

基于需求偏好相似理论的浙江文化产业贸易发展研究

孙建军

(浙江工商职业技术学院商学院)

【摘要】研究需求偏好相似理论在文化产业贸易中的拓展,并将其应用到浙江文化产业贸易中。利用贸易数据对需求偏好相似理论对浙江文化产业贸易的影响进行实证研究,进而进行浙江文化产业贸易对策研究。

【关键词】需求偏好相似理论;浙江文化产业;国际文化贸易

【中图分类号】G124

【文献标识码】A

【文章编号】2002 - 828X(2024)05 - 0386 - 02

文化产业被广泛公认为本世纪最具发展前途和增长潜力的“朝阳产业”。文化贸易在国际贸易中比例增长迅猛,正在逐渐改变国际贸易的结构。现今欧美等发达国家文化产业发展较为成熟,是国民经济增长的支柱之一,伴随知识经济的兴起和经济全球化进程的加深,文化产业在发展中国家的产业结构中占有越来越重要的地位。^[1]浙江作为江南水乡,生态优越、人文源远流长,发展文化及相关产业具有得天独厚的资源优势。

以浙江省 2012 年统计数据为例,其文化及相关产业实现增加值 1581.72 亿元,占浙江省生产总值比重的 4.56%,比上年提高 0.57 个百分点。其中,文化产品制造业实现增加值 706.3 亿元,比 2011 年提高 9.55%;文化产品批发零售业增加值 160.73 亿元,比上年提高 6.67%;文化服务业增加值 714.69 亿元,比上年提高 29.87%。三项增加值约占产业增加值比例为 44.66:10.16:15.18。尽管浙江省在文化产业领域已经取得了较为显著的成绩,但与浙江经济强省、文化大省的地位相比,浙江文化产业发展规模、发展水平仍需提高,总体竞争力与国内文化产业发达的省市相比还有一定差距。因此,深入贯彻浙江省文化产业发展战略,促进文化资源优势向文化产业发展优势转变,达成文化产业建设与经济建设联动发展的浙江文化产业发展路径急需探索。

基于需求偏好相似理论,浙江省与需求偏好相似的其他国家及地区应当具有较频繁的贸易行为。所以,加强与这些具有相似需求偏好国家及地区的贸易往来可以推动浙江省文化产业贸易的快速发展。但是,由于文化产业贸易具有与一般产品贸易不同的特征,需求偏好相似理论是否适用与文化产业贸易,是否适用于不同经济发展水平的国家与地区之间的文化贸易,尚需进行探究。因此,本文主要针对浙江省文化产业贸易领域进行相却开究,在对需求偏好相似理论加以拓展的基础上,对浙江省的文化产业贸易进行实证分析,尝试运用修正后的需求偏好相似理论测度浙江文化产业贸易影响因素,并为浙江文化产业贸易的进一步发展提出相应建议。

一、需求偏好相似理论及其在浙江文化产业贸易中的拓展

1. 需求偏好理论述评

需求偏好相似理论是 1961 年瑞典经济学家斯戴芬·伯伦斯坦·林德(stafhlhnlBinder)在《论贸易和转变》中提出的,又称代表性需求理论或重叠需求理论。该理论从需求的角度分析国际贸易产生的原因,认为一种产品在国内的需求是其能够出口的前提

作者简介:孙建军(1978-),男,黑龙江大庆人,硕士,浙江工商职业技术学院商学院讲师,研究方向为产业经济学。

基金项目:浙江省教育厅科研项目(Y201328485),浙江省商业经济学会课题(2012SJZD21)。

条件,出口只是国内生产及销售的延伸;影响一国需求偏好的最主要因素是平均收入水平,而一国的需求偏好又直接影响该国产品的出口结构、贸易量大小和贸易流向。

同时林德认为,一国将出口那些国内需求规模大,即“具有代表性的需求”的产品,企业通常对国内市场客户的需求最敏感;国内市场中亟待解决的问题注往也会激发发明和创新;只有国内消费者接受企业对新产品的不断改进,才能促使成本显著降低。

概括而言,林德的需求偏好相似理论重点阐述了以下几个观点:其一,解释了具有相同经济发展水平的国家和地区的贸易往来,主要是指发达国家之间的工业制成品贸易;其二,收入水平是决定需求结构和需求偏好的主要原因;其三,一国的对外贸易是其对内贸易的延伸。其四,对外贸易更容易发生在具有相同经济水平的国家和地区之间。^[2]

2. 需求偏好相似理论在文化产业贸易中的拓展

文化产品贸易与工业产品贸易是存在明显差异,文化产品贸易需求产生的条件更复杂且受影响的因素更多。首先,文化消费需求是消费结构升级的产物,取决于消费者的收入水平标准,只有达到一个层次标准,才能带来文化消费需求结构的显现。根据国际经验,人均 GDP 在 1000 美元以内,消费结构主体是物质需求层;人均 GDP 在 1000 -3000 美元的区间内,人们将更加希望获得物质消费需求与精神消费需求的双重满足;当人均 GDP 超过 3000 美元时,个人的文化消费需求欲望将会凸显。^[3]其次,文化产业贸易交易商品具有文化特质,是普通工业产品所不具备的。因此,在文化产业贸易中,需求对其影响不完全由收入水平所决定,其内在的文化因素也起着重要作用。鉴于此,我们对需求偏好相似理论在文化产业贸易中的应用需要做出以下拓展。

