



日前，由国家大剧院举办的“公众开放日艺术节”如约而至。艺术节通过惠民送票，送到社会各界的普通百姓手中。70余场的艺术活动让近万名观众体验分享着艺术之美。

“公众开放日艺术节”当天，剧院各处的舞台，歌剧、交响、民乐、京剧、舞蹈、合唱纷纷上演，顿时变成艺术的海洋。“演出太丰富了，简直目不暇接，每场都想看，可惜没有分身术。”忠实观众刘芳坦言自己每年都盼着开放日这一天，今年特意带上了女儿。母女两人从一个剧场到另一个剧场，赶场似的“追”着剧院里每一场精彩表演。

快乐体验 艺术沙龙互动“零距离”

歌剧院内，一场名为“歌剧是怎样制作的”主题讲座，让不少观众听得津津有味。包括大剧院舞台技术部部长管建波在内的几位工作人员，带领观众从台前走到神秘的幕后。管建波以庞大的舞台实景为生动演示，剖开即将上演的歌剧《冰山上的来客》这个鲜活案例，细细讲述了制作《冰山》的特殊材料，舞美布景的安装方式与运动方式、全剧舞台的过程以及视觉效果营造……“真没想到，原来冰山是用玻璃布制作的，雪域边疆的壮美景象在艺术家的想象力与创造力之下，竟显得这样真实又浪漫”观众刘东升感慨地说。此前，他曾看过多部大剧院自制大戏，每次都不免好奇，舞台上那些令人瞠目结舌的变化究竟是怎样实现的？今天，刘东升总算解开了心中的疑问。

在艺术资料中心，蒋大为、德德玛两位德高望重的老艺术家，聚首“流金岁月”活动，与观众一起重温令他们记忆深刻的大剧院时刻，聊音乐、谈艺术，兴之所至还唱响了《在那桃花盛开的地方》《美丽的草原我的家》等代表作。台上唱，台下和，现场反响极为热烈，令人动容。

新闻发布会厅里，同样人头攒动。这里举办的“喜剧论坛”既有专业深度又不乏大众话题。陈佩斯、任鸣、田沁鑫、金士杰等知名戏剧艺术家齐聚一堂，围绕当下舞台喜剧的创作与演出开展热烈探讨和思想碰撞。每每说到精彩之处，都会引发观众的会心一笑。

“国家大剧院舞台美术展”成为开放日当天最吸引眼球的一大亮点。精致的舞美模型、逼真的舞台道具、华美的舞台服装……百余件院藏珍贵展品，全方位、多角度展示了大剧院自制剧目从创意到设计、从制作到演出的全过程。观众只需戴上“360度全景体验”眼镜，就能走进《卡门》的装台现场，这一充满科技味儿的创新体验让不少观众竖起了大拇指。值得一提的是，2015年将出现在大剧院舞台上的歌剧《阿依达》战船，也在开放日这天提前亮相。在这艘长16米、高13米的巨船体内，歌剧《阿依达》的模型、手稿、道具、布景有序铺陈开来，令观众目不暇接。著名作曲家雷蕾、舞美设计高广健、孙大庆，也从幕后走到台前，亲自担纲几大展览的“讲解员”，为观众导赏、服务。

同样聚拢超高人气的，还有位于音乐厅入口的“自媒体展示区”。在这里，30台专业单反相机同时环绕拍摄，形成类似“时间冻结”般的奇妙视效。观众只需花几分钟，就能得到一段属于自己的特效视频。于是乎，不少好奇的观众跃跃欲试，纷纷在镜头前摆起各种创意造型。中国传媒大学的蒋孟晓和几位同学拍的不亦乐乎，她兴奋地说：“以前只在电影《黑客帝国》、韩剧《来自星星的你》中见过这种特效，没想到今天能在大剧院里亲自过上一把瘾，太神奇了。”

