

由文化和旅游部主办、上海市人民政府承办的第二十二届中国上海国际艺术节，于10月15日至11月15日在上海举行。

本届艺术节秉承“艺术的盛会，人民大众的节日”，集中推出77台中外演出项目，其中12台世界首演、3台亚洲首演、7台中国首演，“艺术天空”系列演出覆盖上海16个区。全球约500家专业机构、1500名业界嘉宾参与艺术节演出交易会。

上海市文化和旅游局党组书记、局长方世忠表示，中国上海国际艺术节将始终践行新时代新的文化使命，打造成为集聚全球一流演艺资源的文化码头、引领当代艺术创作潮流的国际舞台、推动中外文明交流互鉴的重要平台和展示人民美好生活的生动图景。

本届艺术节，许多艺术家来自共建“一带一路”国家，一大批名家名团名作陆续亮相，一系列“上海出品”“上海创制”“上海发布”的艺术作品精彩上演。

10月15日，开幕演出、全本55出《牡丹亭》集粹版亮相，用现代语汇呈现中华文化之美。本届艺术节戏曲类作品涵盖9个戏曲剧种，包括南音、花鼓戏、花灯戏等。10月19日晚，交响诗篇《丝路颂》上演，精选三代中国作曲家在同时期创作的丝路主题作品。

今年是共建“一带一路”倡议提出十周年。10月19日，在上海世界会客厅，一场丝绸之路国际艺术节联盟论坛举办，30多家演艺机构共同探讨“一带一路”演艺行业的新思路、新变革、新合作，共同签署《丝绸之路国际艺术节联盟上海共识》。

本届艺术节演出交易会于10月19日至23日举行，汇聚来自全球的艺术团体、艺术机构和众多艺术家。交易会启幕当天，就有12项演艺合作达成共识。今年的艺术节演出交易会与长三角演出交易会同时举办，进一步赋能区域发展。

自1999年创办以来，中国上海国际艺术节对全球艺术界和海内外观众有着强烈吸引力。名家、名团、名作，吸引不少海内外观众专程来到上海，共享艺术盛宴。10月6日晚，在上海大剧院，俄罗斯女高音歌唱家演唱《小夜曲》走下舞台，与观众拥抱，留下难忘一幕。

10月20日，“艺术天空”系列演出拉开大幕。来自上海民族乐团和新疆喀什的演奏家们手持乐器，冬不拉、芦笙、弦子等轮番奏响，成为城市的艺术风景线。本届艺术节精心遴选近60台名家名团演出项目，奉献超百场的“艺术天空”系列演出活动，将音乐送到市民“家门口”。

不只是上海，本届艺术节将更多优质演艺资源带到江苏无锡、浙江宁波、山东潍坊和安徽等地的分会场。10月19日，刚在上海演出结束，国际指挥大师捷杰耶夫与俄罗斯马林斯基交响乐团就来江苏无锡分会场，奏响艺术之声。

赋能城市美育，艺术节还积极搭建社会大美育平台，持续打造“艺趣社”“学生观剧观展团”等活动，搭建学生艺术综合实践平台。

“大学数字图书馆国际合作计划项目管理中心副主任黄晨说。

走出国门，弘扬中华文化

最近，梁章凯有些忙。作为西泠印社理事，梁章凯今年以来多次在海外奔走，“西泠印社迎来建社120年，不少海外艺术家知道后，主动捐献藏品。这次，我带来他们捐献的5件铜印和一些书画藏品，转交给印社。”

1999年，西泠印社筹建的中国印学博物馆开馆，但是缺少藏品。为此，一些国际人士将“齐国古陶文五十品”“郟城古陶文五十品”“藏传铁印五十品”等众多文物捐赠给西泠印社。

此次社庆，除了400余名国内西泠印社社员参加外，还有近百名海外艺术家、74家海内外印社的代表前来杭州。

在对外交流方面，西泠印社还有一张名为“西泠学堂”的名片。西泠印社和香港联合出版集团旗下集古斋，共同创办公益性文化项目——西泠学堂，传播中华优秀传统文化。为提升整体教学水平，西泠学堂专门编撰中国传统书画篆刻系列教材。自2017年成立以来，西泠学堂已培训3000多人次，产生了广泛的社会影响。

