

文化距离会阻碍文化服务输出吗？ ——基于 2006~2012 年跨国数据的检验

王云飞 景瑞琴

摘要：本文利用 2006~2012 年 216 个国家间的文化服务贸易数据检验了文化距离对国家间文化服务贸易的影响。研究显示，以 Hofstede 国家文化维度测量的文化距离会显著阻碍国家间总体文化服务贸易的发展；互联网的普及和国家间说同种语言人口比例的上升会部分抵销文化距离带来的负向作用。具体来看，文化距离对文化信息服务存在显著负向作用，对文化产品再生产或分配许可贸易会产生正向作用；不同维度的文化距离对文化服务贸易的影响也存在显著异质性。

关键词：文化距离；文化服务贸易；引力模型

中图分类号：F742

文献标识码：A

文章编号：1006-1894 (2017) 06-0074-11

一、文献综述

现有文献对文化距离与文化贸易之间的关系已进行相关探索。从理论上讲，文化距离主要通过影响交易成本或消费者偏好两个途径影响贸易。Felbermayr 等 (2010) 认为文化距离相近降低了交易成本，从而促进两国间的进出口贸易。文化越接近，尤其是语言越相似的国家，交易过程中沟通成本越低，交流壁垒越少，合同执行越快。另一方面，Linders 等 (2005) 认为，距离产生美感，如果一国消费者对产品多样性的追求大于文化距离带来的文化疏离，这样文化距离对双边贸易具有积极影响；反之，若一国的消费者对文化观念持保守态度，对异国文化十分排斥，那么文化距离越大，意味着两国间开展文化贸易的可能性越小。所以，从理论上讲，文化距离对贸易尤其是文化贸易的影响是不确定的，详见图 1 说明。

大量实证检验发现，文化距离的交易成本途径更加显著。Marvasti (1994) 对 1985 年 63 个国家之间图书、报纸、电影和唱片的文化商品贸易进行实证检验，结果发现相似的语言对书籍和电影行业有很大的正向影响。陈晓清和詹正茂 (2008) 利用美国数据的检验、Disdier 等 (2010) 基于垄断竞争贸易模型的多国数据、

作者简介：王云飞，上海对外经贸大学国际经贸学院副教授，硕士生导师，研究方向：国际贸易理论；景瑞琴，上海对外经贸大学国际经贸学院副教授，硕士生导师，研究方向：国际服务贸易、国际商务环境。

基金项目：国家社科基金项目“我国经济发展方式转型中的投资效率的测度及国际比较研究”（项目编号：11CJL015）和国家社科基金项目“价值链视角下本土市场、创新资源投入与出口企业技术创新研究”（项目编号：17BJL107）；上海哲学社会科学基金“全球价值链分工下我国对外贸易转型升级的就业结构变动效应研究”（项目编号：2016BJB006）和上海市“晨光计划”项目“垂直专业化分工下的贸易利益——基于发展中国家视角的分析”（项目编号：10CG59）。

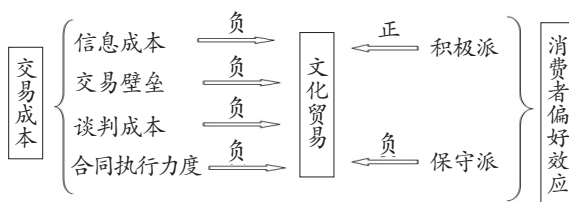


图1 文化距离影响文化贸易的途径

Dunlevy (2006) 的检验都发现了这一点。Tadesse 和 White(2008, 2010) 利用美国的贸易数据检验,发现文化距离对文化贸易产生负向作用。曲如晓和韩丽丽(2011)、许陈生和程娟(2013)以及黄玖立和周泽平(2015)以中国文化货物贸易为研究对象,也发现文化距离不利于文化货物的出口。

蒙英华和李艳丽(2013)利用加拿大数据,发现文化距离对文化贸易进出口的影响作用不一致,文化距离对文化服务出口有促进作用,而文化距离对加拿大文化服务进口影响并不明显。许和连和郑川(2014)利用我国与54个国家2002~2012年的文化产品贸易数据进行检验,发现文化差异作为整体变量引入模型时,文化距离与贸易流量呈负相关,而且不同文化维度距离对不同文化产品的影响程度存在差异。

由于文化距离难以测度,不同学者采用不同的测度指标检验了文化距离对文化贸易的影响,结果见表1。从现有研究来看,大部分研究发现文化距离对文化贸易总体有负向作用,但随着对文化距离不同维度的细分和文化贸易数据的可得性增强,最近的研究发现文化距离对贸易的作用并不总是负向的,如许和连和郑川(2014)。另外,现有研究主要集中分析文化距离对具体文化货物产品(如书籍、影像作品等)的影响,涉及文化服务贸易的比较少。鉴于此,本文利用2006~2012年联合国贸易统计数据库中可查到的文化服务出口数据对文化距离与文化服务贸易关系进行检验。

