E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(8), 726-734
Published Online August 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1482575

Hans汉斯

吉林省文化贸易数字化发展现状及对策研究

吴德芬

浙江理工大学马克思主义学院，浙江 杭州

收稿日期：2025年6月27日；录用日期：2025年7月11日；发布日期：2025年8月8日

摘　要

在世界百年未有之大变局与中华民族伟大复兴战略全局交织激荡的时代背景下，党的十九届五中全会提出要以“双循环”新发展格局实现更高水平对外开放，推动贸易创新发展。商务部等27部门也明确提出，大力发展数字文化贸易，推进文化强国建设。当前，文化贸易与数字技术深度融合已成为行业发展的必然趋势。吉林省作为文化贸易出口相对薄弱的省份，加快推进文化贸易数字化高质量发展，是助力文化产品和服务“走出去”的重要路径。本文通过深入研究吉林省文化贸易数字化发展现状，剖析现存问题，旨在为推动该省文化贸易数字化高质量发展提供参考，并以点带面，为周边省市及贸易强省建设贡献思路。

关键词

吉林省，文化贸易，数字化发展，对策研究

Research on the Status Quo and Countermeasures of Digital Development of Cultural Trade in Jilin Province

Defen Wu

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 27th, 2025; accepted: Jul. 11th, 2025; published: Aug. 8th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the unprecedented global changes and the overall strategy of the great rejuvenation of the Chinese nation, the Fifth Plenary Session of the 19th Central Committee of the

文章引用: 吴德芬. 吉林省文化贸易数字化发展现状及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 726-734.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1482575

Communist Party of China proposed to achieve a higher level of opening up to the outside world and promote innovative trade development through the new development pattern of "dual circulation". The Ministry of Commerce, alongside 27 other departments, has explicitly advocated for vigorously advancing digital cultural trade and bolstering the construction of a culturally powerful nation. Currently, the seamless integration of cultural trade with digital technology has emerged as an inevitable trend in the industry's evolution. As a province relatively lagging behind in cultural trade exports, Jilin views accelerating the digital and high-quality development of cultural trade as a crucial avenue to facilitate the internationalization of its cultural products and services. This paper delves into the current state of digital development in cultural trade in Jilin Province, dissects the existing issues, and aims to offer insights for promoting the high-quality digital development of cultural trade in the province. Furthermore, it seeks to provide inspiration for neighboring provinces and regions striving to become trade hubs.

Keywords

Jilin Province, Cultural Trade, Digital Development, Countermeasure Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 引言

在世界格局深刻变革、加速演进的时代洪流中，发展对外文化贸易对提高国家文化软实力和增强文化国际传播效能的重要性已经不言而喻。伴随着文化强省战略的稳步推进和科学技术的飞速发展，文化产业已经成为目前吉林省最活跃的产业之一，其数字化的发展也在加速推进中。数字化正改变着传统的文化贸易模式，为文化产品的传播和销售带来了新的机遇和挑战[1]。本文立足于吉林省，探讨该省文化贸易数字化发展的现状和当下面临的问题，通过对其宏观及微观环境进行分析并提出政策建议，以期帮助吉林省的文化贸易数字化实现高质量发展，进一步促进经济、政治、文化等进步。

2. 文化贸易的相关理论

2.1. 文化贸易的内涵

文化贸易，是指世界各国(或地区)之间所进行的文化产品与文化服务的输入输出活动。这种文化交换活动不仅包括了音像制品、纸质出版物等产品的交易，也涵盖了文化版权、关税等深层次的经济与文化交流。值得注意的是，虽然目前国内外社会并没有对文化贸易这一含义做出确切定义，但文化贸易的目的是满足人们的精神需求，促进文化交流和理解，同时创造经济价值。

2.2. 文化贸易的特点

文化多样性。文化多样性是指不同个体、群体在展现其文化时所采用的多种方式的总和。在文化贸易中涵盖了各式各样的文化产品，它们或源于古老的传统，或融合了现代的创意，但无一不反映了各自国家和地区的独特文化特色和历史背景。文化多样性的存在，使得我们能够跨越地域和语言的界限，去了解和欣赏其他文化的魅力。通过文化贸易，不同文化之间的交流和融合得以加强，为各国之间的经济合作和人文交流搭建了桥梁。

