

国家文化出口基地首批创新实践案例

商务部

中央宣传部

文化和旅游部

广电总局

目 录

加强制度和政策创新

- 1.文化保税助力文物和艺术品贸易全产业链发展 ····· 1
- 2.推动设立彩灯文化企业专属信贷产品 ····· 5
- 3.打造一站式版权服务平台为对外文化贸易保驾护航 ··· 8
- 4.大力发展文化保税业态 ····· 13

培育特色优势产业和品牌

- 5.发挥出口基地品牌效应 助力陶琉文化走向世界 ····· 17
- 6.打造粤港澳大湾区世界级电竞中心 ····· 22
- 7.打造上海国际艺术品交易月品牌 建设全球艺术品交易中心 ····· 25

强化平台和载体建设

- 8.以数字化新媒体为抓手推动扩大影视服务出口 ····· 29
- 9.搭建多元化文化平台 提升国际传播效果 ····· 33
- 10.建设文化贸易服务平台 优化基地公共服务水平 ····· 38

健全文化贸易促进体系

- 11.坚持数字赋能、政策赋能、平台赋能，激发文化贸易发展活力 ····· 42
- 12.创新彩灯行业人才培养模式 ····· 46
- 13.以展促产，推动扩大文化出口 ····· 50

案例一：

文化保税助力文物和艺术品贸易全产业链发展

天竺综合保税区国家文化出口基地依托北京市推进全国文化中心建设和“两区”（自贸试验区和服务业扩大开放综合示范区）建设的政策优势，利用首都历史文化底蕴深厚、文物和艺术品丰富的资源优势，发挥毗邻首都国际机场的区域优势和综合保税区的政策优势，创新发展文物和艺术品保税贸易，重点支持国际文物交流和艺术品保税贸易平台建设，积极打造国际文物与艺术品保税贸易全产业链服务支撑体系。

一、主要做法

（一）探索优化文物和艺术品保税贸易流程。基地在综合保税区已有的“保税、免税、免证”功能基础上，不断强化制度创新，推出文物和艺术品出区多种创新担保模式、境外文物入区办理出境鉴定审核手续等措施，促进国际国内文物艺术品在区内便利化、自由化流动。创新文物艺术品保税监管模式，实现国际国内文物和艺术品卡口智能化监管、按库位分类监管，简化入区和通关业务流程，提升跨境贸易便利化水平。

（二）打造文物交流、艺术品贸易与服务三大平台。通

过引入国际文物交流、艺术品保税贸易和艺术品贸易服务方面的领军企业和机构，重点打造国际文物交流平台、国际艺术品保税贸易平台、国际文物艺术品贸易服务平台等三大平台。国际文物交流平台主要面向全国文物博物馆系统，开展国际国内博物馆文物进出境展览、海外文物回流及国内博物馆文物征集等业务。国际艺术品保税贸易平台通过集聚国际知名画廊与文物艺术品经销机构，重点发展文物与艺术品展览、拍卖、仓储和艺术品金融业务。国际文物艺术品贸易服务平台提供文物艺术品检测、鉴定、评估，仓储、物流、包装，展示、交流、拍卖、交易，金融、保险等服务。

（三）推进文物艺术品保税贸易全产业链发展。通过集聚全球文物和艺术品贸易企业，加快推进基地文物和艺术品贸易全产业链发展。一是结合综合保税区优势，重点支持文物和艺术品保税仓储、保税展示、保税拍卖、保税租赁和保税研发业务发展。二是围绕文物艺术品保税贸易产业链重点环节，创新发展文物艺术品进出境展览授权、天天拍、IP交易等新兴业态和模式。三是拓展文物艺术品相关产品保税贸易，探索国际宝玉石贸易、国际时尚设计贸易和国际手工艺与非遗文化产品贸易等。

二、实践成效

（一）促进文化艺术贸易发展。2020年，基地文化类企

业（主要是文化艺术贸易企业，下同）实现营业收入 10.2 亿元，同比增长 23.6%；实现利润 0.86 亿元；完成属地税收 1.19 亿元。截至 2020 年 12 月底，文化类企业资产总计 131 亿元。

（二）促进文化领域对外开放。文物入区鉴定实施后，园区 2020 年完成文物进出境审核共计约 2000 套；综保区艺术品进口规模占到全国综保区的 1/3 左右。推进实施一般纳税人试点和分类监管，目前园区增值税一般纳税人试点文化企业批复 1 家，分类监管试点文化企业批复 4 家。

（三）促进营商环境优化。以北京市文创金融服务平台为例，成功撮合融资超过 180 亿元，打造形成文化金融生态圈，使无形资产融资租赁创新政策覆盖更多文化企业。支持融资租赁公司开展文化知识产权融资业务，共同促进基地文化产业和贸易发展。

三、下一步工作思路

（一）加大政策创新，推动平台功能叠加。依托基地功能优势、综保区保税政策和园区文物通关、鉴定等便利支持措施，研究制定具有园区特色的产业支持政策，充分叠加“保税+”“金融+”功能，搭建集艺术品保税仓储、展示、拍卖、金融服务于一体的公共服务平台。

（二）强化引领作用，扩大高水平开放。推动“两区”建设重点任务落实，创新海关监管模式，完善文化贸易全产

业链服务，促进跨境文化贸易发展。重点发展文化信息、创意设计、游戏和动漫版权等文化贸易，推动以数字技术为支撑、高端服务为先导的“文化+”整体出口。

（三）优化营商环境，全方位服务企业。持续优流程、简环节、降费用，强化通关时效全国领先优势，打造国际一流的跨境贸易营商环境。推动完善首都机场货运口岸基础设施，构建高效通关模式。提升企业服务水平，促进营商环境“温度”与“速度”双提升。

（北京天竺综合保税区基地提供）

案例二：

推动设立彩灯文化企业专属信贷产品

为切实解决制约基地彩灯文化企业发展的融资难、融资贵等问题，自贡推出“彩灯文化经营快贷”“彩灯e贷”等多款彩灯文化企业专属信贷产品，初步构建起支持基地建设的金融服务体系。

一、主要做法

（一）服务产品多元化。工行自贡分行基于企业纳税、进出口收付汇数据，创新推出“彩灯文化经营快贷”线上融资产品，为彩灯文化企业发放线上纯信用贷款。建行自贡分行为有效缓解出口退税审核周期对企业资金占用问题，依托税务部门数据，推出线上产品“跨境快贷—退税贷”信用贷款产品。农行自贡分行针对彩灯文化企业固定资产少、信用额度小等特点，基于优质纳税信用等级信息，上线“彩灯e贷”“税银通”等彩灯文化企业专属信用贷款产品，并创建四川省首家彩灯文化特色贷款支行。交行自贡分行推出“优贷通”“税融通”信用贷款产品。中行自贡分行推出“结算通宝”“税贷通宝”“提升贷”等信贷产品。

（二）申请程序便捷化。彩灯文化企业专属信贷产品针对行业轻资产、资金流转周期长等特点，放宽和简化了贷款申请限制，仅需申请企业满足工商登记及经营情况正常、企业（个人）信用状况良好、最新纳税信用等级在 B 级（含）以上、信贷余额不超过 500 万元等基本条件即可办理，惠及基地所有彩灯文化企业。

（三）受理审核数字化。“网上小额贷”“跨境快贷—退税贷”“彩灯 e 贷”等线上信贷产品，只需在银行开立结算账户，网上提交申请，通过审核即可获得信用贷款。如“彩灯 e 贷”产品，贷款以企业涉税信息（纳税等级和纳税额度）为主，结合企业控制人的工商、征信等内外部信息，运用大数据技术进行分析评价，并以适当的授信模型进行计算，申请人通过在线申请、上传相关审核资料、系统自动评级核定利率、自动进行贷款审查审批、在线签约、自助用信等程序，即可获得无抵押的便捷小额信用贷款。

