

克利夫兰州立大学孔子学院与大师面对面

供稿:张旭红,供图:张旭红 罗伯特·穆勒(Robert Muller)



严云泰向宝琳·迪根费尔德和约瑟夫·迪根费尔德颁发证书,克利夫兰艺术博物馆馆长格里斯沃尔德、亚洲部主任何慕文(Maxwell K. Heam)主讲;何慕文长期研究中国文化和艺术,他不仅在中国文化和中国艺术方面颇有造诣,他对中国文化和中国艺术很有情怀。

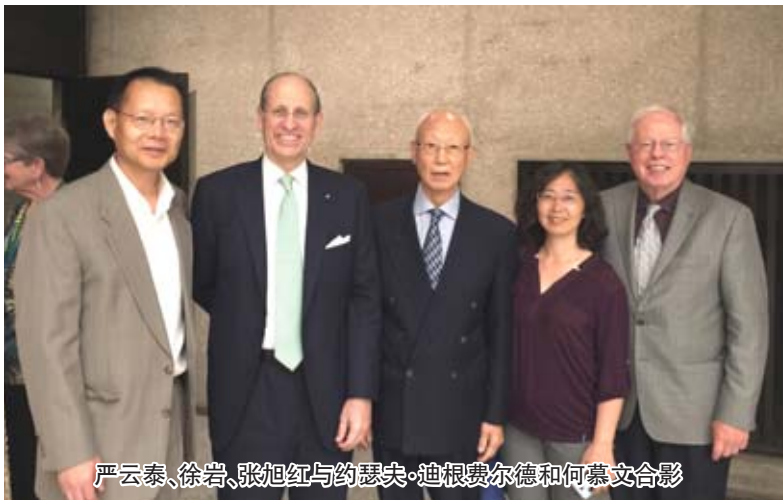
2017年6月4日星期日,克利夫兰艺术博物馆加特纳礼堂(Gartner Auditorium)座无虚席,600余名听众带着对中国文化的印象、对中国艺术的渴求和欣赏,聆听了一场世界水准的《中国画艺术鉴赏(How to read Chinese Paintings)》讲座。讲座之后,克利夫兰州立大学孔子学院理事长严云泰向宝琳·迪根费尔德和约瑟夫·迪根费尔德(Pauline and Joseph Degenfelder)颁发了感谢证书,感谢他们向克利夫兰艺术博物馆(<http://www.clevelandart.org>)设立专项基金,用于每年主办一场大型的、世界水准的免费面向公众的介绍中

国文化和中国艺术的讲座。孔子学院理事长严云泰率美方院长徐岩、中方院长张旭红及十余名汉办教师聆听了这场讲座。本场专题讲座是该基金设立后的首场讲座,邀请了纽约大都会艺术博物馆(The Metropolitan Museum of Art)亚洲部主任何慕文(Maxwell K. Heam)主讲;何慕文长期研究中国文化和艺术,他不仅在中国文化和中国艺术方面颇有造诣,他对中国文化和中国艺术很有情怀。何慕文深谙中国文化,他的讲座由浅入深、通俗易懂。他讲中国画欣赏,却从中国文字说起,从中国文字和西方的26个字母的关系说起,即刻拉近了听众与中国的关系,他也把中国的书法、中国的草书与绘画,与苏州石的形态做对比,让不懂中文的人即刻领略到中国书法的美妙和韵味;他把纽约大都会艺术博物馆的藏品与克利夫兰艺术

博物馆的藏品进行对比,拉近了作品与观众的距离。他对比不同朝代对山水、景观、人物和花鸟的不同表达,形象地展示了中国绘画的发展、审美、内涵和意境;他像介绍老朋友那样评介作者,让听众对那些久远的作品不再有陌生感和距离感,而是充满了亲切感和亲近感。整场演讲中,何慕文介绍了从唐宋到明清的绘画艺术,着重介绍了唐朝韩干的《照夜白图》、唐朝钟绍京的楷书《灵飞经》、北宋黄庭坚的草书《廉颇蔺相如传》、屈鼎的《夏山图》、郭熙的《树色平远图》、南宋马远的《高

士观瀑图》、元朝钱选的《王羲之观鹅图》、赵孟俯的《双松平远图》、明朝阮祖德的《抑斋曾叔祖八十五龄寿像》明/清陈洪绶的《樵古图》等名作。整场演讲,何慕文不仅介绍了中国的艺术,还在不知不觉中介绍了中国的历史、文化、哲学和政治,他以丰富而厚重的中国历史文化艺术修养和底蕴折服了听众,赢得了观众的阵阵掌声;他以诙谐幽默的话风,对比了中国文化和美国文化。这是一场很学术的讲座,也是一场很通俗的讲座,是讲座者与听众的对话,也是听众与中国文化中国传统的对话。

据悉,宝琳·迪根费尔德和约瑟夫·迪根费尔德系当地商界精英、知华友华人士,他们酷爱中国书画、中国玉雕,约瑟夫·迪根费尔德还是化学工程师。克利夫兰艺术博物馆是美国最重要的美术馆和博物馆,成立于1913年,其永久性画廊于1916年对外开放;与美国的其他艺术博物馆相比,该馆拥有最有品质的亚洲藏品和中国藏品;根据创始捐赠基金的宗旨,克利夫兰艺术博物馆也是美国唯一向公众免费开放的市立艺术博物馆。



