

老舍茶馆香飘柏林

本报驻德国特约记者 苏丹 文/图



▲ 四季茶艺展示

► 德国民众参与品茗

3月4日,一场别开生面的茶文化展示及品茗活动在柏林中国文化中心举办。伴随着醉人的茶香,200余名当地观众在这里走过了一次美妙的中国文化体验之旅。

中国是茶的故乡,中国茶文化源远流长。柏林中国文化中心主任陈建阳介绍说,自古以来,茶、瓷器和丝绸就是中国重要的出口产品。茶在中国人的日常生活中占有重要地位,是中国的“全民饮料”和中华文化的

重要载体。老舍茶馆董事长尹智君女士则亲身上阵,向大家详细介绍了茶叶的种类,中国的饮茶习惯、品茶礼仪和注意事项等。在婉约柔美的古筝声中,远道而来的老舍茶馆茶艺师还现场进行了精彩的四季茶和造型茶

茶艺演示,奇妙的川剧变脸表演和嘴嘴壶茶艺表演更令人啧啧称赞。

中国驻德国大使史明德夫人徐静华说,当她一开始学德语的时候,就接触到“茶慢慢喝”的德国谚语。同时,她也列举了一

些关于饮茶的脍炙人口的经典词句与大家分享,例如英国政治家威廉·格莱斯顿的那句——“当你冷的时候,茶会温暖你;当你热的时候,茶会沁凉你。当你沮丧的时候,茶会激励你;当你兴奋的时候,茶会镇静你。”

这场活动是柏林中国文化中心2013年“欢乐春节”系列活动之一。图文并茂的中国茶文化专题报告、茶与多国文化千丝万缕的联系引起了参观者极大的兴趣。十几位外国驻德使节的夫人和德外交部官员的夫人出席了此次活动。马耳他驻德大使夫人丹妮拉·雪瑞布表示,她在华期间曾去老舍茶馆饮过茶,今天的场景让其倍感亲切。和她有同样感受的是一位德国公司的职员。这位女士被公司派去北京常驻6年,第一次来到柏林中国文化中心的她激动地“找到了家的感觉”。

老舍茶馆始创于1988年,它的前身可以一直追溯到1979年的前门大碗茶,而它的成长历史也折射出中国改革开放30余年的巨大变化。老舍茶馆曾接待过80多个国家的150名元首和政府首脑,德国前总理科尔也曾是老舍茶馆的顾客之一。

3月6日开幕的柏林国际旅游博览会上,老舍茶馆再次亮相展厅,大博眼球的同时,也让参观者对中国茶文化有了更多的认识。“中国茶真好吃,味道闻起来跟德国的茶有所不同,入口十分醇香。”一位德国观众说。很多德国观众表示,还是第一次听说有这么多种类的茶叶、喝茶有这么多的文化和讲究。“看了今天的茶艺表演才明白,喝茶不只是为了解渴,更是为了让内心归于宁静。”“下次再有中国客人来家里做客,一定要给他们泡上一杯好茶!”

中泰书画家作品在曼谷展出

本报讯 3月3日,由中泰知名书画家权希军、侯少岩、谷福海、吴令平创作的几十幅书画作品在曼谷中国文化中心展出。

中国驻泰国大使馆文化参赞秦裕森表示,中国书画在传播中华文化、增进中泰友谊方面发挥了独特的作用。他希望中国书画家经常来泰国办展,让泰国观众更多地接触中国艺术。泰中文化人联合会创会

主席林栩表示,泰中文联将邀请中国艺术家来泰国交流,共同搭建艺术和友谊的桥梁。泰国中华总商会主席刘锦庭说,“泰中一家亲”的理念日益深入人心,此次高水平的展览对促进“泰中一家亲”很有意义。

此次联展由泰国泰中文化人联合会等单位举办,展出的草书、隶书、行书、花鸟画、油画等作品深受现场观众好评。(吕政慧)

奥地利驻华使馆为中国女艺术家办展

本报讯 (记者李璋)近日,为纪念国际劳动妇女节,奥地利驻中国大使馆文化处邀请中国女艺术家枫翎在使馆官邸举办了题为“女性·改变·世界”的个人艺术展。

展览精心挑选了枫翎多幅代表作品。策展人史蒂文介绍说,枫翎是一位倡导男女平等并积极参与女性运动的艺术家,她用女性独特的视角和日臻完善的艺术语言展开和这个世界的对话。“希望通过这样的展览和艺术对话的形式,达到文化

