“中国人的面孔在叙利亚特别受欢迎”

——访叙利亚驻华大使伊马德·穆斯塔法

海外网 **张六陆**

担任叙利亚驻华大使的7年来，伊马德·穆斯塔法与中国结下了不解之缘，他见证了中叙友谊的不断加深，也实实在在地感受到中国发展背后蕴含的文化力量。

2019年是中叙建交63周年，穆斯塔法近日接受人民日报海外网专访，分享了自己逐步成为“知华派”的历程，也表达了对两国加强各个领域合作、共同维护深厚友谊的期待。

学习中文有“独门绝技”

“我在学习中文的过程中收获了快乐。”穆斯塔法对中文学习抱有浓厚的兴趣，并且独创了一套自学方法。

每天一大早，穆斯塔法都会从外交信函和中国媒体上整篇抄录有关叙利亚的新闻报道。在具备了一定的中文基础后，穆斯塔法开始了他最为重要的“中文练习”——打印习近平主席在国际场合的每一篇重要讲话，逐字逐句研读并抄写。

如此日积月累不仅使穆斯塔法的中文水平有了极大进步，也加深了他对中国政策的理解。正是基于这样的深度，面对一些质疑中国政策的声音时，穆斯塔法往往会主动站出来为中国说话。

时政之外，热爱音乐的穆斯塔法还迷上了京剧。“同生命里大多数重要和美好的事情一样，唱京剧也是一种‘习得’的品味。”穆斯塔法解释说，“一开始确实有‘文化冲击’，但是之后我会思考京剧的背后是什么，为什么它有着如此悠久的历史，为什么这么多人喜欢京剧。”随着对京剧了解的加深，穆斯塔法发现“京剧很有趣、很有挑战性并富有教育意义”。

穆斯塔法对中国有着强烈的求知欲和好奇心，“中国幅员辽阔，拥有悠久的历史和灿烂的文化，彻底读懂中国是一项艰难的任务。但是，我还在不断地学习中国，我是一个幸运的人”。

叙利亚驻华大使伊马德·穆斯塔法近照。 海外网 **付勇超**摄

从“一带一路”中读懂中国哲学

作为“知华派”，穆斯塔法不仅对中国文化和外交政策有深刻理解，也十分认同中国走向世界所秉持的哲学理念。

在穆斯塔法看来，中国道路富含中国文化的深刻内涵，与西方国家的路径选择有极大不同。历史上，西方国家变得富强后，往往通过派遣军队，在世界范围内展开殖民活动，带来战火和动荡，并掠夺当地自然资源。进入21世纪，中国变得强大、富裕和自信，但是中国没有走西方国家的老路，而是提出了基于合作共赢伙伴关系的“一带一路”倡议。“中国选择了一条与西方国家不同的崛起之路，这反映了中国严肃、深刻的哲学理念。这条路有关交通、贸易、文化交流以及全人类的繁荣。”穆斯塔法说。

早在两千多年前，叙利亚就通过丝绸之路与中国相连。在中国提出“一带一路”倡议后，叙利亚在第一时间作出积极回应。穆斯塔法观察到，已经有很多中国企业开始在叙利亚寻找投资机会，其中一些企业正在寻求当地合作伙伴。

“我们鼓励中国企业到叙利亚投资。与其他国家的企业相比，中国企业会受到叙利亚更热烈的欢迎。”穆斯塔法说，一方面是因为中国企业有强大的基建技术和生产能力，与中国企业合作符合叙利亚自身的利益；另一方面也是因为叙利亚人对中国怀有的深情厚谊。

希望两个孩子在中国上大学

在采访中，穆斯塔法一再强调叙利亚对中国和中国人民的特殊感情。“中国人的面孔在叙利亚特别受欢迎。”穆斯塔法表示，“过去两年间去过叙利亚的中国游客都跟我说，叙利亚人民非常友好、热情。”

叙利亚人对中国的这种亲近感，在穆斯塔法及其家人身上更是体现得淋漓尽致。穆斯塔法笑称，在驻华任期结束回国后，他会把自己当作“中国驻叙利亚大使”，致力于将更多中国文化和中文教育引入叙利亚。

穆斯塔法说，他的两个孩子，一个12岁，一个10岁，都说一口流利的中文，还会用中文唱中国国歌。他希望两个孩子未来可以到中国上大学，“这对我来说很重要！中国元素已经在我的家庭中生根发芽，我希望它能一直延续下去。”

中国在叙利亚问题上始终秉持客观公正的立场，是叙利亚对中国怀有浓厚亲近感的重要原因。中国推动叙问题解决的努力从未停歇。从叙利亚危机一开始，中国就积极参与国际促和会议，并与各方沟通，寻求解决问题的途径。在向叙人民提供援助的队伍中，中国也从未缺席，并向叙人民包括境外难民提供了力所能及的帮助。“中国站在了历史正确的一边。”穆斯塔法说，“叙利亚感念中国的帮助，中国理应受到欢迎。”