文化互动性。文化贸易不仅包括产品交换，也包括服务交换，更是一种文化和价值观的交流和碰撞。

各国人民通过文化贸易来消费和享受不同国家地区的文化产品，从而更加深入了解各种文化之间的魅力和特色，增加了互动性。

文化渗透性。与一般商品相比，文化产品具有渗透性与穿透力，在流通和消费的过程中能带来极大的经济利益和社会效益，潜移默化地改变着人的发展和国家发展，拥有更高的附加值。

不平衡性。如同其他贸易领域，文化贸易也存在显著的发展不平衡现象。以美国为代表的西方发达国家，凭借成熟的产业体系与强大的传播能力，在文化产品与服务贸易中占据主导地位；而多数发展中国家受制于资源、技术和传播渠道等因素，在文化贸易中处于相对弱势，面临严峻的竞争环境。

2.3. 文化贸易的意义

在全球化的今天，文化贸易涉及影视、音乐、出版、艺术品和设计等多个领域，其意义也涵盖广泛，包括经济意义、政治意义以及文化意义。

2.3.1. 经济意义

文化贸易有力促进了创意产业的蓬勃发展，成为经济增长的重要推手。创意产业作为新兴且充满活力的经济力量，凭借其高附加值、强成长性与创新性，日益成为关键的经济发展引擎。文化贸易促进了各国创意产品和服务的广泛交流，为产业开辟了更广阔的发展空间。数据显示，2018 至 2022 年间，文化及相关产业增加值持续增长，占国内生产总值比重稳定在约 4.5% [2]。文化贸易的发展不仅提升了文化产品与服务的消费水平，进一步拉动内需，还创造了大量就业机会，丰富了劳动力市场的职业选择。产业扩张直接带动了相关行业人才需求激增，提供众多岗位，拓宽人才发展空间，助力提升劳动力整体素质。同时，文化贸易也推动着产业结构优化：一方面提升服务业比重并促其升级；另一方面，其创新驱动效应有利于培育新兴产业，引领未来发展。因此，发展文化产业、推动文化贸易，能够为一国或地区培育新的经济增长点，促进经济持续稳健发展。

2.3.2. 政治意义

文化贸易在国家交流中扮演着重要角色，有助于增进不同国家间的相互了解，促进合作。国与国之间通过对文化产品的输出和输入，相互学习、借鉴，推动文化多样性的繁荣。文化贸易也能够帮助各国之间加深理解和尊重，为政治合作创造条件，推动建立更加公正合理的国际秩序，实现文化与经济、政治的良性互动。文化贸易对于塑造和传播国家形象也具有重要意义。一国通过输出本国的优秀文化产品，提升本国的文化软实力及国际影响力，而且引进其他国家的文化产品也可以增加国民对于世界的了解，丰富国家形象。此外，高品质的文化产品还有助于提升国民的审美水平和文化素养。文化贸易在强化民族认同方面也具有重要作用。文化产品的传播传承和发展代表了本民族的优秀传统文化，激发人民的自豪感和归属感，增强了民族之间的包容性和凝聚力。

2.3.3. 文化意义

文化贸易在推动全球文化多样性的发展上发挥着至关重要的作用。通过文化产品的进口与出口，人们得以深入了解不同国家和地区的独特文化风貌、价值观念和生活习俗。这种跨文化的深入交流不仅有助于打破文化间的隔阂，更能增进各国人民之间的相互理解与尊重，从而推动世界文化的共同繁荣与进步。文化贸易同样有助于提升人们的文化认同感。通过接触和消费来自世界各地的文化产品，人们能够更加深刻地认识和理解其他国家和民族的文化魅力，进而更加珍视和坚定对自己文化的认同与自信。这种文化认同感的增强不仅有助于凝聚社会共识，还能为社会的和谐稳定提供有力支撑。文化贸易对于文化产业的发展也具有显著的推动作用，为国家和地区带来可观的经济效益。通过出口具有鲜明特色的文化产品和服务，文化产业能够开拓更广阔的市场空间，提升国际竞争力。同时进口其他国家和地区的文

