

金元浦
主编

当代文化产业论丛

当代国际文化贸易 与文化竞争

Dangdai
Guoji
Wenhua
Maoyi
yu
Wenhua
Jingzheng

李怀亮·著



Cultural Industry

广东人民出版社

当代国际文化贸易 与文化竞争

Dangdai
Guoji
Wenhua
Maoyi
yu
Wenhua
Jingzheng

李怀亮·著



图书在版编目 (CIP) 数据

当代国际文化贸易与文化竞争/李怀亮主编. —广州:
广东人民出版社, 2005. 4

(当代文化产业论丛)

ISBN 7-218-04862-5

I. 当... II. 李... III. 文化-产业-研究报告-中国
IV. G·124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 013547 号

选题策划	金炳亮
责任编辑	黄洁华
封面设计	方雷
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社
印刷	肇庆市科建印刷有限公司
开本	850毫米×1168毫米 1/32
印张	11.125
插页	1
字数	27万
版次	2005年4月第1版 2005年4月第1次印刷
印数	5000册
书号	ISBN 7-218-04862-5/G·1250
定价	23.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020-83795749)联系调换。

(售书热线: 020-83799595 020-83791084)

中国文化产业进入加速发展的新阶段 (代总序)

金元浦

如果说 1994—2003 年是我国文化产业的准备酝酿探索的阶段的话，那么，随着我国加入 WTO 和中国经济高速发展进入小康社会，当代中国文化产业已进入一个加速发展的新阶段。

1994—2003 年是我国文化产业的酝酿探索的起步阶段，在这八九年中，我国文化产业界逐步转变了观念，初步探索了文化产业发展的现实道路。从历史看，我国文化产业的理论研讨的起步与欧洲、日本、韩国相比并不晚，但在观念上却徘徊多年，造成实践上长期停滞不前的局面。欧洲、日本和韩国 90 年代中期，先后致力于发展文化产业，1995 年，日本文化政策推进会议在其重要报告《新文化立国：关于振兴文化的几个重要策略》中，确立了日本在未来 21 世纪的文化立国方略。其后，韩国也提出，知识密集型和高附加值的文化产业是最适合韩国的产业。政府制定了切实可行的政策，将文化产业培育成 21 世纪在韩国经济中起先导作用的国家基干产业。方针政策确定之后，日韩两国的文化产业得到快速发展，游戏软件、动漫画、日剧韩剧等文化产业迅速成长为国民经济的支柱产业，在振兴本国经济方面，发挥了重要作用。

我国对文化产业的关注和讨论是较早的，《中国文化报》早在 1994 年就率先举办了中国文化产业征文和讨论，为文化

产业的发展做了理论上的探索。但总体发展阶段的限制、计划经济框架下的文化体制和观念的陈旧滞后，严重束缚了我国文化产业的发展，使我国文化产业在总体上呈现为徘徊不前的局面。

我国文化产业发展面临巨大的机遇

当前，我国文化产业发展面临着前所未有的历史性的机遇与挑战，机不可失，时不我待。

从世界来看，近年西方文化产业正酝酿着更大的发展，当代信息产业正在向创意产业（创造性产业）快速迈进，在美国，新经济中的文化要素构成了创造性经济的重要战略目标，欧洲、日本和韩国等国正在迅速崛起，文化产业的未来发展有着巨大的潜力和商机。

从我国来看，经济全球化与加入 WTO，为我们参与世界文化产业竞争创造了条件，也逼迫我国文化产业不得不进入国际大循环。从现实条件来看，中国经济的高速发展，迅速进入小康社会的现实态势对文化产业的发展提出了内在的需求；特别是高新技术如 IT 业的高速发展，奠定了中国文化产业发展的科学基础与技术保障。文化产业需要高新技术，高新技术也迫切需要文化产业（内容产业、创意产业）发展的支持。而文化创新则和技术创新一起，构成了我国未来社会经济持续高速发展的不竭动力。

