

文化差异对文化创意产业双边贸易影响的实证研究

占绍文 辛武超

(西安建筑科技大学管理学院, 陕西 西安 710055)

摘要: 本文主要针对全球26个文化创意产业贸易大国探讨贸易双边文化差异对文化创意产业贸易的影响。实证结果显示, 文化创意出口国的文化开放性越低、越能保持自我独特性时, 其在文化创意双边贸易中的出口值越高; 若就贸易双边的文化差异而言, 两国的文化开放性差异与两国一般贸易往来较没有显著关系, 对于文化创意双边贸易却具有重大影响: 两国贸易对方国间对外来种族接受度的差异越大, 双边文化创意贸易越高。这一发现, 一方面凸显出在全球化的浪潮下, 保留本土文化特色具有一定的正面意义与价值, 另一方面也显示出文化创意贸易不同于一般贸易的独特性, 不管是在改革思维上或是学术研究上, 均值得给予特别的关注。

关键词: 文化差异; 文化创意产业; 双边贸易

中图分类号: G114

文献标识码: A

文章编号: 1006-1894 (2013) 01-0076-12

近10年来, 许多国家将未来发展的重点从传统制造业、服务业扩及至文化创意产业, 由于创意经济具有浓厚的文化色彩, 如果两国文化的差异对双边贸易具有重大影响, 那么文化影响创意经济相关贸易应是合理的预期, 但以往研究未对此议题作系统性探讨。最重要的是, 创意经济是以文化创意为本, 与一般商品贸易存在本质上的差异, 两国间的文化异同对此产业的影响是否与一般贸易有所不同, 更值得探讨。

一、文化与双边贸易

(一) 文化与文化衡量

依据英国人类学家泰勒(1871)对文化的定义, 从广义来看, 文化是一个包括人在社会中所学到的知识、信仰、美术、道德、法律、风俗, 以及任何其他能力与习惯的整体。^[1]各国文化可能存在或大或小的差异, 包括宗教、种族群体、语言能力、政治立场、社会阶级、性别观、民族主义、文学、教育程度等方面, 当不同的

收稿日期: 2012-10-15。

作者简介: 占绍文, 男, 博士, 西安建筑科技大学管理学院教授, 陕西省文化产业管理研究中心主任, 研究方向: 文化产业管理; 辛武超, 男, 西安建筑科技大学管理学院硕士研究生, 研究方向: 文化产业管理。

文化相遇之时会产生冲击、竞争及失落等反应,即为文化差异。^[2]

文化属于抽象概念,以往经济学大多不愿用文化作为探讨经济的要素。由于定义范围广泛,在衡量时不同学者的侧重点各异。Hofstede(1980)通过IBM全球子公司于1967~1973年的员工态度内部调查问卷了解各国的文化价值观,调查对象涉及75个国家,借以提出4层面的“文化维度”作为文化的衡量,分别是权力距离指数(Power Distance Index)、个人主义、男性/女性主义与规避不确定性指数(Uncertainty Avoidance Index)。但这4层面用以衡量所谓的文化引起多方质疑。由于Hofstede的4层面遗漏了很多重要变量,其他学者相继提出了更多层面进行衡量。Harrison(1997)的10层面,包括时间取向、工作态度、节俭观念、教育、个人主义、信任、腐败、正义与公平、权力距离和对世俗观念等;^[3]与Grondona(2000)的20种因素,皆用以了解文化对经济发展的正向与负向影响。^[4]此外,Florida(2002)尝试从开放性角度来描绘各地区的文化状态,提出“综合多元文化指数”,包括同性恋指数、波希米亚指数及熔炉指数,用以衡量文化对于不同种族、群体的开放程度与包容度。由于本文所关注的是文化创意产业的国际贸易,在文化层面的选取上必须从文化创意产业的特性来思考,文化独特性越高的文化创意商品在国际贸易市场上的需求越高,因此本文遵循Florida的文化开放性为核心,来研究各贸易国的文化特性。

