

网上中国

设置海外分赛区 形成多声部共振

## 全球华人生活短视频大赛，火了！

海外网 刘玄

由人民日报海外网主办的“全球华人生活短视频大赛”自8月1日启动以来，综合阅读量超3000万，总投稿量2000余篇，海外用户投稿占比高达35%，优质视频投稿占比40%。大赛更是带动了“海客视频”App的激活量，在活动期间新增加了10万激活用户。

多方资源配置 共讲中国故事

随着媒介技术与媒介融合高速发展，以短视频为代表的新型传播方式与新兴产业方兴未艾。本次大赛与短视频行业的头部资源——快手、抖音、视觉中国、梨视频、今日头条、微视等重要平台建立强有力的合作关系，并开设了国内分赛区。还有许多机构和互联网企业也给予大力支持，如孔子学院、小浆科技、有米科技、AGM、智云等。

“作为一个海外华人，对祖国有着千丝万缕的思乡情结。这次短视频大赛给了我一个广阔的平台，向更多人介绍自己的多彩海外生活。而且通过浏览专区的其他参赛作品，也增强了自己的爱国情怀。看到祖国日益强大，海外华人也更有自信了。”一位参赛的快手用户表示。

作为当前国内短视频行业的领军者之一，快手是“全球华人生活短视频大赛”的一个分赛区，成绩亮眼。快手积极开设活动专区，以官方身份发布活动信息、邀请海外用户参与征集活动，充分调动网民参与积极性；与此同时，快手还大力扶持优质视频参赛者，通过热门加速包和优质作者加油包等方式提供扶持，让优质创作者获得更多的曝光量。未来，预计快手赛区将收到上千份参赛作品。

在本次大赛中，视觉中国开放了摄影师社区500px.me平台，面向国内百万会员以及全球征集优秀短视频作品。视觉中国表示，人民日报海外网本次采用短视频这一有冲击力的内容媒介，以短见长，以小见大，通过新颖形式展现了当代华人的多元风貌，“非常赞”。

小浆科技也积极参与到本次大赛中，并在其短视频平台“微叭”上特设活动分赛区。“我们会充分调动公司及平台力量，最大程度地支持本次活动，号召大家以全新视角、多样化方式、积极向上的语态展现新中国70年来的发展、变化与成就，吸引全球华人的发展关注并为国家点赞。”小浆科技联合创始人兼首席执行官宋健表示。

本次大赛对于多方资源的整合效果显著，讲述中国故事形成了多声部共振。除了短视频行业之外，本次活动还有效整合了大型国企如中建、中石油、国家电网等的海外传播资源，其海外分公司员工也积极参与大赛投稿。

“全球华人短视频大赛”已经进行了一个月，距离10月15日投稿截止日期还有一月有余。据主办方介绍，11月为大赛的评审期，届时线上网友投票和线下评委投票共同进行。在评审期内，海外网会专门召开“全球拍客”的线下沙龙。

12月中旬，大赛的颁奖盛典将在北京隆重举行，你会不会看到你的身影呢？来吧，拿起你的手机，讲述你的中国故事！

面向全球华人 展示中国文化

“全球华人生活短视频大赛”以“衣食住行”的变化为立足点，以短视频的形式展现当下全球华人多元丰富的生存状况与精神面貌。

这次大赛面向全球华人。目前，大赛在海外以法国、澳大利亚、美国融媒体中心为核心，扩展非洲分赛区、欧洲分赛区、澳洲分赛区、美洲分赛区等多个国际赛区，已经辐射至美国、法国、意大利、波兰、英国、韩国、新西兰、比利时、瑞典、瑞士、日本、非洲、泰国、俄罗斯等20余个国家。海外华文媒体、社团、海外华侨、华商、学联等合作伙伴也积极参与，包括非洲华侨周报、希中网、奋斗在韩国、小春网、加拿大商报、迪拜中华网、巴西华人网等给予重点宣传。

“短视频大赛记录海外华人的生活，大家都很踊跃，这个活动带动了大家视频记录生活的风潮。”海外网美国融媒体中心负责人王力军说。“活动形式简单易参与，通过本次大赛还在当地举办短视频课堂，展现出更有趣的中国文化。”海外网法国融媒体中心负责人陈翔表示。海外网澳大利亚融媒体中心负责人董博反馈，在当地开展活动时，不止华侨华人反响热烈，也吸引了国际友人的参与。

本次活动中，人民日报海外网在海外建设的法国、美国、澳大利亚三个融媒体中心及多个海外频道发挥了积极作用。三个海外融媒体中心深入当地用户，与当地华人协会、社团、留学生联合会等多次组织线下招募活动，促成各界人士广泛参与。大赛线上推广进行仅一个多月，传播广度和受到的关注度已呈爆发趋势。



快手分赛区 选手点赞大赛  
演艺界知名人士邀你来参加大赛  
大赛宣传片

图①：参赛作品《旅行的意义》。  
图②：参赛作品《红场的朋友》。  
图③：参赛作品《这里是太原》。  
图④：参赛作品《好天气骑行到公园去》。  
图⑤：大赛明星宣传图。



云中漫笔

## 莫任『霸王条款』横行

栾雨石

很多人都有过类似经历：手机下载使用某款App时，往往会出现相关企业要求用户信息授权的提示，如果用户一旦认为信息授权范围过大、超出自己预期而选择拒绝后，该App就无法使用。这似乎已经成为行业的某种潜规则。不少网友表示，企业要求用户无条件服从信息授权的条款，就是典型的“霸王条款”。如果个人信息遭到泄露，遭受的损失谁来承担？造成的风险谁来负责？

