
上海自贸试验区文化 贸易制度创新思考

郁鸿元¹

（上海市价格监督检查与反垄断局 200032）

【摘要】：文化贸易是国际服务贸易的重要组成部分。利用上海自贸试验区“先行先试”的优势，可以探索国际文化贸易发展的新路径和新模式，实现以开放促发展、促改革、促创新，从而服务于全国的文化产业。本文分析了国际文化贸易特征、影响因素以及国内外发展情况，从多角度提出了对上海自贸试验区文化贸易制度的创新建议。

【关键词】：文化贸易 国际贸易 上海自由贸易试验区

习近平总书记在视察中国（上海）自由贸易试验区（下简称“上海自贸试验区”）时强调，希望上海自贸试验区按照先行先试、风险可控、分步推进、逐步完善的原则，把扩大开放同改革体制结合起来，把培育功能同政策创新结合起来，大胆闯、大胆试、自主改。

要切实将制度创新作为核心任务，以形成可复制、可推广的制度成果为着力点，努力创造更加国际化、市场化、法治化的公平、统一、高效的营商环境。上海要继续当好全国改革开放排头兵、科学发展先行者，不断提高城市核心竞争力，开创各项工作新局面。韩正书记也曾说过：“我们将要建设的中国（上海）自由贸易试验区，是国家战略，是更高层次、更高水平的改革创新，核心是制度创新，而不是优惠政策。”

2016年5月5日，国务院决定在上海浦东新区暂停（调整期限为即日起至2018年12月21日）实施11部行政法规和国务院文件规定的行政审批事项，支持上海正在进行的“证照分离”改革。“证照分离”改革的意义在于能够给市场主体松绑，促进政府管理体制创新，在行政可复制可推广经验的基础上促进政府职能转变。

此次调整的有出版物出租经营备案等六大类行政审批事项。进一步推进“证照分离”试点，上海浦东新区有自身优势，如自贸试验区改革等，相关制度比较灵活，和国际接轨程度较高，有利于在全国范围内进行复制推广。

文化贸易作为国际服务贸易的重要组成部分，其既能发挥文化贸易高附加值的优势，带动产业链以及贸易结构优化升级；又有利于文化经济的外向型发展，有利于提高中华文化的国际影响力，提升我国文化软实力。上海自贸试验区充分利用“先行先试”的优势，探索国际文化贸易发展的新路径和新模式，实现以开放促发展、促改革、促创新，从而可以服务于全国的文化产业。

上海自贸试验区国际文化贸易的对外开放战略和支撑系统的完善和提升将有利于培育中国国际贸易的竞争新优势，构建与各国合作发展的新平台，拓展国际文化贸易经济增长的新空间，打造中国国际文化贸易“升级版”。

作者简介：郁鸿元，上海市价格监督检查与反垄断局调研员，高级经济师。

上海自贸试验区必须深化文化体制改革,进一步解放区内国际文化贸易生产力,促进中国文化走向世界,更好吸收国际文化精髓,从而快速提升中国文化国际软实力。

一、国际文化贸易特征及影响因素

文化贸易是属于国际贸易中特殊的服务贸易,是与知识产权有关的文化产品和文化服务的贸易活动。国际文化贸易中可以交易的文化实体可被定义为能生产或分配物质资源的产品和服务,这些产品和服务能通过音乐、文学、戏剧、喜剧、舞蹈、绘画、摄像和雕塑等艺术形式娱乐大众或激发人们思考。

这些艺术形式,有的能以现场表演的方式展示给大众,有的先被存储记录下来再出售给大众。文化产品属于产品范畴,文化服务属于服务范畴贸易是以价值为基础的,文化贸易中的文化应该要具备认识价值、审美价值和教育价值,文化贸易对政治经济文化都有着重要的影响,文化的本质属性就是非强制性的影响力。

1、文化贸易特征

当代国际文化贸易有着自身与众不同的特点。从地域上看,当前国际文化贸易存在巨大的不平衡性;从文化贸易的主体来看,大型跨国媒介集团垄断着国际文化贸易市场;从贸易形式来看,国际文化贸易主要是产业内贸易;从法律规范的角度看,WT。成为规范国际文化贸易的主要法律文件。

