

韩国仁川广城市文化旅游推介会在郑州举行

中国出版传媒商报讯 8月3日,韩国仁川广城市文化旅游推介会在郑州举行,韩国仁川广城市市长刘正富,河南省旅游局局长寇武江等出席推介会,来自韩国仁川广城市旅游发展局、河南省十八个省辖市旅游局及旅游业界代表参加了推介会。推介会上,刘正富代表仁川市政府发表致辞。他表示,仁川广城市是韩国最具知名度的旅游城市之一,正在创造韩国的“未来之城”,是韩国走向世界的交通要

塞,尤其是作为亚洲最大机场之一的仁川国际机场,被誉为“绿色机场”。仁川广城市旅游资源、产品各具特色,引人注目。近年来,旅游业正日益成为广城市重要的经济支柱产业。

2012年11月29日,河南省与仁川广城市正式签约,缔结为友好城市。友好合作关系确立以来,双方互动频繁,本着平等互惠的原则,在航空经济、航空枢纽建设、经贸、旅游、科技、文化、教育、环保等各方面进行了多种形式的交流与合作,实现了共同繁荣发展。

(春 蕾)

(上接第13版)

其中,2015年3月,在上海举办的“创意英伦”盛典,可以说是英国创意产业最高成果展示。在盛典上,超过500家在创新科技、设计、电影、教育、医疗保健和奢侈品行业领军的英国公司的展示告诉中国观众,英国创意是如何帮助商业创新和经济增长的。

此外,苏格兰NVA推出的大型项目,将奔跑、创新型灯光技术、音乐和精心编排的集体运动融合在一起,创意出非同凡响的人体艺术形式,将公众艺术带到一个全新的高度。

主办方意识到,中国有庞大的手机用户群体。英国文化季非常注重对数字载体活动的设计和创意。2015年5月,“遇见英伦音乐”(UK Music on the Go)在广州、南京、重庆、北京、上海、武汉六个城市展开。项目期间,这些城市的公交车及校园媒体上,推出10个展示英国的新生代乐队和具有代表性歌曲的歌词,并配以活动二维码。公众可以扫码听歌、了解乐队,并有获取参加英国的Bestival音乐节的机会。主办方认为,通过这种新媒体设计的交互式活动,能够激发公众对音乐的热情,进而使他们成为艺术创作的一部分。

而在广州举办的“听见,城市的瞬间”(Sitting Still Moving)的项目是一个融合了公共艺术和高新科技的参与性艺术活动。广州市民可以随着有轨电车游走,透过窗户窥见整座城市。但对乘客而言,窗外的城市是安静的,他们听不到外面流光溢彩的世界里嘈杂的声响,而是通过耳机中播放的音乐和旁白,了解沿线建筑与人的关系,仿佛在欣赏一部讲述广州城市生活的电影。

马昌认为,科技与艺术的联姻早已有之,前者为后者插上了想象的翅膀,从电影到视觉艺术,一概如此。在数字科技的应用上,英国有很多成功的先例。而此次通过以“创意”为核心的英国文化季,为中国公众带来了英国文化的另一面,体现出在传统的复兴以及科技与艺术的融合。

中国文化季

展示中国“创意”最新成绩

7月20日至25日,中国国家话剧院在伦敦莎士比亚环球剧院演出了中文话剧《理查三世》,以中国式哲理思维重新诠释了莎翁剧作,掀起了中国文化季表演艺术的序幕。8月4日,中国正式接过文化季“接力棒”,将通过戏剧、音乐、舞蹈、设计、时尚、新媒体等多种形式,向英国公众介绍当代中国的文化创意。

据蒲通介绍,中国文化季的活动,包括设计创意、产业合作、培训合作、媒体等板块。

时装周、电影节、摄影大赛,围绕“创意”,活动形式多样。其中伦敦秋季时装周“创意中国·风尚上海”上海时装周特别活动将在9月中旬开展,这一活动通过跨界艺术展览的创意方式,打造从视觉到感官的立体审美空间,中国时装设计师与艺术家在伦敦将演绎一系列融合中国先锋时尚与当代艺术的作品,大力促进两国创意设计力量的互动和交流。

