

中国对外文化贸易总额去年首次突破2000亿美元——

文化产品闪亮“出海”

本报记者 汪文正

中国是全球第一货物贸易大国，“中国制造”早已融入世界各地居民的生产生活。而今，中国文化产品也在加速走向全球。2021年，中国对外文化贸易总额同比增长38.7%，首次突破2000亿美元。

来自中国的出版物、电视剧、游戏、动漫以及各种设计服务、广告服务和版权许可，越来越受到各国企业和居民的喜爱。如何进一步激发对外文化贸易的活力？日前，商务部等27部门印发《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》（以下简称《意见》），为中国文化贸易企业开拓海外市场、实现对外文化贸易高质量发展绘制路线图。

中国文化产品出口已居世界前列

沉浸式音响系统、智慧教室自适应拾音扩声系统、多功能全景声数字影院、智慧LED触控一体屏……走进位于浙江宁波的音王集团“音视频智能科技馆”，各种自主创新的“黑科技”为人们带来一场视听盛宴。

自2014年国务院印发《关于加快发展对外文化贸易的意见》以来，中国对外文化贸易发展成效显著。在宁波，当地政府通过政策引导、资金补助等支持文化贸易企业发展，培育了音王集团等一批优秀的文化贸易骨干企业。作为国家文化出口重点企业，音王集团每年在各类外贸展会上收获大量海外订单，为意大利、美国、德国等各国客户提供文化产品设计、调试等服务，拥有稳定客户1000多家。2021年，在业内知名杂志《音乐贸易》发布的“全球乐器行业225强”榜单上，音王集团跻身第16位。

中国服务贸易研究院常务副院长李嘉珊介绍，文化贸易即国际文化产品与服务的进出口，涉及货物贸易、服务贸易及知识产权等，是国际贸易的重要组成部分。随着中国对外文化贸易快速发展，中国文化产品出口额已持续多年位居全球前列，形成了一批具有国际影响力的文化企业、产品和品牌。

商务部数据显示，2021年，中国文化产品进出口额1558.1亿美元，增长43.4%，文化服务进出口额442.2亿美元，增长24.3%。其中，中国文化企业在影视剧、网络文学、网络视听、创意产品等领域出口迅速发展，相关文化产品和服务广受青睐。从中国文化贸易对象目的地来看，出口市场中，美国、英国、德国、法国、荷兰和日本位居前列；进口市场主要有德国、法国、美国和日本等国家。值得一提的是，近几年中国与“一带一路”沿线国家和地区的对外文化贸易规模逐步扩大，特别是出版物、工艺美术品及收藏品、文化用品进出口额有较快增长。中国对外文化贸易规模稳步增长，结构不断优化，已形成以一般贸易为主、贸易格局，带动了文化产业提质升级、外贸结构不断优化。

迈上2000亿美元的台阶，中国对外文化贸易如何进一步拓展广度深度？此次27部门的《意见》着眼于对外文化贸易高质量发展，确定七个方面、28项举措。商务部有关负责



▲做大做强彩灯产业，是四川省自贡市发展对外文化贸易、推动文化产品“出海”的重要抓手。图为7月1日，由自贡彩灯的能工巧匠精心打造、以《山海经》为创作灵感的“山海奇趣夜”大型沉浸式互动光影秀在湖北省襄阳市华侨城奇幻度假区正式亮灯。
杨 东摄（人民视觉）



▲湖南省醴陵市获评第二批国家文化出口基地以来，立足陶瓷产业推动对外文化贸易高质量发展，培育了一批文化贸易骨干企业，多家企业被评为全国文化出口重点企业。图为7月6日，醴陵万方瓷业有限公司的工人在加工瓷瓶。
新华社记者 薛宇舸摄

人介绍，《意见》着力围绕深化文化领域改革开放、激活创新发展新动能、激发市场主体发展活力、拓展合作渠道网络、加强组织保障等方面强化顶层设计和统筹协调、推动体制机制改革和内容形式创新、促进文化贸易规模增长和结构优化，以挖掘对外文化贸易的发展潜力。《意见》同时确定了对外文化贸易未来一段时期的发展目标，即：对外文化贸易规模稳步增长，结构持续优化，高附加值文化服务出口在对外文化贸易中的比重稳步提升；到2025年，建成若干覆盖全国的文

