



# 2014中国杭州文化创意产业博览会

## 2014 CHINA HANGZHOU CULTURAL & CREATIVE INDUSTRY EXPO

### 第二届两岸文创产业交流对接会(杭州)

#### CROSS-STRAIT CULTURAL & CREATIVE INDUSTRY EXCHANGE MEETING, HANGZHOU

■吳建榮參加第二屆兩岸  
文創產業交流對接會。



■時任浙江省委書記習近平視察中南集團。

偉大的企業，是活在當下的，是深植大地的。浙江中南控股集團董事局主席吳建榮，因為其標誌性的兩撇大鬍子，在中國動漫界有一個頗為親切的昵稱——「大鬍子伯伯」。這種獨特的親和力為中南發展創造獨特的魅力，中南卡通10年間名海內外，而其母公司浙江中南控股集團從1984年創立至今三十年，基業長青。三十不變，吳建榮依然是那位親切的「大鬍子伯伯」，他執掌的中南控股集團，穿越中國經濟幾個發展周期，克難創新，正拓展成為一個融建築幕牆、文化創意、商貿服務、能源石化、高新科技、股權投資等板塊的多元化、集約化產業集團，躋身中國民企500強，2013年總銷售額達220億元。旗下發展僅十年的動漫公司，被譽為中國「動漫航母」，建築幕牆在全國建築幕牆行業50強企業評比中連續多年位列前三甲。吳建榮，這位三十年來堅守實業的創新者，充滿對中國未來發展的信心，充滿對青少年成長的情懷，實業報國，誠信立業，開拓創新，浙江中南集團的成長之路成為改革開放以來民企發展的一個中國「範本」。

十年前，中南建設集團在建築、幕牆、裝飾、鋼構等主業基礎上，大跨界投資文化創意產業，以「寧可虧損2個億，也要搞動漫」的氣魄，發展動漫產業。公司原創的《天眼》、《魔幻仙蹤》、《星際風車王》、《鄭和下西洋》等優秀動畫片多次獲獎。中南如今已成為中國最大的原創動畫片公司之一，動畫自營出口量位居全國第一。

更富意義的是，十年來，中南卡通體味中國優秀傳統文化精髓，融匯貫通國際元素向世界講述中國故事。2005年，中南卡通原創的500集大型電視動畫片《天眼》在國內市場一炮打響，得到了國家廣播總局的高度評價；2009年52集大型歷史動畫片《鄭和下西洋》在央視熱播，被授予國家精神文明建設「五個一」工程獎；今年中南卡通自主原創的3D《魔幻仙蹤》動畫電影在中國火爆上映後，陸續收到來自意大利、南非、新加坡、韓國等近20個國家和地區播放和發行的訂單。

**獲金鷹獎 引領中國原創動漫**

「中國金鷹電視獎」是國家級的唯一以觀眾投票為主評選產生的電視藝術大獎，中南卡通傾心製作的大型歷史傳奇動畫片《鄭成功》以中華民族英雄鄭成功的傳奇故事為題材，通過動漫藝術手段的加工，生動描述了鄭成功跌宕起伏的一生，實現了對優秀歷史文化資源的成功體現和挖掘，打造了具有里程碑意義的動畫影視藝術精品佳作，一舉獲得第27屆中國電視金鷹獎優秀電視動畫獎。



■全國首家原創主題購物中心——中南購物中心。

吳建榮說，像中南卡通原創的《鄭和下西洋》、《鄭成功》等動畫片都運用了中國歷史著名英雄人物，不僅取得了很好的收視效果，還向青少年傳播了愛國主義的高尚情操，注入成長正能量。中南卡通一直秉承「以創新為核心、以內容驅動產業」的發展理念，始終堅持將每一部作品、每一個產品打造成有利於孩子成長、有利於社會正氣弘揚、有利於中國文化深層次傳播的原則；每一部作品都能讓青少年從動漫作品中汲取積極、向上的力量；每一部動畫作品都充滿藝術的生命力和表現力。

正因如此，中南卡通每次創作的動畫作品都成為孩子們的精神食糧，倍受市場熱捧。成立至今，中南卡通獲得了幾乎是這個行業裡所有最重要的獎項：十大最具影響力國家文化產業示範基地、首批國家重點動漫企業、國家重點高新技術企業等，成為國產動漫的龍頭企業。



■第十一屆全國人大常委會副委員長、原中國科學院院長路甬祥為吳建榮頒獎。



■中組部副部長陳向群調研中南集團黨建工作。

# 傳播中國正能量 引領創新三十年

## 多元拓展 激發新領域活力

「多元化」是中南控股集團最鮮明的創新烙印，吳建榮為中南控股集團的發展注入了一個個創新的基因，以誠信立業的實業精神，創造了一個以「消費需求」為核心的經營哲學。吳建榮認為，市場需求是第一位，隨着中國經濟的發展，緊隨國家產業發展導向，不斷創造消費點、擴大有效需求是企業發展的核心戰略。

中南集團創新開拓的新產業，看似互不相關，實則都指向「消費需求」這一關鍵詞。「隨着中國經濟的發展，國內消費能力肯定越來越強，老百姓在住房、醫療、養老等問題解決之後，就會轉向文化、能源、商貿、科技、金融這些方面，它們將是支撐未來GDP的主要內容。創新行業要首選朝陽行業。」

吳建榮說，多元化還是得先做好主業。今年上半年，中南建築裝飾、幕牆的合同額達到了150億元，增長了36%。主業也要創新，才能生生不息。

### 以文化商貿促動漫產業

卡通與購物結合，是中南尋找到的新的商業模式。如今中南卡通已推出「樂比悠悠」童裝品牌，作為其卡通品牌的又一延伸。「我們希望有一個具體的產品依托，提高消費者對品牌的認可。」中南卡通董事長吳佳透露，未來童裝將在中南卡通衍生產品中佔據重要位置，計劃今年在杭州布點4家童裝專賣店。