一是收入水平无疑是一个非常重要的影响因子。当某国或者地区的人均收入水平达到一定的标准时,其文化消费的需求会显现出来,人们会加大对精神文化消费层次的追求。但不能仅以绝对收入水平是否相近来考察需求结构,当我们考察收入差距与文化产业贸易量之间关系时会发现,文化贸易不仅仅局限于具有相同经济发展水平的国家和地区之间,即绝对收入水平相同或者近似的国家及地区,存在收入水平差距的国家和地区间也产生文化贸易往来。

二是文化背景对需求偏好会产生重要的影响。不同的历史文化、风俗习惯、宗教信仰等文化因素将对文化消费需求结构的产生重要的影响。具有同根的历史文化、地缘临近、收入水平相当的国家或地区对于文化产品的消费需求偏好就越为相似。

三是文化求异性对文化偏好也会产生一定影响。“只有民族的才是世界的”,每一个国家或者地区都具有自身独特的文化魅力,在文化产业贸易往来过程中这一特性也起到了一定的作用,即使不具有相同的收入水平和历史文化背景,开发具有本国或地区特色的文化产品,也会促进文化产品交易。^[4]浙江文化具有深厚的历史积淀和文化优势,追寻历史迁移的脚步我们可以发掘出浙江文化产业的地方特色并打造浙江文化品牌。

四是文化的前瞻性、竞争的需要等原因会催生文化需求偏好。当某一国家或地区面临文化消费需求增长和自身文化生产力水平相对落后的矛盾时,会大量引进国外或外地市场的文化产品,从而产生文化产品贸易。

五是从文化发展动态来看,当世界文化交流愈加频繁,文化差异愈加强化。全球文化市场开放会促进各国和地区的文化贸易往来指数逐步提升,需求偏好相似理论在文化产品贸易中的适用性将更加有效。

二、浙江文化产品贸易发展影响因素的分析

需求偏好相似理论能否解释浙江文化产业贸易?如果可以的话,运用该理论对浙江文化产业贸易影响因素进行测度研究的结果如何?本文将以 2011, 2012 年的部分数据为基础考察浙江省文化产业贸易的基本情况,对需求偏好相似理论的适用性进行初步判断并检验。

浙江省文化产品出口市场遍及世界 180 多个国家和地区，主要市场区域为欧盟、美国、日本、东盟、香港及台湾地区等，其中对欧盟和美国出口约占总额的一半。根据浙江省商务厅和浙江海关相关数据，2011 年前 10 个月，浙江省累计出口文化产品 15.6 亿美元，比上年同期增长 11.9%。其中对美国出口文化产品 3.5 亿美元，增长 13.5%，对欧盟出口 3.3 亿美元，增长 9.6%，二者合计占浙江省文化产品出口总值的 43.6%。2012 年 1-2 月，浙江省文化产品出口 2.44 亿美元，其中对美国出口 0.58 亿美元，对欧盟出口 0.54 亿美元，二者合计占同期浙江省文化产品出口总额的 45.9%。同期，浙江省对非洲出口文化产品 0.32 亿美元，对拉丁美洲出口 0.25 亿美元，对阿联酋出口 0.21 亿美元。从收入水平来看，与浙江省发生文化贸易的国家和地区主要是中高收入。从具体的国家或者地区来看，美国、欧盟占主要地位。根据数据分析，我们可以获得以下几点认识：

第一，从文化产品贸易的地理分布来看，如图 1 所示(图中所示的“其他”中的数据，主要指香港、台湾地区和日本及东南亚地区^①)，欧美国家处于“主战场”地位。虽然亚洲国家的文化产业发展水平远落后于欧美国家，但是地缘相邻、文化相近的亚洲地区与国家在浙江文化产品出口中仍占有一定比重，这表明文化背景因素在浙江省的文化产业贸易中起到一定的作用。

