七部原创舞剧争『荷世七部原创舞剧争』荷世

本报讯(记者 朱渊)昨晚,第11届舞动长宁·中国舞蹈"荷花奖"舞剧评奖在上海国际舞蹈中心拉开帷幕。11月25日至12月9日的两周期间,来自中国七家实力院团的七部原创舞剧将在沪展演,角逐最终的五个"荷花奖"。

昨晚,率先亮相的开幕舞剧是来自安徽省花鼓灯歌舞剧院的舞剧《大禹》。传说中的大禹被请下神坛,灵动接地气的舞蹈语汇、环环相扣的故事刻画了一个充满济世情怀、有血有肉的大禹形象。或许,有血有肉的凡人,以不凡的精神创造奇迹,才是真正的"神话"。

"荷花奖"代表着中国专业舞蹈艺术的最高成就,也是对全国新创舞剧的一次集中检阅和高水准的比拼。中国舞蹈家协会主席冯双白评点:"此次参与评奖的舞剧让我们看到了'英雄主义'的高扬和传统文化的回归。"其中,民族舞剧《草原英雄小姐妹》再现小英雄龙梅和玉荣的事迹;原创舞剧《井冈·井冈》汲取了江西采茶戏的动律;而舞剧《花木兰》在震撼人心的激昂旋律中,让观众感受到木兰褪去红装披戎装的家国情怀。舞剧《醒·狮》《刘三姐》等则充分挖掘了传统文化元素。以南京大屠杀为题材的舞剧《记忆深处》也震撼人心。

"荷花奖"舞剧评演期间,还将举办青年舞蹈人才培育计划。"舞剧创作高峰论坛"将就中国舞蹈的现状与未来进行分享与交流。



菖蒲这种草 在年轻人中生长起来



菖蒲是过去在文人案头最常见的一种小小的、可爱的草,蕴涵了中国文人的日常趣味和文化品格。记者惊讶地发现,菖蒲这种古代江南文房常备之物,如今有越来越多的年轻人养植赏玩,与书法、抚琴、赏石一起,成为传统文化影响现代生活的一种,进入了现代书房。正在上海松江石湖荡的浦江之首艺术空间对外展出的江南菖蒲大会上,参加展出的、赏玩的,年轻人占了一大半。

菖蒲很"潮"

记者好奇地问一名捧着一盆菖蒲的 80 后年轻人,为什么喜欢这种植物,他说,菖蒲喜欢潮湿环境,能够忍受寒苦,伴着清泉又不随波逐流,很"潮"。在朵云轩工作的淑颖告诉记者,菖蒲清水顽石就可供养,家里养几盆,放在案头,有清幽出尘的味道。"它不是很矫情的植物,喜欢传统文化的人都会养点。"

菖蒲不是稀罕物,常见于山涧 溪边或陡峭石壁。江南菖蒲大会展 厅里的工作人员边抚着绿油油的 菖蒲边介绍,菖蒲现在有40余种, 如今最多见的,是金钱和虎须两 种。古代文人把它放在案头,可以 怡养倦眼,夜间看书,不被火烛的 烟熏坏眼睛。用手搓一把草,会闻 到爽利的香气。

菖蒲很"雅"

菖蒲、兰花、水仙、菊花,并称为花草四雅,文人赏蒲,不是单单的雅兴,而是有着深层次的文化追求。没有文化的玩物是单薄乏味的,菖蒲,正是具有文化底蕴的文化标的物,历代文人对菖蒲咏之记之画之书之,其中不乏苏东坡、陆游等名人。在上海,名家玩赏菖蒲的渊源也很深,近当代很多文化大家都喜爱菖蒲,其中又以吴昌硕、朱屺瞻等最为有名,江南文脉的发掘延续,菖蒲雅艺,不可或缺。

文人理想中菖蒲的样子,是 "短、细、密",真想要养成这样,只能 天天照看,然后等待。菖蒲大会的发 起人、青年画家庞飞颇有养菖蒲的 心得,工作室里摆着几十盆菖蒲,他 说,夏天还要给菖蒲"剃头",齐着根 将叶子都剪去,在接下来的生长季 节里,它才会变得更细更密。

菖蒲很"淡"

书案上放奇石,石上附菖蒲,对于传统文化中"润物细无声"趣味的向往和回归,令高楼间生活的现代年轻人放慢了匆匆的节奏。喜欢菖蒲本身,还是喜欢菖蒲背后隐喻的淡泊名利的文人气质?杜甫有"风断青蒲节,碧节吐寒蒲"的诗句,只有理解日常生活中蕴含的中国趣味,才能更好地讲述中国故



■ 菖蒲成为年轻人的心头好

事。一丛小小的草,让传统文化精 神在案头活起来,自然生长。

知名菖蒲专家王大濛说:"我的菖蒲不喜欢富贵气。菖蒲的性格是丝毫没有功利性的,她淡泊隐逸的精神是文人所崇敬的。如果一旦把菖蒲作为时髦与流行去追求,这是菖蒲文化的悲哀。"

