



我的上海 My Shanghai

一城一世界，在新锐青年艺术家陆新建的画作里，城市不再大同小异。他用线条抽象出的城市地图，宛如一幅幅肖像，敏锐地捕捉属于一座城独有的标识。

文 | 张晓雯 图 | 受访者提供 余儒文



问答 Q&A

Q=生活周刊 A=陆新建

Q:上海文艺界的氛围对你的艺术创作有什么影响?

A:上海这两年文化发展得不亚于北京。许多优秀的、民间的美术馆陆续地兴起，像龙美术馆、余德耀美术馆、外滩美术馆、震旦美术馆等等。9月是展览的高峰期，我大部分时间就跑去到处看展，12月以后安心创作。上海对做艺术的人来说是很好的舞台，在这里谈商业和艺术的合作非常简洁。

Q:有没有比较推荐的画廊?

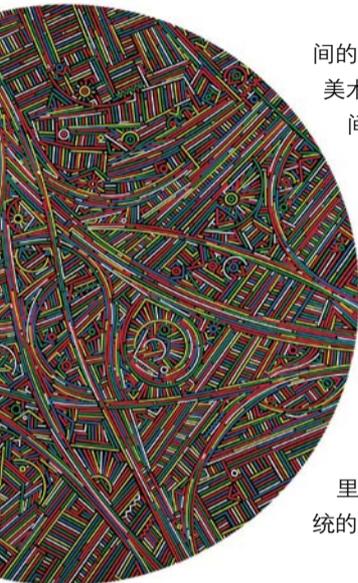
A:ART LABOR、M97画廊、天线空间、香港路的BANK画廊、外滩3号沪申画等等，大概有七八个画廊我会常去。

Q:除了法租界，还喜欢兜上海的哪一块地方?

A:之前为了做衣服，喜欢跑到董家渡去，南浦大桥那里。董家渡其实挺破败的，但是我可以在那里找到毛蛋、传统的汤圆，都是小时候才吃得到的东西，我很喜欢那边。

Q:有没有喜欢的上海本地小吃?

A:我是挺居家的人，以前在餐厅厨房打过工，平时喜欢自己做饭。偶尔跟妻子、朋友出去吃，比较喜欢上海的本帮菜馆，如永嘉路那边的南伶酒家、苏浙汇等。我认准一个地方的口味，就一直会去那边吃。



城市基因 / 莘庄(局部)
直径200cm
布面丙烯
2014

知道更多 More

10月29日在上海环球金融中心举办的聊遍环球活动，携手生活周刊、青年报特别邀请了五位颇具社会影响力的演讲嘉宾，来一同与我们分享他们的精彩人生。



刘凝:上海广播电视台《1/7》栏目出镜记者、主持人。她的主持风格亲和细腻而不失犀利，给了我们一个记住她的理由——温柔是一种力量！**演讲主题: 新闻里的人**



蒋少芬:国家注册婚姻家庭咨询师、企业EAP高级执行师、澳洲新南威尔士大学专业会计硕士。17年的中、澳银行和世界500强企业管理的经验和大型婚恋网站百合网婚恋顾问的经验，其中7年海外学习和工作的经验。**演讲主题: 如何获得幸福——致单身**



陆新建:2006年从荷兰Frank Mohr Institute的互动媒体与环境专业毕业。他近期的展览包括：“城市经纬”，上海ART LABOR画廊；“城市基因4”，伦敦Hua画廊(2014)等。**演讲主题: 一城一面一世界**



刘柱:曾是万千北漂奋斗青年之一——曾在北京三里屯苹果零售店做过私人培训师。2013年回到上海，作为赛事总监，组织安亭铁人三项国际赛事。尤其喜爱东方文化以及旅行。而他一直以来的梦想是能在台湾环岛行，目前在自在客——全国最大的台湾民宿预定平台就职工作。**演讲主题: 台湾岛，没去过才更爱**



陈统奎:“播种中国，再造故乡”的新农人F4(Farmer4)成员之一，火山村荔枝创始人。他曾经是南风窗杂志高级记者，2009年返回故乡海南岛火山口古村落创建博学生态村。**演讲主题: 造人、造神、造钱**

一城一面一世界

高架路的面孔

陆新建的家乡在江苏宜兴的农村，小时候和初中的好朋友交换长大后的理想，他说的是：“不想一直待在这个村子。”向往不同的世界和更好的地方，成了他日后城市系列作品的源头，你现在可以在上海环球金融中心六周年“艺作花园”展览中看见他的那些作品。走出了农村的陆新建后来去了南京、荷兰念书，也画过米兰、罗马等各大城市。2006年他初来上海，正是目击上海高速发展的时候。断断续续至今5年多的工作和生活，令他对这座城市有了独特的感受。

有一天，他习惯性地睡前浏览图片新闻，无意中看到了几张在屋顶俯瞰城市拍下的照片，其中一张拍的是延安高架。快速的车流和光带连成的线条令他震撼。在陆新建看来，“高架”是上海最有意思、最奇特的“景观”，是他认定的上海的“脸”。算不上是多美观的景致，却也正是这些纵横和错落带来了上海的活力。“不用在地面等红绿灯，它们的存在让上海更畅通，让生活在里面的人更方便地前去彼此身边沟通。”