交流和增进友谊的目的。”奥地利驻华大使艾琳娜表示,“中国妇女的专业知识、应变能力以及辛勤劳动、乐于奉献的精神给我们留下了深刻的印象。我们希望展现女艺术家的艺术感染力,并通过真正的艺术来拥有改变世界的力量。”

据悉,展览将持续至6月6日。奥地利驻华使馆文化处负责人安妮说,此次展览是奥地利未来将要举办的中国艺术文化展示系列活动的一部分。

“美丽之路”两岸四地演唱会资料入藏军博

本报讯 (记者叶飞 钱力)3月9日,歌唱家陈思思“美丽之路”两岸四地大型演唱会活动专辑及资料被中国人民革命军事博物馆正式收录。当天的新闻发布会上,航天英雄杨利伟、演艺明星成龙、著名导演陈维亚,以及表演艺术家姜昆、作曲家徐沛东、指挥家滕矢初等到场祝贺。

据悉,这是军博1959年成立以来首次收录并展出有关个人音乐文化交流的全套相关资料。发布会上,陈思思还被授予军事博物馆荣誉馆员称号。陈思思是中国人民解放军第二炮兵政治部文

工团副团长,长期以来,她致力于新民歌的演唱和研究,多次参加全国大型文艺演出,并赴欧洲、美洲、东南亚等地区访问。据了解,陈思思“美丽之路”两岸四地大型演唱会包括:2008年北京国家大剧院的“你让我感动——放歌残奥公益演唱会”助力公益“爱心之旅”,2009年台北国父纪念馆的“台北音乐会”文化交流“破冰之旅”,2011年澳门综艺馆的“纪念辛亥革命100周年演唱会”弘扬文化“阳光之旅”,2012年香港红磡体育馆的“庆祝香港回归15周年演唱会”赞美祖国“圆梦之旅”。

中国法语活动节开放百场活动

本报讯 3月4日,第18届中国法语活动节新闻发布会在法国大使馆召开,来自20余个法语国家国际组织成员国的驻华大使、外交官参加了活动。

在共同观看了法语活动节和法语国家电影节预告片后,法国驻华大使白林宣布活动节正式启动。她向大家介绍说,本届法语活动节包括电影、音乐和文学三个部分,26个法语国家和地区将在中国联合推出上百场面向公众的免费活动,其中大部分活动都会配有中文翻译。

加拿大驻华大使赵朴向大家介绍了诸如法语歌曲大赛、工作坊、小游戏、写作班、烹饪班等面向青年人的活动,以及本次参加法语国家电影节有加拿大电影《从未放弃的爱》。他希望年轻人能通过这些活动,更加深刻地领悟法语文化。瑞士驻华大使杜哲巍向大家介绍了《三月香颂晚餐》音乐巡演和瑞士影片《善意的谎言》;加蓬驻华大使代表阿诺·班布及海地中国贸易发展办事处代表那萨莉·吉赛尔·迈诺则分别介绍了法语活动节期间的部分活动和来自本国的电影。(樊 炜)

中国对外艺术展览有限公司：

在市场中铸就品牌的力量

本报记者 朱永安

“国字头”的中国对外艺术展览有限公司,虽然转制为企业,但履行国家文化使命的责任与职能没有改变,一切工作的重中之重,仍然是要高质量完成国家交办的文化交流任务。2008年,集团公司承办“相约北京”奥运重大文化活动,事后获得党中央、国务院颁发的北京奥运会、残奥会先进集体称号,中展即在其中发挥了重大作用。中国对外文化集团公司副总经理万基元对一年多前由中展承办的一次临时重大任务印象深刻。2011年7月,中展接到北京人民大会堂两岸万名青年大交流主题联欢活动的展场布置工作,“在短短三天内,中展展览团队发挥‘白加黑、连轴转’的攻坚精神,从调配展品、文字撰写到现场布置等一系列工作,均按时顺利完成。胡锦涛等领导同志亲临展览现场,与两岸青年热情互动交流,我们的工作也受到了中央领导同志的充分肯定和表扬。”万基元说,“作为文化央企,完成国家对外文化交流事业的任务责无旁贷,但是不管完成任务还是面对市场,归根到底还是要看自己的专业水平如何,是否具备大型文化项目的策划和实施能力。随着新时期中国对外文化交流活动的不断丰富,中展承担了威尼斯双年展中国馆总策划、‘非洲文化聚焦’等一系列国家任务,这些任务的圆满完成,证明了改革后的中展在对外文化交流工作上的专业性、艺术展览的策划能力以及适应新变化的综合运营能力,由此也构成了中展的品牌优势。”

