



# 服贸会教育专题展国际化率达60%

2020年服贸会将于9月上旬在北京举办。作为2020年服贸会8个行业专题之一,教育服务是本届服贸会的重要内容。8月13日,北京商报记者从“2020年中国国际服务贸易交易会教育服务专题展区媒体通气会”上获悉,本届教育服务专题展将采取线上线下招展、策展同步推进的方式进行。截至目前,已有53家机构表达参展意愿,已确定40家展商参加线下展览;值得注意的是,从展商外资背景来看,外资企业3家、外资机构(学校)8家,共计11家。从展示内容来看,国际化率达到60%以上。

## 线上线下同步招展

据悉,本届服贸会教育服务专题展以“教育引领未来——开放、合作、创新、发展”为主题,积极邀请国际教育组织(机构)、知名中外合作办学机构、留学服务机构、互联网教育企业及外籍人员子女学校参加线上线下展览。

市教委一级巡视员黄侃在发言时指出,教育服务是本届服贸会的重要内容。作为全国政治中心、文化中心、国际交往中心和科技创新中心,北京依托教育资源优势,不断扩大教育对外开放,营造更加完善的教育服务环境,提升教育服务贸易市场份额,在来华留学、中外合作办学、在线教育培训等多个教育服务领域均有良好表现。

从目前线下展览招展工作来看,教育服



务专题展线下展区总面积1650平方米,按照展商性质和展示内容划分为国际教育交流、中外合作办学、留学服务和在线教育四大区块。截至目前,已有53家机构表达参展意愿,考虑到部分展商特装展览的需求,已确定40家展商参加线下展览。其中,按照展商类型划分,教育机构24家,占比60%;教育企业16家,占比40%。从展商外资背景来看,外资企业3家、外资机构(学校)8家,共计11家。从展示内容来看,国际化率达到60%以上。

在线下招展工作有序筹备的同时,线上展览招展工作也在快速推进。截至目前,共有70家展商参加教育服务专题线上展览。其中,

41家线下展商全部完成线上注册,40家通过审核,30家参展机构完成了线上展台布置,并上传了63个线上展示产品;另有29家只参加线上展览的展商已经完成线上注册。

## “互联网+”留学服务成亮点

与此同时,教育部留学服务中心作为教育部直属的国家级留学服务机构,也积极参与到本次服贸会教育服务专题展的参展工作中来。

据中国(教育部)留学服务中心副主任艾宏歌介绍,教育部留学服务中心此次参加本届服贸会共有三大特点。第一是线上和线下

展示相融合;第二是主题鲜明、突出亮点;第三是以展促交流。

“教育部留学服务中心希望通过参加本届服贸会与来自海内外的教育同行进行交流、探讨合作,也希望借助服贸会平台,让广大有志出国的学生及其家长全面深入了解中心的各项服务。”在介绍教育部留学服务中心参加此次服贸会的亮点时,艾宏歌表示;亮点分为六个方面:互联网+留学服务相关展示将是留学服务中心在本届服贸会的最大亮点。”此外,“平安留学”行前培训等也将在本届服贸会展出。

值得注意的是,教育部留学服务中心线下展位的内容以文字、图片、音视频形式呈现,整体展中心在出国留学、留学回国、来华留学、教育国际合作与交流等领域为留学人员和国内外机构所提供的专业服务和在促进中国教育服务贸易发展方面取得的成就和所发挥的作用。同时,教育部留学服务中心还将在展位上设置互动环节,参展观众可现场体验“互联网+”留学服务。根据公开资料显示:“互联网+”留学服务平台主要面向广大留学人员,于2019年8月19日开通,实现了“全程在线、一网通办”。留学服务由此实现了传统“窗口服务”向数字化在线服务的彻底转变。

此外,本次服贸会还将举办国际教育服务贸易论坛。论坛以“全球化背景下的国际教育服务贸易发展趋势及后疫情时代教育发展新机遇”为主题,重点探讨“全球化背景下国际教育服务贸易的发展趋势及后疫情时代教育发展新机遇”,推动国际教育领域服务贸易发展再上新台阶。论坛采取线上线下相结合的方式,邀请境内外嘉宾出席并发表演讲。目前包括经济合作与发展组织(OECD)官员、芬兰教育与文化部部长、外国驻华使馆

官员、专家学者及知名学校校长、著名教育企业家等10余位嘉宾均已确定出席论坛并发表演讲。

## 人工智能助力教育

作为此次服贸会教育服务专题展中的参展教育企业代表,科大讯飞也将围绕人工智能与教育的深度融合,进行一系列的产品展示,具体包括OMO泛在化教学解决方案、个性化学习方案以及智慧校园方案。

科大讯飞公司副总裁周佳峰在接受北京商报记者采访时表示;科大讯飞在服贸会上展示的最大优点就是人工智能的关键技术和教育教学的深度融合,目前做到的融合程度已经可以解决教育领域的刚需问题,如几千年来我们倡导的因材施教,现在通过人工智能的关键手段,采集学生的数据和过程性的课堂数据,可以对每个孩子进行个性化的分析,推送针对性的学习内容。”