(二) 文化与国家经济发展

一国文化不仅是用来了解国家特性的工具,更可延伸解释国家经济发展与状况。Fukuyama(1996)认为文化对经济行为及表现极为重要,传统经济学理论只提供了80%的解释能力,其余20%则是与文化戚戚相关。^[5]Hofstede和Bond(1988)通过提出的文化维度探讨国家经济状况,发现两者具有密切关系,如1970~1980年期间,亚洲四小龙的经济快速增长,而具有同样地理位置的马来西亚、泰国等却依然贫穷,一定程度上归咎于儒家思想的启发。Florida(2002)认为“文化状态”可用以判断文化创意产业的竞争力和发展潜能,其所建立的“综合多元文化指数”,研究发现综合多元文化指数越高,即社会体系的文化开放程度越高,其文化创意产业发展越发达。^[6]由于文化衡量的层面至今尚未有共识,而本文在此限制下,将采用对不同种族、同性恋者、外来工作者的接受度、男女平等观念与信任感作为文化价值观变量,用以探讨各国价值观的差异。

(三) 双边文化与贸易

以往探讨双边贸易流量的文献多着重于显明的地理距离,认为贸易成本会随着贸易国家的地理距离而增加,并成为贸易阻碍;然而,影响贸易流量的因素除了显性的贸易成本外,尚含若干隐性成本。Mayda和Rodrick(2005)发现,个人价值观及态度对于贸易表现的解释能力相当高,传统经济变量已不足以解释各国的贸易变异,文化距离的影响力更甚于地理距离因素;当公司对于贸易市场的文化或制度了

解不周全、没有完整的信息,将会导致搜集信息和订立契约的成本增加,进而提升贸易成本。^[7]因此,文化距离所造成的隐性成本也就更值得去探究。当贸易国家互相熟悉、具有相同语言、相似的宗教、曾有殖民地关系、信任度较高时,使得双方较容易沟通以便搜集对方的信息,降低成本,有助于双边贸易的往来。

文化距离即文化价值观的差异越大,欲了解或预测对方贸易行为将越困难,使得贸易成本上升、贸易量下降。但Linders等(2005)却发现:文化距离对双边贸易具有正向影响,即文化差异越大,双边贸易量亦随之增大,主要在于企业进入国外市场有多种模式,包括贸易、直接投资或国际合资,其中的决策取决于交易成本,因文化差异的扩大将使得直接投资的成本上升时,成立子公司或国际合资将更加困难,因而提高双边贸易。^[8]综上所述,国家间文化价值观的异同对双边贸易具有显著影响。

二、研究设计与方法

(一) 研究对象与数据来源

本文主要探讨文化开放性差异对文化创意产业双边贸易的影响,以全球文化创意商品的主要贸易国家为研究对象。

文化创意双边贸易资料来自联合国贸易与发展会议(United Nations Conference on Trade and Development,简称UNCTAD)的统计数据库。^①此数据库自1996年开始对全球130多个国家的文化创意商品及服务做贸易统计,是唯一统计全球文化创意贸易的数据库。关于文化变量,本文所谓的国家文化特性是针对文化的开放性,对文化的衡量采用World Value Survey(简称WVS),是一项针对世界各国人民所做社会及价值观的调查,到目前为止,总共进行了5次调查,涉及97个国家。由于两数据库的调查时点不尽相同,UNCTAD数据库调查涵盖的期间为1996~2005年,在此期间内,WVS做过两次调查,分别为第4次(2000~2004年)与第5次(2005~2008年),为使两个数据库的期间一致,选择2000年及2005年的文化创意贸易数据,以对应WVS数据库中第4次与第5次调查数据。具体筛选程序是:先按2005年各国的文化创意产业出口额排序,初步选出口额大于10亿美元的国家,共32国;其中有26国被WVS列入第4与第5次调查,作为研究对象,包括中国、美国、英国、法国、日本等,而此26国在2005年的文化创意出口总额2,500亿美元,占全球文化创意出口总额3,355亿美元的74.54%,可见,此26国在全球文化创意贸易中具有相当高的代表性。

另外,为控制其他潜在变量,在模型中将语言异同、信任感、男女平等观、生活满意度、名义GDP与经济自由度纳入控制变量,主要考虑到此6个变量对双边贸

^① UNCTAD数据库, <http://unctadstat.unctad.org>。

易的影响力。这6个变量分别取自法国国际信息展望中心数据库(CEPII)^①、World Value Survey、世界银行WDI的数据库与Economic Freedom。

(二) 变量说明

文化创意贸易是以文化色彩为主的产业,应深受文化的影响,当文化创意商品较为独特、与众不同时,易引起国际市场的关注与欢迎,因此本文沿用Florida(2002)的观点,从文化开放性的角度来探讨各国文化创意贸易。在此原则下对于特定变量的选取,则是撷取经过卡方独立性检定,相关系数等统计工具的反复检测,剔除与文化创意贸易的无关变量后,最后取得WVS数据库中符合开放性层面的3个变量做为衡量架构,分别为“对同性恋者的接受度”、“对不同种族的接受度”及“对外来工作者的接受度”,以下是对此3层面作介绍。