严云泰、徐岩、张旭红与约瑟夫·迪根费尔德和何慕文合影



讲座现场



何慕文在演讲



讲座现场

速貸新寵 - 中國品牌帶來幸運黑色助力騎士扳回一局



北京時間 2017 年 6 月 9 日,NBA 總決賽進行了第四場比賽,此前三場克利夫蘭騎士隊以 0 比 3 大比分落後,在 NBA 歷史上從未有一支球隊在總決賽 0 比 3 的情況下逆轉翻盤的,騎士衛冕的希望幾乎為零,第四戰是騎士隊的生死戰,成王敗寇,騎士隊一腳已經踏出了懸崖。今天騎士隊背水一戰,用命在拼這場比賽,全隊展現了高強度的身體對抗,在極強的勝負欲下騎士隊在主場以 137 比 116 扳回一局,重現了上賽季的 1 比 3 戰況,他們還有機會!

本場比賽除了這有關生死的一戰之外,小編突然發現了有一個很有意思的現象,騎士隊現場球迷身穿一件黑色 T 恤,黑色一直是騎士隊的幸運色,上賽季第七場生死戰,騎士隊就是身穿黑色球衣完成逆轉,而今天的黑色 T 恤上出現了一個從未有的 logo:sengled,中文翻譯是生迪,對於這個突然出現的 logo,小編特意去查了資料,沒想到這竟然是中國的一家超級牛逼的高科技企業。

sengled 生迪是一家以創造全新的獨特產品和服務,為人們帶來健康、快樂、簡單的生活享受為使命的高科技企業。公司

創立于 2000 年,以上海為管理總部,浙江為生產基地,美國、德國、澳大利亞、加拿大子公司為目標市場的全球化佈局。自創立至今,已累計申請專利近千項並有超過 500 名研究人員,是全球最早生產 LED 的企業之一。生迪專注於創新智能解決方案,主要包括智能家居與智能商業,從智能硬件、軟件、雲服務及大數據應用等方面深度研究與開發,以包含智慧照明的智能家居與商業為方向,為全球客戶提供照明跨界產品、系統解決方案及雲服務。依託 LED 照明作為載體,將各種傳感器和其它高附加值的功能進行整合,進一步地結合創新型的人工智能,依託機器深度學習,雲存儲和人像識別,為包含智能照明的家居與商業提供產品,系統和服務。

NBA 的市場效應毋庸置疑,全球知名企業都想擠進這潭撈金池,尤其是以運動品牌最為明顯,像 NIKE 這樣的行業巨



頭每年不知道憑藉 NBA 的效應收穫了多少效益,他們與球星簽約,與球隊簽約,耐克旗下的勒布朗詹姆斯系列鞋款的銷售額達到 3.4 億美元,而杜蘭凱文杜蘭特的鞋款銷售額也超過了 1.7 億美元,由此可見運動鞋領域中代言球星的作用。

眾所周知,NBA 已經沒有了中國球員,但中國企業卻每年都在努力擠進 NBA,其中最成功的就是安踏了,他們簽下了克萊·湯普森,湯神在 NBA 的神級表現也促進了安踏一直佔據着中國籃球市場的巨頭地位,當然中國企業闖進 NBA 也是有風險的,就比如 361,因為樂福在 2015 年總決賽的傷病曝光度急劇下滑讓他們在簽下凱文·樂福之後收穫了很低的效益。

今天小編偶然發現的這個中國高科技企業公司生迪近幾年也一直在為了打入 NBA 市場做出努力,生迪專注於創新智能解決方案,主要包括智能家居與智能商業。目前和 Amazon Alexa,Samsung Smarthings,Google Home 已經建立戰略生態合



作夥伴關係。sengled 生迪目前在圖像分析、人臉識別、人工智能、雲計算等方面有非常強技術優勢。sengled 生迪創新跨界明星產品:智能照明、智能監控、智能音響、智能連接等產品。2015-2017 年連續三年獲得 6 項 CES 大獎。並且是全球唯一一家連續 3 年獲得 CES 創新大獎的企業。sengled 生迪公司一直進行國際化的品牌營銷,sengled 生迪同時還是足球阿賈克斯以及 Nissan V8 官方贊助商。

NBA 在中國是世界頂級體育賽事的標誌,有着巨大的群眾基礎與商業潛力。中國從沒有科技產業成功擠進 NBA 市場,無論今年騎士隊能否逆轉,生迪在速貸中心的出現都會是科技企業邁進 NBA 市場的第一步,如果騎士隊成功逆轉,生迪包攬速貸中心的 LED 也說不定呢。

生迪 Sengled 是第一家登陸 NBA 的中國照明行業品牌,在 NBA 總決賽最關鍵的第四場閃亮登場。兩萬名球迷身穿生迪 T-shirt 在克利夫蘭現場為騎士吶喊助威!生迪也給騎士帶來好運,最後騎士以 137 比 116 扳回至關重要的一場,絕境逢生!

