中国文化产品贸易月度监测报告

（2026 年 1-7 月）

数字经济实验室
DIGITAL ECONOMY LABORATORY

对外经济贸易大学 数字经济实验室

2026 年 8 月 26 日

一、贸易总体情况

2026 年 7 月，中国**文化产品**[1]进出口 143.0 亿美元，同比变化-0.4%。其中，出口 130.9 亿美元，同比变化 1.0%；进口 12.1 亿美元，同比变化 6.3%；当月净出口 118.8 亿美元。

2026 年 1-7 月，中国文化产品累计进出口 819.5 亿美元，同比变化-2.0%。其中，累计出口 735.7 亿美元，同比变化-3.1%；累计进口 83.8 亿美元，同比变化 9.4%；累计净出口 652.0 亿美元。

表 1：2026 年 7 月中国文化产品进出口概况（亿美元）

	7 月当月		1 至 7 月累计	
	绝对值	同比变化（%）	绝对值	同比变化（%）
进出口总额	143.0	-0.4	819.5	-2.0
出口额	130.9	1.0	735.7	-3.1
进口额	12.1	6.3	83.8	9.4
净出口额（亿美元）	118.8	-2.0	652.0	-30.8

数据来源：中国海关总署，下文同。

注：净出口额同比变化为绝对额数据，即 2026 年 7 月（或 1-7 月）的净出口额减去 2025 年 7 月（或 1-7 月）的净出口额。

二、产品结构情况

（一）文化产品出口结构

2026 年 7 月，中国文化产品出口额排名前三的产品为玩具、游艺器材及娱乐用品和工艺美术品，分别出口 34.7 亿美元、31.5 亿美元和 25.7 亿美元，分别占文化产品贸易出口总额的 26.5%、24.0%和

[1]本报告对文化产品的界定及对应的 HS 代码参照商务部、中央宣传部、文化和旅游部、海关总署、广电总局、统计局、外汇局联合发布的《文化产品进出口统计目录（2022 年版）》https://fms.mofcom.gov.cn/zcfg/bmzcfg/art/2022/art_03dc08f664db4560887a40761d4b316a.html

19.6%，同比增速分别为-1.7%、-15.6%和 4.5%。

2026 年 1-7 月，中国文化产品出口额排名前三的产品为玩具、工艺美术品和游艺器材及娱乐用品，分别出口 190.7 亿美元、179.1 亿美元和 121.0 亿美元，分别占文化产品贸易出口总额的 25.9%、24.3%和 16.4%，同比增速分别为-9.7%、4.9%和-23.9%。

表 2：2026 年 7 月中国文化产品分产品出口额情况（亿美元）

	7 月当月			1 至 7 月累计		
产品	绝对值	份额[1]（%）	同比变化（%）	绝对值	份额（%）	同比变化（%）
图书报纸期刊	2.2	1.7	7.6	11.8	1.6	4.3
音像制品及电子出版物	0.1	0.1	62.1	0.6	0.1	27.0
其他出版物	1.9	1.4	10.7	11.0	1.5	14.4
工艺美术品	25.7	19.6	4.5	179.1	24.3	4.9
收藏品	0.2	0.2	-34.5	0.7	0.1	-28.8
文具	0.5	0.4	3.0	3.6	0.5	4.2
乐器	1.9	1.5	5.6	11.6	1.6	3.4
玩具	34.7	26.5	-1.7	190.7	25.9	-9.7
游艺器材及娱乐用品	31.5	24.0	-15.6	121.0	16.4	-23.9
印刷专用设备	2.5	1.9	1.7	16.5	2.2	3.4
广播电视电影专用设备	12.1	9.3	22.1	76.1	10.3	23.6
其他设备	17.6	13.4	8.9	113.0	15.4	8.8

注：份额为该类产品贸易额占中国文化产品贸易总额比重，下文同。

（二）文化产品进口结构

2026 年 7 月，中国文化产品进口额排名前三的产品为工艺美术品、其他设备和游艺器材及娱乐用品，分别进口 3.9 亿美元、2.2 亿美元和 1.2 亿美元，分别占文化产品贸易进口总额的 32.0%、18.2%和

10.2%，同比增速分别为 19.3%、-16.2%和 1.4%。

2026 年 1-7 月，中国文化产品进口额排名前三的产品为工艺美术品、其他设备和游艺器材及娱乐用品，分别进口 27.3 亿美元、16.9 亿美元和 9.0 亿美元，分别占文化产品贸易进口总额的 32.6%、20.1%和 10.8%，同比增速分别为 8.6%、0.0%和 18.0%。

