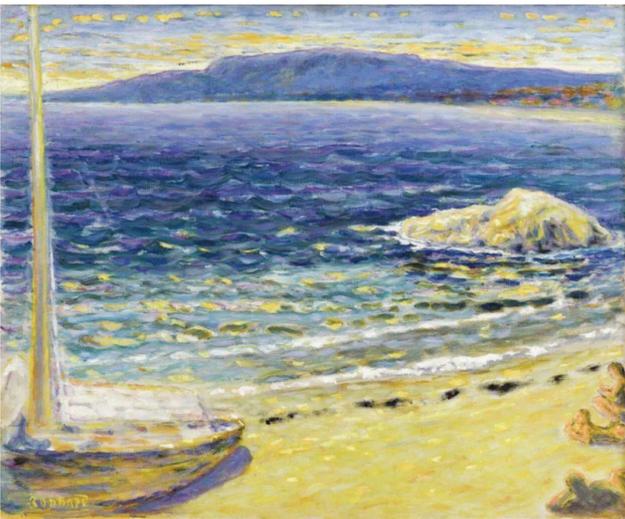


文化视点

上海东一美术馆推出29位法国现代画派大师展,80件艺术精品首次在国内展出 从莫奈、博纳尔到马蒂斯,上海呈现法国现代艺术“简史”



此次法国现代画派大师展上,纳比派创始人之一博纳尔将有29件作品亮相。图为作品《海岸》。

■本报记者 李婷

在西方艺术史上,兴起于法国的印象派无疑具有划时代意义,它触动了学院派的界限,使人们的审美观念发生了转变,推动了美术观念和绘画技法的革新,开启了现代艺术的大门。这一艺术流派之后,法国画坛经历了哪些变化?

眼下正在上海东一美术馆展出的“从莫奈、博纳尔到马蒂斯——法国现代艺术大展”,通过29位艺术大师的80件艺术精品给出系统梳理。布丹、莫奈、高更、马蒂斯、毕加索、杜飞……展览几乎囊括了所有法国现代画派大师,并涵盖了印象派、点彩派、表现主义、纳比派、野兽派、立体主义等众多艺术流派,堪称法国现代绘画潮流的缩影。值得一提的是,所有展品均来自法国本伯格艺术收藏基金会,全部为首次在国内展出。

“艺术面向当代生活”,印象派开启现代艺术大门

展览从印象派开始说起。1874年,一群反对古典学院派的年轻艺术家探索

出了一种新的画风。他们主张走出画室,描绘自然景物,把握光与色的瞬间印象,使画面呈现出新鲜生动的感觉。苦于找不到地方展示作品,画家们把摄影师纳达尔的工作室改造成了一个画廊,举办了一场自发性的民间展览。展览在当时引起了较大的争议,其中,莫奈的《日出·印象》遭受了一位评论家的犀利讽刺,他用略带贬义的“印象”一词揶揄莫奈画风的离经叛道,“印象派”也因此成了这场新艺术运动的名称。

展厅中的第一件作品出自莫奈的老师欧仁·布丹之手。此次展出的《鹿特丹,证券交易所大桥》是一张城市风景画,创作于布丹1876年访问鹿特丹时。画面中,倒映在河面上的桥洞、帆船、房子、白云,光影绰绰、波光粼粼,体现了画家对笔触、光影的独特理解。随后,便是印象派的代表人物莫奈、毕沙罗等人的作品,一场法国现代绘画的大幕也由此拉开。印象派主张“艺术面向当代生活”,鼓励艺术家们摆脱束缚,把对自然清新生动的观感放到了首位。

而印象派之后的法国画坛又发生了什么?这其中,有一位画家不得不提,他

从莫奈的色彩理念中认识到色彩的无限可能性,并用全新的艺术观念在印象派晚期与野兽派之初架起一座稳固的桥梁。他就是20世纪最伟大的色彩魔法师,纳比派创始人之一博纳尔。此次展览中,博纳尔的作品最多,有29件。《勒卡内》是他风格成熟期的作品,这个地方位于博纳尔生活22年的居住地和工作室附近,画中既有真实世界的轮廓也有主观情感的感受,让人体会到艺术无限的可能性。

中国在疫情防控方面的出色表现,促成艺术珍品来沪

1905年,文化之都巴黎举办了一场被认为是20世纪第一件艺术大事的展览。由马蒂斯带头的年轻画家们在秋季沙龙展出了色彩尖锐、笔触粗犷、故意扭曲、反自然主义画作的作品,他们因而被封为“野兽派”。

