



一台相机引发的影像冲

【文/蔡娴 图/受访者提供】

不同的策展主题将BROWNIE隔成各有侧重的陈列空间，而每一个空间都有保留了美术馆基因，向更多人分享来自全球各地的当代艺术生活灵感。



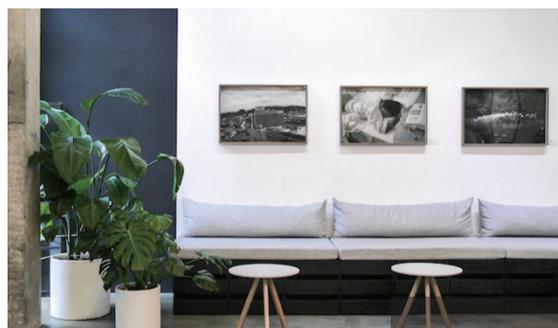
一百多年前，柯达曾生产过一款相机叫作BROWNIE，其特点是简单易上手，而且价格低廉，在当时仅售1美元，连小孩子都能用零花钱买到。正是这款相机开启了摄影平民化，很多摄影大师的第一款相机就是BROWNIE。

“将视觉艺术品带入我们的生活，来创造具有艺术美感及灵感的生活方式。”怀揣着这样的想法，热爱当代摄影艺术的Nemo与合伙人一起创办了与BROWNIE精神契合的同名机构，致力于摄影作品和文化推广。Nemo在世界各地发掘新锐摄影艺术家，以摄影艺术为核心，将各种时髦有趣家居、餐饮等生活方式融于一体，就有了筹备两年的BROWNIE Gallery Store。

造一个空间，让艺术变为日常

当你在静安嘉里中心邂逅这家店时，你可能会被它像是甜品店般的名字和极具设计感的入口吸引，但走进却发现似乎误入了一场摄影展览，在欣赏过这个视觉艺术空间之后，你还能美滋滋地捧走一杯香浓的手冲咖啡……让你切切实实地体会到门口的那句“Life Around Photography”。

在逾两百平米的空间里，不同的策展主题将店内隔成各有侧重的陈列空间，而每一个空间都由保留了美术馆基因的



空间内大胆使用对比强烈的色彩及材质，使得摄影艺术作品能够走出传统白盒子展厅。

拱门开启，却打破了传统画廊以及零售模式，以更为开放的方式，向更多人分享来自全球各地的当代艺术生活灵感。

Nemo将这家店的室内设计交付给了澳洲建筑室内设计事务所Flack Studio。设计灵感来自于意大利著名建筑设计师Ettore Sottsass以及他引领的上世纪八十年代“孟菲斯设计浪潮”，空间内大胆使用对比强烈的色彩及材质，结合饱满建筑语言的结构形态设计，使得摄影艺术作品能够走出传统白盒子展厅，融入充满生活灵感的空间氛围内。充满着实验精神且看似无法共存的材料在这里彼此呼应，不同肌理质感的材质——大理石、手工彩色水磨石、有色亚克力、Kvadrat设计师款布料、金属，皆以低调灰质基色搭配点睛纯色，被运用及玩味在整个空间内。

整个空间最后呈现的效果很符合Nemo的设想，要知道，在设计之初，她可是做了一个长达三十多页的纯文字PPT给Flack Studio。为了让设计师透彻理解，她非常细致地阐述了“为什么要做这个空间”“空间与人之间的关系是什么”“每个区域用什么样的风格”等等。

从半开放式的公共展区进入第一个空间Campaign Gallery，便可见每季更新的重点推荐作品，单独呈现签约摄影艺术家的完整系列作品，并通过特别设计的声音装置，从不同感官维度了解艺术家创作的灵感。出现在这里的主推作品往往是表现力非常强的，Nemo希望观者即使在没有听过作品故事的情况下，也能对其留下较深的印象，引发大家的好奇心。

紧接着是开阔的Home Gallery，摄影作品以系列呈现的方式，更便于自由解读。为了打破有人会因为“误入展览”的尴尬，这个空间在原有基础上融入了一些当代艺术家居品，并营造出以摄影作品为灵感的当代艺术新生活，让人们找到和生活的切实连接，直观地感受到一种新生活提案，而不是一个毫不相关的展览。

第三个空间VIP Gallery中则通过特殊的货架式陈列，便于更直观地进行选择。同时，你也能像挑选黑胶唱片一般，随意翻阅每一张摄影作品，给人的感觉既亲切又自由。