

第十届国际齐文化旅游节开幕,时间压缩至半小时

自带马扎参加齐文化节开幕式

本报9月12日讯(记者 王亚男 通讯员 曹元良 高奇 崔立来) 12日上午,为期5天的中国·临淄第十届国际齐文化旅游节拉开帷幕。据了解,本届节会秉承“隆重、热烈、节俭、实效”的原则,进行了较大改革。

其中比较典型的就是开幕式方面的精简。记者了解到,由于项目活

动丰富,往年旅游节期间都会有多个开幕式,但今年,所有的活动、项目统一为一个开幕式。而且,开幕式设在齐文化博物馆区,场地搭建更精简,也更实效,市民参加完开幕式可以直接到齐文化博物馆的各个场馆进行参观,避免了舟车劳顿。另外,开幕式在程序上也做了相应的调整,由往年的一个半小时压缩为

半个小时内结束。开幕式进行了庄重的颁奖典礼,会场不摆鲜花,也没有燃放烟花爆竹、放鸽子,整个会场不设座区,来观礼的市民都是站着或者自带小马扎。因程序简单,时间较短,市民站着也不会感觉到疲劳。

虽然程序简单,时间紧促,但并没有影响旅游节的隆重、热烈氛围。很多市民慕名而来到齐文化博物馆

参观游览。开幕式一结束,市民就纷纷涌到自己心仪的场馆内欣赏艺术品。据前来参观游览的市民章先生说:“这届旅游节确实和以前不一样,形式上的东西少了,务实的东西多了,但主办方也更用心了,我感觉今年的文化特色越来越突出。”

主办方还充分利用开幕式舞台,为市民献上戏曲大餐等展演项

目。戏曲演员们精美的扮相,醇厚的唱腔,不时引来一阵阵的叫好声。

据了解,本届齐文化旅游节围绕“寻根祭祖汇齐都,春秋战国看临淄”这一活动口号,着力打造“祭姜”、“探宝”两大品牌活动,紧扣齐文化主线,共策划了9大项,29小项的活动,这些活动特色鲜明、雅俗兼顾,为群众所喜闻乐见。



市民在欣赏齐文化博物馆展出的展品。 本报记者 王鸿哲 摄

日本一企业盯上“齐文化”商标

表示想购买或者进一步商谈合作



本报9月12日讯(记者 张汝树 见习记者 王欣) 继北京、济南、青岛和本地企业表示想购买或合作开发“齐文化”商标后,12日,记者从商标持有者姚先生处获悉,本报的连续报道也引起海外企业的关注,有一家日本企业寄来信件,表

示想购买“齐文化”商标。

12日上午,淄博汇利通公司负责人姚勇胜对记者说,他现在已经收到了三封来自海外的信件和多个电话,均表示想购买齐文化商标。“发出这三封信件的企业都表示出了要购买齐文化商

标的意愿,想要我们转让商标或进一步和我们协商齐文化的合作开发。”

姚勇胜介绍说,自从齐鲁晚报齐文化的系列报道见报后,不仅在国内引起了国人的重视,而且也引起了海外对齐文化感兴趣的友人的广泛关注。“像日本、韩国等国家,也是齐文化的辐射区,对齐文化也有着浓厚的情怀,自然对齐文化也非常有感情。”姚勇胜对记者说。

姚勇胜说,虽然他本人很想与其它致力于发展齐文化产业的企业共同合作,把齐文化做大做强,但将祖先留下来的精神财富的所有权转让给其他国家值得慎重考虑。“我很欣赏日韩等国家对齐文化的肯定,但这更应引起国人的深思,保护和发展本国的传统文化乃是我们义不容辞的责任。我更想的是华夏子孙、齐鲁儿女来将祖先的文化遗产发扬下去。”

文化无国界

“齐文化”可合作开发

12日,对于让外国企业参与到齐文化的开发中,淄博天雷文化传媒公司总经理、中国工业设计协会会员杨雷也表达了自己的观点。

“有人想购买,说明了齐文化的价值受到了很好的重视,这是一件好事。可惜的是,现在是日韩等外国企业想要购买齐文化商标,而中国企业对齐文化的重视的程度还不是很够,这应该引起

国人的反思。”杨雷说,在他看来,在全球一体化的现在,谁能用得好谁用,只要是对齐文化的传播和发展有利,就不必固步自封,毕竟文化是无国界的。

“商标转让到国外值得商榷,但文化的推广不能止步,不转让,可以采取其他更好的合作方式。”杨雷说。

本报记者 张汝树 见习记者 王欣



姚先生收到的国外企业来信。 本报见习记者 王欣 摄

记者手记

传承先贤文化 我们义不容辞

对于齐鲁儿女,发展齐文化是一种责任,更是一种义务。

齐文化作为区域内特殊的文化资源,有着不可替代的独特性和唯一性,现在也正逐步成为区域经济实力的一个新的增长点。当下,海外一些国家也看到了齐文化的光环,并欲购买商标产权使之成为他国的资源,不得不重新引起国人的重视。齐文化作为一个品牌和商标,要不要市场化推广,要不要以多种形式联合政府有关部门与企业共同开发,使一个地域文化品牌用民间的力量推广到全世界,这其中,有很多值得思考与商榷的地方,但优秀的齐文化需要传承与发展是毋庸置疑的。

国人应当更重视齐文化,担负起历史赋予我们的责任。

律师观点

商标海外转让 应引起反思

记者就日韩等国外企业欲购买齐文化商标的问题咨询了山东理工大学法学院副教授、山东正大至诚律师事务所律师郑承友。郑承友告诉记者,“齐文化”这个商标带有一定的地域性、文化性,消费者一提到“齐”这个字就自然想到山东淄博,如果日本企业要买断,在使用上会造成一部分误解。

“另外,转让中国传统特色文化给日韩等国外企业,对国人来说应该是一种重大损失,国人应该反思,从而更加珍惜齐文化的价值。”

郑承友律师阐述了自己的观点,从他个人角度来看,“齐文化”商标不同于普通商标,涉及到很多方面,值得各部门和国内企业的关注。

本报记者 张汝树

第一店

头道手工压榨第一店花生油 新鲜更健康

中秋福利就选第一店

山东百食佳食品科技有限公司 团购电话: 0533-2062377