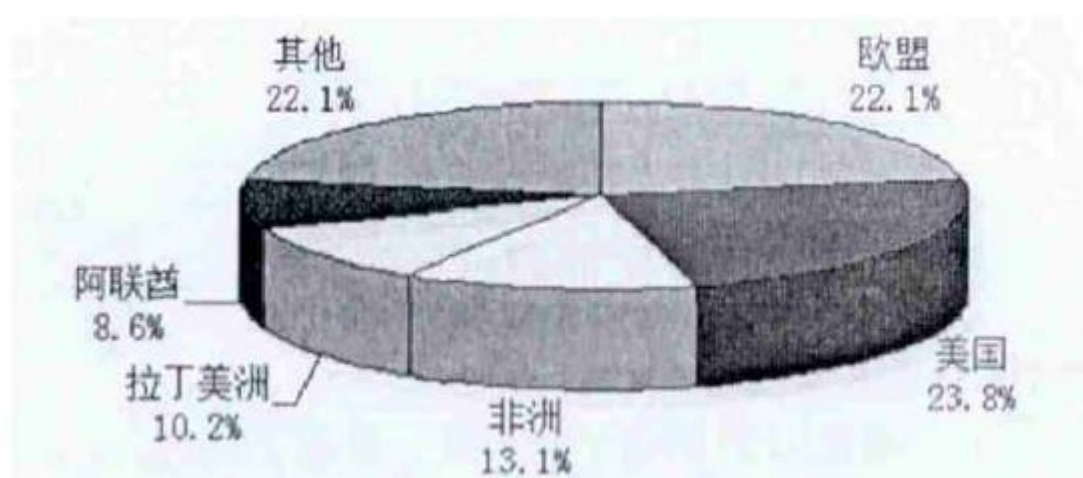


图1 2012年1-2月浙江文化产品出口按地区分类结构图

第二，从贸易对象国家收入水平来看，浙江文化产品贸易出口主要发生在与文化产业发展成熟的发达国家之间。这印证了文化贸易中文化的前瞻性及贸易往来的收入上游化特征，在一定程度上解释了收入水平对文化产品消费结构进行约束的表现。

第三，从图 1 中我们可以看出浙江与非洲与拉丁美洲的贸易比重为 23.3%，说明在收入水平不相似的国家和地区之间，由于文化求异性、文化产业生产力等原因也会产生文化产品贸易。

第四，从贸易流向来看，根据浙江省统计局数据，浙江省的人均 GDP 在 2012 年历史性的突破万元大关，达到 10022 美元，整个社会文化消费持续高涨，多样化的需求特征也日益明显。但浙江省 2012 年文化服务进出口(不包含文化产品)达到 8.04 亿美元，同比增长 78.11%，其中出口 1.46 亿美元，进口 6.59 亿美元，逆差 5.13 亿美元，这反映出省内文化产业发展制造与文化服务生产的不对称性。这同时也说明浙江省文化市场开放程度的提升，需求偏好相似理论经过拓展可以用来解释浙江省文化产业贸易。

三、结论及启示

根据需求偏好相似理论及其在文化产业贸易中的拓展内容，本文对浙江文化产业贸易的影响因素进行了具体分析，结果说明浙江文化产业贸易规模和往来方向符合需求偏好相似理论。因此，我们可以利用需求偏好相似理论来指导浙江文化产业贸易

的发展。

首先,在目前欧美主流文化的背景下,浙江在与各国各地区发展文化产业贸易方面应当有所侧重,继续利用侨乡、地缘优势,打人国际市场。例如温州日报报业集团利用侨乡优势在意大利、法国开展中文手机报业务;再就是拓展与浙江地区需求偏好相似的国家和地区的市场,例如拓展新加坡、中国香港和台湾地区、日本、俄罗斯联邦等地区的贸易空间,扩大产品范围,促进双边文化贸易快速增长。

其次,应积极弱化文化差异带来的不利影响,扩大和建立与世界各国文化贸易渠道。例如,中国图书出版代表团多次参与一年一度的伦敦国际书展,十余家浙江影视动漫公司的作品参加2012年法国秋季戛纳电影节等,能有效地扩大浙江对各国和地区的文化输出规模,提升浙江文化在国际上的影响力。^[5]

再次,产业发展状况、经济实力是影响文化贸易规模和方向的重要因素。例如,文化产业大国美国以压倒性的实力向海外倾销自己的文化产品和服务,这说明一国文化产品的生产能力和消费能力及其在国际市场上的竞争优势在文化产品贸易中发挥着重要作用。这让我们认识到,浙江文化产业中多数主要行业呈现贸易逆差的原因是浙江省的文化生产实力不够,缺乏对国际市场需求的了解,尚未达到有效的输出规模。因此,采取积极的手段促进文化产品生产、繁荣消费市场是实施浙江省文化产业“走出去”战略应着重关注的问题,同时推动国内和国际市场的发展,能获得互促互进的效果。

最后,应着力于培养具备地缘临近、文化互通、邦交友好特征但消费水平、消费规模不足的发展中国家的市场。培养他们对浙江文化的理解和喜好,在这些国家和地区文化需求结构升级、产生旺盛文化需求时,能给未来的浙江文化贸易拓宽出路并规避市场单一的风险。

注释:

①由于对亚洲(阿联酋除外)具体的统计数据缺失较多,因此在数据上进行了模糊计量或是暂不予考虑。

参考文献:

[1]周锦,闻雯.基于因子分析的我国文化产业发展评价[J].华东经济管理,2012(2):46-47.

[2]张金萍.文化产品贸易对需求偏好相似理论的修正[J].中国对外贸易,2011(2):1-2.

[3]赵有广.文化贸易中重叠需求因子的分析与设计[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2009(3):67-69.

[4]李国疆,曹水琴.中国贸易中的需求偏好相似理论的实证分析[J].云南财贸学院学报,2005(7):3-5.

[5]张宏伟.中国图书版权贸易影响因素测度研究[J].出版科学,2011(2):47-49.