

2011年8月29日
星期一
第12期

松雷

松作草木而怀公心
雷化雨雪而润万物

电子邮箱: songlenews@gmail.com

2011年第04期(总第12期) 本期共4版

2011年北京市舞台艺术新剧目展演

音乐剧《爱上邓丽君》闪耀京城

8月5日至6日,作为“2011年北京市舞台艺术新剧目展演”剧目之一,由北京东方松雷音乐剧发展有限公司出品的原创音乐剧《爱上邓丽君》,在北京展览馆剧场精彩上演。市委宣传部、市文化局等有关部门领导出席并观看了演出。邓丽君胞兄邓长富先生、松雷集团董事长曾庆荣女士更是接连出席了两场演出,全力支持该剧京城之行。

《爱上邓丽君》创作过程历时3年,耗资3000多万,由300多位台前幕后精英倾力打造,并得到了邓丽君文教基金会的鼎力支持。全剧将29首邓丽君经典歌曲融入时尚元素,在“爱与梦想”的主题下,从怀旧中焕发出新的活力,唤醒人们对爱的执着,对理想的坚持。该剧自去年12月30日香港全球首演到目前为止,已在国内18个城市演出了50余场,8万多人观看了演出,引爆传媒和观众对中国原创音乐剧的关注热情。此次北京演出是该剧7月11日在韩国大邱国际音乐节获得“DIMF特别大奖”后的首次亮相,也是继2007年《蝶》在北京首演之后,松雷原创音乐剧再次闪耀京城舞台。

剧中角色精彩演绎 君迷合唱团锦上添花

《爱上邓丽君》在北京的两场演出堪称完美,每一位演员的表现都格外出色。邓丽君的扮演者王静和李烁,其甜美神似的演绎几乎以假乱真。在下半场“邓丽君”出场时,她激动真诚地说道:“我是邓丽君,我不知道多少次在梦中站在北京的舞台上为大家演唱,今天终于如愿以偿了……”在她语音落下弯身鞠躬的一刹那,恍惚真实的邓丽君穿越时光,重现人间,令台下“君迷”感动不已。随后的“点歌环节”,仿佛“邓丽君演唱会”现场,“邓丽君”落落大方地应观众的要求,演绎了《夜来香》、《路边的野花不要采》等近10首经典曲目,再现歌后风采。该剧制作人李盾表示,“邓丽君没能来到内地开演唱会是一大遗憾,这次我们用音乐剧来为热爱她的人圆一个梦”。

剧中周梦君的扮演者刘岩和刘令飞,在舞台上激情迸发,引吭高歌,具有强烈的感染力;咪咪的扮演者吕欢以深情醇厚的歌声打动了剧中的周梦君,也打动了观众;两位丑角——酒保的扮演者王金瀛和经纪人的扮演者鲁源,也凭借个性化的外形和出彩的表演,博得观众好评。演出最后,全体演员演唱了全剧主题曲《没有爱到不了的地方》,将整场演出推向高潮。直到演员谢幕时,台下的观众依然觉得意犹未尽,迟迟不肯散场,纷纷站起来对演员们精彩的演出报之以长时间的掌声。

另外,在演出过程中,由“君迷之家”组成的合唱团,身着白色T恤,在剧场两侧组成两大方阵,参与剧中部分曲目的大合唱,犹如“天使之翼”,与舞台演出相呼应。



卡巴斯基全程赞助 化身守护天使

一路走来,音乐剧《爱上邓丽君》得到了不少企业的关注和支持,此次该剧在北展剧场的演出,得到了卡巴斯基品牌的大力支持。在演出开始前,卡巴斯基在现场发起了“卡巴斯基,守护天使”活动,前来观看的观众在展台前留下了充满温情的文字和祝福,“永远深爱邓小姐!”、“无法复制的美”、“至纯至美”、“I miss you, Teresa”……

此次合作,卡巴斯基公司正是看重《爱上邓丽君》扎实的艺术品质和引领时尚的风格,全程赞助此剧第二轮全国巡演,随后该剧还将在全国20多个城市陆续上演,让更多的观众能够重温一代歌后美好的歌声,并有机会欣赏和了解中国原创音乐剧。

市场的检验和观众的认可 激励《爱上邓丽君》走得更远

据介绍,此次“2011年北京市舞台艺术新剧目展演”活动由北京市委宣传部、北京市文化局主办,共有28台最新创作的舞台艺术精品在北京各大剧场上演,是近年来北京市规模最大、演出时间最长的一次舞台艺术新剧目展演活动。此次音乐剧《爱上邓丽君》能够入选并成功演出,对于投身中国原创音乐剧发展的松雷企业来讲,无疑是一次极大的鼓励和肯定。而从演出效果和反馈情况来看,该剧也经受了市场的检验,受到了媒体和群众的广泛认可,大多数人评论,该剧有继承、有发扬、有创新,很好看、很娱乐、很时尚。

北展演出后,《爱上邓丽君》还于8月9日至10日参加了天津文化局举办的2011·西岸艺术节,在天津连演两场。9月,该剧将代表北京市赴台湾参加在台北举办的“2011年京台文化节”,并在“国父纪念馆”连演七场。

