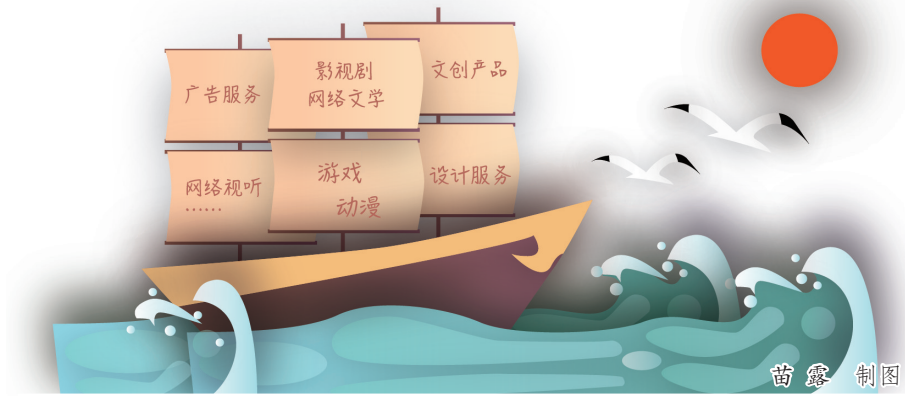


文化出海“乘风破浪”

我国文化产品出口额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品牌



□ 本报记者 安 宁

2022年,我国文化产业以“一户一墩”火爆开年。这只集奥林匹克精神与中国文化元素于一身的冬奥会吉祥物“冰墩墩”,在国内线上线下“一墩难求”的同时,也超越文化隔阂,“红”到全世界,各大授权店卖到断货,成为近几届奥运会热度最高的吉祥物之一。

不止“冰墩墩”海外受捧,近年来,我国大量优质影视剧、网络文学、游戏、动漫、文创产品乃至设计服务、广告服务等出口迅速发展,文化出海的呈现形式更为多元、开放,获得了全球更多地区受众的接受和喜爱,对外文化贸易发展取得明显成效。

数据显示,2021年,我国对外文化贸易总额同比增长38.7%,首次突破2000亿美元,文化产品出口额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。其中,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(移动终端)动漫标准、数字艺术显示标准等也被确立为国际标准。

迈上新台阶后继续“乘风破浪”

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。我国已经连续多年保持世界货物贸易第一大国地位,“中国制造”深入人心。而经济全球化语境下,要想进一步扩大并夯实中华文化的国际影响力,文化贸易高质量成为建设文化强国、增强国家文化软实力的必经之路。

早在2014年,国务院印发《关于加快发展对外文化贸易的意见》,要求“把更多具有中国特色的优秀文化产品推向世界”。此外,“一带一路”倡议、中国自由贸易试验区、国家对外文化贸易基地、国家文化出口基地及各类博览与交易会等平台建设的推进,也为我国文化产业走出去提供了广阔的发展空间。

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欢迎。

商务部日前披露的这份数据背后,折射出中国对外文化贸易发展近年来取得的显著成效。

首次迈上2000亿美元的台阶后,中国对外文化贸易如何进一步“乘风破浪”开新篇?此前商务部等27部门联合印发

《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》(以下简称《意见》),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等方面,提出28项具体任务举措。这是继2014年国务院印发《关于加快发展对外文化贸易的意见》后,对外文化贸易领域又一份重要指导性文件。

记者注意到,《意见》将“深化文化领域改革开放”作为重要专章,细化了具体工作举措。特别是在全国推进实施跨境服务贸易负面清单,探索有序放宽文化领域限制性措施,有序扩大优质文化产品和服务进口等举措,彰显了我国坚定不移扩大对外开放、促进高水平市场竞争的决心。

数字文化贸易成先锋

值得一提的是,当前我国数字经济蓬勃发展,成为推动经济社会高质量发展的重要引擎。在此背景下,《意见》着眼把握数字经济发展趋势和规律,对文化贸易重点领域发展作出部署,从“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”“创新发展数字内容加工等业务”等不同角度推进

文化贸易数字化进程,推动文化和科技深度融合,带动传统行业数字化转型,加快新模式新业态发展,激活文化贸易创新发展新动能。

实际上,在我国的对外文化贸易中,数字文化贸易已有亮眼表现,如《原神》《王者荣耀》等国产游戏在STEAM等国际知名游戏平台销量可观。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%。

《意见》明确了一系列鼓励引导措施,包括支持数字艺术、云展览和沉浸体验等新型业态发展,积极培育网络文学、网络视听、网络音乐、网络表演、网络游戏、数字电影、数字动漫、数字出版、线上演播、电子竞技等领域出口竞争优势。推动文化和科技深度融合,促进大数据、云计算、人工智能、区块链等新技术应用,赋能文化产业和贸易全链条,带动传统行业数字化转型,提升企业数字化运营能力。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,研究完善监管模式,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。支持在具备条件的海关特殊监管区域开展文物、艺术品仓储、展示、交易和文物鉴定等业务。