文化贸易具有“四性一象”特征(保护性、垄断性、不平衡性和高附加值性,以及“文化折扣”现象)。

特征一——文化贸易具有保护性。文化产品不仅具有一般商品的经济属性,还具有意识形态属性,最早关于文化贸易的研究也是从意识形态角度出发的。一国在进口文化产品时,不仅引进了该产品本身,也引进了出口国的意识、思想和观念,会对本国的消费者产生潜移默化的影响。

特征二——文化贸易具有垄断性。当前,几大跨国文化集团几乎垄断了国际文化市场,特别是在图书出版、影视、音像及电子出版物等核心文化贸易领域,全球性寡头垄断已经形成。

特征三——文化贸易的发展具有不平衡性。文化贸易主要集中在少数发达国家,国际市场结构很不平衡。2008年,欧盟(EU)和亚太经合组织(APEC)的文化贸易出口额占全球的91%,进口额占全球的94%,并且在主要几个发达国家进行。尽管发展中国家的发展速度引人注目,但是与发达国家相比还是处于弱势地位。

特征四——文化贸易具有高附加值性。文化产品不仅具有一般商品价值,文化本身会赋予其更高的价值,所以文化贸易同其他贸易相比会赚取更高的利润。

特征五——文化贸易具有“文化折扣”现象。文化折扣现象是文化贸易的独有特点,也是区别于一般贸易的主要特点之一。由于不同国家之间的文化差异,以及文化认知的不同,人们在接触不熟悉的文化产品时印象会大打折扣。

文化折扣将会降低文化产品的市场价值,使相对较小的国内媒体市场处于比较劣势,国际传媒产品更容易遭受文化折扣,使国际文化产品跨越国界的时候,其价值往往减少。

2、文化贸易的影响因素

对国际文化贸易的影响因素主要有：地理距离、文化距离等。

地理距离——文化产品在短距离之间贸易更便捷，因此，两个地理距离较近或者使用同一种语言的国家之间的贸易量也会更大，然而，这种地理距离随着信息通讯技术以及交通运输技术的发展而大大缩短了。由于当前的国际文化贸易主要以文化产品贸易为主，地理距离仍然是影响国际文化贸易的因素之一。

文化距离——文化距离越小，产生文化折扣的可能性也就越小，对于电影、音乐这样的文化产品，其运输成本可以忽略，影响文化贸易的主要因素就是文化距离，两国文化距离越小，一国出口的文化商品越容易为另一国消费者所接受和喜爱，贸易规模也就越大。从文化产品的双边贸易来看，文化偏好相似的国家，双边贸易的交流也很频繁。

二、国际文化贸易发展状况

1、发达国家文化产品交易现状

随着信息和通信技术的迅猛发展，一种新的经济形态——文化经济正在迅速崛起。美国的视听产品已经成为仅次于航空、航天的主要换汇产业，占美国总出口额的 13%。作为世界最大的文化内容强国，美国的文化产业成为和军事工业一起主导美国经济的两大产业之一。

1996 年至 2001 年，美国经济增长率为 3.6%，而媒体娱乐产业增长率达到 6.5%。英国文化产业也发展到相当大的规模。在 20 世纪末，文化产业的产值约占国民生产总值的 4%，超过了任何一种传统制造业所创造的产值。在对外贸易方面，文化产业的产品在海外市场具有较强的竞争力，在贸易进出口中处于盈利地位。

澳大利亚艺术和文化产业出口成为澳大利亚出口创汇的重要来源。加拿大在 2002 年，表演艺术团体(如戏剧、话剧、舞蹈团等)营业收入比 2001 年增长 51%，利润增长 6.5%。

2、发达国家实施文化贸易开放战略

经济发展达到一定阶段的国家和地区，都将文化经济、文化贸易设定为战略目标，把文化产业列为国家战略产业。

美国战略——美国大众文化的全球性扩张，在大多数情况下属于非政府部门的文化企业为巨额利润所驱动而进行的经营性活动，但在实际操作中受到政府的(放松管制)支持，尤其在对外宣传方面已与美国外交紧密地联系在一起。

英国战略——英国政府采取的是“扶植文化产业”发展战略。20 世纪 90 年代末，英国政府成立了以文化大臣为主的文化产业行动小组，其成员有外交、文化委员会、财政、贸易和工业、教育和就业、科学和技术、环境交通和区域等部门以及与文化产业有关的重要商业公司的负责人和社会知名人士。