松雷国际文化创意产业集团供稿

“君迷”观后感

观音乐剧《爱上邓丽君》有感

我有幸以“君迷之家”成员的身份参加音乐剧《爱上邓丽君》群众伴唱的演出,同时也是观众,加上排演共连续看了三遍。每看一遍我都感动得老泪纵横!作为一位老君迷,我看到了真实的邓丽君就在舞台上,唱起我非常熟悉的那些老歌,边唱边做着亲切而又使人陶醉的动作。邓丽君终于实现了她一生都未能完成的夙愿,终于来到北京的舞台上!歌迷们热情地向“邓丽君”点歌,她总是谦和、热情地满足观众的一个个要求,我也终于消却了不能亲身听她歌唱、看她表演的遗憾!邓丽君回来了!邓丽君又回来了!!从观众热情的掌声和喊声中说明了大家对她的认可。

这几天,我的脑海中都是剧中的景象,和朋友谈论的也是“爱”剧的话题:邓丽君是真善美的化身,是爱的化身,凡是有邓丽君歌声的地方,就传唱着人们对爱的渴望和追求。邓丽君的爱不但感化了剧中的周梦君,也深深打动了周围的许多人,也鼓励我要不断地为君姐作画,一直做下去!

来源/中国君迷之家 文/“君迷” sptwyl

本期导读

喜讯:
松雷动漫荣获2011年
红点设计大奖
[第3版]

洛杉矶联合学区
欲在松雷中学建立留学基地
[第2版]

《特勤队2》精彩亮相
2011ChinaJoy游戏展
[第3版]

文娱产业升温
美空网平台价值彰显
[第4版]

《爱上邓丽君》韩国载誉归来 「两项大奖众望所归」

7月11日晚,2011亚洲唯一的国际音乐节——第五届韩国大邱国际音乐节(DIMF)闭幕式暨颁奖典礼在启明艺术中心举行。中国原创音乐剧《爱上邓丽君》一举夺得“DIMF特别大奖”和“女偶最佳表现奖”两项大奖。



王静获得“女偶最佳表现奖”

来自美国、法国等多个国家的19个剧目参加了本届音乐节展演,包括韩国音乐剧作品《图兰朵》、美国百老汇音乐剧作品《我被炒鱿鱼》等,可谓是强手如林。而中国音乐剧制作人李盾的最新力作《爱上邓丽君》以独特的音乐文化特色、恢宏震撼的舞台效果在众多参演剧目中脱颖而出,

完美保持2008年《蝶》在该音乐剧节的特别大奖记录,再次摘得“DIMF特别大奖”。李盾在发表获奖感言时表示:“亚洲音乐剧的发展将会在今后变成主流,中国的音乐剧时代已经到了!”

同时,音乐剧组委会为表彰《爱上邓丽君》的出品方——北京东方松雷音乐剧发展有限公司对于亚洲音乐剧发展所作出的贡献,特别在本届音乐节中设置了全新奖项——东方松雷音乐剧奖,并将该奖首次颁发给了韩国音乐剧作品《图兰朵》。

有所突破的是剧中扮演邓丽君的演员之一王静,她获得了“女偶最佳表现奖”,这虽然是她的第一部音乐剧作品,但是却取得如此优异的表现,不得不说她在角色创作上用足了功夫。几乎所有看过她演出的观众,都会惊呼“太像邓丽君了!”而且由于她的音质十分接近邓丽君原声,又有超强的模仿能力,以至于

当她第一次参加东方松雷举办的“邓丽君选秀”时,邓长富(邓丽君的胞兄)听后竟流下眼泪,直说“我的妹妹回来了!”在当晚的颁奖典礼上,王静首先独唱了一首韩国观众最熟悉也是最喜爱的《甜蜜蜜》,然后与全体演员合作演出了摇滚版《甜蜜蜜》,两个版本一静一动的对比完美表现了该剧对于传承和发扬的理解。



全体演员大合唱摇滚版《甜蜜蜜》

东方松雷供稿 文/朱宇春

美国洛杉矶联合学区欲在哈市建立留学基地

洛杉矶教育局相中冰城民办校

7月11日，来自美国洛杉矶联合学区的教育参观团与中国国际交流协会以及松雷集团、哈尔滨市松雷中学的相关代表，相聚在北京松雷酒店，共同商定中美联合办学，并在哈尔滨市松雷中学建立留学基地的合作项目。此次洛杉矶联合学区教育局选中松雷中学作为合作伙伴，是看中了该校丰厚的文化底蕴、高严的办学标准和良好的社会声誉。

松雷中学将建出国留学基地

据介绍，此次参与商讨的代表来自中美双方，美方代表有洛杉矶联合学区教育局国际留学生办公室学生部主任德芭拉·杜瓦多女士、学生事务高级顾问维拉瑞·考考恩女士以及当地一中学校长。中国国际交流协会项目负责人于海峰、松雷集团总部和哈尔滨市松雷中学的相关负责人等中方代表，与美方代表互相介绍了中美留学的相关政策，并协商了具体合作事项。

