
借助上海自贸区平台拓展上海文化出口贸易的新途径

21 世纪是知识经济发展时代，世界各国普遍重视国际文化交流与合作，文化力量在经济全球化进程中发挥的影响日益增大，文化产业和文化贸易亦成为世界各国竞相争夺的战略性领域。为落实十八大提出的“文化强国”建设战略，国务院于 2014 年出台了《关于加快发展对外文化贸易的意见》，正式将加快文化出口贸易发展提上议程。受益于上海自贸区建设带来的政策红利，上海文化出口贸易发展势头强劲，市场前景极为广阔，但目前仍存在不足和挑战。在此背景下，探讨如何利用上海自贸区先行先试的政策优势以提升上海文化出口贸易国际竞争力，具有重要的现实指导意义。

一、上海自贸区的设立给上海文化出口贸易带来的新机遇

上海自贸区是我国深化新一轮改革开放的首块试验田，因此享有先行先试的政策优势。扩大文化服务开放就是上海自贸区践行更加开放战略的重要尝试之一。2013 年 9 月 29 日上海自贸区的揭牌成立，不仅给文化服务扩大开放注入了新的活力，也为上海文化出口贸易带来了新的发展机遇。

第一，自贸区加大文化服务领域开放，为上海文化出口贸易发展提供新的空间。文化服务因其特殊性，在世界各国的开放进程中都较为保守，我国亦是如此。因此，当上海自贸区在建设总体方案中宣布扩大开放文化服务领域后，“文化开放”就颇受外界瞩目并成为自贸区开放格局中的一大亮点。配合自贸区扩大文化开放要求，上海市政府颁布了《中国(上海)自由贸易试验区文化市场开放项目实施细则》，进一步放开外资在自贸区内从事文化产品和服务经营管理的各种限制。对于文化企业来讲，自贸区意味着交易成本的大大降低，文化交易的机会和交易中的服务机会将大大增加。毋庸置疑，自贸区的文化开放政策为文化产业发展注入了新的活力，也为上海文化出口贸易的提升搭建了崭新的平台。

第二，自贸区设立的国家对外文化贸易基地，为上海文化出口市场开拓提供新平台。设立在自贸区核心区域的国家对外文化贸易基地，是上海独一无二的文化贸易平台，近年来在文化产品保税服务、文化贸易信息咨询服务、文化产品展示推介服务以及文化企业“走出去”等方面发挥了重要作用，大大促进了上海文化出口贸易发展。国家对外文化贸易基地旨在促进文化走出去、扩大和鼓励中外文化贸易发展，而自贸区的核心宗旨是“开放”，为境外文化产品提供进入便利。因此，可以利用自贸区放宽对外资进入限制，把走出去和引进来相结合，在引进过程中加强与外国文化企业的合作，在合作中提高自己，以增强上海文化产品在国际市场上的竞争力和影响力。比如，基地可利用自贸区聚集的国内外知名文化交流机构，组织本地文化企业参加各类国际文化展会、文化贸易洽谈会和文化贸易论坛等文化交流活动，借机进行文化产品和服务的展示、推介，拓展文化出口市场范围。

第三，自贸区探索金融与文化贸易融合发展，为上海文化企业出口融资提供新途径。文化金融服务是文化产业赖以发展的经济基础，可利用自贸区的政策优势，大力发展文化金融服务，为上海文化企业开展对外文化贸易提供融资便利。配合自贸区推进文化金融服务融合发展，上海市政府出台了《关于深入推进文化与金融合作的实施意见》，推出 16 条政策，推动银行、保险、证券、担保、中介组织等相关金融机构与上海文广、上海报业、世纪出版等文化骨干企业加强合作，建立文化金融合作机制。同时，也加大了对民营文化创意企业的扶持力度，以政府资金为主，广泛吸纳社会资金，设立上海文化贸易出口专项基金，用于对文化创意、新闻出版、广播影视等重点行业及其产品和项目的补贴和扶持。完善的财政资金配套支持，必将提高上海文化企业开拓海外市场的积极性，从而加快上海文化出口贸易发展。

第四，自贸区创新文化服务管理体制，为上海文化产品出境通关提供了新通道。为提高文化管理能力，更好服务文化企业，自贸区在加快文化服务领域政府职能转变和优化行政管理方面做了重要改革。一方面是加快文化产品审批速度，根据上海自贸区“一线放开，二线管住”的原则，在自贸区特设上海文广局的文化审批专用窗口，专门受理自贸区内的文化内容审批，进一步缩短文化产品内容审批周期，大大提高了自贸区内文化产品出口审批效率。另一方面提升海关监管便利化程度，不断优化文

