

数字贸易赋能国际中文教育服务贸易全球布局的路径研究

赵思昂

131102*****0239

摘要:伴随全球经贸合作和文化交流的不断深入,国际中文教育服务贸易已经逐渐成为文化贸易的一项主要内容,而快速发展的数字化贸易又为全球布局注入了新的动力。本文阐述了国际中文教育服务贸易的产业界定和规模测度,分析了国际中文教育服务贸易全球竞争格局,并对数字贸易赋能国际中文教育服务贸易全球布局的升级路径进行了探讨。

关键词:数字贸易;国际中文教育;服务贸易;全球布局

Research on the Pathways of Digital Trade Empowering the Global Layout of International Chinese Education Services

Zhao Siang

131102*****0239

Abstract: With the continuous deepening of global economic and trade cooperation and cultural exchanges, international Chinese education service trade has gradually become a major content of cultural trade, and the rapidly developing digital trade has injected new impetus into global layout. This article elaborates on the industry definition and scale measurement of international Chinese education service trade, analyzes the global competitive landscape of international Chinese education service trade, and explores the upgrading path of digital trade empowering the global layout of international Chinese education service trade.

Keywords: digital trade; International Chinese language education; Service trade; global layout

DOI: 10.64216/3104-9702.25.05.034

2024年11月15日,国家主席习近平在向国际中文大会的贺信中指出,中文承载着中华民族数千年的文明智慧,是中国贡献给世界的重要的公共文化产品,支持服务国际社会开展好中文教育是中国作为母语国的责任。这为国际中文教育守正创新明确了定位,指明了方向。近年来,基于数字贸易跨时空和低成本等特点,数字贸易正改变着全球的服务贸易格局,对国际中文教育服务贸易实现规模化发展具有重要的理论和实践意义。

1 国际中文教育服务贸易的产业界定和规模测度

1.1 基于WTO服务贸易分类标准的产业界定

根据世贸组织《服务贸易总协定》的规定,并考虑中文教育的实际情况,将中文教育服务贸易定义为以中文语言教学为主要内容,包括文化传播等附加服务或在境外开展的服务贸易。以“跨境交付”和“商业存在”

相结合的形式开展的海外办学,即国内高校通过孔子学院和合作学校等方式,开展系统化的中文教学;以“跨境交付”形式提供的教材和教学资源的输出业务,主要包括中文教材和文化书籍等的著作权输出和实物出售;基于网络中文教学的“跨境交付”形式,通过网络教学和自适应学习等多种形式的网络教学^[1]。

1.2 全球市场规模和增长潜力测度

利用公开数据和行业报告等方法,以核算指标体系为基础,测度全球各国和国际中文教育服务业的市场份额。教育部数据显示,截至2021年底,已有180多个国家和地区开展中文教育,海外正在学习中文的人数超过2500万。随着北京冬奥会的举行与近期“一带一路”合作的深化,中文学习在全球范围内从“风潮”走向“趋势”。截至2022年底,多邻国上线中文课程,已有超980万活跃用户学习中文。根据其发布的《2022语言趋势报告》,在线语言学习平台多邻国最受欢迎的课程中,

中文排名第八；30 岁以下的学习者占 76%。2023 年 3 月，其中文学习用户学习时长比日语、韩语学习用户高 12%。根据中国教育部中外语言交流合作中心汉考国际数据显示，越南河内大学孔子学院汉语水平考试考点 2025 年第一季度考生报名人数达 9941 人次，居全球第一。

2 国际中文教育服务贸易全球竞争格局

运用贸易竞争力指数 (TC)、显示性比较优势指数 (RCA)，对比中国与英、法、德等语言教育强国的竞争优势差异。外贸竞争力 (TC) 取值为 [-1,1]，当 $TC > 0$ 时，表明其存在着较强的的竞争优势，且随着其值的增大，该指标的优越性也随之增强； $TC < 0$ 意味着存在竞争性的不利条件。显示性比较优势指数 (RCA) 取值在 2.5 以上的情况下，比较优势极强，显示性比较优势指数 (RCA) 取值在 1.25-2.5 之间，说明比较优势较强；0.8-1.25 代表中等比较优势；低于 0.8 的，代表比较优势较弱。其中，英国是英语教学领域的领头羊，其 TC 指标一直保持在 0.7 之上，在国际上享有很大的竞争优势^[2]。

法语和德语在欧洲和殖民地国家有着深远的影响，再加上规范化的教育服务制度，法国和德国的 TC 指数保持在 0.4-0.5 和 0.3-0.4 的水平，处于较强竞争优势。近些年，中文教育服务贸易总成本指标由 0.1 上升到 0.25，虽然有积极的发展，但是数值较低，只有微弱的竞争优势，还没有成为国际领先的力量。在显示性比较优势指数 (RCA) 方面，英国在较长一段时间内都在 3.0 以上，表现出极强的比较优势；法国和德国的 RCA 都处于 1.5~2.0 的范围内，表现出较强比较优势；而美国的 RCA 则保持在 0.6—0.8 的水平，处在较弱比较优势范围内。

3 数字贸易赋能国际中文教育服务贸易全球布局的升级路径

3.1 构筑全方位的协同服务体系

建立“数字平台建设——实体节点集成——信息交互赋能”的实施体系，以数字贸易为桥梁，推动国际中文教育服务全面覆盖和精确供给。基于数字化技术，建立融合学习和资源共享的中文学习数字平台，并将其融入人工智能和大数据的分析中，实现对教学资源的数字化转换和个性化的推荐，同时满足多个终端的接入需要，