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。

文化交流是民心相通的基础

国之交在于民相亲,文化交流是民心

相通的基础。在百年未有之大变局下,“一带一路”建设面临更多需要疏解的民心问题。在“一带一路”沿线合作国家面对更多不确定性因素的同时,文化交流更有不同寻常的意义。而以历史文化为基础提出的“一带一路”倡议,既将中国推向世界,又将沿线国家连接在一起,不仅体现在经济共荣、贸易互通,更是国家文化交流的一项重要举措。可以说,文化是“一带一路”建设的“根”与“魂”。

记者了解到,自“一带一路”倡议实施以来,我国已经签署了200份各种合作文件,其中就含有加强教育、文化、旅游、宗教、媒体等社会人文领域交流合作,增进各国人民相互了解与友谊等内容。

在近期中宣部举行的“中国这十年”系列主题新闻发布会上,国家发展改革委副秘书长苏伟介绍“一带一路”倡议提出8年多来所取得的成就,其中他提到,人文交流与合作不断扩大。共建“一带一路”形成了多元互动的人文交流格局,“鲁班工坊”等10余个文化交流和教育合作品牌逐步建立;丝绸之路国际剧院、博物馆、艺术节、图书馆和美术馆联盟、“一带一路”国际科学组织联盟等运行良好,有力增进了不同文化之间的交流、理解和认同。

文化传播不仅是民心相通的重要渠道,也是经济的组成部分。当文化产业合作与贸易相结合时,也将不可忽视的经济附加价值。根据商务部数据,近几年我国与“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的贸易格局,带动了文化产业提质升级、外贸结构不断优化。



爱丁堡艺术节嘉年华开幕中国文化演出获赞

爱丁堡艺术节嘉年华活动日前在英国苏格兰首府爱丁堡市中心举行,来自数十个国家和地区的800余名演员带来各具特色的表演,300多名华侨华人组成当日最大方阵,献上丰富多彩的中国文化演出,获得观众热烈掌声。图为当地儿童在舞狮节目中与“狮子”互动。

新华社记者 李 颖 摄



英国小哥“点茶”技艺传播中国茶文化

大卫·米尔斯出生于英国苏格兰,2006年来到中国工作,受妻子尚娜影响,大卫对中国文化尤其是茶文化产生了浓厚的兴趣。大卫利用自己的计算机编程专长,开始建立网站平台传播中国传统文化。图为大卫(右)和妻子尚娜在交流。

新华社记者 李 安 摄

我印象里的中华文化

特别喜欢中国传统节日

在我2016年去中国攻读硕士学位之前,就已经对中国的传统文化有了深入的了解。中国精彩多样的文化体现在其丰富的艺术作品和科学技术中,在精美的绘画和印刷技术中,在绝妙的陶器和雕塑中。令我印象深刻的是,中国的传统建筑在世界各地受到极大推崇,中国的语言文学、哲学和政治影响了整个世界。我在中国南京上大学时还专门学习了中国历史课程,然后发现中国和巴基斯坦也有相似之处,我们也有信德省长城,虽然它没有“中国长城”那么长,但它与“中国长城”一样神秘而伟大。

2016年~2019年,在中国学习期间,我游览了中国许多美丽的城市,结交了来自各地的中国朋友。我去过上海、北京、广州、大连、苏州、张家界、桂林等地方。中国文化有着五千多年的悠久历史,充满活力,有很多传统节日,这些中国的传统节日,我特别喜欢。因为过节,就会有許多风俗,比如元宵节吃汤圆、端午节吃粽子和划龙舟、中秋节吃月饼等,这些节日让我感受到中国历史文化浓厚的积淀。中国的武术文化、茶文化、中医文化等,还包括许多非遗文化,它们都让中国文化变得丰富多彩。中国传统文化中的“和”“仁”“义”“礼”“诚”“忠”“孝”等价值观,也深深影响了我。

——SHAHRIKH QURESHI,巴基斯坦人,巴基斯坦信德省塔尔煤矿二区块综合管理部职员

中国美食文化令人着迷

我已经在中国工作大概有3年半的时间,一直都住在北京。来中国之前的我和现在的我对中国文化的认知很不一样。因为以前没有来过中国,所以当时我对于中国文化的简单了解都是受我家人或者其他华裔影响。因为我家族来自于中国南方,而当时很多移民到国外的中国人也是南方人。因此,我以前了解的中国文化更多是南方人的传统和习俗。如今,因为在中国常住的原因,我对中国文化有了更深入的理解。我个人对中国文化整体的印象是丰富多元、兼容并包,不像我之前理解那样整体而单一。中国美食的种类和风格也很丰富,这也体现出中国文化的多样性。在中国,每天都可以吃到不同的美食,不管是蒸的、煮的还是煎的,每种方式做出来的美食口味也是不同的。加上中国地大物博,不同民族不同地区的饮食文化都不同,这样的美食文化很令人着迷。