今年8月，香港西泠学堂暑期游学班开学典礼暨作品展开幕式在孤山举行。“这是香港西泠学堂暑期游学班第三次来到杭州。这次特别之旅，让参与者收获颇丰。”集古斋有限公司总经理赵东晓介绍，首届“西泠杯”全港青少年书画篆刻大赛获奖者，围绕香港回归祖国25周年、杭州亚运会、西泠印社建社120年三大主题，创作的书画篆刻作品在中国印学博物馆展出。

深耕国内，还要走出国门。西泠印社筹备国外西泠学堂的推广工作，旨在通过举办讲座、展览、文化艺术交流活动，不断形成和扩大西泠学堂的辐射面和国际影响力，打造中华文化走出去的新平台。

“希望通过西泠学堂这个平台，更好发挥西泠印社的文化魅力，在弘扬中华优秀传统文化方面作出新的贡献。”赵东晓说。

上图：西泠印社一隅。西泠印社供图

建社120年、享誉海内外，浙江杭州西泠印社——

金石为印，西泠承古今

本报记者 顾春



地区主题展、印社作品展等特色展览10余场，参与社员来自浙江、福建、安徽等地区。展览期间推出的学术讲座，吸引了大众积极参与，线上直播课程也得到数十万人关注，成为西泠印社对外艺术创作交流的主阵地。

本次系列活动，5个展览引人注目——西泠印社百廿成果汇报展、社员作品展、社藏捐赠菁华展（2019—2023）、2023海内外印社联展和君韵艺术院藏“从翠堂四家名印展”。这既是印社120年发展成果的荟萃，也是建社以来几乎所有社员创作面貌的全面展示。

汇集金石，赓续文化薪火

西泠印社建社120年，社员800余人。作为曾拍摄多部西泠印社纪录片的导演，许继锋认为西泠印社有君子风骨，“回顾历史可以发现，社员们把很多珍贵的东西都捐给社里了。”

西泠印社的镇社之宝“三老讳字忌碑”曾经差点流落海外。1921年，日本商人出资购买该石碑。时任社长吴昌硕获悉后，通过捐款筹募买回了石碑。如今，这块石碑保存在孤山社址，吸引着各地篆刻爱好者前来观摩。

丁辅之捐出自家孤山数峰阁以西的土地，吴隐将通庵的土地及房屋赠予印社，社员张鲁

推进文化自信自强

120年前，在浙江杭州孤山，4名年轻人创办了世界上第一个由篆刻家自发组织的民间社团——西泠印社。

如今，西泠印社已成为历史悠久的文化地标。120年里，西泠印社通过传承与创新，为推动中国传统印学的繁荣与发展作出了重要贡献，享誉海内外。

11月10日至15日，西泠印社建社120年系列活动将于杭州举行。“本次社庆将汇聚各方嘉宾共贺盛会。”中国文联副主席、西泠印社社长兼秘书长陈振濂说。

印学百年，钩沉悠长文脉

百年传承，何以常青？

西泠印社党委副书记、社委会副主任王宏伟的答案是6个字：一批人、一片地。

社以地名，人以印集。清光绪末年，丁辅之、王福庵、吴隐、叶为铭等人，常在孤山一隅把玩金石、品评篆刻。1904年，四人在孤山上营建西泠印社。1913年，“石鼓篆书第一人”吴昌硕出任首任社长，西泠印社声名渐起，发展至今有“天下第一名社”的美誉。

经孤山路31号拱门，便来到了西泠印社社址。曲径通幽，楹联、匾额、摩崖题刻比比皆是，这里是篆刻爱好者心目中的“印学圣地”，也是西泠印社历史的见证者。

为了更好地赓续文脉，西泠印社于2021年开展孤山保护提升工程。按照“最小干预、不改变文物原状、彰显文化、厚植底蕴、提升品质、展现形象”的原则，系统解决了全域建筑结构安全和局部构建老化等问题，对汉三老石室和印泉等石质文物进行综合保护，还原地标形象。历时1年，西泠印社于2022年9月正式对外重新开放。