(1) 对不同种族的接受度(Race):即询问受访者是否愿意接受不同种族的人成为邻居。以回答“不介意”者的人数除以总答题人数的分值,表示该国对不同种族的接受程度,分值越高表示越能接受。(2) 对同性恋者的接受度(Homosexual):即询问受访者是否愿意接受同性恋者成为邻居。以回答“不介意”者的人数除以总答题人数的分值,表示该国对同性恋者的接受程度,分值越高表示越能接受同性恋者。(3) 对外来工作者的接受度(Foreigner):即如有从国外来本国工作的人,询问受访者认为政府应如何应对。选项包括“允许任何人”、“工作机会允许”、“严格限制”与“绝对禁止”,将各选项的答题人数乘以给予的分数后除以总人数,作为该项分值,回答第一个选项计4分、第二个计3分、第三个计2分、第四个计1分,再予以加总,表示该国对外来工作者的接受度,分值越高越能接受外来工作者。

很多经济和文化变量对双边贸易都具有重要影响,本文尽可能将其纳入模型加以控制,其中文化变量包括语言、信任感、男女平等观,经济及其他变量则包括生活满意度、名义GDP、经济自由度。由此将文化开放性变量的定义与计分,如表1,操作性定义及解释,如表2。

表1 文化开放性变量定义与计分

变量	选项	计分	计算公式
种族	不介意	1	$(n \cdot 1) / N$
	介意	0	
同性恋	不介意	1	$(n \cdot 1) / N$
	介意	0	
外来工作者	允许任何人	4	$(n_1 \cdot 4 + n_2 \cdot 3 + n_3 \cdot 2 + n_4 \cdot 1) / N$
	工作机会允许	3	
	严格限制	2	
	绝对禁止	1	

注: N: 总答题人数, n: 各选项的答题人数。

^① CEPII数据库, <http://www.cepii.fr/>。

表2 操作性定义及解释变量

变量名称	变量符号	解释变量
文化创意产业贸易出口	Export	原始数据单位为百万美元, 取对数为被解释变量
文化创意产业贸易进口	Import	原始数据单位为百万美元, 取对数为被解释变量
对外来种族接受度	Race	分值越高越能接受
对同性恋者接受度	Homosexual	分值越高越能接受
对外来工作者接受度	Foreigner	分值越高越能接受
年度虚拟变数	Wave	第4次调查资料为0, 第5次则为1
是否为共同语言	Language	双边贸易国家互为相同语言者为1, 否则为0
信任感	Trust	分值越高越相信
男女平等	Equality	分值越高越平等
生活满意度	Satisfaction	分值越高越满意
名义国内生产总值	nGDP	原始数据单位为10亿美元, 取对数为解释变量
经济自由度	EF	原始数据为0~100的分配值, 将之除以10为解释变量

(1) 调查时点虚拟变量: 当因变量数据年度为2000年, 设虚拟变量为0; 因变量数据为2005年, 虚拟变量设为1。(2) 是否为共同语言: 为虚拟变量, 双边贸易国家皆使用相同母语, 则设为1, 否则为0。(3) 信任感: 询问受访者是否信任他人。回答两个选项的人数乘以分数后分别除以总答题人数为分值, 回答“绝大多数人可信”计2分、“尽量小心”计1分, 再予以加总, 表示该国人民的信任感, 分值越高表示越信任。(4) 男女平等观: 询问受访者男人当政治领导者会比女人好吗? 选项有4个, 各选项的答题人数分别乘以给予的分数再除以总人数, 非常同意计1分、同意计2分、不同意计3分、非常不同意计4分, 再予以加总, 表示该国的男女平等观, 分值越高表示越平等。(5) 生活满意度: 询问受访者生活满意程度。计分方式为回答各个选项的人数分别乘上给予的分数后除以总答题人数, 最满意计10分, 最不满意计1分, 以此类推, 再予以加总, 表示该国人民的生活满意度, 分值越高表示越满意。(6) 名义GDP: 原始数据单位为10亿美元, 取对数为解释变量。(7) 经济自由度: 包括10个标准, 商业自由、贸易自由、财政自由、政府支出、货币自由、投资自由、财务自由、产权、腐败、劳动自由, 国家在这些方面表现好, 其分数也会较高, 此自由度分数以0~100的区间表示, 故取之为整体经济概况、政府表现的衡量。数据处理时, 将经济自由度同除以10以减少极端值的干扰, 再纳入模型分析。