表1 文化距离与文化贸易相关研究整理

作者	文化距离指标	数据	结论
Marvasti (1994)	语言、宗教等虚拟变量	1985年63个国家之间图书、报纸、电影、唱片的文化商品贸易	负相关
Dunlevy (2006)	移民数量、语言、腐败等	1990~1992年美国50个州和87个哥伦比亚地区国家的核心文化贸易出口	负相关
Tadesse 和 White (2008)	Inglehart 文化维度框架	美国各州与75个国家的出口数据	负相关
蒙英华和李艳华 (2013)	Hofstede 文化维度	2002~2009年加拿大文化货物与服务数据	不确定
陈晓清和詹正茂 (2008)	是否属于同种语言	美国1996~2006年的文化贸易数据	负相关
曲如晓和韩丽丽 (2011)	Hofstede 文化维度	1992~2009年间中国与41个国家和地区的双边文化货物贸易数据	负相关
许陈生和程娟 (2013)	Hofstede 文化维度	2002~2010年中国文化创意产品出口数据	负相关
许和连和郑川 (2014)	Hofstede 文化维度	2002~2012年中国与54个国家文化产品贸易	不确定
黄玖立和周泽平 (2015)	遗传距离	1999~2010年中国文化产品贸易	负相关

二、回归方程和数据说明

本文基于引力模型研究文化距离是否对文化服务输出存在影响,其基本方程为:

$$\ln EXS_{cjt} = \alpha + \beta_1 Lnculd_{cjt} + \beta_2 Lngdp_{ct} + \beta_3 Lngdpn_{jt} + \beta_4 Lndis_{cj} + n_{cjt} + \varepsilon_{cjt} \quad (1)$$

其中, c 是文化服务贸易出口国, j 是文化服务贸易对象国, EXS_{cjt} 表示 c 国对 j 国文化服务贸易出口额。 $culd_{cjt}$ 是 c 国与 j 国的文化距离, 本文选用的是 Hofstede 文化维度框架。该框架通过对 IBM 公司 11.7 万名员工的调研结果, 把各国的文化分为 6 个维度: 权力距离 (PD), 衡量了社会成员对国家权力分配不平等的接受程度; 男性与女性主义 (MF), 衡量一个社会对角色模式的选择; 不确定性规避 (UA), 考察社会成员对不确定问题偏好的回答; 个人主义和集体主义 (IC), 反映社会成员对个人和集体的取向; 务实与规范 (PN), 衡量社会成员对无法解释问题的态度; 放纵与约束 (IR), 反映人们享受生活的程度。Hofstede 根据调查计算得出每个国家每个维度的得分, 以此衡量不同国家的文化水平。国家间文化距离的综合指数是基于 $culd_{cj} = [\sum_{i=1}^6 (I_{ij} - I_{ic})^2 / V_i] / 6$ 公式采用 6 个维度的数据计算得到。其中, c 表示贸易母国, j 是对应的贸易对象国, I_{ij} 代表第 j 个国家或地区的第 i 个文化维度得分, I_{ic} 表示出口国第 i 个文化维度得分, V_i 是这组国家或地区第 i 个文化维度上值的方差, $i=1\sim 6$ 分别代表 6 种文化维度, 每个维度的得分来自 Hofstede 的官方网站。^① 基于 $(I_{ij} - I_{ic})^2 / V_i$ 可以测算各国在每个维度上的距离。

gdp_{ct} 和 $gdpn_{jt}$ 分别表示 t 年 c 国和 j 国的国内生产总值, 各个国家 GDP 数据来源于世界银行, 且均为现价美元。 dis_{cj} 表示两国的地理距离, 由各国首都之间的距离构成, 数据来源于世界城市经纬度查询系统, 单位为千米。 n_{cjt} 表示其他变量影响贸易的因素, 包括: $tech_{jt}$ 表示进口国互联网使用率 (即每 100 人中使用互联网的人数), 数据来自世界银行的互联网用户指标; $contig_{cj}$ 表示两国是否接壤, $colony_{cj}$ 表示是否存在过殖民关系, $lang_{cj}$ 表示是否使用同种语言等。这些哑变量如果是则值为 1, 如果否则值为 0, 数据来自 CEPII 数据库。