当被问及中国在叙利亚重建进程中可以担当何种角色时，穆斯塔法给出了一个简短有力的答案：“能想到的所有角色。”

采访手记

发现叙利亚的另一面

海外网 **张六陆**

在国际舆论的话题中，叙利亚往往是同“战乱”“危机”联系在一起。2018年4月，在美英法三国联合对叙利亚发动空袭前夕，一张叙利亚驻联合国外交官临窗而坐、低头不语的照片刷屏中国社交网络。

穿过重重硝烟，我们又该如何认识叙利亚这个地处欧亚非三大洲交汇之处、被称为“文明世界的历史浓缩于此”的国家？

带着这样的疑问，“我在中国当大使”栏目组一行4人来到叙利亚驻华大使馆。远远望去，叙利亚驻华大使馆是一栋看似朴素的小楼，但当我们走进使馆，却见到了另外一番天地：内部的装潢具有浓郁的伊斯兰风格，室内摆放着许多叙利亚手工艺术品，墙上悬挂着花纹精美的浮雕作品，暖黄色的照明让整个房间显得十分温馨。这些画面通过我们的镜头直达受众，带去文明古国叙利亚的别样文化风情。

而从开朗健谈、风度翩翩的穆斯塔法大使本人身上，我们挖掘出更多有感染力的故事。我们的采访跳脱出国际关系的宏大叙事，在还原大使日常工作生活的过程中，去发现叙利亚人与中国人之间的情感联结点。大使对自学中文的热情与坚持，对中国哲学的认同与赞赏，对京剧的热爱与尊重……无不传递着叙利亚人对中国人的那份特殊亲厚之情。

为了让受众最大限度感受我们在采访现场受到的触动，栏目组在传播形式上做了很多尝试，通过Vlog、混剪片等形式丰富了产品矩阵。穆斯塔法大使的“中文秀”成了混剪片《驻华大使告诉你，“汉语热”到底有多热？》的一大亮点，推出后引发网友热烈反响。

在多种形式的立体传播中，我们想使受众对叙利亚这个饱受战乱蹂躏、却又孕育出璀璨文明的国度有更多理解。而对这个文明古国了解越多，就越希望她能早日恢复曾经的安宁平静。

方便面出海成网红

海外网 **庞 晟**

消费者在网上选购今麦郎产品。**庞 晟**摄

互联网时代，消费渠道日渐丰富。方便面，这种大家都很熟悉的传统速食食品，如今也借着互联网的东风，开始玩出新花样。有电商、社交平台助力，小小的方便面立马变身网红食品。

前几年，国内社交平台上出现了一股吃“韩国火鸡面”的热潮，各大电商平台也争相售卖相关进口产品。现在，中国的方便面也不逊色，今麦郎的产品正积极出海，其旗下品牌“老范家速食面馆面”受到了海内外消费者的广泛认可。据介绍，老范家速食面馆面在方便面的诞生地日本先行上市，接着又卖到“泡面大国”韩国，在韩国网络社交平台广泛“种草”，卖成“中国网红泡面爆款”。

作为方便面知名品牌，今麦郎紧跟互联网发展大势，凭借社交平台在海外市场站稳了脚跟。以老范家速食面馆面在韩国的线上口碑推广为例，今麦郎先邀请韩国当地吃面爱好者试吃尝鲜，接着邀请社交媒体上的健康达人分享“非油炸更健康”的颠覆性体验。随之，韩国泡面爱好者和健康达人的优质口碑在社交平台上引发刷屏效应，继而吸引更多消费者尝鲜打卡。

要打造出一个受追捧的网红产品，中国的方便面行业应该用好“互联网+”。“移动网络的兴起对快消品牌营销来说既是机遇也是挑战。”今麦郎集团董事长范现国表示，不管传播的语境和媒介如何变化，两个入口都是品牌营销的重中之重，一个是消费者的认知入口，一个是流量入口。前者是产品价值、品牌理念，要让消费者去感知并产生共鸣，后者是去扩大销售的渠道和方式，满足各个层次的消费需求。“像不久前，老范家速食面馆面发起的首届‘9·9吃面节’，联合电商、权威媒体、知名企业，同时利用抖音等新媒体，线上线下营造吃面过节的气氛。”范现国举例说。

