

首届上海城市艺术博览会形式新颖—— 酒店变会场 客房展作品

床上也放画

一些业内人士听说上海春季艺术沙龙要在酒店客房里举办艺博会时,曾表现出疑惑乃至不屑的神情。“瞎搞!”一位收藏家曾如此对记者说。但昨夜开幕式现场,记者发现来宾相当踊跃,花园饭店的电梯顿时显得应接不暇。15至17层的所有客房都房门敞开,参观者自由进出,川流不息。一幅幅绘画、摄影作品,一件件雕塑、装置作品,或悬挂在墙上,或铺放在床上,或点缀在茶几上,有的甚至连洗手间都陈列了艺术品。当记者走进一个客房时,正听到这家画廊的美女当家对来宾介绍:“在酒店举行艺术品交易的好处在于能让你切身体会到作品放在室内的实际效果。”

小品成主打

几乎每间客房都济济一堂,走廊上也人头攒动。记者只能随机选择一些客房进入观看。走马

昨夜,首届上海城市艺术博览会在五星级酒店上海花园饭店3个楼层的客房中拉开序幕。此后3天里,来自海内外的55家画廊将在一个个客房中进行艺术品的展示和交易。

■ 艺术作品布置在酒店客房里
本报记者 胡晓芒摄



观花之下,发现参展画廊带来的作品以小品居多,老油画、海派大师及当代名家作品自然价格不菲,但也有不少价廉物美的艺术品,如有的摄影作品仅标价300元一幅。

上海油画雕塑院带来了一些年轻雕塑家的实验性作品,中国美院也有几位研究生带来了雕塑作品。记者问一位用细钢丝缠绕做成人物雕塑的女学生,她的作品什么价

格?这位女生红着脸半天说不出来。在记者一再鼓励下,她终于说:“3万。”

参观气氛热

如此“离经叛道”的艺博会是如何说服画廊参加,并吸引了这么踊跃的观众群的呢?具体操办这一活动的黄伯达先生说,这种形式的艺博会在日本、韩国、香港等地都有先例,并且至今还在发展,说明是有市场的;在酒店租房举办艺博会,使得参展商的成本大大降低,可花大力气邀约有消费能力的来宾;如通过私人银行邀请重要客户等;由于事先精心计算了酒店能承受的客流量,使得会场气氛踊跃,既不冷清又不至于人满为患。

据粗略统计,昨天的来宾至少有800人,现场参观、洽谈气氛热烈,但具体成交情况不详。这种办在酒店客房的艺博会究竟成效如何,尚待进一步观察。

本报记者 林明杰

用文学形式发出生态警告 诺奖得主马丁松诗集《阿尼阿拉号》引进出版

斯”,意思是“遇险”或“危难中”。《阿尼阿拉号》由103首诗歌构成,是哈瑞·马丁松的史诗式作品,描写了人类因地球受到放射物质毒害,被迫乘坐飞船离开,迁移到其他星球,但飞船最终失去控制,脱

离原定航线,在茫茫太空中坠落。作品通过这样一个毁灭性的故事,表达了对人类生存困境的深刻思考、对自然环境的关注。半个世纪前,当大多数人还在赞赏和享受现代工业文明果实的时候,马丁松就

敏锐地用文学形式向全人类发出了生态失衡的警告。在诗人看来,地球最大的灾难来自人类自身。他在诗中暗示,人类居住的地球本身,就是一艘将要毁灭的“阿尼阿拉号”。

诗歌透露米开朗基罗的悲哀 殷健灵新著《俯瞰天堂》昨首发

本报讯(记者 林明杰)昨天,在上海意大利中心,在落户上海的米开朗基罗传世名作《昼》《夜》《晨》《暮》雕塑前,本报编辑、作家殷健灵新著《俯瞰天堂——米开朗基罗艺术与人生的“昼夜晨暮”》首发式举行。

世人皆知米开朗基罗是伟大的雕塑家、画家,但往往疏忽了他还是杰出的诗人。《俯瞰天堂》一书中记录了一些米开朗基罗写的诗,并透露出米开朗基罗创作《昼》《夜》《晨》《暮》雕塑时鲜为人知的内心世界。

据殷健灵介绍,当年,有人为米开朗基罗这组雕塑中的《夜》写下一首诗:“夜,在你眼前憩睡沉沉,/天仙——赋予这顽石以灵性。/生命之火,燃烧在她娴静的身体里,你叫醒她吧,她即刻会妙语声声。”米开朗基罗以诗应答道:“睡眠是甜蜜的,成为顽石更幸福,只要世上还有罪恶与耻辱的时候。不见不闻,无知无觉,于我是最大的快乐。不要惊醒我,啊!讲得轻些吧。”

米开朗基罗期望在睡眠中逃避什么?他心中的罪恶和耻辱又是什么?