化产品也能推动本土文化的创新发展。

3. 吉林省文化贸易数字化发展的现状环境分析

3.1. 宏观环境分析

3.1.1. 政策环境

近年来，一系列政策措施的出台，表明吉林省政府鼓励和支持文化贸易的数字化发展。例如《吉林省生态旅游发展规划(2022~2030 年)》《2023~2024 新雪季吉林省冰雪政策》这一系列文件，明确了文化贸易数字化发展的目标、任务和措施。不仅如此，吉林省政府还制定了一系列财政税收优惠政策，加大对文化贸易数字化企业的支持力度，这些政策措施的实施，为吉林省文化贸易数字化发展提供了有力的政策保障。同时，商务部、中央宣传部等多部委联合出台政策，通过认定国家文化出口重点企业和重点项目，简化行政审批、提高通关便利化，为吉林省文化贸易数字化发展创造了良好的国家政策环境。

3.1.2. 经济环境

吉林省经济实力不断增强，为文化贸易数字化发展提供了坚实的经济基础[3]。随着吉林省经济的快速发展，人民生活水平不断提高，对文化产品的需求也不断增加。同时，吉林省还拥有众多文化产业园区和基地，为文化贸易数字化发展提供了良好的产业聚集效应。然而，从文化旅游产业数据来看，吉林省旅游人数在 2019 至 2022 年总体呈下降趋势，国内游客数量占比极高，入境游客占比从 2017 年的 0.77% 下降到 2022 年的 0.06% [4]，反映出文化旅游产业在市场竞争中优势不明显。这可能是由于市场推广力度不足，相比旅游热点地区，在宣传投入上存在差距；同时，导游服务质量参差不齐、旅游设施不完善等服务质量问题，也降低了游客的满意度和忠诚度，影响了文化贸易相关产业的发展。

3.1.3. 科技环境

科技的进步为文化贸易数字化提供了强有力的支撑，互联网、云计算等新一代信息技术的应用，深刻改变了文化产品的传播和交易方式，使文化交流与贸易更加便捷高效[5]。吉林省在科技领域的发展同样成就显著。通过积极开展国际科技合作与交流，吉林成功引进国外先进技术和管理经验，显著提升了自身科技创新能力。同时，吉林的科技成果也在国际上获得认可与应用，既推动了经济增长，也为文化贸易数字化提供了技术支撑。特别是在 2024 年 2 月的吉林省科技成果发布会上，集中展示的 805 项最新成果，充分展现了吉林在文化贸易数字化方面的强大实力与创新能力。此外，数字技术的广泛应用、电子商务平台的崛起以及数字创意产业的蓬勃发展，通过精准的大数据分析洞察消费者需求，提升产品质量与创意水平，为吉林省文化贸易数字化开辟了广阔空间，加速了文化贸易的数字化转型，推动了文化产业与制造业的有机融合。

3.1.4. 社会环境

吉林省丰富的历史文化底蕴和民众对本土文化的热爱，为文化贸易数字化奠定了坚实基础。省内众多高校及文化机构为培养数字化人才提供了有力支撑，这些社会资源共同构成了吉林发展文化贸易数字化的重要优势。2023 年，吉林东北亚出版传媒集团与吉视传媒签署战略协议，响应国家文化数字化战略和“数字吉林”建设规划，重点围绕“多阅网数字管理平台”、“出版资源数字化管理平台”等关键领域深化合作。此举旨在探索出版与文化产业数字化新路径，构建高效服务对接机制，为吉林文化产业高质量发展注入持续动力。

吉林省拥有丰富的自然文化资源，如长影世纪城、吉林雾凇等，为数字化文化贸易提供了独特的内容基础。地域特色的文化资源，如红色文化、冰雪文化、汽车文化以及黑土地文化等，经挖掘打造，催生出一批具有鲜明吉林印记的文化品牌。同时，作为多民族聚居地区，吉林省承载着源远流长的非物质文

化遗产，拥有 55 项国家级代表项目，涵盖民间文化、传统音乐、传统戏剧以及曲艺等，像东北二人转、长白山森林号子等，这些饱含少数民族文化的遗产，具有独特的民族特色和艺术魅力，在国内外拥有知名度和影响力，为吉林省文化贸易提供了有力支持。

然而，与发达国家相比，我国文化整体发展优势和动力稍逊，在数字化文化贸易领域已取得优势的国家给吉林省带来竞争压力，如日本动漫、美国好莱坞大片对吉林省文化贸易造成冲击，甚至存在文化渗透风险。此外，作为东北三省的黑吉辽，地理位置、自然资源、气候温度等相似，文化贸易发展趋势趋同，在冰雪资源等方面文化主题、形式单一，吉林省难以脱颖而出。