“西泠印社占地面积仅5亩多，但就因为有了这块地，社员才有了‘根’，国内外社员，都会到孤山开启‘寻根之旅’。”王宏伟介绍，时至今日，西泠印社每年仍会举行春秋雅集以及展览、印学研讨交流等活动。

2021年—2022年，依托孤山社址通庵展厅和中国印学博物馆，西泠印社推出社员个人展、

福临门：全新品牌形象亮相 服务美好生活

11月8日，2023中粮福临门三十周年庆暨品牌焕新战略发布会在北京举办。中国教育发展基金会等多家机构参与，共同回顾福临门30年的成长与蜕变历程，见证福临门品牌开启新篇章。

1993年10月18日，第一桶福临门食用油在天津面世。作为中粮集团有限公司的粮油品牌，30年来，福临门秉承中粮集团“忠于国计、良于民生”的使命担当，为国家粮油产业发展贡献力量。福临门以服务民生、为国人提供高质量产品为根本遵循，以“有家就有福临门”为品牌理念，用心做好国人健康饮食和美好生活的陪伴者。30年来，福临门不断加强与消费者的沟通，了解消费者诉求，致力于满足消费者对产品的不同需求。致力于为国民美好生活而奋斗，福临门积极践行社会责任，联合多家媒体平台开展《奋斗！新时代幸福观全媒体实录》活动，从人民群众最关心的食、衣、住、行等方面入手，深入了解百姓对美好生活的定义与期盼，为福临门未来发展汇聚智力、提供启发。

本次发布会上，福临门揭晓了升级版品牌标识，并发布了品牌形象“福临门福宝儿”。“福宝儿”诞生自福临门和中国传媒大学动画与数字艺术学院、花瓣网联合举办的福临门品牌形象征集大赛，以“熊猫”为本体，胸前的“福”字蕴含着“有口福、有福气”的寓意，整体形象包含了中国传统文化元素，是福临门陪伴国人美好生活的代言人。

福临门新标识传承了福临门经典的“福”字符号，并传递出“门打开，福进来”的含义，寓意着开启“幸福

之门”，感受家的美好与幸福，也寓意着“福入万家”。

本次发布会上，福临门从整体布局出发，推出了“五福品牌战略”，旨在为福临门未来发展注入新能量。发布会上，福临门相关负责人从消费者、客户、国民精神、社会责任、使命践行五个层面，介绍了福临门未来发展规划，力求以福临门三十周年为起点，打造精准化、正能量、有责任、可持续的品牌新生态。

福临门持续关注青少年健康成长。2019年，福临门与中国女排开启“十年之约”，携手推出“福将计划”，通过在全国各地组建“小福将排球队”，让青少年体验排球运动的魅力。未来，福临门将继续以安全、营养、健康、美味的全线产品助力中国女排，并继续携手中国女排开展多维度的公益活动，助力青少年健康成长。

在发布会上，福临门携手中国教育发展基金会宣布，将在北京昌平汇蕾学校、北京昌平雨竹学校两所学校建设“福临门小福将音乐教室”，希望通过开设音乐、国学、戏曲、传统手工艺等课程，丰富学生视野，提升学生传统文化素养。

活动当天，福临门还特别邀请了“福临门小福将合唱团”代表来到现场，演唱福临门品牌主题曲《炊烟》，唱响福临门对未来的美好憧憬。

未来，福临门将以实现“与新时代亿万国人家家庭同频共振”的美好愿景为目标，不断推进品牌建设，提高产品质量，持续洞察国人多元化消费需求，与消费者保持多渠道、多维度、多层次的情感沟通，陪伴国人家美好生活。

数据来源：中粮福临门食品营销有限公司



中粮福临门三十周年庆暨品牌焕新战略发布会现场



有家，就有福临门

福临门产品

福临门全新品牌形象 “福临门福宝儿”