



“记者走近马来西亚教育”系列报道之九

核  
心  
提  
示

目前,我省普通高招艺术本科B段已经开始录取。记者从多所艺术院校了解到,虽然艺术高考的热度不减,但是录取率并不高,竞争很激烈。有关高招专家分析,其实最近几年,艺考生越来越多,而高校艺术类招生计划却没有随之水涨船高,这就使得艺考难度越来越大。“艺考早已不是捷径了,已经变成比普通高考还要难挤的独木桥了。”6月23日以来,本报《第一教育》每周二、周五分别报道了马来西亚林国荣创意科技大学、林登学院、精英大学、亚太科技大学、世纪大学、思特雅大学等6所当地名校的留学优势及教育管理情况。不论从各科学杂费、入学条件、教学质量、专业设置、影响力还是从教学管理模式上都是比较适合中国艺术留学生圆一个艺术梦。马来西亚艺术留学有着它特殊的优势:费用不是很高,语言要求也没有其他专业留学生严格,选择的学校也是国际名牌,当然学成后也一定会高品质就业。

晚报记者 张国庆 文/图



零中介、免担保、校方反签、学费低、全英文授课、英联邦教育模式,很适合中国留学生

# 艺术生:到马来西亚圆梦去(一)

国外艺术名校已来郑招生,咨询电话:67698853 67698780

## “艺考热”带来“留学热”

“艺考热”再次成为人们关注的焦点。“河南艺考人数增幅四成”,“山东艺考大军再创新高”,“浙江省美术类专业统考报名火爆”等等,从媒体报道时抢眼的标题已不难看出“艺考热”热度有增无减,而从各招生办、招生院校反馈的信息也证实了“艺考热”仍在持续升温。针对近年来艺考升温的情况,河南省教育厅提出,适度控制艺术类专业招生。在2009年全省普通高等教育招生计划工作会议上,省教育厅有关负责人提出,要适度控制艺

术类专业招生,避免大幅度增加艺术类招生计划,要适当压缩本科院校的专科招生比例,专科计划的增量主要安排在专科学校。这就意味着今年的竞争将会更加激烈,如果学生万一没有考到理想的学校,那么学生选择去国外的艺术院校留学深造也是一个很好的选择。

然而,近几年的“艺考生”出国留学热背后隐藏着这样几个不容忽视的中国社会现实,艺术类的留学生就更是西方教育和社会气氛感染

的受益者,记者身边就有个朋友李某,今年28岁,10年前漂洋过海就读于国外的某艺术设计学院,拿到平面设计的本科学位后留校攻读动画设计的研究生,毕业后在国外的一家知名广告公司任实习设计员。次年回国后加入美国某媒体公司,任职设计师,年薪5万元。9个月后晋升为设计总监,年薪25万元,半年后辞职并创办了以自己名字命名的工作室,先后成为北京电视台、中国教育台、中央电视台等的签约动画设计公司。

## 林国荣创意科技大学:黑色的创意王国

进入林国荣创意科技大学,您就像进入了张艺谋电影《英雄》的拍摄现场,铺天盖地的黑色氛围,让人倍感诧异。该校崇尚黑色,不但总部和世界各地的分校教学楼、办公室都被涂成黑色,地板、课桌、凳子、游泳池等地方被统一涂上黑色,就连该校教师、学生出席正式场合,也必须统一穿着黑色衣服。林国荣创意科技大学的创办人——拥有“丹斯里拿督”崇高爵位的林国荣博士在接受本报记者独家专访时特地解释

说:在很多国家和地区,黑色是哀伤、庄重的代名词。但在创意者的眼里,黑色不但最完美、最优雅,而且最容易给人以无限的想象空间。

该校主校区位于马来西亚首都吉隆坡近郊,距吉隆坡国际机场60分钟车程,距市中心40分钟车程,交通便利。学校是第一间拥有马来西亚多媒体超级走廊资格和马来西亚唯一一所获准开办设计、通讯和测绘学士学位课程的大学。据了解,每年有来自140多个国家和地区的几千名

学生报读,在校学生约25000名,国际留学生60%,中国学生40%。该校提供60多个学位和文凭课程,包括世界著名大学的学士学位课程,并可学分转移至英美澳加新继续深造,资格及学术水平广受世界承认(全球超过50所著名大学),教学媒介语为英语,学院教职员素质高,工作积极负责,教学质量一流。来自北京的中国留学生赵瑞晗说,学校在创意多媒体领域的学术水平及造诣在世界范围内享有极高的声誉。



