2023年中国文化出海行业洞察报告

作者：王浩
编辑：李雅楠

摘要：受益于政府对文化出海的支持和市场需求的推动，近年来我国文化出海行业呈现出一定的发展趋势。文化出海涵盖范围广泛，涉及多个领域，其中以游戏、影视、音乐、图书、动漫、文化旅游等为代表的细分领域发展较为成熟。本报告从文化出海概况、政策、市场规模、用户画像、内容洞察、商业模式、竞争格局、发展趋势等方面对文化出海进行分析，并对文化出海的发展前景进行展望。

1. 文化出海行业定义

文化出海是指文化产品和服务跨越国家和地区的传播和交流，通过跨国贸易、文化交流、数字传播等方式，将具有独特价值观、审美风格和文化内涵的产品和服务推向国际市场，以满足海外受众的需求，并实现经济、文化和社会的双赢。文化出海涵盖范围广泛，涉及多个领域，其中以游戏、影视、音乐、图书、动漫、文化旅游等为代表的细分领域发展较为成熟。

2. 文化出海行业分类

文化出海产品可根据内容和形式进行细分，主要包括游戏、影视、音乐、图书、动漫、文化旅游等。其中，游戏、影视、音乐、图书、动漫作为核心文化内容，以娱乐和艺术作品为主，满足海外受众的精神需求；文化旅游则以实体体验为主，通过实地参观、体验当地文化，满足海外受众的深度文化交流需求。

类型名称	类型说明
游戏类文化出海	游戏文化出海是指通过游戏形式输出，不断丰富中国传统文化元素，以期在中华文化传播新技术、新内容、新模式方面，实现文化产品出海的新内容与文化输出模式创新。
网络文学类文化出海	网络文学文化出海指将网络文学作品翻译成外国语言或改编为外国受众喜闻乐见的形式，并通过数字平台、社交媒体、线下活动等方式，将中国文化元素、价值观和故事内容传播到海外市场，以满足海外受众对多元文化内容的需求。
短视频及直播类文化出海	短视频及直播类文化出海指通过短视频、直播等平台，将中国文化内容、生活方式、旅游资源、美食、手工艺、音乐、舞蹈等内容以短视频和直播的形式进行传播，以满足海外受众对多元文化内容的需求。
其他类文化出海	其他类文化出海指除以上三类外的文化出海方式，包括但不限于文化出版、文化展览、文化教育、文化旅游、文化交流等。这些方式通过多样化的内容和形式，满足海外受众对多元文化内容的需求，并实现经济、文化和社会的双赢。

3. 文化出海行业特征

文化出海具有高度的政策依存性、市场文化产品的差异性和跨境传播的高效性四大特征。政策依存性，意味着国家层面的支持、指导和规范，对文化出海的方向、规模、内容、形式等方面产生深远影响。文化产品的差异性，则要求我们在满足海外受众需求的同时，保持中国文化的独特性和吸引力，以实现文化交流与经济发展的双赢。跨境传播的高效性，则要求我们利用数字技术、社交媒体、线下活动等多种渠道，将中国文化内容高效、广泛地传播到海外市场，以满足海外受众对多元文化内容的需求，并实现文化交流与经济发展的双赢。

文化出海特征	特征说明
政策依存性	文化出海的发展高度依存于国家层面的政策支持、指导和规范。这些政策可以为文化出海提供资金支持、税收优惠、知识产权保护、人才培养等方面的支持，以及设立文化出海专项基金、建设文化出海平台、开展文化交流活动等方式，为文化出海企业提供全方位的支持。政策的稳定性和连续性对于文化出海企业的长期规划和发展至关重要。政府通过制定文化出海的战略规划、发布指导性文件、设立专项资金等方式，为文化出海企业提供明确的政策方向和支持。这些政策的实施效果，直接影响文化出海企业的资金投入、人才培养、市场拓展等方面的决策。因此，企业需要密切关注政策的变化，并根据政策的变化调整自己的发展策略。
文化产品的差异性	文化产品的差异性是文化出海的核心竞争力。这要求我们在满足海外受众需求的同时，保持中国文化的独特性和吸引力，以实现文化交流与经济发展的双赢。文化产品的差异性主要体现在内容、形式、风格、价值观等方面。内容方面，要挖掘中国文化的深厚底蕴，将传统文化、现代文化、民间文化等内容进行创新性转化，使其成为具有国际吸引力的文化产品。形式方面，要采用现代传播技术和表现形式，以满足海外受众的审美需求。风格方面，要保持中国文化的独特风格，以区别于其他国家的文化产品。价值观方面，要传递中国文化的积极向上、和谐共生、开放包容等价值观，以满足海外受众对精神文化内容的需求。这些差异性共同构成了中国文化出海的核心竞争力，是实现文化交流与经济发展的关键。
跨境传播的高效性	跨境传播的高效性，要求我们利用数字技术、社交媒体、线下活动等多种渠道，将中国文化内容高效、广泛地传播到海外市场，以满足海外受众对多元文化内容的需求，并实现文化交流与经济发展的双赢。数字技术的应用，可以将文化内容以数字化的形式传播到全球各地，突破地域限制，实现内容的广泛传播。社交媒体的应用，可以通过社交媒体平台，与海外受众进行互动交流，增加文化内容的传播效果。线下活动的开展，可以通过线下活动，将中国文化内容以实体的形式展示给海外受众，增加文化内容的吸引力和体验感。这些传播方式的高效性，是文化出海成功的关键。

