

“一带一路”刷屏京交会

——第五届中国(北京)国际服务贸易交易会侧记

本报记者 叶飞/文 陈曦/图

5月28日至6月1日举行的第五届中国(北京)国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)上,“一带一路”成为最热关键词。无论是人头攒动的文化创新专题展区,还是各类主题的论坛会议现场,“一带一路”“丝绸之路”总是挂在人们嘴边。

京交会组委会提供的数据显示,本届京交会期间举行了6场国际论坛、9场中国省市专题活动、28场境外国家和地区专题活动以及91场行业专题会议洽谈活动。洽谈交易活动包括境外国家和地区主题日、省市区主题日、行业推介洽谈等。其中,行业大会及行业推介洽谈围绕“一带一路”主题系列活动、科技服务、电子商务服务、文化贸易等展开交流研讨、趋势发布、政策解读。

本届京交会共吸引120个国家和地区办展、办会、参会,其中“一带一路”沿线国家和地区46个。随着京交会搭建的贸易平台日渐赢得国际影响力,来自外方的反馈也越来越积极。

本届京交会的主宾国是巴西。巴西工业、对外贸易和服务部部长马尔克斯·乔治·利马说:“我们对本次京交会有三方面的期待,首先,我们希望扩大巴西服务业出口,我们安排多个巴西企业进行推介,他们或是已经在中国开展业务,或是拥有和中国企业合作的潜力。其次,我们希望吸引更多中国企业到巴西投资,尤其是旅游和基础设施领域。再次,我们希望利用京交会平台展示巴西的多元文化。”

法国驻华大使馆商务投资参赞范迪博高度评价中国在国际文化交流方



巴西展商在本届京交会上为客户介绍项目

面为世界作出的贡献。“我们曾认为文化和商务是相互平行的两个领域,但二者实际上有着紧密联系。法中两国企业在文化创意、增强现实和虚拟现实、音乐等诸多文化领域,都有相当大的商业合作潜力。”据介绍,10家文化创意领域的法国企业参加了由法国驻华大使馆和北京数字创意产业协会联合打造的“中法文化事业交流平台”,与多家中国企业交流互动,探索合作可能。

爱尔兰是第二次参加京交会。爱尔兰大使馆经济主管谭墨森说,人们提到爱尔兰就会联想到踢踏舞,在爱尔兰国家展台,人们能看到爱尔兰在服务领域的优势。“我刚刚在展会参观,看到中国大部分的省市区在会场设有展台,通过京交会的平台将各自的服务、产品推广至全世界。我也希望通过本次京交会,将爱尔兰优质的服务介绍到中国,借此扩大爱尔兰的影响力,并促进两国文化交流、服务贸易合作。”

“柬埔寨作为‘一带一路’重要的支点国家,已经做好了多方面准备。去年5月,洪森首相应邀参加了中方举办的‘一带一路’国际合作高峰论坛,这标志着柬埔寨愿意积极地参与中国的‘一带一路’建设。”柬埔寨王国驻华大使馆商务公使衔参赞铁弓说。

泰国驻华大使毕力亚·肯蓬说:“目前泰国政府正在推动泰国4.0的经济发展模式,旨在将泰国经济转变为以高附加值为基础的创新和服务驱动型经济。这与习近平主席高瞻远瞩的‘一带一路’倡议是互补的。”

来自立陶宛的“优诺公园”是波罗的海地区最大的游乐园设计设备公司。该公司2013年进入中国市场,目前已有6个项目在中国落地。其中国商务拓展代表照娜表示,正是“一带一路”倡议给该公司的发展带来了新的机遇和市场。“因为‘一带一路’,东欧国家的企业越来越多地参加京交会这样

的展会活动,希望大家展示我们的优势。立陶宛有280万人口,却有20个的市场可能容纳10万个类似主题公园。这是我们不能错过的机会。”

除了政府和企业,中外专家学者也是有所备而来。作为本届京交会的重要板块,5月30日举行的“国际文化贸易创新发展论坛”上,来自中国、法国、俄罗斯的多位专家学者与企业界探讨“首都核心功能”背景下构建文化贸易新格局的有效路径,为中国文化走出去建言献策。