化产品及相关设备的通关流程，积极拓展保税仓储和保税展示功能，加大社会化预归类推介力度，在进出境环节分别设立文化贸易企业专窗，采取专人专办、预约通关等新措施，有效提高了文化产品出口的便利化水平。

总之，应把握自由贸易试验区扩大文化服务开放的大好契机，积极拓展国际文化市场，加快发展文化出口贸易，提升上海文化产品和服务的国际影响力。

二、上海文化出口贸易面临的主要问题

(一) 总体规模有待提高

根据表 1，2009 年以来，上海市文化产品和服务出口总量基本保持稳定增长，且连续几年实现顺差，但整体规模不大，在上海对外贸易出口总额中所占比例逐年降低，2013 年文化产品和服务仅占总出口额的 3.62%，说明上海对外文化贸易发展还不成气候，总体实力还不强。再看增长速度，文化贸易出口环比增长速度弱于预期，仅 2012 年增长率为正值，2013 年环比增长数值骤降为负值，主要是受世界经济缓慢恢复和货物贸易增长疲软影响引起出口总量下降所致，2014 年环比增长开始恢复但仍乏力。

表 1 2009—2014 年上海文化贸易出口规模及增长情况 (单位：亿美元)

年份	货物和服务出口总额	文化产品和服务出口总额	文化产品和服务净出口额	文化出口占总出口比重	文化出口环比增长
2009	1718.34	89.14	45.5	5.19%	
2010	2214.20	96.98	44.1	4.38%	-15.61%
2011	2571.09	100.3	34.5	3.90%	-10.96%
2012	2583.37	103.60	38.4	4.01%	2.82%
2013	2637.84	95.40	31.2	3.62%	-9.73%
2014	2764.28	98.06	33.5	3.55%	-1.93%

数据来源：根据 2009—2014 年《上海统计年鉴》和《2014 文化产业发展报告》有关数据计算得到。

(二) 产品特色不明显

上海文化进出口主要涉及文化服务类的“软件产品”和文化设备类的“硬件产品”两大类。近年来，虽然文化服务类的“软件产品”进出口总量有所上升，新闻出版、广播影视、文化艺术、创意设计等核心文化产品项目均有了较大增长，但在文化进出口总额中的比例仅占三成，而文化设备等“硬件产品”的份额比重则高达 70%。“硬件产品”贸易处于产业分工链的低端，产品附加值往往不高，而附加值高的“软件产品”出口比例却不高。上海文化产品出口呈现明显的“硬强软弱”特点。究其根源，主要是产品缺乏特色，原创性差导致内容缺乏竞争力，因此无法很好适应市场需求。虽然上海目前拥有一批知名文化品牌，但

主要集中在解放、文新、文广、世纪四大传媒集团，品牌影响力尚不能与美国好莱坞大片、韩国电视剧、日本动漫、法国时尚等国际强势文化品牌齐名。对外文化贸易并非简单的经济输出，想要在国际上站得住，就要递交一张属于本土文化产品的名片，打造富有上海特色和魅力的优质文化产品，这是上海文化产品成功走向世界的一门必修课。

(三)文化出口市场不广阔

文化越趋同，文化交流就越多，文化贸易的可能性就越大。由于语言、传统文化以及生活习惯的接近性，目前上海文化出口市场主要集中在港澳台地区、日本、韩国、新加坡、澳大利亚等华人集中的亚太地区，占到文化贸易总额的一半以上。比如上海的游族网络，近年来将自主研发的《三十六计》、《十年一剑》、《大侠传》等富有中国特色的文化产品成功推向海外市场，但受众仍集中在东南亚地区，因为这里有大量华人居住，对中国文化有亲切感，因而更容易接受。而欧美等西方主流社会对我国文化产品的接受度较差。究其原因，首先是语言障碍，语系差异大和缺乏好的翻译工作者导致产品出口的魅力大减；再就是中西方价值观和生活方式差异，比如国内拍摄的《媳妇的美好时代》到非洲比较受欢迎，非洲也有婆媳关系的问题，但在西方主流社会家庭结构不一样，就得不到呼应。文化出口市场过于集中的态势，说明上海文化产品在全球市场的接受度还不高，文化产品的受众面太窄，市场竞争力还比较薄弱。