近年来，形形色色的“霸王条款”充斥网络，给广大网友带来诸多苦恼。究其原因，一方面在于与传统“霸王条款”不同的是，“网络霸王条款”的手段更加隐蔽，人们不经意间就可能“中招”。比如说，现在很多餐厅都支持手机点餐，但很多消费者扫描二维码后发现，已经自动关注了某个微信公众号，从此便开始不断收到该公众号推送的各类广告。

另一方面原因还在于人们普遍缺乏维权的底气。个体的消费者天然处于交易劣势，在遭遇种种“网络霸王条款”时，如果自身损失不大，很多人会选择吃哑巴亏，息事宁人。比如明明在某App上花钱购买了某款商品的优惠券，使用时却发现商家注明必须额外购买其他几类商品才可以使用等要求，最终无奈选择退款。

解决此类难题，监管部门不能缺位，应当履职尽责，依法规范商家拟定的消费条款，该清理的清理，对屡教不改的商家施以处罚。还可以建立消费侵权黑名单制度，在网络上定期公布黑名单，让不良商家无所遁形。

同时，消费者权益保护法等相关法律法规也亟须完善。比如探索如何将“网络霸王条款”等互联网侵权行为写入法律，加大对不良商家处罚力度，提高其违法成本，对违法者有效震慑。

此外，作为消费者，在面对“网络霸王条款”时，也应及时依法维权，向其说“不”。只有真正勇于坚决抵制，才有望早日彻底铲除“网络霸王条款”生存的土壤。

文物月饼社交平台走俏 传统文化焕发新活力

## “互联网+”让中秋味更浓

本报记者 李嘉宝

一年月色最明夜，千里人心共赏时。在移动互联网快速发展的当下，人们体验到更多的中秋节“打开方式”，中秋文化的表现形式也更加多样。当传统节日遇上现代互联网技术，会产生怎样奇妙的化学反应？

吃的不仅是月饼

最近，“文物月饼”在微信上圈粉不少。故宫博物院将馆藏艺术品的图案印在或绣在锦盒上，作为月饼的包装，靠“高颜值”和“文化范儿”吸引了各个年龄层的顾客。成都博物馆将镇馆之宝——神兽石犀做成了可爱的卡通形象，印在月饼上。有网友评价说：“吃下去的不仅是月饼，更是文化。”

文物月饼在移动社交平台上走俏，再依靠电商平台走入千家万户，成为中秋节亲密邂逅“互联网+”的生动案例。

不止如此，随着中秋节的到来，中秋文化在各大互联网平台上热起来。在一款热门网络游戏中，平台推出了“中秋月兔”模式。圆月、玉兔、花灯、桂花树等中秋元素色彩鲜明、生动逼真，让不少年轻人直呼惊艳，有玩家甚至发出了这样的感叹：“游戏先放一边，让我们一起来赏月吧！”

当中秋节遇上“互联网+”，传统文化资源被进一步挖掘，有了更多更新的表现形式。有关中秋节的起源、风俗、文化、诗词欣赏等，以短视频、H5动画等形式呈现在人们面前，形成了公共知识的有效供给。借助接地气的网络产品，传统文化的吸引力进一步增强。人们能够重新认识感受蕴藏和流淌在

民族血脉中的传统文化，浓浓的文化味和时代味扑面而来。

乡情乡愁即时通

每逢中秋节，“回家”是亘古不变的话题。在“抖音”等短视频平台上，以“回家”为主题的作品层出不穷。“大城市，更思乡”“走过了那么多地方，最远的月亮还是在家的方向”，充满温情的画面搭配直戳人心的文案，让不少在异乡奋斗打拼的人们倍感温暖，这是现代人的乡愁。

通过微信、微博等社交平台上贺中秋、发送电子中秋贺卡等，已经成为当下人们过节方式中最习以为常的部分。借助互联网技术，家书不再抵万金，乡音乡情即时互通，瞬间可达。借助互联网技术，现代人的乡愁少了许多“西北望乡何处是，东南见月几回圆”的忧伤，多了几分“海上生明月，天涯共此时”的豁达。

家是小小国，国是千万家。今天，人们在中秋节抬头望月，不止是把酒言欢、遥念亲友、想象嫦娥玉兔月中漫步的神话，更能看到中国航天技术的进步和中国力量的腾飞。

微博上一位名为“夏是夏天的夏”的插画师，曾为嫦娥二号、嫦娥三号及玉兔一号创作中秋节的插画，并以此为灵感，创作出宇航员系列的插画作品，圈粉众多网友。今年初，嫦娥四号

成功登陆月球背面，并传回世界第一张近距离拍摄月背影像图，刷屏各大网络平台。一位网友激动地发文说：“小时候每到中秋节就会好奇，月亮黑的那一面究竟是什么样子，今天总算看到了。”

老外也过中秋节

互联网的快速发展让世界变得更平。如今的中秋节不单单是中国人的节日，也成了全世界的节日。

某咖啡品牌推出“玉兔揽月”月饼礼盒、玉兔杯等包含中秋元素的商品，依托电商平台跨界“圈粉”，吸引年轻消费者。在海外社交平台上，关于中秋节的话题讨论热度不减。来自澳大利亚的福尔汉姆表示，中秋节正在成为澳大利亚不同族裔都喜欢的中国节日。“中秋节不仅在华人中受欢迎，也在其他社区发挥着影响力，它把我们团结到一起，迎接秋天，迎接收获，珍惜团聚，展现了中国文化的开放包容性。”

现在，“千里共婵娟”不再只是诗人的美好期望，而成了世界范围内不同文化背景的海外族裔之间共同的分享。“互联网+”就“+”出了传统节日的新活力，使传统文化以一种更富参与性和创造性的方式久久流传，这是当代中国的文化自信。