(三) 研究方法

引用多元回归模型分析进行验证, 此将实证模型说明如下:

1. 文化对文化创意产业出口与进口的影响

$Ex_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + W + \varepsilon_i$; $Im_i = \alpha + \beta_3 X_i + \beta_4 Z_i + W + \varepsilon_i$ 。其中, α : 截距项。 i : 在出口模型中, 表示出口国; 在进口模型中, 表示进口国, $i=1, 2, \dots, 26$ 。 Ex_i : 国家*i*文

化创意商品的总出口额, $Ex_i = \log(\text{Export}_i)$ 。 Im_i : 国家i文化创意商品的总进口额, $Im_i = \log(\text{Import}_i)$ 。 X_i : 国家i各项文化价值观变量, 包括对不同种族的接受度、对同性恋者的接受度、对外来工作者的接受度。 Z_i : 控制变量, 包括其他文化重要变量, 包括人民间的信任感、男女平等观; 在经济变量方面, 将名义GDP、经济自由度及生活满意度纳入控制。 W : 调查时点虚拟变量, 第4次 $W_{ij}=0$, 第5次 $W_{ij}=1$ 。 ε_i : 残差项。

2. 文化对文化创意产业双边贸易的影响

$$Ex_{ij} = \alpha + \beta_5 X_i + \beta_6 X_j + \beta_7 Z_i + \beta_8 Z_j + \gamma L + \varepsilon_{ij}$$

$Im_{ij} = \alpha + \beta_9 X_i + \beta_{10} X_j + \beta_{11} Z_i + \beta_{12} Z_j + \gamma L + \varepsilon_{ij}$ 。其中, α 和 i 与上同。 j : i 的贸易对方国, $j=1, 2, \dots, 26$ 。 Ex_{ij} : 国家i出口到国家j的文化创意商品出口额, $Ex_{ij} = \log(\text{Export}_{ij})$ 。 Im_{ij} : 国家i从国家j进口的文化创意商品进口额, $Im_{ij} = \log(\text{Import}_{ij})$ 。 X 表示一国的文化变量向量, 与前文相同。 Z : 控制变量, 与上同。 L : 语言虚拟变量, 若i与j为同一种语言, 则 $L=1$, 否则为 $L=0$ 。 W : 调查时点虚拟变量, $W=0$ 表示第4次调查, $W=1$ 表示第5次调查。 ε_{ij} : 与上同。

3. 文化差异对文化创意产业双边贸易的影响

$$Ex_{ij} = \alpha + \beta_{13} X_{(i-j)} + \beta_{14} Z_i + \beta_{15} Z_j + \gamma L + \delta W + \varepsilon_{ij}$$

$Im_{ij} = \alpha + \beta_{16} X_{(i-j)} + \beta_{17} Z_i + \beta_{18} Z_j + \gamma L + \delta W + \varepsilon_{ij}$ 。其中, α 、 i 和 j 与上同。 Ex_{ij} : 与上同, $Ex_{ij} = \log(\text{Export}_{ij})$ 。 Im_{ij} : 与上同, $Im_{ij} = \log(\text{Import}_{ij})$ 。 $X_{(i-j)}$: 表示国家i与国家j的文化差异, 包括对不同种族的接受度、对同性恋者的接受度、对外来工作者的接受度。 Z : 控制变量, 与上同。 L : 语言虚拟变量, 与上同。 W : 与上同。 ε_{ij} : 与上同。