同时，作为成长中的经济大国，中国面对未来世界，需要也必须规划和大力建设发展中的文化大国和文化产业大国，重建“中国形象”和中国产业形象。发展中的经济大国必须辅之以新的文化形象与文化策略。中国需要全面重建文化。而在文化建设中，首先推进国内文化经济与文化产业改革并准备外向的产业发展姿态。

那么，中国成长为未来世界文化产业大国是否具有可能呢？综观当代世界文化产业发展，在要素组合中目前中国处于相对有利的位置。这包括：（1）中国作为发展中经济大国的综合国力的提升，（2）中国作为文化资源大国具有巨大潜力，（3）中国在经济领域改革的成功范例和经验，（4）中国近年网络等高科技发展为文化产业发展提供了良好基础，（5）中国文化产业具有巨大的待开发人力资源（包括创意者群体资源），（6）中国自身具有的巨大文化市场，等等。

中国文化产业的发展也面临着严峻的挑战

首先是观念上的挑战。我们必须转变文化无关国计民生的“形象”，全面调整对文化在社会转型与总体结构中位置及意义的认识。文化作为发展的手段尽管很重要，但它最终不能降到只作为经济发展的手段或促进者这样一个次要的地位。“发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。”“文化的创造性是人类进步的源泉。文化多样性是人类最宝贵的财富，对发展是至关重要的。”因此，“文化政策是发展政策的基本组成部分”，“未来世纪的文化政策必须面向和更加适应新的飞速发展的需要”。未来世界的竞争，是文化和文化力的竞争。

其次，我们必须把文化作为生产力来重新认识，探索发展先进文化生产力的道路。文化生产力观念表明，今天的文化作为一种大规模的社会生产，它就天然地具有社会生产的基本特征，具有流通、交换、消费等基本环节，具有市场条件下经济运作的全部过程。而第三代生产力的重要特征便是“文化的经济化、科技化”和“经济、科技的文化化”，以及由之产生的当代文化经济科技的一体化趋势。我们必须重新认识文化的经济功能和经济、

科技的文化含量。同时，文化作为先进生产力，文化产业作为国家发展战略具有重要意义。当代世界兴起的先进生产力是以高科技为基础的文化生产力。先进的社会生产力总是在先进文化的开启和引导下向前发展的。当代经济、科技与文化的一体化包含的两大趋势——经济的产业下游化与公民需求上游化、高级化，就是以人的不断变化提升的需求为根本的。

但是目前，我国文化产业发展仍面临着严峻的问题与困境。这主要表现为我国现有的文化产业基础十分薄弱，体制上延续计划经济的基本格局，仍然存在着四大壁垒——所有制壁垒、部门壁垒、行业壁垒、地域壁垒；市场化程度很低；并且，毋庸讳言，我国文化产业发展中还存在着文化产业发展与主导意识形态的协调等众多问题。

运用经济改革的成功经验，开展文化体制创新

面对挑战和机遇，我们必须在“三个代表”重要思想的指引下，全面贯彻党的十六大精神，落实十六大提出的文化体制改革和发展文化产业的战略决策。坚决冲破一切妨碍文化发展的思想观念，坚决改变一切束缚文化发展的做法与规定，坚决革除一切影响文化发展的体制弊端。运用经济改革的成功经验，开展文化体制创新。

制度决定长期。的社会经济绩效。目前我国经济体制改革与文化体制改革出现不对称或不平衡，经济发展进入新阶段，文化体制改革滞后或严重滞后，经济结构的战略性调整与文化产业之间不平衡，要求对文化产业结构进行战略性调整。而文化产业结构的战略性调整必然要求文化体制改革。

