

第 17 届中国上海国际艺术节特别报道



一个追诗意 一个求新意

俄罗斯两大芭蕾舞团本月携手来沪献艺

艺术节·看点啥

11 月，上海国际艺术节的舞台将迎来俄罗斯圣彼得堡的两大芭蕾舞团：马林斯基剧院芭蕾舞团与艾夫曼芭蕾舞团，前者将为上海观众带来《舞姬》，后者将带来《安娜·卡列尼娜》，这两场演出汇聚古典、现代、当代芭蕾的精华，将见证今年艺术节的完美落幕。

经典与新锐

马林斯基剧院芭蕾舞团与艾夫曼芭蕾舞团同在俄罗斯文化名城圣彼得堡，如果说马林斯基象征着俄罗斯芭蕾最灿烂恢宏的历史、最纯正动人的古典风韵，那么艾夫曼芭蕾舞团便代表了这门古老艺术的突破与变革。

11 月 16 日，俄罗斯“芭蕾航母”马林斯基剧院将在上海东方艺术中心上演《舞姬》，该团拥有两个多世纪漫长而灿烂的历史，书写了世界芭蕾史上最为浓墨重彩的篇章：这里是巴普洛娃、尼金斯基、乌兰诺娃、努里耶夫、巴瑞什尼科夫、巴兰钦等艺术大师的摇篮；首演了《天鹅湖》《睡美人》《胡桃夹子》等芭蕾名剧。观赏马林斯基剧院芭蕾舞团的演出，对舞迷来说称得上是“极致”的视听享受，除了精湛、完美、细腻的古典芭蕾技巧之外，马林斯基交响乐团的演奏也是舞蹈的绝妙伴侣。

将于 11 月 13 日率先在东艺登场的艾夫曼芭蕾舞团，与马林斯基也有着血脉之缘。1977 年，一位年仅 31 岁的年轻编舞家离开了大名鼎鼎的马林斯基“自立门户”，在圣彼得堡创办了一支充满革新力量的舞团，他就是

当代芭蕾编舞大师鲍里斯·艾夫曼。艾夫曼芭蕾舞团的作品既保持了俄罗斯芭蕾流派严谨规范、技巧高超、善于抒情的底蕴，又将二十世纪舞台艺术与电影表现手法相融合，成为欧美最受欢迎的芭蕾舞团之一。这次舞团带来的作品《安娜·卡列尼娜》，不仅展现了俄罗斯当代芭蕾艺术的最高水平，也蕴含着俄罗斯不朽的精神遗产和世界文化的智慧。

《舞姬》与“安娜”

细腻精湛、纯净诗意的马林斯基与锐意求新的艾夫曼芭蕾舞团，这次将共同展现俄罗斯芭蕾亦古亦今、精美优雅，也将让观众在一个月了解俄罗斯芭蕾艺术的巅峰成就。

马林斯基剧院芭蕾舞团这次带来的《舞姬》，是一部气势恢宏的古典芭蕾舞剧。该剧

讲述了武士索罗与神庙舞姬尼基娅间的爱情悲剧，充满异域风情，具有极强的视觉冲击力，是全球最为热门的古典芭蕾舞剧目之一。作为芭蕾舞团实力的“试金石”，马林斯基剧院芭蕾舞团版本的《舞姬》充分体现出俄罗斯芭蕾的强大优势，剧中第三幕“幽灵王国”是全剧中最著名的芭蕾场景。

圣彼得堡艾夫曼芭蕾舞团的代表作《安娜·卡列尼娜》，是一部基于托尔斯泰小说的舞剧，由柴科夫斯基作曲。首演至今的 10 年中，在世界各地久演不衰。舞剧抛开了小说作品中复杂的人物关系，将重点集中在安娜、卡列宁和沃伦斯基 3 位主人公的爱情纠葛中，表现了人性激情的损耗和灵魂的摧毁。演出中真情实感与现实的高度契合，让观众不得不为之动容。 本报记者 张艺



■《中华士兵》一场景
王雨晨摄

艺术再现“八百冷娃跳黄河”悲壮一幕

《中华士兵》气壮山河

本报讯(首席记者 朱光)第 17 届中国上海国际艺术节中，最为“气壮山河”的话剧无疑是昨晚在东艺上演的《中华士兵》，该剧再现了 1939 年中条山战役“八百冷娃跳黄河”的悲壮往事。

中条山战役是抗战史上极其悲壮的一页。当时，军械武器装备落后的中国军队，与拥有飞机、大炮等先进武器的日军正面对战，在七八天时间里，有些中国军人还没把枪杆子摸热，就倒在了日军的枪炮下，仅

存的八百冷娃最终选择跳入黄河。

该剧由国家话剧院出品，冯俐编剧、查明哲导演，剧中运用闪回、倒叙等多种手法，展现了冷娃们的集结、离别、论生、赴死……每当时光闪回至他们入伍之初，已知结局的观众就为他们揪心。无论是出自名将、官宦、地主还是长工家庭的青年人，最终都作出一致的抉择。“两狼山战胡儿啊，天摇地动！好男儿为国家啊，何惧死生！”八百冷娃吼着这两句秦腔，走向黄河。

逆境中保持乐观心态

2015 上海艺术博览会今开幕

今年以来，中国艺术品市场的行情并不景气，大型拍卖的成交额比往年萎缩，作为一级市场的上海艺术博览会在逆境中如何前行，成为业界关注的焦点。第十九届上海艺术博览会今起将在世贸商城举办 4 天，昨天的预展观者如云，热闹程度甚至超过往年，这给原本有些担心的参展画廊带来了信心。

