发展,中华文化“走出去”的步伐越来越快。本章首先厘清了文化发展相关的政策脉络,为下一步分析提供了宏观层面的政策依据。其次,加大对文化机构的财政投入,是支持中华文化“走出去”最主要的财政政策手段,也是文化产业健康持续发展的基本条件。本章从财政投入的规模、财政投入的结构和财政投入的方式进行了分析。再次,税收作为国家经济制度的重要组成部分,其优惠政策有利于鼓励和支持文化企业参与国际竞争,推动我国文化产品和服务更多地进入国际市场。本章对优惠政策的支持方向和优惠税种分别进行梳理。最后,我国文化金融已初步形成包括政府文化产业基金、政策性银行支持、商业贷款和证券投资基金市场在内的多元化的融资渠道。本章从上述角度进行研究,以期建立多层次文化企业投融资风险分担和补偿机制。

第五章以大量的篇幅对公认的世界文化强国支持文化发展的政策进行剖

析,尤其对美国 and 法国两个分别代表市场机制和政府干预的国家进行了对比。鉴于意识形态和文化价值观的差异,各国的文化政策不尽相同,但总体而言,世界各国尤其是公认的文化强国对文化发展都进行了有选择、有限度的财政投入扶持,具有重要的借鉴意义。美国政府对文化的支持是在坚持自由竞争的市场原则下有选择地进行的。法国利用“文化例外”原则维护本国文化产业利益,通过财政政策积极支持本国文化“走出去”。英国则对本国创意产业实行“一臂之距”的政策,以法律为主,政策为辅。日本政府认同自由开展文化艺术活动,减少政府主观干预行为,并确立政府对文化艺术活动进行间接援助、对具体事务不加干涉的“内容不干预”原则。韩国通过设立相关机构,加大财政投入和税收优惠力度,将发展文化产业作为“文化立国”战略。另外,印度电影的“明星体制”,加拿大“多元文化主义”政策也各具特色。本章最后对公认的文化强国的相关文化政策进行了对比分析,以期对后面的政策建议提供坚实的国际经验支持。

第六章对支持中华文化“走出去”的财政投入政策、税收优惠政策和财政投融资政策提出了建议。这部分内容以第三章中华文化“走出去”现状及问题为基础,结合第四章现行财政政策的分析以及借鉴第五章国际经验。本章首先对政策原则进行了解释,其根本原则是要紧扣政府与市场的关系,有所为有所不为。在处理国际文化贸易、本土文化保护等中华文化“走出去”方面,应采取适度的、在某些阶段甚至是较多的国家干预政策。这是本章第一部分的主要内容。

在全球化背景下支持中华文化“走出去”,必须逐步建立健全同财力相匹配、同当前国际国内形势相适应的政府投入保障机制,不断完善支持中华文化“走出去”的财政政策。要统筹国内与国外两个大局,加大财政文化投入力度,确保中央与地方财政的文化投入稳定增长。要进一步拓宽文化投入的来源渠道,合理增加政府非税收入用于文化的投入。另外,要采取项目补贴、定向资助、出口奖励等政策措施,扩大对外文化贸易。

制定税收政策的原则是根据“相机抉择”的调控要求,通过税收“自动稳定器”功能和优惠政策的搭配使用,更好地发挥税收在推动文化消费、投资、出口协调拉动方面的积极作用。具体而言,要进一步优化增值税和营业税



制度、加快完善推进文化技术创新和促进网络文化建设的税收政策等。

最后,就财政投融资体制而言,一要建立健全文化产业投融资体系,通过贷款贴息、保费补贴以及设立产业投资基金等方式,搭建支持文化产业发展的投融资平台等。二要促进金融资本、社会资本和文化资源有机对接。如设立国家文化发展基金、设立文化创意产业财政担保资金、完善市场准入制度、推动符合条件的文化企业上市融资等。总之,要拓宽投入渠道,鼓励企业、社会团体和公民个人捐赠,努力促进对外文化产品和服务的多元化、社会化,积极引导社会资金以多种方式支持中华文化“走出去”。

Abstract

Nowadays, the world is undergoing development, revolution and adjustment. Multi – polarization, economic globalization and cultural diversification are all happening. Science and technology are changing quickly, all kinds of thoughts and cultures frequently exchange and blend. The status and effects of culture in the competition of comprehensive national strength are becoming prominent. The competition for dominance in world development is becoming more intense. The task of maintaining national cultural security is also more difficult. The need to enhance national cultural soft power is more urgent. At the same time, China is going through broad and profound social transformation. Development opportunity, reform breakthrough and growing conflicts coexist. Thus, without active cultural guidance, and rich spiritual life of the people, it is impossible for a country and its people to stand tall in the world. Therefore, Chinese culture must “go global” quickly so that China can gain new development strength against the background of globalization.