作为野兽派创始人和博纳尔的好友,马蒂斯亦是展厅中最值得关注的艺术家之一。他标志性的风格是运用纯粹的色彩抽象地表现人和物的形态,大胆地配色让画面色彩丰富,对比强烈,构成视觉冲击。展厅中,其作品《昂蒂布的景色》完美地展现

了度假胜地的美丽风光。这是了解马蒂斯艺术风格演变的重要作品,从画面粗放的笔触中可以看出他早期追求情感表达的表现主义倾向。

在展览的后半段,主办方专门辟出了两块区域:一块专门呈现纸本绘画作品,一块则汇集了艺术家们在地中海沿岸写生的风景画。毕加索的画作无疑是其中的“明星”,吸引了不少观众驻足观摩。他的粉笔画《皮埃罗和阿尔勒金》是其辉煌一生临近结束时创作的作品。画中二人是毕加索晚年友人,他们鲜明的个性被毕加索用诙谐的线条刻画出来,氛围轻松幽默。他将不同时期艺术所留下的印记,融入到了这幅画中;人体描绘有着明显的立体主义色彩,人物周围又有着受超现实主义诗人启发的梦幻氛围。

据主办方之一上海天协文化负责人谢定伟介绍,法国本伯格艺术收藏基金会愿意借展,重要原因是中国在疫情防控方面的出色表现。“当世界上很多博物馆皆开放甚至永久关闭,中国的美术、文博展览早已恢复如常。”

雪域礼赞

阴长青:二度援藏支教乐在其中

■本报记者 付鑫鑫

少则1万步,多则4万步,“好动分子”是阴长青在上海援藏教育队里响亮的名号。作为日喀则市上海实验学校地理教师,他身处高原,仍然像在上海一样喜欢参加各种体育锻炼,强健的体魄使他更易适应援藏工作。

“这大概是2年前,组织上会批准我‘二次进藏’的原因之一。”阴长青笑着说。

阴长青上课,有些细节值得说道。比如,高原缺氧常使人健忘,但阴老师很少会在课前忘带教案、教具或U盘;即便连上三节课,他也总有水喝,不至于口干而在课堂上“卡顿”。学生们评价:“阴老

师上课不易‘断片’。”“阴老师课堂讲授,特别有趣。”“上阴老师的课,大家都很投入,以至下课铃响,我们才明白,要到下周才能再与他在课堂相见了。”……

阴长青坦言,如何引导学生在学习方法上有所突破,提高课堂教学效率十分重要。“原来在上海讲地理课的经验,在高原可能不太合适,学生的成长环境差异较大。但我可以就地取材,告诉学生们,西藏高原是怎么来的,更贴近学生生活。”阴长青告诉记者,沪藏两地共同举办的“网络地理”课程教学,帮助日喀则市的孩子们认识到祖国的地大物博。

课堂之外,他还会力所能及地去帮助学生解决一些困难,“这是我们身为

一线教师的责任”。比如,他曾向偏远幼儿园的小朋友捐赠过冬衣物,也会抽空与同事一起到日喀则市第二福利院,陪孩子玩游戏、猜石子、转魔方;甚至自掏腰包,资助困难学生求学等等。

“心胸开阔天地宽,学问广博道路长。”作为地理人,阴长青开设了颇具特色的地理专题讲座《巧记地名识中华,爱中华爱国家》,给日喀则市的地理教师做培训。由他带教的德吉措姆老师现已被拉孜高级中学录用。

和其他援藏同事在一起,阴长青也常帮助别人排忧解难。“我从教已有20多年,援藏很光荣,想想前辈阴法唐、孔繁森以及前八批援藏干部的团队精神和奉献精神,就会感觉,即便有再多的困难,也不算太难,再多的坎儿也不是事儿了。”阴长青一直乐观向上,见谁都笑盈盈的。

在上海援藏教育队里,有人说:如果你觉得日子有点单调,就去和阴老师一起散步,妙趣横生;如若你自觉援藏所能有限,你就听阴老师的课,肯定发现还有诸多事务值得尝试;假设援藏是座高山,和阴老师一起攀越,感受注定颇为不同……

“说到底,我只是比第一次参加援藏的同事更有经验,比那些年轻的教师多些阅历罢了。”阴长青坦言,同行教师对他的赞誉,也是对自己的鼓励,让他心甘情愿一如既往地坚持下去,为完成援藏支教任务不懈努力。



人物小传

阴长青,上海市组团式教育援藏队成员、日喀则市上海实验学校地理教师,二度进藏。从拉孜县南环路、嘉定路、河北路,到日喀则市桑珠孜区的“四纵四横”道路,他都了然于胸,“因为了解,所以深爱”。

