一带一路国际合作发展工作委员会

一带一路文化出海合作发展规划纲要

一、“一带一路”文化出海的重要意义

（一）坚持文化自信的初心

“一带一路”文化出海首先是坚持文化自信。文化自信的三个核心内容是对中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化的自信。中国政府推动文化**自信的重要意义在于**文化自信是一个民族、一个国家以及一个政党对自身文化价值的充分肯定和积极践行，并对其文化的生命力持有的坚定信心；文化自信的意义主要体现在其为民族复兴提供精神支撑、是国家发展的更基本更深沉更持久的力量、是建设文化强国和国际影响力提升的关键，并且是道路自信、理论自信、制度自信的深厚根基。文化出海作为提升国家文化软实力、促进文明交流互鉴和建设社会主义文化强国的重要战略举措，并通过一系列政策文件和具体措施予以系统推进，多项国家级政策文件明确将文化出海列为发展重点。

（二）坚持文化自信是国家与民族发展的根本性意义

文化自信是民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量，事关国运兴衰、文化安全和民族精神的独立性。它为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的精神动力和智力支撑。坚持文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信。为坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信奠定了深厚的民族文化根基。

（三）坚持文化自信对文化建设与国际影响的关键作用

坚定文化自信有利于激发全民族文化创新创造活力，推动社会主义文化繁荣兴盛，建设社会主义文化强国。它有助于传承中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，保持民族文化特色。提升国家文化软实力与国际影响力：文化自信是综合国力的重要组成部分。践行文化自信，努力展示中华文化独特魅力并将其创新成果传播出去，有助于提升国家文化软实力和中华文化国际影响力，打破西方话语垄断，促进文明交流互鉴。

（四）坚持文化自信对社会与个体层面的深远影响

凝聚社会共识与增强认同：坚定文化自信有助于培育和践行社会主义核心价值观，增强民族凝聚力和向心力。在经济全球化及信息爆炸的时代背景下，它能帮助民众抵御不良文化侵蚀，增强对中华文化的认同，从而巩固中华民族共同体意识。文化自信有利于塑造中华民族现代文明的主体精神，

实现精神上的独立自主。它能让中国人民精神面貌更加奋发昂扬，增强中华儿女的爱国情感、民族自尊心、自信心和自豪感。

二、“一带一路”文化出海的政策支持

（一）《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》 提出，要积极发展对外文化贸易，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”。

（二）2025年政府工作报告 中明确提出，要“推动互联网、文化领域有序开放”、“扩大国际人文交流合作”，为新时期中国文化“出海”指明了方向。

（三）国务院办公厅印发的《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》 进一步提出，“加快培育具有国际竞争力的文化出口重点企业，促进文化企业和产品、服务‘出海’”。

（四）商务部、中央宣传部、文化和旅游部等27部门联合印发的《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，围绕深化文化领域改革开放、激活创新发展新动能等方面，提出了28项具体任务举措，大力支持扩大优质文化产品和服务进出口，积极推动中华文化“走出去”。

（五）为落实这些政策，国家还建立了国家对外文化贸易基地（如北京、杭州、景德镇、广州、三亚、自贡等），为文化企业提供出海所需的政策支持、金融服务和市场对接等服

务。综上所述，文化出海已从市场行为上升为国家战略，是国家政策体系中的重要组成部分.

（六）相关鼓励与支持政策。国家鼓励文化企业参与国际交流合作，推动中华文化走向世界，支持数字文化产品如网络游戏、动漫、影视等出口，参与国际文化展会、论坛等活动。提供财政、税收等优惠政策，降低企业出海成本和风险，如对出口文化产品给予税收减免，对海外设立分支机构或投资的企业提供资金支持。实施文化出海奖补政策，奖补对象包括影视、音乐、出版、动漫、游戏等领域企业，奖补内容有出口补贴、贷款贴息、保费补贴等资金支持，还搭建出口交易平台，提供市场推广、品牌宣传等服务，支持海外仓建设、国际物流补贴、海外知识产权保护等。企业需具备相关资质和业绩，产品符合出口国文化审美和市场需求，按规提交申请材料并通过审核，奖补标准根据产品类型、出口数量等因素综合确定。推进国家对外文化贸易基地建设，各主体发挥优势、协同力量，在文化产品出海等方面提供精准有效支持和服务。网络文学出海方面，中宣部将其作为国家文化战略重要抓手，设立专项扶持政策，推动文化加科技融合战略，设立翻译专项基金，通过版权保护法规支持 IP 全球共创。文化出海作为提升国家文化软实力、促进文明交流互鉴和建设社会主义文化强国的重要战略举措，并通过一系列政策文件和具体措施予以系统推进，多项国家级政策文件明确将文化

出海列为发展重点。

三、“一带一路”文化出海的 10 个步骤

文化出海通常可借鉴企业出海的通用框架，其关键步骤包括：判断趋势与机会、组织为先、市场洞察、重构产品与服务、梳理和搭建渠道、做好营销塑造品牌、推进本地化、把控和降低风险、用好 ESG 护身符、嫁接资本。这“十步曲”并非严格的线性顺序，而是企业（包括文化企业）出海时需要系统考虑的十个方面。

（一）把握机会：分析全球市场动态与文化消费需求，识别出海时机与潜在赛道。

（二）组织为先：构建具备国际视野与跨文化运营能力的团队，为出海奠定组织基础。

（三）市场判断：深入调研目标市场的文化偏好、消费习惯及竞争环境，这是所有战略的起点。

（四）产品服务：根据海外市场的实际反馈，对文化产品（如影视、游戏、非遗产品等）的内容、形式或服务体系进行针对性调整与优化。

（五）合作渠道：建立直达用户的独立站（DTC），入驻主流平台，并布局高效的海外物流与分销网络。

（六）树立品牌：超越功能营销，通过内容（视频、博客、社媒）讲述文化故事，与文化 KOL 合作，建立品牌忠诚

度。

（七）地域合作：不仅是语言翻译，更包括产品设计、营销策略、运营模式乃至管理团队的深度本地化适应。

（八）风险防控：关注目标市场的法律法规、政策变化及文化敏感点，做好合规与风险预案。

（九）ESG 体系：将环境、社会及治理（ESG）理念融入出海实践，提升企业社会责任形象，降低运营阻力。

（十）融合资本：借助金融工具与资本力量，为文化出海项目的长期投入与规模扩张提供支持。文化出海项目文化出海项目当前以中医、中医药、国粹京剧、书法美术以及网文、网剧、网游“新三样”为核心，涵盖影视译制、非遗文创、数字设计等多元领域。