

中国对RCEP国家文化产品出口贸易联系持续期及影响因素分析

邵绵绵

西北师范大学

DOI:10.12238/ej.v8i9.2940

[摘要] 本文基于2002–2023年联合国贸易统计数据库中中国对RCEP国家文化产品出口的HS-6位编码数据,通过构建生存函数分析框架,系统探究出口贸易联系持续期的影响因素。实证结果显示,目的国人均GDP与初始贸易额对贸易持续期存在显著正向作用,人均GDP越高,代表当地文化产品消费能力越强,能为出口提供更稳定的需求支撑;初始贸易额越大,反映贸易双方前期市场调研更充分、合作条款更完善,互信基础更扎实,可显著降低贸易建立初期的试错风险与沟通成本,延长贸易联系存续时间。

[关键词] RCEP; 文化产品出口; 生存分析

中图分类号: F713.5 **文献标识码:** A

Analysis of the duration and influencing factors of China's export trade links with RCEP countries

Mianmian Shao

Northwest Normal University

[Abstract] Based on the HS-6-bit encoding data of China's cultural product exports to RCEP countries in the United Nations Trade Statistics Database from 2002 to 2023, this paper systematically explores the influencing factors of the duration of export trade links by constructing a survival function analysis framework. The empirical results show that the per capita GDP and initial trade volume of the destination country have a significant positive effect on the duration of trade: the higher the per capita GDP, the stronger the consumption power of local cultural products, which can provide more stable demand support for exports. The larger the initial trade volume, the more sufficient the market research in the early stage, the more perfect the cooperation terms, and the more solid the foundation of mutual trust, which can significantly reduce the trial and error risk and communication cost in the early stage of trade establishment, and extend the duration of trade ties.

[Key words] RCEP; export of cultural products; Survival analysis

引言

在科技高速发展的时代,数字化与文化的融合,让传统文化褪去了繁琐的“旧衣”,穿上了具有时代标志的“新衣”。“国潮”、“短视频”等新兴业态的发展,让中国本土文化元素获得了更多国内外群众的喜爱。民众对文化服务的需求,既展现出对新兴业态的青睐,也带有消费传统文化的倾向。同时,ChatGPT等人工智能的广泛运用,让文化产业面临着巨大的挑战。另一方面,RCEP的正式实施,为文化产业的发展带来了新的阶梯。

在RCEP背景下,本文从出口贸易联系持续期的视角出发,研究中国对RCEP国家文化产品的出口贸易,有助于为双边的经贸发展特别是文化产业方面的发展提供一定的参考价值。关于贸易联系持续期,它指的是某一种产品从进入某一市场到退出该市场所持续的时间。根据消费者“理性成瘾”特性,在RCEP背景下,如果文化产品能够持续进入外国市场,就会改善消费者对文

化产品的信息不对称和培养新的偏好,最终促进国家之间的文化产品贸易。贸易联系持续期是文化产品国际竞争力的一种表现形式,贸易联系持续期稳定最终会转化为竞争优势的一部分。因此,研究中国对RCEP国家文化产品贸易联系持续期及其背后的决定因素,具有重要的参考性意义。

1 数据说明和统计分析

1.1 文化产品的基本概念及数据说明

根据联合国教科文组织出版的《2009年文化统计框架》,以下简称UNESCO(2009)。文化产品被定义为“传递思想、符号和生活方式的产品”,包括核心文化产品和文化相关产品。并将核心文化产品分为6个大类,13个小类,共85种。UNESCO(2009)还列出了85种产品的HS-6位数编码,通过在联合国商品贸易统计数据库(UNCOMTRADE)查询,即可获得中国每年对RCEP国家出口各类文化产品的具体信息。本文将以2002–2023年的贸易数据

为基础，分析中国对RCEP国家文化产品出口情况。基于数据特性，我们从“产品-出口目的地”的角度定义贸易联系持续期。值得注意的是，在进行生存分析前，需要对以下几个常见的数据问题进行说明：