不断巩固和扩大奥特莱斯业态的领先优势,并将优秀经验输出到长三角和全国——

立足上海高地,百联集团打造奥特莱斯的“标杆效应”

正在迈向国际消费中心建设的上海,在“上海购物”各业态的发展上,一直呈现出百花齐放的姿态。除了拥有领潮全国商业理念的诸多购物中心之外,上海一直是奥特莱斯业态的高地,并持续将这一业态的服务理念、服务标准、服务能力拓展到全国。

10月15日,国内首家“国风奥莱”——百联奥特莱斯广场(浙江·杭州)开业,这也是百联集团在奥特莱斯序列上的第八个作品。现代新潮与人文圣地相会,数智变革与杭城文脉交融,中式美学与现代建筑“对话”……打破奥特莱斯传统风格,杭州百联奥特莱斯呈现出“一日微度假”的商旅文新生态,在超山—塘栖“诗路”上,打造了一片品牌联动、跨界融合的美好生活打卡地。

站在“十四五”发展的开局之年,消费被赋予了更多的意涵。它不仅仅是我国拉动经济增长的“三驾马车”之一,也在升级中重构更大的格局,数字转型、文化体验、业态创新,这些都是消费升级过程的应有之意,对于仍然年轻的奥特莱斯业态而言,更是巨大的机遇。作为上海商业航母级存在的百联集团,正御风而上,不断巩固和扩大奥特莱斯的领先优势,为长三角一体化高质量发展提供新范本,也为国际消费中心城市起到标杆引领作用。

▶10月15日刚刚开业的杭州百联奥特莱斯是国内首家“国风奥莱”



的势能,建立起标杆效应。

实现辐射作用:助推长三角一体化高质量发展

树立标杆效应,是为了更好地实现辐射带动效应,将上海在消费领域的优秀经验、做法带到全国。这也是上海,打造国际消费中心城市的责任与使命。

根据刚刚发布的《上海建设国际消费中心城市实施方案》,上海将加强国内大市场联动,放在面前的新课题是,深化长三角消费品制造业和终端消费市场联动发展,优化消费品设计、制造和销售产业链的分工布局,为本土品牌孵化提供产业腹地支撑。发挥上海国内外消费品集散中心的优势,把更多优质本土品牌、新品潮品、新业态新模式向全国辐射。

站在“十四五”的开局之年,新一轮“上海购物”品牌打造的起步之年,百联集团在助推长三角一体化发展方面已经有所成就。“五五购物节”期间,集团就联动旗下业态在长三角协同“共舞”,而如今将奥特莱斯落子杭州,更是做大做强“一核”零售主业的有诸必践。

事实上,百联集团在长三角地区的发展有扎实的根基。百联奥特莱斯广场在上海青浦的项目就是落在长三角的腹地内,迄今仍保持着行业巅峰者的纪录:在2020年中国奥特莱斯项目销售额排名中,青浦百联奥特莱斯以年销售额46.5亿元的成绩轻松夺冠,也是其自2014年起连续7年夺冠。

此次,杭州百联奥特莱斯作为第八个奥特莱斯项目再次进阶,无疑也为长三角地区的业态融合发展,以及区域之间的协同联动提供了发展范本。“一日微度假”的融合体验,为长三角区域带来“一小时高铁圈”的国风奥莱商旅文体验,而手握优质国际名品资源的百联集团,也可进一步将优势资源辐射到长三角,以满足人民美好生活向往为出发点和落脚点,更好阐释扩大内需这个战略基点。

立足长三角地区的宏观视野,上海发挥着引领长三角世界级城市群和上海大都市圈发展的核心城市作用。百联集团将借奥特莱斯业态的高地优势,进一步助推长三角一体化建设,增强消费在上海构建国内大循环中核心节点、国内国际双循环战略链接中的基础性支撑作用,为全面提升上海城市能级与核心竞争力作出更大贡献。

首开“国风奥莱”先河,用国潮文化与Z世代“对话”

一个成功的商业项目入市,总是带着独特的理念烙印。杭州百联奥特莱斯从开业伊始,就自带这样高光:它不再是欧洲小镇风格,而是与地缘、人文融为一体,融合文旅融合项目,首开“国风奥莱”先河。

从设计“起笔”,这便是它最亮眼的姿态:总建筑面积24万平方米的杭州百联奥特莱斯,在超山风景区、塘栖古镇、十里香雪海的雅致美景间,自然糅合了国潮文化、中式美学建筑语言又添上了几笔意蕴:糅合先古城廓的檐角与丝蕴水乡的廊檐,以褐、灰交叠的外墙立面与黛青起伏的坡屋顶群,形成充满人文艺术的建筑肌理。

