

鲜解读

国家形象宣传片 引入新时代元素



片中的镜头。►神舟五号、神舟六号和神舟七号的航天员在宣传

首部中国国家形象宣传片将于11月中旬正式推出。演员阵容除了袁隆平、姚明等名人,还有大量普通人的形象。而在宣传片中,象征着中国古代文明的书法、丝绸、武术等元素都不见了踪影,取而代之的是新时代元素。

首部中国国家形象宣传片将于11月中旬正式推出。负责拍摄制作的灵狮广告负责人表示,届时国新办的相关负责人将赶赴美国,商谈如何在各大电视台播放中国国家形象宣传片的具体事宜。

演员阵容:

从袁隆平到普通百姓

“一个国家最重要的,最有代表性的元素,是她的人民。人民的性格、意志、品德乃至能力、观念、理想等都能辉映出这个国家在方方面面的形象。”国家形象宣传片的文案这样写道。

中国国家形象宣传系列片今年7

月起拍摄。近百人的策划和制作团队转战中国多个地理坐标,制作包含一部时长15分钟的专题长片,以及两个或多个时长30秒的广告短片。

其中时长为30秒的广告《人物篇》,将以“中国人”概念打造中国形象,包括袁隆平、李嘉诚、吴敬琏、姚明、吴宇森、杨利伟等商界、演艺界、学术界等50多位著名人物。该片将通过BBC、CNN等媒体全球播出。

另一部分是15分钟的专题片《角度篇》,将涉及中国经济、政治、社会等多个领域,其所要摊开的将是写实的中国生活画卷,制作团队选取了当下的热门领域。

其中“少数民族青年在新疆的山坳之间拨打手机”的图像,中国第一次进

乡村干部基层选举的图片等意味深长的影像也会包含其中。

此外,还有一个桂林鱼鹰捕鱼的画面,旁白引用孟子的“不涸泽而渔,不焚林而猎”,以此来说明中国自古以来就重视环保和可持续发展。据悉,该片将用于外事活动展示。

摄制组总策划人朱幼光说:“国家形象是一个系统工程,一部片子不可能面面俱到。我们要从一滴水做起,尽全力把它做干净,做漂亮,最终必将成为一片大海。”

原因分析:

从“被展现”到主动“递名片”

曾在英国留学的中国女孩吕宏说,英国人大多数认识武打明星成龙,但其他中国名人就说不上来了,“他们甚至认为中国人都会功夫,很厉害也让人害怕”,说到这里,她不由自主地笑起来。

中国人民大学舆论研究所所长喻国明说,中国开始走上国际舞台,却发现自己期待在外国人心中的形象与实际有很大差距,因此国家开始连连打出形象广告,这是适时的。

宣传片总导演高小龙说,以往,中国形象都是被展现的,如何让人认识到真正的中国?那就得主动递上自己的名片,让外国人看到感兴趣的内容。摄制组总策划人朱幼光坦言,创作团队多次与外国朋友进行交流,发现他们的兴趣在于“当代”中国。于是在宣传片中,象征着中国古代文明的书法、丝绸、武术等元素都不见了踪影,取而代之的是新时代元素。

(据《法制晚报》)

外媒声音

通过软实力 提高全球影响力

法国媒体报道称,此前中国涉及国家形象的宣传片内容都涵盖了非常宽泛的主题,而宣传片的角度将有所不同,“更注重以人为本”。

美国媒体的报道则认为,中国推出国家形象宣传片的背景,是因为国际媒体对中国一贯“带有偏见”。

《波士顿环球报》援引分析人士的话说,中国现在在实力对这些偏见予以回击。

《波士顿环球报》的文章还说,中国之所以致力于国家形象宣传,是因为中国国力提升,并且想要在世界范围内扩大自己的影响力。

新加坡《海峡时报》也认为,制作形象宣传片,体现了中国这个正在崛起中的大国提升其软实力的意愿。

他山之石

宣传国家形象 各有妙招

其他国家在宣传自己的国家形象时都有妙招。素有“花样滑冰女王”之称的金妍儿在韩国本土及海外都具有极高的知名度,频频成为韩国国家形象代言人。

韩国《中央日报》的报道说,金妍儿在温哥华冬奥会上夺冠后所引发的经济效应达到了5.23万亿韩元(约合315亿元人民币)。

瑞士在国际上享有很高的知名度和美誉度,这与瑞士政府多年来一直致力于推广国家正面形象有着密切关系。瑞士外交部内设一个部门,名称就叫“瑞士国家形象委员会”,专门负责在国际上展现和培养一个积极的瑞士形象。

储存希望 许愿未来

2010花冠储酒文化节开幕式演出精彩回顾

□文/图 李伟

十月的麟州大地,秋高气爽,硕果飘香。10月16日,农历九月初九上午9时9分,“2010花冠储酒文化节”开幕式在花冠集团隆重举行。来自总政歌舞团的著名歌唱家李双江、著名歌唱演员白雪、著名相声表演艺术家李国胜等为现场观众送上了精彩的演出。

参加开幕式的领导有省轻工工业办公室主任李伟鸣、省白酒协会秘书长姜祖模、省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐等;白酒界的权威专家有中国著名白酒专家沈怡方、高景炎、于桥、高月明;山东白酒专家组组长黄业立、山东白酒协会副会长周复茂、国家白酒评委高军等。

“秋收、秋藏、秋开窖,花乡、花美、花之冠。”从2002年起,花冠集团每年都举办声势浩大,隆重热烈的花冠储酒文化节,开创了鲁酒乃至长江以北白酒储酒之先河。而把储酒演绎成为了文化深厚的节日,更是“花冠”在北方所独创的经典之作。

花冠集团通过举办储酒文化节盛典,广邀各界人士出席见证,他们把储酒节的核心内容定位在古法酿造和储存优质粮酒上,在所举办的八届储酒节上,每年封存的优质粮酒都在1000吨以上,这是花冠人确保花冠质量的重要举措,更是花冠人对消费者的郑重承诺。



中国白酒著名专家沈怡方、花冠集团董事长刘法来为现场观众抽奖



与会领导与专家现场储酒许愿

中国白酒著名专家沈怡方、高月明、于桥、高景炎(从右至左)开坛品酒

中国著名歌唱家李双江与花冠集团董事刘法来联手为现场观众演唱

开幕式上精彩的文艺演出

实实在在做人

认认真真酿酒