3.2. 微观环境分析

3.2.1. 企业文化

企业文化，不仅是在长期发展过程中企业所形成的独特理念，更是全体员工心中共同遵守的准则，是独特的精神支柱。企业文化中的价值观、使命和理念对企业的经营行为和产品定位有着深远的影响。在文化贸易中，企业的价值观和使命决定了其产品或服务所传递的文化信息和价值观念。吉林省在发展过程中不断开展企业文化建设，积极推动各行各业的企业以高度的责任感和担当精神积极投身吉林省的经济建设、文化建设等，不断探索多元化的手段与服务模式，大力推动吉林省文化贸易与数字经济联合，实现快速发展。但部分企业仍存在创新意识薄弱的问题，尤其在数字文化内容创作上，创新能力尚需加强，这影响了文化贸易数字化的深入发展。

3.2.2. 企业创新能力

在当今激烈的商业竞争中，企业创新能力已成为稳固市场地位的核心基石，其重要性日益凸显。尤其在文化贸易数字化浪潮中，创新能力更发挥着举足轻重的作用，它使企业能够敏锐把握市场变化、适应需求；驱动新产品与服务的开发以满足个性化消费；优化内部管理、提升运营效率，有效应对数字化挑战。截至 2023 年，吉林省高新技术企业数量再创新高：存量达 3590 家，同比增长 15.36%；年内新认定 1486 户，增幅达 24.87% [6]。吉林省将持续优化环境，助力高新技术产业高质量发展，通过提升创新能力驱动生产效率与产品品质跃升，进而有力推动文化贸易数字化进程。但从整体文化产业来看，吉林省文化产业商业模式仍以传统线下销售为主，缺乏与数字平台的有效合作与整合，模式单一，文化产品竞争力不足，缺乏凸显吉林省文化魅力的杰出作品。即使依托本土资源开展过长春电影节等高层次文化活动，其渗透力、影响力和带动力仍有待加强。同时，部分企业市场意识不强，对数字文化贸易模式的市场需求和消费者行为变化缺乏敏锐洞察力，导致文化产品难以进入国际市场并站稳脚跟。从组织结构上看，吉林省缺乏具有较强竞争力的文化产业，优势项目欠缺，无法满足市场和消费者的更多需求，阻碍了经济发展。

4. 吉林省文化贸易数字化发展面临的问题

随着科技的进步和全球化的深入，文化贸易已经成为了各国经济发展的重要驱动力。吉林省作为文化大省，拥有丰富的文化资源和深厚的文化底蕴，然而在文化贸易数字化的过程中，也面临着法规不明，产权保护问题被忽视、创新不足，缺乏尖端人才、供需错配，竞争力不强等一系列的问题和挑战。

4.1. 法规不明，忽视产权保护

在文化贸易数字化推动文化产业发展的进程中，吉林省等内陆省份面临法规不明、产权保护薄弱等问题，导致市场竞争混乱、投资者信心受挫，进而制约资本流入和产业发展[7]。法规环境的不确定性也

抑制了企业和个人的创新活力，阻碍文化贸易数字化的创新进程。尤其在知识产权运用广泛的文化贸易领域，法律制度的健全与否影响深远[8]。当前，文化产品与服务加速向线上转移，其数字化呈现与传播虽降低了部分传统风险，却带来了更复杂、更难以监管的数字交易安全挑战。为此，吉林省市场监管局、知识产权局亟需建立健全动态监管机制，探索适应数字经济的制度规则，以保护用户利益与数据安全，保障文化产业健康有序发展。

4.2. 文化与科技结合能力不足

高端文化创意产品与高科技文化产品缺失，是我国文化产业在国际市场上存在的最主要问题[9]。同样，吉林省在此领域面临显著挑战，制约着文化的传播创新与科技的深化应用。主要问题包括：政府政策支持不足导致相关项目资金资源匮乏；文化机构与科技企业间缺乏有效协作机制，难以实现资源共享与优势互补；省内既懂文化又通科技的复合型人才稀缺，使融合过程难以精准把握节点、发挥双方优势；部分守旧观念将文化与科技割裂看待，阻碍了融合创新的探索。实际上，二者的恰当融合能极大促进文化保护、传播与发展，例如利用 VR 技术重现文化遗产，显著提升公众的文化认同与保护意识。为破局，亟需加强跨领域合作，吉林省政府与企业应协同发力：提升技术水平，在保障质量的前提下优化成本，积极拓展市场，推动更多优秀融合项目落地实施。

