# 中国工艺美术文化产业的发展与对外合作

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-10-13

*第二阶段为70年代末至90年代中后期。从“文革”后期经改革开放至 经济 体制改革，传统工艺美术行业取得了较快 发展 ，尤其是80年代初期，随着对外开放，工艺美术行业作为外贸体制改革的试点进行新的体制探索，例如，北京市组织北京工艺美术品公司和...*

第二阶段为70年代末至90年代中后期。从“文革”后期经改革开放至 经济 体制改革，传统工艺美术行业取得了较快 发展 ，尤其是80年代初期，随着对外开放，工艺美术行业作为外贸体制改革的试点进行新的体制探索，例如，北京市组织北京工艺美术品公司和北京特种工艺品出口公司实行联营，成立统一的董事会，统筹安排生产和外销。在改革开放政策推动下，工艺美术产业迸发出勃勃生机，出口量倍增，行业发展迅速，至1983年产值达53.4亿元，其中出口占据70％左右，成为生产的主要导向。

这个时期工艺美术产业的对外合作有一个重要的特点，就是对外合作的方式渠道和方式发生重大变化。在《国家“十一五”时期文化发展规划纲》关于“拓展对外文化交流和传播渠道、培育外向型骨干文化企业、实施“走出去”重大工程项目”规定指引下，我国各级政府部门在积极组织工艺美术企业参加国内外工艺美术品展览会、出口商品交易会、 旅游 产品博览会等活动，提高工艺美术产品在海内外的知名度和市场占有率的同时，大力倡导文化产业“走出去”，各地纷纷出台了支持工艺美术等文化产业对外交流与合作的相关政策，中央外贸发展基金、中小企业国际市场开拓专项资金等也支持符合条件的企业到海外参展、进行市场调研、组织培训人才，有力促进了新时期工艺美术产业的国际化。例如，广东、福建等地的工艺美术企业，开始在海外设立代表处或工厂，就地生产、销售产品，打开新的市场空间。又如，中国对外文化集团在过去的四年时间里，以不同运作方式在全球80多个国家、地区的200多座城市推出中国演出、 艺术 展览(含工艺美术品展览)1.5万余场次，海外主流社会现场观众总量超过3000万人次。这种以商业化运作，以演出、展览、文化旅游、出版、品牌产品制作营销以及文化产业战略投资、集成创新等方式，在做强做大新型市场竞争主体、增强自身文化出口能力的同时，与出版、影视鼎足而立，构成了中国文化“走出去”战略的重要组成部分。多种渠道和方式的对外合作，不仅进一步扩大了中国工艺美术产业的国际市场，提升了工艺美术产业的经济价值，更为重要的一点是，借助于 现代 工艺技术、信息技术、现代商业运营模式和企业多元化发展战略的实施，在更大范围提升了工艺美术产业的文化价值，中国工艺美术产业向世界传递着东方文化的理念，传播着中华民族博大精深的文化底蕴，有助于提升中国文化的国际影响，主动增进世界各国对中国的了解，减少针对中国崛起的阻力，为我国其他产业的国际化增添推动力。

三、中国工艺美术产业的发展前景

中国工艺美术产业早已不再是一个仅限于手工作坊的传统手工艺产业，在新的 历史 时期，工艺美术产业已经作为中国文化产业的一朵奇葩，绽放在姹紫嫣红的世界文化园林之中。展望未来，我国政府已经高度关注包括工艺美术在内的文化产业发展，势必对我国工艺美术产业的发展营造更加有利的空间。国务院于2024年7月22日讨论并原则通过《文化产业振兴规划》，确定文化产业是市场经济条件下繁荣发展社会主义文化的重要载体。振兴文化产业必须坚持把社会效益放在首位，努力实现社会效益与经济效益的统一；坚持以体制改革和科技进步为动力，增强文化产业发展活力，提升文化创新能力；坚持推动中华民族文化发展与吸收世界优秀文化相结合，走中国特色文化产业发展道路；坚持以结构调整为主线，加快推进重大工程项目，扩大产业规模，增强文化产业整体实力和竞争力。为确保各项任务落到实处，必须深化文化体制改革，激发全社会的文化创造活力。要降低准入门槛，积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域，参与国有文化企业股份制改造，形成公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。要加大政府投入和税收、金融等政策支持，大力培养文化产业人才，支持企业“走出去”，要完善 法律 体系，规范市场秩序，为规划实施和文化产业发展提供强有力的保障。

第一，中国工艺美术文化产业要重视分类命名，要协调统一。工艺美术品种类繁多，很多没有归类统计，特别是一些进口国没有工艺品的专门类别。所以中国工艺品大多数也列入了“其他”类别，也无法准确地统计出中国工艺品在进口国的占有数量。一个产品分类命名会涉及到原料、工艺与用途三个要素，需要国家统计局、海关、产业协会等会同制造商、经销商、消费者与时俱进共同探讨确定。

第二，中国工艺美术文化产品的原料多取自于天然，它的税基和税源并不大，如果同其他产业一样征17％就显得过重。

第三，政府应组织建立中国工艺美术文化产业基金，主要用于海外主要国家市场的文化推广，加强行业品牌建设和标准化建设，推动工艺美术行业市场化、国际化，建立不同的外文期刊杂志，利用展览、其他媒体来进行互动沟通宣传中国工艺美术文化产品，宣传华夏几千年的文明。

第四，在海外的孔子学院教学中，加人中工艺美术文化内容，既与中国的文明 哲学 思想相辅相成，又通过现场操作拉近距离有效沟通，不仅提高教学水平，还可有效推广工艺美术品的影响，获取市场信息。

因此，建设和快速发展具有影响的中国特色文化产业，建构中国文化产业战略力量不能脱离本国经济文化国情，在落实和实施《文化产业振兴规划》，变经济增长为经济发展的过程中，中国工艺美术文化产业只有将比较优势转化为竞争优势，抓住后金融危机时代形成的难得机遇期，进一步扩大对外合作，打造工艺美术产业“走出去”的“航母”；才能再次实现超越发展，成为提升大国竞争核心软实力的重要组成部分。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找