

科学发展 成就辉煌 基层变道 ④

上海光源：释放自主创新光芒

■鼓励科技创新，在关键领域和若干科技发展前沿掌握核心技术和拥有一批自主知识产权。
——党的十六大报告

■加大对自主创新投入，着力突破制约经济社会发展的关键技术。
——党的十七大报告

上海光源，一座美丽的巨型“鸚鵡螺”建筑内，接近光速运动的电子在432米周长的环形加速器中昼夜不停地向周边的光束线实验站辐射不同波长的电磁波，就像一台多用户的“超级X光机”和“超级显微镜”，产生照亮微观世界的奇妙之光。

1998年，上海光源团队聚集在上海嘉定城郊的中科院上海应用物理研究所。他们大多是来自上海应用物理所的年轻人，还有30多位技术骨干来自中科院高能物理所和中国科技大学，他们当中最年长者已逾七十岁。怀着为国家建设第一个第三代同步辐射光源的强烈愿望，这群科技人员在艰苦环境里开始了上海光源的起步。

如今，当年的年轻人也已鬓染霜华。这座承载光源的“鸚鵡螺”建筑，则在上海张江高科技园区默默生长，静静地绽放着奇妙的光芒。一束束高质量的同步辐射光，投射出一幅幅未来的科学图像——

自主创新 打造创新利器

同步辐射——跻身21世纪科技前沿的一块“敲门砖”。它是研究蛋白质结构最精细、最快捷的手段，目前世界上80%的蛋白质新结构靠它来测定；



经过60个小时的紧张调试，上海光源终于获得了盼望已久的第一缕同步辐射光。
郭红松绘

它还是研究化学反应催化机理的有力手段，材料微观结构表征无与伦比的工具……

“中国需要‘光源’，这是几代科学工作者的信念和期望，它的建成将为中国增添一道耀眼的科学之光。我国自主创新所需要的前沿探索和技术突破，从此多了一个‘利器’。”上海光源工程总指挥、时任中国科学院副院长江绵恒说。

2004年12月25日，经过10年立项和预研，上海光源夺下了开工的第一桩。52个月的工期，14亿元的投资，这支平均年龄不足40岁的年轻团队承担起“建成时性能居世界一流水平”的上海光源的建设重任。

上海光源的建设面临严峻挑战，3台高性能光源加速器和首批7条精密光束线站、兆瓦级储能型数字化磁

电源、不锈钢超高真空室系统……一个个关键技术难关被攻破，取得了一系列国内首创和世界领先的创新成果。最终，上海光源实现了高水平的集成创新，自主研发的设备超过70%。

工程办主任汤杰十几年如一日全身心投入，在项目竣工前两个月突发脑溢血倒下了，年仅43岁……正是这支敢打硬仗、敢于争先的队伍，团结协作、精益求精、勇攀高峰的精神，成就了令世界刮目相看的“上海光源”。

广泛合作 缔造科学典范

“上海光源建设之快，创造了新的世界纪录。”在宽敞明亮的同步辐射实验大厅，外国专家忍不住赞叹。国家验收意见写道：“上海光源坚持自主创新，以世界同类装置最少投资和最快建设速度，实现了优异的性能，是我国大科学装置建设的一个

本报记者 颜维琦 曹继军

成功范例。”如今，“鸚鵡螺”已蜚声世界。这是国际上性能最好的中能光源之一，也是我国迄今建成的规模最大的大科学装置，具有现代高科技的融合度和集成度，它的按期、优质建成，是国家科学技术水平和工业制造能力的综合体现。

“上海光源的建成，是国家和地方大力支持的成果，是院市合作的典范，是中国科学界团结协作的结晶。不仅表明我国在建设这类大科学装置方面具备了高水平的自主创新和技术集成能力，已经进入国际先进行列，而且将对促进我国科技进步、经济发展、环境保护等方面产生广泛而深远的影响。”上海光源国家科学中心首席科学家徐洪杰说。

上海光源标志着我国重大科技基础设施建设从起步走向快速发展阶段。回望上海光源的成长，离不开国家的重视和大力投入，中科院知识创新工程开展和上海市政府强有力的支持。

上海应用物理研究所所长、上海光源国家科学中心主任赵振堂告诉记者，从2009年5月6日正式开放以来，上海光源首批7条光束线站已经为来自242家单位的近4000位用户在10多个学科领域开展实验研究提供平台，短短3年，他们发表期刊论文近500篇，其中13篇发表在《自然》《科学》和《细胞》等国际顶级刊物上。

上海光源正在加紧后续线站建设，未来几十年，还将源源不断地释放同步辐射光，持续产出重大科技成果，为提升我国科技创新能力发挥重要的作用。上海光源这个“年轻”的大科学装置，正为中国科技赢得光荣，带来光明。

(更多内容详见9版《大图解》专版)

