

千年藏黑陶 承傳統工藝 拓歐美市場

「儘管現代工業生產的鉛壺、鐵壺更加耐用便宜，但我更喜歡用陶壺來煮茶。」白瑪群加說，「具有數千年歷史的藏黑陶不僅是日用品，而且承載着豐富的藏文化信息。」如今，他堅持傳統手工方式製作高端黑陶藝術品已經遠銷歐美。 ■新華社

出身手工藝人世家的白瑪群加20歲時拜黑陶老藝人扎旺為師，開始潛心學習黑陶製作工藝。而今，37歲的他已是青海囊謙藏黑陶唯一的國家級非物質文化遺產傳承人。來到白瑪群加的家中，他一邊手持陶壺沏茶，一邊用流利的漢語給記者講起了藏黑陶的歷史。

技成出師 辦廠授徒

白瑪群加說，藏黑陶至少有逾千年的歷史。「從事黑陶製作不僅僅是為了賺錢，更重要的是要把這一具有數千年歷史的技藝傳承下去。」白瑪群加說，從2006年開始，技成出師後的他開始在政府部門的扶持下辦廠授徒。目前，他有3家黑陶作坊，120多名徒弟。

為了保護和開發藏族古老的藝術，近年來青海

在囊謙藏黑陶非物質文化遺產保護工作中，以建立傳習基地、產業化開發、重點培養傳承人等為重點，逐步實現了藏族黑陶燒製技藝在產業和市場結合中可持續保護和傳承。目前，青海從事藏式黑陶製作經營的作坊有逾30家，從業人員超過1,000人。

堅持傳統 兼顧創新

受現代工業技術的衝擊，黑陶作為日用品的市場需求受到了限制，但是作為工藝品的需求卻越來越大。「傳統藏式黑陶，選料和製作程序都非常講究，而且非常注重實用性。」白瑪群加說，在現代社會傳承和拓展藏黑陶的發展空間，既要堅持傳統的工藝，也要通過創新迎合現代人的消費需求。



■白瑪群加在展示自己做的黑陶。 網上圖片

白瑪群加為自己的藏式黑陶工藝有限責任公司確定了「兩條腿」走路的發展方向：一方面，引進現代模具生產工藝，通過批量生產降低成本的方式，生產日常生活用品；另一方面，堅持傳統手工方式製作高端黑陶藝術品。2014年，白瑪群加與一家工藝品商貿公司達成了合作協議。「現在我們生產的黑陶日常用品一件也就50元人民幣左右，而高端的產品已經遠銷歐美。」

記者近日從天津大學馮驥才文學藝術研究院舉行的「年畫與年文化」——第二屆中國木版年畫國際論壇上獲悉，中國木版年畫申報世界非物質文化遺產工作取得新進展，申報工作的國內審核已順利通過，並納入國家申報計劃。

據了解，作為節慶民俗的鮮明載體，木版年畫已擁有至少兩千年的傳承發展歷史，產地遍佈各地，是中國民間藝術中應用地區廣泛、文化信息密集、地域風格豐富、民族心理鮮明、藝術形式獨具特色的非物質文化遺產。文化部非常重視和支持中國木版年畫申報世界「非遺」。「經過幾易其稿，由我們中心承擔的申報文本已順利通過了文化部組織的專家審核。」中國木版年畫研究中心副主任王坤說。 ■新華網



道士下山

河南老君山秋風蕭瑟伴着小雨，近日因為遊客爆棚，老君山索道不堪重負，觀賞楓林秋景返程的數千遊客等候在索道口一時難以下山，排隊等候需要兩三個小時，山中修行道士為遊客送上近兩碗齋飯。圖為老君山的道士將熱騰騰的齋飯送至有需要的人手中。 ■文 / 圖：中新社

寧夏宗教場所 升國旗慶十一

10月3日，在國歌聲中，五星紅旗在寧夏吳忠市東關清真寺冉冉升起。「十一」期間，吳忠市宗教場所紛紛舉行升旗儀式慶祝國慶。

前來參加升旗儀式的穆斯林群眾穿着胸前繡有五星紅旗的長袍或坎肩。馬永成老人說：「朝覲過的哈吉回來告訴我們，在麥加穿上這樣的坎肩，很受外國人尊敬，路上還常有人向他們伸出大拇指。」據悉，吳忠已有逾200個清真寺建起國旗台，每逢國慶等重大節日就邀請駐地部隊官兵共同舉行升旗儀式。

■香港文匯報記者 王尚勇 寧夏報導

違建扮治安亭 國慶變大排檔

福建福州晉安區市容執法人員，昨日強制拆除福州火車站南廣場3處違建。據執法人員介紹，這3處違建，其中兩處頂部刷成白底藍字，並且還有「治安」等字樣，他們一直以為是公安部門臨時搭建的治安崗亭。結果，在國慶期間，搖身一變成了小賣部和大排檔。