对于服务贸易的统计, 目前国际上还没有统一的口径, 只有扩大的国际收支服务分类 (EBOPS) 和第六版国际收支手册 (BPM6) 的最新分类方法对有关国家的服务贸易数据进行了统计, 但是都没有单独将文化类别分离出来。《2009 年联合国教科文组织文化统计框架》对文化货物贸易与文化服务贸易的统计标准进行了梳理, 把文化服务贸易分为 3 类: 核心文化服务、装备辅助材料和相关文化服务, 并给出相应的 EBOPS2010 分类代码, 详见表 2。因扩大的国际收支服务分类标准有 EBOPS2010 年版和 EBOPS2002 年版, 2010 年版进行分类的统计数据较少, 2002 年版数据较为齐全。本文首先把 2010 年版指标对应到 2002 年版的指标, 其对应指

① 本文文化距离数据均为 2014 年 8 月登陆 Hofstede 官网查看所得。

标见表 2；之后根据 EBOPS2002 年版的文化服务贸易标准从联合国服务贸易数据库获得文化服务贸易的数据。根据联合国服务贸易数据库的数据量情况来看，个别编码下的双边贸易较少，很多为零，例如 288、837 等。为避免零贸易问题的不确定性，同时考虑数据的可得性，本文最终选择 EBOPS2002 年版的 263（其他计算机服务）、264（文化信息服务）、266（文化产品再生产或分配许可贸易）和 278（广告、市场研究和民意调查）4 个编码下 216 个国家 2006~2012 年文化服务贸易作为研究对象。^①

表 2 文化服务的定义及统计分类

BPM6	EBOPS2010 年版	EBOPS2002 年版	标签
核心文化服务			
1.A.b.8	8.4.1	266	音像产品的再生产和 / 或分配许可
	8.4.2	266	其他艺术和文学再生产和 / 或分配许可
1.A.b.9.3	9.3.1	264	新闻机构的服务
1.A.b.9.3	9.3.2	280、264、897	其他信息服务
1.A.b.10.2	10.2.2	278	广告、市场研究和民意调查
1.A.b.11.1	11.1.1	288、264	音像产品
1.A.b.11.1	11.1.2	288、264	其他文化服务
1.A.b.11.2	11.2.3	897	遗产和娱乐服务
装备和辅助材料			
1.A.b.8	8.3	266	计算机软件的再生产和 / 或分配许可
1.A.b.9.2	9.2.1	264	计算机服务
1.A.b.9.2	9.2.2	263	其他计算机服务
相关文化服务			
1.A.b.4.2.3	4.2.3.		所有类型出国旅行（学习、出差或就医）的文化消费

资料来源：根据 2009 年联合国教科文组织文化统计框架及联合国 EBOPS2010 和 EBOPS2002 转换文件整理。

三、国家间文化距离对文化服务产业输出的整体影响

式（1）是基于传统引力模型得到的结果，传统引力模型因为缺乏理论基础的支持，其估计结果可能会出现偏误而且不能进行比较静态分析。Anderson 和 Wincoop (2003) 在标准垄断竞争贸易模型基础上基于消费者效用最大化推导出一个存在多边阻力的引力方程，被很多学者作为引力模型检验贸易量的基准方程（Carrère, 2006; Baldwin and Taglioni, 2007）。该引力方程发现，两国之间的贸易量不仅与双边的阻力比如距离等有关系，还与其他贸易对象国的交易成本也就是“多边阻力”有关系。因为多边阻力是无法观测的，研究者在基于理论推理的引力模型进行回归的时候往往采用固定效应模型进行检验（Baier and Bergstrand, 2009）。

另外，Silva 和 Tenreyro（2006）认为，因为 Jensen 不等式的存在，引力模型不论是采用固定效应还是 OLS 回归方法都会导致回归结果的高估，这是因为在引力模型中，对数线性化之前的误差项 e_{ij} 与模型的自变量是独立的，但是转化成对数线

^① 因为有些国家的数据，比如冰岛、波兰、葡萄牙等国家的统计数据，只有 2011~2012 年或者只有 2011 年或 2012 年的，所以数据为非平衡面板数据。

性后, $\log e_{ij}$ 通常会与自变量相关, 其均值的计算在 OLS 或面板固定效应估计方法下会给予方差大的数据更多的权重, 而基于跨国面板进行回归时异方差问题非常普遍, 所以 OLS 和固定效应回归结果会有偏差。Silva 和 Tenreyro (2006) 提出采用指数函数相乘形式的一个类似泊松最大似然估计的方法进行估计, 定义为泊松拟最大似然估计量 (PPML), 对所有数据给予相同权重, 结果更加有效无偏。Arvis 和 Shepherd (2013) 指出应将 PPML 方法作为引力模型的基准回归方法。