化贸易专业服务平台，形成一批具有国际影响力的数字文化平台和行业领军企业等。

数字文化贸易成为“出海”先锋

《原神》《王者荣耀》等国产游戏在海外市场走俏，不少主打古典“中国风”的游戏在STEAM等国际知名游戏平台销量可观……网络游戏和电子竞技产品正成为中国文化产品“出海”先锋。

▼在网络游戏、电子竞技等数字文化领域，中国文化产品已具备一定的全球竞争力。图为7月18日，市民在位于福建省福州市的沉浸式数字电竞体验馆体验数字文化产品带来的乐趣。
谢贵明摄（人民视觉）



中国音像与数字出版协会游戏产业研究院日前发布的《2022年1-6月中国游戏产业报告》显示，今年上半年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达89.89亿美元，同比增长6.16%。

网络游戏海外走红，是中国数字文化贸易火热的一个缩影。在出版物、电影等传统文化产品之外，中国文化企业纷纷进军数字文化领域，不断打造新“IP”，实现“弯道超车”。

李嘉珊介绍，中国文化产品在网络游戏等数字文化领域已具备一定的全球竞争力，

中国主导制定的手机动漫标准、数字艺术显示标准等也被确立为国际标准，“中国文化产品在数字技术支持下快速发展，数字创意产业价值链不断延伸，推动了对外文化贸易高质量发展。”

推动对外文化贸易创新发展，“数字化”是关键词。“大力发展数字文化贸易”“提升文化贸易数字化水平”“鼓励数字文化平台国际化发展”……李嘉珊分析，文化贸易特别是文化服务贸易天然带有数字基因，已逐渐成为激发全球文化经济增长的新动能，《意见》适应数字技术迭代更新、数字经济迅猛发展的大势，指明了数字时代文化贸易发展的新方向。

据介绍，国家已明确一系列鼓励引导措施，包括支持数字艺术、云展览和沉浸式体验等新业态发展，积极培育网络文学、数字出版、线上直播、电子竞技等领域出口竞争优势；发挥综合保税区政策功能优势，支持开展“两头在外”的数字内容加工业务，鼓励企业为境外生产的影视、动漫、游戏等提供洗印、译制、配音、编辑、后期制作等服务。商务部有关负责人表示，《意见》从不同角度推进文化贸易数字化进程，将带动传统行业数字化转型，激活文化贸易创新发展新动能。

《意见》提及的文化贸易专业服务平台和数字文化平台将怎样建设？其中，“一站式”的文化贸易服务平台将为文化贸易企业提供国别政策、市场信息、法律服务、技术支撑、人才招聘等多种服务，同时用好小语种人才资源，为文化产品、服务、标准走出去提供专业支撑。国家同时鼓励数字文化平台国际化发展，引导相关平台类企业规范健康发展，支撑中小企业在技术、内容、模式等方面展开创新，并鼓励平台企业开拓国际市场，提升平台海外影响力，带动文化产品和服务出口。

破解文化贸易企业“融资难”

对外文化贸易往往需要较长时间的投入才能有所收获，品牌培育的难度也比较大。市场主体能得到哪些引导和支持？

国家文化出口基地正成为培育文化贸易竞争新优势的重要载体。2018年以来，商务部等先后公布2批国家文化出口基地名单，包括上海市徐汇区、四川省自贡市、北京市东城区等29地，旨在发挥集聚、引领和辐射作用，培育具有较强国际竞争力的文化企业，形成具有较强辐射力的国际文化交易平台。

自1990年首次走出国门、在新加坡举办灯展以来，自贡彩灯出口80余个国家和地区，占了超九成的国际市场份额。推动“服贸+彩灯”“大运会+彩灯”等项目合作，壮大“灯汇宝”汇率避险履约保证金资金池……今年，自贡市立足彩灯特色产业建设国家文化出口基地，提出了完成年度投资10亿元、举办境外灯展超60场次、向文化企业发放贷款突破2亿元等目标。按照《意见》部署，各地将从优化营商环境、完善支持举措等方面着手，延伸产业链，完善服务链，建设各具特色的文化出口基地。

文化贸易企业“融资难”的问题得到关注，将迎来更多有针对性的破解措施。

完善投入机制方面，财政资金支持将支持国家文化出口基地建设和企业开拓海外市场、扩大文化服务出口、培育重点企业和文化品牌。服务贸易创新发展引导基金作用也将为符合条件的文化贸易企业提供融资支持。