此次商讨的成功，将为冰城学子建立中美在校留学直通车体系，学生在高中阶段就可以在家门口接受国外师资专门培训。实际上，作为我省高标准公企联办的完全中学，松雷中学建校16年来，一直在拓宽发展道路。为了开阔视野，该校非常注重对外交流。1989年，松雷集团董事长一行到加拿大、澳大利亚考察，磋商合作交流事宜，美国、韩国、澳大利亚、加拿大等国同行也多次到学校参观；学校还邀请清华大学附中校长，交流教育经验，征求他们对松雷中学的意见和建议。如今，松雷中学学生升学道路不仅是国内中考、高考，随着学校留学直通车体系的建立，松雷学子可“近水楼台”赴美留学。

内涵发展兑现高中“低进高出”承诺

在松雷中学的领导班子和教师心中，都有一个“三为”方针：一切为了学生、为了一切学生、为了学生的一切。学校制订了“深化课改，面向学生，先学后教，包学包会”的十六字方针，实行分类教学努力做到“低进中出，中进高出，高进优出”的培养目标，让每个学生原有的基础上都能长足进步，促进了教学质量的大面积提高。

据介绍，2009年，该校高中毕业生本科上线率达96%，重点率达到21%，二上线率达63%，有六名学生突破600分。这些学生中有一批学生中考时只有三百多分，而他们的高考成绩都达到了500分以上；2010年是新课改高考的第一年，试题难度增大，该校又有4名同学突破600分，两名学生在590分以上，一上线率达29%，二上线率达56%，其中有20多名学生中考成绩不足400分，高考却均达到500分以上，升入北师大、复旦、吉大、浙大、哈工大、哈工程大学等知名高校。

在今年高考中，该校再创新高。110名学生中，有10人达到600分，赵缘同学考了649分。有15人达到580分以上。一上线率为30%，二



松雷中学校车

表上线率为61%。这些学生都是在省市重点选拔之后，并在没有复读生与特别招收外县尖子生的情况下，许多中考入学分不足400分的学生，取得这样的成绩，完全实现学校“低进高出”的承诺，松雷中学的高分率超出了众多民办校，在市重点中学中也是名列前茅。

精品教育培养初中生高综合素质

松雷中学初中的教育质量十多年来一直处于哈市前列。

2006年中考状元张沪滨、2009年高考状元王佰洋都是松雷学子。建校以来在学科竞赛中获国家级奖励380项。2010年初中毕业生398人，470分以上的18人，省重点统招278人，加上择校、配额，九中松北校区省重点统招321人，再加上考入市重点的，学校的重点率达95%以上。班级平均分高达446.5分，比上一年提高了13.8分。

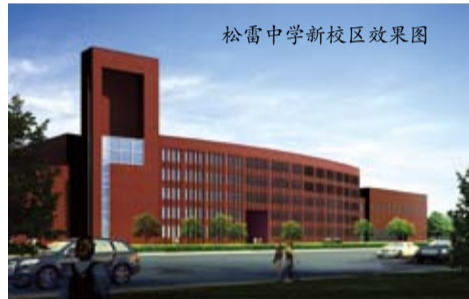
松雷中学初中毕业生以综合素质高、能力强、升入重点校后劲足、出拔尖人才而著称。2009年全省保送北大、清华31名学生中，初中毕业于松雷的就有11名；同年经过省重点中学学习后直接考北大、清华有18人是松雷初中毕业的；2010年又有16名考入北大、清华的学生是松雷初中毕业的。我省第一个以全额奖学金考入美国哈佛大学的常艺凡，也是松雷中学初中毕业生。

高标准办学为学校建设强本固基

自建校初，松雷中学即开始打造高水平的师资队伍。该校首先调整了领导班子，由前南岗区教工委书记、教委主任吴凤石任校长，前萧红中学副校长张艳芳任副校长，从校长到中层干部全都是有几十年教育工作经验、懂业务、会管理的干部和教师担任。该校在社会上招聘优秀的退休教师、中青年教师，形成了老中青梯次结构，师德高尚，业务精良、经验丰富，富有爱心和责任心相对稳定的教师队伍。123人的教师队伍，有特级教师5人，高级教师占70%。

该校坚持高标准的办学条件。学校有1.8万平方米的教学楼、2.2万平方米的大操场、7个高标准实验室、800平方米的体育馆、容纳400人的多功能厅和300人的阅览室。有美术、音乐专用教室及标本室、学生大食堂，有40余台大客车定时接送师生。拥有教育网、校园网、闭路电视系统，语音室、各个教室都有多媒体大屏幕和电视。

一流的师资队伍、一流的管理体制、一流的育人环境，创造了骄人的教学质量。自1998年以来，该校连续13年被评为“南岗区大面积提高教学质量先进单位”。2002年，省经济研究中心课题组权威发布：“松雷中学为改革开放以来，对黑龙江人民生活最具影响力的民办完全中学”。2003年，被评为“全国创新学习先进学校”、“哈尔滨市示范学校”。2004年，被评为“省一类初中”。教学质量连年攀升：高中毕业生100%升入大专院校，本科升学率为98%，初中升省重点高中率达82%以上。