我觉得加强中国文化国际传播是十分重要的。今年北京冬奥会通过开幕式、吉祥物等不同环节挖掘中国文化元素的做法也令人印象深刻。此外,在传播的过程中可以多强调中国文化的多元性,让大家多了解中国的不同城市,鼓励大家去旅游,领略不同的中国地域风光,可以去尝试不一样的中国美食和去接触丰富多元的中国文化习俗。

——Vincent Pung,澳大利亚华裔,Sandpiper North Head咨询公司副总监

中国的文化极具包容性

2013年9月,我离开我的家乡巴基斯坦,前往中国西北工业大学学习。中国的一切对我来说都是全新的,从文化、饮食到传统习俗等。尽管如此,我还是迅速地融入中国的新环境,我想这也是我可以在中国待到5年之久的原因。中国的文化是极具包容性的,中国博大精深的传统文化深深地震撼了我,我喜欢上了对我说“打开了新大门”的中国美食。在我人生的这个求学阶段,我可以自信地说,在中国的整个经历让我变成了一个全新的人,确切地说是一个更好的人。我感谢我在中国所有的朋友、同事和老师们。我也非常感谢中国的“一带一路”倡议,让我不用出国就能获得良好的工作机会,能为自己的国家建设贡献一份力量。我在中巴经济走廊项目上和很多中国员工一起工作,我喜欢这里的工作氛围和文化。在这里,我不仅感受到了不同民族文化之间的差异,更是感受到了文化交流融合的魅力,让我以更加开放的心态拥抱未来。

——Muhammad Ali,巴基斯坦人,中巴经济走廊项目优秀巴方员工

(本栏目内容由本报记者公欣采访整理)

柔软的是故事 创新的是方式

□ 公 欣

改革如潮,风起云涌;文化如水,润物无声。

在开放依然是主流主线的新时代,不断扩大文化对外开放,向世界输出更多具有中国特色、展示中国精神、表达中国智慧的优秀文化,是推动中华文化“走出去”、提高其国际影响力和保持其应有活力与生命力的必由之路。

只不过,当前世界正经历着百年未有之大变局,国际形势复杂多变,国际舆论场更是风谲云诡,在这样的时代语境下,加强文化对外开放似乎更为重要,也更为不易。

重要的是,文化是国家的根基,是与国家命运紧密联系在一起。构建健全的中华文化国际话语体系,不断加强中华文化

在世界格局变化和国际舆论博弈中的影响力,对于提升我国的大国形象和国际话语权,促进世界文化的繁荣发展有着不可替代的作用。特别是在数字传播和社交平台崛起的国际文化传播新趋势下,多元文化、多元价值观念都可以在网络平台上传播交融,在这样的开放性文化交流语境里,如何更好地讲中国文化故事,如何更有效地发出传播中国文化精髓的最强音,显得极其重要。这时候,文化的柔性力量要充分展现,在讲故事的过程中不仅要注重历史性与现代性的结合,还要注重事实与情感的结合,要以有趣、贴近生活的表达方式展示中国的美食、工艺等丰富多彩的文化元素,去吸引世界网民,去获得世界关注的目光。

不易的是,在信息化数字化传播时代,

语境的不同、文化的差异经常导致中华文化在“走出去”的过程中遇到壁垒。在亚洲文化体系中,以日韩文化为代表的一些外国文化也一直表现出自己的强势引导力和传播优势,对于提升中华文化的国际影响力形成不小的压力。种种现象,都充分表明了加强文化对外开放、提升我国国际话语权的重要性和紧迫性,也体现新媒体时代加强文化对外开放的不易。这个时候,只有在文化对外开放层面获得主动、掌握先机,才能真正地展现中华文化、弘扬中华文化、发展中华文化。

文化是柔软的,是与人的心灵和情感最为相通的一种载体,是实现世界各国民心相通的一种最好媒介。在新媒体时代,我们既看到了中华文化对外开放更为重

要的一面,也体会到中华文化国际传播更为不易的一面,这都更加坚定了我们要让世界听到并听清中国声音的信心与决心。

——我们要讲述最精髓的文化故事,把中华文化的独特魅力、历史积淀、凝结智慧用最能打动人心的故事、最能为受众所接受的宣传路径展示出去,表达出去。

——我们要呈现最创新的传播方式,要改变表述方式,要创新输出模式,在媒体深度融合的进程中充分发挥新媒体平台的作用,把脍炙人口的精彩中国故事放在更加合适、更能增强传播效果的平台上展示,创新形成移动化、社交化、视觉化等相结合的多媒体叙事形式。

柔软的是故事,创新的是方式,不变的是文化。