创新金融服务方面，在鼓励金融机构创新金融产品和服务的同时，将支持符合条件的文化贸易企业上市融资，并通过发行公司债券、企业债券、非金融企业债务融资工具等方式融资。

此外，文化服务出口免税或零税率政策将支持符合条件的企业参加技术先进型服务企业认定、享受相关企业所得税优惠政策；符合条件的文化贸易企业将享受海关高级认证企业相关便利措施。有关部门还将支持文化贸易企业开展跨境人民币结算业务，支持银行为文化贸易企业提供更优质的跨境结算服务。

好时机、好政策，就看企业怎么抓机遇了。音王技术副总裁闫国华说，面对多重动力和压力，文化企业需要以高文化含量、高技术含量和高附加值统一的产品为突破口，重塑核心竞争力。《意见》提出发挥国家文化出口重点企业的示范作用，培育重点企业和文化品牌等，将激励我们持续推动文化企业数字化转型，加快实施海外战略布局，为促进中国优质文化产品“走出去”不断努力。”闫国华说。

《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》（简称《意见》）的出台，是在对外文化贸易领域立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局的重要举措。《意见》明确了推进中国对外文化贸易高质量发展的主要目标和任务举措，对于促进中国对外文化贸易量质齐升、更好服务构建新发展格局具有重要意义，对进一步激发文化市场主体活力、抢抓数字文化创新发展新机遇、引导中华优秀传统文化“走出去”、提升中国文化软实力和文化产业竞争力也将发挥重要作用。

为推动对外文化贸易高质量发展，中国已出台一系列政策措施，包括设立国家对外文化贸易基地、国家文化出口基地等。随着相关举措落地见效，中国文化贸易规模稳步提升，市场主体活力增强，开拓国际市场成效显著，新业态、新模式不断涌现。同时也应看到，中国文化贸易领域仍存在诸多短板弱项，亟需出台更有针

推动对外文化贸易量质齐升

李俊

对性的举措。

核心文化产品和服务竞争力仍显不足。对此，《意见》着力培育文化贸易竞争新优势，提出扩大出版物出口和版权贸易、鼓励优秀广播影视节目出口、扩大文艺精品出口、推动中华文化走出去、促进文化创意和设计服务出口等举措。

文化贸易领域改革开放有待深化。《意见》提出围绕文化领域开放开展压力测试和深化文化领域审批改革等，例如在文化传媒、网络游戏等领域，开展优化审批流程改革试点，扩大网络游戏审核试点，探索设立市场化运作的文物鉴定机构等。

中华文化“走出去”的深度、广度有待提升。《意见》提出要扩大文化领域对外投资，健全文化产业和贸易政策国内国际对话机制，针对日韩、东南亚和“一带一路”沿线国家等深化合作。

文化贸易专项支持政策需形成合力。《意见》从金融、税收、便利化等角度提出支持政策，包括利用服务贸易创新发展引导基金支持文化贸易企业、创新金融产品为文化贸易企业提供更多融资渠道、落实文化服务出口免税或零税率政策、支持文化企业参加技术先进型服务企业认定并按规定享受企业所得税优惠等。

下一步，应以此为契机，进一步完善中国对外贸易文化高质量发展的工作机制和政策体系，推动中国对外文化贸易提质增效。

横向协作要加强。推动对外文化贸易高质量发展涉及27个部门，各部门应进一步细化责任分工，分头制定涉及本部门的政策措施实施细则，产业、财税、金融和贸易等部门应加强协作、齐抓共管、形成合力。

纵向联动要加快。地方各级政府应结合本地文化贸易发展特色和优势，制定文化贸易高质量发展的实施方案；加强与中

央相关部门的沟通联系，结合自身实际创造性地落实《意见》各项任务举措。

重点平台、重点业态和重点项目要更进一步突出。国家对外文化贸易基地、国家文化出口基地及地方政府打造的各类文化贸易发展平台应在落实《意见》方面走在前列、作出示范，把握数字文化发展趋势，打造一批文化贸易发展的重点领域、重点业态和重点项目，引领中国文化贸易创新发展和高质量发展。

（作者为商务部研究院服务贸易研究所所长、研究员）