松雷中学新校区效果图

诚信铸金。松雷中学着眼于将来，教育要发展必须做大做强，松雷集团于2009年开始筹划在哈西新区的黄金地段建设一个全国一流的新校区。2010年开始投资新建，总投资1.5亿元，占地4.2万平方米，建筑面积3.5万平方米，欧式风格，典雅壮观。今年11月，松雷中学新校区将迎来第一批进驻的师生。

来源/原载于《哈尔滨日报》2011-07-12 C12



松雷中学课堂场景

松雷“快捷汉语”赴海外中国文化中心 举办汉语教学推广活动

6月中旬，松雷“快捷汉语”受邀分别赴柏林中国文化中心和毛里求斯中国文化中心举办了松雷“快捷汉语”示范课和教材推广系列活动。松雷“快捷汉语”创新的教学理念、独特的教学方法、配套的多种媒体教材和系统的课程体系受到了当地汉语教学机构、汉语教师以及学生的极大欢迎和认可。

柏林中国文化中心举办松雷“快捷汉语”示范课和教材推广活动

为提高对外汉语教学水平，6月14日，柏林中国文化中心特邀北京松雷“快捷汉语”教育培训中心总校长郝桂秀教授在文化中心举办了松雷“快捷汉语”示范课和教材推广活动。

郝桂秀教授从事对外汉语教学工作30余年，有着丰富的教学实践经验。在示范课上，她向各位老师展示了松雷“快捷汉语”丰富多彩的教学内容：采用“结合语感”的教学方式和“多角度教学法”提升课堂效果；着重培养外国学生的听和说的能力；通过教师在课堂中运用体态语言的“表演教学法”，激发外国学生的兴趣和求知欲。此外，郝桂秀教授还为在柏林中国文化中心学习汉语的德国同学上了一堂精彩生动的示范课“炸酱面馆”，其新颖别致、生动活泼的教学方法受到了德国学生的欢迎。



学员之间相互交流

来自柏林中国文化中心、柏林益智中文学校、柏林华德中文学校的汉语教师30余人参加了此次活动。他们认为，该活动不仅促进了国内外对外汉语教师的业务交流，也促使越来越多的在德从事汉语

教学的教师加入到评估和研讨对外汉语教材的队伍中来。

毛里求斯中国文化中心举办松雷“快捷汉语”教学示范、教材介绍和教学座谈系列活动

6月20-21日，由中国文化部外联局与松雷“快捷汉语”教育培训中心组成的汉语教学考察小组，在毛里求斯中国文化中心举办了松雷“快捷汉语”教学示范、教材介绍和教学座谈系列活动。为促进中毛两国汉语教学界的交流，提高当地汉语教学水平，毛里求斯中国文化中心与毛教育部、中文教师联合会、汉语促进会及多家汉语培训学校合作，组织30多名汉语老师全程参与了上述活动，收到了良好效果。

在毛里求斯中国文化中心，松雷“快捷汉语”教育培训中心郝桂秀校长向汉语老师们重点介绍了松雷“快捷汉语”教学。老师们对郝桂秀带来的“语感教学”、“听说优先”、“顶针问答法”等新颖的教学理念、方法以及有声挂图、电子点读笔等融入先进科技的教学用具十分感兴趣，并就如何引进以及怎样与当地汉语教学相结合等问题与郝桂秀进行了互动交流。老师们纷纷表示，若能将这种教学理念引进毛里求斯，定会大大提高毛里求斯的汉语教学水平。

考察小组在毛里求斯中国文化中心的活动，无论是在广度上还是在深度上都取得了良好效果。毛汉语促进会副会长潘福对郝桂秀来毛介绍中国对外汉语教学的新形势、演示先进的教学方法给予了高度评价。郝校长对文化中心学员的热情配合赞誉有加，对当地老师的认真态度印象深刻。汉语老师们也纷纷表示收获很大，相信今后的教学一定会受到松雷“快捷汉语”的启发，努力提高学生的开口能力。

来源/节选自《中国文化网》消息报道



师生们在柏林中国文化中心图书馆合影

祝贺松雷动漫团队 荣获2011年红点设计大奖



在八月初的北京老城街头，路旁枝叶繁茂的景观树上知了齐鸣，为这炎炎夏日增添了几分朝气；而在南城的松雷文化集团，更是到处洋溢着喜庆的氛围。松雷动漫团队又在国际大赛中展露了其无法掩盖的锐气与锋芒——荣获素有设计界“奥斯卡”之称的红点设计大奖（Red dot design award）！

红点设计大奖是由德国著名设计协会Design Zentrum Nordrhein Westfalen创立，至今已有超过50年的历史，与德国“iF奖”、美国“DEA奖”并称为世界三大设计奖。通过对产品设计、传达设计以及设计概念的竞赛，每年吸引了超过60个国家、1万件作品投稿参赛，而只有一些设计品质达到极高境界的优秀作品才会被授予“红点奖”。红点设计大奖可以追溯到1955年，是世界上知名设计竞赛中最大最有影响的一个竞赛。