石湖荡镇位于松江九峰三泖中心地带,唐朝的李塔、宋朝的延寿寺以及元代的罗汉松等历史文化古迹使得其文化底蕴丰厚。此次江南菖蒲大会由松江金泖渔村及绍兴张桂铭艺术馆等联合举行。主办方表示,今后江南菖蒲大会常设在浦江之首艺术空间,并将定期举办。

双11收官: 蓝月亮"榜首称冠"的背后驱动力

一年一度的双11落下帷幕。数据显示,当天全国网络零售交易额超过3000 亿元,同比增长约27%,再创历史新高。

每年的电商狂欢节中,纸品、洗衣液等居家生活类的商品,一直都是消费者的重点囤货对象。但只有那些引领科技、品质过硬、服务真诚的品牌,才能力压群雄、荣登榜首!

监月亮凭借其产品优势与良好口碑,双11销售额一路稳居天猫、京东、 唯品会、拼多多及贝店等各大平台榜首 梯队。

消费升级新态势, 蓝月亮销量持续走高

随着年轻用户购买力的增长和消费理念升级,不仅高质量消费成为今年双11的一大亮点,升级型产品也大受欢迎。蓝月亮作为洗涤行业领跑者,为充分满足消费者多样化个性化的洁净需求,一直以来致力于以科技迭代产品,以产品升级行业。

今年双11蓝月亮销量实现新突破。 数据显示,双11当天仅天猫官方旗舰店 单店,蓝月亮销售额便破亿元,率先进 人天猫快消"亿元聚乐部"。蓝月亮天 猫超市当日销售额更是同比增长125%, 且在单品方面,中高端至尊洗衣液系列 的销售分量悄然加重,同比增长高达



6900%,全方位展示了至尊洗衣液持续走 高的大好势头,彰显优质产品魅力。

浓缩洗衣液获膏睐, 至尊引领浓缩升级新潮流

"大满贯"的双十一数据背后,是 消费者对其过硬品质的认可和创新引领 的肯定。京东提供的消费者大数据显示,近年来,洗衣液品类中的浓缩洗衣 液,产品销量(件数)逐年增长。这说明, 在洗涤清洁用品的选择上,消费升级已 成为一种趋势,更高效、更坏保、更方 便的浓缩洗衣液逐步受到消费者青睐。

蓝月亮总裁罗秋平早前接受媒体采访时称,"可以毫无疑问地说,浓缩一定会成为未来的发展趋势。"以蓝月亮至尊洗衣液为代表的浓缩洗涤剂,正在引领行业创新,并推动消费升级。

值得注意的是, 七色至尊作为蓝月 亮洗涤家族的浓缩新硕果, 表现同样抢 眼,获得了销量口碑双丰收。据悉,七 色至尊实现了重大技术性突破, 以一泵 凝聚七重科技:生物技术防发黄、抗污 溃而沉积技术防发灰、纤维整理技术保 低泡易漂无残留、水感配方易溶 光亮。 「浓缩+」用量少、专利泵头(外观 设计专利号: ZL 2015 3 0328905.7) 精准 为消费者带来更科技更高效的洁 计量, 净体验。此款产品在专业度和美感度上 进行了升级,透明流线型瓶身,搭配清 嘶可见的液体,以一派浑然天成的纯净 景象, 彰显时尚潮流的魅力, 更有国际 一线调香师定制的七款香型,充分满足 消费者的个性化需求。

以科技创新优质服务, 夯实行业领跑者优势

事实上,双十一的"领跑"成绩不可能一蹴而就。能否满足用户需求成为 取胜的关键,也是蓝月亮成为行业领跑 者的核心驱动力。多年来,蓝月亮面对



外资品牌不断强势进攻,却一直稳坐洗 衣液与洗手液领域品牌力领先的宝座, 被业内人士誉为"中国日化骄傲"。

蓝月亮的领先,源于对消费者精准的 洞察。多年来,蓝月亮一直以消费者需求 为导向,凭借强大的科研实力不断研发新 的产品。从开启"液时代",到推出手洗 专用、旅行专用,再到做浓缩升级洗衣 液,以及现在的新一代生物科技洗衣液, 无论是产品配方还是包装,蓝月亮都进行 了颠覆性的创新,以更有价值、更值得购 买的产品赢得消费者青睐。



除了产品方面的创新升级,更重要的是对消费者科学的洗衣方式及习惯的培育。"科技创新、知识营销、价值工程",是监月亮的十二字方针。自2012年以来,蓝月亮持续举办"科学洗衣中国行"系列公益活动,普及科学洗涤知识,教授消费者科学洗衣方法,并提供24小时咨询服务,解决消费者的目常洗涤难题。这并不是一件容易的事情,但蓝月亮一直坚持在做。"有责任的企业,不仅是生产产品,而且给出人们美好生活的解决方案。"罗秋平说。