本文在对文化距离与文化服务贸易的关系进行检验过程中, 为了进行对比分析, 把 3 种方法检验的结果统一列在表 3 中。^①从表 3 中可以看出, 采用传统 OLS 与固定效应回归估计的变量系数基本是一致的, 但是采用固定效应估计的 t 值明显大于采用 OLS 方法估计的结果。从表 3 中 OLS 和 fe 回归结果来看, 地理距离显著缩减两国间的文化服务贸易额, 其弹性为 -1; 两国 GDP 和人均 GDP 越大, 其文化服务贸易额越大。加入是否接壤和是否有过殖民关系等变量后, 不论是地理距离还是 GDP 以及人均 GDP 的估计系数都没有发生太大变化, 如 OLS (2) 和 fe (2) 所示; 国家之间在历史上如果存在过殖民关系会显著扩大两国之间的文化服务贸易, 其估计系数为 0.9 左右。采用拟最大似然估计量 (PPML) 方法得到的结果见表 3 中 PPML (1) 和 PPML (2)。从 PPML 回归结果来看, 除 GDP 和人均 GDP 外, 其他变量的估计系数都比 OLS 或 fe 下的系数要小很多。在 PPML 估计下, 地理距离的弹性下降为 -0.4 左右; 是否接壤和是否有过殖民关系, 结果都不显著, 见表 3 中 PPML (1) 和 PPML (2)。不论是 OLS 检验结果还是 PPML 检验结果都发现, 是否接壤对两国之间的文化服务贸易产生负向作用而且效果并未通过显著性检验。

表 3 文化距离对文化服务贸易影响的整体回归结果

	OLS(1)	OLS(2)	fe(1)	fe(2)	PPML(1)	PPML(2)
<i>lnclud</i>	-0.347** (-2.489)	-0.414*** (-3.115)	-0.347*** (-17.210)	-0.414*** (-19.146)	-0.254*** (-4.054)	-0.259*** (-3.740)
<i>lnadis</i>	-1.006*** (-8.326)	-1.070*** (-7.948)	-1.004*** (-27.943)	-1.068*** (-34.956)	-0.461*** (-5.538)	-0.484*** (-5.321)
<i>lngdp</i>	0.871*** (10.923)	0.868*** (10.445)	0.871*** (75.105)	0.868*** (72.156)	0.757*** (7.76)	0.736*** (7.516)
<i>lngdpn</i>	1.055*** (14.594)	1.066*** (14.15)	1.053*** (32.443)	1.065*** (37.204)	1.117*** (16.969)	1.114*** (15.449)
<i>contig</i>		-0.52 (-1.489)		-0.519*** (-12.564)		-0.125 (-0.635)
<i>colony</i>		0.939*** (3.721)		0.938*** (14.185)		0.150 (0.663)
<i>_cons</i>	-26.754*** (-8.903)	-26.443*** (-8.593)	-26.723*** (-29.541)	-26.411*** (-32.088)	-28.900*** (-8.837)	-28.016*** (-7.969)
<i>N</i>	1,253	1,238	1,253	1,238	1,253	1,238
<i>R</i> ²	0.559	0.577	0.557	0.575	0.742	0.745

注: 括号中为 t 值, ***, **, * 分别表示在 1%、5% 和 10% 水平下通过显著性检验。

① 考虑到多重共线性问题, 本文对每个回归进行了方差膨胀因子 (vif) 检验, 结果所有回归的方差膨胀因子都在 5 以下, 说明共线性问题并不严重。

不论是 OLS 回归还是固定效应亦或是 PPML 回归结果都显示,文化距离总体上在 1% 显著水平下对文化服务输出产生负效应。OLS 和固定效应检验的结果显示,文化距离对文化服务输出的弹性基本在 -0.3 到 -0.4 左右;PPML 的结果显示文化距离的弹性大概在 -0.25 左右。这说明文化距离越大,交易成本越高,越不利于文化服务贸易的开展。

四、稳健性检验

(一) 文化距离影响文化贸易机制的检验

从现有研究来看,文化距离一方面通过影响交易成本这一途径阻碍文化贸易;另一方面也可能通过消费者偏好效应对文化贸易产生正向影响。由于很难辨别消费者偏好效应,所以本文仅对交易成本途径进行检验。文化距离越大的国家,沟通交流成本越大,交易成本越高,文化越不认同,从而文化贸易就越少。信息和语言是影响交易顺利展开的最主要因素。如果加入信息和语言变量,文化距离估计系数变小,从而其负向影响降低,则能从侧面验证文化距离的交易成本机制。本文加入互联网使用率、是否有共同语言等变量对式(1)进行检验,结果见表 4。