二、实践成效

通过建立健全银行机构外汇金融服务推进机制、文化贸易跨境收支统计监测制度，以大数据技术为依托，深入挖掘企业进出口收付汇、出口信用保险保单、纳税信用信息等数据价值，有效破解彩灯文化企业轻资产、资金流转周期长，可用于抵押、质押资产少的传统融资困境，实现在线放贷，即时申请、即时办理、即时放款。基于外汇、税务等数

据研发的“彩灯文化贷”“税银通”“彩灯e贷”等信用贷款产品广受彩灯文化企业青睐，2020年基地金融机构对彩灯文化企业贷款余额11.24亿元，为80余家彩灯文化及相关企业发放贷款130笔，金额1.77亿元，其中信用贷款108笔（占比83%）、金额8981.4万元（占比50.9%）。

三、下一步工作思路

（一）发挥特色贷款支行作用。鼓励和支持金融机构开展彩灯文化特色贷款支行建设，为彩灯文化企业提供更为优质的融资产品及服务。

（二）建立“四方协同贷”融资模式。结合《自贡市出口退税周转资金池方案》落实，推动建立“四方协同”出口退税周转资金池融资模式。

（三）推广跨境金融区块链出口应收账款融资。在实现自贡首笔跨境金融区块链出口应收账款融资基础上，推动该模式在彩灯文化领域的推广运用。

（四川省自贡市基地提供）

案例三：

打造一站式版权服务平台为对外文化贸易保驾护航

2019年，长沙市国家文化出口基地启动马栏山版权服务中心·优版权一站式版权综合服务平台建设，以区块链技术为核心，依托大数据、人工智能等先进技术，通过线上线下相结合，实现了版权存证确权、登记、授权、侵权监测、取证、公证、维权、价值评估、质押等全链条服务，打通了版权贸易产业链各个环节，提高了版权保护和服务效率，有力带动版权贸易发展。

一、主要做法

（一）搭建线上版权服务平台。聚焦版权保护、版权交易和版权运营的全链条，破解传统版权保护耗时长、费用高、维权难、不安全等难题，打造基于区块链、人工智能、大数据技术的数字版权一站式解决方案，自主研发“优版权”平台，围绕版权行业公共服务需求，通过开展核心技术攻关、共性基础设施建设、公共服务平台搭建等，提供版权作品确权存证、交易、维权、衍生品开发全生命周期的公共服务。

版权确权存证服务。发挥区块链技术不可篡改、高可信、可追溯等优势，对版权内容进行上链鉴权、确权存证的综合性版权服务。将版权信息、版权内容与对应的数字身份进行

绑定登记，确保版权内容存证的合法性、有效性。

版权授权交易服务。以区块链、智能合约等方式，为版权方提供版权交易、版权授权服务，通过区块链智能合约全程记录版权交易情况、全程上链，并推出多种不同类型的交易及授权模式，为版权交易及授权提供安全可靠的服务体系和版权交易授权收益体系。

版权内容分发服务。通过研究区块链核心共识算法，为版权内容提供高可靠性的分发保护体系，通过平台对接的内容发行及传播渠道，为版权企业、内容分发平台及个人提供优质分发渠道及收益模式。

版权维权服务。通过版权存证登记、全网监测技术、基于区块链的版权侵权取证，并对接律所、公证处、仲裁委与法院等，建立版权维权服务体系，高效、低成本地为用户解决版权创作、存证、登记、授权、交易等环节的维权难题。

打造版权服务开放平台。版权企业、内容分发平台等通过该服务平台与原有系统进行对接，将平台所提供的基础服务及底层区块链数据以授权的形式提供给第三方公司开发相应的行业应用，丰富版权行业服务的应用范围及服务类型，基于版权服务开放平台的第三方应用，依托平台规则进行开发，入驻版权公共服务平台，整合行业生态服务体系。

（二）建设线下版权服务中心。马栏山版权服务中心于2019年4月成立，集版权登记、版权咨询培训、版权宣传、版权法律服务、版权评估与保险、版权作品展示等功能于一体，在马栏山视频文创产业园设立综合性版权服务大厅，与线上服务相融合，构建起方便快捷的版权服务体系。

中心作为线下实体版权服务机构，可以为湖南省内著作权人提供作品登记服务，为企业和个人提供版权相关知识咨询，开展版权相关培训，组织版权知识宣传、研讨和交流活动，为版权企业提供专业的法律顾问服务，接受公司、单位的委托对涉及版权的民事、行政、刑事案件进行作品比对及法律适用分析并出具法律意见书，接受权利人委托对侵权对象进行行政查处或司法诉讼，组织对版权作品或者计算机软件进行价值评估，为作品提供保险服务，解决侵权或者被侵权的法律风险等。

二、实践成效

“优版权”平台自2019年7月正式上线运行，2年来用户体验不断优化。注册用户已达2011家，签约版权企业超过87家，IP入驻总数176个，服务用户分布全国16个省（自治区、直辖市）。完成作品区块链存证799816件，公证保管6515件，出具公证书183份。“优版权”平台在进一步完善网页端建设的同时，开发了客户端（APP）并上线运行，实现版权存证、登记等基础功能和场景化服务。

基地龙头企业利用“优版权”区块链数据优势，联合长沙公证处、马栏山版权服务中心推出基于区块链技术的电子证据保全平台“公证保”，直接将电子证据保存在公证处的可信区块链节点中，并实时同步到各大互联网法院，为权利人和代理人提供方便快捷的证据提取、保管与公证服务，破解了电子证据因易消亡、易篡改、技术依赖性强等特点而导致的真实性、合法性、关联性司法审查认定困难等难题。

马栏山版权服务中心每个月完成作品登记 200 件以上，每天接待大量版权登记、版权存证、软件正版化、版权培训、版权宣传以及版权有关政策等内容咨询，与基地若干骨干企业签订版权维权服务合作协议，为解决权利人版权保护效率困境不断进行新的尝试，有力促进基地版权贸易发展。

三、下一步工作思路

重点推进马栏山版权服务中心·优版权平台的开发与运用，充分发挥其在版权交易、评估融资、确权维权等方面的优势。立足马栏山视频文创园，面向全省，辐射全国，更大范围地开展版权登记、版权代理、版权运营、版权交易、版权维权等公共服务。力争平台全面建成之后，成为中南地区最大的文创版权综合服务平台，具备年登记 10 万件作品、年版权交易额 10 亿元以上、服务企业一万家以上的能力。在版权保护、版权宣传的基础上，重点围绕版权交易和版权金融两个方向发力，版权交易方面重点提供版权价值评估、

授权转让、分发发行等服务，版权金融方面将重点聚焦 IP 融资、创意众筹等服务。

(湖南省长沙市基地提供)

案例四：

大力发展文化保税业态

中国（福建）自贸试验区厦门片区国家文化出口基地，充分发挥“保税+”“金融+”“互联网+”功能优势，利用海关特殊监管区进口商品入区“免证、免税、保税”和出口商品入区“退税”的政策优势，与文化、文物、海关等部门密切合作，打造文化艺术品综合性公共服务平台，创新监管模式，便利艺术品流通、贸易，促进文化保税业态创新发展。

一、主要做法

（一）建设艺术品保税平台。一是打造全省首个集艺术品保税物流、仓储、展示、拍卖、交易、金融服务于一体的公共服务平台——博乐德艺术品保税共享平台，累计引进境内外艺术家、艺术机构 250 多家，举办拍卖活动 111 场，成交金额 8.2 亿元。二是建设面积达 25 万平方米的海丝艺术品中心，包括艺术品保税仓库、艺术品交易中心、古今艺术品中心、当代艺术品创意中心、海丝文化广场等，已引进海内外知名藏家近 200 家，入驻艺术家及非遗传承人 105 位、非遗项目 18 大类。

（二）创新艺术品交易模式。紧抓厦门获批跨境电商综合试验区契机，鼓励全市油画企业利用厦门自贸片区跨境电商平台优势，通过亚马逊、速卖通等平台拓展油画产品海内外市场。2020年，厦门市油画行业通过电商平台售出产品金额超5亿元，占总成交额的20%，产品远销欧美、中东等国家和地区。开发艺术品线上拍卖小程序，举办当代艺术及潮流文化、尚品—瑰丽珠宝、当代国画名家妙品专场等线上拍卖活动51场次，累计成交金额约3000万元。