真正的品牌需要在市场的磨练中铸就 and 加强。据中国对外文化集团公司副总经理阎东介绍,如今中展展出的项目中,民间项目所占比例已经超过一半,和以前政府项目占九成以上的历史形成了鲜明的对比。他表示,改革不能只是动动嘴,判断改了还是没改、改得好与坏,关键还是要看现在的生存和发展状态如何。在改革后实现了体制机制创新并已经融入市场的中展用事实彰显了自己的改革意志与发展能力。

形成创新机制 策划优质展览

在刚刚结束的2012年土耳其中国文化年中,最为精彩、最为轰动的两个大型重要展览——“印象敦煌——中国文化大展”以及“内外兼修——中国当代艺术展”都是由中展负责具体承办的。“印象敦煌——中国文化大展”由集团公司与敦煌研究院共同承办。作为中国文化年的重要展览活动之一和敦煌艺术在世界上规模最大的一次展出,展览包括出土文献真品、整体复制的洞

窟、彩塑临品、复制壁画等展品。从开幕现场到展厅布置,展览将中华元素融入到每一个细节之中,让土耳其观众恋恋不舍。“内外兼修——中国当代艺术展”则由集团公司联合多家民营机构、整合社会资源而办,是近年来在海外举办的当代艺术展中颇具影响的一次,土耳其当地以及欧美的媒体和艺术界对此展十分关注,认为其是了解中国当代艺术发展的一次十分宝贵的机会。

据了解,中展目前在政府部门支持下,每年举办的品牌活动项目有“四海一家——驻华使馆艺术藏品展”“威尼斯双年展中国馆”“港澳视觉艺术双年展”“意会中国——阿拉伯名家采风系列活动”“非洲文化聚焦”系列活动等。“对于政府的文化项目,我们不再像以前那样简单承办,而是努力追求创新卓越。”万基元以中展的品牌项目“四海一家——驻华使馆艺术藏品展”为例告诉记者,在这个项目中,中展利用对外文化交流的资源,将各国驻华使馆的艺术精品集中到一起,以“四海一家”为旗帜,平等地将各国艺术精华展现在中国观众面前,体现了文化多样性和平等交流的理念,不但外国友人高兴,在国内多地展览也受到热烈欢迎,在取得良好国际影响及社会效益的同时,也取得了令人满意的经济效益。“像这样的项目,虽然依托于国家文化交流活动和文化部的支持,但由于所涉及的国家众多、展品类型多样、技术细节繁杂,必须充分发挥中展策展团队的主观能动性和专业化精神。”万基元说。

对于企业而言,政府的项目也好,民间的项目也好,有好的内容、办好的展览是企业的核心竞争力和发展的关键。在现代展会企业中,有效的机构管理策略和策展人机制是必不可少的保障。

阎东介绍说,中展目前已经形成了较为合理稳定的组织机构和策展人机制,在业务板块划分上,分为国际一部、二部和三部,各部门既各自深耕业务又通力合作,策展人机制就是部门机制的一个重要补充。策展人不仅可以整合内部各种资源,还可以集成社会方方面面的资源,通过这一机制,大大拓展了展览业务发展的空间,使得自主运营的民间项目和商业项目所占比例逐渐增大。马瑞青是中展国际一部策展人,据他介绍,2012年仅国际一部执行的展览项目就有24个,其中官方项目10个,民间项目14个,不仅保持了民间项目超出官方项目的态势,同时民间项目所得利润还有了大幅提升。阎东表示,未来中展还将进一步搞活展览策划和运营机制,尝试采取展览运营部门与策展人工作室相结合的方式,充分调动社会策展人才资源,

