

艺术动态

豪情舞风华 一笔定江山

当代MOMA安徽企业高管书画展昨日盛大开幕

艺术视野

独树一帜的
芜湖铁画

□孟祥海



铁画制作起源于宋代,盛行于北宋。芜湖铁画始于清康熙年间,由芜湖铁工汤鹏与芜湖画家萧云从相互砥砺而成。据《芜湖县志》载,芜湖人汤鹏“少为铁工,与画室为邻,日窥其泼墨势,画师叱之。鹏发愤,因锻铁为山水嶂,寒汀孤屿,生趣宛然。”汤鹏从国画中受到启迪而创出铁画。

芜湖铁画吸取了传统国画的构图法及金银首饰、剪纸、雕塑等工艺技法,以低碳钢作原料,以铁代墨,以锤代笔,以砧为纸,经过出稿、剪、砸、烧打、上漆蜡、上框等工序和“打活”、“钻活”等工艺,精制成山水、人物、花卉、虫鱼、飞禽、走兽等各种艺术品;它将民间剪纸、雕刻、镶嵌等各种艺术技法融为一体,采用中国画章法,黑白对比,虚实结合,别有一番情趣,至今已有340多年历史,被称为“巧夺万代所未有。”

芜湖铁画既有国画、水墨画之境,又有强烈的艺术立体感,黑白分明,苍劲凝重,风格独特、工艺精湛、技艺高超而著称于世,曾受到毛泽东等国家领导人的称赞。2006年5月20日,芜湖铁画锻制技艺经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。



参观作品

温馨提示

参观地点:当代MOMA体验中心,具体地址为望江路与岳西路交口往南200米(由于望江路施工,请走黄山路,市区由东向西过潜山路第一个路口即岳西路,左转弯即向南,过望江路南200米岳西路右侧。)

星报讯(记者 周玉冰/文 周诚/图)豪情舞动风华,一笔写定江山。由安徽法人权益保护协会、市场星报主办,当代MOMA承办,三名书画院、《星空艺术》协办的“当代MOMA安徽企业高管书画展”28日上午在当代MOMA体验馆盛大开幕。活动还得到徽印象酒业及红酒著名品牌商至爱酒业安徽分公司的支持。

本次企业高管书画展旨在实现企业书画家、艺术家互动交流,以此促进艺术的发展和文化遗产。为此特邀全省80多位有一定书画造诣的企业高管参展,既有民企老板,也有大型国企高管,同时特邀厅级老领导及专业书画家助阵参展。老领导的墨宝,寄予了他们对时代厚望;专业艺术家的作品,以娴熟笔法展示了艺术之美;企业

在线品鉴

青花西厢记
斗笠碗

开幕式

高管们的作品,题材丰富,风格多样。这自然提升了企业文化建设,促进我省文化的发展!

省军区原副司令刘正宗,原徽商集团董事长、三名书画院副院长许家贵,安徽省高速公路控股集团董事长、党委书记周仁强,当代置业安徽地区公司总经理涂礼军,省公安厅原副巡视员、三名书画院常务副院长兼秘书长李忠武,原省政协法制委员会专职副主任胡章佩,原省外办主任沙林森,市场星报副总编程局新,原省司法厅纪委书记张恩水,民航安徽管理局原副局长李延宝、国元集团原副总张士亮,合肥铁路运输检察院检察长朱南斌及杨晏平、陈鸿海、陆体才、郑谊、叶挺华、徐达勋、刘正源、杨淼、马宜斌、范传功、韩文祥、满秉权、黄

书权、唐佳、杨兴玲、叶三勤、王世勇、权玉良、陈明哲、杨逸夫、詹望、韦明升等企业家、专业书画家出席开幕式,2013世界旅游城市形象大使吴昊华担纲主持。

涂礼军、许家贵、程局新、马宜斌先后在致辞中表示,企业要长远发展,离不开优秀文化的支撑,城市要上品位,同样需要科技与艺术结合的建筑与地产。当代置业在合肥开发的当代MOMA,运用科技主题地产与国际文化主题相结合,把一个建筑作品,从光、影、情、境、景等方面实现了巨大的突破,本身就是艺术。这次百余幅风格迥异的书画作品,更是不同艺术形式的交流与碰撞。开幕当日,设计精美的作品集首发,最近去参观的市民能领到该作品集。