（三）优化艺术品通关流程。联合海关、文物等部门，优化艺术品通关流程，重点支持发展文化保税拍卖业务。挖掘保税政策优势，对综合保税区内的归类、审价、通关、查验等通关监管流程全方位优化，支持符合条件的文化艺术品经营企业自主选择“提前报关”“两步申报”等模式办理文化艺术品进境申报手续，到岸文化艺术品优先办理检疫手续，实现飞机落地“秒放”。

二、实践成效

（一）形成艺术品拍卖特色。自开展全国保税第一拍以来，厦门片区文化艺术品拍卖交易金额累计已达7.22亿元，其中，保税拍品成交额达1.05亿元，累计办理进出口艺术品金额35亿元，形成博乐德与海丝艺术品中心双平台发展格局，打造了“无底价”、春秋两季拍卖专场等保税拍卖品牌。

（二）大幅降低企业成本。与传统艺术品进境方式相比，通过基地保税方式进境，可大幅减少企业资金占用，降低企业经营成本。与传统入境方式需按 23% 的综合税率缴纳保证金相比，通过保税进境方式，则可暂免缴大部分费用，减少企业资金占用。同时，通过优化未成交艺术品的退运手续，大幅提高了通关效率，有力促进艺术品保税展示交易业态发展。

（三）促进两岸文化交流。吸引一批台湾地区知名收藏机构签约入驻基地，一批珍贵文物以专业物流、文化保税形式入境展示、拍卖、交易。多家台湾知名收藏机构及多位中国台湾知名藏家成功在厦门举办藏品专场拍卖活动，累计拍卖金额达 3000 万元。

（四）带动相关业态发展。通过文化保税形式，在促进流失海外文物回流的同时，还进一步带动了展览业、艺术教育培训、生活美学、艺术品金融等周边业态发展。截至 2021 年 7 月，博乐德和海丝艺术品中心累计举办当代艺术展、埃及展、傅新民当代艺术展、松溪版画作品展等各类展览活动 84 场，累计吸引观展市民 16.4 万人次，社会反响热烈。

三、下一步工作思路

（一）完善艺术品产业链条。梳理艺术品产业链各环节，鼓励艺术品投资、评估、鉴定、金融服务等产业链上下游企业入驻基地，实现补链、强链。发挥海峡两岸文博会、艺术

厦门博览会等艺术节展活动资源聚集效应，支持企业创新艺术品交易模式，引进艺术品交易展会、艺术品线上交易平台，打造线上线下艺术品全产业链保税共享平台。

（二）拓展文化保税业态。以综保区获批为契机，进一步拓展文化保税新业态。一是支持一批行业龙头企业利用自贸试验区保税功能和金融创新优势，在更多文化领域探索开展保税融资租赁业务。二是发挥海关特殊监管区域优势，研究支持“两头在外”的影视、文化内容加工等领域发展。

（三）探索创新支持政策。研究联合海关部门开展境外艺术品境内展览跨区监管试点，推动银行、小额贷款公司等金融机构探索开展艺术品抵押、担保等金融服务。

（中国（福建）自贸试验区厦门片区基地提供）

案例五：

发挥出口基地品牌效应 助力陶琉文化走向世界

山东省淄博市博山区作为中华陶琉文化城、中国琉璃之乡，依托深厚的历史文化积淀和雄厚的产业基础，充分发挥国家文化出口基地集聚、引领和辐射作用，从培育一批具有较强国际竞争力的文化出口重点企业、实施一批文化产业各领域的重点出口项目、摸索一批适应文化贸易创新发展的模式和经验入手，探索创新体制机制，助推陶琉文化走向世界。

一、主要做法

（一）发挥集群发展优势。成立博山区国家文化出口基地企业商会，政府给予商会支持政策，打造文化出口公共服务平台，开展重点品牌培育，加强人才培育和引进、知识产权保护，开展贸易促进工作，引导全区文化出口企业“抱团发展”，形成集群发展优势。

（二）构建完备陶琉文化贸易产业链。坚持“抓大放小”，鼓励陶琉文化企业走“专精特新”发展道路。一是实施“跨境电商进陶琉文化企业”专项行动，推动利用知名跨境电商平台，开展9710、9810跨境电商出口业务，形成功能齐全、配套完善、协同发展的陶琉文化贸易产业链。二是健全国际营销网络。支持陶琉文化企业

在欧美、“一带一路”沿线国家和地区设立海外营销中心或海外仓，与国际知名百货公司、大型购物中心建立直接合作，搭建企业与国际市场对接的窗口。

（三）支持陶琉企业转型升级。一是实施陶琉文化企业新一轮技术改造，引导支持陶琉企业招商合作，设立琉璃设计研发中心。二是鼓励企业加快自主研发和技术引进力度，实施自动化、智能化装备改造，推动产业发展提质增效。三是举办琉璃高端学术论坛、中国日用玻璃特色小镇研讨会等系列高端学术会议，为陶琉产业实现装备升级、工艺流程再造和绿色发展提供智力支持。

（四）拓展产品海外市场。先后组织开展了“溢彩琉璃咏东方”博山琉璃海外巡展，在马耳他、毛里求斯、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾等 13 个国家和地区展览；参加在美国、加拿大、巴拿马、日本组织的“孔子家乡——山东文化贸易展”；组织参加法兰克福国际消费品展、香港礼品及赠品展等国际知名展会 20 余个。计划在 2021 年中国国际进口博览会期间，设立“博山国家文化出口基地”特色展区。

二、实践成效

（一）形成较为完备的陶琉文化产业链体系。博山区基地已有文化出口企业 120 余家，2020 年出口额达 16.3 亿元。拥有陶瓷产业生产及配套企业近 300 家，从业人

员 1.5 万余人。现有琉璃生产企业 21 家，从业人员 5000 余人，大师工作室 50 余个，产品销往美国、欧洲、日本、澳洲等 40 余个国家和地区，约占全国市场份额的 60%。

（二）搭建了一批文化贸易平台。博山区成功创建玻璃制品国家外贸转型升级基地、山东省陶琉文化特色服务贸易园区，组建陶琉文化特色园区。重点打造陶琉文化创意产业园区，建设了颜神陶琉古镇、日用玻璃小镇、中国琉璃小镇、陶琉大师村等园区，形成了陶琉文化特色出口园区。依托知名跨境电商平台，建设跨境电子商务产业园。

（三）培育引进了一批领军人才。建立人才信息库，打造艺术修养高、创新能力强、业务素质好的新型人才队伍。现拥有中国工艺美术大师等国家级艺术大师 59 人，各类省级大师 221 人，占全省的 50% 以上。基地一批大师获评轻工大国工匠、全国技术能手等荣誉称号。同时，吸引了一批学院派从业者及海外留学的高技能人才来博创业，建立工作室及实践基地。

（四）打造了一批陶琉文化贸易品牌。实施“一人一品”战略，引导陶琉大师百花齐放，专注发展个人风格，形成各有千秋、竞相发展的良好态势。“中国石榴王”“中国孙氏琉璃鸡油黄”“中国琉璃葡萄孙”“中国琉璃内画张”等落户博山，品牌效应持续扩大，品牌

产品出口份额大幅提高。

三、下一步工作思路

（一）培育龙头骨干企业。持续培育壮大鲁玉陶瓷、雨点釉、精工美琉、金祥琉璃等 20 家重点出口企业，推动企业做大做强。完善中小企业服务体系，重点挖掘有发展潜力、成长性好的中小陶琉企业，着力培育具有国际竞争力、走“专精特新”发展道路的“小巨人”型陶琉文化贸易企业。

（二）大力开拓国际市场。组织企业参加境内外线上线下重点展会，支持陶琉文化企业在欧美、“一带一路”沿线国家和地区设立海外营销中心、海外仓，在境外开设工作室，与国际百货巨头、大型购物中心建立直接合作。发展陶琉直播电商，开展直播带货，积极打造直播电商基地。加强博山陶琉国际商贸城建设，搭建集国际国内贸易、现代物流、电子商务于一体的国际交易平台。