表 3：2026 年 7 月中国文化产品分产品进口额情况（亿美元）

	7 月当月			1 至 7 月累计		
产品	绝对值	份额（%）	同比变化（%）	绝对值	份额（%）	同比变化（%）
图书报纸期刊	0.3	2.2	-24.8	1.8	2.2	-14.0
音像制品及电子出版物	1.0	8.1	114.2	4.5	5.4	24.0
其他出版物	0.5	4.1	48.7	2.5	3.0	13.3
工艺美术品	3.9	32.0	19.3	27.3	32.6	8.6
收藏品	0.1	0.6	259.7	1.0	1.2	-2.9
文具	0.0	0.1	9.5	0.1	0.1	10.2
乐器	0.2	2.0	-5.3	1.7	2.1	10.9
玩具	1.1	8.8	43.8	6.4	7.7	51.2
游艺器材及娱乐用品	1.2	10.2	1.4	9.0	10.8	18.0
印刷专用设备	0.8	6.5	-3.7	5.2	6.2	-6.9
广播电视电影专用设备	0.9	7.1	-33.5	7.3	8.7	12.5
其他设备	2.2	18.2	-16.2	16.9	20.1	0.0

三、区域分布及变化情况

（一）出口区域及变化

2026 年 7 月，中国文化产品前三大出口贸易伙伴为美国、中国香港和荷兰，出口分别为 29.4 亿美元、13.9 亿美元和 6.1 亿美元，分

别占文化产品贸易出口总额的 22.4%、10.6%和 4.7%，同比增速分别为 0.9%、10.0%和-26.5%。

2026 年 1-7 月，中国文化产品前三大出口贸易伙伴为美国、中国香港和日本，出口分别为 154.7 亿美元、96.0 亿美元和 37.7 亿美元，分别占文化产品贸易出口总额的 21.0%、13.0%和 5.1%，同比增速分别为-4.1%、22.1%和-9.6%。

表 4：2026 年 7 月中国文化产品前十大出口目的地（亿美元）

7 月当月				1 至 7 月累计			
区域	绝对值	份额（%）	同比变化（%）	区域	绝对值	份额（%）	同比变化（%）
重点区域							
东盟	13.1	10.0	8.5	东盟	83.6	11.4	-6.5
欧盟	26.8	20.4	-7.5	欧盟	126.2	17.1	-10.3
排名前 10 地区							
美国	29.4	22.4	0.9	美国	154.7	21.0	-4.1
中国香港	13.9	10.6	10.0	中国香港	96.0	13.0	22.1
荷兰	6.1	4.7	-26.5	日本	37.7	5.1	-9.6
英国	5.8	4.4	-8.4	德国	29.4	4.0	9.5
德国	5.6	4.3	6.4	荷兰	28.6	3.9	-23.1
日本	5.1	3.9	-12.4	英国	27.9	3.8	-11.6
新加坡	3.6	2.8	100.9	越南	21.8	3.0	0.2
墨西哥	3.4	2.6	-13.6	俄罗斯	15.9	2.2	30.1
越南	3.1	2.4	-10.6	巴西	15.7	2.1	7.0
加拿大	3.1	2.3	11.6	新加坡	15.5	2.1	-8.0

注：排名前 10 地区按照出口额大小由上（最大）向下（最小）排列。

（二）进口区域分布及变化

2026 年 7 月，中国文化产品前三大进口贸易伙伴为法国、日本和意大利，进口分别为 1.5 亿美元、1.3 亿美元和 1.0 亿美元，分别占文化产品贸易进口总额的 12.1%、10.5%和 8.0%，同比增速分别为 9.8%、-8.3%和 29.4%。

2026 年 1-7 月，中国文化产品前三大进口贸易伙伴为日本、法国和意大利，进口分别为 9.6 亿美元、8.3 亿美元和 6.8 亿美元，分别占文化产品贸易进口总额的 11.5%、9.9%和 8.2%，同比增速分别为 2.6%、-1.5%和 14.1%。