这是清康熙青花西厢记故事图斗笠碗,做工精细,外表大方美观。斗笠碗,碗的一种式样。广口,斜腹壁呈45角,小圈足,因倒置过来形似斗笠,故名。宋代始烧,此后历代均有烧制,胎体轻薄,形制周正。碗内口沿绘锦地海棠形开光,开光内分绘四组花朵纹,碗心绘三童子嬉戏玩耍,一婴手捧官帽,寓意加官晋爵。外口沿绘一周冰梅纹,腹部两组开

光绘西厢记故事图,人物表情生动,衣纹清晰流畅。

《西厢记》于明末清初之际广为流行,康熙时期更成为瓷器绘画上的经典题材,盛传一时。口沿外翻,内口沿满绘锦地纹饰,外壁以连环画方式绘《西厢记》故事,细节描绘精致,人物造型生动,别有趣味。这款清康熙青花西厢记故事图斗笠碗现珍藏于故宫博物院。 品鉴人 李训刚

任性还是务实? 东风标致308&301说 这都不是难题

随着时代的发展和生活水平的提高,消费者对于购车的态度也随之任性起来。“随便代步”的说法似乎已经成为了过去时,必须要符合自身个性又要彰显生活态度,才是一个入足够任性的必备条件。当然,即使是任性消费,也要挑对胃口。对于普遍消费者来说,天价豪车虽然足够任性,但给我们的负担也过于任性了,如何在零负担和任性之间做权衡,显得尤为重要。

刚刚成为汽车市场消费主力的年轻人,是普遍追求“任性消费”的群体,在这些更具个性的消费者面前,几乎没有一款产品具有“通杀”的能力。于是,同样源自东风标致品牌的308与301两款车型,便配合出了不同的味道,将风尚与务实结合到一起,全方位贴合当下年轻消费者的心里诉求,成就了入门A级车市的新标准。

【308 301 风尚在左 务实在右】

东风标致308旨在张扬个性和前卫、俊朗的气质,打造高品质风尚高级车。“选择出色”是自信进取的社会精英的社会态度,也是308的态度。而它所圈定的人群正是敢于彰显自己、自信进取、热衷时尚,并且追求完美的个性群体。而完美主义者都有一个特征,那就是他们对事物的每一个要求都近乎完美。首先就体现在穿衣打扮上,他们拥有较高的穿衣品位,无论走到哪里都会成为焦点。而东风标致308凭借风尚的造型,一路的高歌,完美的驾乘,无疑诠释了城市年轻人群自由、风尚快乐追求完美的精神。

而301所面对的是社会中的“新生代”,他们自信、开朗、随和、稳重,事业积极上进,对家人贴心、有担当,想要“活出味来”,而有滋有味的生活就讲究个“独乐乐不如众乐乐”,所以他们买车也



是为了能给家人、朋友带来更多的快乐。

【308 301 用任性满足所有需求】

现实中,选车就像选女人一样纠结,对于那些既追求风尚外观又崇尚务实的消费者来说,选择一款符合自身个性的车绝非易事。东风标致308与301两款车一辆风尚领航,一辆居家实用,分别满足不同消费者的个性需求和生活品位,达到个性汽车。

而对于勤恳工作、热情踏实的“邻家大哥”,301满足他们拥有一辆车的梦想。这些首次购车用户更倾向于经济实用、高性价比

的入门级车,而作为标致品牌的全球车,301讲究的就是实用与可靠,2652mm的同级别超长轴距可谓“大气有肚量”,出众的宽敞空间令驾乘舒适度在同级别车型中可圈可点。

不可否认,所谓的好车光有产品是不够的,对于用户的需求方面也同样要做到不“玩虚的”才能够足以承当大任。东风标致308、301无论是对青春奉献激情的“风尚客”,还是对事业尽心尽力的“新生代”,东风标致308与301分别凭借自身优势,吸引不同消费者的关注,全面满足不同用户的购车需求。