

开启艺术商场3.0时代！ 红星美凯龙“器度·甘世代”

当你今晚dating路上经过吴中路的欧丽洛雅，你也许不知道自己刚好和半个艺术圈的人擦肩而过。

这个红星美凯龙旗下最高端的家居商场，在平安夜摇身一变成为沪上最具艺术价值的博览中心，并进行了一场狂欢到凌晨的“器度·甘世代”开幕式。



这同时也是一场聚集了艺术圈半壁江山的平安夜艺术大趴！出现在红星美凯龙“器度·甘世代”开幕现场的嘉宾有钱铃戈、袁岳、吴洪亮、马晓晖、王小慧、吾德夫妇、王少军、覃琨瑛、黄炳良、顾爷……

这份长长的名单中有蜚声国际的著名艺术家，有《卧虎藏龙》配乐演奏家，有著名摄影家、学者、慕尼黑市长夫妇还有醉心艺术的商界大佬。

这场名为“器度·甘世代”的艺术家居大展到底有何魅力，竟能召唤出半个艺术圈？

毫不夸张地说，“器度·甘世代”几乎涵盖了上世纪到当代最负盛名的国内外重要艺术家和设计师作品。这些大师手作首次集体出现在红星美凯龙欧丽洛雅环球博览中心，题材囊括绘画、雕塑、互动体验装置、沉浸式话剧、音乐表演等多种打破形式界限、跨界共生的作品，即日起开始为期两个多月的公开展出。

在业内人士看来，在当前的社会背景下，“艺术化”是很多线下商场的转型之路。

最开始，商场去引入一些艺术美陈营造美感，但两者本质上还是相互割裂的，这是艺术商场的1.0时代；后来，大家开始在商业空间内呈现艺术，比如商场长期提供一些艺术展区、举办活动等，这是艺术商场的2.0时代，例如K11商场等；那么，红星美凯龙此次的器度大展，实际上是在

艺术空间内呈现商业，这是一次大胆而领先的探索，也预示着艺术商场3.0时代的开启。

颠覆！第一次把家居商场变成艺术展馆。

这场彻底颠覆了大众对家具和家居卖场传统概念的艺术大展主人，是家居界龙头红星美凯龙董事长车建新。家居的深处是艺术，这是车建新一直挂在嘴边的话。

作为常年现身米兰设计周、醉心于家居审美的商界清流，红星美凯龙的名字对于设计圈、艺术圈的人来说亦不陌生。事实上，此次在上海开幕的“器度·甘世代”艺术家居大展已经是“器度”系列大展的第二站。“器度”系列大展首次展览于去年11月就已经在北京故宫博物院惊艳现世，并成为了当年圈内有声有色的话题事件。

“器度”以系列展览探索家居之“器”与艺术之“道”的关系，是一个全球化视野下的公共艺术事件。同时“器度”也不仅是一系列讨论艺术和家具的展览，更是一个“以器载度”的开放式体验平台，以这个平台为纽带，链接起日常生活、艺术情怀、家居理念等价值体系，能容纳品质居住、跨界出新、审美教育、形态探索等多方面丰富的内涵。

如果说“器度”首次展览更侧重于阐发现代思维下的诗意栖居诉求，那么“器度·甘世代”则更侧重于探索当代艺术在

公共空间中的生长形态。更耐人寻味的是，策展方并不是简单地将展出地点从专业美术馆移到高端家居商场，而是将家居商场完完全全地变成艺术场馆。这在国内也是首例。

我们在现场可以看到，整个商业空间被艺术品改造，形成一个氛围全新的体验空间，观众进入之后仿佛置身一个多维度的博物馆。不同的作品形式将剧场、美术馆、家居生活、科技体验等多种场景中的状态重叠，把这些本来都会与日常生活发生关联却场域区隔的状态重新归于一体，使人在同一时间、同一空间内感受形态丰富的“好玩”，在“好玩”的过程中重新反思和再定义家居生活的多种可能方式。

观众在空间中与作品互动，甚至成为作品的一部分，最终和艺术家一起，使这次展览在动态的过程中完成当代艺术在公共空间中的生长。

按照规划，未来依靠红星美凯龙的全国化布局，以上海为起点，“器度·甘世代”将陆续走进全国各地商场，为更多的国人带来家居与艺术的交融之美。

大势！消费升级下的家居增量市场。

事实上，仅2016年短短一年内，红星美凯龙就先后在米兰、上海、北京等多地举办了4场艺术设计主题的大型展览，一个家居企业如此关注艺术、设计领域背后的动机绝非偶然。

就在今年6月的红星美凯龙30周年盛

典上，车建新发布了“1001战略”，再次将设计提高到企业战略高度。红星美凯龙也成为国内首个打破企业仅作为艺术旁观者和赞助人，而绝少投身艺术领域本身惯例的家居企业。

除了情怀和企业使命感，对未来消费趋势的清晰洞察是红星美凯龙做出这一抉择的主要原因。中国日益庞大的中产阶级，正在引领着新一轮的消费升级，新的消费时代已悄然而至。超出功能属性的艺术、设计等精神层面的价值将会成为消费升级的核心引擎。“在我看来，设计和艺术是不分家的，有了设计自然不能缺了艺术。”车建新表示。

据悉，红星美凯龙已经在1001战略中明确提出，将打造一个开放的设计平台，集结中国最好的设计师，洞察中产阶层的需求，将设计思维、用户思维、互联网思维完美结合，在商业空间中呈现家居与设计的融合之美；为用户提供从置业设计、装修和空间设计、家居产品设计、软装设计在内的家庭生活全套解决方案。

30年来，红星美凯龙始终以提升中国人的家居品位为使命，此次延续“器度”系列大展，不仅希望搭建一个“生活启发，大众美育”、“全球家居艺术化研究平台”、“高端艺术家居流通生态圈”等多重价值的平台，更已经探索艺术商业变现，深耕“家居艺术”增量消费这片蓝海的先行者姿态。