

【本期论题】

# 扩大文化服务业对外开放的实施路径

夏杰长，毛丽娟

[中国社会科学院财经战略研究院，北京 100028；  
中国社会科学院大学（研究生院），北京 102488]

**[摘要]** 文化服务业具有直接创造经济价值和满足人民群众的精神需求的双重属性，发展空间巨大，其对外开放亦具有一定的独特性。当前，文化服务业对外开放相关政策以鼓励支持为主，兼顾保障文化安全。应借鉴国际经验，立足中国国情，探索扩大我国文化服务业对外开放的最佳路径。

**[关键词]** 文化服务业 对外开放 政策效应 实施路径

**[中图分类号]** G124 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1004-6623 (2019) 02-0023-03

DOI:10.19625/j.cnki.cn44-1338/f.2019.0029

**[基金项目]** 国家社科基金重大项目“扩大我国服务业对外开放的战略与路径研究”（14ZDA084）。

**[作者简介]** 夏杰长（1964—），湖南邵阳人，中国社会科学院财经战略研究院研究员，博士生导师，研究方向：服务经济理论与政策；毛丽娟（1989—），女，重庆人，中国社会科学院大学（研究生院）博士研究生，研究方向：服务经济与旅游管理。

随着经济全球化日益深入，文化服务业对外开放越来越重要。文化服务业是现代服务业的重要组成部分，它既能直接创造经济价值，也能满足人民群众的精神需求，兼具经济属性和社会属性。文化服务业的对外开放具有自身特点，无论是战略定位，还是政策措施和实施路径，与服务业其他领域的对外开放有着较大的区别。把脉文化服务业对外开放的现状与问题，找准对策思路，对高质量发展文化服务贸易、提升文化产业国际竞争力和提高文化服务业对外开放水平，有着重要的现实意义。

## 一、文化服务业对外开放面临的困境

服务业开放正成为我国对外开放的重点领域，文化服务业对外开放越来越重要，取得了良好的进

展，展现了一定的发展潜力。但总体看，文化服务业是我国对外开放的短板，面临着不少困境和挑战。

文化服务业贸易逆差严重。我国是贸易大国，经常账户和资本账户均常年保持顺差，但服务贸易却长期逆差。其中个人文化和娱乐服务领域的逆差高达19.9亿美元，进口远大于出口，有的文化服务业子项目逆差甚至达到了261:1。从文化层面上来说，我国仍然是一个被动接受国。

文化服务业贸易逆差、顺差国别（地区）过于集中，布局有待优化。贸易逆差的国家集中在北美洲和欧洲，包括美、英、德、法等国；贸易顺差的国家（地区），主要有中国香港、中国台湾、新加坡、韩国等。

文化服务业品牌不强，影响了出口竞争力。我国拥有悠久灿烂的历史文化，是世界最闻名的历史

文化古国，但世界知名的文化品牌严重缺失，不利于扩大我国文化影响力和传播力，直接制约了我国文化服务贸易发展。

文化服务业贸易观念亟待改进。向国外出口本国文化是文化交流，不是文化贸易，外交手段、“中国文化节”、“中国文化展”、“中国博览会”等才是文化贸易主要方式等狭隘、陈旧观念，亟待在进一步对外开放中加以改进。

## 二、文化服务业对外开放政策及其效应分析

### （一）文化服务业对外开放相关政策及特点

多年来，我国陆续出台了一系列文化服务业对外开放相关政策，包括：文化服务业外资引用政策、文化服务业对外贸易政策、国内文化服务业适度保护政策、文化服务业重点行业扶持政策等，激励、扶持中国文化服务业的对外开放，从而使得我国文化服务业的国际竞争力得以提升。文化服务业对外开放政策具有如下特点：一是政府主导。由于我国文化服务业尚处于初级发展阶段，因此，我国文化服务业对外开放仍主要由政府主导。二是鼓励为主。我国文化服务业对外开放以鼓励为主，采取税收、补贴等财税金融优惠措施和政策，鼓励文化服务业产品出口，助力文化企业走向国际市场。三是谨慎开放。我国对待文化服务业对外开放比较谨慎，很多政策都会先行先试，再逐步加以推广。

### （二）文化服务业对外开放政策的效应分析

一是发挥了积极作用。文化服务业对外开放，采取的限制内容、数量（额度），补贴相关企业以及对知识产权保护等方式，在我国文化服务业发展和开放初期，有着积极的促进作用。一方面，推动了文化服务业发展。虽然文化服务业总收入在国民经济中所占比例很小，甚至还是“幼稚产业”，但是，其相关产品具有公共性质，呈现高辐射性、高附加值特性，能较大幅度带领相关行业发展，在快速传播中，推动了整个文化产业的繁荣。另一方面，一定程度上保障了国家文化安全。文化安全是国家安全的重要内容，目前，我国文化不断受到西方发达国家影响，文化安全挑战日益严峻，这些政策措施一定程度上保障了国家文化安全。

二是也可能产生一些消极影响。首先，可能导致文化市场供给失衡。政府对文化企业给予补

贴，可能使得企业不注重文化消费市场，盲目或重复生产，造成相关文化产品过剩，导致供给失衡。同时，通过进口配额来限制多样化的消费者文化产品需求，可能会加剧对知识产权的侵害，不利于文化服务业的发展。其次，可能降低文化企业的创新动力。贸易保护政策，使文化生产企业可能形成垄断，从而失去创新动力，导致文化服务业产品质量难以得到提升，成为文化服务业发展的阻碍。再次，可能造成产品错配。文化产品如果过分强调本国独特的文化元素，可能造成产品错配，无法融入世界，从而阻碍文化服务业的开放和发展。