(四)贸易主体竞争力不强

随着文化服务开放和文化产业化程度的加快，上海文化贸易企业主体逐步呈现多元化发展特点。在 2013-2014 年度全国 118 家文化出口重点企业目录中，上海占到了 35 家，包括民营企业 23 家、国营企业 10 家、外资企业 2 家，民营企业比例为 65.71%，占到了大半壁江山。新形势下，国有文化资本在图书、广播、演艺等部分传统文化领域的原有优势不再明显，同时在文化创意和设计等新兴领域又缺乏引领能力，而民营文化企业在新兴领域比较活跃，因此民营文化企业逐步取代国营企业成为上海文化贸易的主体。虽然民营文化企业新兴文化领域走在前面，但在企业规模、行业影响、技术水准、品牌塑造等方面尚不具备显著优势，目前还缺乏有核心竞争力的大型跨国企业。以网络视听企业为例，中国网络视频行业的领军品牌——上海土豆网，2008 年金融危机的爆发使得资本市场融资异常困难，无奈于 2012 年 3 月“下嫁”优酷网。相比之下，全球最大的视频分享网站 YouTube 在 2012 年毛收入已突破 20 亿美元。可见，上海文化企业竞争力还比较薄弱。

三、借助自贸区平台拓展上海文化出口贸易的新途径

(一)利用自贸区聚集的技术、资本等优质资源，打造富有出口竞争力的文化产品

当前，我国文化产品在开发过程中普遍存在创意层次浅、科技含量低、低水平重复投资、抄袭效仿成风、迎合低级趣味、扭曲历史文化等问题。很明显，这跟企业缺乏自主创新有关。现阶段，我国文化产业正处于从追求数量、速度向注重质量、效益的转型升级关键时期，应利用自贸区产业集聚的技术、资本等优质资源，提升文化企业的自主创新能力，打造富有上海特色的优质文化产品。首先要加强文化创意，突出内容竞争力。可利用聚集自贸区的国内外知名文化企业在创意、技术、经验方面的优势，推动上海文化企业与国际创意、国际经验接轨，逐步提高其创意能力和创新水平。二是积极运用现代科技手段进行自主创新。借助互联网新技术和现代新媒体等高科技手段，开发具有高科技含量和高附加值的文化产品和服务，通过文化与科技的融合，给消费者带来全新的文化体验和美妙艺术享受，引领大众健康文化消费潮流。三是充分利用优势、特色文化资源精心打造文化特色项目。作为中外文化交流的国际大舞台，上海既有丰富的文化资源，又有发展文化贸易的比较优势，例如地域文化特色、历史文化特色、民俗风情特色等。应充分挖掘本土文化资源，在突出民族特色的同时，注意与现代化、国际化思想和创意进行有机融合，以满足国际市场的多样化需求。

(二)利用自贸区国家对外文化贸易基地的平台功能优势，拓宽文化出口国际渠道

设立在自贸区核心区域的国家对外文化贸易基地，是为促进和扩大中外文化贸易发展而搭建的文化贸易公共服务平台。目前基地功能已大大提升，可为文化企业提供国际展销、国际采购、国际结算、进出口代理、保税服务、金融投资、商贸咨询、政策研究、人才培养等全方位的服务，因而聚集了华谊兄弟、盛大国际、中图上海浦东、亚洲联创、佳士得拍卖、东方明珠文化发展、时代出版等在内的 223 家中外知名文化企业，平台功能优势日益凸显。因此，应充分利用国家对外文化贸易基地的平台优势和政策支持，开拓国际文化贸易新空间。(1)加强国际文化贸易信息、咨询服务。利用基地平台优势，整合文化贸易有关信息与资源，借助中国文化贸易促进网等网络平台，突破地域限制，提供文化贸易业务咨询和信息资讯服务，为国内文化企业了解和快速进入国际市场提供高效便利信息服务。(2)加强国际文化贸易的展示与推介服务。利用公共服务平台的品牌和公信力赢得海外文化贸易展会的关注和重视，组织本地文化企业参与国际著名文化贸易展会活动，开展广泛深入的合作，帮助企业提升影响力和知名度，打通海外文化贸易渠道。(3)开展文化产品跨境电子商务。利用自贸区为基地文化企业开展跨境电子商务提供的各项便利措施，搭建联通国内外的文化产品与服务消费电子商务平台，拓宽文化产品的国外需求市场。