(1)在样本期内，同一段贸易关系存在多个贸易段。具体来看，中国在2011-2012年和2018-2019年，曾两次向印度尼西亚出口编码为“70600”的古董文化产品。因此该贸易关系(印度尼西亚-古董)具有两个不同的贸易段(2011-2012年、2018-2019年)。在数据处理环节，同一贸易关系下的不同贸易段被视作相互独立的分析单元。

(2)关于数据删失问题存在两种情况，左删失和右删失。左删失指的是某一贸易段在2002年之前就存在贸易记录，那么就无法确定其具体开始时间，由于左删失问题的贸易段占比较多，且这些贸易段的文化产品出口额占总出口额的比重也较大，参考Peterson(2018)^{[1][2][3]}对生存数据的处理，将持续时间数据范围延伸至1992版HS码开始使用年份。若在进行延伸后依然存在左删失问题，就将这部分左删失数据删除；右删失指的是样本期结束时某一贸易段依然存在，即在2023年依然存在贸易行为，右删失在生存分析中不会造成估计误差，所以对其不进行处理。

表1 核心文化产品分类

一级分类	二级分类
文化和自然遗产	古董
表演和庆祝活动	乐器
	录制媒介
视觉艺术和手工艺	绘画
	其它视觉艺术
	手工艺
	首饰
	摄影
书籍和报刊	书籍
	报纸
	其它印刷品
音像和交互媒体	电影和视频
设计和创意服务	建筑和设计

1. 2基本函数形式与估计方法

在生存分析中，用于刻画事件发生概率与存活概率随时间演变规律的关键工具为风险函数和生存函数。设定贸易段i的生存期用离散随机变量表示，该随机变量的取值为以年为计量单位的离散时间点l。定义贸易段i在时间点l处发生终止事件的瞬时概率(即 $T_i=1$)为离散风险函数。即：

$$h_i(l) = P(T_i = 1 | T_i \geq l)$$
 ①

在此基础上，定义贸易段i的生存期超过持续时间l的概率为生存函数：

$$S_i(l) = P(T_i > l) = \prod_{k=1}^l [1 - h_i(k)]$$
 ②

在此，k代表所有不大于l的持续时间。由式①与式②可知，

生存函数从本质属性来看归属于累积分布函数的范畴，风险函数则对应条件概率密度函数。

Kaplan-Meier非参数估计法(简称K-M估计法)作为生存分析中广泛应用的经典非参数统计方法，通过乘积极限估计策略实现对生存函数与风险函数的计算。具体而言，设为观测到的生存期达到或超过持续时间k的贸易段数量，为生存期等于k的贸易段数量。在此基础上，利用K-M估计法得到的贸易段在持续时间l条件下的生存函数S(1)非参数估计值可由特定公式推导得出：

