

美术馆美育创新正为大众需求而“卷”

■本报记者 范昕

上程十发美术馆自习书画；到西岸美术馆当“艺术作品共读员”；去浦东美术馆加入“未来热身营”；来上海油雕院美术馆参与“午间一小时”艺术微导览……随着全市100个“社会大美育”课堂陆续开课，“社会大美育计划”稳步推进，最近，申城各大美术馆的“美育创新”正为呼应全年龄段大众的需求而“卷”起来。

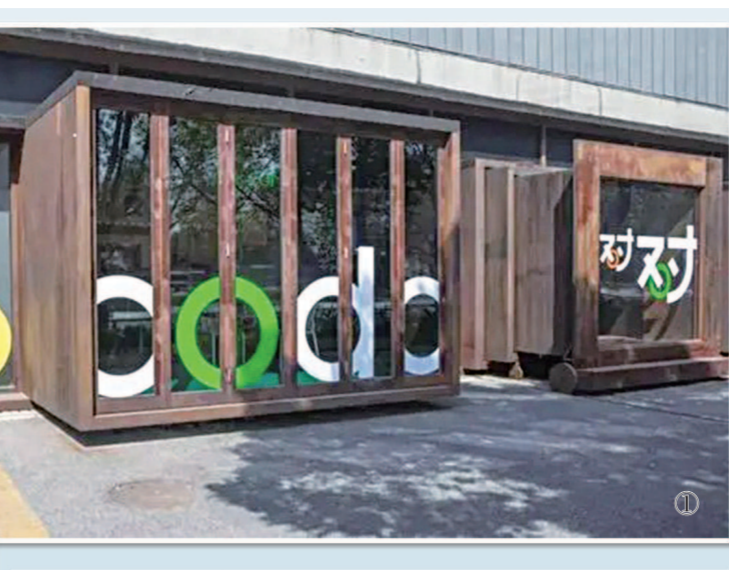
更精准：匹配需求有效输出美育产品

以往的美术馆美育，多少给人泛化与零散的印象。毕竟，美术馆并非专业教育机构，这里的美育更被视为特定场景的文化熏陶，一种沉浸式体验感极强的综合教育。不过，时下上海很多美术馆正以升级的策划能力，将专业艺术资源转化为社会美育资源的同时，精准匹配需求人群，创造着更多有趣且有效的“市民美育样本”。

“以后海底可能会像陆地一样住满了人。”“未来城市在外太空，开车是悬浮在天上。”围绕“未来城市之我见”，浦东美术馆正在艺术实践中引发孩子们打开多维度、多角度的创作灵感。该馆最近携手英国泰特美术馆研发美育课程，推出的首届“美普绘”少儿艺术家培养计划，聚焦未来城市主题，不仅表现为评选与办展，更在于在三个月内配套了多达50场成体系的公益性美育活动，为孩子们铺设了一条坚实的成长之路。

本学期开学第一天，上海市虹口实验学校多个年级将美术课搬到中华艺术宫，开启“开学第一课”，也拉开该馆“美术馆现场教学课”系列课程的序幕。这一系列美育课程开创了全新的文教结合模式，根据低、中、高三个年龄段不同年龄学

①上海当代艺术博物馆上新的“对对对书店”。
②程十发美术馆新近免费开放的“书画自习室”。
③浦东美术馆首届“美普绘”少儿艺术家培养计划配套公教活动。（均馆方供图）制图：李洁



的特点由浅到深设计，将馆内展览与学校教学大纲融合，由艺术宫专业人员和学校老师共同打造。据悉，未来几年这样的现场教学课有望常态化开展，在全市义务教育领域广泛推广。

天气渐暖的一个中午，王女士和同事到公司附近的上海油雕院美术馆转转，碰巧赶上该馆精心策划的“午间一小时”艺术微导览活动。面对艺术原作，听馆长拆解一幅画究竟好在哪里，王女士感叹“很提神”。这是坐落于古北社区的上海油雕院美术馆，考虑到附近高端写字楼林立，依所处区域特点而定定制策划的，用“艺术充电”激活周边白领午休时光。