（三）培育竞争新优势。抓好博山琉璃设计研发中心建设，继续加强与国内外著名专家学者合作，开展陶琉技艺交流。抓好高等院校校外教学实习基地和创作研究基地建设，促进陶琉产业升级。举办陶琉创新设计大赛、博山陶琉全国巡展、博山鸡油黄重入故宫陶琉作品展、2021 中国博山琉璃文化艺术节、美食美器节等活动，

打响博山陶琉品牌。

(山东省淄博市博山区基地提供)

案例六：

打造粤港澳大湾区世界级电竞中心

广州市天河区国家文化出口基地拥有发展电竞产业的良好基础，积聚了一批全国知名游戏企业，汇聚了一批电竞游戏研发团队、电竞专业人才，基地互联网信息产业发达，5G网络已实现全覆盖，天河体育中心、奥体中心等体育场馆配套设施完善，为电竞产业发展提供了有力支撑。基地充分发挥产业优势，多措并举，积极打造粤港澳大湾区世界级电竞中心。

一、主要做法

（一）深入产业调研。率先引入国家体育总局科研院所等国家级科研力量，联合开展电竞产业研究，在国内率先应用国家电子竞技统计标准开展科学决策。开展电子竞技产业调查分析，调研结果显示，天河区是国内少数拥有全产业链条并正在加速形成产业闭环的电竞产业核心区域，在国家电子竞技统计口径的10个分类细目中均拥有代表性企业，坚定了天河区大力发展电竞产业的信心和决心。

（二）加大政策支持。在粤港澳大湾区率先出台《广州市天河区电竞产业发展规划（2020—2030年）》，提出建设粤港澳大湾区世界级电竞中心的目标。出台《广州市天河区推

动经济高质量发展的若干政策意见》，推出多项举措支持电竞产业发展，对新落户的电竞企业、电竞俱乐部，以及原创电竞产品、电竞赛事、本土电竞俱乐部、重大电竞项目、电竞场馆等给予支持，扶持范围覆盖电竞全产业链。加大招商力度，重点引进和培育一批知名电竞企业、电竞俱乐部和电竞赛事。发挥天河龙头游戏企业集聚优势，研发一批具有较大影响力的电竞游戏产品。布局建设一批电竞场馆和电竞综合体，推动完善产业生态。

（三）强化政企合作。与广州产权交易所签署《战略合作框架协议》，深化资源对接，助推天河电竞产业发展。指导企业及相关协会联合成立广州市天河区电子竞技协会，搭建政企桥梁、凝聚行业力量、服务企业发展、整合电竞资源、推动行业交流，提升电竞产业影响力和辐射力，推动电竞产业健康快速发展。

二、实践成效

（一）成立首支电竞俱乐部。俱乐部涵盖职业电竞选手选拔、青训选手培养、赛事运营等业务，拥有多支知名电竞战队，包括一支拥有国内顶级电竞联赛席位的战队，使广州首次以主场城市身份亮相电竞产业圈，对广州建成全国电竞产业中心具有积极引领作用。

（二）首个职业联赛联盟落地。2020年，广州首个职业联赛联盟落地，10家高规格电竞俱乐部落户天河，助力天河提升电竞品牌影响力。基地龙头企业设立电竞全球赛事中心，成为业内技术最为领先的节目制作基地。2020年举办的某赛事全球总决赛吸引了207个国家和地区共266万名选手参赛，在“一带一路”沿线国家和地区具有广泛影响力。基地某公司推出首个VR电竞赛事，抢占“VR+电竞”产业融合创新发展制高点。基地一些骨干企业也开始布局电竞赛道，进军电竞游戏直播市场。

三、下一步工作思路

（一）着力引进产业链龙头企业。发挥区域综合优势，引进和培育一批电竞龙头企业和重大赛事活动，开发一批具有国际影响力、社会效益和经济效益相统一的电竞游戏产品，打造综合性赛事及展会平台，打造电竞产业生态圈。

（二）推动电竞场馆及相关设施建设。围绕奥体中心规划建设，打造电竞产业示范区、先行区。

（三）推动电竞项目落地。精心策划2021中国电子竞技行业年会，加快设立粤港澳电子竞技研究院。

（广东省广州市天河区基地提供）

案例七：

打造上海国际艺术品交易月品牌

建设全球艺术品交易中心

上海徐汇区基地按照国家文化出口基地建设总体要求，积极贯彻落实上海市委、市政府关于打响“上海文化”品牌的战略部署，发挥艺术品产业在传承历史文化和推动业态创新中的带动作用，形成艺术品产业整体优势，在疫情防控常态化条件下，以“全球艺场，上海时间”为主题，2020年成功举办第二届上海国际艺术品交易月活动，进一步确立艺术品交易的“上海时间”“上海地标”和“上海平台”。

一、主要做法

（一）危中寻机，确定艺术品交易的“上海时间”。借鉴首届交易月百场活动经验，把握疫情打乱全球拍卖排期的时机，引导全球秋季艺术活动排期。多元组织艺术品交易活动，贯彻“交易集中、效益集中”的办会理念，助力上海成为全球文化产业、艺术品交易市场中心。

（二）全力推进，打造艺术品交易的“上海地标”。深入贯彻落实主体集中的理念，吸引全球优质产业资源落户。正式启用全球艺术品产业的上海地标“西岸艺岛·Art Tower”，凭借聚合型的艺术空间、一站式的交易服务、全要

素的产业生态，打造上海建设世界重要艺术品交易中心的核心载体和全产业链综合体，构建集产业链、创新链、资金链、服务链为一体的艺术品“全要素”生态和“全周期”服务。中央美术学院西岸科技与艺术创新实验室已挂牌入驻，将聚焦新艺术与新技术融合研发，打造一批引领性项目。

（三）系统集成，构建艺术品交易的“上海平台”。形成新一轮艺术品交易月配套扶持政策，针对外资艺术品交易入境、企业落户、税收落地等环节，不断优化政策内容及实施路径，推动国际艺术机构加快进入中国市场，促进产业进一步在西岸集聚。依托徐汇区“一网通办”优势，推出文旅申报、行政服务、配套服务三大集成服务窗口，进一步提升便捷交易服务水平。创新交易月线上展示交易系统，提供线上申报、展示、交易、落地配套等综合服务，便利外资艺术机构入境落户交易。

二、实践成效

2020年第二届上海国际艺术品交易月开幕仪式暨“西岸艺岛·Art Tower”启用仪式于10月16日在上海西岸举行，为期1个月，11月15日正式落下帷幕。全球艺术网(Artnet)等多家国际媒体高度评价本届交易月取得的突出成效，多维度提升了交易月的国际影响力。

（一）形成百场活动规模。在上海全市范围内集聚超过100场的各类艺术品交易相关活动，分布于“四大主题周”：

国际拍卖周、高峰论坛周、生活品艺周和国际博览周，共包含3场大型艺术博览会、50余场拍卖活动、近50场画廊展销活动等。“第七届西岸艺术与设计博览会”“2020ART021上海廿一当代艺术博览会”“第六届上海青年艺术博览会”等活动掀起了交易月的热浪。

（二）营造浓厚交易氛围。本届交易月，西岸艺博会吸引来自17个国家和地区、36个城市的97家顶尖画廊参展，海外画廊占比超过55%。ART021艺博会的参展画廊达114家，分别来自18个国家和地区、43个城市。同期上海遍布全城的艺术展览亦是名家云集，与艺博会形成有效联动。

（三）创新配套服务理念。为承接上海国际艺术品交易中心整体配套服务，加快发展“互联网+交易服务”，本届交易月同步上线了非盈利性线上专业平台——上海国际艺术品交易月线上展示交易系统，为全球高品质艺术品交易提供一站式服务。服务内容包括筛选机构入驻，打造高品质线上平台；在交易交割环节，提供从运输到安装的“钉到钉”服务以及交易资金第三方担保等，丰富了艺术品市场的维度，提升了交易活跃度。