表 4 文化距离影响文化服务贸易回归结果

	PPML(3)	PPML(4)	PPML(5)	PPML(6)	PPML(7)
<i>lnculd</i>	-0.177*** (-2.634)	-0.021 (-0.189)	-0.227** (-2.419)	0.104 (1.350)	-0.111 (-1.414)
<i>lndis</i>	-0.357*** (-3.987)	-0.555*** (-6.607)	-0.502*** (-5.840)	-0.441*** (-5.970)	-0.392*** (-4.718)
<i>lngdp</i>	0.687*** (8.305)	0.784*** (9.503)	0.755*** (7.345)	0.763*** (13.932)	0.725*** (8.372)
<i>lngdpn</i>	1.093*** (17.713)	1.137*** (15.375)	1.111*** (15.083)	1.133*** (18.939)	1.094*** (18.217)
<i>contig</i>	0.049 (0.265)	-0.264 (-1.344)	-0.200 (-1.056)	-0.147 (-0.798)	-0.092 (-0.570)
<i>colony</i>	0.089 (0.435)	-0.061 (-0.255)	0.069 (0.286)	-0.180 (-1.048)	-0.078 (-0.388)
<i>tech</i>	0.791*** (4.249)			0.790*** (6.097)	0.838*** (5.199)
<i>langf</i>		0.947*** (2.594)		1.118*** (4.781)	
<i>lango</i>			0.193 (0.622)		0.383
<i>_cons</i>	-30.396*** (-11.736)	-29.741*** (-8.497)	-28.384*** (-8.034)	-33.304*** (-14.355)	-31.483*** (-12.545)
<i>N</i>	1,238	1,238	1,238	1,238	1,238
<i>R</i> ²	0.806	0.772	0.745	0.881	0.814

注:括号中为 t 值,***、**、* 分别表示在 1%、5% 和 10% 水平下通过显著性检验。

本文发现互联网的使用率能显著扩大文化服务贸易的发展,其弹性大概在 0.8 左

右。互联网技术的发展可以帮助各国了解全球的基本信息和文化理念,从而减少国际贸易中的搜寻匹配成本,进而减少文化距离的负向作用。加入互联网使用率之后,文化距离对文化服务输出影响的弹性显著下降,由 -0.25 下降到 -0.177 ,不过其显著性水平并未发生变化,详见表 4 中 PPML(3)。

加入官方语言这一哑变量后,文化距离的弹性系数明显下降,但效果并不显著。官方语言作为哑变量的估计系数约为 0.947 ,大于 GDP 的系数,因而同种官方语言会显著促进两国之间的文化服务贸易,见 PPML(4)。但如果把使用同种官方语言替代为两国是否有 9% 以上的人会说同种语言,结果发现语言这一变量的估计系数虽然为正但没有通过显著性检验,而文化距离对文化服务贸易的影响在 5% 水平下显著,系数下降为 -0.227 ,见 PPML(5)。一方面,使用同一种官方语言的国家之间文化偏好比较相近,文化服务贸易的可能性较大;另一方面,使用同种官方语言的国家一般都采用英语,而这些国家经济发展程度较高,服务贸易也比较发达。如果同时加入互联网和语言变量,我们发现文化距离的作用并未通过显著性检验,系数由负变正。这说明文化距离主要还是通过影响交易成本对文化服务贸易产生负向作用。

(二) 分不同文化维度的回归结果

Hofstede 对文化维度的划分并不是完全独立的,6 个维度的文化距离存在一定程度的共线性问题,为确保回归的稳健性,本节分别将 6 个维度的文化距离放入回归模型依次回归,结果见表 5。分维度的实证结果显示,不同维度文化包含不同内涵,会对文化服务贸易影响的大小和方向产生差异。从检验结果来看,权力距离(PD)、个人主义和集体主义差距(IC)及不确定性规避的差距(UA)对文化服务贸易的出口有较明显的促进作用。可能是因为国家之间在这些维度上文化差距越大,则对不同文化偏好的吸引力越大,从而两国之间发生文化服务贸易的可能性越大。以个人与集体主义差距来看,一方面,在集体导向性国家,人们认同并接受不同背景下的不同观念,对有文化差异的文化服务产品接受度高;另一方面,在个人主义导向性的国家,人们追求新奇,通过标新立异的产品标榜自我,对异国的文化服务产品接受度也高,从而两国之间在个人/集体文化维度上的距离与文化服务贸易流量正相关。

男性与女性主义差距(MF)、务实与规范差距(PN)和放纵与约束差距(IR)的系数都不是很显著,对文化服务贸易呈负向作用。其中放纵与约束距离的系数相对显著,这是因为约束性社会对社会成员制定了一系列规则,而放纵性社会的人民拥有更多的自主权利,对很多规则比较排斥,因此具有两类社会特征的国家在贸易谈判、贸易策略选择和贸易伙伴选择等方面都不相同,从而不太可能开展文化贸易。

