

郑州地铁1号线火车站文化主题墙(效果图)



传承文化 提升修养

惊鸿一瞥地铁文化墙影响深远

本报记者 左丽慧 秦华

从看到地铁文化墙到快步走过,一般乘客可能只需要几秒钟时间。而正是这样惊鸿一瞥的艺术形式,却将大量丰富的文化信息留存在人们脑海中,让乘客或加深对这一城市历史文化的了解,或在潜移默化中提升修养——连日来,本报记者对地铁文化墙在国内的出现及其设计理念等相关问题进行采访,为您解答地铁文化墙存在的意义和价值。

火车站“记忆绿皮车”

空调普快、高速动车、高速铁路、地铁……现在人们的出行越来越方便快捷,那慢悠悠的绿皮车,也渐渐驶出了人们的视野。郑州地铁1号线火车站的文化主题墙以“记忆绿皮车”为表现目标,将绿皮车定格在人们的视野和记忆之中。

“绿皮车在漫漫铁轨上奔波了60余载,承载着一个时代的希望与梦想,现如今它越走越远,留给人们的是深深的怀念,它烙下了多少人奋斗的足迹,它是时代背景里的你我,延续着希望与梦想……”上海现代建筑装饰环境设计研究院有限公司的冯凌颖告诉记者,“郑州火车站是一个历史比较悠久的老火车站,我们希望能将郑州沉甸甸的历史厚重感表现出来,而绿皮车承载着一段城市记忆,用它来表现‘厚重’很合适。”

冯凌颖介绍,“记忆绿皮车”采用搪瓷钢板为主材,用喷



南京地铁文化墙

绘的形式呈现出绿皮车厢和车窗的图案,车窗里是各种各样的人物照片,他们之间的故事引人遐想,“整幅墙面看起来比较人文,喷绘加老照片的表现手法会拉近与乘客的距离。”

了解城市的文化名片

谈起地铁文化墙的发展,中国壁画学会工程部副主任

赵健峰告诉记者,中国地铁文化墙最早出现1982年左右,运用于北京地铁2号线,“那时仅仅在站厅层出现,以壁画为主,功能偏装饰性。”赵健峰介绍,后期新建地铁基本都有文化主题墙,如2006年南京地铁1号线就设置了8个站点的文化墙,而北京后期地铁基本上都逐渐设计有文化墙。

赵健峰认为,地铁文化墙的出现和发展,是随着近5年来中国地铁高速建设发展起来的,总体来看,地铁文化墙都与地铁所在城市的区域文化紧密相连。

“文化墙作为公共艺术的一种,是功能性与艺术性的完美结合。”西安美术学院设计系艺术与科技专业教研室主任、副教授、硕士研究生导师李路葵告诉记者,地铁文化墙十分注重与区域文化相结合,“文化墙是展现城市历史文化的一面镜子,这面墙是了解这个站点乃至这个城市的一张名片。”

郑州市雕塑壁画院院长张松正认为,地铁作为公共场所和快捷通道,是文化展示、文化宣传的重要场所,堪称“公共文化阵地”。就郑州地铁文化墙而言,就是展示中原文化、向全国乃至世界宣传中原文化艺术的重要窗口。

据悉,郑州地铁1号线20多个站点中,原定9个站点有文化主题墙的设计,但紫荆山站文化墙设计因故取消,最终,将有农业南路站、黄河南路站、二七广场站、会展中心站、绿城广场站、桐柏路站、郑州东站、郑州火车站等8个站点的文化主题墙与观众见面。

永不凋谢的艺术展台

“地铁文化墙是一种移动空间的艺术,乘客从室外自然环境进入到冰冷的人工环境,需要清爽的图案来缓解这种视觉上的落差。”李路葵说,文化墙是与乘客情感连接的场所,它以艺术化的形式走近大众,“特别是现在的广告铺天盖地,视觉污染比较严重,在这种环境下文化墙作为一种精英文化,承担着传达美的重任。”

赵健峰说,在艺术手法上,地铁文化墙的体量较大,画面艺术构成感强。“现在新建城市地铁基本上都有地铁文化墙。”赵健峰表示,这说明地铁文化墙是一个展示本土文化的优良平台,同时也是潜移默化提高市民艺术修养的有力方式,“艺术不是高于大众,而是与大众生活息息相关。”

在艺术特色上,张松正认为,地铁文化墙应该以本地文化为主线,结合站点设置进行设计。“一个美术馆,一天能有几百、几千人去看就不得了,但地铁文化墙每天的观众会以万计。”张松正说,虽然每个城市对地铁文化的展示各有不同,但大家对地铁这一公共空间的利用和重视都有共识,“希望郑州地铁文化墙对郑州、对外地乘客都有一个无形中的影响,让大家更加了解和认识本地文化,让全国和世界更加了解中原!”

