

编者按:随着改革开放的不断深入,我国对外贸易中文化贸易的比重越来越大。国务院《关于加快发展对外文化贸易的意见》出台后,对外文化贸易迈上新台阶。本版聚焦改革开放背景下我国文化贸易发展,其中既有对2018年文化贸易成果与特点的总结回顾,也有对3个国家对外文化贸易基地的具象观察,以此呈现和思考文化贸易发展之路。

2018,中国对外文化贸易步履不停

本报记者 张婧

近年来,随着改革开放的推进,以及国民经济和社会的繁荣发展,中国文化和产品在国际文化市场上的影响力逐步加大,竞争力也显著增强。回首刚刚过去的2018年,中国对外文化贸易规模稳步增长,结构优化态势加快向好,多元化发展中不乏亮点,未来前景值得期待。

规模稳步增长 结构持续优化

首届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)虽于2018年11月落幕,但这场盛会带给人们的思考并没有停止:多年来,伴随着互联网新技术的飞速发展,文化传播方式发生了深刻变化,以文化产业、文化服务、文化产品进出口为主体的文化贸易,有效推动了中华文化走向世界,促进了不同文明的交流互鉴。进博会的顺利举办,展现了中国推动建设开放型世界经济、构建人类命运共同体的决心以及责任担当。

据了解,本届进博会交易采购成果丰硕,按一年计,累计意向成交578.3亿美元。其中,文化和旅游展区所在的服务贸易展区成交32.4亿美元。进博会期间还发布了《2018年世界贸易报告》(中文版)和《中国服务进口报告》。《中国服务进口报告》预计,未来5年出境游将成为中国消费升级的重要方向,规模将达到7亿人次。中国旅行进口将成为推动全球经济稳步增长的重要力量。在文旅融合已成为发展大势的当下,文化创意将赋予旅游更多内涵与活力。

进博会也为了解当前我国文化贸易发展近况和成果提供了窗口。商务部服贸司公布的数据显示,2018年上半年,我国文化贸易总额为594.3亿美元,同比增长8.8%。其中,文化产业进出口额达到421亿美元,同比增长4.8%;文化服务进出口额实现173.3亿美元,同比增长



首届进博会现场

本报记者 陈曦摄

20%。此外,我国文化对外投资也实现了迅速增长:2018年上半年,我国文化体育和娱乐业对外投资10.9亿美元,同比增长1.3倍,占同期我国非金融类对外投资总额的1.9%。

通过数据可以发现,2018年上半年,我国文化贸易和文化对外投资规模处于稳步增长的态势,而且随着文化服务、文化产品在文化贸易总额中所占比重的提升,整体贸易结构不断趋于优化,市场也变得更加多元化。对此,业内人士认为,中国经济进入转型升级和高质量发展的重要时期后,伴随着人民群众对美好生活的向往,以及健康医疗、文化创意等生活性需求的快速增长,文化贸易的加速发展和结构优化,将有利于推动中国经济高质量发展。

“一带一路”沿线文化贸易如火如荼

“一带一路”倡议自提出以来,即成为全球关注的热点。数据显示,2018年上半年,我国文化产品

出口额为374.2亿美元,进口额46.7亿美元,文化产品贸易实现顺差327.5亿美元。其中,向“一带一路”沿线国家和地区出口了72.2亿美元的文化产品,同比增长1.5%。可以说,作为“一带一路”国际合作的组成部分,文化贸易和投资已成为推动民心相通的重要力量。

2017年12月,文化部公布了2018年“一带一路”文化贸易与投资重点项目名单。该名单涉及范围广、领域宽,黑龙江、甘肃、广东等24个省区市均有项目入选,覆盖了面向“一带一路”沿线国家的文化投资和基础设施建设、数字文化产业营销推广、文化贸易人才培养、对外文化贸易服务平台建设等七大领域。在国家政策的大力支持和引导下,文化企业等文化贸易链条上各方的积极性都被调动起来,文化与外交、经贸密切结合,形成文化交流、文化传播、文化贸易协调发展态势。