4.3. 创新不足，缺乏尖端人才

现阶段，虽然吉林省在国家政策的支持下，相继出台了一系列推动促进文化产业发展的措施，但是其文化贸易的发展仍缺乏健全性与安全性。一方面，吉林省的文化贸易主要集中在传统领域，对于新兴的文化产业，如数字媒体、影视制作等，相较于一些省份来说涉足较少。同时，吉林省的文化贸易缺乏国际视野和高端技能的领军人才，这使得吉林省的文化贸易在国际竞争中处于不利地位。另一方面，从长期发展和整体角度来看，文化产业在技术开发、经营管理、战略研究、市场营销等领域面临着人才短缺的严峻挑战，为应对这一困境，吉林省迫切需要加强对文化产业人才的培养，同时建立起一套更为完善的激励机制，以吸引和留住更多优秀人才，为文化产业的持续健康发展提供有力支撑。

4.4. 供需错配，缺乏竞争优势

近几年，吉林省的文化贸易在很多方面有了突破，使得数字文化产品的质量有了一定提升，但由于存在文化差异等难以避免的客观因素，一些在国内或者省内得到热烈反响、成为爆款的作品和产品未能在国际市场收到同样高度的赞誉，这是由于不同国家和地区的社会环境不同从而导致消费者对于文化产品的需求和偏好存在差异，供求与需求因此无法得到相应的匹配，造成文化贸易缺乏竞争优势[10]。吉林省的文化产品供给主要集中在传统工艺品、文化演出等传统文化领域，例如吉林省古朴雅致的松花石、寓意美好的绳编作品、生动形象的葫芦画等非物质文化产品在国内备受青睐，但是将其作为文化产品出口，推向国际市场则有一定程度的困难，需要一个较长的过程。

4.5. 竞争激烈，高筑贸易壁垒

近年来，经济全球化的发展态势引发国际社会的广泛关注。与此同时，逆全球化的思潮也悄然兴起，凸显了全球化进程中不断扩散的负面效应，为经济全球化的推进带来了前所未有的挑战。全球贸易与经济增长紧密相连，但国际关系的复杂多变使得跨境数字贸易同样面临逆全球化的潜在风险，加剧了贸易竞争的激烈程度。此外，国家间的文化贸易往往涉及到对数字基础设施领域外商直接投资的限制。许多国家对数字基础设施市场的准入设置了严格门槛，这在一定程度上阻碍了吉林省文化贸易在技术和资金层面的快速发展。在 2023 年至 2024 年度国家文化出口重点企业公示名单中，除去中央，上榜企业排名

第一的省份为江苏省，共有 32 家，上海市和广东省则以 31 家的企业并列第二，北京市和安徽省并列第三，拥有 27 家企业上榜，而吉林省上榜的企业仅有三家，在文化贸易竞争激烈的环境下，吉林省的文化出口竞争目前不具优势，且与其他省份相比，差距较大。

5. 吉林省文化贸易数字化高质量发展的战略及支持保障

5.1. 加快法规制定，建设知识产权强省

吉林省政府应在宪法法律框架下，制定严格监管新规，强化监管措施，保障文化贸易数字化交易的合法性与安全性，以此推动国内数字贸易制度政策的完善[11]。同时，对违规行为实施有效处罚，维护公平、公正、公开的市场环境，促进文化产业数字化转型有序发展。在政策机制建设中，应借鉴国内外成功经验，结合本地实际因地制宜。政府需着力构建文化贸易数字化发展的保障体系，深化科技与文化融合。例如，可探索将区块链技术应用于数字知识产权保护，先行试点并逐步推广；同时协同运用人工智能、云计算等数字技术，提升保护与保障效能，助力吉林打造知识产权强省。通过上述综合施策，吉林省有望培育更具活力和创新力的文化产业，引领数字化时代文化贸易的繁荣发展。