周佳峰强调:线下教育和线上教育的融合已经成为不可逆转的趋势,通过人工智能的手段了解每个孩子直播课的状态,能够更有效地推进学习效果。”

值得注意的是,科大讯飞目前也致力在北京各区内将大数据和人工智能等技术与教育教学进行深度融合。截至目前,科大讯飞已经为北京市50%以上的中小学校提供“教学考评管”各类场景服务,其中为近300所中学提供大数据精准教学服务,助力教师针对性教学、学生个性化学习。并在东城、石景山等区域打造区域智慧教育平台,形成区校两级联动,为师生实现减负增效,为管理者提供精细化管理,提高区域教学质量。

北京商报记者 程铭劼 实习记者 赵博宇/文并摄



# 从挑团到抢客 横店旅游业艰难复苏

7、8月,是大批剧组忙碌的日子,也是横店的旅游旺季。但今年暑假的横店有些安静,秦王府、明清宫苑等热门景点门口,不再被各个旅游团挤占,只有保持距离的散客,手持身份证、健康码有序进入园区。已在这里工作11年的导游梁利健告诉北京商报记者:“虽然今年的游客量不及往年,目前主要以散客为主,但只要景区的大门开了,就有希望,多久的等待都值得!”

## 早上7点候场抢客

8月3日,早上6点45分,经过简单的梳洗之后,梁利健穿好蓝色工服,戴上褐色渔夫帽、黑色护臂从宿舍出发,骑着已经买了五年的小电动摩托车,向秦王府驶去。

从宿舍到秦王府,这段驾车仅10分钟的路程,梁利健已经走了11年。到达秦王府入口处,他拿出手机,给今天需要接待的客人发去了定位信息。而此时此刻的秦王府入口处,与梁利健一样身着蓝色工服的导游随处可见,一旦看到游客走过来,便会立刻走上前去,询问一句“要导游吗?”

据梁利健介绍,现在整个横店影视城景区有100多个导游,如今人境的旅游团有限,所以导游之间也并不存在什么特别明显的竞争,无非就是谁起得早谁就能接到游客;就目前而言,游客如果从平台上预约导游是450元/天,8小时下来通常可以转三个景点。如果是游客自己在景点门口找导游,就是100元一个景点。”

游客少了是导游们最直观的感受:“旺季我从来都不接散客,公司会直接找好旅游团,今年情况特殊,我每天早上7点钟就到景区门口等着,还要和那些年轻的导游去抢客人,见着像需要导游的客人就得赶紧走过去问两句,现在一天能拉上一两个散客的单就不错了。”梁利健如是说。

刚刚干了一年的“00后”导游马惠也表示,去年的这个时候,忙得一天连口水都喝不上,每天都有客人接,现在有时候在景区门口站一天都接不到一个客人;去年这个时候一个月能挣7、8千元,现在只能挣个4、5千元,工资收入

也能说明游客少了。”

“7、8月是景区旅游的旺季,这两个月学生们都放暑假了,大人会在这段时间集中带着孩子们来旅游,往年这段时间都会爆满”,横店影视城景区游客服务中心的刘女士向北京商报记者介绍,景区直到3月28日才开始正式复工,目前严格按照相关规定,每日接待游客量不超过景区总承载量的50%。

## 客流量同比下滑五成

“现在景区的客流量不及去年五成,就拿秦王府4D和6D影院来说,现在排队20分钟就能进去,去年至少得排上1个钟头。”梁利健说道。

不过人少也有好处,来自上海的游客王女士告诉北京商报记者:“之前一直想来横店,但担心人多玩儿不好,现在来体验特别好,既没有人挤人的现象,去哪儿也都不用排队,每个景点都能不慌不忙地看仔细了。”

为了吸引游客,除了常规的景点游览外,横店影视城还开设了多项与游客进行互动的体验活动。比如在清明上河图景区内,游客可以体验群演的活动;而在明清宫苑景区内,景区内的专职表演人员则会身着古装,现场教游客学习“防狼术”。

“我还是挺喜欢参与这种活动的,之前来景区都是以游览为主,景区内的表演也都是观赏性的,参加活动能转换心情,还能拿小礼物!”来自山西的游客张女士如是说。

在旅游规划师高翔看来,随着近两年来影视业的快速发展,以影视为基因的旅游景区越来越多,除了具备“人无我有”的特色场景外,如何让景区“活”起来,让游客参与其中、提升体验感,成了景区增强竞争力的关键。

据象山影视城公众号显示,5月象山影视城举办了抖音擂台赛,邀请抖音网红对网友进行现场教学,教网友如何拍摄短视频。据无锡影视基地公众号显示,7月下旬,影视基地推出“金榜题名”体验活动,游客可以穿上古装去“赶考”,现场进行“科考中状元”的互动体验。