三、下一步工作思路

围绕“政策集中、主体集中、交易集中、效益集中”的总体策略，聚焦徐汇、集中资源、精准发力，促进全球知名艺术品机构集聚和落户上海徐汇；推动国际重大艺术交易活

动集中落地上海，加速推动千亿级艺术品产业规模形成，奠定亚太艺术品交易龙头地位，为上海建设国际重要艺术品交易中心夯实基础。

（一）打造“艺术品云端交易会”。构建云端交易月，持续推进和丰富数字化应用场景，加速线上云展会布局，实现零时差跨境参展，带动艺术品产业高质量发展。

（二）发挥“艺术品交易上海优势”。在上海国际文物交易中心落户西岸艺岛的基础上，促进文物交易、入境、结算、税收等领域政策在基地内先行先试，进一步拓展西岸艺术品交易优势。

（三）优化“艺术品发展上海政策”。在前两届交易月政策基础上，总结完善交易月政策流程，精准施策，持续优化营商环境。进一步加大对交易月期间重点活动及参展参会单位的支持力度，对艺术品机构实施精准扶持，解决在上海落地和发展中遇到的问题和困难。

（上海市徐汇区基地提供）

案例八：

以数字化新媒体为抓手推动扩大影视服务出口

中国（浙江）影视产业国际合作区国家文化出口基地积极布局海外数字化新媒体发行渠道，在海外新媒体网站自主创建影视剧海外出口平台“华剧场”，海外订阅用户数从120万增加到500万，出口收益总额和占比逐年提升。其中，优兔（YouTube）数字化平台华策频道成为运营效果最佳的海外出口新媒体平台之一。

一、主要做法

（一）注重前期市场调研和用户收视习惯分析。在新媒体海外频道开设前期，出口企业运营团队对当地市场进行深入调研，全面了解影视产业发展水平，当地观众年龄范围、性别、收看喜好、观剧媒介等基础信息。同时，结合浙江省推动文化贸易发展战略和导向，重点开拓“一带一路”沿线国家和地区出口市场。如越南、泰国等东南亚国家的观众对反映当下中国人现实生活的电视剧（如青春校园、都市生活剧）和爱情偶像剧兴趣浓厚，越来越多的当地年轻人喜欢使用新媒体观剧，且年龄在18-45岁的高知青年逐步增多。通过前期调研，帮助影视剧出口企业精准聚焦了目标国别，提振了企业“走出去”的信心。

（二）注重找准目标国频道定位实现精准投放。为吸引

当地观众并保持用户粘性，基地出口运营团队通过大数据分析，对每个海外频道设置了符合当地收视特点和浏览习惯的定位，明确频道在当地的发展方向，因地制宜安排节目排播，从而有效吸引并留住目标观众。如，海外平台华策经典剧场频道以男性用户为主，占比60%，最受欢迎题材是武侠剧；青春剧场频道以女性用户为主，占比70%，最受欢迎题材是青春偶像剧；阿语小语种频道以年轻女性用户为主，占比80%左右，最受欢迎的剧目是现实题材剧和古装剧。

（三）注重日常运营维护提高用户关注度和点击量。一是紧抓基础运营，保证线上频道内容每日有更新，提高平台活跃度。二是通过大数据有针对性地适配海外不同细分市场，及时对出口影视内容重新编排放送。三是重视新剧多角度市场营销推广，同步更新剧目花絮、预告等，并注重从影片剧情、演员阵容、影视原声音乐、精彩片段等多角度开展宣传推广。四是及时跟进反馈线上粉丝需求，针对海外观众喜好，运用大数据分析提升电视剧推送的精准性，在宣传推广和内容编排时，相应加大推广篇幅，吸引更多海外观众消费。

（四）注重译配质量做好影视内容的本土化发行。通过精准的翻译和配音，帮助海外观众更好地理解中国现实题材电视剧，提升接受度。基地高度重视影视剧字幕翻译，在海外平台建立了五个小语种翻译频道，与当地字幕组积极合

作，从而实现较为理想的发行传播效果。目前五个小语种频道均运营良好，订阅人数和点击量增长迅速。同时，注重小众群体的观影感受，对一些文化程度相对较低看不懂字幕的群体，推出以配音为主的影视剧。

（五）注重次新剧经典剧等版权剧的出口发行。受影视剧产量、拍摄制作周期等因素影响，每年可以海外发行的新剧数量有限，为保证平台每日有内容更新，依据大数据分析结果，基地加强了次新剧（首播后较新的电视剧）、经典老剧（多轮播放效果较好的电视剧）的精准出口发行。据初步统计，次新剧和经典剧海外发行总额占比从2017年的6%快速上升到2019年的38%，2020年则高达50%，成为基地影视剧海外发行的重要来源。此外，基地作为国内影视文化贸易的大平台，一直致力于为全国中小影视出口企业服务，通过代理出口发行了一批优秀电视剧。

二、实践成效

从2018年至2020年，基地在海外平台收益、订阅人数和点击量逐年增加，平台收益分别为61万美元、71.94万美元、162万美元，分别增长47%、18%、125%；订阅人数为97万人、112.83万人、400万人，分别增长233%、16.31%、254%；点击量为66547万次、83728万次、177340万次，分别增长56%、25%、111%。截至2021年3月底，海外平台华策频道用户订阅数达450多万人、观看次数超17.7亿次、观看时长达

2.8 亿小时；已开设的经典剧频道、青春偶像剧频道两个主频道，用户订阅量分别达 170 万人、180 万人，均荣获海外平台金质奖章（用户订阅数 100 万人以上）；阿拉伯语、越南语、泰语、法语四个小语种频道，用户订阅总数达 112 万人，其中阿语频道用户订阅数最多，高达 50.3 万人，观看时长超 280 万小时；越南语频道紧随其后，用户订阅数近 47 万人；泰语频道订阅数突破 10.3 万人。

三、下一步工作思路

基地将立足运营海外平台数字化专有频道的经验与优势，开设新频道“视听浙江”（暂定名），将浙江美景、浙江美食、浙江手工艺、浙江产品推广到海外，在讲好浙江故事、展现浙江形象的同时，带动浙江数字经济和数字贸易不断增长，通过该平台，让全世界更多国家的观众更深刻全面地了解源远流长的人文浙江、新时代奔流潮头的开放浙江，扩大浙江在全球的影响力，最大程度发挥影视文化贸易在提升中华文化影响力等方面的重要作用。

（中国（浙江）影视产业国际合作区基地提供）

案例九：

搭建多元化文化平台 提升国际传播效果

2020年，安徽蜀山国家文化出口基地实现文化产品和服务进出口额1.5亿美元，同比增长7.2%，占安徽省文化进出口总额的10%。基地共有11家企业被评为国家级、省级文化出口重点企业，集聚了省、市级众创空间14家，文化出口企业近百家，国家级、省级重点文化企业数及重点项目数均占安徽全省的30%。一批基地重点文化企业以讲好中国故事、传播好中国声音为目标，努力推动中华文化高质量走出去，影响力和辐射力不断增强。

一、主要做法

（一）着力讲好中国故事。一是策划外宣重点选题，回应国际关切。加强走出去工作顶层设计，持续建设走出去优秀选题储备库。围绕全面建成小康社会、建党100周年等重大时间节点，策划一批重点外宣图书项目。二是增设外宣专刊专栏，紧扣时代主题，以图文并茂的形式展现美好安徽新形象。《安徽画报》围绕抗疫抗洪、决战决胜脱贫攻坚、经济社会新亮点等外宣重点，描绘安徽高质量发展新画卷。