$$\hat{S}(l) = \prod_{k=1}^l [1 - h_i(k)]$$
 ③

运用K-M估计法，能够得出贸易段风险函数h(1)的非参数估计值：

$$\hat{h}(l) = \frac{d_l}{n_l}$$
 ④

在这当中， n_l 代表的是经观察，生存期大于或等于持续时间l的贸易段数量；而 d_l 指的是观察到的生存期刚好为持续时间l的贸易段数量。

2 总体生存特征

2. 1贸易段分布特征

为剖析2002-2023年间中国对RCEP国家文化产品出口贸易段的分布特点，引入贸易段长度这一概念开展研究。表2显示了2002-2023年期间中国对RCEP国家文化产品出口的贸易段分布特征。在样本期内，中国对RCEP国家文化产品出口累计形成177个贸易关系与292个贸易段。通过表格前3列数据可观察到，32. 203%的贸易关系包含2个及以上贸易段，这一现象表明中国对RCEP国家文化产品出口过程中，存在频繁的退出与重新进入市场的情况。在样本涵盖的时期内，同一贸易关系的贸易段数量最多为6个，且这样的贸易关系仅有1个，这充分说明这一贸易关系反复建立与中断的现象较为突出。从后面5列数据来看，2002-2023年中国出口RCEP国家的平均贸易段长度是13. 507年，中位数为10年。从分布状况分析，26. 71%的贸易段长度仅为1年，其出口额在总出口额中的占比仅0. 0091%；39. 38%的贸易段长度不超过3年，这部分贸易段的出口额在总出口份额中占比也仅0. 014%；即便长度不超过10年的贸易段占比达到51. 71%，其出口额在总出口份额中的占比也仅0. 98%，尚未突破1. 00%。而长度超20年的贸易段，虽占比仅32. 19%，却贡献了中国对RCEP国家文化产品出口总份额的81. 70%，其中长度达32年的贸易段表现尤为突出，作为中国对RCEP国家文化产品出口中的稳固贸易段，发挥着关键作用。基于不同长度贸易段的平均出口规模测算数据，长度仅1年的贸易段，其平均出口额为0. 001亿美元；而长度超过30年的各贸易段组别，其平均出口额均突破0. 1亿美元综上，较短的贸易关系难以变成稳定增长的支撑点，稳定的贸易关系才是中国对rcep国家文化产品出口实现长期增长的动力源泉。

表2 贸易特征

贸易关系特征			贸易段特征				
拥有贸易 段数量	贸易关 系数量	占比(%)	长度 (年)	贸易段 数量	占比 (%)	出口额 份额(%)	贸易行为平均出口 额(亿美元)
1	120	67.797	1	78	26.71	0.0091	0.0010
2	23	12.994	2	23	7.88	0.0003	0.0001
3	17	9.605	3	14	4.79	0.0047	0.0010
4	12	6.780	4	9	3.08	0.0022	0.0005
5	4	2.260	5	8	2.74	0.0014	0.0003
6	1	0.565	6	3	1.03	0.0017	0.0008
			7	5	1.71	0.0017	0.0004
			8	2	0.68	0.0026	0.0014
			9	3	1.03	0.0028	0.0009
			10	6	2.05	0.9554	0.1370
			11	4	1.37	0.0038	0.0007
			12	5	1.71	0.0036	0.0005
			13	4	1.37	0.0051	0.0008
			14	1	0.34	0.0005	0.0003
			15	3	1.03	0.0020	0.0004
			17	13	4.45	9.6925	0.3772
			18	3	1.03	1.7328	0.2760
			19	6	2.05	2.3653	0.1785
			20	8	2.74	4.8705	0.2618
			21	3	1.03	0.7633	0.1042
			22	3	1.03	0.0451	0.0059
			23	4	1.37	0.0656	0.0061
			24	3	1.03	0.0550	0.0066
			25	6	2.05	0.3312	0.0190
			26	2	0.68	1.4266	0.2360
			28	6	2.05	1.4266	0.0730
			29	5	1.71	5.4634	0.3241
			30	1	0.34	0.0083	0.0024
			31	8	2.74	21.0353	0.7296
			32	53	18.15	51.0826	0.2591
合计	177	100.000		292	100.000	100.000	

2. 2测算结果分析

基于生存函数,绘制了人均GDP和初始贸易额对文化产品出口贸易联系持续期影响的生存曲线。

(1)探究人均GDP对中国向RCEP国家出口文化产品的作用机制:人均GDP作为核心经济指标,可表征一国对文化产品的购买能力水平。据此,将进口国依据人均GDP阈值划分为两类组别,分别为人均GDP低于15000美元的国家与人均GDP不低于15000美元的国家。通过初步分析,人均GDP越高对文化产品的出口有积极促进作用,对于更高人均GDP的进口国,中国对其文化产品出口关系生存率越高。

