

北京 APEC 结束之后,在水立方、在怀柔雁栖湖、在华光国瓷艺术馆、在江苏南京的工美艺术精品馆,关于 APEC 的文化主题展览依然吸引着大量的观众,其所带来的后续效应却热度不减,而且更加深入人们的日常生活。

后 APEC 时代:依然有故事可讲

■本报记者 张文静

12月5日,国家游泳中心(水立方)内的 APEC 全家福合影区十分热闹。虽然是工作日,但前来参观游玩的观众依然不少。一位阿姨一边把相机交给同伴,一边不放心地嘱咐着“把这些字都拍进去啊”。台子的另一面,大人们哄笑着让孩子摆出各种拍照姿势。“这儿和电视里一模一样啊!”一位观众感叹道。

时间退回到一个月前的11月10日晚,这里是 APEC 领导人欢迎晚宴的举办地。参加 APEC 中国峰会的各成员国经济领导人、代表及配偶身着中式服装,在极具特色的蓝色膜结构背景墙前集体合影,留下了此次 APEC 最为经典的一瞬。如今,这里依然碧水澄澈、彩标盈动。只不过,从传来的欢声笑语显示出,这里的主角已经变成了普通观众。

不仅在水立方,在怀柔雁栖湖、在华光国瓷艺术馆、在江苏南京的工美艺术精品馆,关于 APEC 的文化主题展览依然吸引着大量的观众。APEC 结束了,但其所带来的后续效应却热度不减,而且更加深入人们的日常生活。

踏上 APEC 之旅

“这么多餐具都是一个人用的?”望着水立方宴会厅餐桌上摆放的 APEC 晚宴餐具,一位女士吃惊地向同伴。“人家菜是一道一道上的,吃完一道,餐具就端下去了,再上一道菜。”同伴似乎对 APEC 晚宴的细节很了解。“黄色的这套总共有 68 件餐具!”一位观众在反复数了几遍之后说道。“高大上啊!”听闻此语,人群中不由得发出啧啧声。

在水立方 APEC 晚宴主场宴会厅,不少观众聚集在摆放着两套“国韵黄”和“珍珠白”餐具的餐桌旁,一边看一边议论着餐具的花纹和样式。

“今天,在餐具展示区驻足观看的观众就没断过。”在现场服务的一位高校学生志愿者告诉本报记者,比这里更热闹的只有全家福合影区了。

“11月22日,举办过 APEC 欢迎晚宴的水立方重新面向公众开放,同时开启了‘上善若水, APEC 之旅’的深度游活动。从入口处起,跟随者指示箭头,游客可以沿着宴会当晚的贵宾线路来一次原汁原味的亲身体验。”水立方工作人员告诉记者。

游客首先可以来到领导人合影区合影留念,随后来到晚宴大厅,体验国宴、国风、国韵的景观。宴会厅内,山水画幕布遮挡了原来的观赛座椅,令人仿佛置身于充满诗情画意的中国山水之中。绢纱轻垂、曲水流觞、亭台楼阁、美轮美奂。在这里,人们可以看到脚下极富文化底蕴的“曲水流觞”,体会餐桌上陈列的国宴餐具、用品的精美巧妙。

眼前的美景还不够,人们还可以一试舌尖上的美味。在宴会厅外,人们可以买到领导人享用的国宴点心,包括中式点心“国宴四宝”和西式点心,中式点心是最具老北京特色的四款小吃——豌豆黄、驴打滚、艾窝窝和萨琪玛。点心部销售人员告诉记者,其中卖得最好的要数 98 元的“国宴糕点”套餐和 28 元的“国宴四宝”。在接受采访时,水立方工作人员表示,“上善若水, APEC 之旅”开放首日,水立方游客量就突破了 1.4 万人次。开放游览以来,每天的平均游客量约为 8000 人次。APEC 晚宴点心日均销售约 1000 份。后 APEC 的热度可见一斑。

后发效应持续不减

据水立方总经理杨奇勇介绍,此次“上善若水, APEC 之旅”预计开放至春节前。而且,这次活动的举办不仅是为了满足游客近距离接触 APEC 欢迎晚宴的需求,更是为了让观众能亲身体验 APEC 中的文化元素。为此,水立方专门培训了“APEC 之旅”的讲解团队,以利用和挖掘更多的文化资源,让游客了解 APEC 晚宴更多不为人知的细节,品尝国宴甜品,购买 APEC 特色定制纪念品,感受水立方别样的文化气息。