(三)利用自贸区对文化企业的扶持政策，培育文化企业出口竞争力

文化产品从开发、包装、推广、营销再到出口至国际市场，整个过程需要大量资金投入作为支撑。目前上海文化贸易领域民营文化企业表现活跃，但往往缺乏开拓市场的资金实力。应充分利用自贸区的政策扶持，加大对民营文化出口企业的扶持力度，增强其出口竞争力：(1)设立文化出口贸易“专项扶持基金”。对于文化企业参加国际文化会展、开拓海外市场等活动给予补贴，对于企业引进重大文化项目的消化吸收再创新活动提供研发资助，对于文化出口业绩突出的单位和企业应给予奖励。同时注意建立文化出口专项资金监管体系，保证扶持资金真正有效地用于文化出口事项。(2)增加用于扶持文化出口贸易的政策性专项投入。将文化产品和服务出口纳入国家政策性银行业务范围，对有广阔发展前景的文化企业给予贷款贴息、保费补贴、税收优惠，以培植企业开拓国际市场的竞争力。(3)依托自贸区的上海文化产权交易所，探索开展以版权资产为核心的知识产权质押融资，引导和鼓励社会资本投入文化贸易领域知识产权交易活动，形成各种经济成分共同参与文化贸易发展的格局，从而拓宽文化出口企业的扶持资金来源。

(四)利用自贸区在教育培训领域的开放政策，加大复合型文化贸易人才培养

对外文化贸易涉及到海外的跨国经营管理，要求从业人员除了具有一定的专业技术水平和创新意识外，还必须兼具国际视野与多方面协调能力。上海地区目前从事文化贸易的工作人员主要是文化企事业单位员工，多数是文学艺术等文科专业出身，虽具有扎实的专业知识和较强的创新意识，但普遍缺乏经营管理知识与经验，再加上极少接触到国际文化贸易洽谈和文化商品展销，往往无法准确把握国际市场需求，制定的海外营销策略缺乏针对性，导致文化出口错失良机。可利用自贸区在人才中介、教育培训领域的开放政策，针对文化企业的具体需求，通过高校培养、异地交流和国际引进等多种形式，实现多渠道的文化贸易人才培养和供给。第一，扶持本地财经类高校开设文化贸易相关专业，加强与文化企事业单位合作共建培养基地，加快文化贸易人才的定向培养和输送。第二，挑选一批有发展潜力的文化企事业单位从业人员，利用入驻自贸区的国内外人才中介培训机构，把他们培养成具有国际视野的文化贸易人才。第三，利用自贸区对人才中介的开放政策，通过跨国猎头服务引进和吸纳海内外的文化行业优秀人才落户上海，建设上海对外文化贸易的人才高地。

(五)利用自贸区推动文化管理服务的创新实践，完善文化出口贸易配套措施

为加快上海文化出口贸易发展，上海市出台了《关于加快发展本市对外文化贸易的实施意见》，提出应在财税、金融、贸易便利、行政审批、统计体系、知识产权保护及组织领导等方面，为企业开展文化出口贸易提供一揽子配套支持服务。第一，加大财税金融支持。要确保“营改增”后文化企业享受文化产品和服务出口退税政策，以降低其出口成本，同时细化金融支持对外文化贸易发展措施，探索适应文化贸易的金融信贷产品、推动相关文化贸易企业直接融资和完善文化贸易融资担保服务体系等。第二，进一步提升贸易便利化水平。设立文化贸易企业专窗，提供专人专办、预约通关等措施，不断优化文化产品出境流程，全面提升文化产品通关速度和监管力度。第三，继续优化行政管理。完善文化市场监管体系，建立文化企业诚信管理体

系，改进文化贸易统计体系，健全文化贸易知识产权保护，以及及时掌握文化贸易和服务的开放状态。最后注意做好文化出口贸易的协调领导工作，加强宣传、科技、财政、税务、工商、海关、外汇、统计等部门之间的协调配合，建立跨部门工作协调机制，合力支持上海文化产品和服务出口贸易发展。

在当前国家大力推进“文化强国”建设的历史机遇期，上海应把握自贸区扩大文化服务开放的发展契机，加快文化出口贸易发展，真正将上海的文化产品和文化服务推向世界，不断扩大上海这一国际文化大都市在全球的影响力，以加快驱动上海城市创新和经济转型。

参考文献：

[1] 蒯大申. 上海文化发展报告(2014) [M]. 社会科学文献出版社，2014.

[2] 张佑林. 上海文化贸易发展的成功经验与对策研究[J]. 国际服务贸易评论(总第7辑)，2013(5).

[3] 李怀亮，闫玉刚. 国际文化贸易教程[M]. 中国人民大学出版社，2007.