松雷动漫《HIDE AND SEEK》其中2幅作品：



作品阐述：缘起于幻，缘消于化，相生相息，如五行般流绕人间；不同旅程，谱出人间多少巧合与曼妙！

■ 松雷动漫供稿 文/徐婷春



《特勤队2》精彩亮相2011第九届ChinaJoy

盛夏上海，正值七月流火的季节，但灼烧的热浪挡不住上海新国际博览中心涌动的人潮，7月28日，第九届中国国际数码互动娱乐展览会（即2011年度ChinaJoy）在此隆重揭幕。来自中国、美国、俄罗斯、日本、德国等国内外近300家知名游戏企业携500余款游戏产品汇聚一堂，参展产品涵盖网络游戏、PC游戏、电视游戏、手机游戏、街机游戏、掌机游戏等，充分体现出当今国际高科技数码互动娱乐技术的水平和主流产品形态。

一向以华丽展位、美女showgirl表演、丰盛礼品、超级人气吸引全球玩家的ChinaJoy，已成为与美国电子娱乐展、日本东京电玩展齐名的全球三大数码互动娱乐展之一。上海松雷旗下的Q版CS网游《特勤队2》，作为游戏产业的一员新兵，也凭借自己的努力荣耀跻身这场盛事，现在就去大腕云集的W3馆，看看“《特勤队2》电竞大赛”现场的精彩战况吧！

通过前期的活动召集及海选，来自全国各地的6支3人战队最终杀入《特勤队2》CJ现场。在为期三天的总决赛中，他们在《特勤队2》展台捉对厮杀，战况激烈，吸引了众多围观者。而上海松雷在本届CJ隆重推出“最帅气的Showgirl战队”，更是标新立异，由酷

劲十足的狙击手“春哥”、爽朗可爱的“精英步兵”和清纯娇俏的“小护士”组成。他们各自身着游戏中角色的全副武装，英气逼人，脚踏战靴，手持冲锋枪、针筒等战斗道具，形象地展示了《特勤队2》游戏中中冷峻、阳光、甜美三种鲜明的人物个性；既营造出战场的劲爆氛围，又不失Q版游戏的娱乐性，主打的中性风在CJ现场遍地美女的视觉疲劳中脱颖而出，令人耳目一新，吸引了众多电竞、军事类游戏爱好者来到展台参与比赛，一试身手。当冠、亚、季军尘埃落定时，《特勤队2》的三名Showgirl当场为他们颁发奖品并合影，再度掀起现场观众的围观热潮，太平洋游戏网也对此进行了媒体专访。

为参与这场全球规模最大的游戏盛会，响亮打出《特勤队2》品牌，借助CJ的强大影响力吸引更多玩家和业界的关注，上海松雷此番全力出击。从前期规划、合作协商、活动策划与筹备，到现场布展、组织、协调与监控，再到全程的线上线下新闻宣传、媒体推广，全体人员都付出了全部精力和心血。为期四天的持续作战，上海松雷团队上下一心，克服拥挤嘈杂疲累和酷暑，打了一场漂亮的阵地战，收获了宝贵的大型活动经验和显著的品牌传播效果，令我们对欣欣向荣的网络游戏产业更加充满信心，相信中国网游的未来会更加广阔，更加精彩！

■ 上海松雷供稿 文/王晓姗

松雷之声系列音乐活动之爱乐讲座

难忘的旋律——爱乐人的心灵之音

7月25日，松雷之声系列音乐活动之爱乐讲座又开讲了。恰逢中国共产党成立九十周年，红歌唱响祖国大地之际，松雷韵翔音乐沙龙有幸邀请到中国唱片总公司音乐总编室主任于波老师，与



于波老师讲述唱片里的故事

大家一起追寻时代歌声，畅谈音乐文化和爱乐感受。

于波老师是六十年代哈尔滨走出的音乐人才，现年逾七十仍在为中国的音乐事业而辛勤无私地付出着。此次于波老师回到家乡哈尔滨，当听说松雷韵翔音乐沙龙是一个十几年来坚持为音乐爱好者服务，热衷于民间爱乐交流的平台，就欣然应允我们的邀请。

在当天的交流活动中，于波老师回忆了自己如何从一名文工

团战士走进中国唱片总公司，并在中唱追求自己音乐人生的风雨历程，还与乐友们分享了不同年代唱片录制背后的故事。中国唱片总公司是我国规模最大、历史最悠久的国家级音像制作出版集团，六十多年来，中唱出版发行了数以万计的音乐制品，有很多极为珍贵的旷世录音。当听到粉丝金峰讲述有近200多个中唱公司唱片的收藏经历，以及看到音乐爱好者收藏的由她主编的唱片专辑时，于波老师非常感慨。她说有这么多音乐

