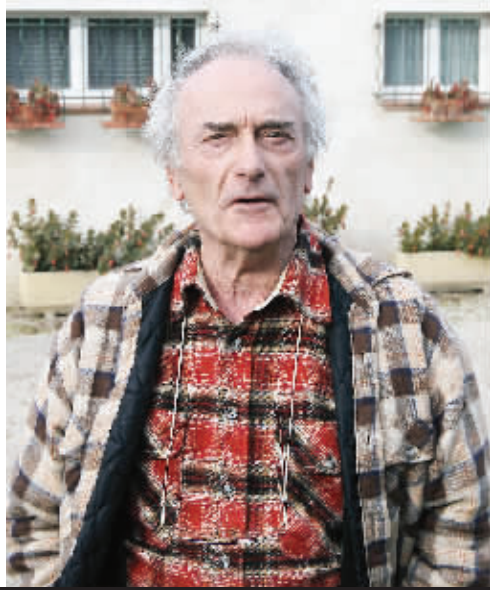


271幅 毕加索真迹 谜团



退休电工: 毕加索(和夫人)送我这些画作 毕加索儿子: 我父亲从没有送出这么多画, 这些画来路不明。

◀声称拥有271幅毕加索画作的退休电工皮埃尔·勒·盖内克

西班牙绘画大师巴勃罗·毕加索一批神秘遗作(271幅)两个月前横空出世在艺术界掀起不小波澜,有关遗作引发的一场诉讼案11月29日浮现公众面前。

毕加索画作多、爱赠画众所周知,然而他是否会数百件早期作品送给一名电工则是这桩案件的争论焦点。

毕加索儿子 法国接见神秘来客

事情要从两个月前说起。克劳德·毕加索是毕加索之子,在法国巴黎经营一家以毕加索命名的基金会。

克劳德收到一名男子寄来的一封信,发信人声称拥有毕加索作品,希望基金会能够鉴定真伪。克劳德要求这名男子把作品带到巴黎,因为仅凭照片无法鉴定真伪。

这名男子乘车而来,带着一

只手提箱,他在一张桌子上展开手提箱中的各种画作。

克劳德告诉法国日报《解放报》记者:“我感到非常震惊,当然,对于这些我们不曾熟悉的新发现,真是百感交集。然而,我又深感困惑,这些作品许多都没标注日期,意味着它们本不应离开画室。”

这批画作共有271幅,包括许多草图、素描和抽象画,有些来自毕加索的蓝色时期和立体派时期,均为艺术界未知作品,可谓无价之宝。

神秘画作 从没记载于任何书籍

神秘人为皮埃尔·勒·盖内克,现年71岁,是一名退休电工。

据盖内克所言,20世纪70年代,他曾在毕加索位于法国南部的住所工作,为几处房屋安装报警设备。

盖内克告诉路透社电视台,毕加索夫人送给他这些画。

“是夫人送的,夫人送这些画,先生也该知道……它们就在一个箱子里,与我的其他箱子放在一起。”盖内克说。

但这番话不能让克劳德等毕加索后人信服,于是提起法律诉讼,探究画作真实来历。

克劳德告诉《解放报》,尽管毕加索时常用饭馆的餐巾纸作画送人,但他从没单独送出这么多画,“坦白说,从没有过”。

毕加索基金会法律顾问克洛迪娅·安德里厄说:“我们有疑问,合理质疑画作来历。这些是新发现的画作,从没记载于任何书籍中。”

退休电工 画作来历“版本很多”

安德里厄指出,盖内克多次更改故事版本,先是说得自毕加

索本人,然后改口说毕加索夫人赠送,还说从一只箱子或者是垃圾桶里找到。

接受警方询问时,盖内克说,毕加索夫人给他这些画,否认盗窃。

盖内克接受采访时说,他决定为这些画作询价,是准备把它们当作留给孩子的遗产。

毕加索后人担心画作遗失,已经成功申请法庭封存,以便专家研究和保管。

对于画作真伪几乎没有争论。画作中包括9幅珍贵的立体派时期抽象画、1幅蓝色时期水彩画、大约30幅版画和200多幅素描和毕加索为他第一个妻子奥尔加画的肖像。

专家预估,画作价值超过7900万美元,仅那9幅立体派时期作品就价值5300万美元。

安德里厄说:“我们确保画作安全,其他就看法官如何确定画作来历。” 庄北宁 新华社

哥伦布身世新说: 波兰逃亡国王之子

美国杜克大学历史学家曼纽尔·罗萨出版新书称,航海家克里斯托弗·哥伦布是波兰一名逃亡国王的儿子,而非传统历史观点认为的意大利热那亚纺织工人后代。罗萨在书中列出诸多证据,获得一些同行认同。

