

## 第38届世界遗产大会闭幕30个项目被批准进入名录

中国出版传媒商报 6月25日,第38届世界遗产大会在卡塔尔首都多哈闭幕。会议呼吁全球加大对世界遗产的保护力度,在人类活动与自然保护方面达成平衡与和谐。本届世界遗产大会是15日在多哈开幕的,来自包括21个委员国在内的131个国家的1300名代表参加了会议,与会代表对如何保护世界遗产,落实保护各级自然和文化遗产的资金保证进行了讨论,还重点研究了人类行为与保护大自然以及传承人类文化的友好型模式。

大会主席、卡塔尔公主玛雅萨在闭幕式上呼吁发达国家与发展中国家携起手来,共同保护世界遗产,因为

被列入世界遗产名录的项目就是全人类的遗产,保护世界遗产是所有人的责任。本届大会对36项申报世界遗产名录申请报告进行了审议,共批准30个申报项目加入世界遗产名录。到目前为止,全球被列入世界遗产名录的项目总数已突破1000项大关。中国提交的“大运河”、中国南方喀斯特二期以及哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦联合提交的“丝绸之路:起始段和天山廊道的路网”申请报告在本届会议上获得批准。玻利维亚的波托西城、坦桑尼亚的塞卢斯禁猎区也被本届会议列入濒危世界遗产名录。全球被列入濒危世界遗产名录的项目总数为46项。据联合国教科文组织世界遗产中心亚太部主任景峰介绍,本届会议原议程拟对40项申遗项目进行审议,由于越南、葡萄牙、西班牙以及捷克、斯洛伐克在会前临时决定撤回4个申报项目,会议实际审议的申遗项目为36个。本届会议委员会决定,第39届世界遗产大会将于2015年6月28日至7月8日在德国波恩举行。(波)

# 中以文化交流渐深 或将带动经济效益

专访以色列驻华大使馆文化学术及省际事务主任 Zvika Ziv

中国出版传媒商报记者 邹昱琴 王少波

Zvika Ziv说道:“以色列大使馆致力于人与人之间的活动。在这方面,文化是最好的沟通媒介。因此,近年来以色列大使馆在中国开展的文化活动呈逐年增加之势。”

2014年,以色列大使馆已经在音乐、艺术、戏剧领域开展诸多重要活动,未来将会有更多活动。在今年的文化活动中,有两件非常值得一提。

一是今年3月,雅法 GESHER 剧团在北京人民艺术剧院的演出。Zvika Ziv 介绍说,这次演出的剧本是基于一本讲述以色列历史故事的小说。这已经是过去三年来,雅法 GESHER 剧院第3次来到北京演出,演出的持续成功表明了中国朋友对以色列文化的浓厚兴趣。许多人都将特拉维夫看作以色列的文化首

都,这是因为特拉维夫拥有许多文化中心,如特拉维夫歌剧院、弗来德里克·曼恩礼堂音乐厅、国家剧院哈比玛剧院、卡美尔剧院,以及雅法的 Gesher 剧院等。

二是在 Musethica 音乐周上,以色列中提琴演奏家艾维列维维坦和中央音乐学院附中的年轻乐手们一起,在学校、社区和相关机构为残障儿童举办音乐会。这不仅仅是一个文化项目,同样是一次教育与交流,类似这样将以色列的文化和精神带给其他国家的方式并不多见。他们合作演奏了巴赫、维瓦尔第、约克鲍文和韦尼奥夫斯基等人的曲目。音乐会作为 Musethica 音乐周的一部分,在艾维列维维坦、中山音乐堂和以色列大使馆文化教育及省际事务处的共同努力下,在5月21日~24日期间每天举行3~4场演唱会,目的