（二）多方拓展传播平台。一是推动数字化走出去，通过“云展示”“云交流”“云贸易”，推动版权出口、文化交流、国际合作。参加2021年北京国际图书博览会线上展会，

展出 1200 多种皖版精品出版物，举办国际高峰对话、境外实体线上联展、特色图书版权推广等 60 多场丰富多彩的在线文化交流活动，与来自“一带一路”沿线及欧美等 30 多个国家和地区的 100 多家海外出版商在线进行洽谈交流，参展效果显著；通过法兰克福书展、伦敦书展、博洛尼亚童书展等国际书展云参展平台向外方推介最新版权书目，一批精品图书通过云展会平台实现版权输出。二是借助国外重要社交平台 and 海外重要合作伙伴推送中华文化。将精品图书制作成百余种英文短视频，在国外重要社交平台发布；借助波兰、黎巴嫩、新加坡等海外重要合作伙伴的传播渠道、平台，开展海外专柜联展、外版新书线上发布等，进一步提升国际传播能力。三是开通线上专栏，开展线上传播。市场星报社先后与文化和旅游部 30 多家海外中国文化中心建立联系，通过官方微信公众号开通“云游安徽”专栏，精彩呈现安徽文化、旅游和社会发展等方面的亮点、成就。

（三）持续推进跨界融合。一是促进传统文化项目与网络科技融合，推动优秀文化产品触网融媒。与海外知名公司开展数字版权授权合作，通过对方网络平台向全球销售推广电子书；与黎巴嫩企业就“豚宝宝学前教育数字内容平台”阿拉伯语授权达成协议，首次将数字内容平台完整出口海外；为国家汉办（孔子学院）数字图书馆少儿馆提供内容，充分利用豚宝宝互动电子课程的碎片化数据，开发故事、歌

曲、卡通、游戏等，目前已提供 255 个项目视频。二是努力探索“文化+旅游”“文化+科技”等新的对外推广方式。在古巴、美国成功举办安徽文旅对外推广活动，以图片展、主题推介会等多种形式推介安徽特色文旅文创产品。

二、实践成效

（一）版权出口稳中有升。推动与欧美及“一带一路”沿线国家和地区的图书版权贸易，向非华语地区出口比重不断增加，全年版权出口 512 项，连续 13 年在全国地方出版集团版权输出排名中位居前列。

（二）精品项目备受认可。2020 年入选国家级文化走出去重点项目 48 项。其中，7 个项目入选中宣部对外出版项目，项目入选数量位居全国地方出版集团前列；3 种图书入选“丝路书香工程”重点翻译资助项目；2 种图书入选“中国图书对外推广计划”项目。一大批国家文化走出去重点项目图书实现在海外出版发行。

（三）文化贸易迎难而上。利用跨境电商平台开拓海外业务，在各平台投放文化产品上千种，开拓了泰国、越南、老挝等东南亚市场；通过参加服贸会、进口博览会、广交会等重要国际性贸易展的云展会，向客户提供“云选品”服务；与一批世界知名动漫公司建立战略合作，联合开展儿童及学生用品开发、生产及销售，IP 衍生品及设计服务出口大型项目“少儿动漫衍生品开发运营”持续推进。

（四）海外基地平稳运营。基地龙头企业在波兰设立公司，与外文出版社、中国少年儿童新闻出版总社、中国画报出版社合作，在波兰推出4种抗疫主题电子书，免费开放阅读；与黎巴嫩公司合作在当地超市营销推广中国优秀童书；承担埃塞俄比亚教育部以及多所大学教育云及智慧校园项目建设，通过自主研发教育云平台，实现与埃塞俄比亚36所大学间的互联互通，为优质文化内容在埃塞俄比亚大学的传播奠定基础。

（五）走出去屡获殊荣。2020年荣获国家及省级走出去荣誉称号85项。其中：时代出版传媒公司入选2019年度全国版权示范单位、5家企业荣获“2020中国图书海外馆藏影响力100强”、6家企业入选安徽省文化出口重点企业、4个案例入选“一带一路”出版合作优秀案例。

三、下一步工作思路

下一步，基地将顺应“十四五”对外文化贸易发展新趋势，以数字技术为驱动，深化与“一带一路”沿线国家和地区文化交流合作，推进文化贸易跨越式发展。继续以多元化文化平台、蜀山文化出口产业促进协会为资源集聚中心，推动徽派文化走出去，探索建立基地文化服务统计体系。同时，加强整体规划，推进产业集聚，打造品牌企业，发挥示范引领作用，统筹用好文化交流、文化传播、文化贸易三种方式，带动全市乃至全省文化服务贸易发展，努力提升中华文化国

际竞争力和影响力。

(安徽省合肥市蜀山区基地提供)

案例十：

建设文化贸易服务平台 优化基地公共服务水平

西安高新区获评首批国家文化出口基地以来，积极搭建文化出口服务平台，为基地内文化企业提供高质量、低成本的公共服务。

一、主要做法

（一）政企合作共建。西安高新区文化出口服务平台由西安高新区下属国有企业高新区宣传策划中心联合区内文化出口龙头企业共同出资建设运营。

（二）明确实施计划。平台以“统一服务、信息共享、机制创新”为目标，确立线上化、精品化、数字化、IP化“四化”战略，引导文化出口企业向规模化、标准化、规范化方向发展。重点在文化旅游、城市形象、文创IP、电子商务四大细分领域发力，着力培育一批发展速度快、创新能力强、经济效益好的本土文化企业，培养一批具有国际视野、陕西根基、创新特质的本土文化人才，推出一批具有国际影响力、全球竞争力的本土文化品牌。

（三）务实推动项目实施。项目主要通过“1个平台、2个基地、N（8）个中心”的1+2+N（8）模式全方位为文化出口企业提供服务。

1个平台：文化出口智能综合服务平台。通过设立法务

服务中心、财务服务中心、专利服务中心为企业提供专项出海服务，平台还可以针对不同企业的具体需求提供定制化专属服务。

2个基地：全球产业服务孵化基地+国际人才培养基地。发挥基地文化产业聚集优势及合作企业互联网出海专业优势，着力打造原创动漫、非遗品牌、网络文学、文旅项目等系列文化产业全球孵化基地；建设涵盖国际人才培训、国际人才招聘、人才生态链创业、海外实习机会等人才服务举措的国际人才培养基地。

N(8)个中心：即财务服务中心、法务服务中心、人才服务中心、营销服务中心、咨询服务中心、专利服务中心、成果展示中心、本地化服务中心。针对企业在文化出口中所遇到的问题，分类设置专业化服务中心，覆盖文化出口全过程，全方位帮助企业解决难题。

二、实践成效

基地文化出口服务平台于2020年12月17日正式投入运营。平台依托西安高新区资源优势 and 基地龙头企业核心能力，以数字化、信息化构建文化产业创新发展模式，带动文化产业从原创产出到成果的传播，帮助企业积极拓展国际市场。

(一) 孵化文化出口项目。目前已孵化游戏、动漫、电子商务等领域文化企业7家。平台针对文化企业在出口过程

中遇到的问题提供全方位专业化服务，涵盖财税、法务、招聘、知识产权、政策咨询、出海指导、营销服务等。组织培训讲座等活动，针对企业需求开展人才招聘、政策申请培训。定期组织行业分享，促进行业内企业交流与资源共享。

（二）助力文化企业发展。围绕“文化+城市形象”、“文化+IP”、“文化+电商”、“文化+科技”四大细分领域，培育一批发展速度快、创新能力强、经济效益好的本土文化企业。通过打造“文化+”产业集群，积极抢占全球文化市场，带动本土文化产业发展，全面提升文化软实力。借助平台开发企业资源优势，带动一批本地跨境电商、网游、文化创意企业发展。2021年上半年，平台服务企业营业收入超过2500万元，企业文化贸易业务能力有效提升。

三、下一步工作思路

下一步，西安高新区将聚焦企业需求，加快完善平台运营体制机制，不断优化平台服务功能，优化服务流程，为文化企业出口提供更加全面、有效的服务，打造统一服务、信息开放共享、服务机制创新的文化出口服务平台。**一是搭建平台线上服务体系。**持续完善平台官网，健全企业服务体系，与国内外主流社交媒体开展合作运营，利用视频号、公众号等途径搭建文化产品展示平台。**二是建立文化出口企业数据库。**收集基地文化出口企业产品和服务数据，结合企业需求及市场情况进行数据分析，为企业出口提供策略建议及行业