當天上午9時許，記者跟隨執法人員來到福州火車站南廣場，看到南側的地鐵圍擋上有3處違建，其中兩處緊挨着火車站進站口。執法人員在現場拉起警戒線，幾名工人採用氣割將違建四周鐵柱切斷，並將房屋拉倒，依法進行強制拆除。

■《福州晚報》
■福州火車站南廣場的1處違建。 網上圖片



重慶取消婚姻登記記錄證明

記者從重慶市民政局獲悉，從本月起，除辦理台灣、哈薩克斯坦、芬蘭、奧地利、荷蘭、德國、阿根廷、烏拉圭、墨西哥、波蘭10個國家和地區的公證事項外，重慶婚姻登記機關不再向任何部門和個人出具（無）婚姻登記記錄證明。

據悉，由於此前居民婚姻信息並非全國聯網，市民在辦理出國、買房等情況下，需要出具婚姻登記記錄證明，如「已婚證明」和「單身證明」，用於記錄證明人是否辦理過登記結婚。據民政部不完全統計，2013年全國29個省民政部門共提供了841萬份婚姻狀況證明，佔婚姻登記機關工作量的58.5%，超過婚姻登記的工作量。重慶民政局負責人表示，取消婚姻登記記錄證明後，重慶將限期完成婚姻登記記錄聯網前的歷史數據補錄工作，為有法律法規依據的部門核對當事人的婚姻登記記錄情況，提供有力支撐。

■香港文匯報記者 袁巧 重慶報導

國慶結婚潮 司儀7天吸金近3萬



「十一」黃金周，除了堵車、「朋友圈攝影展」外，還有結婚潮。記者走訪發現，四川成都婚慶行業早已「客滿」。婚車租賃價格上漲，一車難求，酒樓婚宴更是在半年前就被訂滿，20對新人提前爭搶黃金司儀。

「半年前，我國慶的檔期就已經被定滿了。這個國慶7天，我一共要主持8場婚禮。」黃金司儀胡文的聲音帶着一絲疲憊。雖然結婚潮讓胡文的黃金周異常忙碌，但也帶給他可觀的收入。「半年前，就有20對新人要預約我國慶的檔期，實在沒法兼顧20場婚禮，只有漲價。」以往，胡文主持一場婚禮的價格為2,500元（人民幣，下同），國慶期間的價格是3,500元。雖然不能享受國慶假期，但國慶7天胡文就能進賬近3萬元。 ■《華西都市報》

全球最佳品牌 蘋果三連冠

國際著名品牌諮詢公司Interbrand前日公佈「2015年度全球最佳品牌」排名，頭三位與去年不變，科技巨頭蘋果公司以近1,703億美元（約1.3萬億港元）品牌價值，連續三年高踞榜首，價值按年急增43%；互聯網巨擘Google以近1,204億美元（約9,331億港元）繼續屈居第二，可口可樂公司則排第三。

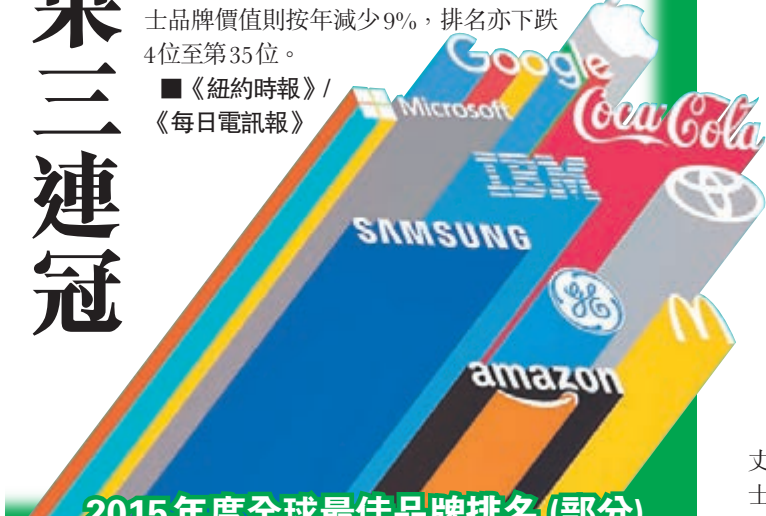
華為聯想入百大

去年首次上榜的中國手機製造商華為繼續榜上有名，以49.6億美元（約384.4億港元）品牌價值排第88位，較去年躍升6名。電腦品牌聯想（Lenovo）亦以41.2億美元（約319.3億港元）進佔第100位，是繼華為後第二間打入百大品牌的華企。

科技公司繼續成為大贏家，在頭十位中佔了4個位置，微軟及韓國三星分別排第4位及第7位。至於被分類為商業服務的國際商業機器（IBM）則被微軟爬頭，跌至第5位。第三年上榜的社交網站facebook品牌價值升幅最多，達54%，以近221億美元（約1,713億港元）品牌價值排第23位，較去年跳升6位。