(三) 分文化服务产品的回归结果

针对不同文化服务的产品,文化距离的影响也可能会不一样,本文基于选定的 4 类服务贸易产品分别对文化距离的不同影响进行检验,结果见表 6。

表 5 分不同文化维度的检验结果

	PPML (8)	PPML (9)	PPML (10)	PPML (11)	PPML (12)	PPML (13)	PPML (14)
<i>lndis</i>	-0.45*** (-6.25)	-0.44*** (-5.71)	-0.45*** (-5.41)	-0.46*** (-6.52)	-0.44*** (-5.67)	-0.41*** (-5.17)	-0.43*** (-6.10)
<i>lngdp</i>	0.71*** (13.15)	0.76*** (12.13)	0.74*** (12.44)	0.77*** (13.65)	0.77*** (13.27)	0.75*** (14.28)	0.71*** (13.82)
<i>lngdpn</i>	1.11*** (18.7)	1.11*** (16.56)	1.09*** (18.09)	1.13*** (19.81)	1.12*** (18.68)	1.12*** (18.65)	1.05*** (18.44)
<i>lntech</i>	0.67*** (5.54)	0.69*** (5.14)	0.69*** (4.55)	0.82*** (6.13)	0.71*** (6.38)	0.75*** (6.54)	0.54*** (4.33)
<i>contig</i>	-0.06 (-0.33)	-0.21 (-0.88)	-0.27 (-1.22)	-0.25 (-1.35)	-0.26 (-1.22)	-0.06 (-0.28)	0.06 (0.25)
<i>colony</i>	-0.17 (-1.01)	-0.23 (-0.92)	-0.17 (-0.85)	-0.09 (-0.52)	-0.2 (-1.07)	-0.23 (-1.26)	-0.14 (-0.59)
<i>langf</i>	1.01*** (5.84)	0.88*** (4.46)	0.88*** (4.07)	1.14*** (5.39)	1.04*** (4.96)	1.12*** (4.99)	1.06*** (5.64)
<i>pn</i>	0.12*** (2.84)						0.08** (2.31)
<i>ir</i>		-0.03 (-0.63)					-0.09*** (-2.79)
<i>pd</i>			-0.03 (-0.74)				-0.07 (-1.63)
<i>ic</i>				0.07* (1.78)			0.11** (2.46)
<i>mf</i>					0.04 (1.02)		-0.03 (-0.76)
<i>ua</i>						0.08 (1.59)	0.14*** (2.66)
<i>_cons</i>	-30.59*** (-14.45)	-31.95*** (-11.86)	-31.06*** (-11.59)	-33.25*** (-14.61)	-32.61*** (-14.19)	-32.77*** (-15.16)	-28.54*** (-12.40)
<i>N</i>	1,222	1,203	1,224	1,229	1,230	1,232	1,164
<i>R²</i>	0.89	0.84	0.86	0.88	0.88	0.88	0.9

注：括号中为 t 值，***、**、* 分别表示在 1%、5% 和 10% 水平下通过显著性检验。

从回归结果来看，文化距离对计算机服务及广告、调研和民意调查这两类服务的影响为负，但是并不显著，而且同一官方语言这一变量对这两类文化服务贸易的影响估计系数也明显小于其他产品，见表 6 中 CS(1) 和 PS(1)。分不同文化维度来看，6 个维度的文化距离对广告、调研和民意调查的影响都不显著，见表 6 中 PS(2)；放纵与约束（IR）和男性与女性主义（MF）维度的差距会缩减计算机服务贸易，两种维度的影响分别通过 1% 水平和 10% 水平的显著性检验，权力距离（PD）则显著扩大计算机服务贸易，见表 6 中 CS（2）。

对于文化信息服务，文化距离的作用在 10% 检验水平下显著为负。保持其他变量不变时，贸易国之间文化距离每增加 1%，信息服务的出口就会减少 0.159%，见表 6 中 IS（1）。分不同维度距离来看，权力距离（PD）显著缩减两国之间的文化信息服务贸易；不确定性规避（UA）差距则显著扩大两国之间的文化信息服务贸易，