是将音乐推向各类人群并提供小音乐家们现场演出的机会。据悉,此类音乐会每场不超过30分钟且为非公开形式。

在以色列将优秀的艺术家、画家、舞蹈家邀请至中国的同时,中国驻以色列大使馆也同样致力于此。就像中国的舞团、军乐团演员在以色列庆祝春节,以色列的艺术家也在北京的剧院和艺术展参演或参展,比如“艺术北京”、在中国美术馆进行的“齐物登观”展览等。

出生于以色列的画家 Matan Ben Tolila 主要创作大幅风景画,其作品是将现实与抽象相结合,画作的布景涵盖不同种类和风格的现代构思,包含简单且示意性的元素。其作品《风中的纸片》、《屏-灯塔》、《巨石》均参展了2014年的“艺术北京”。

在中国美术馆进行的“齐物等观:2014年国际新媒体艺术三年展”是2008北京奥运文化项目“合成时代:媒体中国2008”艺术展、2011年“延展生命:媒体中国2011”正式以国际新媒体艺术三年展推出之后,由中国美术馆举办的第三届大型国际新媒体艺术展。该三年展系列探讨在技术时空建构的当代语境下对新型社会文化现象的认知及发展趋势,为国际前沿媒体艺术创作,论述与展示提供了重要的平台。据悉,2014年的展览展出了包括由来自22个国家和地区的65位艺术家及艺术家组合创作的58件作品,其中绝大多数作品是首次与中国观众见面。

值得一提的是,近些年,以色列大使馆不但在北京、上海等中国的大都市逐年增加文化交流项目的数量和频次,同时也在那些并不了解以色列的中国偏远地区加大了交流力度。Zvika Ziv 欣喜地发现,“随着交流的深入,我们发现了越来越多的人愿意进一步了解以色列,他们会提问一些有趣的问题、来看我们的演员,还有的人将自己的孩子送去以色列大学。总而言之,我们在各个领域都



Zvika Ziv

在向前发展。”

在大学层面的交流同样大步前进。今年5月底,清华大学与特拉维夫大学在以色列海滨城市特拉维夫签署《清华大学与特拉维夫大学创新中心协议》,正式启动双方联合建立的交叉创新中心,联合开展创新性研究与教育。交叉创新中心是清华大学与特拉维夫大学以中国与以色列的科技和文化为基础,发挥各自在提升高等教育水平、推动学术进步和跨学科科研创新方面的优势,合作创建的面向未来的全球科技与教育创新平台,旨在有效促进国际教育和科研创新的开展以及原创性科研成果的转化,解决地区与全球重大挑战性课题,满足世界发展的需求。中心还将面向全球聘请致力于创新研究与教育的学者和专家加盟,建立“创新生态圈”,让学者与企业家联手,共同指导学生开展前沿技术创新性研究,并将其转化为尖端科技应用成果。

Zvika Ziv 认为,文化加深了彼此的沟通与了解,文化交流显示出极其重要的作用,因此大使馆为此付出了诸多努力。虽然未来文化或许会刺激经济的发展,带来经济上的收益,但目前它这方面的作用仍不显著。

(上接第13版)

## 农业牵手文创,打造西瓜文创园

在北京,有着被称为“中国西瓜之乡”的庞各庄镇。庞各庄镇地处北京南郊,位于永定河岸经济带,总土地面积约110平方公里,管辖53个行政村,常住人口约5万人,凭借便捷的交通优势和丰富的农业资源,庞各庄现有西甜瓜种植面积近3万亩,已将西甜瓜做成了一个产、销、研相结合的综合产业。

位于庞各庄的北京乐平西甜瓜专业合作社,是集产业化经营、科研开发、实验示范、生产销售、观光采集、农事体验、餐饮娱乐、科普教育为一体的农业综合示范园区,现有会员650户,在全国6个省市建立了3万亩的西瓜生产基地,并取得了国家地理标志保护产品,承担了国家级星火计划“西甜瓜科技服务平台”建设。据悉,基地辐射带动周边3000户农户走上了富裕之路。