不仅是水立方的欢迎晚宴, APEC 服装、陶



关于 APEC 的文化主题展览依然吸引着大量的观众。

张文静摄 郭刚制图

瓷和文创产品等都以自己的方式持续着 APEC 的后发效应,让其中展现的文化元素为更多的观众所知。

比如,在 APEC 峰会 21 国首脑会后午宴上,“国彩天姿”餐具大放异彩,引起了广泛关注。11月15日,在怀柔雁栖湖雁栖酒店,“中国瓷,复兴梦”华光国瓷·2014 APEC 首届陶瓷展启动。不少观众慕名前往,近距离感受国宴用瓷的魅力。在雁栖湖展览结束后,从11月18日起,该展览转移到位于北京通州区的华光国瓷艺术馆展出一个月。

此次的 APEC 峰会同样引起热议的当然还有“亚太全家福”上各经济体领导人穿的“新中装”。“新中装”的主要面料是来自苏州的宋锦,而“新中装”上的海水江崖纹则由江苏省工艺美术大师卢福英及其绣娘团队完成。

11月27日,在江苏南京工美艺术精品馆,一场名为“丝路中国·锦绣霓裳”的 APEC“新中装”宋锦、苏绣艺术展开幕。展览开幕式当天不仅有 APEC 服装的核心面料宋锦亮相,同时,为面料绣花纹的苏绣大师卢福英及其团队也在现场绣起了海水江崖纹,引得不少观众围观。

12月11日至14日,第九届北京国际文化创意产业博览会在北京举办,包括 APEC 峰会的“国礼”《长城·永恒的记忆》画作、“韵旗筷子”等 APEC 文创商品也在博览会上亮相。

“这次 APEC 峰会后,很多相关企业都有了这种事件性营销的意识,这是市场成熟的一个标志。”北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任沈望舒在接受《中国科学报》记者采访时如此评述。

“让观众来一次穿越”

在沈望舒看来,此次水立方推出的“上善若水, APEC 之旅”深度游活动,利用 APEC 场景和接待流程来扩大事件性营销的效果,其实是世界上惯用的做法。

“凡是有过著名人物、重大事件或消费者感兴趣事件的地方,按照常规的市场运作,都不会把余热浪费掉,在国内影响较大的比如奥运会效应和后世博效应。”沈望舒认为,重大事件或活动,由于社会和所在单位都投入了巨大成本,所以不仅要考虑一次性的使用,也要让这种效应长时间滞留。“而且,这是一种权威的背书,一旦有国家权威的或者国际公认的认可,这种价值如果不利用就是非市场了,那是很奇怪的。”

曾有一次,沈望舒去韩国,接待方就特意带

他去了一个小餐馆。沈望舒问为什么带他来这里,韩国工作人员解释说:“因为上星期我国总理到这里来吃过饭。”这就是名人效应,有时对所在机构来说,这是可遇不可求的重要资源,对其加以利用应当是常态,只不过我们以前对此不敏感,把资源浪费掉了。”沈望舒说道,“应当抓住这样的事件性营销,使文化效应长期在市场上滞留,避免人未走、茶就凉的现象发生。”

沈望舒认为,此次水立方利用 APEC 的文化场景对公众开放,特别符合国际博览局关于风貌区的三个描述,即“复原式陈列、情景式再现、角色扮演”。

“如果这个地方发生过重大事件或活动,那就让观众来一次穿越。何必非得让人们板着脸听解说词呢?为什么不让人们参与、互动和体验呢?现在还有谁愿意跟着导游的小旗后面狂跑呢?”沈望舒笑着说,“虽然因为时间很紧,我们现在做的东西可能还很表面化,但这反映出我们正在努力地贴近市场和消费,努力让我们要告知和宣传的内容用时尚和流行的方式表现出来。”

参与者的的心声

11月11日, APEC 领导人圆桌会议在雁栖湖国际会议中心召开,新闻直播中极具中国古典特色的会场——集贤厅立刻引起了人们的关注。

这间面积达 1200 平方米、高 12 米的集贤厅由清华大学美术学院环境艺术设计系教授马怡西主持设计,主要采用了木质材料,并与景泰蓝技艺相结合。

集贤厅内,斗拱、雀替、牛腿柱等中国古建筑构件随处可见,显示出“融通今古、博雅东西”的设计风格,“有源头、有创新的”构造技术。

APEC 会议结束后,雁栖湖国际会议中心对媒体开放,借由记者的镜头和文字,公众对集贤厅的了解也更加深入。

对于普通公众来说,集贤厅是神秘而高雅的,但对于集贤厅木作装饰工程副总工程师、北京嘉乾阁红木家具公司董事长、中国传统工艺大师胡钢新来说,这里的每一处细节都是那么熟悉,因为这里凝聚了他和整个团队的智慧和汗水。