更开放：鼓励人们尽情开启艺术探索

记者留意到，时下的美术馆美育创

新，还在悄然改变着一种观念：让展馆从单向度、自上而下灌输知识之地，变成观众可以表达、乐于表达的空间。这是一种邀约，鼓励人们在文化展馆之内尽情开启艺术探索，也应了业内呼吁的文化展馆更深层次的开放。

艺术面前，人人平等，对艺术作品的解读，从来不是只有专家学者等少数人才有资格。眼下，西岸美术馆正在招募“艺术作品共读员”，邀请公众走进展厅，根据自己的文化背景、研究领域及个人兴趣，以个人视角为其他观众解读艺术作品。这是一场知识的共创，共读员将通过与其他观众的交流与讨论，让艺术爱好者之间的知识互相渗透，形成一个新知识、新观点生成的实践场。

上海当代艺术博物馆上新的“对对对书店”，亦可被视为一个开放的学习与交流空间，给人们带去想象和讨论的乐趣。有别于以往文化展览书店多依附于展览，

这个书店希望反向张开一张知识的网络，将展馆包裹其中，成为知识渗透进生活的起点。几个“黑盒子”被布置成艺术家或策展人的书房，邀请观众与来自不同背景和地域的智慧分享者共感，叠合出心灵与头脑独一无二

的拼图。得益于程十发美术馆新近免费开放的“书画自习室”，喜欢书画艺术的人们，可以在专业美术馆沉浸式的书画氛围中挥毫泼墨，实现艺术的体验与进阶。这个安静的一隅，有着大大的画台，笔墨纸砚等传统书画练习工具一应俱全，《花鸟画谱》《林风眠作品集》等“秘笈”陈列在画台背后的书架上。即便没有相关工具的书画“小白”，都可以没有负担地在这里体验与笔墨为伴的乐趣。

据悉，依托上海中国画院众多专业画师资源，程十发美术馆还计划不定期邀请书画名家亲临现场，为前来书画研习的市民示范、解析，带来更专业的指导。

上海儿童艺术剧场牵头打造「亲子美育共同体」

■本报记者 黄启哲

上海大力推进“社会大美育”课堂建设背景下，上海剧场积极作为。被小观众昵称为“大鲸鱼”的荣威·上海儿童艺术剧场，于昨天宣布，牵头打造“亲子美育共同体”，号召全国各大演艺机构、剧院共同合作。首批参与其中的，不仅有上海戏曲艺术中心、上海歌剧院、上海芭蕾舞团三家上海本土艺术院团，还有甘肃演艺集团、西安儿童艺术剧院、南国醒狮鼓乐龙狮团达成共建合作，多方联手搭建美育平台，持续打造并优化亲子演艺生态。

为何要建立“亲子美育共同体”？昨天活动现场的几个精彩的醒狮节目给出了答案——不少传统非遗项目、高雅艺术，经由儿童专属剧场参与，稍稍“改头换面”，便能成为儿童演艺“爆款”。场灯暗去，只见一条夜光游龙戏珠而来，充满奇幻视觉又不乏传统技法的呈现，赢得台下小观众的热烈鼓掌和阵阵惊呼。紧接着，一只眨着大眼的醒狮跳上梅花桩闪转腾挪。钢桩高的达到2.5米，桩顶圆盘直径不过38厘米，狮身演员不仅要游走其间，还要不时托举狮头演员腾空跃起。比起一般演出，虽然表现的剧情简单，却因醒狮天然憨态可掬的形象，与孩子们拉近了距离。而当演员摘下头套，一张张不过20岁的青涩面庞——孩子们熟悉的动画电影《雄狮少年》形象，照进了现实。过去几年间，在省级非遗传承人赵伟斌的带领下，南国醒狮鼓乐龙狮团几乎年年“大鲸鱼”献演，每次都掀起观演热潮。而“大鲸鱼”也会特别定制一批醒狮主题的文创产品，让非遗文化延伸至剧场之外，融入孩子们的日常生活。

“亲子美育共同体”也致力于让“大鲸鱼”的优质演艺项目走出去，与共建单位联手打造更多优质项目。上海儿童艺术剧场总经理沈莉告诉记者，首批成员中，甘肃演艺集团和西安儿童艺术剧院既有院团，也有剧场，期待把“大鲸鱼”的自制节目和“大鲸鱼欢唱团”请过去。而对于上海本土院团，此前“大鲸鱼”已完成《宝贝，来看戏！》《宝贝爱中华》等多个原创演出品牌合作，今后，更期待通过“亲子美育共同体”打造艺术教育项目和主题系列演出，从而创造演出的双向赋能。

