

2012.
05.15

1418
22

影
响

荐读 古典音乐的那点事

文 | 唐骋华 图 | 资料



马慧元 天津人，典型理科生，现为程序设计师。业余热爱古典音乐，学弹管风琴，长期为《爱乐》《万象》《书城》等刊物撰稿，著有《写意巴洛克》《北方人的巴赫》等书。《宁静乐园》是她的第六本书。

和马慧元老师聊天不能算很愉快的经历，尤其像我这样的古典音乐盲，也就知道贝多芬、莫扎特等大腕的名讳，一谈到细节，立马歇菜。马慧元又有点话不投机半句多的脾气，倒不是矜持，而是确实不知道该说些什么。问所谓“新民乐”，她摇摇头，“从没关注过。”甚至反问我：“女子十二乐坊是谁？”

所以，还是直接读马慧元她的乐评，或者，听她的音乐会。——作为知名管风琴手，每年，马慧元总会在上海、深圳等地办几场独奏会；有关管风琴的书，也出过几本。不过她并非专业演奏家，令人意外的是，现定居加拿大的她，本职居然是程序设计师！

从事IT对演奏和写作有什么影响吗？虽然马慧元本人不置可否，但我觉得，是有的。翻一翻她的新书《宁静乐园》就能发现，她思路清晰，笔触文艺而简约，即便抒个情，也毫无矫揉造作的腔调。这也体现在本书的装帧设计上——封面素雅，书名简单，没有副标题、没有腰封，最岂有此理的是，连个人简介也缺乏，不熟悉作者的人，乍一看会摸不着头脑。

对此，马慧元处之泰然。她承认自己属于“小众”，她热爱的巴洛克音乐在古典圈，也算不上主流，她的乐评则是写给同好看的。但当然，这并不意味着《宁静乐园》拒人千里。文章是好的，而好文章不会向读者关门，只要你肯敲门。

其实看标题和开头，马慧元涉猎的话题并不“冷门”，她也会历数贝多芬、舒曼、巴赫等大师的故事乃至八卦。你可能要问，那些被嚼烂了的八卦有什么值得重提的？其实，由于定居加拿大，马慧元对材料的占有、整理和重述有着比国内乐评人大得多的优势。她告诉我，古今大师的生平、轶事和细节，许多还躺在英文里，汉语世界并不知晓。即便大名鼎鼎的巴赫，国内的认知尚属肤浅，她做的，就是把这些知识“转交”给国内读者。

这不是容易的“转交”。每一篇文章，马慧元都有感而发，写得也很认真，渗透着她对大师的

理解。例如开篇《贝多芬碎影》，看似平庸的题材，她却能深入乐理，谈得风生水起。细致到什么程度呢？她以贝多芬奏鸣曲Op.111为例，分析了第一章第一小节只用左手弹和双手一起弹，有什么区别。当然，马慧元更着重引介连音乐界都不怎么听说过谈论过的大师，如大库泊兰、阿尔康等等。特别是，她能把阿尔康这位在管风琴与钢琴上做出复杂得令人生畏的赋格曲的怪才写得血肉丰满，教人惊叹，那些料都是哪儿挖来的？

不过，整本书里最有趣的文字则当数介绍著名音乐学家、钢琴家罗森的《钢琴笔记》。此书亦庄亦谐，马慧元更是借罗森之口，幽默自如地从钢琴家的身体和头脑一路谈到天分和怪癖，夹杂着无数趣事，令人在获益匪浅之余，又大呼过瘾。

此外，《宁静乐园》还收录了马慧元谈图灵、梭罗、卡佛的文章，体现了她广泛的涉猎。给本书作序的上海音乐学院教授赵晓生对她做了精到的评价：“慧元下笔，既有典籍之依据，又有个性之诠释，更有文字之犀美。称为犀美，非外露之美。其语言之凝炼，思想之锋利，较之前书又有令人刮目相看的长足大进……她广闻众碟，博览群书，却从不死读书，总能从书的字里行间看出别人读了千遍百年也没读将出来的新意思。”

时尚3C

数字生活引发行业变革，宏图三胞品牌战略顺势而生

日前，从宏图三胞品牌推广部得知，宏图三胞品牌口号从原来专注于IT领域的“您身边的电脑专家”调整为“您身边的数字生活专家”。这说明其业务板块已不再停留在单纯的电脑销售和服务领域，将来的重心更多着眼于与数字生活息息相关的消费电子产品和服务。

据悉，宏图三胞基于对消费电子市场趋势和客户需求的洞察，率先进行渠道创新和营销转型。首先，在原有的供应链基础上进行创新，建立起“直供供应链”，解决了在运营战略、产品采销、物流库存、财务管理、成本核算、商务运作以及市场推广等方面，实现与生产厂商的全面无缝对接，构建起高效、智能的新业务合作体制。从而达到革除传统采销体系的繁复环节，淘汰高成本低效率的流通方式的目的。其次，在销售上的创新也是可圈可点的亮点。新版慧买网成功上线，是宏图三胞走向电商战略的重要一步。配合电子商务平台的建造，宏图三胞还将以智慧型供应链体系优化为目标，广泛联合各金融、网络支付机构，大力构建和谐有序的网络交付平台，并