6月1日举行的“新时代:构建文化贸易发展新格局”——第十二届国际服务贸易论坛不仅总结改革开放以来中国文化贸易发展取得的成就和经验,论坛上发布的《中国国际文化贸易发展报告2018》《首都文化贸易发展报告2018》以及“一带一路”沿线主要国家文化市场研究系列丛书更为国际服务贸易企业特别是文化企业提供了政策解读、理论创新与实践经验借鉴。

此外,文化创新专题展区汇集了近年来北京文创企业走出去的样板企业。北京工美集团有限责任公司展示了曾亮相“一带一路”国际合作高峰论坛的作品《丝路绽放》雕漆赏盘、《和合宝鼎》珐琅器,吸睛无数。值得关注的是,中演演出院线发展有限责任公司作为本次京交会演艺板块的主办方之一,携“丝绸之路国际剧院联盟”亮相展区。丝绸之路国际剧院联盟是由中国对外文化集团公司发起成立的大型多边性国际化演艺产业平台,据了解,目前已有87家成员单位(含2个大型国际组织),成员所在国覆盖33个国家和地区。

交流资讯

第四届中法品牌高峰论坛在巴黎举行

本报讯(驻法国特约记者袁定)5月24日,第四届中法品牌高峰论坛在巴黎市政厅开幕,周大福、联想、阿里巴巴、华为、卡地亚、万宝龙、蓬皮杜艺术中心等中法品牌和文化机构代表悉数亮相。

论坛围绕品牌发展进行了主旨演讲和深度对话。在“文化·品牌”主题环节,中国驻法使馆文化公参李少平、联想集团副总裁姚映佳等进行了精彩的分享和讨论。李少平在讲话中强调,文化是品牌的内核,每个品牌都根植于不同的文化土壤中,要实现品牌的培养,就必须与相应的文化相结合。中国政府越来越注重打造“品牌”,于2017年正式将每年5月10日设立为“中国品牌日”。这无疑释放了

一个强烈信号,即在中国经济转型升级的重要时刻,在全球价值链向上攀升的过程中,品牌创建起着极为重要的作用,这是中国的新挑战,更是世界的新机遇。此次论坛还围绕工艺、品牌、设计、品牌、构建中法桥梁三个主题进行了全面剖析。

中法品牌高峰论坛由早安上海、法国展望与创新基金会发起,巴黎市政府、中国质量万里行促进会、巴黎艺术工作室、法国圣埃蒂安设计之城以及法国工业设计署为官方支持单位,是中法两国间以创意设计和跨品牌合作为主题的国际交流平台,旨在通过法国设计和中国企业间的合作,为中国品牌的升级和全球化赋能。

西雅图上演《国粹绝技荟萃》



《国粹绝技荟萃》晚会精彩纷呈

本报讯5月12日至13日,由华盛顿州亚太文化中心与全美龙宇戏曲变脸艺术学院共同主办的《国粹绝技荟萃》晚会在西雅图上演。京剧梅派男旦第三代传承人胡文阁、央视戏曲频道主持人赵保乐和四川成都川剧研究院的艺术家们带来了变脸、滚灯、木偶、手影表演、茶艺表演等节目;旅美京剧艺术家吴小妹和何兵带来京剧摇滚《迎春曲》;旅加京剧艺术家姜迺迺带来了京剧《扈家庄》选段。海内外戏曲艺术家同台演出,精彩展现中华优秀传统戏曲文化。(欣闻)

共同主持了晚会;胡文阁表演了京剧《霸王别姬》选段;旅美变脸艺术家龙宇和四川成都川剧研究院的艺术家们带来了变脸、滚灯、木偶、手影表演、茶艺表演等节目;旅美京剧艺术家吴小妹和何兵带来京剧摇滚《迎春曲》;旅加京剧艺术家姜迺迺带来了京剧《扈家庄》选段。海内外戏曲艺术家同台演出,精彩展现中华优秀传统戏曲文化。(欣闻)

2018中国·第二十届草原文化百家论坛举办

本报讯(记者张涛)2018中国·第二十届草原文化百家论坛日前在内蒙古自治区呼和浩特市举办。论坛以“汇集当代英才 服务草原文化”为主题,旨在为草原文化人才的当代应用、乌兰牧骑艺术事业繁荣发展等提供学术支持。