新福瑞迪 为爱而生

——东风悦达起亚新福瑞迪郑州区域上市

本报记者 苏立萌

11月23日,东风悦达起亚新福瑞迪郑州区域上市会在郑州思念果岭山水国际度假社区隆重举行,此次上市会由东风悦达起亚郑州五家专营店河南新裕隆、河南广发、河南双盛、郑州普泽、郑州恒信国亚共同举办。作为东风悦达起亚品牌“Design KIA”革新的起点,福瑞迪不仅开启了企业品牌设计风格,同时凭借卓越性能它也成为中国家庭用户最青睐的中高级车之一。如今,全面升级的新福瑞迪焕新上市,为喜爱它的消费者带来了全新体验,目前,该车售价区间为9.88万~12.48万。

锁定年轻消费群体的新福瑞迪瞄准年轻消费者的需求,在追求时尚的同时,注重实在,尽量追求品质的最大化。由此诞生的新福瑞迪不仅拥有卓越的产品性能,还具备了突出的性价比,可以说是家庭用户称心如意的首选家轿。



动感外观 营造新锐风雅

福瑞迪的出现不仅引领了东风悦达起亚之后的设计方向,同时也为中国汽车行业注入了全新元素。在“Design KIA”理念指导下,新福瑞迪外观进行了大幅改变和升级,给人更加动感、新锐的视觉印象。在重新设计的前脸部,新的蜂窝中网传承起亚家族式虎啸设计,两端的镀铬边缘与引擎盖线条浑然一体,朝两侧延伸至A柱,视觉感受动感、流畅;出于对家用汽车的安全考虑,前大灯全新适用LED日间行车灯,随车自动开启;进气格栅取消了切分设计,镶嵌精致雾灯,与中网所在的U型视觉区上下呼应,彰显出前脸格局分明的设计思路。

其尾部也凸显出时尚美感,全新设计的宽幅镀铬饰条,衔接更具现代感的立体造型尾灯,传递出动感、精炼的气息;再加上新的保险杠和后后备箱盖造型,进一步协调了整车的设计格调。

精致配备 传递全面关怀

除了外观,内饰对于家庭消费者而言也相当重要。细致入微的东风悦达起亚深入了解消费者喜好,为新福瑞迪用心打造出精致内饰,内饰的色彩以及整体美感并未让消费者失望。在中控台方面,采用软涂装,门护板和中控台则采用更加凸显质感的黑色高光处理,触感细腻,观感温馨,耐磨性也有很大提升;新设计的自发光仪表盘,为车内空间增添了不少美感;配备的集成行车电脑,则能时刻提供丰富的实时信息,让驾驶员对车况了然于胸。此外,清新

的白色背光加上镀铬边框使车舱色彩显得更为柔和明亮;自动变速器尺寸缩小并追加皮包裹,掌控更加轻松、舒适。另外,该车还新增了座椅样式、变更方向盘音响控制键颜色等功能,种种细节传递出新福瑞迪对驾乘者无微不至的关怀。

新福瑞迪全系标配发动机电子防盗,全新搭载VDC车身动态稳定系统及ECM集成倒车影像,同时还增加了方向盘换挡拨片、MDPS电动助力转向等高科技配置,为全家的移动生活增添更多智能、精彩的元素。而新增的1.6 DLX A/T及1.6 Premium MT版本,也为家庭用户带来了更多超值选择。

品质服务 赢得广泛信赖

从推出到现在,福瑞迪上市已经四年。在这四年间,凭借优秀的品质和售后服务,福瑞迪赢得了消费者的广泛信赖。很多车主认为,福瑞迪并不只是生活中的可靠伙伴,它更成为家庭一员,与他们共享快乐和精彩。截止到今年10月,福瑞迪累计销量已近40万台,并多次在中国质量协会和全国用户委员会举办的“全国汽车用户满意度评选”中荣列细分市场第一。这些肯定的背后,有消费者及其家人对东风悦达起亚的信赖,也蕴含着消费者对新福瑞迪品质、服务的肯定。

今年,是东风悦达起亚顾客感动年。1~10月,企业以18%的增长完成销量44.5万台,得到消费者广泛认可。现在,新福瑞迪幸福来袭,在帮助消费者打造多彩移动生活的同时,相信也将在顾客感动年向消费者传递出企业家人般的关怀。

经典儿童剧周六开演

欢迎捐献儿童用品

本报讯(记者 左丽慧)11月30日、12月1日和12月21日、22日,来自济南儿艺、浙江话剧院的经典剧目《七色花》以及《匹诺曹木偶变变变》将在郑州市青少年宫演出6场。

据了解,此次演出将邀请河南七色花福利幼儿园的特殊儿童群体和家长参与演出并免费观看,同时呼吁小观众们在观看演出的同时,把看过的童话书、用不完的玩具等带给这些需要帮助的孩子,未纬民生童话剧组委会将把收到的爱心物品带给他们,并为特殊儿童免费捐赠一份图书文具大礼包。演出开始前,福利院的孩子们还会给小朋友们带来精彩的节目。

