

青年艺术家“造”场百年淮海路

艺术橱窗焕“新”妇女用品商店

2024年新年伊始，百年淮海路迎来新气象。穿过南北高架，天桥转角处，上海妇女用品商店已然一片新意。回望璀璨的历史，似乎她还是那个她，但是仔细端详，却又发现似乎哪里有所不同了。“以独特创意绘就新年图卷，用Z世代画笔展现世界的绚烂多彩。”新年伊始，围绕上海妇女用品商店的18个沿街橱窗，被多位青年艺术家用画作装点一新。青春洋溢朝气，点亮老牌商业街区的新活力，这次“艺术焕新”也拉开了上海妇女用品商店调改升级的序幕。

青年报记者 冷梅

妇女用品商店展现年轻态

“画意新生”，正如这次“zào”新的联结与对话。

场计划的主题，创建于1956年的上海妇女用品商店也在新年显示出了新意象。商店联手上海青年艺术博览会特别推出画意新生——百联“zào”场青年艺术家作品展（第三季）。漫步街区，你会发现，这里每个橱窗都像是一个独立的艺术世界，在展出艺术作品的同时，更表达着青年艺术家对于节日以及生活的想象。

观众可以走近艺术作品，近距离感受青年艺术家的细腻情感以及创意手法。统筹此次展览的90后策展人杨一希望通过橱窗艺术展，激发公众对艺术的兴趣，促进艺术与公众之间的交流与互动。让每一位城市中的“旅人”都能在新的一年里找到自己的万物新生。

有关街区与艺术的对话，商业与青年的对话，也在三季展览中徐徐拉开。此次展陈的艺术家来自全国各地。这里不但有青年艺术家对于商业以及文化的关注，年轻的消费者也重新“走近”68岁的老牌商场，打卡围观，感受它的历史流变。

多个艺术橱窗里，冰淇淋色系、毛茸茸的质感，突出故事性，非遗重新演绎，年味流淌新意，俏皮的艺术表达间，无处不焕发着活力。商业体作为城市空间载体，焕新的意义莫过于打破年龄界别，与新兴的消费群体产生

来自青年艺术博览会的95后艺术家梁丹辰带来巨型纸艺装置作品《桃夭·青黛》。其主材选用EVA海绵纸及铁丝。整体造型灵感来自石蒜科属多年生草本植物朱顶红，其配色采用中国传统色中的“桃夭”和“青黛”。朱顶红寓意吉祥，象征着热情与激情、美丽与欢乐、希望与幸福，以及勇敢与坚韧。她的创作初心是希望通过艺术作品来表达对美好生活的憧憬与追求，并努力将创作的纸艺花作品赋予“精神内核”，诉说自己的内心世界。

94年的青年艺术家王萱带来作品《胡思乱想的怪诞公园NO.01》，通体羊毛材质，具有鲜明的年龄属性。这一系列作品以梦境铺陈现实世界，以自身的情绪和切实感受尝试将年轻女性心灵与社会定位之间所存在的矛盾物化为具体的动物或身体局部，其寓意不仅仅是作品中的它们，也是对于生活的影射和遐想。

“在这件作品中，我想寻找一种不那么强硬的接触形式，所以选用柔软的羊毛和清透的水晶珠等材料。这些形象暗喻现实世界中畸形怪诞的人、事、物，我以非寻常和丰富的色彩来展现它们，营造一种梦幻而多彩的整体氛围，而松软的材质与作品中想表达的生命的柔软，有一种感官语汇的契合。”王萱说。



青年艺术家在妇女用品商店的橱窗里开起了展览。

本版摄影 青年报记者 冷梅

用艺术语汇调动街区活力

对策展团队而言，“zào”场青年艺术家孵化项目，以上海妇女用品商店为线下艺术创新的实体，目前已经走过三季。

2023年8月，第一季展览以“沿街两米半”为主题，通过青年艺术家的作品，解读了“上街沿”之于商业橱窗艺术表达的多重可能性。延展“两米半”的心理半径，试点艺术激发街区活力的更多玩法。车水马龙之间，艺术从橱窗延展到街边，也让艺术更好地融入城市肌理，成为城市文脉焕新的一部分。

2023年11月，第二季展览以“城市变线”为主题，让青年艺术家诠释时代潮流之下的城市更新，对城市过往的感悟，展望城市未来的纵向变迁。目前，第三季作品以“画意新生”为主题，诠释着青年艺术家对中国传统节日的理解以及生活场景的重构。

90后策展人杨一认为，在淮海路上海核心商圈，18个橱窗规模化展示青年艺术家的作品是非

常少见的，艺术赋能老牌商场的价值逐渐显现，其触角包罗万象，表达画意新生。而在夜晚，百年淮海路霓虹闪烁，这个充满特色的艺术场域也不断释放着新的化学反应。“这些青年艺术家的表达又不是孤立的，作品也会和上海妇女用品商店原来的品牌、橱窗服饰产生呼应，形成对话。”杨一说。

梁丹辰的巨型纸艺装置作品

《桃夭·青黛》拥有明显的女性特质，与上海妇女用品商店的功能定位不谋而合。商店几个知名的服饰品牌、内衣品牌也成为艺术展示“共创”的核心。这些产品品牌从历史走来，讲述着妇女用品商店曾经辉煌过去。如今，Z世代的艺术表达链接未来，重新唤起新兴用户与老牌商场新的情感联结，讲述新的品牌故事。



市民路过“橱窗展览”。

商业与艺术实现双向奔赴

上海青年艺术博览会总监王芳说到一个细节：“我们在美院招募青年艺术家时，常常发现，艺术院校学子身处校园，很难找到合适的平台将自己的艺术表达展现到更大的舞台。能够在寸土寸金的淮海路，借助艺术橱窗进行作品展示，是一个非常难能可贵的机会。”

有趣的是，艺术橱窗里不但有作品展示，每个作品还配有青年艺术家介绍和作品导览，可扫二维码进行深度互动。通过这个平台，三季展览已经呈现了50位青年艺术家的作品，借此机会，很多青年艺术家不但提高了作品知名度，找到了新的职业契

机，也实现了艺术梦想。

“借助艺术策展，一来，可以为年轻的艺术家提供创作舞台，让艺术与商业街区通过共创方式产生新的火花。二来，通过调动商业空间资源，转变为开放性的文化艺术创作平台，将进一步打造别具魅力的商业文艺新场域，这次率先试水也掀开了下一阶段妇女用品商店调改升级的序幕。”上海妇女用品商店营运副总经理史雯告诉青年报记者。

更重要的意义，是生态的搭建。艺术赋能商业街区，为商业注入新意，也把年轻受众重新引来了此前和她们生活关联度不

高的妇女用品商店。艺术与商业的联手，彼此找到了相互引流的路径，在更丰盈的消费场景呈现之下，是双向奔赴，也是一种彼此成就。

这次“焕新”作为上海妇女用品商店调改的前奏，史雯坦言，确实尝到了甜头。展览期间，一直有年轻人跟随艺术橱窗一路打卡过去，连商店员工也感受到了商业活力的提振。“曾几何时，她一直引领着时尚潮流，曾是商业标杆。今年，妇女用品商店将迎来全面升级改造，她会一层一层打破自己，不拘泥于店名局限，会拿出更开放的姿态寻找突围之路。”史雯说。



橱窗内展出的作品。