

## 南通境外投资备案-流程和费用-0006

产品名称	南通境外投资备案-流程和费用-0006
公司名称	深圳一九七八品牌传播有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳境外投资备案深圳福田区
联系电话	17748523437

## 产品详情

### 南通境外投资备案-流程和费用-0006

澳大利亚是世界上最早从政府层面提出发展创意产业的国家之一，其创意产业的发展模式在全球具有代表性和领先性。尤其是1994年和2013年政府先后发布《创意国家》（Creative Nation）和《创意澳大利亚》（Creative Australia）政策文件以来，澳大利亚文化市场繁荣发展，也更加重视海外文化贸易的发展。20世纪60年代以前，英国和美国是澳大利亚最主要的文化贸易伙伴，由于历史和政治因素，澳大利亚对地理上更为临近的亚洲文化缺乏广泛的认同感。伴随着冷战的结束，世界格局由两极格局向多极化方向发展，由于外部环境发生了巨大变化，澳大利亚越来越重视同亚洲的联系。2012年，时任澳大利亚总理朱莉娅·吉拉德（Kevin Rudd）发布了名为《亚洲世纪中的澳大利亚》（Australia in the Asian Century）白皮书，宣布进入亚洲世界，这是一个西方大国明确提出要把亚洲视为最重要的战略发展方向。经过几届政府的努力，澳大利亚贸易的重点已经转移到亚洲。

文化贸易是澳大利亚国际贸易的重要组成部分。早在1994年，澳大利亚在颁布的文化政策《创意国家》中就指出：“文化创造财富……文化创造价值，它对创新、营销和设计做出了重要的贡献。这是我们行业的徽章。我们的创造力水平决定了我们适应新经济需要的能力。它本身是一种有价值的出口产品，是其他商品出口的重要配套。它吸引着游客和学生。这对我们的经济成功至关重要。”[4]澳大利亚政府提出要“采取措施增加文化出口”来协助文化机构在市场环境下更有效地运作。[4]由于澳大利亚文化市场规模很小，同时面临着来自海外的激烈竞争，澳大利亚政府十分重视国际文化贸易。尤其是贸易自由化进程的推进和《服务贸易总协定》（General Agreement on Trade in Services, GATS）中视听服务等相关行业的增加，对澳大利亚部分文化，如影视、音乐的长期生存能力和增长产生影响。2011年澳大利亚发布的《澳大利亚创意产业21世纪发展战略》（Creative Industries A Strategy for 21st Century）中提到，澳大利亚政府认识到全球创意产业市场的潜力，并提出了许多倡议，以帮助创意企业获得贸易机会。而创意产业可以为澳大利亚提供更多的出口机会，这对于扭转文化产品贸易赤字非常关键。[5]在2013年发布的《创意澳大利亚》战略中，澳大利亚进一步阐述了文化贸易的重要性：“全球战略和经济影响力的转变将改变我们与周边各国和人民建立持久关系的方式。文化在形成和发展这些关系中起着核心作用。它是理解我们是谁以及我们所代表的东西的捷径，它是在国外的灯塔。”[6]