三、实证分析

(一) 变量的叙述统计分析

1. 文化变量

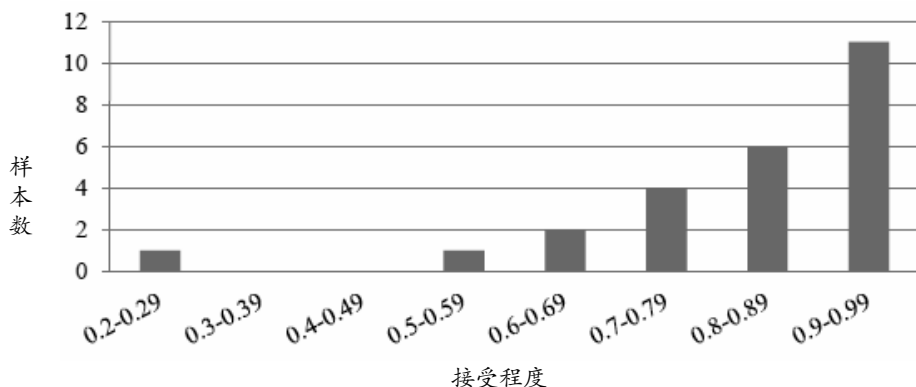


图1 对不同种族接受度分配图

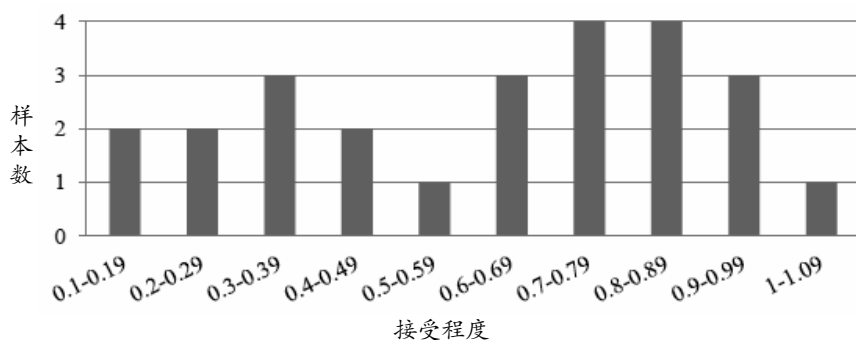


图2 对同性恋者接受度分配图

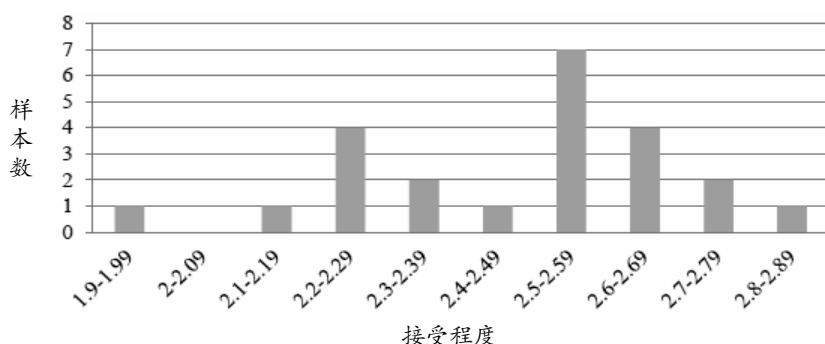


图3 对外来工作者接受度分配图

将对文化变量作叙述统计，且将依据模型分两种方式讨论，一是各国的文化价值观，另一是双边国家的文化差异变量。首先，对不同种族的接受度。发现在25个国家中有21国的接受度达0.7以上，表示大部分国家已较能接受不同种族的人群；相比对同性恋者的接受度，发现各国对同性恋者的接受度较不一致，接受度为0.7以上的国家，在25国中仅有12个，显示尚有部分国家对同性恋者的接受度是较低的；就对外来工作者接受度来看，23个国家中有14个国家的接受度为2.5以上，说明大部分国家多能接受外来的工作者。如图1、2、3。

相比2000~2004年与2005~2008年26国的文化变量，各国对于不同种族的接受

表3 文化价值观变量的叙述统计

变量	样本合计		第四次 2000~2004 年		第五次 2005~2008 年		组间均差	P 值
	样本数	平均数	样本数	平均数	样本数	平均数		
Race	42	0.83	18	0.85	24	0.82	-0.02	0.36
Homosexual	43	0.60	19	0.58	24	0.61	0.02	0.51
Foreigner	40	2.51	19	2.53	21	2.5	-0.03	0.94
Race (i-j)	900	0.15	324	0.12	576	0.16	0.04	0
Homos (i-j)	937	0.31	361	0.33	576	0.29	-0.04	0.01
Foreigner (i-j)	802	0.24	361	0.23	441	0.25	0.02	0.08

注：表格上半部为文化变量，下半部为文化差异变数。

度、对于外来工作者的接受度、对同性恋者的接受度皆呈现无显著变化。而对比2000~2004年与2005~2008年26国的文化差异,发现双边贸易国家对不同种族的接受度差异显著上升0.04;但对于同性恋者的接受度差异却是越来越小,显著下降0.04;对于外来工作者的接受度差异显著上升0.02,如表3。

