

艺展就缺几趟「微服私访」

——关注上海商场中的艺术渗透

最近,高校学生艺术作品又找到了新去处:大型商场。这不,8月1日起,港汇恒隆广场的商场一楼近中庭、内街,出现了一些新摆设引人注目,这些全是上海师范大学在校大学生的设计作品,是一场“大学生艺术展”,新生代的力量用自己的眼光、通过作品表达了对于人生的思考。这是大学生作品展示的新尝试,同时也是商场向艺术靠拢的新契机。



【双赢合作 购物打开另一扇门】
目前正在港汇广场展出的“大学生艺术展”作品很是引人注目,有具象的也有抽象的,无不包含着年轻人对现实、对理想、对人生的思考。自动扶梯下来,你会被一个巨大的红色背影吸引,待看到正面,就会被这个包裹在红色线团中的女孩的样子给震撼:这是一张面对成长带来的冲击感到无助与迷茫的脸。在内街,还“行走”着几个仿佛怀揣心事、郁郁寡欢的人,让人不禁好奇他们在想什么。

对于艺术院校的学生来说,要在毕业之际找到一个适合的平台进行展示,以此提高知名度并不容易,初出茅庐的他们想要得到艺术馆或是画廊的赞助很难。因此,近些年开始悄然流行起商场艺术展出方式俨然为他们提供了一个很不错的平台,同时,对商家来说,这样的形式同样是一次形象提升的好机会。

【早有先例 综合定位更富个性】
在香港,这样的商场与艺术的跨界合作早有先例。说到香港最大面积的购物中心海港城,许多人想到的是奢侈品店门口那排起的长队,其实海港城里还有一个小小的“美术馆”,经常会举办一些艺术展,比如最近正在展出的《梵高·盛夏》全球首展,利用最顶尖创新的

技术,重现了梵高的名作。而香港 K11 在成立之时就提出了“打造全球首个购物艺术馆”的口号,上海的 K11 也延续了这样的定位。香港 K11 不仅会长期展示典藏的本土年轻艺术家的杰作,更通过各种艺术展览、演出,透过多种类型的多维空间,让大众在休闲或购物时,欣赏艺术作品及表演。这样以商业中心为原点,从而向更广泛的人群辐射艺术、传递文化,既让本地艺术家有更多与市民沟通、交流的机会,同时对培养市民的艺术欣赏力也有推动

作用,再者,这也能让年轻艺术家获得更多创作机会并发表作品,这就达到了艺术家、场地以及观众三者之间的良好循环与互动。

“购物艺术馆”这一概念对我们来说比较新鲜,因为内地商场的综合性定位还是以“商”为首,包括今年一登场就引起很多年轻人关注的“环球港”,同样以“商业、旅游、文化”三大中心功能的排序明确了自己的定位。以艺术为主打,正好迎合了对消费越来越挑剔的顾客,在商品消费发达的同时,精神消费显得更重要。

【切莫泛化 市民互动自觉文明】

在商场展示艺术品,最大的特点就是作品本身被代入全新的环境,让高高在上的艺术更贴近市民,多了互动和参与。不同于商场的日常装饰,港汇广场展示的每件大学生作品都有作者的介绍和作品理念的解析,让普通市民都能知其然,并且知其所以然,这样的做法比单纯让人自己瞎看瞎摸更值得推荐。

在上海正大广场,一场乐高积木作品展给市民带来了一场充满童趣的盛宴,无论是大人还是孩子都看得津津有味。不过,像这样与参观者近距离接触的展示总难免让人看到一些不文明的现象,有些家长为了逗孩子,会让孩子去触碰一些展品;无独有偶,港汇展出的作品也常常被孩子甚至是一些成年人攀爬拍照,这样的“互动”和“接触”实在让人不敢恭维。

考虑到这样的现象,商场的文化转型除了要有好的起点,也要兼顾对展品的保护。所谓的“距离产生美”有时也适用在艺术展示上,不是吗? 尽管一些参观者的素质还有待提高,但是在越来越多这样的艺术亲民活动中,相信未来“喜爱艺术、尊重艺术、参与艺术”的全民艺术意识一定会出现在我们的城市中。