本次论坛由内蒙古草原文化保护发展基金会主办,由“永远的乌兰牧骑”“现代能源经济和生态

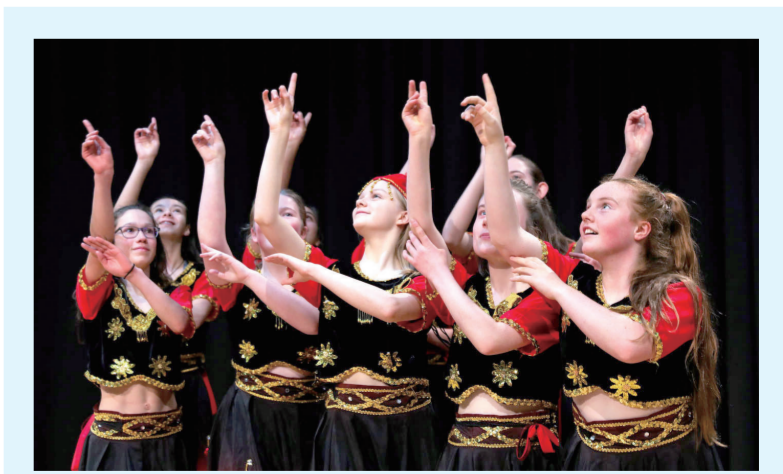
综合治理”及“阿尔山论坛”第四次筹备会等专题分论坛组成。论坛汇聚了中国、美国、英国、奥地利、韩国、日本、哈萨克斯坦及蒙古国的专家、学者、艺术家、企业家等250多位嘉宾。与会者为内蒙古自治区的现代能源经济和生态综合治理建言献策,从不同角度提出了具有理论意义和应用价值的建议和观点。

“我的家乡在陕西”国际交流活动西安启动

本报讯(驻陕西记者秦毅)5月31日,由中国国际文化交流中心、中国商业联合会、丝绸之路国际总商会、陕西商业联合会、土耳其华商会等共同主办的“一带一路”文·商万里行之“我的家乡在陕西”国际交流活动在陕西省西安市启动。

“我的家乡在陕西”国际交流活动从今年初开始筹备,旨在推动陕西特色文化和优秀企业走出去,

引进世界各国优秀文化和产业落地陕西,进一步促进陕西与世界各地的文化交流与商贸合作。按规划,陕西文化界代表、优秀企业家代表将于今年8月前往土耳其和阿塞拜疆进行文化交流、商贸合作投资洽谈,探访丝绸之路古遗址,共话丝绸之路新合作。主办方有关人士表示,希望通过对外文化交流积极寻求发展新模式,促进陕西对外文化交流及商贸合作。



5月23日,中国国防大学军事文化学院代表团走进新西兰维多利亚大学孔子学院旗下的塞缪尔·马斯顿学校孔子课堂为观众带来了一场别开生面的文化交流演出,拥有百年历史的塞缪尔·马斯顿学校的“中国文化小使者”也为观众献上精彩舞蹈。图为塞缪尔·马斯顿学校11、12年级女生在表演新疆维吾尔族舞蹈《摘葡萄》。

本报驻新西兰特约记者 张健勇 摄

今年23岁的留学生珍珠来自哈萨克斯坦第一大城市阿拉木图,她从小梦想就是到中国学习和生活。她的哈萨克斯坦名字翻译成中文,恰好是“珍珠”的意思。

在山东理工大学专门学习了两年中文后,2014年珍珠如愿来到了位于黄海之滨的中国石油大学(华东)读石油工程专业,从此与美丽的海滨城市青岛结缘。

珍珠的父亲希望她回国后也能从事石油行业。但她有一个属于自己的梦想:利用在中国的所学,回哈萨克斯坦开办一家教育机构,一方面提高孩子们受教育水平,另一方面为愿意到中国留学的学生提供更多便利。珍珠充满期待地说,期待中国和哈萨克斯坦之间有更多文化、教育交流。

图为珍珠(左一)在中国石油大学(华东)大学生活动中心练习书法。

新华社记者 郭静雷 摄



在贝宁赴一场“故宫文化嘉年华”

