

浅析文化产业国际贸易对我国经济贸易的影响及发展策略

毛欣悦 谢敏

南京传媒学院

DOI:10.12238/ej.v8i2.2296

[摘要] 经济的蓬勃发展及科技的持续创新,使得文化产业成为文化流动和传播的重要载体,国际文化贸易作为一种新型的贸易模式,将有形的文化产品与无形的文化服务结合起来,逐渐成为国际贸易中的新的推动力,在“地球村”的大背景下,跨民族、跨国界及人口的自由流动也成为文化贸易得以兴起并发展的必要条件,文化贸易在经济贸易中的地位也日趋重要,据联合国教科文组织的报告显示在1980-1998年间,国际文化产品和服务贸易额呈现几何级数的增长趋势到了2004-2013年国际文化产品贸易额翻了一番^[1],本文将从文化产业国际贸易对我国总的经济贸易的影响及今后的发展策略两个角度做简要的分析和论述。

[关键词] 文化产业; 经济贸易; 贸易增长; 影响; 发展策略

中图分类号: F0 **文献标识码:** A

Analysis of the impact of international trade in cultural industry on China's economic trade and development strategy

Xinyue Mao Min Xie

Communication University of China, Nanjing

[Abstract] Due to the vigorous development of the economy and the continuous innovation of technology, the cultural industry becomes an important carrier for cultural flow and dissemination. Hence, the international cultural trade, as a new type of trade model, combining tangible cultural products with intangible cultural services, which has gradually become a new driving force in international trade. In the context of the 'global village', the free flow of people across ethnic groups, borders, and regions has also become a necessary condition for the rise and development of cultural trade. The position of cultural trade in economic trade is becoming increasingly important as well. According to a report by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, from 1980 to 1998, the international trade volume of cultural products and services showed a geometric growth trend. From 2004 to 2013, the international trade volume of cultural products doubled by one, this paper will provide a brief analysis and discussion from two perspectives, which refers to the impact of international trade in the cultural industry on China's overall economy and trade, as well as the future development strategy.

[Key words] Cultural Industry; Economic Trade; Trade Growth; Impact; strategy

引言

随着全球化的普及,文化产业国际贸易逐渐成为贸易经济中不可或缺的一部分,文化产业的迅速发展不但体现了一个国家的软实力,也逐渐成为推动经济发展的重要力量。

1 我国文化产业国际贸易对我国经济贸易产生的影响

1.1 对我国经济贸易产生的正面作用

正如小约瑟夫·奈所说的:“政府对于文化产业贸易的建构所起到的作用是微乎其微的,如果哪个强大的国家想用武力来建立文化产业贸易的软实力,那么它将跟人们的心理同化的规

律背道而驰”^[2],文化产业贸易可以利用现代发达的可以辐射全球市场网络,以汇聚和包容的方式来接纳各种各样的资源,并通过当地的特有制度来保障和鼓励文化产业贸易的创造性,最终实现以大量的文化产品去充盈全球的经济贸易市场,进而达到对人们产生强大的文化辐射力^[3]我国文化产业贸易的发展,也是基于这一理论,慢慢地走出国门,对我国经济贸易的增长起到了不容小觑的正面驱动力。

近年来,我国优质影视剧、网络文学、游戏、动漫等在海外收获大批粉丝,文化创意服务、数字艺术标准等也强势“出海”,

我国文化产业的国际影响力稳步提升。《人世间》被美国华特迪士尼公司预购海外独家发行版权,《琅琊榜》小说在海外走红后,电视剧版权被销售到多个国家,《原神》与欧美当地游戏发行商合作进行本地化推广,《画江湖之不良人》以中国古代武侠为背景,在韩国动漫市场取得良好成绩的同时也带来了巨额的版权销售收入。尽管区域性差异是我国对外文化产品的出口一种普遍存在的现象^[4],2019年,中国向美国出口的文化产品总额为434.46亿美元,向日本出口的文化产品总额为69.35亿美元,向韩国出口的文化产品总额为32.16亿美元^[5],但这一现象,随着贸易结构的优化,发生了质的变化,我国现出口产品逐渐由劳动密集型产品为主向高技术、高附加值产品转变,文化产业国际贸易促使我国的文化特色产品积极拓宽国际市场,尤其数字内容的传播使得文化内容出口和文化服务输出更加多元化,产品附加值也在提高,数字化的信息普及和网络通信技术的不断提高使得文化作品逐渐挣脱了物理和地域这两大桎梏,以更为实惠的价格最大限度地满足了受众的消费需求^[6],尤其是在“一带一路”沿线国中效益更为明显,文化产业贸易作为新时代的弄潮儿之一,也为中国与沿线各国贸易中增添了浓墨重彩的一笔,同时对于提升我国商品出口竞争力和完善贸易结构也起到了重要的影响。