表 6 分不同文化服务产品回归结果^①

	计算机服务		文化信息服务		文化产品再生产或分配许可贸易		广告、调研和民意调查	
	CS (1)	CS (2)	IS (1)	IS (2)	AS (1)	AS(2)	PS(1)	PS(2)
<i>lnculd</i>	-0.113 (-1.54)		-0.159* (-1.76)		0.207** (2.371)		-0.033 (-0.251)	
<i>lndis</i>	-0.667*** (-11.17)	-0.664*** (-11.95)	-0.236* (-1.648)	-0.12 (-0.96)	-0.320** (-2.412)	-0.291** (-2.41)	-0.728*** (-6.643)	-0.729*** (-6.31)
<i>lngdp</i>	0.675*** (15.098)	0.678*** (14.89)	0.698*** (7.108)	0.554*** (5.46)	0.845*** (14.257)	0.795*** (11.97)	0.632*** (8.975)	0.628*** (8.32)
<i>lngdpn</i>	0.632*** (17.157)	0.642*** (16.79)	1.014*** (8.008)	0.875*** (7.16)	1.488*** (12.351)	1.385*** (13.68)	0.654*** (8.944)	0.618*** (9.09)
<i>lntech</i>	0.698*** (4.906)	0.626*** (4.38)	0.571*** (4.276)	0.185 (1.33)	0.896*** (6.662)	0.636*** (4.13)	1.064** (2.366)	0.865** (2.12)
<i>contig</i>	-0.376** (-2.381)	-0.194 (-1.06)	-0.194 (-0.659)	-0.137 (-0.30)	0.04 (-0.151)	0.303 (-0.95)	-0.313 (-1.408)	-0.462** (-2.15)
<i>colony</i>	0.129 (0.846)	-0.111 (-0.71)	0.036 (0.135)	-0.0385 (-0.15)	-0.15 (-0.646)	-0.0702 (-0.23)	-0.297 (-1.174)	-0.186 (-0.73)
<i>langf</i>	1.017*** (5.202)	0.979*** (5.18)	0.972*** (4.931)	0.761*** (3.25)	1.198*** (4.091)	1.134*** (5.34)	0.582*** (2.946)	0.744*** (2.79)
<i>pd</i>		0.0992** (2.25)		-0.183*** (-2.90)		-0.0733 (-1.35)		0.0633 (0.86)
<i>ic</i>		-0.0261 (-0.88)		-0.0433 (-0.83)		0.182*** (2.59)		0.0132 (0.31)
<i>mf</i>		-0.0669* (-1.91)		-0.0437 (-0.67)		-0.0483 (-1.36)		0.0486 (0.66)
<i>ua</i>		-0.0103 (-0.20)		0.192*** (2.61)		0.203*** (3.63)		0.0162 (0.22)
<i>pn</i>		0.0861*** (3.11)		0.0424 (0.82)		0.0741 (1.54)		-0.00283 (-0.05)
<i>ir</i>		-0.0875*** (-3.23)		-0.0726 (-1.56)		-0.130*** (-3.31)		-0.039 (-0.89)
<i>cons</i>	-15.875*** (-9.851)	-16.11*** (-8.81)	-32.034*** (-5.770)	-23.49*** (-4.38)	-48.086*** (-16.155)	-42.93*** (-14.08)	-16.738*** (-4.180)	-14.80*** (-4.08)
<i>N</i>	1,123	1,049	1,120	1,046	1,219	1,146	1,211	1,140
<i>R²</i>	0.804	0.812	0.839	0.866	0.857	0.897	0.469	0.461

注：括号中为 t 值，***、**、* 分别表示在 1%、5% 和 10% 水平下通过显著性检验。

这是因为在不确定性偏好的国家，人们对新鲜事物保有好奇心，喜欢尝试不同文化信息服务。其他维度的文化距离对文化信息服务的影响并不显著，见表 6 中 IS(2)。

文化距离会显著促进两国间文化产品再生产或分配许可贸易发展。文化距离上升 1%，文化产品再生产或分配许可贸易会上升 0.207%，见 AS (1)。分不同维度来看，不确定性规避 (UA) 差距与个人主义和集体主义 (IC) 差距对文化产品再生产或分配许可贸易影响都显著为正，且通过 1% 水平的显著性检验。这是因为这两个

① 这里的检验方法同样采用 PPML 方法展开。

维度的差距越大,文化消费习惯差异越大,文化产品销售渠道差异也越大,外来文化想要融入当地社会只能通过许可贸易方式,经由本地企业完成产品服务。放纵与约束(IR)维度的差异会显著缩减文化产品等许可服务贸易,其他维度的文化距离对文化产品许可贸易的影响不明显,见表6中的AS(2)。

五、结语

本文采用Hofstede分6个维度的文化距离,选择EBOPS2002年版的263(其他计算机服务)、264(文化信息服务)、266(文化产品再生产或分配许可贸易)和278(广告、市场研究和民意调查)4个编码下2006~2012年216个国家间的文化服务贸易作为研究对象,利用引力模型检验了文化距离对文化服务贸易发展的影响。结果显示,文化距离会显著阻碍国家间文化服务贸易的发展,其弹性约为-0.25;如果把语言也看作文化距离的一部分,在加入是否采用官方语言这一变量之后,Hofstede文化距离对文化服务贸易的作用明显下降,同时语言差异对文化服务贸易的影响显著为正,系数为1.8左右;高科技互联网的普及和国家间说同种语言人口比例的上升会部分弥补文化距离带来的负向作用,促进国家间文化服务贸易的发展。因而我国应该大力推进互联网的发展,同时在国外建立更多的汉语学校,扩大孔子学院的规模,把汉语文化传播出去,这样可以部分克服文化距离对我国文化产品输出的不利影响。