文化体制的首要问题是计划体制与市场方式的矛盾，文化的

市场改革将成为整个社会主义市场经济体系的一个重要组成部分。文化体制改革应在社会主义市场经济的框架体系内思考和规划。稳步有序地向国内外各种所有制的经济实体放开文化市场准入限制；努力锻造在内外两个市场上具有强大核心竞争力的市场主体——文化企业。政企分开、管办分开、现代企业制度等在经济改革中行之有效的改革实践应在文化领域积极推行和实践，经济、管理领域各个环节的成功经验和大量人才应全方位进入文化创新领域。总之，应借鉴世界各国文化管理上的经验，逐步消除壁垒，在市场经济的主导框架内推动体制改革。

理论创新是我国文化产业发展的先导

在这样一个当代中国文化产业加速发展的新阶段，理论创新具有极为重要的意义。理论创新既是观念的解放，知识的转型，新思路的开拓，又是国家文化政策制定的依据，是对未来文化产业发展方向的预测，是一种总体的文化战略的部署与策划。理论创新是体制创新、制度创新的先导，也是一个国家一个地区规划未来文化产业发展蓝图的必要准备。

当代文化产业的发展首先必须进行文化观念的变革与创新。对文化的认识将全面改变我们对待当代文化产业发展的态度。

从国际上看，20世纪80年代以来，文化与发展日益引起世界各国的普遍关注。人们普遍认识到，经济的发展是一个民族的文化的一部分，而脱离人或文化背景的发展是一种没有灵魂的发展。文化作为发展的手段尽管很重要，但它最终不能降到只作为经济发展的手段或促进者这样一个次要的地位。发展与经济是一个民族的文化的组成部分，发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。而文化政策则是发展政策的基本组

成部分，未来世纪的文化政策必须面向和更加适应新的飞速发展的需要。

先进的文化生产力和先进文化的发展，说到底是以人为目的、服务于人、服务于最广大的人民群众的根本利益和根本需要的。随着社会生产力的迅速发展，人们的收入水平不断提高，人们的社会需要也不断提高。在基本的物质层次满足的基础上，人们更多地关注文化上的、精神上的、心理上的需要，注重个体的全面发展和人的生存质量。即使物质层次的衣、食、住、行需要也大大的文化化了。随着生活的日益提高，人的更高级需求便会优先增长，精神文化附加值的经济含量和财富含量越来越高。而文化产品与文化消费则会优先增长。

总之，当小康时代的来临，人们的初级的、低层次的、偏于物质层次的需求得到充分满足之后，高级的、更高层次的、精神的、心理的需求就会凸现出来。人们要追求更高质量的生活，追求个体的全面发展和全面实现。实际上，今日的经济学已在大力关注知识、信息、文化乃至人的心理，因此，未来的经济是创意经济、体验经济、精神经济和注意力经济（眼球经济）。

东方风来满眼春。正是在这样一个特定的历史转型时期，理论和实践的探索才如此重要。为此，我邀请了中国文化产业研究领域的同仁，一起来编写这套“当代文化产业论丛”。我的提议得到了朋友们的热烈响应，使我备受鼓舞。今天，当这套凝聚着大家智慧、意志、艰辛的丛书（第一辑）面世，我们终于等到了这墨香醉人的时刻，我衷心感谢所有为这套丛书付出心血的朋友们。

这里，只是开始，不论是书，是人，还是文化产业的伟大事业。

北京海淀三灯阁
2004年12月28日

- 1 / 导论
- 1 / (一) 国际文化竞争：全球化时代的重大主题
- 3 / (二) 国际文化贸易：必须直面的战争
- 9 / 第一章 普遍与多元：全球化时代两大文化思潮的冲突
- 10 / 一、作为文化普遍主义的现代化理论
- 10 / (一) 现代化理论：西方国际主义的普遍形式
- 11 / (二) 文化横向移植的理论基础——新的进化论思想
- 14 / (三) 帕森斯的文化思想：“结构一致性原则”
- 19 / (四) 现代化理论受到的冲击和挑战
- 21 / 二、全球化时代的文化普遍主义
- 21 / (一) 对依附理论等的批判
- 23 / (二) 主张文化同质化
- 26 / (三) 民族文化认同——“一个危险的概念”
- 29 / (四) 文化普遍主义对第三世界国家的影响
- 32 / 三、汤林森的文化普遍主义主张
- 33 / (一) “好的”文化普遍主义
- 40 / (二) “植出”、“非领土扩张化”与“世界主义”

