



这是8月6日拍摄的纽约时报广场,“中国屏”(中间从上至下第二块大屏幕)正播放新华社推出的系列奥运图片。 新华社发

“世界十字路口”的中国风

纽约时报广场大屏幕上的中国宣传片

本报记者 赵恩霆 整理

时报广场“中国屏” 宣传中国的新窗口

2011年1月,时任中国国家主席胡锦涛访美前夕,中方在纽约时报广场租用了6块大屏幕,滚动播放首部中国国家宣传片(人物篇),以“智慧、美丽、勇敢、才能、财富”诠释崭新的中国人形象,拉开了中国户外形象宣传的帷幕。

纽约时报广场位于美国纽约市曼哈顿区核心地带,被称为“世界的十字路口”,是全球最热门的旅游地之一,每年客流量达数亿人次。“中国屏”是时报广场2号楼上的第二块大屏,高19.5米、宽12.2米,自2011年起经常播放有关中国的宣传片,被称为“中国屏”。

中国宣传片首次亮相后,2012年3月,中国文化宣传片《文化中国》在纽约时报广场最大的屏幕“美国之鹰”上滚动播出。2013年9月,带有中国水墨画意境的30秒“中国梦”宣传片登上纽约时报广场大屏,从当月6日开始滚动播放了一周。

在2015年春节前,央视春晚宣传片首次亮相“中国屏”。其中,时长3分钟的上部2月12日起播放,内容为往年春晚经典节目回顾;19日后播出的下部时长也是3分钟,内容为2015年春晚精彩剪辑。

2016年春节前,一条“猴年贺岁”视频短片亮相“中国屏”,传递出中国传统文化和当今社会风貌等丰富信息。这部45秒的短片从2月5日至13日,以每天360次的密集频率播出,让来自世界各地的人们更好地了解和认知中国文化。

今年这次亮相“中国屏”的G20峰会主题宣传片共有3部,分别为《中国与你同行——G20篇》、《中国担当》和《解读中国——G20篇》。前两部时长均为90秒,9月3日开始播出,

从9月3日起,G20杭州峰会主题宣传片登陆美国纽约时报广场大型广告屏“中国屏”,向世界介绍本次峰会主席国中国在应对国际金融危机、推动世界经济发展中的作用。

在2011年1月17日,中国国家宣传片首次登陆纽约时报广场以来,在这一被称为“世界的十字路口”的大屏幕上,多次播放了中国国家、省市、名景名胜和各类企业的宣传或广告片。今年7月,南海主题宣传片也曾登上“中国屏”。



7月25日,纽约时报广场“中国屏”播出南海主题宣传短片。 新华社发

每天都播放96次;第三部时长3分钟,9月4日开始播出,每天播放48次,三部宣传片将持续播放至9月8日。宣传片中,杭州以及北京、上海、香港等大都市的秀美景色在系列宣传片中亮相。同时对外宣示,中国已做好准备,肩负责任与担当,与世界各国共同发展、休戚与共。

此前,今年7月所谓南海仲裁案作出裁决后,一条南海主题宣传片也登上了“中国屏”。这部时长3分12秒的宣传片,向全球受众介绍了中国对南海诸岛拥有无可争议的主权,澄清所谓南海仲裁案的闹剧真相。该片从7月23日起播放,一直持续到8月3日,在“中国屏”上以每天120次的频率密集播出。

从大都市到华西村 从三星堆到武当山

自2011年1月中国国家宣传片惊艳亮相后,中国各类宣传片如雨后春笋般陆续登上纽约时报广场的各大屏幕。

2011年7月,中国国家通讯社新华社的广告亮相时报广场。同年8月,以“典型中国,熊猫故乡”为主题的成都城市形象宣传片首次登上纽约时报广场大屏。此后,桂林、张家界、青岛、丽江、杭州、苏州、沈阳、大连等中国城市和旅游胜地,以及北京、上海、江苏、福建、山东、天津等30多个省市的形象宣传片纷纷亮相纽约时报广场。

