



本报记者 卢泽华

■ 经久不衰“熊猫热”

一张憨厚的大圆脸、两只喜感的眼圈儿、胖乎乎的身子……在许多外国人眼里，只要瞧一眼大熊猫的“萌态”，许多生活中的压力、烦恼就能烟消云散，这种天生的“亲和力”使熊猫迷们遍布全球。

事实上，大熊猫在海外“吸粉”的历史，最早可追溯到1000多年前的唐朝。当时，熊猫被当作国礼送给日本天皇。1938年，大熊猫还远赴英国，与英国人民共同经历了二战硝烟。

新中国成立后，熊猫成为中国外交的使者。1957年，中国向苏联送出第一只熊猫“平平”。1972年，时任美国总统尼克松开启“破冰之旅”，访问中国。到访第二天，作为“熊猫迷”的尼克松夫人就来到北京动物园观看大熊猫。在访问接近尾声时，周恩来总理在答谢晚宴上突然宣布，把四川兴县的大熊猫“玲玲”和“兴兴”作为国礼，送给美国人民，这让尼克松夫妇欣喜不已。几十天后，当两只熊猫乘坐一架波音707专机跨越太平洋，飞抵华盛顿时，8000多名美国民众冒雨相迎。其在华盛顿国家动物园的首秀，更吸引超过2万人观看。这一年，被美国人称



2016年9月15日，在比利时布吕热莱特的天堂动物园，工作人员展示大熊猫宝宝“天宝”。新华社记者 潘革平摄

为“熊猫年”。“第一个来看大熊猫的是尼克松夫人，在工作人员向她介绍大熊猫时，她一直咯咯笑个不停。”《纽约时报》的一篇文章生动地写道。

此后，熊猫在西方走红，大熊猫以“亲善大使”的身份被赠送给友好国家。然而，1982年以后，熊猫生存环境恶化，数量锐减，中国政府不再向外赠送熊猫。但大熊猫的出国之路并没有因此中断。1984年，中国提出大熊猫租借方案。

截至2016年底，中国大熊猫保护研究中心已与10个国家的12家动物园建立科研合作关系，研究中心先后有26只大熊猫旅居海外。作为人文交流的纽带，这些大熊猫始终以其特有的敦厚可爱，见证着中国与世界各国友好关系的发展。

■ “熊猫外交”聚民心

今年春天，远在华盛顿的福尔茨一家给中国大使馆寄去两幅大熊猫“宝宝”的图画，并用中文在画上写

6月24日，德国柏林舍内菲尔德机场人头攒动，一大批当地政要、媒体记者和民众早早守候在这里，他们等待的不是哪位大人物，而是两只来自中国的大熊猫。在经历十余个小时飞行后，大熊猫“梦梦”和“娇庆”乘专机抵达。为迎接这两位“贵宾”，德国人举办了隆重的欢迎仪式，并为它们预先修建了占地近5500平方米的“新家”。

几十年来，凡是大熊猫所到之处，都会刮起一阵“熊猫旋风”。凭借憨态可掬的身形和与生俱来的“萌态”，中国大熊猫在全世界吸粉无数，同时在中国对外交往中扮演着“友谊大使”的角色，成为最具认知度的中国符号之一。



六月五日，在哈萨克斯坦首都阿斯塔纳一个游乐场，游客们与熊猫卡通形象互动。新华社记者 吴晓凌摄

下“熊猫”二字。“她（宝宝）的回家让我们对她的家乡充满好奇。”福尔茨在信中写道。

福尔茨信中的大熊猫“宝宝”于2013年在华盛顿出生，是中国租借给美国的大熊猫“美香”和“添添”的爱情结晶。为履行中美两国约定，今年2月，“宝宝”如期登上回归中国的专机。旅美期间，“宝宝”收获

合作开展大熊猫保护研究，也是在同一年，荷兰申请加入亚投行。两年后，在中荷建交45周年和中国召开“一带一路”国际合作高峰论坛的重要时间节点上，作为陆上丝绸之路欧洲起点的荷兰，迎来了中国大熊猫。