如今,提到亲身参与到 APEC 会场的木作

装饰工程,胡钢新还是难掩激动。当时,担任该工程总工程师和总指挥的不凡木业(北京)有限责任公司董事长、中国传统工艺大师傅团忠认为,此次工程任务重、工期紧、要求高,非同一般。

为求稳妥,也为求工程高水平、高质量完成,他聘请了(北京)东阳市明威堂红木家具有限公司董事长吴金伟以及胡钢新担任副总工程师,希望他们能带领整个团队一起创造这个大型室内木作装饰工程的奇迹。

胡钢新说,他们几个人日以继夜地创作,并安排木作师傅和雕刻师傅轮班做活儿,24 小时不停工地赶制,每一个细节都反复斟酌,用红木精雕细琢,克服了重重困难,最终仅用 6 个月的时间就完成了从只有图纸到全部完工交付的整个过程。

“现在回过头来看集贤厅古色古香的红木韵味,感受那浓重的中国古典建筑装饰风格,在内心激动之余,更有作为中国人的自豪感。”胡钢新说。

(张文静)

文化微议

中日韩三国通用 808 个“汉字”

近日,中日韩文化部长会议在日本横滨市召开。会议期间,日本文部科学相下村博文提议将 3 国共同使用的 808 个“汉字”有效用于文化交流,并与中韩两国部长等人交换了意见。下村表示:“希望一起思考积极利用汉字。”还有提议称,可以将共同常用汉字用于三国道路标志牌、商店招牌和学校授课。

这 808 个汉字最初是由中国北京大学原校长纪宝成提出:“中日韩三国共同使用汉字的历史已近 2000 年,汉字在三国文化的持续交流中保持了基本的一致性,是增进文化沟通、相互理解的重要工具。”

点评:除了具有深厚文化内涵和研究价值外,还至少让 3 个国家的普通旅游者方便了,也不失为一件趣事。

文化墙错用字

在山西太原的一条街上,有面刻着唐诗的文化墙,但其中使用的繁体字存在不少错误。李白的名句“白发三千丈”中,“发”的繁体应为“髮”,却错用为“發”;杜甫的名句“会当凌绝顶”中的“凌”错用成“臨”……仔细查看会发现上面类似错误达 33 处。

无独有偶,浙江绍兴新建成的文化墙上有 10 组劝学故事,都是我国历史上的著名典故,但有 3 处错误:《卧薪尝胆》中“衣不重采”一句中,“采”写成了“来”;《孟母断织》中“不为盗窃则为虏役矣”一句中,“役”写成了“设”;《羲之习字》中的“王羲之七岁练习书法”一句中,写的是阿拉伯数字“7”。

四川成都的广场文化墙上印有唐代诗人刘方平的《月夜》,但四句诗出现三句错误。

点评:文化墙没文化,什么缘故?文化墙引发的思考之一就是,仅有形式是不够的,表面上重视传统文化,其实是拉着传统做大旗而已。

《推拿》金马获奖仍难吸金

由娄烨执导的《推拿》在第 51 届金马奖上赢得了最佳剧情片等六项大奖,一时风光无限。然而据电影票房吧数据,该片首日全国排片率为 3%,在接下来 29 日、30 日也仅有 1.93%、2.42%,上映四天票房仍不足 300 万元。与同为文艺片且在今年拿下柏林金熊奖的《白日焰火》境遇完全大相径庭。影迷表示:“跟同期的国产电影相比还是值得一看的。”

据中国电影艺术研究中心研究部副主任左衡分析,原因主要有两点:首先,中国观众心中的金熊含金量要远远高于金马奖;第二,《白日焰火》在宣发时,主打惊悚悬疑这样的商业类型元素,对中国观众有明显吸引力。也就是说前者虽然是艺术片,但有商业潜质,但《推拿》从一开始就决定不具备商业卖相,这也是导致影院排片低的原因。

点评:文艺片的观众或许不多,盈利或许有限,可这些影片才能真正撑起中国电影。

内地公民出境游突破 1 亿人次

截至 11 月,中国内地公民当年出境旅游首次突破 1 亿人次。“1 亿中国人走出去体现了我国经济社会发展的巨大成就,体现了对外开放的巨大成就。”国家旅游局新闻发言人张吉林表示。

数据显示,中国内地公民出境旅游目的地地的分布为:亚洲占 89.5%(港澳台地区占 70.4%);欧洲占 3.5%;非洲占 3.0%;美洲占 2.7%;大洋洲占 1.1%;其他占 0.2%。其中,超过百万人次的目的地(港澳台地区以外)国家有韩国、泰国、日本、美国、越南和新加坡等 6 国。今年赴韩国、日本游客增幅最大,均超过 40%。

