**案例呈现：**

近年来，中国的文化软实力和中华文化的国际影响力得到了显著提升。一个突出的例子是中国戏曲、影视剧、网络文学等文化产品的“走出去”战略。这些文化形式不仅在国内受到欢迎，也在国际上赢得了广泛的关注和认可12。例如，丝绸之路国际艺术节、“欢乐春节”等文化交流活动，成功地将中国文化介绍给了全世界，展现了一个可信、可爱、可敬的中国形象。

《这就是中国》节目: 该节目探讨了中国软实力的崛起，强调了中国文化软实力的重要性，以及如何通过文化影响力和感召力来提升国家形象。

文化、旅游与金融合作优秀案例: 文化和旅游部联合其他部门公布了45个文化、旅游与金融合作的优秀案例，展示了金融服务如何促进文化产业和旅游产业的发展。

清华大学的研究: 清华大学对中华优秀传统文化中经济发展与文化繁荣相互促进的内容进行了深入研究，探讨了文化与经济融合发展的经验和启示。

人民网的报道: 报道中提到了习近平同志在《之江新语》中关于文化经济的论述，强调文化与经济的交融互动和融合发展。

一个具体的中国文化产品国际化的成功案例是飞跃品牌的运动鞋。飞跃鞋最初是在1958年在中国注册的商标，经过多年的发展，它已经成为了一个国际知名的品牌。2006年，Patrice Bastian购买了飞跃品牌在欧盟的使用权，随后在Culture Matters（CM）的推动下，飞跃在中国乃至国际市场上重新流行起来。这个品牌的成功展示了中国文化产品在全球市场上的吸引力和竞争力。

另一个例子是茅台酒，作为中国最知名的酒类产品，茅台酒在国内市场非常成功，近年来也开始在国际市场上取得显著成绩。茅台酒通过讲述其历史、发展、品质和服务的故事，成功地将“茅台热”从中国内地传播到全球。这些案例都展示了中国文化产品如何通过国际化战略，提升其全球影响力和品牌价值。

另一个中国文化产品国际化的成功案例是中国网络文学的海外传播。例如，网络小说《全职高手》在中国拥有庞大的读者群体，并且通过翻译和网络平台，这部作品也在海外获得了相当的知名度和影响力。它不仅被翻译成多种语言，还被改编成动画、电视剧和电影，这些衍生作品同样在国际市场上受到欢迎。这个案例展示了中国网络文学如何通过文化输出，增强了中国文化的国际影响力，同时也为中国文化产品的国际化提供了一个成功模板。

**案例分析：**

文化产品国际化：中国文化产品的国际化不仅提升了中国文化的全球影响力，也增强了国家的软实力。通过国际艺术节和文化节等活动，中国文化得以跨越国界，与世界各地的观众进行交流。

文化自信的体现：坚持文化自信是提升文化软实力的关键。中国文化工作者在坚守中华文化立场的同时，积极提炼和展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系

文化与经济的互动：文化产业的发展不仅丰富了人民的精神生活，也成为推动经济发展的重要力量。文化产业的繁荣有助于提升国家的综合国力和国际竞争力。

**教学建议：**

本案例可用于第四节第三目“不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”的教学。

案例教学：利用上述案例，教师可以引导学生探讨如何通过文化产品和文化活动提升国家文化软实力和中华文化影响力。

文化自信讨论：组织学生讨论文化自信对于文化软实力的重要性，以及如何在全球化背景下保持和传承中华文化的独特性。

创新思维：鼓励学生思考如何创新文化产品和服务，以适应国际市场的需求，同时保持文化的本土特色和深度。