爱好者的期盼和支持，中唱公司在目前严峻的市场发展形势下，更应该把更多的好歌回报给广大的爱乐人。

活动最后，大家在由于波老师主编的《难忘的旋律》、《十五的月亮》和李双江老师《心儿在歌唱》专辑的歌声中，回味年代情怀，感慨万千。大家祝福于波老师健康长寿，并期待由她编辑的《好歌珍藏



于波老师（前排中）与沙龙成员合影

500首》专辑尽快出版，希望这些“难忘的旋律”，能够成为爱乐人永远的心灵之音。

■ 松雷商业道里店韵翔音乐沙龙供稿

简讯

东方松雷蝶之舞音乐剧剧团入驻塘厦

8月16日，北京东方松雷音乐剧发展有限公司与东莞塘厦镇人民政府签订合作协议，东方松雷蝶之舞音乐剧剧团正式入驻塘厦，建立东莞（塘厦）音乐剧创作生产基地，这是广东省首个音乐剧创作生产基地。基地成立后，将采取“政府扶持、项目办团、企业管理、自主经营、自负盈亏”的运作模式，每年将至少创作推出1部音乐剧作品。目前剧团正在创排的魔术音乐剧《王牌游戏》，将于下半年正式推出，届时将在国内外巡演。

《爱上邓丽君》唱响前门历史文化节

8月12日下午，作为第二届前门历史文化节活动的一部分，音乐剧《爱上邓丽君》歌曲演唱会在台湾会馆举行。此次演唱会由东城区区委和区政府邀请《爱上邓丽君》剧组参与演出，用浓郁的台湾乡情与在前门大街工作的大陆、台湾商户一同共叙友情。在演唱会上，剧组六位主要演员为观众们演唱了《千言万语》、《但愿人长久》、《小城故事》等邓丽君经典歌曲，两岸同胞一起在这些耳熟能详的旋律中，追忆了邓丽君小姐带给我们的浓浓深情。

■ 以上资讯来源于东方松雷

美空网推出MSP明星计划 让新人离梦想更进一步

美空网是中国领先的文化艺术产业平台，它的目标就是消除演艺界的潜规则，成为中国影视新人成长的第一平台。最近，美空网新推出了MSP明星计划，其使命是帮助行业优秀的年轻人推广和包装自己，让他们离梦想更进一步。



MSP为新人提供高品质的包装、低价位的拍摄以及美空的高端平台；美空高质量的拍摄团队为新人高品质的包装提供保障；团购模式提供了低价位的消费；美空平台还将为新人提供诸如MOKO! NewFace视频专访、参加美空时尚活动、由尚镜视频拍摄团队量身打造的个人电影等机会，帮助新人成就梦想。美空希望这个平台能够成为新人成功路上的一缕东风。

目前MSP已在国内外相继推出多项计划，其中有：春光映画影像机构、郑焱摄影团队等在北京提供的拍摄服务；恩佐摄影机构在重庆提供的拍摄服务；佛陀视界在武汉提供的高端定制拍摄服务；GINO LEE明星创作团队、晶科摄影在上海提供的拍摄服务；以及LINDACOOPER创意团队在英国提供的拍摄服务等等。美空MSP新的计划还在不断更新中。

美空CEO马月表示，“美空新推出的MSP计划是为了让更多的影视新人寻找到适合自己的舞台，同时也为各大影视机构提供优质的新人资源”。

从美空走出的新人表示，“美空这个平台让自己有了更多的机会，而且在美空工作特别放心，不需要有什么顾虑”。MSP明星计划也受到了广大影视新人的欢迎，自活动开始以来，已经有很多年轻人加入了该计划，并且找美空预约摄影的人数依然不断上升。很多新人表示：在这里既能安心工作，又能得到更多的机会展示自己，感觉自己真是找到了一个阳光平台。

有关专家介绍，美空MSP明星计划有着巨大的发展潜力，将成为国内最大的新人发掘计划，将为影视机构发掘一大批高质量的新人，也为众多有潜力新人的成长提供了一个比较好的平台。

■ 本资讯来源于美空网

文娱产业升温 美空网平台价值彰显



越来越多的人开始发现，一个叫“美空”的网站开始频繁出现在各大知名品牌店、热播电影的荧幕上。你去逛世贸天阶，里面有美空会员的折扣店；你去卡拉OK，“钱柜”有美空广告；你去看一场电影，最后的字幕上也会出现美空。

为什么这么多品牌和机构要与美空网合作？因为，这个网站拥有文化艺术产业最重要的资源：美女帅哥。借助互联网的力量和正规的商业运营，这家网站横空出世仅仅3年，已经在行业占据了遥遥领先的垄断地位，已经在事实上成为中国最大的互联网文化艺术产业平台之一。

美空CEO马月表示，“通过这个平台，美空希望帮助更多新人实现梦想的同时，也能为文化艺术产业推荐高质量的新人资源，最大程度发挥平台的作用，也希望能够和新人们、企业们共同成长和进步”。