罗萨提出,哥伦布具有王室血统,是波兰逃亡国王弗拉季斯拉夫三世的儿子。罗萨说,哥伦布在出海证明地圆说之前15年与一名葡萄牙贵族的女儿结婚,国王之子的出身能够解释这一点。他在书中写道,这场婚姻由葡萄牙国王批准,如果哥伦布只是一个小小人物,这不可能发生。

哥伦布上知天文,下知地理,懂得代数和制图,用密码与兄弟联系,所有这些都显示出他受过良好教育。罗萨说:显而易见,他是一名学者,而且不是传说中那般自学成才。”

罗萨在书中列举的证据还包括,哥伦布的盾形徽章与弗拉季斯拉夫三世的相似,现存于西班牙塞维利亚的一幅哥伦布画作显示,他的袖子上隐藏着顶王冠。 据新华社

哈里王子 欲与前女友复合



自从英国哈里王子与相恋6年的女友切尔西·戴维于数月前分道扬镳之后,便一直没有找到真爱。然而有王室消息人士最新披露称,哈里准备邀请切尔西以“朋友”的身份参加威廉王子和凯特的婚礼,并借此机会“破镜重圆”。据悉,切尔西当初和哈里拍拖时,就与凯特私交甚笃,此番受到邀请后欣然答应,准备亲自为威廉和凯特送上一份祝福!

现年25岁的金发美女切尔西·戴维在2004年春季与哈里邂逅,从此展开远距离恋爱。2007年她为了哈里赴英国求学,没想到近距离相处,感情反而触礁。今年6月,这段长达6年的“跨国恋情”宣告结束。综合

拿破仑士兵 近200年后安葬

新华社专电 时隔近两个世纪,法兰西第一帝国皇帝拿破仑·波拿巴军队18名士兵遗骸29日终于在立陶宛安葬。

葬礼29日在立陶宛首都维尔纽斯举行,一些法国和立陶宛官员、外交家和士兵出席。

修路工人去年在维尔纽斯郊外发现这些士兵遗骸。历史学家借助军装纽扣确认士兵编组,这些士兵属于轻骑兵团,来自拿破仑军第29步兵团。

这些士兵是拿破仑军队士兵,参加俄国战役……在从俄罗斯首都莫斯科返回途中,由于饥饿和严寒死在立陶宛,法国圣西尔军校军事历史学家米夏埃尔·布尔莱告诉路透社记者。

拿破仑1812年进攻俄国时曾攻占立陶宛。当年冬天,兵败俄罗斯战场后,经由立陶宛撤退1100公里返回法国。由于天气严寒,法国士兵尸骸遍野。

为亚运营销庆功,加多宝公开回应 媒体热议王老吉品牌问题

2010年11月29日上午,加多宝集团在广州隆重举办“亚运有我,精彩之吉”加多宝集团亚运营销答谢酒会暨媒体见面会,会议邀请亚运组委会领导和国内部分媒体共同庆祝2010广州亚运会获得圆满成功,并由衷的感谢亚运组委会各方合作伙伴及媒体的支持。广州市副市长兼广州亚组委常务副秘书长许瑞生等来自广州亚组委和广州市政府各部门的领导,以及相关食品行业协会的领导也出席了本次会议。许瑞生副市长在致辞中表示:“加多宝公司自加盟广州亚运会以来,充分利用民族品牌的广泛影响,积极接触亚运品牌,开展多项推广活动,将亚运品牌和加多宝品牌有机结合起来,实现了亚运和企业营销的双丰收,树立了亚运营销成功的典范。”

会议在回顾加多宝集团亚运期间所取得成果的同时,也对企业未来的发展提出了新的目标。

据悉,自2008年底与亚组委签约成为2010年广州亚运会高级合作伙伴以来,加多宝集团以“亚运有我,精彩之吉”为主题,借力2010广州亚运会这一国际性大型综合体育盛会平台,围绕红罐“王老吉”凉茶饮料和“昆仑山”天然雪山矿泉水两大产品,成功推出一系列全民参与且充满创意的市场营销活动,受到广大消费者的热情参与和广泛认同。据零点公司2009年底发起的《城市关键活动影响力研究SIKCE--广州亚运会》赞助商的识别和认知度调查结果显示,北京、上海、广州三地王老吉的亚运赞助商身份识别率高达50%,大大高出其他知名大企业20%左右的识别率。而近日,在一家知名网络数据公司发布的关于网民对品牌的认知度调查中,王老吉凉茶也以85%的品牌认知度和48%的亚运赞助商认知度名列双榜之首。