作为北京乐平西甜瓜专业合作社理事长,冯乐平认为,品牌和文化是联系在一起。特别是京郊的农副产品,只有有了品牌才有立足之地,而品牌背后是质量的保证,品牌靠山则是产品的文化。比如说大兴的西瓜,从明代成为贡瓜至今已有140多年历史,这样的历史背景要与产品的文化充分联系起来。

### 三优势助力西瓜文创园

据悉,庞各庄镇正在推进中国西瓜文化创意博览园项目,实现农业科技种植园一期开工建设。未来将建成的中国西瓜文化创意博览园,占地2万亩,是一个集观光采摘、休闲养生、科普教育、餐饮娱乐、会议会展、体验互动为一体的综合生态园区。

以创意打造品牌。以庞各庄西瓜为代表的“乐享西瓜”早在明万历年间就已

经成为皇宫贡品,如今更已成为市场公认的品牌。

据冯乐平介绍,现在已经开发出了玻璃礼品西瓜、十二生肖印字西瓜、黑陶西瓜、树脂西瓜娃娃、西瓜王子、西瓜香皂等创意产品,还有诸如和景德镇雕刻大师合作开发的西瓜茶具、面人、由大师制作的“中华第一瓜”等瓜类创意产品,可以说是创意无处不在。创意给北京郊区的农产品注入了品牌和特色,未来将进一步做大做强。创意农业品牌的优势是文化基础好、市场潜力大。而难点在于扩大市场认知。冯乐平认为,通过不同的媒体手段,让大家不断了解,从而促进合作,同时自身突破地域限制,不再各自为战,抱团“取暖”,形成联合会,打造航母,把品牌做大,未来的前景必然可观。

以活动带动人气。通过庞各庄镇“西瓜文化”主题全国漫画大赛和每年一度的大兴西瓜节聚拢人气。据悉,今年的第二十六届北京大兴西瓜节在北京大兴西瓜小镇举行,期间在南中轴路沿线各月季园区将整合资源,举办“爱月季、爱生活”系列活动,包括“月季插花、植物压花”展览体验活动、“赏月季及一分田”体验活动等。

以人才保障发展。冯乐平认为,人才问题和组织体系一直是联合会关心的问题,有了资金才能持续,有了人才才有发展。把不同的专业人才组织起来,形成庞大的专业人才队伍,未来依托产业队伍、技术队伍,加上现在的媒体队伍,全面打造优秀团队。此外,在大兴区御瓜园举办的“中国西瓜文化创意博览园研讨会”上,北京市农委、大兴区政协、庞各庄镇政府、中国西瓜博物馆、中国社科院等机构或部门同样给予了西瓜文创园人才方面的支持。

## 新闻 News

### 首届中意文创产业大会促成战略合作

中国出版传媒商报 6月26日,首届中意文化外交和创意产业大会在北京时尚设计广场举行。大会由中国公共外交协会、中国对外文化交流协会、意大利文化优先协会、意大利驻华大使馆共同举办。中国公共外交协会会长李肇星、外交部部长助理刘建超、意大利文化优先协会主席弗朗西斯科·鲁泰利、意大利驻华大使白达宁及中意双方的专家学者、企业及媒体代表等200余人出席大会。据悉,今后大会将每年在中意两国巡回举行,为两国文化、艺术和产业界人士搭建交流与合作的广阔平台。

大会以文化创意产业为重点,开辟了“时尚与美食”、“银行、创意产业与城市的未来”两个分论坛,围绕双边教育、影视、时尚、美食以及创意产业等领域合作展开了深度探讨。

在两个分论坛上,国际毛皮协会亚洲区荣誉主席邓晓兰、国家开发银行国际合作业务局副局长宋磊、NE·TIGER 品牌创始人张志峰、完美世界(北京)网络技术有限公司副总裁王雨蕴、费列罗中国区总经理张俊芳等各界代表发言。与会代表均赞同,中意之间在文化产业上互为补充,中国应推动民族文化元素

