

网上中国

视频讲解、线上互动、“云”游校园

高招直播间里有“高招”

海外网 李雪钦

考生打开心仪院校招生办的直播间，与招生老师“面对面”即时互动，充分了解学科专业、人才培养、就业升学、招生录取等，不仅可以收获报考“锦囊”，还能对大学生活、职业规划等有更多思考……最近高校招生成为热门话题，牵动着考生和家长的心。不少高校利用视频平台开展线上招生直播，创新宣介方式，优化咨询渠道，全方位展示学校风貌，吸引考生报考。不少学生和家长留言，高招直播间里有“高招”，考生和高校不受时间地域的限制互动起来。

与招生办零距离交流

“报名‘强基计划’的如何知道自己通过了呢？”“本科提前批什么时候填志愿？是否跟本科普通批一起填？”……打开教育部“阳光高考信息平台”，在教育部“2023年高考网上咨询周”活动的页面上，全国各地网友们的问题接连不断。“阳光高考信息平台”提供文字问答和视频直播两种方式，众多高校积极开展线上招生宣传，为考生、家长提供志愿填报咨询指导和服务。

“拿高考志愿填报来说，尽管获取信息的媒体途径很多，但不少考生和家长在高考填报



中国科学院大学老师在招生直播间介绍学校相关情况。

受访者供图

志愿时，仍对大多数专业不了解，全家人对着招生目录发愁，不知道上面写着的各个专业到底是什么的、每个专业将来的发展路线怎样、想要进入某个专业领域需要做怎样的准备。”中国科学院大学抖音号的策划运营者吴宝俊认为，通过招生直播可以在一定程度上弥补信息差，让更多考生了解学校的招生政策。

天津大学招生办的直播分为名师讲专业及慢直播等，其中“线上面对面唠嗑”的慢直播不借助PPT，工作人员就坐在屏幕前，等着解答家长和学生的提问。“慢直播期间总有人提问，有的问分数，有的问这个专业就业怎么样，还有的问本硕连读的情况。通过直播，一旦有家长问起来，会启发其他家长也跟着问，减少了考生报考专业的盲目性，于校于生都是好事。”天津大学招生办主任助理孟子健说。

“对于绝大多数考生来说，虽然网络上有

很多的参考资料，学校的各种信息也可以通过互联网搜索直接获取，但仍然不够直观。”复旦大学中国研究院特邀副研究员刘典接受本报采访时说，互联网招生有助于考生全方位了解报考学校，直播和线上平台为考生提供了便捷的咨询渠道。考生和家长可以通过直播平台、微信公众号等实时提问，获取有关招生政策、专业设置、录取要求等方面的信息，各种互动交流方式能够帮助考生更全面地了解学校，有助于考生选择适合自己的学校及专业。

多渠道推介效果好

对于高校招生办来说，直播突破了线下招生瓶颈，成本低、覆盖广、参与者多、互动便利，能有效缩小信息差，是一种高效、便捷、精准的招生渠道。

孟子健说，以往工作面对的重大挑战是，怎么在高考出分到填报志愿的时间里，更好地做信息传递、咨询工作。2019年，天津大学一个学生团队首次利用直播宣讲，被看作一种“新东西”。一开始是“摸着石头过河”。但几年下来，效果令人惊喜。天津大学招生办做过统计，去年招进的近4800名学生中，四成以上都看过招生直播。

哈尔滨工业大学招生办已在抖音开播3年，截至目前，累计完成了170多场相关直播。哈尔滨工业大学招生办负责人介绍，传统的招生信息传播渠道有限，线下招生形式最多可承载1000人，线上直播的最大优点是可以同时辐射上万人。据统计，该校招生类直播间看人数最多的一场达十几万人。

北京航空航天大学招生就业处相关负责人说：“现在高校招生都是在全媒体、全平台进

行。以前我们的媒体平台主要聚焦网站和微信公众号，后来陆续开通了抖音、快手、微信视频号、哔哩哔哩等平台的账号，为学生和家长提供更丰富的线上获取信息渠道。”

“直播和线上平台提供了一种全新方式来展示学校的特色和优势，如教学特色、校园文化等，以吸引更多考生的关注和报考。”刘典认为，通过直播，学校可以实时呈现校园风貌、学科实验、师资力量等内容，让考生更直观地了解学校，并提供更多互动和咨询的机会。与传统的宣讲会相比，高校直播、线上招生可以同时面向大量考生，不仅提高了招生效率，还能够节约宣传费用和差旅费用。同时，高校可以更好地了解考生的需求和兴趣，根据不同考生的特点和志愿提供招生策略和服务，进一步提升招生的精准度和吸引力。