此外,为更好地支持“一带一路”沿线企业发展,同时为文化企业搭建交流合作的新平台,2018年

4月,首批“一带一路”文化贸易与投资重点项目负责人研修班在北京举行。参与研修的企业本身就构成一个产业价值链,涉及文化产业的多个方面,同时,研修课程既有理论学习、政策宣介,又有业务指导、现场观摩,尤其是研修后期开展的文化贸易项目分类示范路演环节,进一步促进了企业之间的交流。

动漫成为推动文化贸易发展的排头兵

科技创新推动文化产业转型升级和提质增效,催生了新的文化业态,改变了文化产业的商业模式和贸易方式,带来了文化贸易新的增长点。在中国,互联网技术和数字技术成果带来的商业进展,已从蓄势待发进入群体迸发阶段。以动漫产业为例,互联网时代,动漫产业已逐渐成为助力国家软实力提高、国际文化影响力提升的核心产业之一,在推动我国对外文化贸易发展方面扮演了重要角色。

为引领中国动漫行业走向世界,成为推动文化贸易发展的排头兵,文化和旅游部等相关政府部门给予大力支持和引导。2018年6月,文化和旅游部公布了《2017年文化发展统计公报》(以下简称“《公报》”)。《公报》明确了2017年末经文化部、财政部、国家税务总局认定的动漫企业等重点动漫企业名单。据了解,一经认定,这些企业在自主开发、生产动漫产品时,确需进口的相关开发生产用品可享受免征进口关税及进口环节增值税的政策。此外,文化和旅游部还制定出台了《中国文化企业政府奖励评优办法》《动漫游戏产业“一带一路”国际合作行动计划》,有力地提升了我国动漫产业的原创能力,促进了动漫与新媒体的融合。

2018年10月以来,在北京天竺综合保税区的国家对外文化贸易基地(北京)内,一场长达一年的展会吸引了圈里人的目光:由文化和旅游部确定的40家“一带一路”文化贸易与投资重点项目盛大亮相,从2018年11月开始,陆续举办各项目所在省区市的特色文化周;每两月举办一次“贸易+文化”主题论坛;今年3月起,与知名拍卖行合作开展艺术品拍卖;邀请“一带一路”沿线国家驻华使馆、商会前来交流……

这次展会由国家对外文化贸易基地(北京)(以下简称“北京基地”)运营单位北京文投国际控股有限公司策划,辐射全国24个省区市。不少企业参展后评价该活动“不走过场、不做面子工程、务实高效”。

北京基地是2012年文化部与北京市合作搭建的国家级对外文化贸易服务平台。按照北京市委、市政府部署,北京市文化投资发展集团2017年7月起全面负责基地发展工作,成立北京文投国际控股有限公司作为基地投资建设和运营管理主体。近两年,北京基地充分发挥空港保税的优势,着力建设国际文化贸易企业集聚中心、国际文化产品展览展示及仓储物流中心、国际文化商品交易服务中心3个功能区,为国内外文化机构提供展示体验、交流推广、交易交割、孵化培育、融资投资与仓储物流等服务。

“我们正把宁夏总部很多业务转移到北京,靠着基地这棵大树壮大自己,扩大在全球的业务和朋友圈。”智慧宫文化产业集团有限公司董事长张时荣说。很长一段时间以来,文化企业走出去面临着版权输出难、出口退税慢等问题。作为一家面向阿拉伯国家开展图书出版发行、动漫影视产品制作、旅游产品开发等业务的公司,智慧宫看中了北京作为全国文化中心资源集聚、政策支持多的优势,在这里,很多棘手问题可以通过北京基地顺利解决,大大提高了工作效率和业绩。

北京市文物出境鉴定所进驻

天竺综合保税区,开展文物出境审核工作;允许外商在北京基地内投资设立独资演出经纪机构;支持企业在天竺综合保税区开展影视出版创作、后期制作、版权保护等业务……一项项实打实的好政策,使北京基地的活跃指数一路飙升。

目前,北京基地已经引入中国非遗协会、动漫游戏协会、“一带一路”城市商会联盟等5家协会和32家专业机构,以及圣轩国际、中博文创、华文映像等艺术品、影视、设计类企业37家。北京基地成功举办首届国际文化贸易创新发展论坛、国家对外文化贸易基地(北京)传统文化艺术国际交流活动、上合组织《9个美妙乐章》钢琴音乐会等活动。

