

艺术品不是摆设 体验

看个展 吃顿饭 购个物 80后90后更喜欢这样逛商场

80后依依在十一长假最后一天,匆匆搭乘高铁赶到上海。她赶着去上海K11购物艺术中心看“BAGISM包·当代”展,这个展心心念念已久,终于在10月9日展览闭幕前赶进。依依已经不止一次为了看一个展览专门赶去上海,之前K11的达利展、莫奈展,她和好朋友也专门赶去看过。

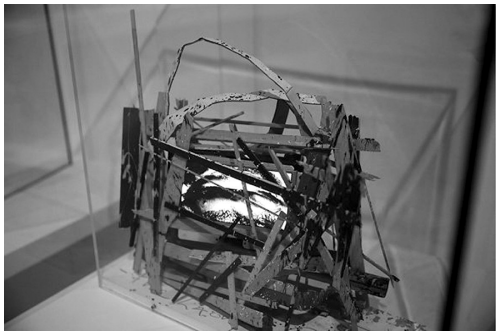
据观察,身边像依依这样的80后、90后着实不少,专程为了某个展或某场演出赶去魔都,对于他们来说这是一件很正常的事。用依依的话说起来,“在商场里购物最大的好处是,你会发现自己‘不是一个人在战斗’,而是有一堆和你兴趣一样的人聚在商场,享受着把心水之物带回家的快乐。”

看个展、吃顿饭、顺便购个物而已,这就是我们生活的这个城市,一部分80、90后的生活写照。我们身边也慢慢崛起了一些新形态购物中心,和传统的百货公司以购物为主要功能比,新型的购物中心注重主题化、差异化,提供一些电子商务无法提供的体验,比如增大电影院、健身和SPA、餐厅等生活类业态的比重;在时尚类品牌选择方面,它们更青睐独立设计师品牌,抑或一些小众品牌。

记者 宋笑梅



当代艺术家程然作品《狂人日记》



“BAGISM包·当代”跨界艺术展,引来十万次观展人潮

上海K11 在美术馆里做商业

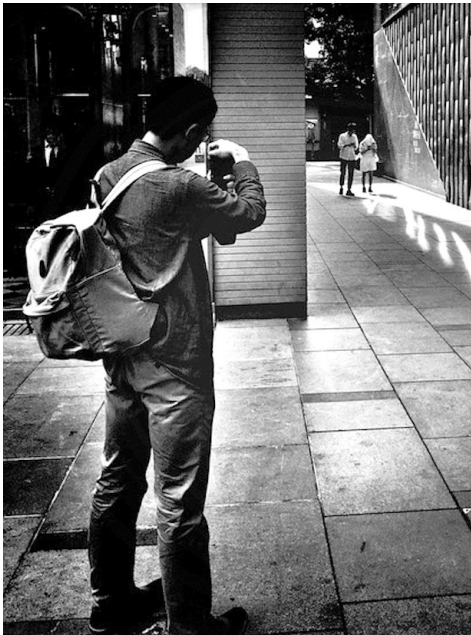
上海K11购物艺术中心,记者了解到一组最新数据——于7月15日在chi K11美术馆举办的“BAGISM包·当代”跨界艺术展,展品有不少跨时代的经典和名流珍藏,包括摩纳哥王妃格蕾丝·凯丽用过的Hermès原版包袋、Coco Chanel亲手设计的包袋、简·铂金Jane Birkin的原版包袋及伊夫圣罗兰Yves-Saint-Laurent的私人手包……此外,展览通过欲望、信息、生活/轨迹、性别、现成制品、传统、广告、社会参与以及消费者,这9大主题带来新晋当代艺术家充满自我主张的“Bagism”艺术作品。据悉,展览自开幕以来引发观展盛况,截止到8月底,累计参观人数近50,000人次,引发艺术和时尚圈讨论热潮。截止到10月9日时,参观总数将超过100,000人次。

