向海外推介中国国际进口博览会

用新视角新技术讲故事

钱 怡

发现中国

全媒报道 精彩中国

首届中国国际进口博览会60秒微视频日前登陆央视，迅速在各大媒体平台获得转发。博览会主办地上海市向世界发出邀请——“让我们相遇，在上海……”。从6月13日到6月22日，上海市政府新闻办公室在“一带一路”沿线国家塞尔维亚、匈牙利、克罗地亚相继举办“魅力上海”活动，重点推介首届中国国际进口博览会。文创活动、短视频展示、VR（虚拟现实）体验、AR（增强现实）体验等新视角新技术把最美的中国展示给世界。

萨格勒布市民体验VR“飞越上海”

向世界发出邀请

“为世界打造舞台，向朋友敞开胸怀”。2018年“魅力上海”城市形象推广活动在匈牙利布达佩斯世界文化遗产建筑——布达创意馆拉开帷幕。上海市副市长许昆林重点向匈牙利各界推介11月将在上海举办的首届中国国际进口博览会。他说，举办进口博览会是中国主动向世界开放市场的重大举措，欢迎匈牙利朋友到上海参会，向中国市场推介匈牙利的优质产品和服务。

今年也是上海和布达佩斯缔结友好城市5周年。一个星期的“魅力上海”系列活动在布达佩斯举行，包括“魅力上海”摄影展、“上海客厅”文创展、海派画家精选作品展“上海之韵”，以及非遗技艺表演和“沪语海报”AR互动体验等内容。借助新媒体技术，通过参加富有海派气质的上海文创品牌展示和丰富多样的活动，布达佩斯观众仿佛走进了上海人家的客厅，体会上海文化和上海品牌的特色。布达创意馆首席执行官汤马斯表示，参加这些可听可看、可触可摸的中国上海推介活动，深感“魅力上海”名不虚传。

布达佩斯节庆及旅游中心主任提奥多拉·班表示，文化旅游作为旅游行业的支柱，能让人们更好地理解和传承传统文化，跟上未来技术的发展。通过在布达佩斯举办的世界级文化创意节，许多国家和城市的文化得到了成功推广和呈现。

向朋友敞开胸怀

在塞尔维亚，上海市政府新闻办公室副主任苏蓉娟表示，中国和塞尔维亚友谊源远流长，作为“一带一路”沿线主要城市之一，贝尔格莱德一直以来都是上海重要的合作伙伴。正在米哈伊洛大公步行街广场上举办的“360度上海”图片展，立体展现了上海浦江两岸的天际线，市民和游客可以体验从贝尔格莱德街头“穿越”到上海外滩的奇妙感受。

在塞尔维亚首都贝尔格莱德地标——卡莱梅格丹公园内的茨薇塔·祖佐丽奇艺术馆，“魅力上海”摄影展吸引了众多贝尔格莱德市民，观众对中国首部航拍VR城市形象片《飞越上海》饶有兴趣。在克罗地亚首都萨格勒布，市民争相体验上海VR城市形象片虚拟热气球项目。观众排起长队，戴上VR眼镜观赏中国首部航拍VR城市形象片《飞越上海》，让人身处萨格勒布却仿佛“穿越”到了黄浦江上空。年轻人也纷纷在社交网络上分享自己的“飞越之旅”。据介绍，“飞越上海”VR项目采用虚拟现实技术，运用360度空中航拍手段，历时8个月采集到上海主要城市风貌，通过后期影像处理及融合编程，形成360度全景动态空中体验形象影片。

贝尔格莱德市副市长派特罗尼叶维奇评价“魅力上海”活动时说，卡莱梅格丹公园是两年前习近平主席访问塞尔维亚时参观过的地方。塞中两国、贝沪两城，渊源深厚，两国人民可以进一步在文化交流中增进了解、互相学习。

贝尔格莱德观众排队观看“360度上海”体验型图片展

用技术展示精彩

塞尔维亚萨格勒布市副市长叶琳娜在体验过“飞越上海”VR项目后说：“通过VR，不仅看到了21世纪的上海，还仿佛看到了未来的上海，非常神奇。”当地媒体和参观者还被现场播放的进口博览会宣传片所吸引。总理办公室主任弗尔卡·佩特希奇在看过宣传片后表示，国际进口博览会对推动全球贸易至关重要，克罗地亚将参与盛会。

塞尔维亚旅游形象大使、上海作家陈丹燕与塞尔维亚广播电视台主持人莉莉安娜·戈约维奇在艺术馆里举办了一场名为“上海作家眼中的上海与贝尔格莱德”的文化沙龙，陈丹燕从旅游使者和文化学者的视角，讲述上海故事，解读中塞城市文化内涵。陈丹燕介绍，第一次看到空中视角的外滩居然是在海外的中国城市推介活动，感觉是穿越的。她曾用10年时间写出了以上海为背景的外滩三部曲作品，在异国的VR镜头中，她小说中非常熟悉的房子、街道以及黄浦江呈现在贝尔格莱德，让她感到格外亲切。