2. 控制变量

6个控制变量分别为:信任感、男女平等观、语言、生活满意度、名义GDP与经济自由度。相比2000~2004年与2005~2008年26国的信任感与男女平等观皆无显著的变化,而平均生活满意度则呈现显著上升0.31,表示出各国生活满意度逐年上升;而26国的文化差异,在信任感与男女平等观部分皆呈无显著差异,在各国间的生活满意度差异则呈现显著下降0.42,显示出出国与国之间的生活满意度差异正在逐渐下降。而名义GDP,不论是2000年还是2005年,美国皆稳居第一,在2000年时名义GDP为9.765万亿美元,成长到2005年的12.364万亿美元;而成长最快的为新兴国家俄罗斯,在2000年名义GDP仅有2,597.08亿美元,到了2005年快速成长到7,645.31亿美元,总额虽小,但增长速度惊人,达194.95%;然而这6年期间,唯有日本的名义GDP是负增长了2.47%,显示这段时间日本经济处在紧缩状态。而整体看这26国的名义GDP在2000~2005年间增长了4.0558亿美元,平均从2000年的10.59亿美元上升至2005年的146.48亿美元。经济自由度方面,香港最为自由,在2000年为89.5,到了2005年保持不变;而在2000~2005年间,经济自由度成长最为快速的国家为新兴国家印度,原在2000年仅为47.4,到了2005年则达到54.2,幅度达14.35%;但土耳其却是这6年间经济自由度严重负增长的国家,从原本的63.4降至2005年的50.6,降幅达20.19%。而整体看26个国家的经济自由度并无显著变动如表4。

表4 控制变量叙述统计

变量	样本合计		第四次 2000~2004年		第五次 2005~2008年		组间均差	P 值
	样本数	平均数	样本数	平均数	样本数	平均数		
Trust	45	1.32	20	1.32	25	1.31	-0.01	0.77
Equality	45	2.60	18	2.59	25	2.72	0.12	0.77
Satisfaction	45	6.19	20	6.73	25	7.04	0.31	0.55
Trust (i-j)	1025	0.17	400	0.16	625	0.17	0.01	0.63
Equality (i-j)	949	0.42	324	0.42	625	0.42	0.00	0.07
Satisfact (i-j)	1025	0.87	400	1.12	625	0.70	-0.42	0.00
nGDP	52	1262.11	26	1059.58	26	1464.15	405.58	0.57
EF	52	66.21	26	66.03	26	66.39	0.36	0.67

(二) 文化差异对文化创意贸易的影响

由于文化开放性变量是由两次调查资料组成,也因此使得双边贸易必须采用

2000年及2005年的数据，所以在回归模型中，调查的时间有两种方式分析，一是将两次调查时间合并在一起分析，另一为将两次调查时间分开分析。本文将以第一种分析方式的回归结果作参照。

首先，具有什么样文化特质的国家对其进出口有益。经由回归分析后发现，出口国对不同种族的接受度较低时，对于出口有利，控制变量方面，则是信任感较高、名义GDP较高者，有益于其出口，P值分别达到1%、5%的显著水平；进口国方面，文化观念的变量在此并无显著的影响，但控制变量方面，名义GDP与经济自由度对文化创意进口国呈显著正向影响，P值皆达1%的显著水平。表示进口国家的经济规模越大，进口文化创意商品的金额确实较高，如表5。

表5 国家文化对于文化创意出口与进口的影响

因变量 自变量	文化创意出口总额	P 值	文化创意进口总额	P 值
Race _i	-2.0616**	0.037	-0.6449	0.500
Homosexual _i	-0.2465	0.745	0.0777	0.919
Foreigner _i	0.2079	0.744	0.3043	0.635
Trust _i	2.0162**	0.015	-0.7133	0.367
Equality _i	-0.1328	0.868	0.8091	0.317
Satisfaction _i	0.1550	0.400	-0.2307	0.216
nGDP _i	1.4801***	0.000	1.5558***	0.000
EF _i	0.1464	0.288	0.7024***	0.000
Constant	1.2240	0.475	-0.8855	0.606
Adjusted-R ²	0.6531		0.7889	
有效样本数	37		37	