在全球化背景下，澳大利亚在艺术文化领域越来越认识到，在许多情况下，只有加大文化产品的出口才

能保持文化创意产业的长久发展。文化出口已经成为包括澳大利亚电影金融公司（Film Finance Corporation Australia）、澳大利亚电影委员会（Australian Film Commission）和澳大利亚艺术理事会（Australia Council for Arts）等在内的一些艺术机构的优先事项。澳大利亚希望通过文化产品的出口以及创意产业和文化机构来建构澳大利亚国家软实力和身份认同。澳大利亚艺术理事会认为，澳大利亚为世界所知的更多的是旅游和提供的工作机会，而不是艺术和文化。[7]为了扭转澳大利亚出口的文化产品和文化服务远低于进口的局面，澳大利亚艺术理事会积极参与国际事务，并提出“澳大利亚艺术无国界”（Australia arts are without borders）的发展计划。这一计划包括：（1）探索：使艺术家能够跨越国界发现和发展；（2）互动：加强在国内外的合作与伙伴关系；（3）刺激：用澳大利亚作品吸引全球观众；（4）扩张：提高澳大利亚艺术的知名度。[8]此外，澳大利亚艺术理事会的国际艺术战略制定了国际工作目标：（1）在对新兴市场做出反应的同时，在成熟市场中建立提高澳大利亚艺术增长速度的能力；（2）增强澳大利亚艺术部门参与国际事务的能力；（3）在国际上展示澳大利亚的艺术和艺术家；（4）在全球范围内为文化交流、技能和创造性发展提供机会；（5）为澳大利亚艺术家提供更多出国机会；（6）为支持多样化和更具包容性的全球艺术实践，积极推行优先考虑民族、残疾、老龄化和年轻人的以人为本的做法。这一计划确定了国际艺术活动的优先地理区域，以及每个区域的优先级艺术形式：（1）西欧：新兴实验艺术、戏剧、舞蹈、视觉艺术；（2）北美：文学、视觉艺术、戏剧、舞蹈和第一民族艺术；（3）南亚：文学、视觉艺术；（4）东南亚：戏剧、舞蹈、新兴实验艺术；（5）北亚：戏剧、舞蹈、新兴实验艺术、第一民族艺术。[9]

澳大利亚创意产业高度发达，为澳大利亚文化贸易提供了坚实的基础。澳大利亚创意产业在总体规模、发展水平和对经济的贡献方面处于世界地位。2009年澳大利亚创意产业企业交流中心（CIIC）发布的《创意产业经济分析报告》（Creative Industries Economic Analysis）显示，澳大利亚创意产业年平均增长率为3.9%，高于总体经济增长水平；创造43.8万个就业机会，占总就业机会的4.8%；创造的工业生产总值为311亿澳元。[10]据统计，澳大利亚创意部门每年为国民经济贡献约90.19亿美元。它增加了近458.9亿美元的国内生产总值，并帮助产生每年32亿美元的出口。行业收入的主要贡献者是软件开发和交互式内容，其次是写作、出版和印刷媒体。电影、电视和广播行业的公司也对全国营业额做出了巨大贡献。[11]在澳大利亚的文化创意产业各行业门类中，发展规模最大、经济效益最显著、构成澳大利亚文化创意产业主体部分的是表演艺术（其中包括各地的场馆建设和管理）、广播影视业、图书出版业和商业性艺术展览。如今，澳大利亚国际文化贸易涵盖的范围非常广泛，进出口的文化产品主要包括书籍报刊、音像制品、视听设备、乐器、影视版权和音乐发行等。其中，视听设备贸易是文化产品和文化版权贸易主要的一部分。

从澳大利亚文化产品与服务贸易的进出口总额来看，文化产品和服务进口大于出口。根据澳大利亚统计局统计，2008~2009年，澳大利亚文化产品出口总额为7.47亿美元，其中文化产品为5.84亿美元，文化娱乐服务为1.63亿美元。而同时，澳大利亚进口了总额为32.599亿美元的文化产品和13.29亿美元的文化娱乐服务。2009~2010年，澳大利亚文化产品出口总额为5.398亿美元，占澳大利亚出口商品的0.3%，而进口总额为24.366亿美元，占澳大利亚全部进口商品的1.2%。其中，出口文化产品中，书籍、杂志、报纸等印刷品就高达2.499亿美元，占文化产品出口总额的46%。而从进口文化产品来看，最多的文化产品是广播电视接收器和音像制品，约为10.031亿美元，占澳大利亚进口文化产品的41%。[12]由此可见，澳大利亚在文化产品进出口方面的表现不平衡，进口长期高于出口，联合国教科文组织发布的全球数据也能更好地说明这一点（见图1）。