

首页 >> 环球学讯 >> 环球万象 >> 环球万象新闻

《国家宝藏》走进日本东京国际电视节

2019年10月24日 09:15 来源：中国新闻网 作者：

字号

打印 推荐

中新网东京10月22日电 21日至25日，中央广播电视总台《国家宝藏》节目应邀赴日本东京国际电视节参加中国联合展台推介会，并于22日下午举行了《国家宝藏》节目的主题推介。

此次推介会汇集了一众中国优秀影视作品代表。央视综艺频道副总监王进代表中央广播电视总台，向在场的海外媒体机构代表推介了大型文博探索节目《国家宝藏》。制片人、总导演于蕾介绍了《国家宝藏》的节目模式和传播效果。她将“History”拆解为“Hi Story”，解释说《国家宝藏》就是对中国的历史故事说Hi。把这些历史变成一个个激情澎湃的故事，讲给观众听就是《国家宝藏》节目的核心表达。

推介会后，日本文博界专家、中日文化官员、海外电视媒体同行、中日文化交流机构代表还就节目创意、模式推广、日文版引进与《国家宝藏》节目团队进行了一系列交流。

据悉，此次日本之行是《国家宝藏》节目继中国香港、法国戛纳、两次英国伦敦之行后，面向全球宣传推广的第五站，也是中国原创节目模式在日本东京国际电视节交易展会上的重要海外推广。此前，《国家宝藏》已经与全球著名制作公司恩德莫尚集团签署了国际版节目模式合作协议。同时，《国家宝藏》节目播出后引发的广泛影响力，引起了BBC等国际媒体的强烈合作热情。目前，由央视纪录国际传媒有限公司和英方公司合拍制作的纪录片《中国的宝藏》已于2019年10月5日在BBC世界新闻频道正式面向全球播出。

《国家宝藏》是中央广播电视总台于2017年底推出的大型文博探索节目。两季以来汇集中国最为顶级的文博资源，联合包括故宫博物院在内的十七家国家级重点博物馆，讲述了五十四件顶级国宝重器的前世传奇和今生故事。节目融合演播室综艺、纪录片、舞台剧表演、真人秀等多种艺术形态，首创“纪录式综艺”语态。节目播出两季以来，从电视端到网络端受众累计超过9亿，网络视频点击量达22亿，社交媒体话题阅读量超过50亿。文博类节目、游戏、图书、音像出版物等文化产品迎来市场新机。从荧屏到线下，《国家宝藏》助推博物馆文物从馆舍天地迈向大千世界。

此外，央视纪录国际传媒有限公司副总经理张金林介绍，《国家宝藏》节目的下一次海外宣推将于11月走进意大利。与此同时，《国家宝藏》第三季节目的筹备调研工作也正在紧锣密鼓进行中。

作者简介

姓名： 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：中国社会科学网 （责编：李想）

相关文章