由郑州未纬民生文化传媒有限公司承办的“全国经典儿童剧展演”已是第三年在我市举办。本届演出包括《皇帝的新装》《天鹅湖之魔法森林》《西游记》《小蝌蚪找妈妈》《七色花》《匹诺曹木偶变变变》等6部儿童剧15场演出。演出剧目以“点亮童心、爱撒中原”为主题,邀请国内顶尖剧团带来经典童话剧目,力图通过优秀儿童剧展演,让孩子们感受经典童话舞台剧的魅力,提高儿童的文化艺术欣赏。

“饥饿游戏”系列小说出版

本报讯(记者 秦华)上周末,电影《饥饿游戏2:星火燎原》以1.61亿美元的首周末成绩登顶上周北美票房排行榜,并创下2D电影在北美影史最高的首周末成绩。电影热映也点燃了图书市场,记者昨日从作家出版社获悉,电影同名系列小说近期由该社出版发行。

“饥饿游戏”三部曲由美国畅销书作家苏珊·柯林斯创作,被称为“2008年以来最令人惊奇的系列小说”,每一部都登上《纽约时报》《华尔街日报》《美国今日报》等全美畅销书排行榜第一名,佳评如潮,获奖无数。2008年,首部曲《饥饿游戏》出版,惊悚大师史蒂芬·金和《暮光之城》作者斯蒂芬妮·梅尔都承认“无法停止阅读”。2009年,第二部曲《燃烧的女孩》出版,12月初获《时代》杂志选为年度十大小说之一。2010年,终曲《嘲笑鸟》美国版上市,许多读者从前一晚就大排长龙等待购书,《美国今日报》指出:“这是继《哈利波特》和《暮光之城》之后,第一次有一部小说这么受众人期待。”

据了解,改编自《燃烧的女孩》的影片《饥饿游戏2:星火燎原》上周末以1.61亿美元的票房成绩刷新北美影史11月最高首周末成绩,并成功打破《蝙蝠侠前传3》创下的2D影片首周末票房纪录,首周全球票房高达3.077亿美元。有观众评价影片铺垫过长,高潮却太过仓促,但读过原著小说的观众却明白这是种误解,作品的核心思想是通过平民生活区与统治阶层间的强烈对比以及矛盾冲突,最终将故事的落脚点放在阶级对抗与人性升华的层面上。

中国美术馆馆藏精品展 再现上世纪西部之旅

新华社北京11月25日专电(记者 周玮)“走向西部”这个主题贯穿了20世纪中国美术的文化理想,几代艺术家都在西部丰厚的人文历史、多彩的民族生活和壮丽的大自然景色面前激起创作的灵感,关于西部的艺术作品拥有极为鲜明的中国气派。”从馆长范迪安的这一席介绍,我们可以想见中国美术馆日前推出的“走向西部”馆藏精品展的宏大气象。

张大千、孙宗慰、常书鸿、董希文、叶浅予、黄胄……这些美术大家都与西部有着不解之缘。20世纪30年代全面抗战爆发后,国民政府迁都重庆,西南西北遂成为重镇。不少艺术家、考察团不畏艰险,千里迢迢在西南、西北等地写生作画,考察游历,展开20世纪中国美术的西部之旅。新中国成立后至今西部建设受到党和国家的高度重视,西部主题美术也进入新时代,美术家有组织或自发走向西部进行民族美术的探索创作,成为20世纪中国美术的重要现象。

作为文化部2013年全国美术馆馆藏精品展出季项目,本展览共展出中国美术馆馆藏西部主题作品150余件,跨越国画、油画、版画、雕塑、连环画等艺术门类,试图从发现西部、高原阳光、寻源拓展三个章节来展现20世纪以来不同时期艺术家走向西部这一重要艺术现象,透过历史叙述,勾勒出20世纪以来中国艺术家发现西部、认识西部、表现西部的创作历程,挖掘西部美术创作在20世纪中国艺术史中的重要意义和价值。

展览将持续到2014年1月9日。

与家人在一起 就是幸福好时光

家,是一切幸福的起源;你,是家庭骄傲的理由。新福瑞迪,特配LED DRL前大灯、一键启动,家庭品味全新升级;6安全气囊、倒车影像,全方位保障家人安全,更有多项驾乘体验升级。给你,给家人,更好的新福瑞迪。

新福瑞迪 幸福登场



东风悦达起亚汽车有限公司 全国呼叫中心: 400-799-0000 网址: www.dyk.com.cn

河南新裕隆 东风悦达起亚河南首家5S旗舰店

0371-65590188

全国销量冠军/金牌专营店

地址: 花园路中段与开元路交叉口(河南汽贸中心院内)