■ 观众欣赏雕塑作品《晨》 记者 胡晓芒 摄

原来,米开朗基罗从年少时即获得意大利佛罗伦萨执政的美第奇家族的恩惠,但内心憎恨专制和暴君。1927年,德皇卡尔五世攻入意大利,占领罗马,佛罗伦萨人趁此起义,赶走了执政者亚历康德罗和伊波里特·美第奇。起义者中就有米开朗基罗。然而,进攻失败,米开朗基罗不得不向暴君称臣。他为两位美第奇君主创作塑像并不情愿,把真实的内心世界寄托在“衬托”这两位君主雕像的《昼》《夜》《晨》《暮》上,似乎在说,与其清醒,不如堕入睡眠。

小小稚童亮相大剧院 宋庆龄幼儿园举办艺术节

本报讯(记者 朱光)三五岁的小小稚童,前晚密密匝匝地亮相上海大剧院舞台,以一曲《茉莉花》揭开了宋庆龄幼儿园第九届国际幼儿艺术节的序幕。

5个分别来自中国、德国、克罗地亚的小主持人,同时用中英双语所作的声情并茂的开场白赢得满堂彩。在顶天立地的丝绒幕布背景下,这5个不足1米高的娃娃更显得粉雕玉琢、可爱动人。此次艺术节的主题是传承民族文化、乐享快乐校园,因此表演的节目皆具中国特色,如绛州鼓舞,金色和大红色的服装喜气洋洋。除了演出之外,绘画、陶泥塑等活动也同时在校园展



■ 孩子们的表演喜庆欢快 胡晓芒 摄

红罐王老吉改名加多宝 欲续写凉茶辉煌

5月16日,加多宝集团召开媒体说明会,首次就“王老吉”商标仲裁结果进行回应,并表示,加多宝将不纠结于过去,正式将红罐王老吉改名为加多宝,继续专注凉茶市场。同时还现场展示了“加多宝”凉茶新包装。

加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示,凭借传统凉茶秘方,加上丰富的凉茶运营经验,专业的营销队伍及完善的分销体系,加多宝有能力再创建一个凉茶品牌的辉煌。

有能力再创建一个凉茶品牌

在声明中,加多宝也强调“自始至终真正拥有凉茶创始人王泽邦先生祖传秘方。”

“加多宝凉茶会继续坚守传承下来的秘方,继续保持传统的水平工艺,继续强化品质质量管理,输出合格、安全的正宗凉茶。”唐振国表示。

而红罐王老吉更名为加多宝,对消费者来说,换的正是是一个产品名称而已,口感、品质一点都没有变。

红罐“王老吉”正式更名“加多宝” 继续推正宗凉茶

红罐王老吉改名为“加多宝”凉茶后,整个包装还是以红色为主,和之前的红罐没有太多差异,而整个包装上已经没有“王老吉”的字样,取而代之的是“加多宝出品正宗凉茶”。

面对媒体关于加多宝凉茶正宗的质疑,加多宝集团品管部总经理唐振国表示:“我们采取的工艺是不变的,我们自始至终保持了传统凉茶的水平工艺,这个是不变的。我们这个品质是不变的,感官是不变的,产品本身是不变的。”

“所有优势都在一起,我们非常的有信心。”

王月贵称虽然产品名称由“王老吉”改名为“加多宝”,产品并没有变,凭借着加多宝17年转业做凉茶的优势,完全有信心在市场上战胜一切对手,再进一步巩固凉茶领导者的地位,把凉茶产业做大做强。继续的红罐民族饮料品牌走向世界的一个契机。“未来我们将加大投入,全力打造加多宝凉茶,再创建一个凉茶品牌的辉煌。”王月贵表示。