移步换景 殿堂活动惊喜不间断

遍及剧院各个角落的“角色展示”让徜徉在剧院中的人们不时眼前一亮。美人西施、车夫祥子、高贵的简爱、女祭司诺尔玛、绣花女咪咪、热情四射的卡门、威武庄严的古代士兵……他们穿梭在人群中间，与观众互动、合影，为艺术殿堂增添了别样的文艺趣味。

不同时段的高雅艺术“快闪”，更是将当天的开放日活动一次次推向高潮。当欢快的音乐响起，几十位舞蹈演员在北大厅翩翩起舞。在他们的感染和邀请下，不少观众都加入其中。不论是新疆民族风情舞，还是欧洲宫廷华尔兹，艺术家与老百姓携手起舞的景象，营造着和谐、动人的温暖氛围。

“这是真正为咱们老百姓建的艺术殿堂，在这里感受艺术、体验艺术，太幸福了。”从天津赶来的乐迷宗汇友真诚地表示。

国家大剧院「公众开放日艺术节」近万名观众共享艺术盛宴

文冰

北京文博会：文化创意产业跨界融合

曹馨月

发展文化创意产业，关键是要牢牢把握创新和融合两个方面。在紧紧抓住技术、产业、创意创新的同时，怎样更好地实现“文化”与其他产业的跨界融合？又如何搭建一个让中华优秀文化自觉自信地走向世界的平台？2014年北京第九届文化与创意博览会为我们带来了宝贵启示。

★魅力独具文博会

日前，北京文化创意博览会主场活动在北京圆满落幕。作为文化创意产业的风向标，本届博览会的主题为“推动文化创新，促进产业融合”。据不完全统计，文博会期间，共签署文化创意产业产品交易、产业园区建设、项目投资、银企合作等协议总金额达1054.56亿元人民币。

文博会期间举办了150多场文化创意主题活动，吸引了来自海内外文化创意产业及相关业界的123万人次参会。文博会官方网站的访问量达110万人次，中国国际展览中心接待各界观众22万人次。40多个场次的产品专场推介交易活动，引来海内外1.2万客商到会洽谈交易。

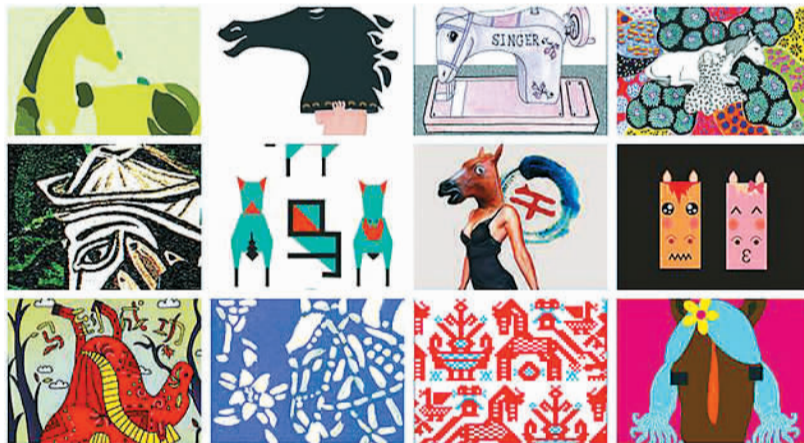
与往届相比，本届博览会节俭务实，专业化、市场化、品牌化、国际化水平全面提升。企业市场化主体地位更加突出，市场导向更加鲜明。活动展现了中国文化创意产业传承创新、跨界融合的新面貌，推进了大批高端产业项目的新合作，搭建了文化服务市场的新平台，传递了引领产业发展的新信息，彰显了中华优秀传统文化走向世界的活力。

▲跨界融合新常态

从之前的传统行业纷纷涉足到金融资本的大量融入，再到互联网时代的新科技与文化产业的交织融合，跨界融合越来越呈现出多元化、立体化的格局，中国文化创意产业正逐步向现代化迈进。