对于这种体验活动,梁利健表示欢迎;景

区推出这种互动活动是为了增强游客的体验感,如果只是参观游览的话,由于景区非常大,像圆明新园就有7000多亩,游客逛一会儿兴致就没那么高了,互动活动就像餐后的甜点,总给人惊喜”。

## 游客防范心理仍存

横店影视城官网显示,2019年该景区接待游客近2000万人次,累计接待游客超1.7亿人次。从1996年为拍摄《鸦片战争》而建广州街起步,到如今已建成秦王府、清明上河图、明清宫苑、梦幻谷、梦外滩、梦泉谷、圆明新园等20多个跨越几千年历史时空的影视拍摄基地(景点),通过20多年的发展,如今的横店影视城已经蜚声在外。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌表示,横店影视城的优势在于它是以影视文化为主题,兼有影视功能和游览功能的旅游区,是目前国内规模最大、内容最多样化的旅游区。由于景区规模太大、范围太大,游客在短期内很难把所有景区看完,可能需要预备几天的游览时间,这也带动了住宿和餐饮业的发展。

“虽然目前横店疫情已基本稳定下来,但是对于疫情的恐惧和防范心理使然,很多人还不敢完全放心地出门游览,所以目前参观游览仍处在低潮,经营状况还是比较困难。”王兴斌进一步解释道。

除了产业经济的意义之外,对于一些身处其中的人来说,横店不只是谋生的地方。刚来横店影视城工作仅3个月的导游刘星告诉北京商报记者:我大学学的是旅游管理专业,一直以来我最理想的地方就是横店,如果最后在这里留不住,我也不去其他地方,感觉影视基地里面最出名的就是这儿了。我还考了群演证,过段时间打算在这里做群演,像赵丽颖、王宝强都是从这儿做群演后来火了的。”

“横店很小,只是个镇,但它却能让我们看到外面的大世界”,梁利健说道。

北京商报记者 卢扬 实习记者 杨菲



# 18家影院400场次 第十届北京国际电影节倒计时

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)8月13日,第十届北京国际电影节正式公布总体方案、影院放映筹备等情况。而作为影迷最为关注的领域,本届“北京展映”在内容和形式上均实现新的突破,涵盖线上展映、电视展映、影院展映、露天放映4个部分,其中仅影院展映方面,便有18家影院为观众带来约400场放映活动。

根据安排,第十届北京国际电影节将于8月22日-29日举办,进行展映活动的18家电影院包含美嘉欢乐影城(三里屯店)、北京万达影城、中国电影资料馆艺术影院、北京剧院、天幕新彩云国际影城、百老汇电影中心(万国城店)等,覆盖朝阳区、海淀区、西城区、东城区、怀柔区、通州区的电影院。

在影院准备就绪的同时,展映影片也已蓄势待发,并被分为“官方推荐”“修复经典”“电影万岁”“环球视野”“镜界”“女性之声”“华语力量”等多个单元,涵盖百余部国内外电影作品。其中在“官方推荐”单元,将放映报名参加北京国际电影节优秀人选影片,如《春江花月夜》《鎏金的声音》《温蒂妮》等;“修复经典”单元则包括电影《战争与和平》《象人》等影史名作;“华语力量”单元将着力展示包括《回南天》《无名狂》在内的优秀华语电影;“电影万岁”单元通过放映包括《天堂电影院》《真相》在内的一系列新老影片,唤起对电影过去和未来的全新思考和讨论;而“镜界”则是一个面向未来的全新单元,将展映包括《工作与时代》《吉祥如意》《蜂蜜之地》等多部在艺术风格上具有突

破和实验精神的作品。

值得注意的是,在影院展映之外,本届“北京展映”还包含其他多个渠道的展映活动。在线上展映方面,第十届北京国际电影节将与独家网络展映平台爱奇艺合作,搭建北京国际电影节专区,并设置12个单元,上线250部左右影片,首次一次性上线约50部境内外新片。而在电视展映方面,此次则将在北京卫视、影视和青年三个频道,循环播放20部中外优秀影片。同时,露天展映也是本届北京国际电影节的一大特色亮点,计划放映《庐山恋》《温蒂妮》等24部中外经典老片、优质新片,而公益放映将覆盖怀柔区16个乡镇街道展映《我和我的祖国》《中国机长》《决胜时刻》等影片约30部、500场。

中国电影艺术研究中心副主任、组委会副秘书长张小光表示,本届北京国际电影节“北京展映”共计将放映300多部中外优秀影片,其中电视展映是国内电影节首次开拓电视端展映渠道,并将有10部国外影片首次在国内电视台播放。此外在展映节目策划方面:“北京展映”立足北京国际电影节十周年这个重要节点,在保留深受观众喜爱的经典单元的基础上,设计了令人耳目一新的主题单元。

据悉,第十届北京国际电影节以“梦圆·奋进”为主题,除了举办“北京展映”活动外,还将采取线上线下联动形式,组织启动式、北京策划·主题论坛、北京市场、北京大学生电影节、电影+、再相聚等系列