确立以好展览为终极目标的人才管理模式。

发挥专业优势 促进资源集成

在市场化 and 专业化能力提升中尝到甜头的中展人,明确了充分发挥自己的金字招牌优势、利用来自国内外的优秀资源集成创新、抢占市场先机的发展思路,如今已经向更广泛的会展业进军。

2012年10月23日,“2012中国国际美术馆艺术产品博览会暨中国首届艺术衍生品博览会”在北京国家会议中心开幕,参展单位包括古根海姆美术馆、德国卡塞尔MHK博物馆群、MOMA、伊斯坦布尔当代美术馆、中国美术馆、中央美术学院美术馆、今日美术馆、台北故宫博物院等来自国内外的众多重量级的美术馆和艺术机构,而此次博览会正是由中国对外文化集团公司主办、中展承办的。万基元说,现在中展做每一个大的项目,都不会只顾埋头苦干,往往是联合政府、学术、企业等不同组织机构,集成最丰富的资源,共同完成好项目。集成资源本身就是一种创新,也是一种重要的能力。“举办此次美术馆艺术产品博览会,中展就联合了全国美术馆专业委员会、中央美术学院、柏林自由大学文化与媒体管理学院等多家学术机构和组织,将博览会定位于学术和高端,举办第一届就获得了业内的广泛认可和公众的热情参与。”



“亚洲动漫游戏展”自2012年起于每年10月黄金周期间在广州举行,图为2012年“亚洲动漫游戏展”盛况。

1950年4月6日和5月14日,两次在北京饭店举行的“新中国展览会”预展由周恩来总理亲自审定,开启了新中国筹组大型综合性展览的新篇章;1950年9月12日,“罗马尼亚展览会”在北京劳动人民文化宫举办,成为新中国第一个大型国际来华展览;1950年9月22日,“新中国展览会”在前捷克斯洛伐克布拉格国际博览会“中国月”活动中开幕,创该市展览参观人数最高纪录,这也是新中国第一个大型综合性出国展览……

对于许多中国对外艺术展览有限公司的老员工来说,这些载入史册的重大展览永远不会从脑海中抹去。从1950年文化部对外文化事务联络局展览科成立算起,新中国的对外展览交流事业沿革发展了60多年。而当时的文化部对外文化事务联络局展览科正是如今的中国对外艺术展览有限公司(以下简称中展)的前身。中国的艺术大师齐白石、李可染、徐悲鸿、潘天寿等从这里走向世界,西方的艺术大师伦勃朗、毕加索、罗丹、达利、亨利·摩尔等由此走进中国,中展与共和国对外文化交流事业紧密相连。

历史的车轮滚滚向前。在改革开放不断深入和政府职能转变的时代背景下,中展顺应历史潮流,作为首批全国文化体制改革试点单位之一,于2004年与中国对外演出公司一道转企改制,组建为中国对外文化集团公司。转企改制8年多的历程表明,中展人不仅跨越了由事业到企业的身份转变,积极应对了原有垄断地位消失的困难,更在市场大潮的洗礼下,迎接挑战,抓住机遇,拿出了一张不负历史、不负时代的崭新答卷。

履行文化使命 直面市场挑战

在60多年的历程中,中展为新中国展览艺术交流和文化艺术创新做出了不可磨灭的贡献。但是踏入改革之旅,开弓没有回头箭,面对挑战是唯一的选择。中国对外文化集团公司董事长张宇说,改革之初的中展面临的是历史长、负担重、没有固定展览场地以及人员相对老化等诸多问题。当时中展员工平均年龄超过40岁,的确有一个思想和观念的转变过程。“过去我们作为文化部直属事业单位,在职能上就是承担国家的对外文化交流任务,因此一直是处于对外展览交流的垄断地位。随着时代的发展和国家的对外开放,对外交流的渠道已经打开,不仅中外民间可以进行展览文化交流,就是官方的项目也已经不是全部指定中展去完成。”张宇说,“中展人虽然有业务基础,但由于事业单位的积习等原因,的确经历了比较艰难的转身。改变原来的工作思路和运营模式是生存和发展的必由之路,在这一过程中,中展人不仅逐渐认识到自身存在的短板,也在市场中看到了自己独一无二的优势——几十年专注于对外文化交流所形成的品牌资源和影响力,以及一大批具备多语种语言优势、热爱艺术、熟悉国内外艺术展览机构运营的的优秀策展人和管理人才。”