那么，美空网到底是如何发

挥平台作用的？据马月介绍，自成立以来，美空在短短时间内已经和国内外很多知名品牌和制片人合作，有大量的成功案例，为众多文化艺术机构输出了一大批优秀的新人资源。据悉，美空与这些企业在文化领域的合作范围非常广，包括为电视台招募主持人、模特；为企业招募广告代言人；为制片人招募演员；为平面媒体招募造型师、视觉设计师等等。随着一个个成功案例的出现，越来越多的文化艺术机构开始关注美空这个大平台，并且发出了合作的意愿。

美空工作人员告诉记者，“美空网可以为各大招募企业提供优秀的会员统筹服务、宽敞舒适的招募场地、生动的图片视频拍摄、精准的全站宣传、专业的视觉设计”。专业的服务创造了合作案例，也正因为如此，越来越多的知名品牌开始加入美空合作者的行列。

一位与美空合作过的导演说：“从来没有过这样一个互联网平台，可以为我们提供大量的合适新

人，让我们短时间内垂直找到了各方面储备都比较完善的新人。也许这就是互联网的价值吧，希望美空网能一直帮我们和其它同行来寻找优质新人。”而通过美空找到展示自己舞台的新人也表示，“这个平台给了一个机会来展示自己，很专业，与社会上不靠谱的星探们相比放心多了”。

随着我国经济的高速增长，被称为“最后一块金矿”的文化产业也得到了社会各界的一致看好。各地政府纷纷出台扶持政策，电影、图书业一片红火，风险投资机构们更是表示：中国完全能够诞生类似迪斯尼那样的超级文化艺术企业。

专家分析，平台不仅能够实现商业对接，帮助双方垂直找到自己需要的资源，而且基于平台衍生的第三方增值服务，也有巨大的增长空间。美空的这种模式，看起来非常适合文化艺术产业。随着我国文化艺术产业的高速增长，美空网的平台价值才刚刚开始展现。

■ 来源/非常在线

谈日本动漫里的“萌”文化

在近年来的日本动漫产业中，有一个词堪称独领风骚，那就是“萌”。一群年轻的日本观众，对动漫作品中那些可爱、调皮，抑或是酷酷、帅帅的男孩女孩们，表现出了极大的兴趣。甚至连一些大叔、大婶级的观众，也对这些角色趋之若鹜。日本滨银总研2004年出台的一份报告显示，“萌”文化在当时日本的漫画和游戏领域已经拥有888亿日元的市场规模，现在这一数字应该有了更为显著的提高。

令人更为惊奇的是，这个颇为“虚幻”的概念和意象，竟然在中国、韩国等亚洲国家也逐渐流行起来。不仅日本“萌”文化的代表性动画、漫画作品备受其海外市场欢迎，“萌”甚至成为了不少国家年轻人群体的一个新潮词汇，每每看到一些小物件或者可爱的东西都要惊呼一句：好萌啊！

事实上，“萌”作为一种集体性的文化现象被确认出现是在2003年左右，那时日本动漫的爱好者开始频繁使用这个词汇。《读卖新闻》对其的解释是：“萌”本来是发芽的意思，但近来在以动画和游戏为中心的“御宅族”的世界中，它指那些特定



的角色，它们或者在外观上身着制服、佩戴眼镜，或者有着了一口关西腔，总之能让观看者处在一种很强烈的喜爱与思恋的状态中。

这段解释虽有些拗口，但是它却说到了“萌”文化的一个关键点，就是它一定要激起观看者的爱恋之情。简单地说，“萌”就是对人们爱恋之情的一种激发状态，“萌”文化就是人们与卡通形象相爱的一种文化。

“萌”文化能在日本产生，并且有这么大的影响力，绝非偶然。按照森永卓郎的《萌的经济学》所说，它来源于两个主要原因。一是由于日本人生活方式变化所导致的需求方面的原因。日本人在战前主要是家庭主导的介绍结婚或者指定结婚制度，一项调查显示1940年代以前69%的日本人的婚姻是家庭介绍促成，自由恋爱仅占13%。然而到了1960年代，情况开始发生逆转性的变化，到了2002年，自由恋爱结婚的日本人达到88.5%，而介绍结婚的仅占7.4%。而另一项调查则表明，介绍结婚的稳定程度要远远高于自由恋爱结婚的稳定程度。一方面，在自由恋爱的背景下，婚姻终身制的理念逐渐崩塌，离婚率陡然上升；另一方面，由于在恋爱领域导入了市场经济的自由竞争，使得一些条件不好、竞争力弱的男性和女性在结婚问题上处于十分不利的地位。

总之，我们看到，日本人生活方式和婚姻理念在近30年来发生了巨大而意义深远的变化，导致了很多人“婚姻困难户”的产生。如何解决自己的感情问题？既然现实生活没有条件，那就只好到虚拟世界中去



寻找对象了。这便给“萌”文化的产生提供了很多实实在在的需求。

“萌”文化产生的另一个主要原因是日本动漫作品确实在供给方面提供了让上述这些“婚姻困难户”进行虚拟恋爱的可能性。事实上，如果仅有“婚姻困难户”虚拟恋爱的需求，日本动漫作品中的卡通形象达不到能与之完成恋爱的标准的话，“萌”文化也是不会产生的。