2018年6月,北京市商务委员会、北京市文化局等9部门联合印发《深化服务业开放改革 促进文化贸易发展的支持措施》,更令不少入驻企业兴奋不已。该文件综合利用保税功能、航空口岸运输、国际交往等优势,为国内拍卖企业提供全链条物流解决方案。下一步,北京基地将陆续启动建设国际动漫游戏产品进出口服务平台、文化贸易跨境电商服务平台、文化创意产品版权交易服务平台、国际影视版权交易平台等,为企业提供针对性更强、更有效的服务。

围绕“一带一路”建设,北京基地内的亚洲艺术中心也已见雏形。中心旨在联动亚洲各国相关机构与企业,在基地内打造该国的大型文化艺术交流推介与展示体验馆,内容包括艺术品展示、交易、保税拍卖、艺术教育等。目前,已有尼泊尔、孟加拉国、印度尼西亚等国确定签约,日本、不丹、斯里兰卡等国的相关机构和企业也基本确定了入驻意向。

“‘一带一路’倡议为中国文化企业走出去提供了重大机遇,我们希望借助基地的平台,向全球传播中国优秀传统文化,同时实现企业经济效益的提高,不断增强我们的文化自信和文化影响力。”张时荣说。

让文化企业在“一带一路”上行稳致远

本报记者 李雪

国家对外文化贸易基地(上海):

跨界融合助力文化创意产业发展

黄艺芹

从2011年的5亿元贸易总额,到2017年超过350亿元贸易总额;从2011年仅有79家中外文化企业入驻,到仅2018年就新增500家企业,其中不乏演出、影视、动漫、游戏、出版、艺术品、投资等各领域的国内外知名文化企业……可喜数字的背后,是国家对外文化贸易基地(上海)乘着改革开放东风,积极拓展文化贸易渠道、推动中国文化企业和文化产品走出去的不懈探索。

国家对外文化贸易基地(上海)的前身是2007年由上海市委宣传部和浦东新区人民政府发起成立的上海国际文化服务贸易平台。经过4年的探索实践,2011年,初具整合政策、开拓渠道、便利企业、吸引人才、促进合作、推动发展等功能的上海国际文化服务贸易平台被正式批准命名为国家对外文化贸易基地(上海)(以下简称“上海基地”)。

随着改革开放的推进,我国对外文化贸易规模不断扩大,结构逐步优化,但核心文化产品和服务贸易逆差仍然存在。上海基地着力搭建国际文化贸易服务创新平台、国际文化贸易展示推介平台、国际文化贸易信息咨询平台、国际文化贸易政策试验平台以及国际文化贸易人才培训平台,积极探索拓展文化发展空间,提高对外文化贸易质量的方式和途径。

上海一系列制度创新与政策开放,为中国新一轮的开放与发展提供了强劲引擎和坚实基础,与此同时,也为“文化+”和“+文化”的跨界融合发展增添了动力。在文化走出去政策的指引下,上海基地逐步改变中国文化企业在海外“单打独斗”的局面。结合“一带一路”倡议、《金砖国家政府间文化合作协定行动计划》、文化和旅游部“欢乐春节”品牌活动

等,上海基地采取“抱团出海”“借船出海”的方式,在东亚、东南亚、中东欧、非洲、北美、南美等地区开展了一系列文化贸易促进活动,包括举办中拉文化产业交流会、布鲁塞尔中国文化中心媒体交流会,以及组织展商参加美国品牌授权博览会、美国洛杉矶艺术展、法国里昂国际漫画节等。据上海基地运营机构董事长任义彪介绍,每年由上海基地组织、承办和参与配合的国内外文化贸易交流及重点展会达20余项,通过文艺演出、文化展览、高峰论坛、专业商洽、企业参访等形式,多角度、多层次地与各国各区域展开合作交流。