(2)初始贸易额指首段文化产品出口关系第一年产生的贸易额,其反映贸易双方互信程度。基于此,按初始贸易额是否超30000美元划分样本并绘制生存曲线,初始贸易额较高的出口关系,生存概率显著更高。

(3)按照文化产品种类对出口贸易联系持续期样本进行划分,在分析时间早期,多数类别生存概率均有不同程度下降,体

现初期“失败”事件的集中性。随着时间推移,设计和创意服务、音像和交互媒体等类别生存概率降至较低,而书籍和报刊、视觉艺术和手工业等仍保持相对较高生存概率,差异进一步凸显。

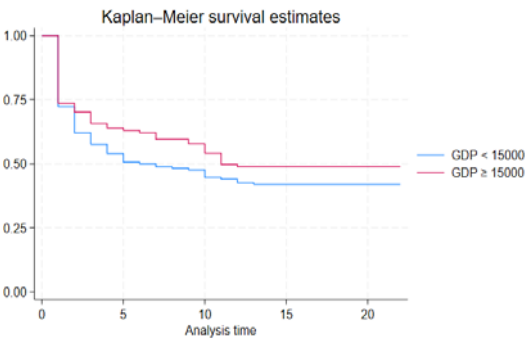


图1 不同人均GDP的贸易联系持续期

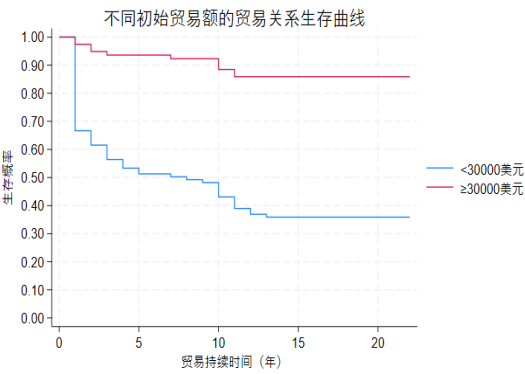


图2 初始贸易额的贸易联系持续期

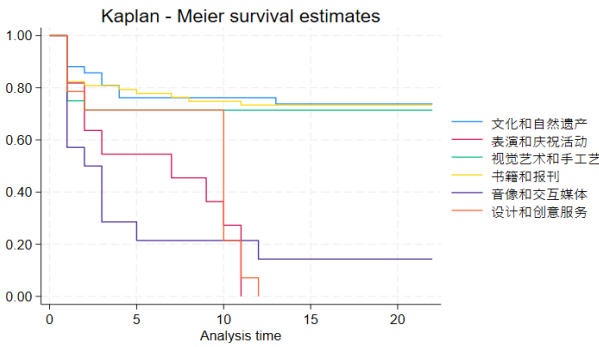


图3 不同产品类别的生存曲线

3 结论

基于2002-2023年中国对RCEP国家文化产品出口数据的贸易段分布特征分析与生存测算,得出结论:(1)贸易关系存在负的时间依赖性,贸易联系持续期存在初期高风险,后期稳增长的门槛效应。一旦经历了出口关系不稳定的前几年,出口关系更容易保持下去。(2)进口国人均GDP、初始贸易额较高时,对持续期影响显著,中国对其文化产品出口关系生存率越高。所以,中国应选择多向人均GDP高的国家出口文化产品,阔但首年贸易规模。

[参考文献]

[1]周鑫平,周伟东.中国对“一带一路”沿线国家文化产品出口的影响因素及潜力分析[J].中国商论,2024,33(17):89-93.

[2]邵军,吴晓怡,刘修岩.我国文化产品出口贸易联系持续期及影响因素分析[J].世界经济文汇,2014,(04):36-47.

[3]冯伟,邵军,徐康宁.我国农产品出口贸易联系持续期及

其影响因素:基于生存模型的实证研究[J].世界经济研究,2013,(06):59-65+89.

作者简介:

邵绵绵(2000--),女,汉族,安徽蚌埠人,硕士研究生,主要研究国际贸易学。