加拿大战略——政府提出“向外输出”发展战略。政府制定了非常完备的优惠政策鼓励本国文化企业走向国际市场，由此促进了加拿大的文化出口迅速发展。

日本战略——20 世纪 90 年代以来，日本政府开始把文化和经济结合起来，大力发展文化产业。为把文化立国战略落到实处，日本政府还通过设立战略会议等形式，研究商讨具体对策，以此推动文化产业发展。

韩国战略——韩国制定了“文化立国”的方针，将文化产业作为 21 世纪发展国家经济的战略性支柱产业，国家还在文化事

业预算上不断加大投资，目标把韩国建设成为 21 世纪的文化大国和知识经济强国。

三、我国文化贸易发展现状

当前，我国文化产业和文化贸易正处于起步阶段，大力发展国际文化贸易，对于改善我国外贸结构，改变我国核心文化产品和服务贸易逆差等问题都有着不可忽视的作用和意义。我国文化贸易现有规则主要依据国际公约 WTO 项下的知识产权协定 (TRIPS) 的“文化例外”原则，以及我国的相关法律。

文化产品包括自然和文化遗产、展览、视听艺术、书籍出版、互动媒体及设备、创意服务等，所有包括在内的产品与服务的进出口都属于文化贸易。我国出口的文化产品 50%以上是文教娱乐和体育设备及器材，30%是雕塑品和装饰品等视觉艺术品，被认为是世界上仅次于美国的第二大文化硬件设备出口国。

我国文化贸易的年均增长速度高于其他国家，且远远高于世界平均水平。2010 年我国文化贸易的增长更是达到了 27.26% 的高速。其次，我国文化贸易总体规模较大，文化产品贸易持续顺差，一直是文化产品的出口大国。

2010 年我国文化贸易总额达 1246.36 亿美元，其中文化产品贸易总额为 1053.46 亿美元，文化产品的出口额达 977.54 亿美元，占世界文化产品出口比重高达 25.51%，远远高于其他国家。这表明，我国文化产品贸易在文化贸易中占绝对比重，且高于其他国家。

我国的文化产业有如下三方面的特征：第一，文化产业发展迅速，但其经济贡献较低；第二，文化贸易总体规模较大，但文化服务贸易规模小且持续逆差；第三，文化产业及贸易结构不甚合理，多集中于传统低附加值领域。

就新闻出版发行业而言，在中央全面深化改革领导小组第四次会议上审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，习近平总书记指出，要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。

随着国资改革政策的逐渐明朗，地方国资改革的步伐正在不断加快，相关改革方案也将陆续出台。财政部发布了《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》，为地方国资进一步深化文化体制改革，继续推进国有经营性文化事业单位转企改制提供了政策支持。

出版行业作为文化国资的主要组成部分，相较于其他行业国有资产，资产结构相对清晰、人员组成相对简单，其盈利模式有望成为未来新一轮国企改革的前头部队。

金融支持文化产业发展由来已久，为了能推动金融资本与文化产业有效对接，促进文化产业大发展大繁荣，立足于发挥信贷、保险、证券等多层次金融市场资源，立足于发挥宣传、文化、金融、财政等多部门工作合力，立足于推动金融产品创新和改进金融服务。

2010 年 4 月，中宣部、中国人民银行等九个部委联合下发了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》。2014 年 3 月，文化部、财政部和中国人民银行联合颁发了《关于深入推进文化金融合作的意见》，从认识推进文化金融合作重要意义、创新文化金融体制机制、创新文化金融产品及服务、加强组织实施与配套保障这四个方面提出了深入推进文化金融合作的要求。

四、上海自贸试验区文化贸易制度创新建议

1、政府宏观管理方面

(1) 相关政策法规的制定

在我国的文化贸易中，政府间的文化交流一直居于主导地位，而忽略了从市场角度去考虑我国文化商品走向世界市场的问题。因而需要出口包括文化贸易的外汇管理、项目审批、商品结构、区位重点、税收优惠等政策，进一步规范文化贸易出口的市场准入、贸易审批、统计报表、海关出入境、违规处罚等方面的管理体制，以保证文化贸易出口的有序发展。