两年前,上海K11举办了一场非常著名的展览“印象派大师莫奈特展”,展出了3个月,35万人纷至沓来,周末时间购票处排起了长队。要知道,那个炎炎夏季,上海奢侈品销售低迷,而K11营业额因为这场莫奈展同比(比上年同期)上升了30个百分点,并推动商业租金提升70%。

这组数据显示,购物中心的那些艺术品已经不仅仅是摆设。购物中心与艺术展览,这两者原本并无太大关联,而如今已进入了蜜月期。

10月19日,K11 Art Foundation (KAF) 与纽约新博物馆(New Museum)共同呈献“程然:狂人日记”,中国艺术家程然广泛地从中西文学、诗词、电影和视觉文化中摄取灵感,创作出混合虚构故事和历史事件的崭新叙述。

11月9日,The K11 Art Foundation (KAF)将在上海chi K11美术馆呈献阿尔及利亚裔法国艺术家尼尔·贝卢法的“尼尔·贝卢法:软·见”展览,这也是艺术家首个在中国举行的个人展览。



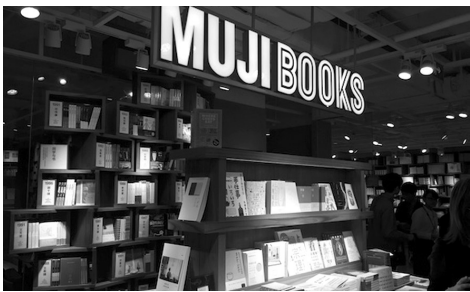
北京三里屯 老北京 Vs 新潮流

80后、90后消费者有一个共性:喜欢用新媒体沟通。一些新型商场纷纷开通微博、微信与他们互动,知道这个年轻的族群到底喜欢什么?显然,购物中心在“体验式购物”上也真是挖空了心思。

北京三里屯太古里于2008年开幕,其设计灵感来自老北京的“胡同”与“四合院”,并融入时尚元素。从早几年的运动休闲为主的成熟品牌,到今天以时尚潮流品牌为主打,并引进时尚潮人喜欢的轻奢品牌和化妆品。

果然,每次去逛三里屯,那一带总埋伏着不少街拍摄影师,据说这是北京的时尚集中地之一,也是京城街拍的大本营。每个美女打扮得花枝招展,赴三里屯就像参加选美大赛一样。

三里屯太古里近几年不断提升项目的时尚指数,将目标客群更聚焦在年轻潮人身上。显然,这一目的已经达到。



上海东方商厦 一家有饭吃有书买的MUJI

让顾客有了与众不同的五官感受之后,各商家都使出了杀手锏——“体验式服务”。为了留住顾客,各家新开的购物中心都增加了餐饮、娱乐、生活类业态的比重。淮海路的东方商厦经过重新整修之后,带着MUJI的旗舰店重新进入大家的视野中。

据说这是上海唯一一家有饭吃的MUJI! 全透明设计的餐厅,可以随时随地欣赏美食从烹饪到上桌的全过程。这家MUJI有3层,包括了书店、餐厅、日用品,以及国内首家MUJI BOOKS。

MUJI BOOKS,的确没让人失望,这里的书籍共计3万册,集中于第3层,并没有设立专门的区域,而是跟MUJI其它商品融合到一起。比方说当你在MUJI to GO区域挑选洗漱包、颈枕时,很可能会同时看到一摞旅行相关的图书;而随着你越来越靠近Café & Meal MUJI, MUJI美食类书籍也会向你招手。

对于已经经营了6年多的东方商厦淮海店来说,这次随着MUJI上海旗舰店入驻,无疑给这块地皮带来新的、年轻的人气。在这家老商厦的附近,K11、环贸iapm都在以新生生力军的姿态抢夺以80后、90后为代表的消费者,加上各家商场独立旗舰店、小众而有趣的品牌店开业,上海淮海路上的客流竞争已经达到空前状态。