注：***达1%统计显著水平，**达5%统计显著水平。以下各表注释皆如此。

其次，各国国内文化开放性对文化创意双边贸易的影响。回归结果显示，就文化因素来说，文化创意产业的双边贸易受到出口国的影响较大，进口国的影响有限。出口国的文化开放度较低，就不同种族、同性恋者、外来工作者的接受度来观察，其在双边贸易中的出口值较高，P值分别达1%、5%、10%的显著水平，意味着如果出口国的文化色彩具有较高的自我独特性，其文化创意商品可能拥有较高的出口竞争力。控制变量方面，出口国的人民信任感较高，其在双边贸易中的出口值也较高，意味着社会中的信任氛围有助于文化创意经济的发展；此外，当两国的男女较平等时，也有助于文化创意商品之进出口，表示男女平等对于文化创意商品的供给与需求都具有正面刺激。而当两国的语言相同、名义GDP和经济自由度皆与双边贸易出口额存在显著正向关系，表示国家具有相同的沟通工具且经济状况较佳者，有助于提高创意经济商品的供给与需求；但两国的生活满意度系数皆显著为负，可能意味着现有生活的不满足反而能够刺激创意经济的供给与需求。此外，调查时点虚

拟变量亦显著为正，即2005年的创意经济出口显著高于2000年，如表6。

表6 国内文化开放度对文化创意双边贸易的影响

变量	文化创意贸易	P 值
Race _i	-1.1377***	0.000
Race _j	0.1155	0.642
Homosexual _i	-0.6556***	0.001
Homosexual _j	-0.1217	0.548
Foreigner _i	-0.3780**	0.026
Foreigner _j	-0.3096	0.064
Wave _{ij}	0.1577**	0.019
Language _{ij}	0.5164***	0.000
Trust _i	1.7480***	0.000
Trust _j	-0.1806	0.379
Equality _i	0.5124**	0.018
Equality _j	0.8052***	0.000
Satisfaction _i	-0.1715***	0.000
Satisfaction _j	-0.2329***	0.000
nGDP _i	0.8278***	0.000
nGDP _j	0.8129***	0.000
EF _i	0.0858***	0.019
EF _j	0.2047***	0.000
Constant	-4.8971***	0.000
Adjusted-R ²	0.5675	
有效样本数	648	

最后，国家间文化开放性差异对文化创意双边贸易的影响。为了顾全文化创意贸易的独特性，另外采用文化差异对一般双边贸易流量影响做对照。经回归分析后发现，当贸易国家间对不同种族接受度的差异越大时，对其双边贸易有显著正向影响，P值达到5%的显著水平，显示出文化开放性差异越大越有利于贸易量，与前文中Linders等（2005）的实证结果相似。但与一般双边贸易量做对照后，发现对不同种族的接受度结果变得不显著，此实证发现不但凸显出文化创意产业的特性，也帮助我们进一步厘清某些文化层面的差异有利于具有自我独特性的国家强化其文化创意特色，进而提升其文化创意出口。控制变量方面，当贸易国家具有共同语言，会使得贸易量上升，P值达到1%的显著水平，与Den Butter等（2003）研究结果相符，当两国拥有共同沟通工具，在获取贸易对方信息以及拟订契约等具有优势，使得成本下降进而促进贸易量上升；但男女平等在文化创意贸易与一般贸易方面的表现差异，在文化创意贸易国间，男女平等差异越大，贸易量越高，而在一般贸易国间，却截然不同，呈现男女平等观越相似，贸易量大。^[9]在生活满意度方面，贸易国家差异越小，对其贸易有利，而名义GDP与经济自由度对文化创意贸易国家皆呈显著正向影响，显示贸易国的经济能力越强，对其文化创意贸易有利，P值分别达1%

及10%的显著水平，如表7。

表7 国家间文化差异对文化创意双边贸易的影响

变量	文化创意产业双边贸易	P 值	一般双边贸易	P 值
Race _{i-j}	0.5462**	0.022	0.1243	0.467
Homosexual _{i-j}	-0.2041	0.302	0.1876	0.183
Foreigner _{i-j}	-0.0413	0.820	0.0956	0.462
Wave _{ij}	-0.0163	0.820	-0.0482	0.346
Language _{ij}	0.5828***	0.000	0.3388***	0.002
Trust _{i-j}	-0.0652	0.793	-0.0905	0.610
Equality _{i-j}	0.2816**	0.046	-0.2391**	0.018
Satisfaction _{i-j}	-0.2327***	0.000	-0.2161***	0.000
nGDP _i	0.7147***	0.000	0.6910***	0.000
nGDP _j	0.8827***	0.000	0.7635***	0.000
EF _i	0.0600	0.081	0.1144***	0.000
EF _j	0.2102***	0.000	0.1001***	0.000
Constant	-4.6869***	0.000	-2.0586***	0.000
Adjusted-R ²	0.496		0.5233	
有效样本数	648		651	