Chapter One summarizes existing literature on Chinese culture “going global”. In China, research on this topic only began about ten years ago. The amount of research achievements is very limited. There is still less policy research on Chinese culture going out. And international data are relatively abundant. Even though countries differ in their cultural systems, cultural substance, and emphases in cultural industries, the following commonalities exist. First, the strength of culture reflects the country’s soft power and has strategic significance in this era of globalization; Secondly, the development of culture cannot happen without the supported from the government.

The second chapter analyzes the deeper motives behind supporting the Chinese culture “going global” from three aspects. First, from the theoretical aspect, cultural products have the features of ideology and positive externality. Their system of demand and supply is not the same as other types of products. The government



should be actively in promoting culture “going global”. Secondly, realistically speaking, the “going global” strategy allows foreigners to know China better and help to avoid foreign invasion of Chinese culture and maintain cultural security. Thirdly, from the point of view of necessity and feasibility of finance support, the development of public finance and cultural innovations are consistent with each other. Supporting cultural reform and promoting Chinese culture’s reaching out to the world are important functions of public finance.

The third chapter analyzes the current situation of Chinese culture “going global” from the points of view of the government, enterprises and NGOs. From the point of view of the government, several departments have allocated different kinds of culture resources, and have tried to improve cultural communication. And the current reform of cultural institutions has provided inexhaustible fuel for the “going global” campaign. From the point of view of the enterprises, the author analyzes the current situation of the publishing, film, animation and performing arts industries and points out present problems. From the point of view of NGO’s, Confucius Institute, as a non – profit educational institution, enhances the knowledge of Chinese language and culture among people all over the world, and fully displays the unique charm of the Chinese culture.

The fourth chapter analyzes policies related to Chinese culture “going global”. First, since the start of the new century, China support cultural development policy and this analysis provides macro – level policy basis for the next analysis. Secondly, increasing the financial investment to the cultural institutions is the main form of fiscal support for Chinese culture to “go global”, and also the basic condition for sustained and healthy development for the cultural industry. This chapter analyzes financial investment in terms of its scale, structure and methods. Thirdly, as an important part of the national economic system, its preferential tax policies are beneficial to cultural enter by helping them prizes participate in international competition and Chinese cultural products and services enter the international market. This chapter analyzes the preferential policy support and preferential taxes. Lastly, the cultural finance of our country has taken shape, featuring diversified financing channels, including government culture industry fund, policy support, bank commercial loans and securities market.

Given the differences in ideology and cultural values, the cultural policies of



different countries vary. Generally speaking, nations of powerful cultural traditions have all provided some support for their own cultural development. The fifth chapter studies representative countries, especially the US and France, which represents market system and government intervention, respectively. The US government's supports for the cultural industry honors the principle of free market competition. The French government adheres to the principle of "cultural exception" to safeguard its national interests. At the same time, it also supports native culture actively through fiscal policies. The British government supports its creative culture industry through the law and policies. The Japanese government permits culture to develop freely and reduces intervention. It does not intervene in the contents of the cultural activities. The Korean government sets up related intuitions to enhance financial investments in and tax preferences for the cultural industry, and attaches to it strategic importance. Indian and Canadian policies on culture also have their own features. Finally, the chapter analyzes and compares cultural policies in several culturally powerful countries, generating the following policy suggestions.

The sixth chapter gives financial policy suggestions. The first part of the chapter emphasizes the relationship between government and market. Then, the chapter provides the suggestions about setting up the system of government investments and perfecting the financial policies supporting Chinese culture's "going global". Project-oriented funding, subsidies, export incentives should be used to improve foreign trade. Tax policies should be stimulated according to the principle of discretion. Automatic stabilization function of tax and preferential tax policies should be utilized to improve cultural consumption and investment. In particular, the policies of value-added tax, business tax, culture and technology innovations should be used. Lastly, loan discount, premium subsidy and the establishment of industry investment funds also help to build the platform of cultural development. The establishment of a national cultural development fund and cultural and creative industry finance guarantee funds, improvement of market access and improving the enterprises conforming to the requirements listed should be used to support the development of culture industry.