与现代设计的有机结合,在与意大利合作伙伴的相互学习中,逐步形成有中国文化特色的创意设计发展路径。

新背景下两国文创产业将迎合作发展契机。中意两国位于古代丝绸之路的东西两端,前不久双方发布了新的《中意关于加强经济合作的三年行动计划》,为两国各领域合作绘制了蓝图。

意大利驻华大使白达宁认为,文化是一种奇特的经济资源,中意两国都将文化和创意产业当作相互了解和投资的工具。他认为意大利和中国有着相似的宝贵文化遗产,两个国家注定要在文化领域里彼此相容。会上,弗朗西斯科·鲁泰利以“文化与创意对合作与增长的战略意义”为题发言,他认为,中意的友好关系是和平发展的基石,创意产业可以成为当今两国关系发展的契机。李肇星以亲身经历讲述了“中意文化交流:世界文明对话的千年典范”,他认为,要以米兰世博会为契机积极开展中意多元文化交流。

白达宁认为中意两国在上述领域可以展开广泛的合作,希望两国利用文化外交和创意产业增进相互了解,促进两国之间的投资。(王少波)

### 多伦多举办“美丽中国之旅”推广活动

中国出版传媒商报 6月6日,由中国国家旅游局主办的“美丽中国之旅——精彩新丝路”专项推介会在多伦多举办。北京、上海、河南、陕西、宁夏、新疆、内蒙、青海、西藏9个省市自治区旅游部门、国内重点旅游企业代表,以及中加旅游、航空、金融、新闻界等200余名嘉宾出席活动。

随着社会的进步,中国已成为世界第三大旅游目的地,到访加拿大的中国游客也日益增多。近年来中加关系取得长足发展,很大程度上得益于两国在旅游等人文领域的合作不断深化。中国代表认为,借助此次推广会活动,有望进一步加强中加双方旅游业的沟通与合作,使推介会成为中加旅游的推动者,中加文化的传播者,中加互利友好合作的实践者。

### “意会中国”作品展在京开幕

中国出版传媒商报 6月25日,作为2014年中印友好交流年的重要内容,由文化部主办,中国对外文化集团公司中国对外艺术展览有限公司承办的“意会中国——印度艺术家来华采风创作活动”作品展在北京通州开幕。

据悉,2012年创办的“意会中国——南亚艺术家来华采风创作”活动,使更多中国与南亚的艺术家得以面对面交流、坦诚对话。2014年是“中印友好交流年”,作为交流年的重要内容,印度艺术

据介绍,把新丝绸之路游作为“美丽中国之旅”活动的重要组成部分,是希望更多加拿大人民到中国实地了解中华文化精华,尤其是少数民族及地区独特的人文景观和历史,了解中华各民族的勤劳、智慧和勇敢。加拿大代表表示将支持加中两国进一步深化旅游合作,期待更多中加民众相互往来观光游览。

此次推介会由国家旅游局组织,6省政府和旅游企业参与,全面展示新丝绸之路等自然和人文景观以及沿线精品旅游线路。代表团还先期开通旅游推广在线平台,并通过加拿大各大旅游专业渠道和社交媒体,扩大宣传范围和力度。据悉,这是代表团北美之行的第2站,也是近年来在加拿大举办的最大规模中国旅游宣传活动。(王少波)

家来华采风及其创作的作品已成为文化的载体,为两国架起了友谊的桥梁。

印度国家美术院应邀选派了拉姆·维兰詹、扎加尔·扎胡尔、兰迪尔·辛格·帕塔尼亚、曼珠莎·刚古力、K.G.巴布等5位优秀中青年画家来华。在华期间,艺术家们先后赴北京市、山西省大同市及周边、河北省张家口市等地采风、写生、交流。此次展览共展出艺术家们来华后创作的30余幅作品。展览将持续一周。(王少波)

(上接第13版)