在信息时代，谁的故事能打动人，谁就能赢得更多受众、产生更大影响。中国在海外举办的推介活动是世界眺望中国的窗口，在这个窗口运用新视角新技术展示最美的中国，中国国际进口博览会开了个好头。

云中漫笔

规范催收 『老赖』难行

汪灵犀

网贷平台的蓬勃发展，给公众提供了低门槛、低成本的借贷渠道，同时也衍生出大量催收欠账的业务需求。据不完全统计，目前我国从事第三方债务催收的法人单位数量已有两三千家左右。但由于缺乏市场监管，国内债务催收行业鱼龙混杂，从业人员素质参差不齐。许多公司或自建团队，或外包业务，吸纳不法社会力量，采用骚扰、软禁、花圈堵路乃至绑架、用刑等手段，将催收行业变成一个“江湖”。

不规范的债务催收，极易引发恶性事件。但要将其监管起来，却又困难重重。目前中国的催收行业还处于专属法律空白阶段，加之负面舆论的推波助澜，使得债务催收行业似乎已同黑道或暴力画上等号。然而，合法规范的债务催收公司对很多金融机构来说又是“刚需”，取消不得。业者都在期待，如何规范催收行业，让欠账不再难收？

正规的催收一般先是短信提醒，随后是电话催收、函件催收、上门催收以及法律催收等。这其中既涉及到在法律框架下进行信息搜集，也涉及到对债务人的合法权益保护。整个债务催收行业要实现阳光化和法制化，需要政府、企业和社会各界的共同推动，在多方面深下工夫。

首先，急需明确具体的主管部门，制定催收行业相关的法律条文，进一步完善监管政策及法律制度，使催收行为有法可依。美国及中国港台地区都制定了专门的债务催收法律规范，值得参考。

其次，应该出台催收行业相应的自律公约，在行业内进行自我约束和规范。比如可以要求催收公司公开其规范的业务流程制度、投诉处理体系等。

再次，要及时关注高新技术催收手段的发展，更好地平衡获取债务人信息和保护公民隐私两者关系。比如目前有的公司利用人工智能等技术进行智能催收，包括自动失联修复、依靠大数据建立催收模型、使用前端机器人发送语音传呼和批量短信等。催收是个苦活，被误解谩骂、戏弄欺骗是常有的事，业务员心理容易失衡，情绪失控。相比之下，引入机器人则更加规范高效。

最后，最重要的，是要构建完善的社会诚信体系，优化金融生态和信用环境，让“老赖”寸步难行，让欠账不再难收。

在中国，催收曾经是一个不光彩的行业，没有一家催收公司可以上A股主板。现如今，中国已经开始规范整顿催收行业。可以相信，在实现“阳光催收”后，这个万亿级的大市场一定会迎来发展的春天。

中文广播剧成“新宠”

海外网 刘 强

最近，网友小白在朋友的极力推荐下，体验了一把网络广播剧。她本以为会跟小时候听评书一样，能迷迷糊糊睡过去。结果，伴随着低沉磁性人声的登场，逼真的音效与优美的配乐相互交融，搭建出宛若电影画面般的震撼场景，让她听得如痴如醉。小白惊喜地说，“太喜欢了，想不到还有这种操作！”

像小白这样，对广播剧“路转粉”的例子比比皆是。现代社会生活节奏加快，可供选择的娱乐方式更多元。不过，对很多人来说，躺在沙发上看电视太奢侈，捧着大部头啃读又太枯燥，而在上班途中、睡前时光，听一集广播剧，既方便，又享受。这种轻松的减压手段，开始备受追捧。

昔日听众追捧

说起广播剧，大家并不陌生。它是一种广播电视艺术形式，早期以广播电台为载体，以语言、音乐、音响为创作元素，将听觉艺术的魅力最大可能地发挥出来。当年曹禺先生曾有这样的评价：“广播剧是魅力女神，像诗、像梦，在声音世界中，使人享受到一切美妙。”

广播剧在中国已有80余年历史，其间几多起伏。上世纪70年代，对广播剧而言，可谓是人气爆棚的鼎盛期。当年中央人民广播电台广播剧的收听率一度紧随《新闻和报纸摘要》之后，位列十大类型节目的第二位。然而，这种“盛世”随着电视进入寻常百姓家而终止：从上世纪80年代中后期开始，绝大多数电台的广播剧创作停滞不前，听众也急剧下降。1996年，广播剧迎来“第二个春天”，这一年，广播剧被中宣部列入“五个一工程”，极大鼓舞了广播人的士气，此后广播剧开始爬坡。