雖然近年Uber等電召程式興起，但仍無損車企品牌表現，豐田、寶馬、平治及本田全部打入頭二十名，不過近日傳出排放造假醜聞的福士品牌價值則按年減少9%，排名亦下跌4位至第35位。

■《紐約時報》/
《每日電訊報》



2015年度全球最佳品牌排名(部分)

排名 (去年排名)	品牌	品牌價值 (億港元)	升/跌幅
1 (1)	蘋果公司	13,199	+43%
2 (2)	Google	9,331	+12%
3 (3)	可口可樂	6,078	-4%
4 (5)	微軟	5,245	+11%
5 (4)	國際商業機器	5,045	-10%
6 (8)	豐田	3,802	+16%
7 (7)	三星	3,511	無升跌
8 (6)	通用電氣	3,276	-7%
9 (9)	麥當勞	3,086	-6%
10 (15)	亞馬遜	2,941	+29%
23 (29)	facebook	1,713	+54%
88 (94)	華為	384	+15%
100(新上榜)	聯想	319	新上榜

「火山閃電」奇景

BBC 認造假

英國廣播公司(BBC)最近播出的自然歷史系列紀錄片《Patagonia: Earth's Secret Paradise》，當中有一段火山爆發伴隨「火山閃電」的壯觀景象，在網上吸引50多萬次轉載分享。但有媒體揭發這段影片造假，BBC亦已承認是由兩個片段剪接而成。



■BBC承認紀錄片中「火山閃電」的景象是合成而來。 網上圖片

造假影片在上月25日BBC的節目中首度播出，在影片中，智利卡爾布科火山爆發時，山頂出現「骯髒的雷暴雨」，在濃濃的火山灰雲中，閃電清晰可見。節目播出後，紀實頻道BBC Earth在官方facebook網頁上載這段影片，結果有超過50萬次分享，BBC還對影片瘋傳沾沾自喜。

但《觀察家報》報道，BBC承認該段「壯觀」的影片，是將今年卡爾布科火山爆發時的影像，加上2011年巴塔哥尼亞高地另一座火山天空的閃電景象合併而成。BBC合成後宣稱這是單一爆發，而所謂的「閃電」其實是用數碼技術添加上去。

辯稱難捕捉 為呈現景象出術

被踢爆造假後，該紀錄片製作人史東在網誌解釋說：「肉眼或是單一攝影機很難捕捉到骯髒的雷暴雨。我們這麼做的目的，是要呈現爆發時會出現的驚人景象。因此我們今年初拍攝到卡爾布科火山爆發的影片時，在上面加上閃電景象。」BBC自然歷史製作單位的職員對影片造假感到憤怒，憂慮會損害節目的公信力。 ■《衛報》/《每日郵報》

American Apparel 申破產保護

美國著名連鎖服裝品牌American Apparel隨着近期業績一落千丈及管理層混亂，預計最快昨日完成申請破產保護程序。知情人士透露，公司計劃重組債務及關閉部分分店，債權人已同意注資維持營運，以及協助公司脫離破產。

公司截至今年6月共有1萬名員工，持有690萬美元（約5,348萬港元）現金，但負債多達3,840萬美元（約2.98億港元）。新任行政總裁施奈德上任後積極節流，但未能「止血」，公司今年第二季虧損1,940萬美元（約1.5億港元），銷售額則下跌17%。 ■《華爾街日報》



韓男愛護膚 花費全球最多

韓國重視外表的文化不僅刺激整容業，亦帶動男士化妝及護膚產品大賣，平均每名男士在這方面的花費位居全球第一，金額是第二名的丹麥的4倍。韓國相關產業價值逾10億美元（約78億港元），預計未來5年每年增幅近50%。

韓國男士不僅購買大量鬚後水及潤膚霜，近年

對抗衰老產品，面膜及面霜等護膚品的需求亦愈來愈大。為爭奪這龐大市場，幾乎所有韓國化妝品牌均推出男士系列。

慶熙大學文化分析家李澤光(譯音)指出，韓國社會競爭激烈，應徵工作時若學歷及資歷相近，樣貌便成為決定性因素。 ■美國有線新聞網絡

小啟 今日《環球LIVE》因稿擠暫停一天，敬希垂注。

美迪士尼門票 擬淡季打折



去主題公園最怕人山人海，排隊多過玩。今年迎來開幕60周年的美國迪士尼樂園，計劃打破以往全年門票價格劃一的做法，在相對較少遊客的淡季推出折扣門票或優惠，希望吸引更多遊客及分散客流，避免某些日子園內過分擠擁。

受惠於美國經濟復甦，以及《魔雪奇緣》和《星球大戰》等電影大受歡迎，佛羅里達州迪士尼世界及加州迪士尼樂園過去多季接連錄得破紀錄進場人次，代價卻是樂園內隨處可見排隊人龍。

迪士尼樂園及度假村主席查佩克表示，過去幾年門票不斷加價的做法，並非解決問題的良方，對以中產家庭為主要目標客源的迪士尼亦非可取之道，因此會從增加淡季客流量方面着手。 ■《華爾街日報》