通过分不同文化维度的检验发现,不同文化维度的距离对文化服务贸易的影响不同。同时,对于不同文化服务贸易产品,文化距离的作用也存在明显差异。文化距离对计算机服务及广告、调研和民意调查等服务的影响为负但不显著;但文化距离在10%水平的显著性检验下减少文化信息服务,在1%水平下显著促进两国间文化产品许可贸易发展。总体来讲,文化距离对文化贸易既存在正向推动作用,又存在反向抑制作用,对不同文化服务产品的影响也存在差异。因此,我国文化服务贸易的输出应该针对不同文化距离的国家采取不同策略,输出不同的文化服务产品。

参考文献:

- [1] 陈晓清,詹正茂.国际文化贸易影响因素的实证分析——以美国1996~2006年对外文化贸易双边数据样本为例[J].南京社会科学,2008,(4).
- [2] 黄玖立,周泽平.多维度距离下的中国文化产品贸易[J].产业经济研究,2015,(5).
- [3] 蒙英华,李艳丽.文化货物贸易与文化服务贸易决定因素差异的实证研究[J].经济经纬,2013,(3).
- [4] 曲如晓,韩丽丽.文化距离对中国文化产品贸易影响的实证研究[J].黑龙江社会科学,2011,(4).
- [5] 武晓荣,王晓芳.中国文化服务贸易现状与对策研究[J].北京联合大学学报(人文社会科学版),2013,11(4).
- [6] 许陈生,程娟.文化距离与中国文化创意产品出口[J].国际经贸探索,2013,(11).
- [7] 许和连,郑川.文化差异对我国核心文化产品贸易的影响研究——基于扩展后的引力模型分析[J].国际商务——对外经济贸易大学学报,2014,(4).

- [8] Anderson, J. E., Wincoopvon, E. Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle[J]. American Economic Review, 2003. 93(1).
- [9] Arvis, J-F, Y Duval, B Shepherd, C. Utoktham. Trade Costs in the Developing World: 1995~2010[Z].Policy Research Working Paper 6309, World Bank,2013.
- [10] Baier, S. L., Bergstrand, J. H. Bonus vetus OLS: A Simple Method for Approximating International Trade—Cost Effects Using the Gravity Equation [J]. Journal of International Economics, 2009,(77).
- [11] Baldwin, R., Taglioni, D. Trade Effects of the Euro: A Comparison of Estimators[J]. Journal of Economic Integration, 2007,22(4).
- [12] Carrère Cèline. Revisiting the Effects of Regional Trade Agreements on Trade Flows with Proper Specification of the Gravity Model [J]. European Economic Reviews, 2006, (50).
- [13] Disdier A.C., et al. Bilateral Trade of Cultural Goods [J]. Review of World Economics, 2010, 145(4).
- [14] Dunlevy, J. A. The Impact of Corruption and Language on the Pro—Trade Effect of Immigrants:Evidence from the American States[J]. Journal of Review of Economics and Statistics, 2006, 88(1).
- [15] Felbermayr, G. J., Toubal, F. Cultural Proximity and Trade[J]. European Economic Review, 2010, 54(2).
- [16] Linders, G. J. M., et al. Cultural and Institutional Determinants of Bilateral Trade Flows[J]. Tinbergen Institutu Discussion Paper, 2005,(3).
- [17] Marvasti, A. International Trade In Cultural Goods: A Cross—Sectional Analysis[J].Journal of Cultural Economies, 1994, (18).
- [18] Santos, Silva, J.M.C., Tenreiro. S. The Log of Gravity[J].Review of Economics and Statistics, 2006, 88(4).
- [19] White, R., Tadesse, B. Cultural Distance as a Determinant of Bilateral Trade Flows: Do Immigrants Counter the Effect of Cultural Differences[J], Applied Economics Letters, 2010, 12(7).
- [20] White, R., Tadesse, B. Immigrants Cultural Distance and US State—level Exports of Cultural Products[J]. North American Journal of Economics and Finance, 2008,(19).

Does Cultural Distance Effect the Export of Cultural Services Industry? ——Based on 2006~2012 International Data

WANG Yun-fei JING Rui-qin

Abstract: This paper collects cultural service exports of 216 countries from 2006 to 2012 and tests the impact of cultural distance to the cultural services exports using Gravity Model. The main results show that the cultural distance measured by Hofstede framework has an adverse effect on the development of national culture service trade. The negative effect of cultural distance on cultural service exports will decrease when we join the official language difference variable and internet variable. Different cultural dimensions have different effect on cultural service exports. Cultural distance has a significant negative effect on the cultural information service influence and has a positive effect on the reproduction or distribution of cultural products trade license. The different type of cultural distance has different effects on cultural service trade.

Key words: cultural distance; cultural service trade; Gravity Model

(责任编辑: 梁丽华)