以“创意中英·微影寻梦”为主题的中英微视频创意节,将贯穿整个中国文化季,该活动将在爱奇艺、YouTube视频平台呈现约150部(中英各75部)最具创意的微视频作品,并通过公众网络评选、专家评审的方式确定优秀获奖作品。活动创意契合中国文化季“创意中国”主题,展现中国年轻一代在新媒体领域的创意能力和水平,并为专业机构发现优秀人才和优秀作品。此外“美丽中国”手机摄影大赛、爱丁堡电影节“中国电影日”等也会于创意节期间举办。

项目落地,培养企业“潜力股”。深圳(爱丁堡)国际创意产业孵化中心也将在英国启用,该中心由深圳市政府和爱丁堡市政府支持,旨在利用两个城市在创意产业和科技创新领域的优势地位,鼓励两地创新领域的小微企业拓展海外市场,服务和孵化小微企业,挖掘有潜力的企业和项目进行投融资服务,从而提升两个城市在创意产业领域的国际竞争力。

据了解,在整个中国文化季期间,不管是表演艺术类活动,还是产业合作、培训合作、媒体类活动,均围绕“创意中国”主题,并通过一系列的文化艺术展示与交流,加深英国民众对中国文化的理解,为中英双方的艺术家、艺术机构、创意企业搭建平台,推动双方在文化和创意领域交流与合作的深入、多层次和可持续发展。

网络歌曲黑名单 张震岳等歌手120首歌曲在被禁之列

中国出版传媒商报讯 为加强网络文化市场监管,净化网络音乐市场,促进网络音乐市场的规范有序发展,文化部近日公布了一批网络音乐产品黑名单,要求互联网文化单位集中下架120首内容违规的网络音乐产品。拒不下架的互联网文化单位,文化部将依法从严查处。张震岳、黄立行、Mc Hotdog、罗百吉等知名歌手的部分歌曲也在被禁之列。

近期,文化部部署开展了对内容违规的网络音乐产品的集中排查工作,共排查出120首内容存在严重问

题的网络音乐产品。这些网络音乐产品含有宣扬淫秽、暴力、教唆犯罪或者危害社会公德的内容,违反了《互联网文化管理暂行规定》第十六条的规定,已被列入网络音乐管理黑名单,任何单位和个人不得提供。

据文化部文化市场司有关负责人介绍,近年来,文化部持续加强对网络音乐市场的监管,部署了多批次违规网络音乐经营活动的查处工作,依法查办了一批重大案件,有力地净化了网络音乐市场,规范了网络文化市场经营秩序。本次将依法认定的120首内容违规

■陈平(国际民间艺术组织IOV全球副主席)

1.重视运用公共关系,塑造国家文化形象,做好中国的PR(public relations)。当代世界需要塑造偶像,通过包装手段塑造文艺名人形象,展示国家整体文化形象。具体说来其可以通过两种方式实现。第一,文化名人形象塑造和包装。李小龙的出现结束了欧美银幕上中国人东亚病夫的形象,而与之相伴的中国功夫(Kungfu)受到欢迎,说明文化偶像对国家软实力起到非常重要作用。第二,国家领导人塑造包装。以英国皇室为例,通过形象包装,激发了民众对英国文化了解的兴趣。2011年威廉王子婚礼直播收视率占了全球电视四分之三,观众达到40亿人次,给整个英国经济贡献5亿英镑收入。2014年英国迎来3000万国际游客,旅游收入达到160亿英镑,这是国家整体包装带来的文化产业发展与输出。