展会、论坛、商贸交流会等活动的频繁举办,促成了多个文化贸易项目的落地。以上海基地与新加坡中国文化中心共同举办的2017“欢乐春节”中新文化贸易促进系列活动为例,“中新文化产业发展交流会”“中国风格”文创产品展“影视合作商洽会”“文化贸易商洽会”等活动的举办,拓展了两国文化交流合作;上海基地带去的极具中国特色的文化产品,也受到新加坡民众的欢迎。其中,鸣徽文化的“娘惹瓷”中国红系列产品被大客户一次买断,其他展品被娘惹博物馆收藏;上海玛戈隆特、景德镇格物陶瓷的瓷器,上海丝绸集团的丝绸等被要求从国内订购;美罗百货集团、友联书局等当地商业机构也纷纷发来订单。

在推动中国文化走出去的同时,上海基地还积极对外介绍中国文创产业的鼓励政策和前景趋势,吸引更多国际优秀文创企业和项目进入中国市场。

2014年,上海基地举办首届中国(上海)自由贸易试验区文化授权交易会(以下简称“CCLF”),成为自贸区首个专业文化授权展。CCLF坚

持高端、专业定位,为国内原创授权项目提供展示交易平台,为中外文化授权产业创造交流合作的机会,并推动文化企业与国际市场互动对接,帮助企业实现专业化、市场化、多元化、国际化发展。同时,CCLF引进国际文化授权项目,协助海外授权商和授权代理商寻找合作伙伴,扩展中国市场的授权网络。2017年,来自俄罗斯、波兰、以色列等16个国家的逾130家文化企业,200多个热门IP形象,近万件品牌衍生品参加了CCLF。上海基地运营机构总经理梁永逸介绍,CCLF不仅鼓励原创IP向更丰富、更宽广的文化创意载体和形式发展,推动数字文化创意和创新设计在各领域的广泛应用与融合,也通过传统文化的跨界授权,盘活非遗文化资源,打造文化品牌。“例如新疆龟兹壁画、缙绣、龙泉青瓷、上海绒绣、金山农民画、江西瓷板画、朵云轩木版水印、‘诸子百家’国画”等古老的非遗技艺和传统文化内容,均通过CCLF的大平台,焕发出了新的生机。”梁永逸说。

当下,“文化+”“+文化”的跨界融合成为文化创意产业发展的趋势和热点,文化与旅游、科技、金融、教育乃至制造等行业的融合发展,已成为各种业态开拓市场、扩大影响的必然选择,也是文化创意产业做强做大、提升能级的必由之路。任义彪说:“在支持自贸区深化改革创新,打响上海‘四大品牌’以及将上海打造成国际文化大都市等大政方针的框架下,上海基地将配合推进各项文创文旅促进发展政策的实践与不断深化——尤其是涉及‘文化+’‘+文化’的政策,提供‘平台+政策’‘平台+资本’‘平台+项目’3个维度的助力,争取更多文旅支持新政先行先试,成为政策开放、制度创新的试点和窗口。”

国家对外文化贸易基地(深圳):

市场化运作力促中国文化走出去

本报驻广东记者 谭志红 戴波

2014年1月20日,国家对外文化贸易基地(深圳)(以下简称“深圳基地”)挂牌成立。成立近5年来,深圳基地了解、掌握、运用、落实好国家文化产业政策,通过市场化运作,举办了一系列卓有成效的活动,力促中国文化走出去。

深圳市委、市政府高度重视深圳基地建设,将其列入《深圳文化创新发展2020(实施方案)》的重点项目。深圳报业集团作为深圳基地申办和创建机构,确立了“立足深圳、面向全国、服务全球”的运营理念,专门成立深圳华荟国际文化传播有限公司(以下简称“华荟公司”),全面推进建设运营工作。

深圳报业集团及华荟公司积极发挥深圳“设计之都”优势,打通深圳基地和深圳文博会展两大平台资源,并与深圳文博会公司密切联动,承办、策划组织了一系列促进创意设计产业发展、推动文化走出去的活动。