文博会上，文化与科技、旅游、金融等产业深度融合

而衍生的新产品、新业态、新模式比比皆是。新华社发布的“新主流、新媒体”客户端、国广控股集团旗下媒体子公司推出的“你好，中国”App、“中华军事”E-magazine等移动互联网产品，展现了“新媒体、新力量”。知识产权出版社推出的图书自助出版平台，实现了图书从投稿到发布的全部流程自动化、数字化，实现了纸质图书、电子图书同步出版。航天数字传媒的卫星数字书屋，构建了全媒体、全终端、智能化数字传播网。中国电子学会副秘书长刘明亮表示，“发展文化创意产业，在紧紧抓住技术、产业、创意创新的同时，更要抓住各方面的融合”。目前，中国的文化创意产业在以市场为导向，以科技为手段，将创意设计融入传统文化，打造优秀文化创意品牌的同时，依托互联网时代高度繁荣的新媒体，借助多形式的金融融通渠道，形成了文化与各产业交错融合、互推互助、良性循环的发展产业链。



●国内开花海外香

2014年10月，纽约的费舍尔音乐厅里，奏响了由中美两国交响乐团为纪念“9·11”联合创作的融合唐代诗人李白《战城南》元素的管弦作品《甜美的早晨》。

12月15日，摩纳哥电影节上，昆曲电影《红楼梦》获得最高荣誉“最佳影片”的天使奖。

这种以演出剧目、影视为代表，融入文化内容和创意的出口产品的大幅增加，表明我国文化产品出口以“文化硬件”为主的局面取得了较大的改观，优秀传统文化的软实力正在增强。

我国大的文创企业、文创项目实现“走出去”目标的同时，我国众多小微文创企业、非遗文化又怎样紧跟潮流，在国际舞台展示它的风采与魅力呢？

本次文博会上，众多具有国际市场潜力的小微文化创意企业为了

合力打造中国创意海量故事，共同成立了“中国创意千万亿联盟”。联盟将用媒体的力量，帮助联盟企业开拓国际市场，为其提供资金支持和项目合作，寻求更多的国际商务沟通。联盟还将企业的故事拍摄制作成符合国际传播标准的电视片，以视听图文形式向全球传播。

据蓝海电视台CEO诸葛虹云介绍，他们将组织“中国创意产品”进行国际巡展和国际交流，以促进联盟成员的国际市场开发及招商引资，从而真正开创小微企业走向国际的可持续发展模式。

针对我国非物质文化遗产正面临“濒临灭绝、几近失传”的困境，马盛德先生指出，“生产性

保护”方式能为非遗文化传承带来群众基础，是中国非物质文化遗产保护的重要方式之一。将非物质文化遗产资源转化为文化创意产品，通过非遗产品生产、加工、销售产生经济利益，为非遗文化的保护传承提供了新动力。在“生产性保护”措施的实施过程中，一批非遗项目正在与市场对接中走出深围，走向海外。

通过“生产性保护”方式得到传承、发展的扬州漆器玉器、扬州传统修脚术、北京景泰蓝等众多非遗文化项目，正一步步走向海内外市场。会议期间，中国笛声民俗文化公司将此前在全国范围内征集的融入当地非遗文化的文化创意手工制品进行展示和推广交易。据介绍，公司还将在明年与21个国家孔子学院开展“中国非遗手工作品、数字作品欧洲国家的巡展、巡演、巡讲”活动，让更多充满创意的非遗产品走出国门，让中国的非遗文化走向世界！

从网上看到电子版，然后（有时甚至是一两天后）才看到纸质版的报刊。这就是网络发达，人们浏览新闻、获取信息的方式产生变化所带来的结果。新媒体时代，还能说电影只能在电影院上映，而不能实行“影视同期声”吗？

事实上，在国外，观众在家就可同步欣赏刚上映的新电影并不新鲜。比如美国联邦通信委员会，在几年前便同意美国电影协会提出的要求，允许好莱坞各大电影公司在影片上映后即可在一定时间内通过电视播映，让观众在家中就能欣赏影片。

