



「故宫文创」背后有宁波的配套支持。记者 严瑾 摄

文化出海 宁波能打哪些“牌”？

发展文化国际贸易，是向世界讲好中国故事的重要途径。

去年，国产手游《原神》成为海外爆款，年度营收居全球手游第三，以一曲包含京剧元素的《神女劈观》“圈粉”无数，成为“新文化符号”出海的标杆。

那么，作为“中国外贸第六城”，宁波在文化出海方面能打哪些“牌”？

8月中旬，商务部服贸司公示了2023-2024年度国家文化出口重点企业和重点项目，8家宁波企业、1个宁波项目榜上有名。这为盘点宁波相关产业的“基本面”带来参考。

A 文化产品，宁波“智造”

文化国际贸易，包含文化产品、文化服务两个方面。前者为有形的商品，如IP联名的文具、舞台灯光及音响设备；后者则包含出版物、影视剧、动漫、游戏……以及各种设计服务、广告服务和版权许可。

2022年，中国对外文化贸易额超2200亿美元，同比增长约11%。其中，文化产品进出口额1803亿美元，文化服务进出口额414亿美元。“硬核”的产品出口，仍是目前中国文化出海的主要类目。

在文化产品出海方面，宁波涌现出一大批具有代表性的国家文化出口重点企业。它们依托宁波雄厚的制造业基础，借助“港通天下”的优势，

在海外市场“跑马圈地”。

余姚索普，是高端摄影灯光系统的“优化专家”；利帅影视，主营摄影和影视照明设备；美博，是深耕日用消费品出口的宁波外贸龙头企业；海伦钢琴，助力中国钢琴品牌走向全球；创源股份，主要出口时尚文具类商品，在北美拥有3个子分公司，去年净利润大增近6倍……

在“卖产品”的同时，宁波“智造”还在不断延伸价值链，为全球文化艺术领域输出视听解决方案。

音王集团，是杭州亚运会独家音视频解决方案供应商。在该公司音视频智能科技馆，参观者不仅能体验央视春晚同款音效，还能“打

卡”多功能全景声数字影院。这些“黑科技”融入“双循环”，为全球客户带来文化产品设计和调试等服务。同为杭州亚运会官方供应商，大丰实业不仅助力《伟大征程》文艺演出、央视春晚打造舞台系统，参建杭州国家版本馆等中国文化地标，还为全球100多个国家和地区打造3000多个经典项目，全面参与奥运、世界杯等顶级赛事，借5G、AR、VR等智能科技，引领文体旅产业提能升级。

目前，中国文化产品出口额已连续多年位居全球前列。宁波在这一领域诞生的“领头雁”，无疑是一手实力强劲的“王牌”。

B 文化服务，宁波如何补短板？

相对于产品的优势而言，宁波的文化服务出口，则是有待提升的短板。

从全国范围看，2023-2024年度国家文化重点出口项目共有115项，既包括《熊出没》系列、古装剧《沉香如屑》等文化作品的海外发行，又涵盖中国影视剧译制配音及频道制作服务、“版钉”数字文化版权保护平台等文化服务业项目。

然而，宁波仅有宁波卡酷动画制作有限公司推出的“少年阳明”IP影视动画及其衍生设计版权出口项目入围。

据悉，该项目以王阳明的少年故事为载体，主要分为动画电影《传奇少年王阳明》、动画电影IP形象及其Q版形象、“少年阳明”IP相关衍生设计三大块版权出口，旨在向全球传播

阳明文化，讲述中国故事。

在卡酷动画总经理沈丹冶看来，宁波丰富的历史文化资源，可通过数字动画的载体，增添新的厚度、高度和辨识度，“未来，我们将继续以历史名人为线索，挖掘王安石治鄞、曾巩‘知’明州等历史故事，打造独特的宁波文化‘金名片’。”

诚如宁波市甬城民营经济研究院院长朱友君所说，宁波文化出海业态丰富、后劲充足，但仍存在“跨界”深度有限、人才集聚度不够等痛点，在原创IP打造、文化内容制作方面，与影视文化资源云集的“北上广深”拉开不少差距。

“但宁波可以打好文化服务业的‘牌’，依托制造业和外贸优势，搭建中国知名文化IP对接供应链的桥

梁，并提供金融、知识产权、仓储物流等出海配套服务。故宫文创设计及供应链运营中心落户宁波，就是良好的尝试。”朱友君说。

朱友君认为，宁波本地从事文化产品及服务的企业，不妨把创新的步子迈得更大一些。比如，参考贝发集团，搭建助力中小文创企业出海的公共服务平台；参考Kinbor，联合盗墓笔记等头部IP开发产品，建立文化出海的长久生命力。

也有业内人士指出，乘着浙江自贸区宁波片区的东风，宁波可以考虑建立文化艺术品国际交易平台，服务高水平文化开放。同时，宁波本土时尚企业，如博洋集团，可以将运营“永宁巷1号”等城市更新项目的经验，向全球市场复制推广。 记者 严瑾



贝发出品的N9系列钢笔。
资料图片