2.以每个城市特有产品打造国家文化旅游形象。尽管知道意大利有小偷,西班牙很多服务设施很陈旧,但为什么还有很多游客趋之若鹜?因为它们的历史和文化。中国的世界遗产和旅游景点众多,但景点之间相对孤立,原有的生活形式被破坏,乃至千城一面。例如,几乎所有的景点都售卖一模一样的旅游工艺品,粗制滥造,卫生设施不够干净,游客不能深入体验当地文化特色。因此,必须提高景区的服务能力,通过创意提炼出地方特色,让每个城市都有独特的产品销售。

3.出版物需要“走出去”。更多像商务印书馆

文化也要包装 “一带一路”中的文化表达

这样的中国品牌出版社可以联合世界各大高端出版社,发行与中国哲学、文化相关的书籍,通过多种语言的传播,占领世界图书出版市场,通过图书的形式,让世界更多人了解中国文化。

4.鼓励民间文化外交。建议民间文艺团体“走出去”,通过参加世界各国不同民间艺术节的交流互动方式,传播中国文化艺术,使其形象深入人心。人人都是民族的形象大使,人人都是国家的外交大使,我国应该鼓励民间外交,从而更广泛传播文化。

5.重新塑造中国餐饮文化。尽管中国一直强调“民以食为天”,且讲究色香味美。但通过调查发现,装饰简陋、食材廉价、不讲究情调、厨艺粗糙等成为中餐馆在各国的形象。因此,打造中国餐饮文化,最重要的是重新塑造海外中餐的形象,建立世界中餐标准体系,打造高端中餐饮食文化。食材透明,强调中餐营养学,注重餐馆环境,或许是打造餐饮文化的第一步。

6.电影工业需要高水准。好莱坞拍摄的《功夫熊猫》和《花木兰》对中国的功夫、哲学、历史传奇的传播,有很大的促进作用。反观中国自身拍摄的动画片,除了《大闹天宫》外,有世界影响力的很少。再如日本,其动漫占全球60%份额。日本动漫及衍生品的收入,已经成为其重要支柱产业。因此,中国电影工业需要提高水准,可以借助好莱坞等国际电影行业的先进力量联合拍摄中国题材的电影。

7.以民间手工艺打造中国式时尚。2011年10月,国际知名奢侈品牌爱马仕与贵州太阳鼓苗侗服

点击

“创意英伦”盛典 将为英国经济带来1.5亿英镑回报

2015年3月2日~4日,在上海举办的“创意英伦”盛典是英国文化季的重头戏之一。“创意英伦”盛典聚焦英国充满活力的创意产业,在创新、娱乐、医疗保健、时尚、设计、科技、教育等领域展开讨论和剖析,为中英开展创新合作创造了良好的契机。

为期两天的盛典,使中英两国在电影、电视、医疗健康和旅游方面达成多个合作伙伴关系,成果丰硕。英国贸易与投资部指出,盛典预计将在未来五年为英国经济带来1.5亿英镑的丰厚回报。

其中旅游业的成果有:2015年夏天,由伯明翰机场、海南航空和凯撒旅游联手打造的北京至伯明翰的17次往返航班,将为伯明翰和整个英格兰中西部经济注入蓬勃生机,并将开启更多中国往返伯明翰的长期航班计划的序幕。根据英国洲际酒店集团(IHG)的一份报告,英国经济也将进一步从蓬勃发展的中国旅游业中获益。预计到2023年,中国游客在英国的消费将较日前增加425%,达到42亿英镑。

电影和电视业的成果有:中英签署了电影合作制作协定。该协定为两国的电影产业合作提供丰富的机会,让高质量的中英合作电影获得两国国内的多种支持,包括融资渠道多元化和上映审批便捷化。此外,大英博物馆、中国中央电视台和数字媒体机构新雅迪传媒将联手打造纪录片《神奇的博物馆》,并发布支持APP——Magic M,让观众尽情领略大英博物馆里最热门藏品的风采。此外,BBC环球和大众控股有限公司旗下的全资子公司