美国在实行家庭同步欣赏新上映影片后，为保护影片版权，这一服务模式通过一种名叫“可选择输出控制”技术实现。这项技术可对用户机顶盒输出的音视频信号进行加密，从而防止影片被非法转录。可见，从技术上完全完全可以解决有关问题，尤其是防盗版问题。

技术不成问题了，电影制作单位、电影放映机构、电视台等之间的利益分配，自然也有办法解决。比如，可以由电视台支付版权费，然后免费转

播给观众看。电影制作单位收了电视台的版权费后，仍可以再将拷贝给电影院线。再比如，可实行有偿收看，即观众点播了影片，就按规定支付费用。然后，电视台和电影制作单位按照一定比例进行分成。总而言之，只要把观众需求放在第一位，把电视同步看电影当作推动中国电影发展的新途径，并且解决了彼此间利益分配问题，就不难实现“影视同期声”。

北京歌华有线高清交互平台于今年1月起推出了“电视台线”服务，京城380万高清交互电视用户只要花上5元钱，就可以在家中欣赏一部刚刚在电影院下线的大片。这也是国内开通的首条“电视台线”，在具有清晰、不卡顿、大屏幕收看、影音效果好等特点之外，省去了电脑下载、网速限制等烦恼。

如今，北京歌华又牵手上海东方有线、天津有线、重庆有线、江苏广电网络等全国30余家省市有线电视网络公司，共同发起成立“中国电视台线联盟”，今后全国超过2000万高清双向用户、近两亿有线电视用户在家里就能通过电视观看最新电影大片，这无疑是一件值得期待的事情。

『同步看电影』值得期待

孙仲

中国电视院线峰会近日在京召开。北京歌华有线牵头，上海东方有线、天津有线、重庆有线、江苏广电网络等全国30余家省市有线电视网络公司共同发起成立“中国电视院线联盟”，联盟覆盖全国超过2000万高清双向用户，近两亿有线电视用户。今后，用户在家里只需花5元钱，就能通过电视观看最新电影大片。

由此想到，由龙门石窟世界文化遗产园区管理委员会和中央新闻纪录电影制片厂（集团）共同打造，以唐代著名诗人白居易晚年生活为主题的纪录电影《白居易在龙门》，今年春节后在洛阳首映时，同时在中央电视台纪录频道首映，实现了中国电视的首次“影视同期声”。

很多观众由此期盼，能否有更多的影片同期在电视台和电影院之间播映，以方便观众观看呢？通常情况下，一部电影诞生后，都是先在电影院上映，然后过了很长时间，才会在电视台播映。而等到电视台播映时，早过了期待期，观众往往提不起兴趣观看。事实上，很多观众因为受时间、精

力、票价等因素的影响，并不习惯或并不方便进电影院看电影，而他们又并非不喜欢看电影。如果能在家里通过电视同步看电影，他们肯定很乐意，哪怕是支付些点播费用。如今，这一愿望终于可以实现了！

电影、电视同属娱乐大众的文化载体，具有相同的传播功能，长期以来是分工不分家的。比如好多影片的开机仪式、记者见面会、首映宣传等，都是通过电视转播得以实现和广为人知的。从这个角度来说，电视对电影的贡献不可谓不大。

今年春节期间，湖南卫视的亲子真人秀节目《爸爸去哪儿》拍成电影后，票房突破6亿元大关。既然电视节目能变成大电影在电影院上映，那么作为影片，也有必要在最快时间内通过电视荧屏让观众欣赏。在当今这个时代，这实在不应该成为奢望。就像传统的纸质媒体，也面临着类似选择，是墨守成规只供人们从邮局订阅，还是同时把电子版放到网上让人随时都能看到？可喜的是，多数纸质媒体都选择了后者。这样一来，人们往往是先