从现场景观与公共艺术的氛围中,也可感受到项目借京杭运河传承与底蕴之意:以街巷为河,以广场为港,用花会、灯会、庙会主题艺术装饰,赋予三个主要街巷和而不同的艺术空间调性;以游船为座椅,以树池为卵石,营造一幅泛舟游赏的“运河游园”画卷。

首开“国风奥莱”先河的杭州百联奥特莱斯,映衬的是当下的消费趋势。在文化自信

的时代背景中,“国潮风”逐步走入大众视野,90后、00后新生消费力量热情拥抱国潮已成为大势所趋。让国潮奥莱与Z世代“对话”,这一创新不仅让杭州百联奥特莱斯诠释了自己的特色,也是奥莱抓住年轻消费群体的“杀手锏”,这对于“以低价取胜”的业态来说,是更具年轻力的破圈尝试。

值得一提的是,首个国潮风奥莱的布局中,还承载了更多的国潮内容。包括中国李宁、波司登、太平鸟、朴木、老凤祥、小米之家等一批国潮品牌在此集中亮相,为“国潮”崛起中凸显文化自信的品牌开拓了一条全新的路径。有分析人士认为,过去,国内奥特莱斯一般都是看国际品牌的集结能力,国内品牌往往只是衬托,分散在各地,而此次杭州百联奥特莱斯不仅网罗了一众国际奢品名品,更将国潮放置在新的语境中加以诠释,也是一种创新。



有统计数据表示,9月29日试营业期间,杭州百联奥特莱斯的开业率就高达96%,首日客流近10万人次,销售额突破500万元,创百联奥特莱斯开业新纪录。

确立标杆效应:巩固和扩大奥莱业态领先优势

力争到“十四五”末率先基本建成具有全球影响力、竞争力、美誉度的国际消费中

心城市——正在打造国际消费中心城市的上海,为自己定下了一个“小目标”。它的题中之意,是确立一种风向标式的标杆效应:在上海塑造最前沿、最核心的消费理念,并将这种优势辐射到全国。

站在奥特莱斯的维度,上海一直是奥莱行业的汇聚高地,外资系、国资系、民营系多种模式在上海集聚,国际国内知名品牌在上海交汇,加上买买买的消费实力,赋予了上海奥莱行业足够的活力与优势。

作为上海的商业航母,丰富的零售运营经验加上国资企业的背景,百联集团算得上是中国奥特莱斯板块的拓荒者。公开资料显示,2005年,百联就已宣布打造一种“全新的商业零售业态”,彼时奥莱概念在国内兴起还不足三年,2007年,百联股份将奥特莱斯列入未来发展的三大主要业态之一,同年,上海青浦奥特莱斯项目实现年度盈利及累计盈利,成为行业内的一个里程碑。此后,百联奥特莱斯拉开了全国范围内扩张的序幕,将上海的标杆之作复制到全国——七城八子的布局,扩大和巩固了百联集团在奥特莱斯领域的优势地位。

“十四五”期间,百联集团首次提出了“一核三柱”的产业战略,即围绕商业零售这一核心,凝练商业金融、商业资产、商业投资“三柱”势能,以“一核三柱”商业产业集

团的战略定位,努力成为消费升级的引领者、商业模式的创新者。这一战略之中,做主业的决心坚定不移,未受疫情影响的奥特莱斯产业迎来了扩大优势的新一轮契机。

以何种标杆加速扩大自身优势?奥特莱斯行业走入精细化发展的今天,以数字化驱动全链路体验和运营,成为关键之举。从目前的格局来看,在奥特莱斯行业为数不多的巨头中,数字化的渗透率并不高,而百联集团的数字化转型早在几年前就已开启,并逐渐形成百联平台的“新基建”以及百联云店的线上业务拓展模式,这为杭州百联奥特莱斯的开业插上了“数字化”翅膀。

与此同时,百联牵手华为,依托自身积淀的数字化基底,加速数字化连接与拓展,率先打造“数智奥莱”行业样板;通过引入数字化的管理技术和智能化的管理终端,打造体验、消费、管控三合一的智慧运营中心;通过线上“百联云店”与线下数字化场景的不断融合,持续优化全时域潮流消费体验,实现服务可触达、管理数字化、智慧看得见。

数字化赋能引领新零售创新转型之路。从数字化的维度来看,百联集团的奥特莱斯业态仿佛一张网,网的触角向前,延伸到全国的各座城市,而网的中心节点依然在上海,通过数字化的“新基建”和“智慧大脑”,从数量向质量谋变,为自己积累更多