

崛起的文化休闲产业经济

朱慧萍

摘 要 文化休闲产业不同于经济领域中其他行业,很少被从经济学的角度来加以关注。因为在传统意义上,文化活动通常属于社会价值、思想意识领域,而被视作非经济行为。然而,随着社会的进步和经济的发展,分属于上层建筑意识形态与经济基础两个不同领域范畴的文化与经济却联系在了一起。当今崛起的文化休闲产业经济,正成为西方一些经济学家研究文化经济学的新课题。

关键词: 文化休闲; 产业经济; 文化经济学

中图分类号: F 270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2005)01-0066-04

一、对文化休闲产业的研究

西方发达国家对“文化经济学”的研究,始于上世纪90年代。美、英等其他一些国家所作的相关研究中较具价值的包括:(1)美国经济活动中的版权产业。该研究从文化休闲产品与服务的内容来定义其性质:“核心版权产业包括那些将具有版权产业的作品作为其初级产品的产业”。如(A)电影、电视、戏剧演出,家庭影碟;(B)录制产业。如唱片、录音带、激光唱片;(C)音乐出版业;(D)书籍、期刊、报刊出版;(E)电脑软件。包括数
美国法院。

从本案的法院分析可以看出,美国联邦仲裁法与《纽约公约》的规定基本相符,因此,我们应当认识到,要更好地理解美国国内仲裁法,采取有效的措施使得有利于自身的仲裁裁决得到承认和执行,必须对《纽约公约》有一定深度的理解,除了公约条款字面的含义之外,还应当结合相关案例,对条文所可能涉及的具体情况有更为细致的把握。

而从本案的整个过程以及涉及到的法律问题,我们可以很强烈地感受到国际货物买卖的复杂性以及合同条款的订立及解释的重要性。有时候貌似一般性、严密的合同条款,到合同当事方发生争议时,往往就集中于对于条款中一个词、一句话的理解。因此,中方的进出口商,在与外方订立相关的合同条款时,更应当采取主动积极的态势,制定更有利于己方的合同条款,以维护自身的权益。

(作者单位:复旦大学)

参考文献:

- [1] 陈颖,龚柏华.美国对华自动替换挡风玻璃反倾销诉讼案评析[J].国际商务研究,2004,(3).
- [2] Eppendorf-Netheler-Hinz GMBH v. National Scientific Supply Co., Inc., et al., 2001 U.S. App. LEXIS 15979, 2001 WL 798844, 2(zd Cir. 2001)

据处理、商业运用、互动娱乐；(F) 广告、电台、及有线广播产业等。(2) 创造性产业绘制文件。该研究将文化与经济活动两者联系起来加以分析：“文化休闲产品与服务，通过运用知识产权使其体现出原创性、技巧、技能的特性，并且能创造经济价值和就业机会。”

1. 文化休闲产品的内容涵盖 文化休闲产业的产品与服务主要可分为两大类：(1) 文化产品，包括：(A) 音乐、舞蹈、戏剧、电影及电视；(B) 美术、绘画、摄影与雕塑；(C) 出版与印刷(书籍、报刊、广告、博物馆与图书馆)；(D) 历史文化遗产，如古建筑、文物、名胜古迹等；(E) 语言政策、时尚产品等(这类产品其内涵已远远超出了对文化的一般界定，向时装、饰品等一切流行元素延伸，如汽车、玩具、服饰、手机、美容产品等)；(F) 平面造型艺术产业，包括书法与平板印刷术。(2) 休闲产品，包括旅游、体育、娱乐设施，各种发布会与会展，博彩等。