“两只大熊猫首次赴荷，让大熊猫国际合作交流开启一个新篇章，必将在促进两国国际交流、增进两国友谊方面起到积极作用。”中国大熊猫保护研究中心党委书记张志忠表示。

在过去半个世纪中，大熊猫在海外见证了与中国与世界深度合作的进程，也见证了其影响力的不断增大。例如，当第一对熊猫在美国定居时，中美年双边贸易额只有10亿美元。到2016年，中美双边货物贸易达到5196亿美元；人员往来从上世纪70年代的几千人，增长到去年的500万人次。

■ 熊猫文化成热点

今年1月，联合国开发计划署公布了其招募的17名“熊猫使者”。这些使者来自全球五大洲的14个国家，将承担推广联合国17个可持续发展目标的任务，包括消除贫困、提高公平正义、保护环境、清洁饮水、消除饥饿等。联合国将这些志愿者命名为“熊猫使者”，这源于大熊猫亲和友善的形象和风靡世界的感染力。如今，随着“旅居”海外的中国

大熊猫越来越多，作为一种有着浓郁中国印记的文化符号，大熊猫的影响力也走出动物园，演变成全球独有的熊猫文化——从熊猫电站到熊猫债券，越来越多的国际合作项目开始以熊猫命名，世界自然基金会等许多国际组织也使用熊猫作为标志。同时，以熊猫为原型开发的影视、设计等文化产品层出不穷，得到全世界“熊猫迷”的喜爱。英国广播公司网站还曾作出“大熊猫为中国软实力加分”的判断。

《功夫熊猫》是近年来风靡全球的一部电影，讲述了一只笨拙的大熊猫立志成为武林高手的故事。该片三部曲已经收获逾18亿美元的全球票房。无独有偶，52集动画片《熊猫和小鼯鼠》也在中国和捷克两国产生较大影响。作为中捷两国的国家级文化交流项目，《熊猫和小鼯鼠》是中捷双方首次在儿童动画领域的合作，也是中华文化和世界文化充分交流与融合的新实践。而即将开拍的印度电影《阿辛哥的奇妙之旅》，则讲述了这样一个故事：印度某动物园生意惨淡即将倒闭，年轻的园长为了吸引游客，决定到中国找一只熊猫……如今，随处可见的熊猫元素，正如一张张名片，将中国人温暖厚实的性格魅力、亲和友善的文化特点展现在世界面前。而经过近半个世纪的时空变迁，这些漂洋过海的大熊猫，也已成为中国与世界各国民心相通的桥梁。



二〇一六年十月二十七日，在奥地利维也纳美泉宫动物园，大熊猫龙凤胎宝宝“福凤”（左）和“福伴”在一起。维也纳美泉宫动物园供图

2016年7月18日，大熊猫“佑佑”在中国亚布力熊猫馆玩耍。新华社记者 王松摄



当地时间4月12日，荷兰小朋友欢呼大熊猫的到来。黄锦鸿摄

两个月前，荷兰小城雷嫩掀起了一股“熊猫热”，各种熊猫元素在城中随处可见。为了迎接中国大熊猫，雷嫩市欧维汉兹动物园建造了一座总面积9000平方米、熊猫生活区面积3400平方米的宫殿式豪华熊猫园，莱顿市还特意举办“熊猫杯”乒乓球赛，以促进荷兰与中国民间交流。

这是中国大熊猫首次踏上荷兰土地，荷兰也成为继英国、法国、德国、奥地利、西班牙和比利时后第七个与中国开展大熊猫合作研究项目的欧洲国家。

在世界各国人民眼中，大熊猫温和敦厚，带着东方文化独特的气质，成为中国的一张独特名片。近年来，越来越多像熊猫这样的中国元素走出国外，成为中外情感共融的纽带。

好莱坞的《功夫熊猫》系列电影以中国古代为背景，其景观、布景、服装以至食物均充满中国元素，更以“功夫”和“熊猫”来命名，把中国元素精细地展现出来；各大时装周纷纷挖掘中国元素，从中国传统服装中的盘扣、流苏、刺绣，到中式立领、龙纹刺绣、旗袍式腰身，把中国元素推向国际时装周；国外大型游戏中的中国元素也日益增多，京剧脸谱、神话人物等都出现在游戏人物设置之中……