目 录

第一章 绪论	001
第一节 研究背景	001
第二节 研究目的和意义	006
第三节 国内外研究综述	007
第四节 研究思路和研究方法	025
第五节 创新和不足	026
第二章 支持中华文化“走出去”的动因分析	028
第一节 支持中华文化“走出去”的理论基础	028
第二节 支持中华文化“走出去”的现实因素	038
第三节 公共财政支持中华文化“走出去”的必要性和可行性	044
第四节 全球化背景下文化贸易与 GDP 关系的实证研究	047
第五节 本章小结	056
第三章 中华文化“走出去”的现状和问题	058
第一节 政府层面的中华文化“走出去”	058
第二节 企业层面的中华文化“走出去”	077
第三节 民间层面的中华文化“走出去”	088
第四节 本章小结	091



第四章 支持中华文化“走出去”的现行财政政策	094
第一节 支持中华文化“走出去”的政策脉络	094
第二节 支持中华文化“走出去”的财政投入政策	097
第三节 支持中华文化“走出去”的税收优惠政策	107
第四节 支持中华文化“走出去”的投融资政策	115
第五节 本章小结	120
第五章 国外支持文化“走出去”的财政政策比较	122
第一节 美国	122
第二节 法国	130
第三节 英国	137
第四节 日本	139
第五节 韩国	143
第六节 其他国家经验	149
第七节 国际经验借鉴	151
第八节 本章小结	153
第六章 支持中华文化“走出去”的财政政策建议	155
第一节 支持中华文化“走出去”的政策原则	155
第二节 支持中华文化“走出去”的财政投入政策建议	158
第三节 支持中华文化“走出去”的税收优惠政策建议	167
第四节 支持中华文化“走出去”的投融资政策建议	170
第五节 本章小结	172
参考文献	174
后记：激情燃烧的青春岁月	181

CONTENTS

Chapter 1	Introduction	/ 001
Chapter 2	The analysis of the reasons for supporting Chinese culture “going global”	/ 028
Chapter 3	The current situation and problems of Chinese culture “going global”	/ 058
Chapter 4	The current fiscal policies supporting Chinese culture “going global”	/ 094
Chapter 5	International comparison of fiscal policies supporting cultures “going global”	/ 122
Chapter 6	The proposal of public finance on supporting Chinese culture “going global”	/ 155
References		/ 174
Postscripts		/ 181

第一章 绪 论

第一节 研究背景

文化是国家和民族的灵魂，集中体现了国家和民族的品格。文化的力量，深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中，是团结人民、推动发展的精神支撑。^① 当今世界政治多极化、经济全球化、文化多样化深入发展，围绕综合国力的全方位竞争更加激烈，各种思想文化交流交融交锋更加明显，国际思想文化领域斗争日趋尖锐复杂，维护意识形态安全和文化安全始终是一项紧迫任务。在全球化背景下，一个国家的文化发展同该国家的政治、经济、科技与社会发展的关系日趋紧密，是综合国力的重要标志。^② 要成为一个有影响力的大国，不但需要强大的经济实力、军事实力和科技实力等“硬实力”，还需要强大的文化“软实力”。推动中华文化走向世界是中国文化事业和文化产业肩负的重大历史使命，也是提高国家软实力的内在要求。

一 全面建设小康社会的国内环境

2020年前后，我国将建成惠及十几亿人口的全面小康社会，文化大发展大繁荣是从全面建设小康社会和中国特色社会主义事业“四位一体”的总体布局高度提出的根本要求。与发达国家经过上百年发展繁荣的文化相比，我国文化发展的水平还不高，与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应，在体制机制改革方面还不够深入，与当今先进科学技术迅猛发展还不配套，与当

^① 《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》。

^② 《文化产业振兴规划》，新华网，2009年9月26日。



前我国第二大经济体的国际地位相比落后很多。作为在经济体制改革和文化体制改革过程中逐渐形成的后发产业,中国文化产业普遍存在资本积累不足、机制不健全、缺乏市场活力等问题,但这些困难中蕴含着新的机遇和有利条件。十七届六中全会的召开,把文化发展提升到新的战略高度,提出要大力培育市场主体,加快转变文化产业发展方式,进一步解放和发展文化生产力,以推动文化又好又快发展。

文化具有极其鲜明的特点。首先,文化具有反向调节功能,面对经济下滑,文化产业具有逆势而上的特点。^①其次,文化产业是典型的来自于人、服务于人的情智产业,具有低能耗、无污染的特征。再次,文化产品和服务的目标是满足人们的精神和情感需求,优秀健康的文化产品可以改善人文环境,具有循环累积的人文价值收益递增的特性。^②而且,“文化工作是加快经济发展方式转变的八项重点工作之一,加快文化发展有利于优化经济结构和产业结构,有利于拉动居民消费结构升级,有利于扩大就业和创业”。^③以低能耗、低污染、低投入、高附加值为特征的文化业态,不仅在满足了人民群众多样化需求方面创造了良好的社会效益,而且在加快转变经济发展方式的过程中创造了可观的经济效益。文化发展对我国加快转变经济发展方式、优化经济结构、促进经济社会和谐发展方面的重要性不言而喻。