吳建榮表示，將在以動漫為主題的中南購物中心基礎上，繼續擴大規模。「目前在建的購物中心就有七八家，今年上半年又拿了地，馬上開工建設。」中南購物中心讓中南卡通多了一個展示、銷售平台，多家卡通體驗店入駐，滿足購物消費的同時，還有高科技體驗項目「樂比堡」等供孩子和家長遊玩體驗。這一模式將在全國推廣。吳建榮看來，這樣的內需消費會越來越大，但是零售業的規模卻遠遠沒有到位。特別是兒童消費市場，每年都以3%的速度在增長。

如今吳建榮在創業三十年始終未離開的杭州濱江區謀劃的「中南商園」已見格局：高檔甲級寫字樓中南國際大廈、中高檔家居賣場、原創動漫主題中南購物中心、在建的「中南溫德姆酒店」和即將閃耀登場的商業綜合體「樂遊世界」等，總面積達50多萬平方米。而「中南購物中心」和即將亮相的商業綜合體「樂遊世界」是吳建榮最引以為傲，這是全國首家以原創動漫為主題的購物中心。

「在電子商務蓬勃發展的今天，體驗式購物一定是商業發展的方向，而我們的購物中心針對以兒童為核心的親子體驗，起到了「1+6」的效果。」吳建榮認為創新模式將使中南購物中心與其他品牌形成差異化競爭，搶佔市場份額。中南控股集團已經在遼寧省遼陽、鞍山、浙江省東陽等地複製這一全新的商業模式。「商業將來必然進行連鎖化發展，我的目標是讓商貿以後至少達到集團份額的半壁江山。」

### 以清潔能源驅動新增長極

2012年，中南控股集團成功收購控股了浙江三億能源科技有限公司51%的股份，並將分別在舟山和湖州兩地上馬能源項目。其中，舟山的石油項目規模為300萬噸。

在吳建榮看來，儘管中南在新能源板塊的起步比較晚，但未來將成為新生主力軍。就在去年8月份，三億能源開始經營石油原材料的海外貿易。

吳建榮表示，十八屆三中全會後，國家放寬了對民企進入能源領域的准入門檻，進軍能源領域是極佳機會；此外浙江舟山群島新區的國家戰略建設也帶來新的發展契機。中南控股集團旗下研發的生物能源，更接近純粹的清潔能源概念。這種新能源，已經被部分地應用在公交系統上，僅2012年的銷售，就達到了100億元。

吳建榮創新的步伐是永不止步的，除了開展基金、融資融券等金融業務外，隨着大數據概念被炒熱，吳建榮也敏銳察覺到其中的商機，與幾位美籍華人一起，投資3000多萬元，研發了中國首家數字廣告電子交易平台「MediaAdx」。其核心是人工智能、金融交易和大數據挖掘，通過打通媒體與企業的關聯，交易廣告位，最終按廣告效果收費。目前，「MediaAdx」平台已經上線試運行。

「中華民族偉大復興必然伴隨着中華文化繁榮興盛。這個時代的中國為中南蘊含了無限發展空間，未來我們將向世界展示更有競爭力，更豐富多彩的中南夢、中國夢。」吳建榮說。



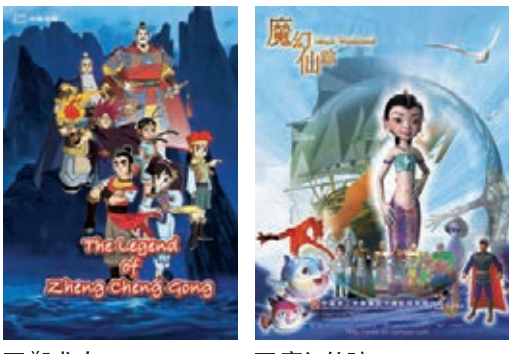
■吳建榮與獲獎浙商合影。

## 一核三網 促中國元素融入世界

早在2010年，中南卡通原創的動漫作品《樂比悠悠》就與台灣MOMO台合作，進入台灣市場。為了在動漫創作上有更大的突破和提高，中南卡通專門聘請了台灣著名漫畫家蔡志忠老師作為藝術顧問，在動漫的藝術創作上給予指導。今年，中南卡通又與網易共同投資開拍蔡志忠3D動畫電影《功夫少林寺》，希望以電影為媒介，讓中華文明在新時代煥發生機，同時也讓社會大眾更加關注傳統文化。吳建榮表示，台灣原創動漫作品的技術水平、包裝營銷策略等都值得大陸文創企業學習，而大陸也有許多優秀的文化企業，創作出了許多膾炙人口的動漫作品。希望通過此次合作能進一步深化兩地文化交流，攜手傳承民族優秀文化，共同促進兩地文化發展。

並與俄羅斯、馬來西亞、文萊、泰國、印度、中東等地區的客戶達成新的購片合作協議，合同交易額81萬美元。同時，中南卡通利用這次與國際同行交流的機會，也與一些國家的製作者、電視台和動畫人才交流討論了合作製片事宜，其中不乏Little Airplane和Rainbow等國際一流的動畫工作室，讓原創國際化步伐又往前邁了一步。

如今中南卡通立足國際、國內動漫市場，以自主知識產權為核心，以品牌塑造為先導，積極打造動漫品牌產業鏈，構建完善的海外內外發行網絡、動漫品牌授權網絡、動漫衍生產品銷售渠道網絡「一核三網」的核心渠道，原創的動畫片已進入70多個國家和地區的播映系統。



■鄭成功。 ■魔幻仙蹤。