中国文化产品国际营销年会是文化和旅游部开展对外文化贸易工作的重要平台,每年邀请海内外行业权威和知名专家,通过主题演讲、论坛对话等形式,分享发展经验,打通文化贸易渠道。深圳基地自2015年起开始承办中国文化产品国际营销年会(创意设计),通过丰富内容、创新形式,不断提升年会的吸引力。尤其是2017年5月举行的2017中国文化产品国际营销年会论坛——中以数字创意产业论坛,恰逢中以建交25周年,对学术和人员交流、产业合作与发展起到极大推动作用。

近年来,深圳基地先后在埃及、以色列、波兰等国家举办交流活动,取得了良好效益。如2016年11月,深圳文博会公司、华荟公司以“艺术·科技·创新”为主题,组织中国文化企

业代表团赴以色列交流学习;2018年6月12日至15日,第三届中国—中东欧国家文化创意产业论坛在波兰举办,深圳基地组织中国代表团成员出席,推动中国和东欧16国的文化贸易往来及文化产业合作长效机制的建立。

每年春节前后,深圳基地都会通过参与“欢乐春节”活动,将中国风格、中国创意、中国设计带到海外。2018年2月12日,2018“欢乐春节”中国风格艺术设计展在西班牙马德里中国文化中心开幕。本次展览分为文化创意精品、创意中国茶艺、深圳文化创意三大展区,来自全国文创领域的代表性企业,向西班牙主流社会展示了中国原创设计风采。

深圳基地注重以信息化、数字化手段推动文创产业发展。2016年8月和2017年5月,深圳基地微信公众号和信息服务系统分别上线运营。深圳基地信息服务平台由深圳基地和深圳文博会、中国文化产业网合作建设,依托深圳报业集团的数据库算法、数据动态平衡系统以及文博会公司文化产业数据库,提供文化产业、文化贸易方面的市场信息和行业资讯。

深圳基地承办了香港国际授权展“中国内地馆”展示活动,负责组织参展。2018香港国际授权展上,“中国内地馆”以“创意授权·品牌力量”为主题,举办了内地与香港文化产业合作论坛及“中国内地馆”项目推介会等活动,新展商参展比例达70%,展商结构进一步优化,展陈设计新颖,内容丰富。今年1月7日在香港会议展览中心开幕的2019香港国际授权展,吸引了来自100多个国家和地区的超过3万名授权从业者,北京、上海、重庆、安徽等10个省区市的文化机构和企业合作组成“中国内地馆”参展阵容,参展商数量达117家。

粤港澳大湾区文化合作论坛是深圳基地的又一重点项目。2018年5月11日,内地与港澳文化合作论坛暨粤港澳大湾区文化合作论坛在深圳会展中心举办。“湾区舞台艺术新起点”“创意设计与现代生活”两场分论坛和“粤港澳大湾区文化合作工作沟通机制会议”同期举行,推动了内地与港澳文化产业深入交流。

2018年2月12日,2018“欢乐春节”中国风格艺术设计展在西班牙马德里中国文化中心开幕。本次展览分为文化创意精品、创意中国茶艺、深圳文化创意三大展区,来自全国文创领域的代表性企业,向西班牙主流社会展示了中国原创设计风采。

深圳基地注重以信息化、数字化手段推动文创产业发展。2016年8月和2017年5月,深圳基地微信公众号和信息服务系统分别上线运营。深圳基地信息服务平台由深圳基地和深圳文博会、中国文化产业网合作建设,依托深圳报业集团的数据库算法、数据动态平衡系统以及文博会公司文化产业数据库,提供文化产业、文化贸易方面的市场信息和行业资讯。

深圳基地成立后,市场化运作程度相对较低,积极与优质的企业合作,弥补基地自身的不足,一直是深圳基地的工作重点。“深圳基地相关负责人表示,通过与文博会公司、一二三四投资公司、盛世立业公司等的合作,不仅让深圳基地迅速获得相关产业和领域的资源,更帮助基地在短时间内快速成长、壮大。此外,虽然深圳基地取得了不少成绩,但华荟公司在体制机制创新、市场资源配置、市场运营管理等方面还需进一步改善。目前,深圳基地正努力通过混改,引入有实力的战略合作伙伴,整合优质文化资源,有效运用资本运作,对外贸易基金等措施,加快建设步伐。