虽然我国文化产业贸易的发展搭乘了e时代这一核心风口的快艇,但它作为一个新生的产业链,也有着它自己明显的劣势。

1.2对我国经济贸易产生的负面影响

首先,我国在文化贸易中以低附加值的文化产品交易为主。据《文化贸易蓝皮书:中国国际文化贸易发展报告(2024)》显示,2023年中国文化产品贸易进出口总额相比2022年同期同比下降7.7%,出口额较2022年下降约152.7亿美元,同比下降9.3%。只有文化产品贸易进口额出现了8.3%的增长,较2022年增加13.7亿美元。我国文化产品贸易目前处于逆差状态,大部分图书等文化产品仍以进口为主,同时由于我国文化产业起步相对较晚,与发达国家相比,在创意、制作技术、品牌建设等方面还存在差距,产业品牌化效应低。不仅国际竞争力较低,而且技术创新能力不足。例如,在电影特效制作技术方面,好莱坞电影仍然占据优势,这使得我国电影在国际市场上的竞争力再次受到一定限制,导致贸易逆差的结果,进而影响我国经济贸易的平衡发展。

其次,文化产业国际贸易有时也面临着一些文化资源被国外企业利用和侵权。例如,我国的传统节日、民间故事等文化元素存在着被国外企业未经授权而商用,这不仅损害了我国的文化利益,也对我国文化产业的发展造成了一定的负面影响。另一方面,一些国外文化产品也涌入我国市场,不可避免地也会与我国的本土文化产生冲突,进而可能会导致我国本土文化受到冲击,对于我国文化的独立性也有一定的反面冲击,为此,我国对于其他国家进口到中国的文化产品也会考虑到文化贸易壁垒这一因素,如我国对于美国电影的进口采取每年34部的进口配额限制^[7]。

另外,从法律的角度看,文化产业的核心是知识产权,而我国在知识产权保护方面还存在一些不足。在文化产业国际贸易中,我国的文化企业也会面临知识产权被侵犯的问题,这不仅影响了我国企业的创新积极性,也损害了我国文化产业的国际形象。由于国际知识产权保护的法律体系复杂,这就造成了我国企业在海外维权的成本较高,难度较大。这使得一些企业在面对知识产权纠纷时,更倾向于选择放弃维权,从而助长了侵权行为的发生概率,也在一定程度上遏制了我国文化产业经济贸易前进的脚步。

最后,现在全球化的投资环境复杂多变,文化产业投资也面临诸多风险。甚至一些地区因为文化冲突不能并存而将中国排除在贸易协定之外,无形之中也加大了文化贸易的投资成本,造成我国文化产业对外贸易投资形势严峻,且文化产业回收成本周期变长,致使经济效益大打折扣。

因此,文化产业贸易的发展之路不是一帆风顺的,需要我们从一个更为客观和理性的角度去探讨和分析我国文化产业贸易的现状,进而探寻出适合我国文化产业贸易的发展之路。

2 我国文化产业贸易的发展策略建议

2.1挖掘不同地区的文化内涵,多元融合创意

可以从文化产品的形态入手,即实现文化产品的形态创新。设计师可以深入挖掘相关的地域文化内涵,了解相关地区的历史文化背景,提取当地文化内涵丰富且具有代表性的文化元素,将其与其他元素组合创新,设计出带有文化情感的文创产品,从而构建消费者对于文化产品的认同感,产生情感共鸣。例如西安文创产业通过当地大明宫IP的核心元素打造出“大唐童真”系列和“皇家书房”主题的文创产品等,让游客在欣赏和使用这些产品的过程中也感受到盛唐文化的魅力和韵味,另外,新颖的设计理念和独特的外在表现形式也是创新点之一。

2.2利用现代科技手段,为文化产品数字化赋能

文化产品的数字化是指利用当代信息技术和数字化技术对优秀文化进行创作和创新^[8],它分为浅层次文化产品数字创新和深层次数字化创新。浅层次的文化产品数字化创新常以产品设计及加工为主,主要是以优秀文化的内涵为核心,科技手段为辅。即让承载着传统文化元素的产品实现“穿越”,进而打造出具有科技含量的文创产品,为产品的后期换代和创新做好铺垫。深层次的文化产品数字化创新以产品形态的数字虚拟化为主,将先进的科技元素嵌入到文化产品中,或通过相对成熟的AR、VR及大数据技术将原本传统的文化产品从实体化转为虚拟化。例如戏曲《黛玉葬花》就是应用了该技术,将虚拟的越剧表演与真实的舞台装置有机结合、叠加显示,既创新了观演模式,又满足了戏迷们沉浸式的体验感。这些科技元素不仅能够发挥出文化产品最大的文化内涵,也能够增强其表现力,将传统的变为新潮的,将陈旧的变为时尚的,为消费者带来更新的体验感和满足他们内心的精神需求。