- 46 / (三) 对文化帝国主义话语的批判
- 60 / 四、世界范围内的文化多元主义主张
- 61 / (一) 世界体系理论和依附理论对西方中心主义的突破
- 69 / (二) 文化帝国主义理论对文化霸权的挑战
- 77 / (三) 多种文化的星球——联合国教科文组织对文化多元共存的主张
- 84 / (四) 超越普遍与特殊

91 / **第二章 自由贸易与文化例外：两大文化思潮在文化贸易领域的反映**

- 91 / 一、文化产业的全球化
- 91 / (一) 文化贸易的全球化趋势
- 95 / (二) 媒介产业的全球化趋势
- 96 / (三) 全球化背景下文化产业的国际市场结构
- 98 / 二、国际文化贸易的特点
- 98 / (一) 国际文化产品及服务贸易趋向集约化
- 101 / (二) 美国在国际文化贸易中占据优势地位
- 105 / (三) 保护与反保护之争愈演愈烈
- 111 / 三、文化贸易冲突的历史回顾
- 112 / (一) 美国和法国争夺国际电影市场的斗争
- 115 / (二) “文化例外”提出的背景
- 118 / 四、为文化产品定位

118 / (一) WTO 及其他有关文化产品贸易的国际协定

122 / (二) 没有结束的战争

128 / 第三章 文化冲突与竞争：西方各国的文化产业政策

128 / 一、美国的文化产业政策：普遍主义、自由贸易与文化扩张

129 / (一) 美国文化产业在世界上的支配地位

131 / (二) 美国文化政策的基本主张：对内放松管制与对外进行扩张

141 / (三) 文化产业——美国国际战略格局中重要的“软权力”

143 / (四) WTO——输出美国价值观的有效工具

144 / (五) 美国文化产业对世界文化的吸收与“再出口”