自改革开放以来,尤其是党的十七大以来,我国文化建设逐步适应市场经济发展的要求,取得了长足进步。党的十七大明确提出,要积极发展公益性文化事业,大力发展文化产业,激发全民族文化创造活力。2009年下半年,为应对国际金融危机的新形势和适应文化领域改革发展的迫切需要,我国制定了《文化产业振兴规划》,首次将文化体制改革和大力发展文化产业提升到国家战略层面,提出在重视公益性文化事业的同时,加快振兴文化产业,充分发挥文化产业在调整结构、扩大内需、增加就业、推动发展中的重要作用。

① 《文化产业振兴规划》第一部分:“加快文化产业振兴的重要性紧迫性”。

② 财政部网站:《公共财政支持文化产业发展研究》。

③ 胡锦涛在省部级主要领导干部深入贯彻落实科学发展观加快经济发展方式转变专题研讨班上的讲话,2010年2月。



2011年《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》第10篇用3章篇幅提出了“传承创新——推动文化大发展大繁荣”内容,为未来五年我国文化发展描绘了宏伟蓝图。^①本规划纲要指出,要构建以优秀民族文化为主体、吸收外来有益文化的对外开放格局,积极开拓国际市场,创新文化“走出去”模式,增强中华文化国际竞争力和影响力,提升国家“软实力”。《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》指出要加强对外文化交流与合作。具体措施分为三个方面:一是加强对外文化交流;二是推动文化产品和服务出口;三是扩大文化企业对外投资和跨国经营。

2011年10月召开的十七届六中全会指出要积极推动中华文化走向世界。要“开展多渠道多形式多层次对外文化交流,广泛参与世界文明对话,促进文化相互借鉴,增强中华文化在世界上的感召力和影响力,共同维护文化多样性”。同时,“创新对外宣传方式方法,增强国际话语权,妥善回应外部关切,增进国际社会对我国基本国情、价值观念、发展道路、内外政策的了解和认识,展现我国文明、民主、开放、进步的形象”。

二 世界范围内政治多极化深刻变革

美国在当今国际秩序中具有强大的影响力,在很大程度上依赖于其文化的强大吸引力,正是由于经济大国、军事大国和文化大国的充分对接,才造就了美国现在的强势。2010年中国GDP总量超越日本跃居世界第二位,但是单纯的经济总量不能决定一个国家在世界上的综合地位。任何一个国家要成为世界强国,必须具备与经济实力、军事实力相匹配的文化软实力。目前,我国文化整体实力和国际影响力与我国国际地位还不相称,与我国深厚的文化底蕴还不相称,国际文化格局西强我弱的状况并没有改变。在这样的背景下,加快提升国家文化软实力,已经成为事关党和国家发展全局的重大而紧迫的课题。软实力的竞争主要表现为文化核心价值的影响力,中华文明

^① 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》,新华社《每日电讯》,2011年3月17日。



的核心价值是中国软实力的真正表现所在。文化产品只有“走出去”，才能更好地传播中国的文化理念，才能改变其他国家对中国偏颇和扭曲的印象，才能树立中国良好的国际形象。因此，推动中华文化“走出去”，提高国家的文化软实力，不仅是经济发展的迫切需要，更是关系到国家发展的整体利益，具有重要的战略意义。

三 世界范围内经济全球化愈演愈烈

2008年世界金融危机后，我国传统产业的对外贸易出现了整体不振的局面。要改变这一局面，一方面要加快调整经济结构，由出口主导型向内需主导型转变；另一方面要加快文化产业与外贸出口的有机衔接，加大高科技附加值和高文化附加值产品的出口。在这种情况下，我们只有加快中华文化“走出去”的步伐，合理协调文化内需与外贸的关系，制定出口导向的鼓励政策，把文化产业“走出去”作为新的出口增长点，优化我国对外贸易结构，才能形成生机勃勃运行良好的格局。

文化产业本身涵盖领域广泛，既结合传统制造业与第三产业，又融入了高科技因素，文化产品和服务的国际贸易不同于一般货物的国际贸易，其商品形态和意识形态的双重属性决定了所有国家必须给予重视。但是，就当前我国对外文化贸易现状而言，文化出口的受众还主要是海外华人，非华人地区对中华文化的接受程度较低，体现中华文化核心理念的产品和服务较少，中华文化“走出去”还有很长的路要走。在当今国际文化市场上，西方发达国家的跨国文化公司高度垄断着国际市场，目前，我国较大的文化贸易逆差不仅仅代表着对外贸易的不对等，更代表着文化交流的不对等，久而久之也会削弱中国在国际关系中的话语权。

四 世界范围内文化多样化方兴未艾

文化多样化又称文化多元化，是指一个国家或者民族在全球化浪潮中，在继承本国优秀传统文化的同时，吸收和借鉴其他国家或民族的优秀文化，进而形成以本国文化为主，外来文化为辅的多种文化共同存在、相互影响的局面。国家文化安全是指国家以主流价值体系为核心的各种文化体制机制、秩序的运