5.2. 促进“文化 + 科技”融合，发展新形态

在信息化浪潮下，文化与科技的深度融合已成为社会发展的重要趋势[12]。对吉林省而言，促进“文化 + 科技”融合、发展新业态，不仅是顺应时代的必然要求，更是推动经济转型升级、增强区域竞争力的关键举措。这种融合深刻体现在文化产业的数字化转型、智能化升级与传播方式革新上——科技为文化注入新活力，例如通过大数据分析精准洞察文化消费需求，利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术打造沉浸式文化体验，借助人工智能(AI)辅助艺术创作或文化遗产保护；文化则为科技赋予灵魂与价值导向，确保技术应用服务于人文精神的传承与创新表达。两者交融不仅为文化产业开辟了前所未有的发展平台(如数字博物馆等)和高效多元的传播渠道(如短视频等)，更驱动着产业整体向数字化、网络化、智能化方向加速演进，为区域经济发展持续注入澎湃的新动能。为把握这一融合机遇，吉林省政府需系统施策，构建强有力的支撑体系。具体而言，需深化产学研联动，打破机构壁垒，促进企业实践需求、高校学术研究与科研机构技术攻关的深度对接，加速科技成果在文化全链条的有效转化与实际应用。同时，强化复合型人才支撑，加大文化科技人才培养引进，并通过搭建高水平交流平台激发跨界创新活力。此外，优化营商环境可以吸引资本与优质项目，为产业生态注入源头活水。政府应激励企业增加研发投入，勇于探索 AI、区块链等新技术催生的文化新业态、新模式，驱动产业升级。最后，加大公共服务平台投入，提升其在技术共享、信息对接、成果孵化等方面的能力，为深度融合奠定基础。

5.3. 推动技术创新，培养高素质人才

文化产业的发展离不开人才的支持。当前数字化对大量高素质人才的需求十分迫切，为了满足这一需求，吉林省政府应注重人才培养和创新，加强文化产品领域的人才队伍建设，为文化贸易的发展提供强有力的人才保障，因此可以采取一系列措施，通过制定相关政策，引导高校加强对文化贸易和数字化科技等领域人才的培养和输出。这涉及到建设更加完善的人才培养体系，有助于提升吉林省文化贸易数字化转型的人才储备和竞争力。

第一，政府可以通过激励政策，提高高校在相关领域的人才培养投入。比如政府设立专项奖学金，资助在文化贸易、数字化科技等领域表现突出的学生，以此来鼓励更多优秀学子投身这些前沿领域。第二，政府可以鼓励企业开展实习培训计划，吸引高校学生参与，通过提供有吸引力的实习福利，例如津贴和专业培训等，去激发学生参与的积极性。这样的实习经验既能帮助学生更好地了解数字化转型领域

的工作实际，也为企业挑选合适的人才提供了机会。此外，政府应当制定相应的人才引进政策，如税收优惠、住房补贴等，并且鼓励各大企业提高数字化人才的待遇，以引进更多的优秀人才[13]。第三，政府还可以通过开展海外人才引进计划，引进在文化贸易、数字化科技等领域拥有丰富经验的专业人才，弥补吉林省目前的人才短板，为本地产业注入国际化的先进理念和创新力量。

5.4. 协调供需两端，丰富出口类型

为破解文化贸易出口结构单一、国际竞争力不足的瓶颈，吉林省政府采取一系列措施来协调供需两端，推动出口类型多元化、高端化发展。在供给端，吉林省政府应强化政策引导与财政扶持，激励文化企业深耕本土特色文化资源，如红色文化、冰雪 IP、民族艺术、黑土地故事等，提升内容创新与产品质量。尤其要支持企业将传统文化元素与现代审美、数字技术如 VR/AR、3D 全息投影深度融合，开发兼具吉林印记与国际表达的数字文化产品。在需求端，则需加强国际市场深度调研，精准把握目标受众偏好，利用其熟悉的文化形式进行本土化包装与叙事创新。同时，要强化营销推广与平台建设：一方面，高水平运营中国长春电影节等既有平台，并策划更多面向国际的文化展览、论坛与线上推广活动，系统性提升吉林文化品牌的全球认知度；另一方面，积极拓展与海外数字平台、文化机构的合作，利用大数据精准触达目标用户。在技术赋能方面，大力推动 3D 全息投影等技术在文化展示、广告宣传等领域的创新应用，并深化在虚拟现实、增强现实等前沿技术领域的国际合作，以科技驱动文创形态革新。最终目标是构建覆盖影视、出版、演艺、艺术品、数字创意服务等多领域的丰富出口体系，着力打造数个具有国际影响力的“吉字号”文化品牌，实现从单一资源输出向高附加值文化产品与服务贸易的转型升级。