湖南图书城4楼的“阅读花园”,由湖南新华书店集团投资创立,提供中餐西点、咖啡茶饮、创意讲堂、充电阅读、宽带无线等服务项目,已在长沙市取得了较大影响,经营状况良好。目前,湖南图书城还准备在书城3楼打造300平方米的“红酒庄”,提供阅读、休闲、品酒等服务。此外,像福建新华书店各门店主推的茶叶,四川新华文轩主打的创意瓷器、红茶,北方图书城主打的创意日记本等产品,都在各自书店有着不错的销售。

### 要保证文创产品独一无二

“书城引进的文创产品要有个性,要有首创性,要独一无二。”王虹觉得。山东京广传媒股份有限公司副总经理孙唯芬也认为书城引进的文创产品尽可能做到一次性销售,卖完就不要再进货,要通过甄选新品,来保持对读者的持续吸引力。从这点来看,文创产品的引进对书店来说是个考验。

对于文创产品的选择,精挑细选必不可少。为了引进更好的创意产品,刘政屏曾经和同事们特地去了趟江西省景德镇,在实地考察之后,为合肥市店引进了一批新的瓷器品种,实现了较好的销售。通过同样的实地考察,合肥市店还引进了福建的绢扇和安徽省阜南县的柳编等带有明显地方特色的文创产品。“绢扇代表着一种民俗文化,拥有不同的样式、材质,还有一些扇形工艺品,引进的几万元产品,全部实现了销售。”王虹介绍道。合肥市店在考察走访中,还发现了一些大学生设计的产品,比较新颖,引进后销售较好。

对于文创产品的引进,南京午夜艺术设计有限公司总经理张兴介绍了先锋书店的3种渠道:首先,通过文创展会了解,或者到广州、北京等文创产业发展较好地区考察,引入产品;其次,书店代理销售一些大学生创业设计的文创产品;第三,自主设计相关产品。“我们成立了南京午夜艺术设计有限公司,专门生产文创产品,并注册了‘独立先锋’的商标,目前有6个专职设计人员,进行设计制作。目前先锋的文创自有产品已占到50%以上。”张兴介绍道。

而 Pageone 书店的海外订货渠道则为其经营创意产品带来了得天独厚的优势。“超过20%的产品都由书店香港地区的采购团队在海外采购,另外70%的产品主要是和国内的设计公司合作,在全国范围内采购。”pageone 的中国区总经理刘贵介绍道。据了解,该店在引进文创产品时注重品牌,搜罗了包括像意大利的笔记本、广州的鼠标垫、进口的加湿器等创意产品,且每三个月统计产品的销售情况,以优胜劣汰。

## 声音 Voice

文创产品是文化、文化产品的延伸。书城经营的是图书,是文化也是文化产品。仅从图书延伸出来的文创产品就有很多,如马克杯、T恤衫等,甚至一些培训服务等。此外,适合书城引进的文创产品还包括,像京广书城推出的京广少儿院线,引进的博佳机器人俱乐部,正在收集的明信片、小杯子,比较时尚的个性设计产品等。书城的文创产品市场很有挑战性,一批货卖完就不进货,尽可能做到一次性,将文创产品做成收藏品、收藏品、个性品,通过不断新颖的产品吸引读者,对于一些常备的产品而言,由于没有创新力,自然也就缺乏市场。——孙唯芬

目前书店的文化产品销售很好,未来将有很大的发展空间。对于文创产品的引进与经营,首先要选择对路,要了解读者需求;其次要做好选择,不能供货商提供什么就接受什么,需要跟供应商进行协商,根据书店的想法推出更多创意产品。——刘政屏

作为文化经营者的书店,在研发文创产品时,通常能够立足于文学、艺术家,推出的产品天然带有文化属性,书店只要有想法,立马就能和文化有所联系,更具文化内涵。同时,书店与很多的设计师都有着密切的合作,与当地的媒体也有合作,具有明显的渠道优势。——张兴