## 三、扩大文化服务业对外开放的政策建议

（一）妥善处理开放与保护的关系，有条件、有限制地开放

从世界各国（地区）文化服务业对外开放的实践看，其政策定位无非就是三大类型：自由开放政策、保护开放政策和混合式开放政策。由于文化具有多重属性，事关国家安全，同时我国文化服务业发展还处于初级阶段，不能照搬一些发达国家的自由开放政策。因而，可对文化服务业实行适度保护政策，这也符合WTO的相关原则。文化服务业有其特殊性，既属于意识形态，事关国家安全，又具经济属性，是重要的服务产业。所以，有必要对本国文化安全的领域采取部分承诺和服务贸易壁垒，并实施有条件、有限制开放，从而对部分文化领域加以保护。同时，应最大限度地利用WTO协议对文化服务领域的例外原则和发展中国家所享有的特殊差别待遇，对文化服务业的部分领域实施适度保护战略和政策。

（二）完善相关法律法规，优化文化服务业发展和开放环境

健全的法律法规，是建设文化强国的基石，是推动文化服务业发展和开放的有力保障。文化服务业对外开放，版权保护制度最为关键。有规可依、有章可循，是文化服务贸易健康有序发展的根本保障。长期以来，我国文化领域的立法严重滞后，法律数量少，覆盖面窄，适应不了文化服务业发展与开放的新形势和新要求。探索既符合中国国情，又能与国际接轨的立法模式，势在必行。要加快推动制定文化服务业发展和开放的法律法规，尽快形成

各方认同、较为成熟且具有操作性的法规和制度。同时，根据新时期知识产权保护的特点，制定和实施与数字文化相关的法律法规，如《反盗版和假冒法案》、《反电子盗版法》、《跨世纪数字版权法》等，为文化服务业的发展奠定良好的法治环境。

（三）做好目标市场国（地区）的调查研究，找准市场定位，增强出口的针对性

增强我国文化服务业在全球的竞争力和出口能力，必须有清晰的市场定位和贸易战略。提升本国文化元素的输出能力，必须获得他国（地区）民众的认同和内化，在本国生产的文化产品中尽可能增加目标市场的文化元素，以获得目标市场受众的接受。要考虑到目标市场国家（地区）不同的历史文化背景、宗教信仰、传统习俗等情况，以此来给文化产品的创新、出口策略的制定提供理论依据。

（四）培育跨国文化企业，推动文化企业“走出去”

跨国文化企业是全球文化资源的分配主体，也承载着文化知识产权和全球市场营销网络。因此，我国文化服务业对外开放政策，必须重视文化相关领域跨国企业的培育。可通过购买股份、兼并、建立新企业等方式来培育中国的国际文化品牌，提升中国文化品牌的国际知名度、国际竞争力。完善文化领域国际合作交流机制，拓宽渠道，搭建文化展示交流平台，支持海外中国文化中心建设，以帮助我国文化企业更好“走出去”，鼓励文化企业在境外设立合资出版公司、艺术品经营机构。通过对外直接投资、跨国并购和国际合作的方式让文化企业

“走出去”，使文化企业能更好地与国外市场接轨、与国外文化相融合，以更直接的方式满足当地文化需求，从而获得更多的文化认可、更大的市场份额。

（五）加强文化人才培养，完善人才培养方式

拥有熟悉目标市场国家和地区的历史文化背景、宗教信仰、传统习俗等的复合型人才，才能充分了解目标市场国家和地区，有针对性地生产对口的文化产品；有了创新型专业技能的人才，才能充分挖掘和设计出被目标市场国（地区）的消费者所喜爱的丰富多彩的文化产品。文化领域人才，是提升文化产业竞争力的核心要素，必须有适应其特色的培养方式：一是加大和改进教育投入，完善与文化服务业相关专业如版权、电影、广播、音乐和美术等领域的培养模式。二是完善文化服务业特有的人才评价制度，改善文化服务业的管理模式，形成文化服务业人才培养、引进、使用和晋升等全方位的特色模式或规则。三是适应数字经济时代的需要，注重培养既熟练掌握数字技术，又有文化内涵且兼具文化产品价值敏感性的复合型人才。四是建立多层次的人才培养体系，促进高校教育和职业教育的有机结合和互相补充。鼓励产学研结合互动，创造条件吸引跨学科人才参与文化产业发展，筑牢文化产业人才队伍。

#### [参考文献]

[1] 商务部：未来我国将加快推动服务业对外开放[EB/OL]. 央广网，2018-6-20. [http://finance.cnr.cn/txcj/20180620/t20180620\\_524276146.shtml](http://finance.cnr.cn/txcj/20180620/t20180620_524276146.shtml).

## Expanding the Implementation Path of Chinese Cultural Service Industry's Opening-up

Xia Jiechang, Mao Lijuan

[ National Academy of Economic Strategy, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100028; University of Chinese Academy of Social Sciences (Graduate School), Beijing 102488 ]

**Abstract:** The cultural service industry has the dual attributes of directly creating economic value and satisfying the people's spiritual needs, it has certain uniqueness in opening up. The current cultural service industry policy basically matches the development stage of China's current cultural service industry, but it should also pay attention to its possible negative impact. On the basis of international comparison and china's national Conditions, this paper proposed that the Chinese cultural service industry should adopt a moderate protection strategy for opening to outside world.

**Key words:** Cultural Service Industry; Opening Up; Policy Effect; Implementation Path

（收稿日期：2019-02-26 责任编辑：罗建邦）