变身受众新宠

随着融媒体时代来临，广播剧正由昔日的“魅力女神”，逐渐变身为受众的“新宠”。

2007年到2017年，是中文广播剧蓬勃发展的10年，这期间，互联网上涌现了一大批优秀的中文广播剧制作者，聚拢了大量广播剧听众，很多听众实现了从接触广播剧到喜欢广播剧的转化。仅2017年一整年，互联网上发布的广播剧就超过了2000部，为我国的广播剧艺术发展事业开辟了新空间。

广电总局发布的《2017年全国广播电视行业统计公报》显示，2017年，广播剧类广播节目制作时间23.11万小时，比2016年（17.26万小时）增加5.85万小时，同比增长33.89%；与此同时，广播剧类广播节目播出时间94.82万小时，比2016年（83.20万小时）增加11.62万小时，同比增长13.97%。

推动良性发展

广播剧在如火如荼发展之时，也经历着成长之痛。比如，传统广播剧面临分发渠道狭窄、推广不力等问题。网络广播剧也存在版权意识薄弱、选题过度娱乐、没有资金支持的困局。

面对新媒体挑战，广播剧的发展该如何破局？主动拥抱新媒体是正道。安徽广播电视台广播剧编导吕卉曾介绍，近年来，他们积极与新媒体共舞，通过微数字技术在互联网上进行音图文融合传播，打造长度在10分钟之内的微型广播剧。因其成本低、制作周期短，容易形成规模化生产；每集长度在10分钟以内，符合新媒体时代碎片化阅读和收听的习惯，便于手机传播。该系列节目引起广泛关注、转发、点赞，成为一次成功的融媒体创新尝试。

安徽广播电视台在广播剧传播方面作出的探索，也值得借鉴。他们除了将广播剧在中央人民广播电台及安徽广播电视台各频率展播外，还在主流网站和音频软件上开设微剧频道并在微博和微信公众号转发，分享给手机用户。如此组合拳般的融媒体手段，换来的是受众人数几何级数的增长。

广播剧的主题和选材丰富多彩，如何将艺术性与新闻性、思想性、可听性统一起来？2016年夏天，湖北之声“微广播剧”团队推出《2016防汛记忆》系列新闻微剧，用丰富多彩的声音元素展现抗洪故事，得到了广大听众和市场的认可。事实证明，将优质音频内容与弘扬正能量、宣传社会主义核心价值观有效结合，是广播剧发展的新要求和新趋势。

网络广播剧走红之后，开始成为配合新书出版、网络游戏推广，甚至是电视剧营销的组合手段。与此同时，不少业余“网配”（网络配音）人，也开始向职业配音师转变。有专家指出，通过音像制品、网络音频等创造多渠道盈利模式，或许能成为广播剧线上线下探索的新方向。

互联网大咖秀

吉姆·克拉克：

硅谷励志的穷小子

海外网 姚凯红

在新兴的互联网世界，他连掘数井，次次满载而归；在全球创客梦寐以求的“麦加圣地”硅谷，他被誉为“创业之神”；1996年6月《时代》周刊评选的25位全美最有影响力的人物中，他名列第一。他就是知名的美国企业家和计算机科学家吉姆·克拉克。

1944年，克拉克出生于美国得克萨斯州的一个贫困家庭。16岁，他高中未毕业就选择退学。20岁以后，他开始努力与那些问题青年拉开距离。作为一名计算机程序员，他没日没夜地工作。同时，他又努力学习，相继在纽奥良大学和犹他大学获得了三个学位，其中包括计算机学科的博士学位。

克拉克一直在改变和打破原有的规矩。1999年，时年55岁的克拉克住在加州。他在房后新建了一个游泳池，却不幸发现邻居可以在早餐时观看游泳池。当时最好的解决办法是在泳池附近建一道围墙，但这违反社区规定。于是，克拉克干脆就在后院垒起一座小山，既没有违规，也解决了问题。“这就是典型的克拉克式思考方式，”克拉克的一位老友说：“围墙只能这么高，那就打破规矩，垒成小山。”

克拉克一生的理想就是要证明自己。他创立了美国硅图公司（SGI）、美国网景公司等。这几家公司市值均在10亿美元以上，大大改变了计算机行业面貌。对于熟悉他的人来说，克拉克比现实生活中更伟大，称得上是一位传奇人物。

或许早年艰辛的生活培养了克拉克极富想象力却又脚踏实地的品格，但他的成功绝离不开超强的洞察力。“他是一个有目标的叛逆者，”克拉克的律师如此评价，“他具有超强的洞察未来发展趋势的才能，企业家都相信他能够创造未来。”

在克拉克看来，自己之所以能取得成就，是因为“运气+矢志不渝的精神”。“如果我觉得某种东西让我受不了，我或许还会创建一家新公司。”克拉克这样说。从无人知晓的“贫困小子”，到全硅谷人崇拜的知名偶像，克拉克用汗水与智慧书写了硅谷创业的励志故事。