伊颖

服务一流,客房舒适,环境优美,让客人有宾至如归之感,这是我们对于理想中酒店的一些要求。而这些年来,在国外流行的酒店与艺术相结合的营销模式,已经开始在国内滋长。艺术酒店定位明确,试图把自己打造成能居住的美术馆,而传统型酒店不甘示弱,另辟蹊径与艺术玩起了“联姻”。

与艺术
“同床共枕”

从“酒店型艺博会”谈起

选择星级酒店房间作为展览场地,将艺术作品直接布置于酒店房间内,通过房间的家具布置及灯光的衬托,让观众身临艺术世界。“酒店型艺博会”的亲力和低成本,成为它的最大优势。

对于中国内地的艺术爱好者来说,“酒店型艺博会”只是近两年来诞生的新生事物,但其实,在国外及中国港台地区,“酒店型艺博会”已经发展好多年了。上世纪 90 年代末亚洲金融风暴的肆虐,撼动了全球艺术市场,许多大型的艺术博览会宣告歇业,这反而使得原本多半兴起于这些大型艺术博览会外围、搭顺风车举办的“酒店型艺博会”有了新的机遇,从而风行起来。

2013 亚洲当代艺术展今年 5 月在香港 JW 万豪酒店举办,同一月中,2013 台北国际当代艺术博览会在台北喜来登大饭店举办。中国

花的成功。

其实艺术就在身边,唾手可得——这就是酒店想要传达给民众的一个“艺术亲民化”的概念。当然,能举办艺博会的酒店凤毛麟角,更多酒店尝试使用更小规模的艺术类评比及艺术展示来体现与艺术的交融。比如上月刚落幕的“艾美,爱上海”上海世茂皇家艾美酒店艺术展,展示了四位中外艺术家陆元敏、Virginie Lerouge Knigh、肖可霄、胡承伟的摄影、装置等艺术作品共十六件,并把标志上海文化特色的海派艺术元素运用于展览的各个细节中。上海外滩英迪格酒店也曾做过一次以“倾城之爱——她·城市”为主题的女性艺术家作品展,参展的三位女性艺术家 Virginie Lerouge Knight、李戈晔、石高青,以与城市的对话为主题,创作了一系列不同形式的艺术作品,阐述她们的“倾城



「酒店型艺博会」现场



公园套房内景
香港丽都酒店海洋

内地首个“酒店型艺博会”——2012 上海城市艺术博览会,去年在花园饭店举办,反响出乎意料的好,不但大部分画廊机构都有成交,一些亿元级别的大藏家也来到现场搜货,而新颖别致的欣赏、交流艺术的方式更为广大观众所接受和喜爱。四天的展览时间内,花园饭店电梯里常常挤满了观众,走廊内更是爆棚。2013 上海城市艺术博览会今年 5 月在上海豫园万丽酒店举行。汇聚了国内外 60 家优秀画廊、展示了近 100 位国内外艺术家的近 2000 件优秀画作,带来了国内外近 8000 名的观众参观、促成了近 1500 万人民币的交易额,首日成交额较去年相比增长 30%,部分画廊作品销售一空……以上这些数字,无一不在验证着“酒店型艺博会”在内地落地开

之爱”。

艺术不仅要亲民,更不应该忽略对孩子潜移默化的熏陶。在酒店房间中展示艺术作品,不仅能装点环境,还能营造亲切感。两次获得“商界展关怀”标志的香港丽都酒店更细心地展现了对下一代的关怀。在它独有的海洋公园套房内,墙上悬挂的四幅童趣盎然的画作可谓点睛之笔。这是酒店配合“同心一家”计划举办的亲子活动,让孩子们以海洋公园为主题创作绘画,之后作品悉数上传至酒店官方 facebook 公开投票后选出优胜作品,并悬挂在酒店套房中进行展示。不仅与整体套房的主题呼应,对于带着年幼儿童入住客房的三口之家来说,不啻为一次颇有趣味的艺术体验。

炎炎



上海城市艺术博览会现场(资料图)

① 《行走的人》作者王辉
② 《生活在同一时间左右两人的极端分身》作者恒围
③ 《新生》作者徐伟