5.5. 运用“一带一路”，构建数字化文化贸易

“一带一路”倡议为吉林省文化贸易开辟了广阔市场空间[14]。作为东北地区的重要省份，吉林在倡议中占据关键战略地位——其地处东北亚中心，拥有 13 个国家级边境口岸，辐射俄罗斯、朝鲜、日本、韩国及蒙古国等周边地区。这一得天独厚的地理优势，使其成为“一带一路”建设的重要枢纽。依托该倡议，吉林省可充分发挥其历史与现实优势发展贸易。其一，聚焦东部节点珲春，优化并推动长吉图开发开放先导区的空间布局与协调发展，强化长吉两区优势互补与良性互动。其二，强化对外合作，以长春兴隆综合保税区为支点，构建对外物流新通道；深化与各国各地区的人文交流，提升示范区国际化水平与文化贸易数字化能力，推广特色文化产品，如吉林剪纸、东北二人转。其三，深化开放与融合，整合长吉图发展战略，积极参与“一带一路”文化产业合作项目，引进国际先进理念与技术，向世界展现吉林文化的独特魅力。

6. 结语

本研究通过对吉林省文化贸易数字化发展的深入探讨，揭示出其发展具有显著的经济、政治、文化等多重战略意义。面对全球数字经济竞争持续加剧的态势，亟需把握数字化技术发展趋势，积极应对挑战、抢抓机遇，推动文化贸易数字化实现可持续发展。在此过程中，必须高度关注数字化对文化多样性的潜在影响，确保文化贸易发展的同时，充分尊重与保护各种文化的独特价值。吉林省需凝聚政府、社会、个人等多方力量，持之以恒，依托自身优势与机遇，重点加快知识产权保护体系建设，推动文化企业深化科技与文化融合创新，着力培育高素质复合型人才梯队，加速培育壮大文化产业。展望未来，通过上述努力，吉林省乃至全国的文化产业与文化贸易，有望在国际市场赢得重要地位，有力促进国民经济发展。以国内大循环为根基，驱动文化贸易数字化进程，最终铸就社会主义文化新辉煌。

参考文献

[1] 董思雁. 数字技术与我国文化贸易创新发展分析[J]. 时代经贸, 2022, 19(12): 80-83.

[2] 国家统计局. 2022 年全国文化及相关产业发展情况报告[EB/OL]. 2023-06-29. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202306/t20230629_1940907.html, 2025-05-13.

[3] 邵军, 施震凯. 数字经济背景下推动文化贸易发展的对策研究[J]. 江南论坛, 2022(5): 4-7.

[4] 吉林省文化和旅游厅. 吉林省文化和旅游数据统计[EB/OL]. http://whhlyt.jl.gov.cn/zwgk/tjsj/, 2025-05-13.

[5] 臧堃, 徐驰. 数字文化贸易企业的国际化发展合作经营战略[J]. 全国流通经济, 2022(5): 55-57.

[6] 人民网. 吉林省高新技术企业数量创新高[EB/OL]. 2024-01-15. http://jl.people.com.cn/n2/2024/0115/c349771-40713701.html, 2025-05-25.

[7] 方英. 文化强国战略下我国数字文化贸易高质量发展研究[J]. 人民论坛, 2022(20): 84-89.

[8] 葛继宏, 叶森. 我国对外文化贸易发展研究: 现状、问题与对策[J]. 浙江社会科学, 2022(12): 93-99, 158.

[9] 柴冬冬. 文化科技驱动文化生产的新常态: 当下数字技术推动中国文化产业“走出去”的进展述要[J]. 中华文化论坛, 2015(7): 48-53, 192.

[10] 王朝晖, 叶萌. 美韩数字文化贸易发展对中国的启示[J]. 北方经贸, 2023(7): 15-18.

[11] 李培更, 金花. “文化强国”背景下辽宁省文化服务贸易发展现状及战略布局研究[J]. 中国商论, 2022(24): 146-149.

[12] 方慧, 张潇叶. 中国文化产业数字化水平测度及其出口效应研究[J]. 山东大学学报(哲学社会科版), 2022(3): 38-51.

[13] 朱芳芳. 吉林省数字贸易发展环境研究[J]. 现代商业, 2022(11): 76-78.

[14] 皇甫涛. 中国文化贸易高质量数字化发展研究[J]. 技术经济与管理研究, 2021(10): 119-122.