1960年代以来，日本漫画在题材和内容上有了长足的发展，尤其在成人化方面进行了不少革新的尝试，比如上世纪70年代《宇宙战舰大和号》的诞生，对角色性格的深入挖掘成了一种主流。片中男女主人公成为街头小巷观众的谈资，很多人都声称从片中找到了偶像。

所以，当我们把日本的“萌”文化接受过来并加以欣赏的时候，我们首先要自问一句：你是否真的懂得什么是“萌”？在我们的文化观念下是否真的会像日本人一样欣赏“萌”文化、依赖“萌”文化？从这一点上也可以看出，有时候我们引入外国的一个文化潮流，多半只是理解了其皮毛，对其深层次的认同感全无，这不利于我们对外来文化的借鉴和开发。

■ 来源/《中国文化报》
2011-08-24 作者/宋磊

人在职场

职场人际关系26个原则

职场人际关系，是指在在职工作人员之间各类关系的总汇。职场中有许多“规则”需要遵守。其中的一些“规则”，被我们工作中的某个“理所当然”的举动所破坏，而使自己处于被动的工作环境。生在职场中我们应保持自查自省的良好习惯，有则尽快改之，无则也需时时加勉，以积极态度进行心理和行为的调整。只有这样，我们在职场中的人际关系才能融洽，才能在工作 and 生活中享受到那份融融温情。

1. 长相不令人讨厌，如果长得不好，就让自己有才气；如果才气也没有，那就总是微笑。
2. 气质是关键。如果时尚学不好，宁愿纯朴。
3. 与人握手时，可多握一会儿。真诚是宝。
4. 不必什么都用“我”做主语。
5. 不要向朋友借钱。
6. 不要“逼”客人看你的家庭相册。
7. 与人打“的”时，请抢先坐在司机旁。
8. 坚持在背后说别人好话，别担心这好话传不到当事人耳朵里。
9. 有人在你面前说某人坏话时，你只微笑。
10. 自己开小车，不要特地停下来和一个骑自行车的同事打招呼。人家会以为你在炫耀。
11. 同事生病时，去探望他。很自然地坐在他病床上，回家再认真洗手。
12. 不要把过去的事全让人知道。
13. 尊敬不喜欢你的人。
14. 对事不对人；或对事无情，对人要有情；或做人第一，做事其次。
15. 自我批评总能让人相信，自我表扬则不然。
16. 没有什么东西比围观者们更能提高你的保龄球的成绩了。所以，平常不要吝惜你的喝彩声。
17. 不要把别人的好，视为理所当然。要知道感恩。
18. 榕树上的“八哥”在讲，只讲不听，结果乱成一团。学会聆听。
19. 尊重传达室里的师傅及搞卫生的阿姨。
20. 说话的时候记得常用“我们”开头。
21. 为每一位上台唱歌的人鼓掌。
22. 有时要明知故问：你的钻戒很贵吧！有时，即使想问也不能问，比如：你多大了？
23. 话多必失，人多的场合少说话。
24. 把未出口的“不”改成：“这需要时间”、“我尽力”、“我不确定”、“当我决定后，会给你打电话”。
25. 不要期望所有人都喜欢你，那是不可能的，让大多数人喜欢就是成功的表现。
26. 当然，自己要喜欢自己。



哲理小故事



故事一

一只鸽子老是不断地搬家，想去掉自己身上的气味！它觉得，每次新窝住了没多久，就有一种浓烈的怪味，让它喘不上气来，不得已只好一直搬家。它觉得很困扰，就把烦恼跟一只经验丰富的老鸽子诉苦。老鸽子说：“你搬了这么多次家根本没有用啊，因为那种让你困扰的怪味并不是从窝里面发出来的，而是你自己身上的味道啊。”

启示：与团队格格不入，问题来自于自己！有些人会不断埋怨别人的过错，指责别人的缺点，他们觉得周围的环境和人处处跟自己作对；或者是认为自己“曲高和寡”，一般人无法理解自己丰富而深刻的思想。实际上，他们没有意识到真正的问题不是来自于周围，而是来自于他们自己。像这样的人，必须试着认清自己，试着认真而深刻地反省自己。

故事二

A对B说：“我要离开这个公司。我恨这个公司！”B建议道：“我举双手赞成你报复！破公司一定要给它点颜色看看。不过你现在离开，还不是最好的时机。”A问：“为什么？”B说：“如果你现在走，公司的损失并不大。你应该趁着在公司的机会，拼命去为自己拉一些客户，成为公司独挡一面的人物，然后带着这些客户突然离开公司，公司才会受到重大损失，且非常被动。”A觉得B说的非常有理，于是努力工作，事遂所愿，半年多的努力工作后，他有了许多的忠实客户。再见面时B问A：“现在是时机了，要跳赶快行动哦！”A淡然笑道：“老总跟我长谈过，准备升我做总经理助理，我暂时没有离开的打算了。”

其实这也正是B的初衷。

启示：有为有位，付出总有回报。只有付出大于得到，让老板真正看到你的能力大于位置，才会给你更多的机会替他创造更多的价值。