以行政大区为单位，推动物流中心库和配送体系的建立和完善，以进一步提高竞争效率。在销售上成功地将慧买网打造成一个专业级的、大型的空间IT商品和服务购付平台，实现了宏图三胞整体规模和效益的迅速增长。当然，服务创新也是必不可少的。除了日常的销售服务外，宏图三胞加快与“云服务”相关的领域靠拢，逐步加速“云”商务生态链的构建以及智慧商务平台的搭建，充分借助3G、无线互联以及“云计算”服务技术，加大智能商务、“云计算”服务、数字商务运营等体验中心的组建，为包括商用客户在内的客户提供更加有效的服务与保障，实现了由单纯硬件提供商向综合服务集成商的角色转变。

宏图三胞已经成功突破了传统IT连锁企业发展模式的瓶颈，创造了一种介于电子产品供应商和消费者之间，提供消费类电子产品与服务的智能渠道。宏图三胞的新品牌定位，既符合数字生活时代的大趋势和企业的发展战略，同时又展示出与其他企业差异化竞争的显著优势。

三星Windows Phone智能手机 OMNIA M S7530登陆中国



2012年6月29日，全球移动通信市场领导厂商三星电子在北京发布了搭载Windows Phone 7.5操作系统的智能手机OMNIA M S7530。这是三星在中国内地市场发布的首款Windows Phone手机，它专为重视社交和娱乐功能的年轻用户和都市白领设计，广泛整合各类社交网络，并全面支持多媒体娱乐应用，让用户随心享受、时刻分享。

三星电子大中华区移动通信事业部副总裁金东振表示：“越来越多的手机用户喜欢用手机分享自己的精彩生活，他们需要能代表个人风格并能实现快速分享的个性化手机。作为首批推出Windows Phone手机的厂商之一，我们希望凭借三星在芯片、屏幕、操作系统、应用软件等领域的全产业链优势和在智能手机市场积累的成功经验，利用Windows Phone这一与众不同的创新平台，通过三星OMNIA M S7530为消费者带来强劲性能和内容丰富的社交应用体验，进而充分满足用户的个性化需求。”

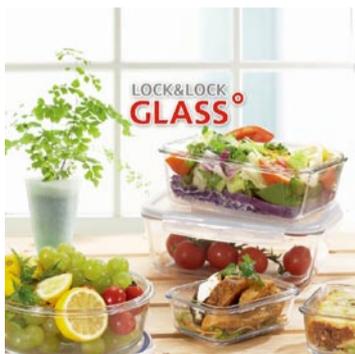
今年的3·15消费者权益日期间，中消协向广大消费者发布了“钢化玻璃器皿具有自爆风险，耐热玻璃器皿安全系数高”的消费警示，提醒广大消费者选购厨房用玻璃器皿须辨清材质：耐热玻璃器皿适合烤箱微波炉等高温环境，钢化玻璃器皿在高温环境中不安全。各大媒体广泛给予报道。

据专家介绍，玻璃器皿的好坏，关键在于材质。市面上的厨房玻璃器皿根据材质不同，分成普通玻璃、钢化玻璃和耐热玻璃三种类型。普通玻璃有着“易碎”的弱点。钢化玻璃更多被应用于汽车玻璃、浴池隔板、电话亭等工业领域。但是它也有着自身不可避免的弱点：当周围所

处的环境温度发生突然变化时，它有可能破裂。对此，国内外媒体曾有过多次关于钢化玻璃器皿突发爆裂事件的报道，目前，日本已经停止生产以钢化玻璃为材质的餐具。

与钢化玻璃全然不同，耐热玻璃所采用的耐热玻璃含有耐高温的硼硅酸盐，即使承受“冰火两重天”的巨大温

专家建议：合格的耐热玻璃才保安全



差，也毫无无损。较之钢化玻璃，耐热玻璃更具备超强的耐热性，使用更为安全、安心。而钢化玻璃由于不耐热，不适合在经常需要加温的厨房等环境。

值得一提的是，一般耐热玻璃的热膨胀系数为4.0以下，而一般钢化玻璃会达到8以上。耐热玻璃制品热稳定性好，耐热急变温度高且生产难度较高，制造费用也较

高。3·15中消协的消费警示也敬告广大消费者：目前市场上部分耐热玻璃品牌以次充好，不法商家为了追求利益，甚至将钢化的料，标耐热的名，消费者在选购时如果发现标称耐热玻璃但是价格却很低的产品，要考虑其真实性。所以大家要选择合格的耐热玻璃产品主要关注三点：看清热膨胀系数（热膨胀系数越小相对处于热环境中的稳定性和耐热冲击性能越好，耐热玻璃行业标准4.0以下）、注意硼硅酸盐材质和选择正牌产品和去大超市和专卖店购买这样才放心。比如选择乐扣乐扣的耐热玻璃格拉斯产品，其热膨胀系数仅3.8，可放心的在经常需要加热加温的厨房等环境中使用。