4. 文化出海政策概况

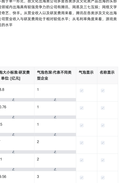
近年来，我国出台了一系列支持文化出海的政策，这些政策涵盖了资金支持、税收优惠、知识产权保护、人才培养、市场拓展、平台建设、国际合作等多个方面，为文化出海企业提供了全方位的支持。这些政策的实施，不仅为文化出海企业提供了资金、税收、知识产权、人才、市场、平台、国际合作等方面的支持，还通过政策的引导，为文化出海企业指明了发展方向，提升了文化出海的效率和质量，实现了经济、文化和社会的双赢。

政策名称	政策发布时间	政策发布部门	政策内容
关于公布2021-2030年国家文化出口重点企业名单的通知	2021年1月	国家文化出口重点企业名单评审委员会	为文化出口企业提供资金支持、税收优惠、知识产权保护、人才培养、市场拓展、平台建设、国际合作等方面的支持，以期在文化产品出口方面实现经济、文化和社会的双赢。
关于公布2022-2030年国家文化出口重点企业名单的通知	2022年1月	国家文化出口重点企业名单评审委员会	为文化出口企业提供资金支持、税收优惠、知识产权保护、人才培养、市场拓展、平台建设、国际合作等方面的支持，以期在文化产品出口方面实现经济、文化和社会的双赢。
关于公布2023-2031年国家文化出口重点企业名单的通知	2023年1月	国家文化出口重点企业名单评审委员会	为文化出口企业提供资金支持、税收优惠、知识产权保护、人才培养、市场拓展、平台建设、国际合作等方面的支持，以期在文化产品出口方面实现经济、文化和社会的双赢。

5. 文化出海行业规模

文化出海行业的产出，通过多元渠道，高效地实现经济、社会、文化、生态等多维度价值的全面提升。这一过程不仅仅是简单的商品交换或服务输出，更是一种深刻的文化交流与价值观的传播。文化出海行业的产出，不仅能够带来经济利益，还能够促进文化交流、提升国家软实力、增强国际影响力、实现可持续发展等多维度价值。这些价值相互交织、相互影响，共同构成了文化出海行业的核心竞争力。

时间	市场规模（亿元）
2016	1,000
2017	1,200
2018	1,500
2019	1,800
2020	2,000
2021	2,500
2022	3,000
2023	3,500



中国文化出海行业市场规模呈现出稳定增长的趋势，这主要归因于政府对文化出海的支持、市场需求的推动以及技术进步的共同作用。随着国家层面对文化出海的政策支持不断加大，以及市场需求的持续增长，文化出海行业的规模预计将继续保持稳定增长的态势。这一趋势不仅体现了文化出海行业的发展潜力，也反映了中国文化在国际市场上的影响力和竞争力的不断提升。

6. 文化出海行业画像

中国文化出海产品，涵盖游戏、影视、音乐、图书、动漫、文化旅游等多个领域，这些产品以独特的文化内涵和审美风格吸引海外受众，满足其对多元文化内容的需求，并实现经济、文化和社会的双赢。中国游戏出海企业通过将传统文化元素融入游戏设计，成功吸引海外玩家，实现经济收益的同时，也传播了中国文化。影视作品通过跨国发行和本地化运营，将中国故事和价值观传递给海外观众，以满足海外受众对精神文化内容的需求，并实现经济、文化和社会的双赢。音乐、图书、动漫、文化旅游等领域，也通过类似的方式，将中国文化元素融入产品设计，满足海外受众对多元文化内容的需求，并实现经济、文化和社会的双赢。

产品名称	产品简介
中国游戏出海	中国游戏出海企业通过将传统文化元素融入游戏设计，成功吸引海外玩家，实现经济收益的同时，也传播了中国文化。代表企业包括：米哈游、莉莉丝、三七互娱、完美世界、昆仑万维、掌趣科技、吉比特、盛趣游戏、网易、腾讯、哔哩哔哩、巨人网络、游族网络、世纪天成、恺英网络、中国电信、光线影业、华谊兄弟、万达电影、中国移动、中国联通、中国电信、中国移动、中国联通、中国电信、中国移动、中国联通、中国电信