在作品中，陆新建不画任何一个人或是一辆车，他用全部的矢量线条堆叠、抽象出延安高架和莘庄高架的脉络，占据了画面的全部。与基本只画了红、白、黄三色的北京相比，上海在艺术家的画笔下多了更强的色彩对比，灯火辉煌、霓虹闪耀，这是他抓到的“魔都”的精髓：妖艳得一点也不安静、不柔和，甚至不容易。各行各业的人在其间为生存努力，连走路的速度都好似比别的地方快好几倍。但挣扎着的生活，富有挑战的城市，自有它别样的美。如此密集的高架网络，也是只有在上海、迪拜、洛杉矶等新型城市才能看到的现象。

不管科技、交通如何高速地发展，如何令世界均质化地趋同，陆新建也绝不同意“千城一面”的说法。在他看来，地理、道路、人文都会导致一座城市与众不同的面貌。每个城市一个小世界，这是我们之所以要去旅游的原因。他生活过悠闲度日的瑞士、大块花海的阿姆斯特丹、街区精密划分的纽约，更多的时候，他无法用一个词形容一座城市的特性，但就像高架之于上海，是一个标签，解释了这座城的速度、活力和流动。

守旧的魅力

与作品中经常表现新上海的摩登、靓丽不同，生活中的陆新建并不喜欢高架，有时开车在三四十米高的中环高架上，都会觉得有些阴森。他笑称自己是“农村艺术家”，也许某部分的他依然是那个在农村喝着妈妈种的茶、在农庄的山间开摩托驰骋的“草根平民。”

他是个守旧的人，喜欢老城，居住在纽约或是浦东不会令他感到舒适。上海在他眼里是包容的，但上海的新旧融合，又与其他城市不一样。不像巴黎、巴伦西亚，新城老城分得鲜明，在浦西，常常是一片老城厢中拔起一群高楼，密密麻麻的崭新和破旧混在一起，由于结构、设施、土地的关系，也没办法好好保护。“说不舒服吧，我意外地感觉还挺不一样、特别。”他和妻子常去逛原法租界，看看老房子和故居，“凡是有文化底蕴的地方，哪怕是再寻常的小贩、包子铺，都会升起特殊的情感来，你相信吗？”

出于对老旧风情的喜爱，陆新建每次下笔前都会在维基百科上查阅一个城市的历史文化。此次《城市经纬》的9幅作品，他画了3张“龙柱”，源自对上海“龙柱”传说的好奇与迷恋。在连结上海延安高架和南北高架的中心交汇处，有一根特别的主柱，上头用铜雕刻着盘龙图案。一说是上海大学一位做雕塑的老师设计的，不管真假，每个城市久远年代美好的传说令它变得神秘，传说结合了人们的想象，成了陆新建绘画的灵感，而绘画也同时反过来，滋生了观者的想象与思考。

亲子消费迅速崛起，创万亿产业商机

伴随着《爸爸去哪儿》的播出，中国境内刮起一阵“萌娃”风，明星萌娃的生活不仅让孩子们艳羡，也让众多80、90后新一代家长更加关注孩子的成长，并因此带起了一阵“亲子经济”热潮。“亲子经济”热潮在商家的推波助澜下愈演愈烈，一轮接一轮的宣传推广不断刺激着亲子消费需求，看上去并未给社会创造价值的儿童，正在悄然拉动整个儿童消费市场增长。

拿位于上海南翔的新明·KID MALL项目来说，它就以19万的大体量形成了一站式儿童世界，分6层涵盖儿童购物、儿童娱乐、儿童休闲、儿童美食、儿童教育、儿童艺术、儿童酒店等全方位儿童主题业态，丰盛业态满足儿童及家庭购物休闲的所有需求，吸引家庭式客群持续跟进消费。

儿童主题商业综合体，承接万亿产业商机

据统计，2014年儿童自主消费市场的规模可达到7.6万亿！在这巨大商业红利面前，众商家纷纷腾出面积，开辟儿童专区，大打“宝贝”牌，更增添亲子游乐专区，完善儿童业态，大力吸引家庭消费。

传统的儿童产业经营呈现出分散化的特点，已难以满足消费需求越来越高的家庭客群，当前儿童消费市场呈现业态集中化趋势，儿童主题商业综合体正悄然取代传统百货商场的地位，占据了更大的市场份额。新明·KID MALL将形成产业集群效应，带动整体区域升值。十年“百城百座”的发展布局将填补中国儿童消费市场综合体的空白。

坐拥便捷交通网络，辐射华东两亿客群

周边便捷便利的交通网络也是新明·KID MALL的一大核心优势。项目所在地毗邻沪嘉高速、外环路，紧邻地铁11号线，与规划20号线无缝衔接，距离人民广场、徐家汇、虹桥火车站仅半小时车程，消费影响力覆盖上海常住人口2380万，辐射华东近2亿客群。

全程统一运营管理，强势提升品牌影响力

新明·KID MALL项目后期由专业商业地产运营商南硕资产经营管理有限公司统一管理，实行统一品牌、统一规划、统一推广、统一招商、统一运营、统一服务，合理运用所有空间，最大程度提高商铺经营效率，全程保驾护航！