然而，我们也发现，讲述中国神话故事的优秀国产电影少之又少，国内商场中很难见到中国传统民族服饰品牌，反而许多国外品牌不断渗透各种中国元素，并取得不俗反响。我们不得不承认，挖掘中国元素，我们还有很大的提升空间。

一方面，中国元素的市场化和产业化应用不足。中国元素更多地存在于深厚的文化积淀中，而在现代化的社会生活中缺位。

由于近代欧美经济的强盛，我们在很大程度上学习并接受西方文化，涉及服饰、餐饮、建筑风格、电影娱乐等。而我们自己的文化元素，存在于老一辈的口头故事中，存在于博物馆中，存在于隆重的晚会盛典中，却少了一些“生活气”。

另一方面，我们缺乏对中国元素的创新开发。中国元素在世界范围内获得认可，却在主动“走出去”方面力度不足。

要成为一个文化大国，仅有成熟的文化产业链是不够的，还要有走向世界的雄心和能力。日本从一本漫画的创作、出版，到动漫、电影和游戏，实现了完整精细的产业链，更是利用动漫和游戏实现文化产业的弯道超车，让日本元素走向了世界。美国将中国元素进行再加工再造，创作出《花木兰》《功夫熊猫》这样的文化产品，获得了国际市场的青睐。中国传统文化历史悠久，但由于创新能力不强，在世界上叫得响的中国文化品牌并不多。

中国元素的藏宝箱里不乏瑰宝，我们应该从“熊猫热”中找启示，不断挖掘，在世界掀起更多中国元素的热潮。

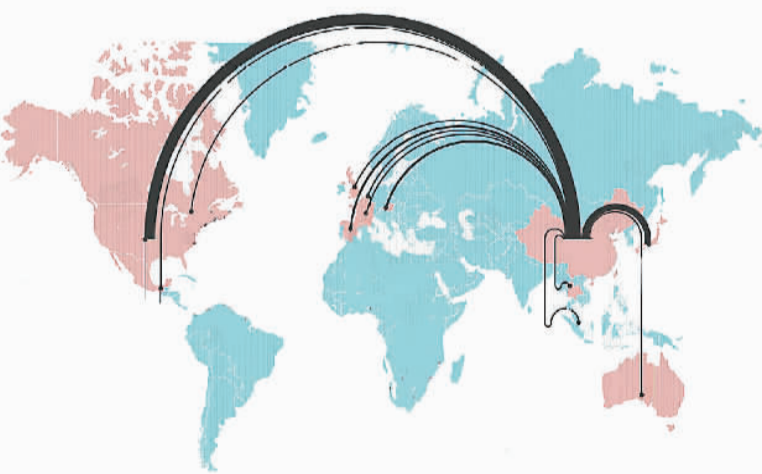
「熊猫热」的启示

王萌

品牌论

资料链接 ▶▶▶ 数说“熊猫旋风”

境外大熊猫分布



截至2016年底，中国大熊猫保护研究中心已与10个国家12家动物园建立科研合作关系，研究中心先后有26只大熊猫“旅居”海外。

大熊猫之最



最早的出境记录
公元685年，武则天赠日本天皇两只大熊猫。



最具知名度的熊猫
妮妮，曾生活在伦敦动物园，系世界自然基金会徽原型。



关注度最高的熊猫外交
1972年，尼克松访华，中国赠送美国两只大熊猫。

大熊猫出境史

国家	年份	数量	备注
苏联	1957/1959年	2只	1982年以后，中国不再赠送熊猫。1984年，中国提出大熊猫租借方案。此后陆续租借给加拿大、比利时、泰国等国。
美国	1972年	2只	
法国	1973年	2只	目前，中国已同日本、美国、英国、法国、新加坡等国进行大熊猫合作研究。
西班牙	1978年	2只	
德国	1980年	2只	

(注：图表数字为不完全统计)