2.3结合现代审美,追求文化产品的年轻化

据不完全统计,近年来年轻群体在文创产品的消费购买力

上的比重逐年增加,基于年轻化的消费群体,文化产业需要深入理解他们现代化的审美和社交习惯^[9]。首先,在文化产品的设计和创新上,将传统的优秀文化元素和当地年轻人热衷的现代理念结合,最大程度地在迎合年轻群体的审美基础上同时也要注入积极的文化内涵,例如,故宫文创团队通过打造一系列具有鲜明个性的IP形象,如“故宫猫”、“皇帝的一天”等成功吸引了年轻人的关注,这些IP形象不仅具有趣味性同时还融入了丰富的故宫文化元素,让年轻人感受到与传统文化的互动感和新鲜感。

其次,从文化的内容入手,即提升文化内容的品质,随着社会的发展,人们越来越向往和追求多元化的文化消费模式和沉浸式体验文化内容,纵观我国的文化产品现状,同质化程度较高,附加值低等劣势,所以优化文化产品的内容和提高附加值是值得我们深思的。

2.3.1 深入挖掘并开发中华优秀传统文化的时代价值

将优秀的传统文化与当代先进的文化相结合,来促进传统文化资源和现代社会的协调。在传承优秀传统文化的基础上,对其进行创造性转化和创新性发展。如,挖掘地方特色文化资源,用符合当代大众审美的形式加以诠释,创造出具有地方特色的原创文化产品。同时通过深入挖掘各地的历史故事、民俗风情,在扬弃中“重构”现在社会需求的优秀传统文化来尽可能地满足受众的精神食粮,让传统文化在现代社会焕发新的活力。

2.3.2 加强优秀文化人才培养,加大内容创作扶持力度

相关的文化产业要高度重视高素质的文化人才队伍,不仅要培养具有创新能力和专业素质的文化创作人才,同时也要大力引进宽阔国际文化视野和跨文化交流的海外文化人才。例如文化产业可以尝试与当地高校合作,给相关专业的大学生开设文化类的专业课程,注重课堂和实践教学结合,为文化产业培养和输送高素质创作型文化人才,积极鼓励原创性,建立相关的竞争奖励机制,例如,设立文化创作基金,对文化内容创作有重大成果实现良好的经济社会效益的人才给予奖励,鼓励创作者推出具有思想深度和艺术价值的文化作品。

2.3.3 加强国内与国际文化产品的交流合作,增强中国文化产业国际竞争力

引进国外先进技术(3D打印,VR,AR等)和设备,注重将这些技术设备与国内文化产品的文化元素和创意相结合,打造具有中国特色的文化产品。除此之外,也可以与国外的文化产业共同来制作文化产品,从中吸取积极先进的创作理念,将这些元素融入到我国文化产品的内容创作中去,从而丰富自身文化产品的文化内涵和表现形式。

文化内容品质的好坏,决定着文化产业高度发展的水平,只

有不断在内容和形式上以更高的标准进行品质的甄选,才能实现文化产业有效长期的可持续发展^[10]。

3 结语

综上所述,全球化时代的到来,使得各个国家和地区的联系变得紧密和频繁,受众的生产和生活方式不断地迭代更新,促使经济结构升级转型进而推动了国际文化产业贸易在经济发展中的地位进一步提升,其增长的速度也会慢慢地大于传统的服务业贸易,全球各地的文化产品市场以及与之相关的文化服务市场和文化要素市场也必定成为各个国家共同关注的重要经济领域,在数字化信息技术的加持下,文化产业应以科技为支撑,博采众长,实现高质量的集聚化发展,进一步打造文化4.0的时代,让“文化+”更全面地与科技、金融和旅游融合起来,从而慢慢实现更综合、深度和智能化的发展趋势。

【参考文献】

- [1]李琴琴.中国对外文化贸易战略研究[D].四川:西南财经大学,2008.
- [2]季桂保,田晓玲.请不要误解和滥用“软实力”[J].共产党员,2011,(1):31.
- [3]约瑟夫·奈,张晓萌.金融危机后的中美实力对比分析[J].教学与研究,2013(10):67-76.
- [4]田晖.国家文化距离对中国进出口贸易影响的区域差异[J].经济地理,2015,35(2):22-29.
- [5]沈莹娟,陈丽珍.地理距离对我国加工贸易影响的实证分析[J].商业时代,2010(34):40-41.
- [6]SAWYER K R.creativity research and cultural context: past, present and future.Journal of creative behavior,2017, 51(4):352-354.
- [7]刘晓鹏.刍议文化贸易壁垒对我国文化贸易的影响[J].商业时代,2013(23):55-56.
- [8]向勇,刘颖.国际文化产业的政策模式及对中国的启示研究[J].福建论坛(人文社会科学版),2016(4):102-110.
- [9]周榕非,周庆山.我国数字内容产业政策的内容分析与完善策略[J].图书情报工作,2014(10):11-18.
- [10]吴理财.文化治理的三张面孔[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2014,53(1):58-68.

作者简介:

毛欣悦(2004--),女,汉族,江苏省常州市人,本科,研究方向:贸易经济学。

谢敏(2002--),女,汉族,江苏省无锡市人,本科,研究方向:贸易经济学。