

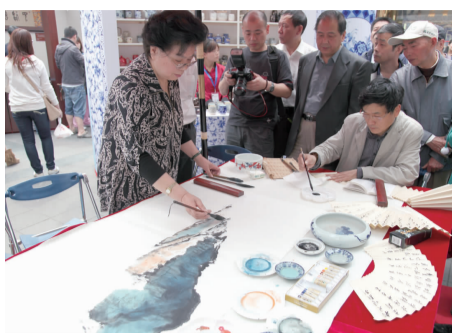
豫园首届艺术庙会 陶艺扇工争齐斗艳

□ 来源 金辰/文 青云 诸云/摄

5月1日,作为豫园中国日(节)系列活动之一的首届豫园艺术庙会在豫园商城拉开帷幕。首次冠之以艺术的豫园庙会,由上海豫园旅游商城股份有限公司和江西省景德镇市陶瓷研究所主办,工艺品公司华宝楼与小商品公司联合承办。

此次艺术庙会的重头戏,将集中在5月1日至5月20日开始的2011“陶艺非凡4”扇(善)行天下活动,主办方将以“陶艺非凡”和“丽云阁扇庄”两大知名品牌作为对外发布平台,盛邀沪赣两地众多艺术大师共同参与,推出极具艺术性、观赏性和参与性的上海、景德镇艺术大师陶瓷、书画艺术精品展。本次庙会还新增了市民游客涂鸦瓷板、沪赣艺术家签名扇面收集等互动节目,更隆重推出了著名人物画家杨秋宝巨作“红楼梦”部分成扇的惊艳亮相和陶瓷大师赖德全作品全面收购等活动。丽云阁扇庄将请来苏州檀香扇厂的老工艺师现场展示传统制扇工艺,知名书画家度身绘制扇面。作为形式创新的“豫园艺术庙会”系列项目之一,华宝楼三楼艺术馆已展出了60余幅扇形瓷板画精品,并由两地名家现场联手献艺,吸引了众多游客与藏家观赏、现购,两天内即实现销售60余万元,取得了良好的市场反响。

首届豫园艺术庙会旨在大力推广新兴收藏品理念——华宝楼“陶艺非凡”、丽云阁扇庄“浮华百世情,一扇知春秋”,瓷器与中国扇这两个传承华夏经典艺术文化的绝佳载体在豫园这方宝地上愈加散发魅力。



撒播温情 传递真情 洋溢激情

豫园商城全国五一劳动奖章表彰暨拜师带徒、五项能手推进大会侧记

□ 高玉兰/文 王青云/摄

既是盛会闭幕之时,又是新航启程之际。我们一路走来,走过了克难攻坚、逆势飞扬的2009年,走过了借力世博、精彩难忘的2010年,在2011公司五年发展战略的关键之年,我们该拿什么献给你?岁月嬗递,2011年已过去了三分之一,为了学习先进、加油自勉,为职工素质工程添砖加瓦,伴随着红五月气势恢宏、澎湃高昂的旋律,商城党工团在豫园戏苑上演了一场撒播温情、传递真情、洋溢激情的盛会,本文特撷取会议的几段花絮与读者分享。

齐刷刷地站起身向后转,向师傅们递上了自己悉心准备的拜师礼,心中满是忐忑不安,也不知自己挑选的礼物是否合师傅心意。拜师礼虽然门类繁多,但基本都落在一个“实”字上,无论是保温杯、太阳眼镜还是钢笔、调料组合,又或是小型电扇,都是实用、常用而又经过精挑细选、度身定制的,无处不体现徒弟的体贴入微和周到细致,同时也寄情于此,希望这一心意能随时陪伴师傅左右,让师傅时刻感受到自己对其的敬仰,以及对精湛技艺的渴望。而此时的师傅们也着实为这份意料之外的馈赠感动不已,正如徒弟们的拜师宣言所道:“承诺发自肺腑。”且不论礼轻礼重,都是徒弟一片拳拳之心。

创意无限,营销小品演绎澎湃激情

红五月,我们激情出发。“让我们将时间倒转,重现奇迹的诞生。”舞台上,一个精致而又简短的创意情景剧拉开了序幕,随着时间一分一秒的推进,不同人物的出现,不同场景的切换,仿佛那一次争分夺秒的团购正要开抢了,不由得让上台下一齐为他们捏一把汗,拍不拍得到呢?演绎这台情景剧的正是“创意营销能手”项目小组,他们将真实营销案例搬上舞台,激情再现了2分钟销售100万元的奇迹,表现出了在电子商务异军突起的现代市场营销领域中,网购、团购不仅仅是一种时尚潮流,更是行驶在这场营销赛跑中的顺风车,想要抢占先机,不仅要脚踏实地、更要善于借力。值得一提的是,小组成员仅仅经过2个小时就完成了本剧的彩排演练,或许也正是因为每位小组成员都对创意营销的成功深信不疑。“不仅有信心,而且信心满满!”

黎静“围脖”,健康生活源自脉脉温情

红五月,我们共同见证。“今天气温偏高,难免觉得闷热烦躁,试试看菊花枸杞茶吧,明目清火两不误,最适合这个时节饮用了。”这就是摘自黎静微博的温馨提醒。继开设“黎静热线”、“黎静主页”之后,“全国五一劳动奖章”获得者、上海市劳模黎静又将眼光投向时下最前卫且极具人气的信息平台——新浪微博,充分利用互联网现代科技传播手段的影响力搭建更为广阔的服务平台,以“温馨提醒”小贴士的表现手法指导广大网友健康之法、养生之道。寥寥数语不过百字,脉脉温情胜于春煦,短短几日,她便拥有了大批崇尚健康生活的粉丝。黎静微博(<http://weibo.com/2131824544>)的“劳模”、“热情”、“微笑服务”等标签其实也是传递劳模精神、弘扬先进品格的一种极佳渠道。

拜师学艺,贴心礼物流露肺腑真情

红五月,我们深情牵手。拜师带徒仪式上,主持人一声令下,全场47位准徒弟们