2. 文化休闲产品的双重特性 上述研究表明：文化休闲产品与服务的生产与消费，兼具文化与经济两重特征：首先，文化产品就其内容而言，具有文化内涵与创意特性。当一个国家的生产力发展到一定阶段，其经济发展到一定层次，社会与公众对文化娱乐产品的需求就会不断增长，并逐渐形成新的消费习惯。而对这类产品与服务的需求实际上反映了社会消费群体对生活质量提升的要求，进而是对社会整体福利的要求。其次，就其产品与服务在市场上进行交换的形式，反映出其经济活动的特征，它们同样受到市场供需原理的制约。通过对欧美国家的文化休闲产业的研究表明，这一产业不仅对一个国家的社会环境、国民的思想意识、文化素质、休闲娱乐有着重要的影响，而且对国民经济的发展同样具有重要的贡献。因此，从经济学的视角来审视与分析文化休闲产品和服务，对社会、市场，乃至整个国民经济的发展的影响与作用，评估这一产业及其活动所创造的社会价值及经济价值，即是对文化经济学的最好解释。

二、美国、西班牙、日本等国的文化休闲产业的发展与输出

据对西班牙的文化休闲产品与服务所作的相关研究显示，这一产业是该国国民经济中创造财富的一个重要的部门。尤其是其中的出版业、印刷业、表演(如斗牛表演)、体育(如足球俱乐部)等，占文化休闲产业的销售总额与总附加价值的 70%。

1. 西班牙与美国的文化、休闲产业发展情况

表 1 西班牙的文化休闲产业的销售与按市价计算的附加值总值发展情况 (1992—1997)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
欧元 (百万)						
销售额	29 757	31 143	37 157	41 593	47 614	54 490
GV Amp*	10 615	8 687	9 706	11 849	13 804	19 725
GVA/GDPmp* (%)	2.99	2.37	2.49	2.83	3.11	4.21

注:GV Amp:按市价计算的附加值总值(Gross Value Added at market price)

GDPmp: 按市价计算的国内生产总值(Gross Domestic Product at market price)

表 1 显示了西班牙从 1992 年至 1997 年的 6 年间文化休闲产品与服务的销售与附加价值增长的情况，及对该国国内生产总值作出的贡献。其中，文化休闲产业的销售总额明显迅速增长，其总额在 1997 年达到 500 多亿欧元，从 1992 年至 1997 年的 6 年间增长了 83.1%。此外，该

产业带来的附加值在 1997 年几乎达到 200 亿欧元。有关数据显示,文化休闲产业在西班牙的国民经济中是最具活力的产业之一,并有进一步发展的趋势,因而对该国的经济起着举足轻重的作用。

表 2 西班牙、美国的文化休闲产业对按市价计算的国内生产总值及就业方面的贡献 (%)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
GDPmp						
西班牙	3.10	2.43	2.58	2.94	3.27	4.46
美国	5.62	5.45	5.51	5.62	5.68	6.53
Employment (就业率)						
西班牙	6.20	6.60	7.18	7.34	7.47	7.81
美国	4.72	4.77	4.81	5.02	5.15	5.30

众所周知,美国的文化产业异常发达,甚至在全世界范围内都影响很大。如美国的 NBA,作为一个职业篮球比赛,却以其独特的商业运作模式,将体育竞技与表演(啦啦队劲歌劲舞表演,吉祥物卡通人表演,灌篮表演等),拍卖著名球星的球衣、用品、纪念品,设立 NBA 运动服饰用品专卖店等糅合在一起,用 42 种语言进行传播,吸引了全球 212 个国家和地区的关注。在经济效益方面也获得了极大的成功。如将美国与西班牙相比较,两国在 1992 年到 1997 年的 6 年间,文化休闲产业的收入总额占以市价计算的国内生产总值的比例持续增长。西班牙从 3.10% 增加到 4.46%;而美国从 5.62% 增加到 6.53%。尽管这得归功于美国在这段时期高速增长的经济,而西班牙的经济增长则更快,平均每年增长 7.6%,而美国则是 3%。但值得注意的是美国最近几年在文化休闲产业的增长率提高了。

另外,从提高就业率这一角度看,西班牙在这 6 年中文化产业所提供的就业机会平均年增长率为 4.7%;美国在这 6 年间相关产业的就业机会是 4.72% 到 5.15%,年增长率为 2.1%。以上数据显示了两国在文化休闲产业方面的不同生产力结构:西班牙的产业结构更具劳动密集型特征,资本占支配地位,劳动生产力价值受到更明显的关注。由此可见,欧美西方国家的文化休闲产业在国民经济发展中的作用及重要影响。