146 / 二、法国与加拿大的文化产业政策：保护与扶持

146 / (一) 法国的文化产业政策：加强法国文化的国际地位

151 / (二) 加拿大文化产业政策：多元文化主义

155 / (三) 加拿大的图书产业政策有助出版商利用国内外机遇

157 / (四) 加拿大的电影及其他文化产业政策

163 / 三、放松管制与加强保护

168 / 第四章 国际版权贸易

168 / 一、出版业的全球化趋势

168 / (一) 出版业的全球化背景

170 / (二) 国际出版业巨头登陆中国

174 / (三) WTO与中国出版业的全球化

177 / 二、西方出版业及其市场环境

177 / (一) 美国的出版业代表现代出版的发展趋势和方向

185 / (二) 垄断经营的法国出版业

193 / (三) 德国与欧洲其他国家的出版业

197 / 三、中国版权贸易的历史和现状

197 / (一) 政府对版权贸易工作的促进

198 / (二) 亚洲地区最有影响力的书业盛会——
北京国际图书博览会

201 / (三) 版权引进：中国版权市场蕴含巨大潜力

205 / (四) 版权输出：亚洲是中国图书出口的主要市场

207 / (五) 我国版权贸易的中坚力量

216 / 四、中国出版社参与国际竞争的策略

- 227 / 第五章 国际电视节目贸易
- 227 / 一、世界电视产业的基本格局
- 229 / (一) 世界电视产业十大强国
- 231 / (二) 世界电视产业 100 强在各大洲的分布
- 231 / 二、西方国家的电视产业及其市场环境
- 231 / (一) 美国的广播电视业
- 237 / (二) 法国的广播电视业
- 239 / (三) 英国的广播电视业
- 243 / (四) 德国的广播电视业
- 247 / (五) 加拿大的广播电视业
- 252 / (六) 澳大利亚的广播电视业
- 262 / 三、从学术视角看西方国际电视节目贸易
- 262 / (一) 意识形态学派与社会科学视角
- 267 / (二) 国际电视节目贸易的经济学模型
- 271 / 四、电视节目贸易市场及其运作特点
- 271 / (一) 三大全球性电视节目交易会: MIP-TV、NATPE 和 MIPCOM
- 274 / (二) 全球电视节目博览会的外在特征
- 275 / (三) 关于国际电视节目博览会的学术研究
- 279 / (四) 电视节目贸易市场的运作特点
- 289 / (五) 发展趋势
- 291 / 五、中国影视产业的国际化市场策略
- 292 / (一) 三种贸易模式比较

298 / (二) 国际化市场策略：以《英雄》为例

304 / **第六章 全球化时代中国的国际文化竞争战略**

304 / 一、中国文化产业参与国际文化竞争的目标定位

311 / 二、走产业化之路

316 / 三、积极参与国际文化竞争规则的塑造

325 / 四、提升中国的国家文化形象

331 / **参考文献**

340 / **后记**

导 论

（一）国际文化竞争：全球化时代的重大主题^①

党的十六大报告指出：“当今世界，文化与经济和政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。”

目前，在世界经济、文化发展中，出现了文化经济化、经济文化化、文化政治经济一体化的趋势。所谓经济文化化，是指在现代经济的发展中，文化的、信息的，乃至心理的因素占有越来越重要的地位。文化经济化是指文化越来越具有经济价值，文化开始作为商品和服务进入市场，文化不但已经形成一门产业，而且在国民经济中越来越具有举足轻重的地位。与此同时，文化与政治的关系也越来越密切。一些西方强国总是企图把自己国家的信仰、价值观和生活方式强加给其他国家，所谓的“人权外交”以及各种各样的“干涉主义”都是文化和政治的关系越来越融合在一起的表现。

随着信息时代和知识社会的到来，包括广播、电视、新闻、出版、娱乐、电影等在内的文化产业创造出了巨大的社会财富，在国民生产总值中所占的比重越来越大。现在许多发达国家已经

^① 本节已发表于《求是》杂志 2003 年第 4 期。

把文化产业作为支柱性产业。根据联合国教科文组织的统计,在1980年至1998年间,印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、摄影、广播、电视、游戏及体育用品的年贸易额从950亿美元激增至3880亿美元。这个数字还不包括多媒体、软件和其他版权产品的贸易。美国文化产品的出口收入已经占到了其外贸总收入的38%,对文化产品的消费已经成为人们日常生活中不可缺少的组成部分,文化已经成为重要的消费领域,随着社会生产力的发展,人们对生活质量的要求越来越高,为文化产业的发展提供了广阔的空间。而文化产业的发展又必然会依托和带动相关的产业,如视听业的发展就会带动新的电视设备、音响设备、传输设备等的研制和生产,从而使产业间的关系形成良性循环。文化产业和其他产业间的相互渗透,会给其他的产业注入更多的文化含量,帮助和促进其他产业的产品和服务形成优势品牌,从而给其他产业带来巨大的文化附加值。

历史上,国与国之间实力的较量往往体现在对土地、人口、能源和技术等因素的占领上。20世纪80年代以来,随着经济全球化的进程加快,人们不再仅仅注重经济和军事力量,而越来越看重包括政治、科学、文化和国民素质在内的综合国力的作用,国与国之间的竞争越来越表现为综合国力的竞争。在综合国力中,经济实力和军事实力是物质基础,战略目的以及实现这一目的的意志、动员人民的能力等精神因素是使物质基础成为实际起作用的综合国力的必要条件。一切经济和军事手段最终必须通过人的掌握运用才能发挥作用,而人是受到政治、文化因素深刻影响的社会主体。在综合国力中,文化的功能在于通过对人的塑造来增强或者涣散一个民族的凝聚力,从而最终影响综合国力的实现。正如党的十六大报告指出的那样:“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。”因此,我们“必须把