课程资源提前“尝鲜”

为助力高校招生，相关互联网平台大展身手，纷纷拿出实招。有视频平台近期推出高校系列直播，内容覆盖招生信息分享及优质公开课程。据悉，该平台的国家精品课程已达200余场，从天文到地理，从实用学科到人文艺术，人们均可找到对应的内容。借助课程资源，考生可提前“试读”大学，感受心仪高校的教学氛围，深入了解相关专业的内涵。

快手“高考志愿厅”涵盖知名高校信息，帮助考生们填好志愿。考生不仅能够通过“志愿百问百答”“高校种草大赛”主题短视频了解高校信息，还可以在专门的志愿直播间进行线上志愿咨询，得到个性化、针对性的志愿填报指导。快手相关负责人介绍，已有不少高校在快手进行招生直播，快手还邀请医学、警察、体育、消防等5所特色高校“云招生”，满足不同考生的就读需求。

教学楼、实验室、图书馆长什么样，校园里风景如何，食堂里伙食是否合胃口，学生的课余活动都有哪些……不少学校将校园搬上“云端”，利用VR（虚拟现实）等新技术，将学校全景展现在互联网上，还开设全天候直播，请院系老师、学长带着考生逛校园，让人感觉非常亲近。有了“云”游校园的活动，考生和家长不用抵达实地，透过屏幕就有直观感受。福建考生小吴在“云逛”校园后说，去心仪的大学逛了一圈，对未来充满了向往。

值得注意的是，网上渠道多、信息量大，但也鱼龙混杂、需要辨别。考生及家长要警惕涉高考招生诈骗，提防“查分钓鱼网站”“花钱进名校”“内部有指标”等招录陷阱。刘典建议，各类平台发布的高招信息须真实、准确，并及时更新。高校在直播和线上招生中，可以提供多样化的呈现方式，以满足不同考生的需求和兴趣。此外，高校招生团队应具备良好的互动能力和回应能力，能够及时回答考生提出的问题，给予令人满意的解答和指导。

看非遗视频，赏非遗技艺，购非遗产品

网上非遗传承就是这么“火”

本报记者 叶 子

司的技术支撑能力，运用5G、大数据、云计算、人工智能等技术所搭建的宣传平台。

作为岭南文化的一张名片，广东汉剧大气典雅、声名远扬，流传下来许多经典作品，是“客家人的大戏”，2008年列入国家级非物质文化遗产名录。广东汉剧融媒宣传平台上线后，将通过文字、图片、视频、音频等以及电视大屏+手机小屏、传统媒体+新媒体、线上+线下的方式，制作、推广广东汉剧原创内容。广东汉剧传承研究院相关负责人表示，平台是融媒体时代宣传广东汉剧的新形式，是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的有益尝试，将让更多观众感受“南国牡丹”之美。

国务院先后公布了五批国家级项目名录，共计1557个国家级非物质文化遗产代表性项目。包括民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药、民俗等门类。插上互联网的翅膀，越来越多非遗项目尤其是许多小众的非遗项目为大家所熟知，“走进”千家万户。“藏羌碉楼的营造技艺、瓷胎的竹编技艺、成都漆艺的一笔成画，川剧变脸的出其不意，原来四川有这么多非遗项目”“广东醒狮还开发了数字藏品，非遗好潮啊！”……在网上，观众可以轻松看到丰富多彩的非遗内容。

重庆市手工编织协会会长綦涛，认识到互联网的巨大作用。该协会联合各省份手工协会发起了西部手工艺术联盟，开展线上晒货会、开通国际直播间等，将传统非遗手工制品传播到世界各地。“未来，我们将建设虚拟展览推广平台，让

更多观众随时随地在线访问、观看、参与非遗项目的制作过程。”

与旅游深度融合

短视频博主“乐天Ryan”是一位借助短视频将家乡非遗向外推广的90后。作为一名贵州人，他选择回到家乡，用相机记录故土。他在短视频平台推出“记录100个中国非遗技艺”系列食品，让越来越多人了解、认识非遗，也促进了家乡的形象传播和文旅热度。

今年2月印发的《文化和旅游部关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》提出，非物质文化遗产的有机融入能进一步丰富旅游景区、度假区、休闲街区、乡村旅游重点村镇等旅游空间的文化内涵，提升文化底蕴。