(2) 文化交易市场建设

上海版权交易中心所依托的上海文化产权交易所是上海市人民政府批准设立的综合性文化产权交易服务机构，是中宣部、文化部、新闻出版广电总局、支持的立足上海、服务全国、面向世界的常态化版权综合交易市场和版权资本运作平台。

建立与完善与国际惯例接轨的国际文化贸易规则体系。目前对我国版权交易平台的研究，主要包括以下三方面的内容：

一是从版权交易的性质出发，研究版权交易平台的基本功能。

二是研究版权交易平台在版权交易中的重要作用以及目前存在的问题；三是提出版权交易平台的建设思路。

上海版权交易中心所依托的上海文化产权交易所是上海市人民政府批准设立的综合性文化产权交易服务机构，是中宣部、文化部、新闻出版广电总局支持的立足上海、服务全国、面向世界的常态化版权综合交易市场和版权资本运作平台。

目前，版权交易中心之间缺乏横向沟通，未能实现资源共享，而且版权交易的规则都是各机构根据本身的实际情况制订的，规则之间差别较大，交易项目往往徘徊在诸多的规则之间，从而影响了版权交易机构资源整合的力度，版权资源的市场化配置效率较低。因而常态化版权交易平台建设是我国促进版权交易、推动文化创意产品走向市场的创新性举措。

(3) 加大知识产权保护力度

目前我国网络盗版猖獗，还没有专门的法律来保护创作者的知识产权。因而应该加大知识产权保护力度，只有文化工作者的创意得到了保护，他们才会有动力去创作更多更好的文化产品。

要加快网络版权的法律保护，打击盗版。并且应该进一步净化文化产业发展所需的法律环境，进一步提高政府行政效率和政府服务意识，为文化产业的快速发展创造一个有利的政策环境和市场环境，采取切实有效的政策措施，做强做大文化产业，使我国文化产业在激烈的市场竞争中获益。

行业协会要为文化交易市场的发展建立和创造良好的政策环境，健全和完善一些市场规则、行业标准、市场竞争等行之有效的制度，加强行业自律和监管，推动文化交易市场的逐步完善和可持续发展。

2、企业自身发展方面

(1) 培育具有国际竞争力的文化企业

随着中国文化市场与国际文化市场的逐渐接轨，中国文化产业正面临着一次难得的发展机遇。中国文化产业要走向世界，

必然要培育和发展一批具有国际竞争力的文化跨国企业，确立其在文化市场中的主体地位，只有树立我们自己的品牌，才能避免在国际竞争中陷入不利的境地。才能赢得与西方同行竞争的平等地位。

（2）激励企业竞争创新

竞争是市场机制的本质，也是促进创新的必要条件之一，是促进创新发展的基本保障。企业创新的动力是在市场竞争中获利，政府鼓励创新的正确方式是营造公平竞争的市场环境，使创新企业能够在市场上盈利。通过促进公平、有序竞争引导区域创新体系对接，形成分工协作、优势互补、协同创新的技术创新体系，从而增进创新主体活力、提高效益水平。

（3）拓展专业代理企业

文化贸易需要多种交易模式，因此，要积极发展专业代理企业（中介机构），引导这些机构向专业化、规模化和规范化方向发展。建立畅通的文化交易通道，构建区域和专业市场，建设配套的服务体系。整合文化贸易市场中中介服务资源，提升整体服务水平。

3、人才培养方面

随着上海自贸试验区近三年来的正常运行，上海的产业能级和国际化水平已迈向新的高度。上海要实施“创新驱动、转型发展”的战略构想，人才是关键。只有加快完善上海人才培养机制，才能为自贸试验区的建设提供强大的人才支撑和保障。

加快建设一支高素质的文化贸易人才队伍，培养一批熟悉世贸规则，精通外语，具备艺术素养，能够参与贸易争端解决的复合型人才。吸引国内外的优秀文化人才加盟文化企业，鼓励人才合理流动，开展人才再培训以及对产业变迁的适应性。有计划、有步骤地引进一流的文化经营和管理人才，为中国文化产品打入国际市场提供智力保障。

在上海自由贸易试验区的建设和发展中，企业要广泛参与国际竞争，增强创新能力与企业竞争力，因而要求我们转变人才培养观念、改变人才培养模式，要在开放式、国际化背景下重新审视教育理念，要将开放和国际化的观念融入到人才培养各个主体的工作中去，用国际标准来衡量人才培养水平。