中国电影海外传播效果有待提升

本报记者 李春利 本报通讯员 覃春红

5月30日，由北京师范大学中国文化国际传播研究院院长黄会林教授主持的《2011中国电影国际传播年度报告》以“银皮书”的形式，凭借翔实的全球调查数据、丰富的作品案例为中国电影的海外营销发行、创作合作等指出了方向。

2011年，全年生产故事影片558部，总票房达到131.15亿元，较2010年增长28.93%，中国无疑已经步入世界电影大国行列。但从整体上讲，中国电影在艺术水准、制作水平、票房收入等方面的国际影响力和竞争力，与欧美电影相比，还存在较大差距。

《银皮书》所做的“2011中国电影国际影响力全球调研”数据表明，一部中国电影都没看过的外国观众超过了30%，仅看过1-2部中国影片的外国观众只有近20%。中国电影的海外传播状况不容乐观。调研还揭示出，认为中国电影对世界电影影响一般的外国观众占到了58.2%，而认为影响很大的仅为8.6%。这说明中国电影海外认可度不高。

目前，中国电影“走出去”的渠道主要包括：依靠电影发行企业如中国电影海外推广公司（原中国电影海外推广中心）、华谊兄弟、新画面、保利博纳等进行电影输出；通过世界各大电影节如柏林电影节、戛纳电影节、威尼斯电影节、东京电影节等将影片销往海外，由这条路“出海”的多是华语文艺片；通过国内电影节如上海国际电影节、北京国际电影节等，或通过在海外举办的“中国电影节”等方式推广中国电影。

这些渠道的确为中国电影的国际传播做出了多种有益尝试，但从整体上看，由于没有自主的海外发行网络，中国电影基本还处于单打独斗的状态，很难同海外市场无缝对接，这些渠道的运转效力也极大受限。

很多中国电影在生产制作阶段并不考虑未来如何销售的问题，造成本应联动的环节脱钩。事实上，真正专业的发行在电影投入制作初期就应介入，根据具体的影片内容、市场环境等因素，有针对性地

进行宣传 and 投放。而与海外资讯的接触不畅，让一些影片以极低的价格被买断全球版权，即使在国际市场上获得票房成功，国内出品方也难以分得一杯羹。正是由于营销意识薄弱，生产环节中不注重对海外市场信息的把握，使很多中国电影的国际传播陷于低效的局面。

目前中国电影虽然在理论上可以发行全球，但实际上主要海外市场只有美国、欧洲（主要是法国）和亚太地区，在世界其他市场罕有中国电影发行，因此海外传播范围仍较狭小。

2011年中国电影在传统市场均遭遇不同程度的收益缩减。2010年销往美国的两部合拍片获得了12.23亿元的票房发行总收入，2011年虽有14部影片进入美国市场，销售收入却仅为8.59亿元。欧债危机的重重阴影下，欧洲市场对电影的吸纳能力更是大幅下滑。2011年有7部国产影片销往欧洲，虽比2010年只减少了1部，但发行销售总额却只有1.75亿元，锐减71.6%。在日本、韩国，中国电影的状态也很低迷，2011年输出到日本的中国影片大部分都只在艺术院线进行了点映。而一向稳定的东南亚市场，中国电影输出规模与收益状况也同样出现缩水。

“2011中国电影国际影响力全球调研”数据显示，电影并不是外国观众获取中国文化相关信息最重要的方式。选择“中国电影”作为了解中国文化主渠道的外国观众比例为25.9%，远远低于选择“互联网信息”观众46.7%的比例。

中国电影在承担文化传播的能力方面，甚至还不如书籍、报刊、杂志等传统纸质媒体。尽管电影在今天已被看成至关重要的文化传播媒介，但很显然中国电影尚未发挥它应有的良好潜能和效应。

目前中国电影传播的文化内容较粗浅，对中国功夫、自然景观、中国建筑等相对直观易懂的文化符号展现得较多，而对汉字、音乐等富含情感与文化内蕴的符号则明显开发不够，在传播中国文化深层内涵方面还很乏力。这与在调研中外国观众表现出的想进一步了解中国历史与哲学的实际心理期待并不符合。



电视公益广告全球征集

The Global Collection of CCTV Television Public Service Advertisements

- 征集时间：**
2012年6月8日—2012年12月31日
- 征集主题方向：**
爱国奉献类、理想创新类、诚信类、公德比赛类、节能环保类、传统文化类、奥运健康类
- 征集形式：**
视频成片/创意文案/故事版（成片时长不超过5分钟）
视频征集渠道：
中国网络电视台征集专区：
<http://events.xiyou.cntv.cn/gongyi>
优酷网活动征集专区：
<http://news.youku.com/gongyi2012>
土豆网活动征集专区：
<http://zone.tudou.com/gygg2012>
腾讯网征集专区：
<http://v.qq.com/boka/cctvgongyi2012>
创意文案及故事版提交：cctvgygg@vip.cntv.cn
联系电话：010-88550874
云媒体战略合作伙伴