本届上海艺博会的一大特点是作品接地气，画面雅俗共赏，价位合理亲民，十万元以下的佳作最讨巧。去年艺博会的“黑马”、国画家陈强带来的《山水风雅》系列新作，以色泽明丽、雅意随性的特点博得藏家青睐，开幕半小时便售出 7 幅。旅日画家孙家珮的“水乡”

与旅美画家韦太的“花卉”中，尺幅小、价位低的作品很受追捧。

环通文化的展位每年都设在三楼，据总经理熊景兰透露，周边的“邻居”近年换了不少，说明整个行业面临盘整。熊景兰说：“艺术品市场的优胜劣汰很正常，只有做好品牌，保证质量的画廊，才能度过‘寒冬’”。

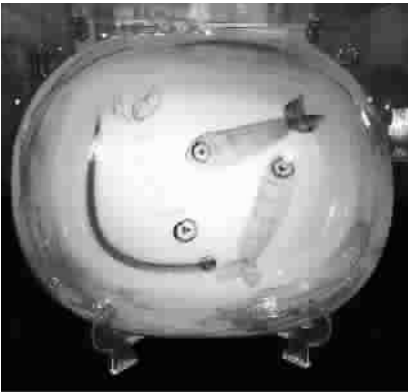
不少画廊业主向记者表达了相同的看法，也许当下业绩不甚理想，但只要坚持，艺术品的价值终究不会被埋没。本届艺博会作品在题材及表现手法上也充分考虑到市民的审美需求和欣赏习惯，注重写实性、装饰性，并在尊重传统的同时注入当代色彩，使作品雅俗共赏、老少皆宜。

上海艺博会在引领更多市民亲近艺术的过程中，也引入了不少外国画廊，昨天在展场里，毕加索、库爾貝、柯羅及当代画家安娜查睿福的作品，都令参观者流连忘返，这些作品的价位颇高，前来问询者让销售方应接不暇。

本届上海艺博会以“家居渴望艺术”为主题，展会面积达 2.4 万平方米，在上海世贸商城共设四大展馆，17 个国家的 150 多家优秀画廊携数千件各类艺术品参与交易。

组委会办公室主任顾之骅介绍说，今年上海艺博会在继续为收藏家和投资者提供优秀作品的基础上，力图把上海艺博会这个艺术品交易平台与更广泛的市场需求结合起来，为艺术品消费增添平民色彩。

本报记者 乐梦融



■艺博会上的毕加索陶瓷作品 记者 胡晓芒摄

苏宁双拳出击 玩转O2O双会场

纯电商用盛大的晚会和创新高的交易额送别PC时代，移动端订单占比近70%的苏宁已然占得先机。昨晚拿着手机在苏宁门店彻夜狂欢的年轻人可能还没有意识到，他们正身处互联网零售时代真正的主场。

据悉，截至11日11时的数据显示，苏宁双线订单同比增长304%，移动端订单量占比62%，苏宁易购双线卖出了67万个保温水杯，超过4成当天下订单的用户，已经收货。

苏宁O2O购物节“双拳出击”

今年双十一苏宁改变了打法，

他并没有局限于在线上与其他电商巨头进行PK，而是有意把战火引到线下，构成线上线下并肩作战的局面，使得一些纯电商企业首尾不能相顾。

在线上，其他电商还在PC端留恋之时，苏宁果断地将线上主场迁移到了移动端。苏宁第1个小时战报显示，全网销售订单量同比增长389%，其中移动端订单量同比增长1371%，移动端订单量占比达到了68%的行业新高。

而移动端的增长在一开始就露出了端倪，O2O购物节前两日，苏宁线上销售额同比增长170%，

移动端销售额更是大幅增长了416%。目前苏宁的移动端数据已经将不少竞争对手远远甩在身后，开始掌握移动互联网时代的电商话语权。

作为国内零售O2O模式的提倡者和践行者，苏宁正在将线下门店互联网化，使其成为线上线下融合的连接点，成为本地生活服务的辐射点，成为2小时急速达配送的仓储点。1600多家门店既为消费者提供便捷购物，也在为线上PC端、移动端贡献更多流量。

昨晚全国30多家0点营业的苏宁易购云店第1小时客流超过10万

人次。客流量的增加直接推动门店销售收入的增长。

三条主动脉贯穿线上线下

苏宁的最新打法已经超乎了竞争对手的想象，但这还远不够，苏宁正在用三条主动脉将线上线下有机融合起来，彻底打通线上线下的商品、物流、服务，就像同时射出的三支箭让对手难以招架。

为了保证绝对低价，苏宁推出了“平京雷达”，每5分钟一次更新数据，提供单品实时更新比价信息，确保自己的价格比其他电商平

台价格低。其次，苏宁用快捷高效的物流仓储解决电商行业最大的痛点。依托自建的近500万平方米的物流仓储体系，苏宁在195个城市实现了2小时急速达，大部分二三线城市可提供当日达，在全国90%以上的地区实现次日达。

因此苏宁在今年双十一大促中提出了双主场战略，不仅为迷茫的实体零售企业找到了破局之道，还计划把成功的经验和积累的资源向社会开放，输出共享“零售CPU”的核心能力，对其他企业布局O2O起到推波助澜的作用。