2. 日本的文化产品输出 长期以来,美国一直是全球文化的中心,在文化产品市场上占主导地位。特别是影视、大众传媒、娱乐活动风靡全世界。如迪斯尼主题公园、卡通人物、好莱坞大片等。但近年来,日本的流行文化或称之为以时尚为导向的产业正迅猛发展,其影响巨大,遍及世界范围。从动漫到赛车,一切与时尚相关的产品与服务无所不及。在 2004 年 4 月的一份研究报告中,日本丸红公司研究院院长认为,日本的文化产品(包括音乐、书籍、杂志、工艺品、专利,以及表演艺术等)出口总值从 1992 年的 50 亿美元上升到 2000 年的 150 亿美元。日本的文化产品与服务除了输出到亚洲的其他国家和地区,也正越来越受到美国消费者的欢迎。例如,日本的动漫以其独特的大眼睛人物特征正影响着时尚产品:玩具、漫画、连环画、电子游戏,甚至电影。设在美国洛杉矶的日本著名的连环画出版商“东京流行”,正吸引美国的儿童与青少年购买他们出版的连环画。该杂志 2003 年与美国传媒巨子维亚康姆、20 世纪福克斯公司及沃特·迪斯尼公司签订了许可使用协议。除了流行文化,日本的休闲产品也逐渐渗透和影响美国文化。如诞生在日本的专业汽车运动,在崎岖的山路上进行飙车现也引入美国。首场专业飙车比赛已于 2004 年夏天在美国举行。此外,日本的玩具产品在美国的市场上也已占据了巨大的市场份额。因此,日本的

玩具制造商已开始在日本与美国同步生产玩具产品。

三、国外文化休闲产业的发展与输出给我们的启示

文化休闲产业作为一种经济产业,对国民经济发展的作用不可忽略。一是对国内生产总值的增加有重要的意义;同时也可增加就业机会。二是提高民族文化素质和精神文明修养,为广大消费者提供欣赏高雅艺术的机会,提供较高层次的视听享受。因而,在这一意义上,文化休闲产品与服务在提升生活质量方面创造的附加价值,已远远超出了其经济价值。

由此可见,文化休闲产业对一个国家的影响不仅在于其作为一个经济生产行业,能产生巨大的经济效益;同时更是创造一种良好的氛围,在为经济发展创造良好的环境的同时,还为消费公众创造了一个幸福、娱乐的环境。因此发展文化产业的意義深远。

随着我国经济的进一步发展,社会公众对这一产业的产品与服务的需求就会不断上升。中国作为一个文明古国,多民族并存的大国,发展文化休闲产业具有很大的潜力。我们应大力拓展富有鲜明民族文化特色,地域文化特色,展示深厚文化底蕴的文化休闲产品与服务,如民间艺术、歌舞表演、杂技、民乐、中国武术等。积极走向世界,加强与其他国家与地区的文化交流。中国自创自编舞剧“金舞银饰”、“野斑马”,创新音乐表演“十二女子乐坊”等,在走出国门后,都取得了成功。

文化休闲产业的输出,在全球经济一体化、计算机网络技术的普及和广泛运用的大商业背景下,极其重要。加强与其他国家与地区的文化艺术交流与相互渗透非常必要。北京申奥、上海申博的成功,为我们创造了一个向全世界展示中国5 000年灿烂文化的极佳机会,也是让我们走向世界,了解他国文化的极好时机。因而,这一产业在经济活动中所占的比例也将越来越大。这一发展趋势应引起相关主管部门的足够重视,并制定相关的政策与法规来促进其发展,管理好这一产业。

(作者单位:上海对外贸易学院)



参考文献:

- [1] 《文化经济学》,2003.(2).
- [2] 《经济学家》,2000.
- [3] 《Business Week》,2004-07-26.