本报驻贝宁特约记者 房益发 盛华

提到故宫,近年来人们脑海里常常浮现做着各种卖萌表情的皇帝、故宫里的奇珍异宝以及由故宫里的一草一木衍生出来的文化创意产品。这些产品使故宫成了人人喜爱的“网红”,吸睛无数,受到各年龄层民众的极力点赞。文化创意产品使故宫的大门真正向民众打开,曾经令普通百姓敬而远之的皇家宫殿藏品,仿佛瞬间走到了人们身边。近日,故宫文化创意产品远渡重洋,来到了非洲贝宁与观众见面,让当地民众也感受到了故宫文化的魅力。

5月25日,由中国驻贝宁大使馆文化处、贝宁中国文化中心、中外文化交流中心、故宫博物院联合举办

的“故宫文化创意产品国际综合展”亮相贝宁中国文化中心。此次展览以“千里江山”为主题,展出故宫文化创意产品逾280件,分为故宫玩偶、书画、宫廷饰品、服饰、居家摆件、瓷器、文具等板块,围绕王希孟的《千里江山图》设计出来的衍生品不仅突出了文物的历史性和知识性,其接地气的表现形式也让公众更易接受。展览通过现场文创产品实物展示与《故宫100》视频播放全面立体地将故宫展现在观众面前,结合现场讲解,对中国传统文化在百姓生活中的重要意义进行了诠释。中国驻贝宁大使彭涛表示,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉,树立文化自

信,文创产品良好的桥梁和纽带。希望通过本次活动展现中国传承与创新的时代精神,进一步促进中贝两国间的文化交流。

当普通的小物件被赋予文创的灵魂,它就变得不再普通。一个小小的钥匙扣、一枚头簪、一个布贴,都能让人感受到文创的无穷魅力。“皇帝御猎便签夹盆栽”融合了皇帝人偶形象、便签夹、盆栽三个元素,小小的盆栽长出绿植让一个本无语言的产品活灵活现,不由让人想到了皇帝在宫里散步并读着诗书的情景。故宫猫摆件、贴纸和书签深受贝宁孩子们的喜爱,看着萌萌的猫咪图案,孩子们也跟着摆姿势、做鬼脸,仿佛在说:“看看咱们谁更萌?”“十二美人钥匙扣”的设计元素来自故宫博物院珍藏的《雍正十二美人》图,每位观众都可以在其中找到自己心仪的美女。最让人难以置信的是“紫禁城营造胶带”,不仅可以贴在化妆品、水杯、手机上,胶带上还包含了建造紫禁城所需的所有元素,从城墙到宫门到琉璃瓦,用它可以拼贴出一个紫禁城。“清宫系列真丝团扇”也十分吸睛,古代名画“跃然扇上”,拿在手上扇风都带着文化的韵味。本次展出的“朕亦甚想你”“朕心寒之极”等有皇帝“语录”的折扇、

精美手账、润泽的仿古花瓷器、缟芳系列时尚包等,也让贝宁观众目不暇接、爱不释手。贝宁旅游、文化与体育部长代表、文化遗产司司长博尔纳·卡罗尔说:“我前不久去中国参加了非洲国家文物修复培训班,并参观了故宫和北京服装学院民族服饰博物馆。当我看到这些源于中国古老文化的文创产品时,对中国人民的智慧和创意赞叹不已,希望贝宁人民能多多借鉴和学习中国文创产品的发展经验。”

此次文创产品展示活动由中国文化和旅游部策划,是“中国文创产品展示周”的重要活动,文创周从5月10日开幕,持续至6月30日,在全球35家中国文化中心联动推出。“中国文创产品展示周”是海外中国文化中心统一品牌“中国文化周”2018年的活动主题,文创周活动以展览展示为主,结合论坛、研讨、讲座、产品发布、互动体验等多种形式,汇聚成为集文创产品展示、项目推介、产业交流与合作和人才互动为一体的综合性主题文化活动,其中包括“故宫文化创意产品国际综合展”“丝路记忆——NICE Choice 文创海外推广展”“方寸中国——中国集邮文化及文创产品海外推广展”“中国设计·文化·生活体验展”等重点项目。



贝宁观众参观故宫文化创意产品