**欧美新媒体聚焦苏式琉璃 蓝海云助中国非遗文化走出去**

近日，在欧美权威新媒体网站上，有一条来自中国的报导格外醒目，从配图到视频都充满了“中国味”，这条视频就是来自蓝海云策划的“中国非遗文化”系列故事的最新案例，由蓝海云国际协同制作团队制作，源自山西太原“国家级非物质文化遗产”的《苏式琉璃的传承与创新》。

P1

《苏式琉璃的传承与创新》讲述的是苏永军运用环保的思维，从传承与创新的角度出发，通过探索琉璃制作的新工艺，从而保护了生态环境，并且受到市场认可获得商业回报的故事。

P2

除了电视，报纸等主流媒体的报导和播出外，新媒体网站的报道转载也成为此次传播的最大亮点，尤其是欧美新媒体的积极响应助力苏永军的故事迅速在网络世界传播开，包括CBS、ABC、CW、NBC、Marketplace等欧美门户网站在内的上百家欧美新媒体都通过不同的方式关注了苏永军的故事，其中视频中大篇幅展示的琉璃作品成为海外观众讨论的亮点，也引发了欧美观众的购买欲。

P3

美国最大的新闻网站之一ABC6news全文报道了苏永军的故事，在文章中，ABC6news针对琉璃的制作过程进行了的介绍，“山西琉璃是中国传统工艺品制作的代表，在原材料手工捏制的基础上，通过1000度以上的高温烤炙，上色，再用900度的低温烧制，最终形成成品。琉璃多用于皇宫、寺庙等建筑物的屋顶装饰，也是中国区分社会阶层的标准之一。”

P4

而FOX21,隶属于美国福克斯广播公司(FOX)旗下的娱乐性网站，则从猎奇的角度对苏氏琉璃为何会一夜之间在中国“爆红”进行了报道，“中国有很多流传至今的传统产品，其中作为瓷器重要分支的琉璃也汇聚了中国人的智慧，中国有很多制作琉璃的家族，那么为何苏式琉璃会被蓝海云推荐呢？这还要从一个故事开始讲起，2007年，在故宫翻修时发现了背后写有‘马庄山头苏式’的琉璃瓦。据考察证实，这片琉璃瓦就是现中国山西省太原市马庄山头村苏家所制，原来从1522年，中国的明朝时，苏家琉璃就专供中国皇宫使用。也正是因为这条新闻，苏氏琉璃在中国‘蹿红’。”

P5

隶属于美国全国广播公司(CBS)的综合性网站NBC RIGHT NOW, 则在视频播出前对苏永军的故事进行了预热，NBC RIGHT NOW抓取苏永军在“绿色环保”前提下身先士卒，对整个琉璃制作行业树立了样板进行了报道。文章中首先针对琉璃制作对于环境的污染进行了介绍，“制作琉璃的原料是天然的矿石，在烧制过程中会产生硫等污染元素，由于过度的自然开采和对大气的污染，现在，生产琉璃的工厂只有苏式琉璃这一家了”，然后文章对于苏永军的创新探索进行了强调，“琉璃行业如果想要继续发展下去，就必须顺应人类发展的规律，而人与自然的和谐共生是前提中的前提，所以苏（永军）的尝试是值得和正确的，在短时间内看，他的做法并并没有产生经济效益，但是，长远来看，这反而有利于苏式琉璃在市场上的竞争。”

P6

美国三大商业广播电视网之一的哥伦比亚广播公司（CBS）旗下的网站CBS8在预热中，对于视频中琉璃产品大家赞赏，“苏（永军）采取私人定制的方式进行琉璃制作，这个方法很正确，与工业化批量生产不同，私人定制既保证了产品从设计制作到商业价值的唯一性和独特性，从长远来看，保证了产品本身的收藏价值，这是更加重要的原则，而且对于苏（永军）家族来说，产品的利润反而会更高，这是一个一举两得的办法。不过，对于中国以外的购买者来说，这样的方式反产生了很大的不便性，如果你想买一件琉璃作品作为礼物，可能还要去一趟中国山西太原。”

P7

欧美新媒体的高度关注，让苏式琉璃的故事在网络世界迅速传播，印度第二大英文报纸印度斯坦时报，罗马尼亚报纸Occidentul Romanesc，非洲Hausa TV等200余家国际新媒体也跟进报道了苏式琉璃的故事。“中国非遗文化”系列故事被国际媒体的持续关注也给予蓝海云平台很大的信心，蓝海云资深制片人张超表示，“在苏永军的故事传播成功后，我们已经收到了很多来自全国各地的选题，这些选题已经提交到国际评委那里进行评选，相信不久后，会有更多的来自中国的非遗故事与全世界的观众见面。”

所属项目：山西琉璃

关键词：蓝海云；美国；新媒体；琉璃

苏永军的故事在首轮推广传播后，