分析。三是开展文化出口项目孵化。培育更多文化出口项目，帮助企业孵化培育新产品，带动企业扩大出口。四是加强校企合作，建设国际人才培养基地。

（西安高新技术开发区基地提供）

案例十一：

坚持数字赋能、政策赋能、平台赋能，

激发文化贸易发展活力

上海市徐汇区国家文化出口基地发挥部门合力，建立由上海市商务、宣传等部门和徐汇区政府共同组成的“国家文化出口基地（徐汇）”建设领导小组，由徐汇区商务委、区委宣传部等部门安排专人组成办公室，统筹推进基地建设，科学制定发展规划，结合区域文化资源禀赋，聚焦动漫、影视、演艺、新闻出版传媒等重点领域，加快创新文化出口促进机制，不断提升国家文化出口基地发展能级。

一、主要做法

（一）数字赋能，激发文化贸易发展新动能。立足“AI+ART”联动发展战略，推动文化与科技融合发展。率先引进央视“5G+4K/8K+AI”实验室、与中央美术学院合作举办西岸科技与艺术创新实验室。打造以世界人工智能大会·西岸峰会为核心的人工智能产业集聚区，加快各类技术在文化体验活动中的推广运用。徐汇企业主体纷纷发力，以数字化研发和运营作为出海的主要手段，一批头部企业积极布局全球游戏、VR市场，打造全球化的游戏运营服务平台，着力在游戏研发、市场营销、数据分析等领域提升全球竞争力，探

索新时期数字技术和传统艺术融合发展之路。

（二）政策赋能，畅通艺术品交易全链条。依托西岸美术馆大道、西岸艺术品保税仓库、西岸艺博会等，集聚国际知名画廊、艺术原创人才和策展运营团队，通过放大政策效应，打通全球艺术品交易链条。依托国家文物局与上海市政府签署为期三年的社会文物管理综合改革试点合作协议，推动上海国际文物交易中心落户徐汇滨江，拓展西岸艺术品交易政策优势。与徐汇海关签订关区合作协议，探索通关便利化举措，切实为企业降低成本、简化流程、提高效率。在做好政策保障基础上，推动西岸艺术品保税仓库与新加坡自由港深度合作，提供专业的国际艺术品物流一站式综合服务，打造国内首个纳入自由港全球服务体系的艺术品保税综合服务平台，艺术品保税服务“西岸品牌”影响力持续扩大。定制补贴租赁、装修和特定人才政策，加大对艺术品产业支撑力度。目前，徐汇基地已初步形成串联艺术品创作、展示、交易、后台服务等各环节的产业链。

（三）平台赋能，助力中华文化走出去。徐汇基地主动服务国家战略，推动建设一批具有较强文化出口功能的平台和载体，为中华文化走出去搭桥铺路。基地龙头企业打造中华文化走出去北美综合运营平台，对接美国中文电视、亚马逊等一批电视和新媒体平台，举办“欢乐春节”和美中影视产业博览会等系列活动，通过全媒体播出以及线下文化交流

活动带动中华文化走出去。某出版集团与法兰克福书展组委会共同打造全新的书展品牌——“上海早晨（Shanghai Morning）”，为上海原创精品走出去搭建更具传播力和影响力的国际版权推介平台。某出版社与海外公司共同成立海上丝绸之路出版中心，以图书出版、版权贸易、国际书展等形式，打造“海上丝绸之路文库”和版权贸易信息服务平台，推动与新加坡等海上丝绸之路沿线国家在文化出版领域开展深度合作，拓展中华文化传播力与影响力。某新闻出版公司在澳大利亚、新西兰、波兰、保加利亚四国举行图书联合推广活动，覆盖近 100 家书店。

二、实践成效

在数字内容方面，2020 年，基地七家文化出口重点企业共完成出口额 1.36 亿美元，同比增长 85.7%。基地企业开发的多款游戏热销海外，某公司开发的游戏产品在全球 150 多个国家和地区发行，全球范围拥有近 10 亿注册用户。**在艺术品交易方面**，西岸艺术品保税仓库为包括苏富比、佳士得在内的 40 多家艺术机构和 30 多场大型展览提供专业服务，总货值逾 200 亿元人民币。**在文化走出去方面**，中华文化走出去北美综合运营平台的节目和活动覆盖北美超过 3.3 亿人口，有力提升中华文化影响力；《中国传奇：浦东开发史》（俄文版、爱沙尼亚文版、德文版）、《这就是中国》（泰文版）、《中国对外贸易的奇迹》（英文版）等主题类图书外译版权

出口海外，向国际社会全面展示中国改革开放以来取得的伟大成就。外文版“文化中国”丛书销售到 43 个国家和地区。

三、下一步工作思路

（一）加快发展数字内容新业态。积极推动大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术在演艺、影视、艺术品、图书出版等传统文化产业中的应用，培育文化贸易新的增长点。同时，大力发展以动漫游戏、创意设计为核心的数字内容产业，为文化贸易提质增效注入新活力。

（二）构建艺术品交易生态圈。聚焦艺术品交易月活动，做实上海国际艺术品交易中心、上海国际文物艺术品交易中心平台功能，优化上海西岸版权服务站“一站式”综合服务，构建集产业链、创新链、资金链、服务链于一体的艺术品交易生态圈。

（三）打造公共服务平台。加快构建一批公共服务平台，为基地文化贸易企业提供贸易促进、国别政策、翻译制作、知识产权信息、法律咨询等优质公共服务。

（上海市徐汇区基地提供）

案例十二：

创新彩灯行业人才培育模式

为解决当前彩灯行业面临的传统文化高端人才匮乏、系统化培养机制落后、传承后继乏人等问题，自贡国家文化出口基地深挖“彩灯”这一地方特色文化产业，整合资源禀赋，政校企多方合作，从学历教育、职称评定、工匠选拔、人才引进等方面创新人才培育模式，打造全国彩灯行业人才高地。

一、主要做法

（一）组建全国首个彩灯学院。以四川轻化工大学为载体，引入第三方企业，通过政校企共同出资、联合办学、公司化运营管理方式，于2019年成立彩灯学院，设有彩灯制作、彩灯设计、彩灯管理3个彩灯专业，开设“探秘匠心”等11门彩灯研学专业课程。建有“彩灯实训基地”“彩灯产业研究院”“自贡彩灯学院职业培训学校”和“四川彩灯文化大学生创新创业孵化园”，为彩灯产业发展提供高质量人才支撑。

（二）设立全国首个彩灯职称专业。结合行业需求，邀请彩灯工匠、技能大师、知名企业家等，探索制定彩灯美术设计师、彩灯美术师、彩灯造型师、彩灯美术装裱师“四师”标准。推动将彩灯职称专业纳入国家职称专业体系，打破行业人才晋级“天花板”。首次将彩灯美术、裱糊、造型制作3

个项目纳入国家专项职业能力考核。成立彩灯产业行业协会，编写《传统彩灯技术》《传统灯饰制作培训》等职业培训教材，制定彩灯职业能力专项考核规范，实现彩灯技能人才评价标准“零”突破。

（三）构建完整的专业人才引育体系。聚焦彩灯产业发展需求，以人才政策机制创新为突破，以专业化人才选拔培训为抓手，构建集“机制-选拔-培训-管理”于一体的专业人才引育体系。制定《“盐都特聘专家”选聘管理办法（试行）》《“盐都百千万英才计划”实施办法》，专项出台《关于促进彩灯产业加快发展的人才支持政策》，提升彩灯人才引进力度和培养能力；定期举办“盐都能工巧匠”技能大赛、彩灯制作工艺大赛，选树彩灯行业“工匠”，培育彩灯大师工作室；创办“彩灯裱糊制作培训班”“彩灯艺术高级研修班”等职业技能培训班，实现彩灯职业培训特色化、精准化、优质化；创建彩灯行业人才库，搭建行业人力资源服务平台，实现人才资源标准化管理。