表 5：2026 年 7 月中国文化产品前十大进口来源地（亿美元）

7 月当月				1 至 7 月累计			
区域	绝对值	份额（%）	同比变化（%）	区域	绝对值	份额（%）	同比变化（%）
重点区域							
东盟	2.0	16.5	-3.2	东盟	14.9	17.8	18.4
欧盟	4.2	34.5	11.3	欧盟	25.4	30.3	2.4
排名前 10 地区							
法国	1.5	12.1	9.8	日本	9.6	11.5	2.6
日本	1.3	10.5	-8.3	法国	8.3	9.9	-1.5
意大利	1.0	8.0	29.4	意大利	6.8	8.2	14.1
德国	0.9	7.5	9.9	越南	5.7	6.8	31.5
越南	0.9	7.5	33.3	泰国	5.4	6.5	30.1
美国	0.6	5.3	-4.5	德国	5.1	6.1	-7.6
泰国	0.6	5.2	-23.9	中国香港	5.0	6.0	126.1
中国香港	0.6	4.9	157.2	美国	4.0	4.7	-16.0
瑞士	0.4	3.4	19.0	瑞士	3.0	3.5	13.8
中国台湾	0.4	3.4	45.3	中国台湾	2.4	2.8	14.9

注：排名前 10 地区按照进口额大小由上（最大）向下（最小）排列。

四、分省变化情况

（一）出口变化

2026 年 7 月，中国前三大文化产品出口省/直辖市（下文简称“省市”）为广东、浙江和山东，出口分别为 51.0 亿美元、32.3 亿美元和 13.1 亿美元，同比增速分别为-0.0%、25.4%和-28.9%。

2026 年 1-7 月，中国前三大文化产品出口省市为广东、浙江和

山东，出口分别为 302.9 亿美元、164.8 亿美元和 61.3 亿美元，同比增速分别为 9.2%、13.5%和-39.2%。

表 6：2026 年 7 月中国文化产品分省出口情况（亿美元）

7 月当月				1 至 7 月累计			
省市	出口	所占份额（%）	同比变化（%）	省市	出口	所占份额（%）	同比变化（%）
广东	51.0	39.0	-0.0	广东	302.9	41.2	9.2
浙江	32.3	24.7	25.4	浙江	164.8	22.4	13.5
山东	13.1	10.0	-28.9	山东	61.3	8.3	-39.2
新疆	7.9	6.0	103.1	江苏	34.5	4.7	-20.9
江苏	5.6	4.3	-17.9	新疆	29.1	3.9	-15.8
福建	4.3	3.3	-5.8	湖南	28.0	3.8	-2.1
上海	4.0	3.1	-5.3	上海	23.4	3.2	2.6
湖南	2.3	1.8	-39.5	福建	20.7	2.8	-9.1
广西	1.4	1.1	-13.6	广西	12.2	1.7	-14.9
江西	1.0	0.8	-30.6	江西	7.0	1.0	-10.4

注：表中省市按照出口额大小由上（最大）向下（最小）排列，受限于版面仅汇报出口额排名前 10 省市的情况。

（二）进口变化

2026 年 7 月，中国前三大文化产品进口省/直辖市（下文简称“省市”）为上海、广东和北京，进口分别为 4.2 亿美元、2.4 亿美元和 2.1 亿美元，同比增速分别为 8.6%、-7.5%和 9.4%。

2026 年 1-7 月，中国前三大文化产品进口省市为上海、广东和北京，进口分别为 27.1 亿美元、16.1 亿美元和 14.3 亿美元，同比增速分别为-4.5%、7.6%和 12.7%。

表 7：2026 年 7 月中国文化产品分省进口情况（亿美元）

7 月当月				1 至 7 月累计			
省市	进口	所占份额（%）	同比变化（%）	省市	进口	所占份额（%）	同比变化（%）
上海	4.2	34.6	8.6	上海	27.1	32.4	-4.5
广东	2.4	19.9	-7.5	广东	16.1	19.2	7.6
北京	2.1	17.2	9.4	北京	14.3	17.1	12.7
江苏	1.0	8.0	57.6	海南	6.2	7.4	85.0
浙江	0.5	4.3	-6.6	江苏	5.3	6.3	13.1
海南	0.4	3.5	0.5	浙江	3.7	4.4	-3.5
山东	0.2	2.0	34.5	重庆	1.7	2.0	397.3
重庆	0.2	1.4	140.6	吉林	1.5	1.8	31.9
吉林	0.2	1.4	-21.6	山东	1.1	1.4	-4.8
河南	0.2	1.3	35.8	河南	1.1	1.3	39.3

注：表中省市按照进口额大小由上（最大）向下（最小）排列，受限于版面仅汇报进口额排名前 10 省市的情况。