保证各地的学生都能方便地使用。然后，对国内外已有的实体教育资源进行集成，对各地域的实体节点进行划分，建立以中心学校为枢纽，以基层教学点为依托的线上服务网络，着重加强对线下本地化的教学和实践体验服务的能力。比如，孔子学院在数字贸易的基础上，建立“环球中文教育”的网上教育系统，并与国外的线下教育机构相结合，形成全方位的区域协作式的服务体系。在这一平台内嵌了人工智能学情分析和大数据推荐等功能。韩国首尔孔子学院是中国在国际设立的第一家孔子学院，已有 11 年的历史，已建成 23 所孔子学院及 13 所孔子学堂。韩国已有百余所高校增设了汉语专业，韩国人学习汉语的数量已经达 20 万，HSK 考试也在韩国受到许多企业的认可^[3]。

3.2 建立跨产业增值体系

基于“需求判断—平台集成—资源拓展—合作运作”的思路，以数字交易平台为基础，建立“中文+”跨国中文服务的行业增值能力和市场竞争能力。利用数字贸易数据，对国际各地中文教育的需求和行业发展趋势进行研究，确定中文+文化、中文+经济、中文+旅游等重要联系方式。构建全面的数字化互联平台，将中文教育机构、经贸公司等多方力量进行融合，形成规范化的资源衔接和协作机制。根据所选择的连接方向，研发有针对性的数字化教育资源和附加的业务产品，把有关行业的知识和技术训练的内容整合到中文的教学系统中。比如，字节跳动的 TikTok 就与中国旅游研究院合作，为海外旅游公司建立了中文+旅游的价值链。基于 TikTok 大数据，发现东南亚中文学习和出国旅行具有强烈的相关性，其中，许多游客有中文交流和学习的需要。可以构建完整的数字化互动平台，将高校中文教学资源和旅游企业的实践教学资源进行融合，并构建规范化的资源链接体系。研发包括“旅游中文基础会话”在内的电子教育课程系统。

3.3 推动全球化中文教育体系构建

通过建立“规范系统整理——数字化转换——在国际范围内普及适配”的实现途径，以增强中文在国际上的影响力，促进中文教学水平的对外交流。对中文教学大纲、教师资格认证、评价标准等进行全面的整理，形成逻辑完备的标准，并根据各国的教学特征，对其进行本地化的适应性调节。建立中文教学标准信息共享平台，

对标准解读材料和教学指导书等辅助资源进行集成，使标准的内容能够在线查询和可供在线查询和下载。将在国际教育组织和海外教育主管机关之间建立统一的标准化工作，利用数字化的网络平台，进行网上的教育和交流，让国外的教育组织和从业人员了解中文教育的水平。比如，由教育部对外汉语教学与研究中心牵头，建立了中文教学规范的数字化共享平台，实现了中文教学规范的数字化和国际化。该研究先对《国际中文教育中文水平等级标准》等进行了系统的整理，并针对东南亚地区如泰国和马来西亚的教学制度进行本地化修改。2021“汉语桥”对外经济贸易大学‘中俄友谊长存’线上体验营邀请多位专家，介绍中国扶贫工作等内容，吸引了近200名俄罗斯学生参加^[4]。

3.4 增强全球市场影响力

通过“品牌导向——数字化打造——精确推广——品质保证”这一思路，以数字贸易为手段，构建国际化中文教育品牌，提升其在国际的辨识度和竞争力。根据国际中文教学的市场需要和国内的资源，确定核心品牌的定位和发展方向，然后将已有的优秀的教学资源进行融合，形成核心竞争能力。运用数字化方法建立独特的品牌标志和视觉系统，同时还可以为企业提供数字化内容和服务，并建立覆盖国外社交媒体平台等多种途径的品牌官方数字传播矩阵。利用数字贸易大数据的分析手段，对目标和观众进行精确的识别，并设计差异化的数字沟通战略，实现与之相匹配的品牌信息和服务，提高品牌传播效果。比如，以“HSK汉语水平考试”为中心，大力发展中文教育品牌，并通过数字贸易方式，拓展其在国际范围内的影响。品牌以“全球认可的中文能力权

威认证”为目标，整合北京大学等语言测试资源，建立统一的考试体系和训练服务体系。运用数字化技术打造品牌，并建立专门的数字标识和视觉体系，研发 HSK 官方 APP 等数字产品，并在脸书、LinkedIn 等多个平台建立数字传播模式。

4 结论

总之，国际中文教育服务贸易是中国文化产业发展的新的增长点，其在全球而已需要依靠数字贸易的支持。通过产业界定和规模测度，发现国际中文教育服务贸易市场不断增长，其中以亚洲为中心，以欧美和新兴国家为主要增长点，具有较大的发展空间；中文教育服务还存在国际化水平低、数字化赋能不足等问题。为此，要构建“线下实体学校+网络数字平台”布局，“中文+”多元经营模式协同途径，提升中文教育的国际化竞争能力。

参考文献

- [1] 李宝贵, 刘家宁. 文明交流互鉴视域下国际中文教育的服务理念与实践路径 [J]. 河南大学学报(社会科学版), 2025, 65(03): 108-114+155.
- [2] 翟风杰, 吴思琳, 孙雨桐. 国际中文教育服务“一带一路”的逻辑理路与发展框架 [J]. 天津职业技术师范大学学报, 2025, 35(01): 59-66.
- [3] 姜国权, 夏青. 国际中文教育服务教育强国建设: 价值、困境和路径 [J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2025, (02): 30-40.
- [4] 李智涛, 林冬梅. 中文国际传播服务文化软实力提升的路径与机制研究 [J]. 陕西行政学院学报, 2025, 39(01): 84-89.