点评:越来越大规模的出境游,也期待旅游市场更加开放、更加规范,让我们能享受旅游。

“穿越水墨画”走红

张飞上挖掘机,萧何骑自行车追韩信,武松打的那只老虎都萌萌哒……近日,网友“夏阿”创作的“穿越水墨画”在微信上引起不少网友关注。

“夏阿”创作的特点是用水墨画的画法,实现古人 and 现代潮物的结合。如图中秦朝首富吕不韦戴着黑框眼镜,穿着拖鞋,抽着根烟坐在马桶上认真地看《时代周刊》,墙上还印着“来也冲冲,去也冲冲”标语,生活气息跃然画面上。

“夏阿”在微信上也总会写上一段富有情趣的文字和画相映衬,亦庄亦谐,文化气息很浓郁。他还在淘宝开店卖起了自己的作品,也有一些网友为此买单。但也有部分网友认为此举“丑化”了传统文化。

中国艺术研究院研究员苑利表示,这种水墨画并没有艺术价值,也不存在升值空间,但可以看出成是一种新的创作方式。

点评:网络这个江湖可看作是网友施展个性的场所,发挥自己想象,找到一点认同,一点回应。

戏剧奥林匹克在北京

■本报记者 王俊宁

自 11 月 1 日起至 12 月 25 日,第六届戏剧奥林匹克在北京举办,这是戏剧奥林匹克首次来中国。说到奥林匹克,很多人并不陌生。然而说起戏剧奥林匹克,则很少有人知道它的渊源。

1994 年,世界戏剧艺术因为受到了电影和电视的冲击而逐渐衰落,戏剧从业者尽自己最大努力坚持着自己的戏剧梦想。而同时,越来越多的戏剧舞台开始吸收电影明星来扩大影响,带来的却是戏剧艺术的商业化倾向。

为此,希腊导演特佐布罗斯发出号召,邀请世界各地的戏剧艺术有识之士,美国的罗伯特·威尔逊、日本的铃木忠志、俄罗斯的留比莫夫等戏剧大师相聚希腊,他们希望能够一起挽

救日渐落寞的戏剧艺术,使其回归本质。戏剧奥林匹克由此诞生。

1995 年首届戏剧奥林匹克在雅典举办,拉开了世界戏剧盛会的序幕。与奥林匹克运动会一样,戏剧奥林匹克也是每四年举办一次。在经过希腊雅典、日本静冈、俄罗斯莫斯科、土耳其伊斯坦布尔、韩国首尔之后,今年,第六届戏剧奥林匹克来到中国北京。

本届戏剧奥林匹克的开幕戏剧为张艺谋导演、国家大剧院制作的京剧《天下归心》,闭幕戏剧则是 12 月 20 日将在北展剧场演出的世界经典音乐剧《音乐之声》。活动期间,共有来自全球 22 个国家和地区的 45 台顶尖剧目将在国家大剧院、保利剧院、长安大戏院、天桥剧场等 10 多

个剧场进行交流展演。

截至目前,此次盛会已经进行了二十多部作品,四十多场演出,每场演出都获得了热烈的反响,高峰论坛、大师班的举办更使国内外戏剧大师碰撞出思想的火花。

作为当今世界戏剧艺术领域国际影响最大、学术地位最高的戏剧交流展演活动,历届戏剧奥林匹克的演出剧目,几乎从不夹杂任何商业气息,世界各地艺术家齐聚到戏剧奥林匹克大家庭,用不同语言、不同风格的舞台表现形式反思社会、探讨人性、感念生命。

北京市文化局局长陈冬在戏剧奥林匹克开幕时指出,第六届戏剧奥林匹克的主题是“梦想”。与以往不同,本届戏剧奥林匹克活动首次

汇集舞蹈、话剧、歌剧、音乐剧、戏曲等各类舞台艺术,注重了艺术门类的平衡,真正体现戏剧奥林匹克的开放性。国外剧目分为“致敬经典大师力作”“新势力新主张”和“视听盛宴多彩绽放”三个单元。而谈到第六届戏剧奥林匹克最突出的亮点,陈冬表示,中国元素将得到充分展现,尤其是中国戏曲的集中展现,让全世界观众感受到中国古典文化的深沉意境和虚实相生的文化内涵。

从已展演的剧目来看,京剧《天下归心》、昆曲《红楼梦》、秦腔《窦娥冤》、评剧《城邦恩仇》、河北梆子《忒拜城》、民族舞剧《红高粱》等带有典型意义的中国故事,都在为戏剧奥林匹克涂抹新的色彩。



穿越水墨画

栏目主持:喜平