更多人愿意为“好声音”付费

在线音乐平台的春天来了吗？

本报记者 **刘 峣**

在线音乐平台的“吸金”能力有多强？不久前，一张数字专辑的发行“点燃”了市场。上个月，歌手周杰伦的新歌《说好不哭》在腾讯音乐旗下的三大音乐平台上线。不到12小时，这首歌曲的销售额就突破了1500万元。到目前为止，专辑销售量已经超过1000万，创造了在线音乐平台的销量新纪录。

在线音乐平台是否迎来了春天？经历了严厉的版权整治和持续的“跑马圈地”之后，中国在线音乐市场正在寻找属于自己的规范发展之路。随着市场规模不断扩大，各大平台正各显神通，试图开拓更多的“音域”。

近六成用户愿意花钱听歌

花3元钱买一首歌的“收听权”，值不值？如今，愿意为“好声音”付费的用户越来越多了。

随着移动互联网的发展和智能手机的普及，中国在线音乐行业用户增长迅速。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2019年6月，中国网络音乐用户规模达6.08亿，较2018年底增长3229万，占全部网民的71.1%。

与此同时，经过近几年的行业变革，中国在线音乐行业的版权意识已经养成，音乐付费模式也得到了用户的认可。有研究机构的数据显示，目前有近六成用户愿意在内容质量满意的前提下为内容付费，内容付费占数字音乐总收入的比例已接近六成。腾讯音乐的财报披露，截至2019年二季度，其在线音乐付费用户数已提升至3100万，同比增长33%。

哪些人是音乐内容付费的主力军？根据艾瑞咨询的相关报告显示，中国在线音乐用户平均年龄为28.7岁，其中26—30岁用户占到整体的38.7%。在付费群体中，高学历、高收入者居多，但用户整体付费额度较低，近半用户每月花费在10元以内。同韩国、新加坡等在线音乐市场较为成熟的国家相比，中国的数字音乐付费率仍有不小的差距。

差距背后，除了用户的付费习惯仍需培养外，真正优质内容的缺乏也是关键原因。不少在线音乐用户表示，目前很多音乐APP需要缴费开通会员才能收听和下载歌曲，由于版权垄断，不得不在好几个平台同时开通会员。此外，付费音乐还存在“重流量、轻内容”现象，一些优质的原创音乐在“流量为王”的背景下，难以产生应有的价值。

版权整顿为在线音乐护航

盈利难，一度是困扰中国在线音乐发展的最大掣肘。在流行音乐向互联网平台转移之初，由于市场版权保护力度较弱，相关规则未得到有效建立，侵权行为难以被认定和追责，导致盗版横行，制约了音乐行业的发展。

面对在线音乐行业的野蛮生长和无序发展，中国在2015年发布“最严版权令”，责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品，由此拉开了在线音乐正版化的序幕。在整顿和推进版权建设的过程中，相关在线音乐平台纷纷完成版权化，并同时向移动互联网转型，试水商业化，逐步扭转了音乐市场“劣币驱逐良币”的乱象。

在严格管理的基础上，近年来，针对版权割据和垄断乱象，国家版权局又提出了避免独家版权等举措，推动版权秩序不断规范。随着众多在线音乐平台与版权方达成合作以及平台间的版权整合，在线音乐行业的格局更加稳固。国际唱片业协会《音乐消费者洞察报告》显示，已有96%的中国消费者使用了正版音乐，远高于全球平均水平62%。

正是良好的版权秩序和用户体验，让消费者乐于为好音乐埋单，让付费音乐更有“底气”。

发挥优势获取存量红利

有业内人士分析指出，在线音乐行业用户规模已经稳定，行业从增量红利时代转向存量红利时代，目前，在线音乐平台的重心从获取用户转向深耕用户、提高用户黏性，因此音乐平台应以版权为基础，增强平台自身内容孵化能力，拓宽内容宣发和变现的渠道。

人们在音乐图书馆聆听音乐。**刘 筝**摄（人民视觉）

随着强化合作、共享版权行业氛围逐渐形成，各大在线音乐平台亮出了十八般武艺，以期打造差异化竞争优势。在此过程中，“社区化”成为各大平台深耕存量用户的共同方向。社区化可以丰富平台内容、提升用户使用体验，进而提高用户使用时长和黏性，拓展用户付费收入。

例如，腾讯音乐围绕在线音乐和社交娱乐两大核心服务打造音乐社交娱乐生态圈，在提供音乐包、数字专辑、数字单曲等多种音乐产品的基础上，还拓展了K歌、直播等音乐场景以及明星见面会等会员权益。

网易云音乐定位原创版权、音乐社区氛围、音乐传播生态等方面，以吸引用户，将单向音乐传播转换为双向，提高用户使用时长。

业内人士指出，丰富平台内容、持续挖掘用户价值，是在线音乐平台亟需解决的问题。与此同时，在市场发展的新形势下，市场规范和行业监管也要跟上，为在线音乐的健康发展创造良好环境。