作为全国儿童演艺的标杆剧场，上海儿童艺术剧场也有实力迈出这一步。从2013年开门迎客算起，“大鲸鱼”已陪伴上海小观众走过十个春秋。十年来，剧场秉持宋庆龄“把最宝贵的东西给予儿童”的理念，实现100%演出均由自己主办。截至2022年底，剧场交出主办演出2585场，艺术教育活动931场，接待现场观众超200万人次的成绩单。尤为值得一提的是，其平均上座率超过90%，平均销售率93%，其中自主销售89%，三项数字均远超行业最高标准。硬核实力之外，剧场也创下多个儿童演艺的“全国第一”：引进意大利安东尼娅诺小合唱团和《鲨鱼宝宝》等全国首秀，屡屡实现票房“秒杀”盛况；2015年推出儿童剧“年龄分级”，邀请0到3岁的婴幼儿也走进剧场；为特殊儿童群体引进一批海外戏剧，打造“海星之愿”特殊儿童公益项目……

当前，为助力上海“社会大美育”课堂建设，上海儿童艺术剧场希望通过“亲子美育共同体”的平台化建设，朝着打造世界一流的青少年儿童艺术剧场进阶，也构建起综合性的青少年儿童文化服务公共平台。

海外大戏与原创力量共同点亮艺术新光

法语版《罗密欧与朱丽叶》等近十部引进剧目已确定年内亮相上海文化广场

■本报记者 姜方

有法语原版音乐剧《罗密欧与朱丽叶》、英国原版音乐剧《泰坦尼克号》等海外大戏的众望所归，也有环境式游戏剧场新作《Number 7第七人》等本土原创作品焕新亮相，昨天公布的2023上海文化广场演出季，诠释了“历历万物，皆为新光”的主题，向更多观众传递剧场与舞台艺术的希望之光。“今年伴随着上海文化广场音乐剧中心的启用，我们在新空间演艺方面开启驻演模式等诸多探索，多个沉浸式游戏剧场轮番启动，希望为观众提供更多元的体验。”上海文化广场总经理张浩说。

海外大戏震撼回归，原创力量厚积薄发

记者获悉，法语版音乐剧《罗密欧与朱丽叶》有望于5月回归上海文化广场，并从上海开启全国巡演。

“法方演出团队之前一直等待着从上海传来的信号，希望可以第一时间来中国巡演。”上海文化广场副总经理费元洪介绍，随着接下来法语版《罗密欧与朱丽叶》、英国原版音乐剧《泰坦尼克号》等一批海外大戏的回归，将会吸引更多原版音乐剧的忠实观众走进剧场，带动票房持续提升。

建管接续，做好老房加梯“后半篇文章”

（上接第一版）经过沟通，一楼宇主同意，最终使得无障碍坡道顺利完工并通过验收，为坐轮椅的老人增添了安全和便利。同样，加梯占掉了原有非机动车停放区域，经过居民、物业和代建公司协商后，施工方重新划出了一块区域给非机动车停放。

加梯完工后，居民们又共同迈开了美丽楼道自治的新步伐：以“春”为主题，开展墙面修补、植物布置、主题宣传版面制作等环境美化改造，并在公共空间摆放休闲座椅，邻里关系更加融洽了。大家利用业余时间主动清洁、擦拭电梯门，保持电梯的干净整洁。

既要“加速度”，更得兜得住

围绕加梯，许多老旧小区都在努力把不可能变成可能，推出了很多创新做法。比如：开设加梯“微程序”，居民可以扫码提交加梯意愿，拓宽意见征询的渠道；建立管线迁移协调机制，提高进场施工的效率。多措并举之下，上海正加大规模化推进力度。以规模化推进为着力点，加强老旧小区改造和加装电梯的统一部署，推动整小区全楼栋批量化加装，通过同步征询、同步设计、同步评审促进加装电梯提质增效。