二、实践成效

（一）专业学历教育体系化。依托自贡职业技术学校等重点中职学校，成功创办省级特色专业—民间传统工艺（彩灯设计制作方向）；创建自贡职业技术学院，初期开设彩灯设计与制作等7个专业，开展专科层次学历教育；支持四川轻化工大学彩灯学院发展，开展彩灯设计制作本科学历教

育，搭建了“中职—专科—本科”彩灯人才培养梯度体系，培养初中高级各层次专业人才。

（二）教学实训平台多元化。自贡市多部门牵头，四川轻化工大学彩灯学院、自贡职业技术学校等院校承办，10多家彩灯龙头企业积极参与，设立25个彩灯专业实践教育基地、就业实训基地，构建起“政府—学校—组织—企业”四位一体的彩灯行业人才教学实训多元化平台。基地年均完成彩灯行业培训3900余人次，满足了创意设计、材料研发、生产制造、营销管理等彩灯全产业链人才需求。

（三）技术技能人才培养规范化。彩灯专业技术职称惠及彩灯行业常年从业人员4.5万余人，目前已评选2名中级专业技术人员。成功创建“彩灯工匠”国家级劳务品牌，累计638名“彩灯工匠”获国家专项职业能力证书，18名彩灯制作选手获“盐都能工巧匠技能明星”等称号，11名选手在“四川工匠杯”企业技能大赛中获奖。2020年推荐四川省第十三批学术和技术带头人及后备人选文化系列1名、享受国务院特殊津贴人员文化系列2名，评选盐都学术和技术带头人文化系列3人。

三、下一步工作思路

（一）加快建设，提升院校人才培养能力。支持自贡职业技术学校扩大民间传统工艺（彩灯设计制作方向）、计算机平面设计等彩灯相关专业和市级其他中职学校彩灯相关

专业办学规模，实现自贡职业技术学院 2021 年秋季招生，支持四川轻化工大学彩灯学院发展壮大，提高彩灯专业培养能力和教学水平，稳步推进彩灯设计制作本科学历教育，进一步完善贯通“中职—专科—本科”的初中高级彩灯人才培养体系。

（二）加强培训，提升从业人员专业水平。文旅、商务、经信、人社、就业、农业农村等市级多部门建立长效协作机制，共同发力支持高等院校、研学机构、龙头企业开展彩灯制作、彩灯扶贫、彩灯出口等彩灯行业相关培训，持续办好彩灯专业技能大赛，不断提升彩灯行业从业人员专业水平，为彩灯文化产业发展和走出去提供有力的人才支撑。

（三）加大宣传，提升行业人才队伍形象。鼓励支持彩灯行业人才积极参与职称评审、专项能力考核。积极申报国家和省级人才计划，推荐彩灯优秀人才作为“两代表一委员”。实施“彩灯工匠”走出去战略，以全球灯展活动和项目建设为载体，加大“彩灯工匠”宣传力度，树立“彩灯工匠”品牌良好形象，打响“彩灯工匠”劳务品牌，不断壮大“彩灯工匠”人才队伍。

（四川省自贡市基地提供）

案例十三：

以展促产，推动扩大文化出口

中国（福建）自贸试验区厦门片区国家文化出口基地，以厦门市打造国际会展名城为契机，发挥会展业汇聚人流、物流、信息流和资金流的作用，利用会展活动、艺术节、赛事活动等平台促进文化贸易发展，助推优秀文化走出去。

一、主要做法

（一）引导企业走出去。厦门市先后出台《中国（福建）自由贸易试验区厦门片区国家文化出口基地建设的若干政策》《厦门市关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》《厦门市人民政府关于加快推进软件和信息技术服务业发展的意见》等政策文件，对文化企业在境内外参展、办展及拓展海外市场等给予支持。

（二）牵头举办展会活动。在中央宣传部支持指导下，厦门自贸片区联合中国书刊发行业协会等单位在泰国、菲律宾、缅甸等东南亚六国，连续举办四届东南亚中国图书巡回展；以两岸轮流举办方式，连续举办十六届海峡两岸图书交易会。发挥厦门在软件、动漫、游戏领域优势，连续举办十三届厦门国际动漫节。

（三）组织文化企业参展。厦门基地会同厦门市委宣传部，组织一批影视文化企业参加第23届香港国际影视展；

会同厦门市商务局组织基地企业参加中国国际服务贸易交易会；组织一批企业参加第十二、十三届海峡两岸（厦门）文化产业博览交易会，拓宽文化企业出海通道。

二、实践成效

（一）打通文化企业出海通道。组织东南亚中国图书巡回展，境内外 400 多家出版单位参展，达成图书版权输出意向 2142 项，实现中国教辅书籍首次出口泰国。通过参加展会活动，《共生缘——峇峇娘惹情》成功签约海外主流媒体并实现海外播出；《美丽南洋》通过中视国际长城精品频道向美洲国家和地区播出。

（二）带动数字文化领域发展。2020 年，以游戏、动漫为主的文化服务出口金额达 6.95 亿元，同比增长 42.74%。厦门国际动漫节吸引来自日本、韩国、泰国、新加坡等 54 个国家和地区的 500 多家企业参加，3116 部（境外 496 部）作品参展，达成国际版权合作意向 120 多项。现有动漫游戏上市企业 23 家，4 家企业入选中国互联网企业 100 强。

（三）培育文化出口重点品牌。2019-2020 国家文化出口重点企业和项目名单中，13 家企业入选，较上届增加 6 家；海峡两岸图书交易会、《叫我万岁爷》游戏全球推广等 2 个项目入选国家文化出口重点项目。在基地政策带动下，2020 年实现文化产品和服务进出口总额 109.03 亿元，同比增长 20.04%。

（四）搭建对台交流合作平台。克服疫情影响，通过线上线下相结合方式，坚持举办第十六届海峡两岸图书交易会，共吸引两岸 400 家出版社、10 万册图书参展，一批涉及 IP 版权授权、港台文献资源等领域的出版合作项目成功签约，协议金额达 1.5 亿元。打造“国家文化出口基地对台图书集散分拨中心”，对台出版物出口占全国比例超过 70%，继续稳居全国首位。

三、下一步工作思路

（一）拓宽文化出口渠道。依托厦门自贸片区制度创新、投资贸易便利化及对外开放交流合作平台优势，创新文化贸易监管服务模式，鼓励和支持文化企业通过“9610”“1210”“9710”“9810”等跨境电商新模式扩大文化产品出口规模。结合东南亚中国图书巡回展，策划“陆上丝绸之路”沿线国家图书巡展；支持元琮文化赴法国举办敦煌艺术节；继续支持举办艺术厦门博览会、海峡两岸文博会、海峡两岸图书交易会、厦门国际动漫节等文化展会；组织企业参加中国国际服务贸易交易会、中国进出口商品交易会等活动，拓宽文化服务出口渠道。

（二）优化文化贸易结构。修订完善文化出口基地扶持政策，加大文化服务出海扶持力度。联合国家数字服务出口基地、中国（厦门）智能视听产业基地，在动画创意制作、网络游戏开发、视听新媒体等领域培育一批重点文化出口企

业和项目。以打造省级“国际服务贸易合作示范区”为契机，推动影视后期制作、宣传发行、创意设计、版权交易等文化服务企业集聚，通过引进知识产权保护、法律服务、语言服务等专业服务机构，优化文化走出去服务体系。

（三）深化两岸文化合作。以“金鸡电影节”长期落户厦门为契机，积极吸引中国台湾优秀艺人、团队来厦发展，构建两岸文化产业交流合作枢纽。支持对台图书进出口集散分拨中心建设，进一步提升厦门口岸对台图书进出口交易规模，促进两岸文化贸易、交流和传播。依托两岸青年创业基地、海丝艺术品中心、特区 1980 等载体空间，集聚台湾地区文创青年和项目。通过举办犀牛奖设计大赛、国际设计周、两岸工艺美术奖项及精品巡展、当代好设计等节展活动，支持台湾地区企业来厦发展。

（中国（福建）自贸试验区厦门片区提供）