Smart English已宣布将在中国正式推出一系列学习中心,首个以CBeebies为主题的英语学习模式将在2015年中期于上海推出。

在医疗健康领域,位于牛津的Phynova公司所研发的传统中药,获得了英国药品和健康产品管理局的批准,这是传统中药第一次获得英国市场准入许可,预计将在未来5年创造1500万英镑的巨大市场。

在电子商务领域,英国皇家邮政宣布在阿里巴巴的天猫全球电子商务平台上推出一家新网店,为英国的零售商和出口商提供一条销往中国市场的快速便捷通道,与中国消费者实现直接互动。(蔡 蕾/编译)

动态

的网络音乐产品以“黑名单”形式公布,将进一步增强网络文化市场监管的针对性,同时也给互联网文化单位内容自审提供了准确的“靶子”,便于企业将违规产品定向清除,明确底线,加强服务。

与此同时,在公布网络音乐产品黑名单的同时,文化部已着手部署对违规网络音乐经营活动的查处工作,凡拒不下架黑名单所列网络音乐产品的,文化行政部门和文化市场综合执法机构将依法从严查处。(晓 明)

海外新闻

中国出版传媒商报讯 由中国文化部、俄罗斯联邦文化部和俄罗斯驻华大使馆共同主办,中国对外文化集团公司和俄罗斯AIF国际文化交流公司承办的2015年“俄罗斯文化节”将于8月至11月在北京、上海、重庆、西安、深圳等中国多个城市举行。

据悉,中俄两国从上世纪90年代开始定期互办文化节,尤其是2006年和2007年两国文化部在“国家年”框架内互办文化节后,两国互办文化节活动已呈机制化。2015年“俄罗斯文化节”中,中俄双方商定的政府支持项目12个,涵盖音乐、舞蹈、戏曲、大师班及舞台艺术对话等领域。俄罗斯文化部还将与中国各地方合作,通过民间或商业渠道举办丰富多彩的文化活动,使总活动场次达到51场。

文化节首场演出“天场之夜”——中俄巅峰爵士音乐会已于4月3日在京举办,其余项目将于8月至11月底陆续举办。其中,8月12日在北京喜剧院举行“致敬·青春——纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年”文艺演出。该演出由中俄两国200余位演职人员联手打造,是两国文化部今年在华举办的规模最大的纪念抗战胜利70周年文化活动。

据了解,2015年“俄罗斯文化节”的活动安排,既有古典音乐的普及和培训,也有流行音乐、民族音乐的交流碰撞,还有青少年间的交流和专业性深层次对话。今年“俄罗斯文化节”有三大特色:一是参演的俄方艺术团体重在向中国观众展示俄罗斯的当代艺术;二是创造更多中俄艺术碰撞与对话的机会;三是着眼于未来,更加注重两国青年才俊间的交流。(文 又)

中国出版传媒商报讯 8月10日,新西兰首都惠灵顿政府在新西兰国家博物馆举办深圳文化周启动仪式。来自深圳艺术团演员在启动仪式结束后为惠灵顿市民奉献了一场包括杂技、魔术和舞蹈在内的演出,吸引数百名市民到场观看。除启动仪式后的演出外,深圳艺术团当天还在国家博物馆举办另一场演出,观众是来自惠灵顿多所学校的300名中小學生。惠灵顿市政府方面表示,深圳艺术团的表演向惠灵顿学生展示了中国文化的魅力,增进了中新青少年之间的了解。

惠灵顿市市长西莉娅·韦德布朗在深圳文化周启动仪式上表示,惠灵顿和深圳均为移民城市,两城市在商业、文化、体育和艺术方面都有密切的联系,期待与深圳展开更紧密的城市联系。深圳文化周期间,《北京纽约》、《全民目击》、《熊出没之夺宝奇兵》三部深圳电影还将在惠灵顿市内多个场所进行展映。(春 蕾)

新西兰首都惠灵顿举办深圳文化周