6月19日上午,由河南省人民政府参事、河南教育国际交流协会会长李文成博士(原省教育厅副厅长)率领的交流考察访问代表团到马来西亚林国荣创意科技大学考察,受到热烈欢迎。

特别提醒

马来西亚留学咨询电话:0371-67698853 67698780  
地址:郑州市中原中路41号中原工学院实验楼614室

详情可登录:www.hneaie.cn

# 清扬男士系列新代言人浮出水面 足球先生C罗教男人如何战胜脆弱

近日,继沸沸扬扬的转会风波之后,“天价C罗”代言事件真相也终于浮出水面。全新清扬男士系列广告的全面亮相,揭开了C罗代言清扬男士系列洗发露之谜。此次C罗为全面升级后的新清扬男士系列代言,不仅亲自上阵展现高超球技和帅气秀发,更身体力行教男人如何战胜脆弱的一面,时刻都有精彩表现。

## 清扬:功效升级+球星代言,拯救男性脆弱头皮

本报记者在超市中发现,4款针对广大男性消费者的全新升级版清扬男士系列去屑产品已经上架。向来以专业去屑品质取胜和极富挑战形象的清扬,同时也高调推出了C罗的代言广告。记者从清扬品牌相关负责人处获悉,自7月1日起,C罗代言的清扬男士系列产品广告已全面上线,C罗在广告中一改平日的运动休闲风格,为清扬身着黑色西装,释放C罗式的魅力微笑,他帅气健康的形象、充满挑战和征服感的个性极其符合清扬的品牌形象。

据了解,清扬男士系列是C罗天价转会后首个在国内亮相的代言产品,选择代言清扬男士系列不仅因为C罗极其爱护自己的头发,更是看中了清扬专业优质的去屑品质。据悉,新上市的4款清扬男士系列产品针对男性头皮更加脆弱更易产生头屑的特性,创新运用了清扬潜心研发的清扬科技2.0,双重强健头皮,不仅能更有效去屑,同时能令男士头皮头发加倍健康,时刻充满自信。

业内人士指出,作为国内市场上第一个也是唯一一个拥有男士系列的大众洗发水品牌,清扬在产品上率先推出了“男女区分”的不同去屑洗发露系列,在代言人选择上更是独具慧眼,此番与C罗的合作,可谓强强联手,很可能再次抢占2009年洗发水行业销售制高点。

## 专家:男性脆弱头皮亮红灯,洗发水应“男女有别”

无论多么坚强的男性,也会有不为人知的脆弱一面——男性头皮较女性而言,更脆弱。



针对业内人士评论有关专家指出,由于男性头皮屏障普遍要比女性弱,男人的头皮更易出油,也更容易产生头屑,因而在洗发产品的选择上,男女消费者的确应该有所区分,才能更有效地解决头屑问题。早期的冲洗去屑早已过时,通过头皮滋养护理来解决头屑困扰已成为目前洗发产品新的发展方向。

作为去屑专家的清扬品牌,在对有头屑的消费者测试分析后,针对男士更易产生头屑等头皮问题,研发了清扬男士系列洗发露,具有针对男性头皮的洗净力及去屑、止痒、控油的功效。新清扬男士系列,升级了产品功效,创新运用清扬科技2.0,兼具温和去屑和强健头皮的双重功效,更加有效地解决了男性脆弱头皮问题,真正实现一重去屑,二重滋养,双重强健头皮,持久去屑表现。

## C罗:敢于直面脆弱才是真男人

据调研,八成以上女性表示,如果男性有头屑,就会对他的印象大打折扣。因此,不要再让脆弱的头皮问题成为打击男性自信的绊脚石。

对于男人比女人更加脆弱的头皮,C罗表示,敢于直面脆弱,是自己和清扬的精神契合点。即便是如今事业如日中天的C罗,也曾流露出男人脆弱的一面。据悉,在他职业生涯中曾6次在公开场合流下眼泪,还曾被英国《太阳报》评选为十大爱哭球员No.1。但C罗从不怕把自己脆弱的一面表现出来,相反,他坦承男人也有脆弱面,只有直面脆弱才能超越自我。选择清扬男士去屑洗发露能够帮助自己强健头皮,持久去屑,让自己上场下时时刻保持自信表现。