当下，“非遗+演艺”“非遗+饮食”“非遗+特色小镇”等业态方兴未艾，与旅游深度融合，将为非遗“出圈”增添新的重要渠道。山东省济南市文旅局发起“泉城非遗推荐官”招募活动，面向全社会招募热爱非遗、策划能力强、能自主创作发布短视频的非遗传承人、网络达人、自媒体人等社会人士和团队担任“泉城非遗推荐官”，从不同视角、领域出发，搭建起宣传泉城非遗的传播矩阵。

北京大学中文系教授张颐武认为，应当用好优质文旅类主播等“互联网+”人才，为非遗传播“纳新”，鼓励各地文化和旅游部门与热门主播合作，邀请其推介城市、景区、地方历史文化，为当地特色非遗项目“引流”“获客”。



贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县的绣娘通过线上平台销售非遗刺绣产品。

张 凯摄(人民图片)



第二十届中国国际住宅产业暨建筑工业化产品与设备博览会日前在北京中国国际展览中心(顺义馆)开幕，本届博览会以“科技赋能好房建设 创新筑就安居生活”为主题，涵盖智能建造、城市建设管理、数字家庭和智慧家居等领域的新技术和产品。图为博览会上展出的智能旋转发光度假屋。

陈晓根据(人民图片)

中国跨境电商年进出口规模首超2万亿元

新华社石家庄电 (记者王民、齐雷杰、冯维健) 在第40届中国·廊坊国际经济贸易洽谈会国际跨境电商发展论坛上，海关总署相关负责人介绍2022年中国跨境电商进出口情况时说，中国跨境电商进出口规模首次突破2万亿元人民币，达到2.1万亿元人民币，比2021年增长7.1%，跨境电商为中国外贸发展注入新动能。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍说，近年来，中国跨境电商快速发展，在“买全球、卖全球”方面的优势和潜力持续释放，全球越来越多的消费者享受到跨境电商带来的更多选择和便利。

据中国海关统计，2022年，中国跨境电商进出口规模占全国货物贸易进

出口总值的4.9%，占比与2021年基本持平。其中，出口1.53万亿元，增长10.1%，占全国出口总值的6.4%；进口5278亿元，下降0.8%，占全国进口总值的2.9%。

中国跨境电商出口目的地中，美国市场占34.3%，英国占6.5%；进口来源地中，日本占中国跨境电商进口总额的21.7%，美国占17.9%。出口商品中，消费品占92.8%，其中服饰鞋包占33.1%，手机等电子产品占17.1%；进口商品中，消费品占98.3%，其中美妆及洗护用品占28.4%，食品生鲜占14.7%。

“今年以来，跨境电商继续保持增长势头。海关对企业调查显示，超七成企业对2023年跨境电商进出口预期平稳或增长。”吕大良说。

近日，一则好消息在广东汉剧迷的圈子里传开：广东汉剧融媒宣传平台正式上线了。这是依托广东省广播电视台网络股份有限公司梅州分公

带动了线上销售

“咱河南的非遗项目好看、好玩还好吃，真是太潮啦！”6月10日，在河南省南阳市城区解放广场上的“河南非遗购物节”展厅内，短视频达人正通过镜头向观众介绍各类非遗项目，引得网友点赞、下单。当天，河南省2023年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示主场活动在南阳开幕，83项传统美术类、手工技艺类代表性项目和文创产品，以展演、展销形式带动了现场和线上销售热潮。

随着短视频和直播的发展，越来越多的非遗传承人通过新途径展示传统技艺，让更多人了解到非遗的魅力，也借此打开了新的销售市场。例如，花丝镶嵌技艺非遗传承人何青入驻短视频平台一年多来，收获230万粉丝，售出超20万件工艺产品。

近日发布的《2023抖音电商助力非遗发展数据报告》显示，过去一年，平台上非遗传承人带货成交额同比增长194%，成交额超过百万元的非遗传承人数量同比增长57%，手工麻花、陶瓷杯、紫砂茶壶、花丝镶嵌项链、武夷岩茶是最受消费者喜爱的非遗好物。

上海交通大学文创学院副院长薛可表示，要让数字化表达“活”下去、非遗数字化内容“潮”起来、非遗数字化展示“传”出去，以非遗数字化消费带动全社会对非遗的关注与重视，促进非遗保护与利用。

传播到千家万户

近日，一则好消息在广东汉剧迷的圈子里传开：广东汉剧融媒宣传平台正式上线了。这是依托广东省广播电视台网络股份有限公司梅州分公