2013年8月,中国国家形象电视片《中国名片》之《上海篇》亮相“中国屏”。随后3年半里,《北京篇》、《山东篇》、《江苏篇》等省市旅游宣传片陆续播出,展现当代中国的风貌,传递中国的声音。2015年4月10日至16日,“中国梦”主题影像公益广告之“美丽中国”系列在纽约时报广场大屏每天24小时轮播。同年12月,由中国东北8家知名旅游景区联合制作的旅游形象宣传片亮相“中国屏”,1分钟的宣传片展示了中国东北独具特色的旅

游资源和魅力。

2011年9月10日,有着“天下第一村”美誉的江苏省华西村形象宣传片亮相纽约时报广场“中国屏”,以“新农村、新中国”为主题,以每天50次的播放频率,向世界诠释一个传统与现代气息交融的中国新农村形象。

2012年3月,四川广汉三星堆遗址的金面人头像、青铜神树、纵目面具、大立人像等一批三星堆文化代表器物出现在美国纽约时报广场“美国之鹰”大屏上,以每次播放30秒、每小时播放1次、每天播放6次的频率,向世界展示辉煌灿烂、古老神秘的三星堆古蜀文明。

2013年3月,世界文化遗产、中国道教圣地武当山的形象展示片首次登上时报广场“中国屏”,在时长15秒的形象片里,充分展示了武当山“天造玄武”、“72峰朝大顶”等自然风光和人文特色。此后,武当山形象片还在2014年3月、2015年12月两次登上“中国屏”。

2013年8月底至9月3日,中国人民大学形象片在纽约时报广场“纳斯达克大屏”播出,是中国著名高校首次在国际上以播出形象片的方式展现学校形象、传播办学理念。中国人民大学形象片在5天的时间里分4个时段各播放2次,每次30秒。

中企密集打广告 3块大屏有中国背景

纽约是美国乃至全球的大都市,曼哈顿无疑是纽约的核心地带和世界金融中心,而时报广场则是曼哈顿的心脏和最繁华的娱乐购物中心,被视为吸引全球目光的最佳窗口之一。这里平均每天涌入30万步行者,最多时能达46万人/天,同时还有11.5万人驾车或乘公交车路过;这里的大屏每天约有150万次曝光,近半数行人会拍照,有六成受访者称在时报广场大屏上的视线停留时间超过5分钟。

作为全球顶级商业核心地

段,时报广场的大屏逐渐成为向世界介绍中国的窗口,越来越多的中国企业将这里的大屏作为走向世界的平台。这次G20杭州峰会宣传片登上的高清显示屏“中国屏”,就是纽约时报广场众多大屏幕中的一块。这块位于时报广场2号楼上,面积238平方米的大屏,是自2011年8月1日起由新华社全资子公司新华影廊从其所有者谢伍德资产公司手中租赁的,是在美国唯一一块由中国官方运营的户外大屏。

除了新华影廊,据了解,目前至少还有2家中国公司代理时报广场大屏的广告运作,分别是大连户外媒体集团国域新疆和蓝色光标下属子公司蓝色天幕。2012年3月1日起,国域新疆正式从詹姆斯顿地产公司手中获得时报广场1号楼一块大屏幕为期5年的运营权,后来这块面积近百平方米的屏幕被正式命名为“中国红屏”。

相比于前两者从地产所有者手中租赁,“后来者”蓝色天幕选择从广告代理公司那里租赁,即在2014年租下全球最大的户外传媒公司Clear Channel在纽约时报广场4块广告牌中位置最好的一块,紧挨着时报广场1号楼。

随着中国企业走出去的步伐加快,出现在纽约时报广场大屏幕上的中企广告也越来越多。近些年来,阿里巴巴、中国工商银行、格力、华为、中关村、五粮液、徐工集团、鄂尔多斯等国内知名企业,从网络游戏推广到电商大搞“双十一”促销活动,从食品企业到民航公司,从互联网公司到网贷平台,陆续在纽约时报广场大屏打广告。

据报道,2015年5月,武汉有一家互联网金融平台出资在纽约时报广场投放了一段武汉热干面的广告。同年10月,新中国成立66周年之际,66个中国品牌集体在纽约时报广场的“路透社大屏”上打出中英文企业品牌广告。