加梯有了“加速度”之后，后续管理也要跟上。本市出台《关于加强既有住宅加装电梯管理的指导意见》，从落实管理责任、经费筹集使用、明确权利义务、物业服务企业全程参与等方面提出具体要求。在推进过程中，一些小区、街道也涌现出了一些好做法，可以参考借鉴。

黄浦区推出“梯管家”，成为加装电梯“全生命周期管理”中的新尝试。尤其是其中的“加装电梯管理经费资金托管”模式，依托专业的资金监管机构，由小区

物业公司统一接管日常运营，能够规避电梯管理中资金筹集难、管理责任推诿等问题，可以最大程度保障加梯管理经费的资金安全。当托管账户余额发生变化时，资金监管机构会通过发送手机短信的方式及时告知加梯所有权人，每一笔费用都有据可查。

虹口区畅通加梯渠道，升级《加装电梯办事指南》至4.0版，扩充区公积金中心、公共管线配套设施单位等协办单位，将政策文件、申请材料、办理流程等统一更新；聚焦管理难点，完善《建后管理工作的指导意见》，明确物业接管职责，增加激励措施，提升物业接管意愿，提供维保参考价格，破除费用协商难题。

据悉，上海今年将完成既有住宅加装电梯3000台。更大的目标已经立下，老房加梯的社会效应已然可以预见。这一民心工程的深入推进，将方便越来越多居民上下楼。

巧做时令文章，申城“赏花经济”春意闹

（上接第一版）4月7日起，黄浦区豫园商城将以花神巡游、市集摊位等方式，邀请消费者感受国韵春日游园乐趣，打造“国风潮流打卡地”。

领跑“潮经济”，创新消费场景

2023秋冬上海时装周正如火如荼举行。引领时尚、定义潮流的上海，在推动“潮经济”发展上有着独树一帜的见解。复旦大学消费大数据实验室主任张伊娜介绍，去年上海以新生代人均1093元的“潮”消费额，领先北京、天津和重庆3个直辖市，排名全国第一，服饰、美妆、配饰、玩具乐器等潮流消费均实现数倍的增长。去年，上海95后人群中71.2%有过线上“潮”消费，占全国比重5.73%，同样位居首位。

领跑“潮消费”，需要创新消费场景。就在这几天，一场盛大的电音直播云联动启动。派对的一端，是上海夜经济名片FOUND158，另一端则是江苏太仓地标海堤琴房凤凰堡风情街。这一场上海一太仓“跨城联动电音”表演，以跨

域域直播形式带来视觉与听觉盛宴，同时实现“破圈”运营，将夜经济的上海经验与上海品牌辐射到长三角更大区域，以“双城联动”创新模式带动消费市场快速回温。

与此同时，上海不少商场在“迎春消费季”的策展中，也拿出了“领潮力”。位于淮海中路的首联TX淮海举办为期3天的“万代南梦宫嘉年华2023”，各大二次元品牌的见面会吸引了众多Z世代；南京东路、新开办的百联ZX创趣场聚焦新生代消费，首店比例超过60%，相关负责人介绍，在不到1万平方米的商业空间里，单日客流最高已超4.5万人次。

主打“四大消费”，引领绿色潮流

上海刚刚出台的《关于我市进一步促进和扩大消费的若干措施》明确，推动发展“四大消费”，包括新型消费、服务消费、汽车消费、绿色消费。记者注意到，在“迎春消费季”，围绕“四大消费”的主题活动也是一大亮点。

汽车类消费总额占全市社会消费品零售总额的10%以上。围绕汽车消费，各大商圈、企业纷纷亮相。长宁来福士、龙之梦新能源汽车街区联合20余家重点汽车品牌提供一站式选购服务；普陀区则以“自驾+露营”为切口，汇聚20余个新能源车品牌，打造“都市车生活节”。百联汽车将推出“都市车生活节”，推动二手车、新能源车交易，开展品鉴会、车友聚会、汽车直播课堂等活动，促进市场可持续发展。

围绕“绿色消费”的创新策划也不少。4月1日起，凯德星贸将推出“绿色生活节”，以旧物交换市集等活动，推广绿色低碳环保的生活方式；新世界大九百货则将美妆与环保主题相结合，发起“可持续美妆节”，引领绿色美妆潮流。



上海文化广场2023演出季海报。（上海文化广场供图）