四、结语

实证结果发现，国内文化对文化创意产业双边贸易确实有影响，出口国对不同种族、同性恋者及外来工作者的接受度低，其出口额较高。原因是当一个国家对不同的文化包容度低、开放度较低时，外来文化尚未侵蚀国家的文化，使得本身的文化特色较为鲜明，使得其出口至他国较为有利，而进口国也会因此对他国文化创意商品具有新鲜感而进口。国家间文化差异对于文化创意双边贸易确实有影响，尤以对不同种族的接受度的差异越大，双边贸易量具显著正向影响，显示出当国家间文化价值观差异大，在能够选择进入国外市场的管道下，会以较低成本的方法直接与该国做交易，间接使得贸易量大为提升。与一般贸易做对照后，在文化价值观方面显示出截然不同的结果，表示文化创意贸易具有独特性，值得特别深入研究。

参考文献：

- [1] 爱德华·泰勒. 原始文化: 神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗发展之研究[M]. 南宁: 广西师范大学出版社, 2005.
- [2] 维基百科. 文化差异[EB/OL]. <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%96%87%E5%8C%96%E5%B7%AE%E7%95%B0>.
- [3] Harrison, L. E. The Pan-American Dream: Do Latin America's Cultural Values Discourage True Partnership with the United States and Canada [M]. New York: Westview Press, 1997.
- [4] Grondona, M. A. Cultural Typology of Economic Development, in L.E.Harrison and S.P. Huntington (eds.), Culture Matters: How Values Shape Human Progress[M]. New York: Basic Books, 2000.
- [5] Fukuyama, F. Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity[M]. New York: Free Press, 1996.

- [6] 佛罗里达. 创意阶层的崛起——关于一个新阶层和城市的未来[M]. 北京: 中信出版社, 2010.
- [7] Mayda, A.M. and Rodrik, D. Why Are Some People (and Countries) More Protectionist Than Others[J]. European Economic Review, 2005, (6).
- [8] Linders, G.M., et al. Cultural and Institutional Determinants of Bilateral Trade Flows[C]. Tinbergen Institute Discussion Paper, 2005.
- [9] Butter, Den F.A.G. and Mosch, R.H.J. Trade, Trust and Transaction Costs[J]. Tinbergen Institute Working Paper, 2003, (8).

The Influences of Cultural Diversity on the Bilateral Trading of Cultural and Creative Industries

ZHAN Shao-wen, XIN Wu-chao

Abstract: This paper explores the effect of cultural differences on bilateral trade for the cultural and creative industry. Empirical studies show, the more open the exporting country is, the more able it is to maintain self-uniqueness, and the higher its exportation of the cultural and creative bilateral trade is. There is no correlation between cultural differences and general trade of two countries. The greater the difference between the rival countries for the acceptance of different races, the higher the bilateral cultural and creative trade is. This finding shows it is important to retain the positive meaning and value in the cultural characteristics at the age of globalization, and the uniqueness of the cultural and creative trade utterly different from the general trade.

Key words: cultural differences; cultural and creative industries; bilateral trade

会议通知

上海对外贸易学院国际经贸研究所和加拿大麦科文大学亚太管理研究院定于2013年5月11日在上海对外贸易学院共同举办“华人企业走向全球化——基于中国与其他新兴经济体之间竞争与合作的视角”国际研讨会。

研讨会的主要论题包括：（1）世界贸易组织体制下中国与其他新兴经济体之间的竞争与合作；（2）国际区域经济合作中的华人企业：对外贸易与对外投资；（3）华人企业投资国际化的法律风险与控制；（4）与研讨会主题相关的其他论题。

我们热诚邀请国内外学者参加研讨会和向研讨会投稿。论文应是作者的原创作品。我们将把会议论文收录成集，并选择优秀的论文分别在《国际商务研究》和《亚太与全球化评论》（Asia Pacific and Globalization Review）上刊发。论文的截止日期是2013年4月20日。

研讨会邮箱：shiftjournal@163.com。

联系人：金孝柏、William Wei。

研讨会信息发布网站：<http://www1.shift.edu.cn/trade/>。

上海对外贸易学院国际经贸研究所
加拿大麦科文大学亚太管理研究院