加多宝集团营销总经理阳爱星先生在记者见面会上致辞

由此可见,经过此次极为成功的亚运营销,加多宝集团旗下的红罐王老吉以及昆仑山品牌都已成为各自领域中毋庸置疑的中国民族饮料品牌的代表,并已在整个消费市场中具备了与国际饮料品牌一争高下的实力。

在此次媒体见面会上,加多宝集团营销总经理阳爱星对与会媒体的提问进行了回答。他介绍说,加多宝集团之所以能在亚运期间,取得如此骄人的斐然成就,与其产品品牌独特的文化内涵、过硬的质量标准、专业高效的营销团队等因素密不可分。

当有记者问到:“近日广药集团曾召开新闻发布会,并公开提及红罐王老吉的销售情况和红罐王老吉在汶川地震中的捐款等信息,这是否意味着加多宝集团和广药集团之间存在某种共同关系?红罐王老吉和绿盒王老吉,是否为同一家?”阳爱星总经理对此回答:“加多宝集团在11月12日曾经发出正式的公开声明,明确表示加多宝与广药集团没有任何隶

属关系,也不存在任何形式的控股、参股等投资关系。红罐王老吉产品是由加多宝企业独立生产和销售;而加多宝企业在汶川大地震中的捐款行为也完全是加多宝义不容辞的自行为,绝无任何商业目的。加多宝所生产的红罐王老吉凉茶有别于其他任何凉茶产品,是使用凉茶始祖王老吉传人的祖传独特配方,并经由加多宝自主研发的一系列创新工艺改良后,选用最精良本草材料调配及灌注而成。其代表喜庆吉祥中国文化的红色包装,也成为凉茶市场上的领军品牌符号。”加多宝集团开创的红色罐装王老吉,已经成为中国凉茶文化的品牌代表,引领中国凉茶由传统走向现代,并进一步走向世界。今年8月份,由国际食品科技联盟召开的第十五届世界食品科技大会上,加多宝集团获得了具有食品界“奥斯卡奖”之称的“全球食品工业奖”,代表中国取得了全球食品饮料的最高荣誉,一展中国饮料第一罐问鼎世界的独特风采。

在过去的一段时间里,针对王老吉的商标使用期限的种种说法已经嚣然尘上,引起社会各界,包括广大媒体的极大关注;同时,王老吉的品牌归属问题也在社会中隐现出一些异议。当日,有记者就提出疑问时,阳爱星总经理回答说:“此次加多宝集团在亚运营销中对于红罐王老吉品牌进行如此大规模的投入,我相信已经可以证明我们对于王老吉品牌发展的信念。过去,现在,未来,加多宝人一直专注于将王老吉凉茶饮料做大,做强。我们不仅将王老吉作为一个品牌看待,而是以传承并发扬这一祖传凉茶文化瑰宝为己任;不遗余力地将王老吉从一个区域品牌,发展为全国领先的知名品牌,并最终走向世界,成为真正意义上的国际顶级饮料品牌,为国家,为民族,做更多有建设性,有意义的事情。”

在加多宝集团的成功经营下,早在2008年,红罐王老吉就已顺利通过美国食品药品监督管理局(FDA)的严格检测,获得在美市场销售资格;今年10月份,泰国旅游部也宣布,红罐王老吉成为泰国旅游专用饮料。“有华人的地方,就一定有红罐王老吉!”现在,这一独一无二的“红色罐装王老吉凉茶”已顺利打进国际市场,正在被世界各地越来越多追求高品质生活的消费人群所熟知并推崇。

亚奥理事会终身名誉副主席魏纪中先生,在专为加多宝集团写来的贺信中也提到,在本次亚运会中,“不仅国内消费者高度认同(红罐)王老吉凉茶和昆仑山矿泉水,海外的参加者也高度评价了你们的产品。因为饮料是运动会上所有的参加者,特别是运动员不可或缺的。”我们相信,将红罐王老吉这样一个内涵深厚、独树一帜的民族品牌做好、做强,就是加多宝走向世界的最好契机! 小敖