

浦东美术馆 5 岁啦!以文创 IP 化运营

让艺术成为可携带的城市文化符号

五年前的盛夏,黄浦江东岸升起一座洁白的光之容器。从让·努维尔笔下的建筑手稿到陆家嘴天际线上那面闪耀的“东墙”,浦东美术馆(MAP)以一个大胆的姿态向世界宣告:上海的艺术版图,从此多了一处不可忽视的坐标。五年来,MAP以无限的创造力与开放的胸怀,将世界顶级艺术一次又一次带到观众身边,也将属于这座城市的艺术能量源源不断地向世界输送。

以世界级展览矩阵
搭建全球艺术文化交流平台

五年来,浦东美术馆与众多世界级美术馆及中外艺术家携手,推出近 30 场类型多元的高水准展览,构筑起兼具学术厚度与传播广度的展览序列,逐渐成为全球艺术文化交流的平台。

从开馆首展“光:泰特美术馆珍藏展”和胡安·米罗的梦幻世界开始,MAP就定下了与世界顶级艺术机构对话的基调。五年来,浦东美术馆与英国泰特美术馆、纽约大都会艺术博物馆、提森-博内米萨国立博物馆(马德里)、法国奥赛博物馆、卢浮宫博物馆等十几家顶级艺术机构合作,带来“时间的轮廓”“六百年之巨匠”“缔造现代”“图案的奇迹”等重磅大展,拓展着中国观众进入全球艺术现场的路径,亦服务着城市文化建设的重要使命。其中,“缔造现代”奥赛大展在短短 130 天内创造了超百万人观展的盛况,成为现象级的文化事件,推动 MAP 成为浦东乃至上海的艺术流量新高地。

与此同时,徐冰、曾梵志、曹斐、艾尔·阿纳祖、陈逸飞、乔治·莫兰迪等中外艺术家的个展接连亮相。在浦东美术馆,关于传统与当代、东方与西方、物质与观念之间的对话与思辨持续发生,碰撞出跨越国界的艺术火花。

以全民美育实践
涵养城市艺术氛围沃土

五年来,浦东美术馆积极响应“社会大美育”计划,培育国际性美育项目、开展数百场公教活动,为大众尤其是青少年搭建专业的艺术启蒙平台与优质的艺术展示平台。

2023 年,浦东美术馆与英国泰特美术馆联合发起“美普绘”少儿艺术家培养计划,至今已成功举办两届入围作品展,累计吸引全国 33000 人投稿参与。小艺术家们的作品分别以实物和数字化的形式,在浦东美术馆、泰特美术馆同步展出,又流动到地铁、社区、商业体,让少年艺术光芒浸润城市生活的角落。

MAP 的美育行动同样贯穿日常。五年来,350 余场主题讲座、大咖对话、创意工坊等,线上线下吸引近 47 万人次参与。浦东美术馆向近 400 所学校发起活动邀约,近 2 万名师生走进美术馆,开展校外美育实践课。围绕馆内展览,浦东美术馆还定制了近 20 种专属活动手册与互动任务卡,领取量突破 25 万人次……MAP 正在参与塑造的,是未来一代理解世界、感受美的方式——这也是一座美术馆最重要和最深刻的公共责任。

此外,浦东美术馆累计举办各类特色活动近 500 场,打造了许多具有鲜明个性的活动系列,通过丰富有趣的活动,消解艺术的距离感,让美术馆成为人人可亲近的空间。

“浦美之春”“浦美秋天节”将艺术与季节变化的仪式感融为一体;“迎新系列”春节不打烊,以不间断的艺术陪伴,让“看展览”成为城市新年文化的一部分;“大艺术家节”以主题市集的形式,让艺术从展厅延伸到城市商业街区……

活动形式涵盖主题音乐会、音乐剧快闪、沉浸式现代舞、儿童剧、戏曲表演、创意手工坊等,在看展之余,浦东美术馆也希望为全龄段观众带来更多关于“美”的感受,赋予观展更立体的体验。

以“破圈”跨界合作
推动文商旅融合发展

五年来,浦东美术馆积极发展跨界合作 100 余场,已然打破传统美术馆的围墙,化身连接城市文化与公众生活的灵感场域,并进一步推动文商旅融合发展。

凭借得天独厚的地理位置、极高的“出片率”和话题度,都市芭蕾舞《天鹅绮梦》、舞剧《在远方·在这里》等作品先后选定在浦东美术馆镜厅、滨江露台完成实景拍摄与取景展演;巴黎世家、欧莱雅、阿迪达斯、捷豹路虎等覆盖高端时尚、美妆护肤、运动潮流、豪华汽车领域的知名品牌,将浦东美术馆作为线下活动、沉浸式秀场、新品发布合作空间;上海国际电影节一带一路电影周、上海海派旗袍文化节等重要文化活动,亦选择落地于此……

在场地合作之外,浦东美术馆推出数十次颇具记忆点的品牌联名、多项票根联动权益,让艺术 IP 走出场馆、融入日常消费场



景。其中,与 MANNER 多次联合打造的展览限定联名系列,将馆藏美学印刻于纸袋、帆布包等日常物件,深受大家喜爱。在五周年之际,浦东美术馆联合浦发银行、中国建设银行上海市分行重磅推出两套主题联名卡,秉持普惠惠民初心,叠加观展、专属导览、文创兑换等多元实用权益,让艺术审美触达更多市民。

以文创 IP 化运营
让艺术成为可携带的城市文化符号

五年来,浦东美术馆依托场馆特色与重磅展览资源,开发自营文创产品 1500 余种,在擦亮“MAP 文创”品牌名片的同时,为城市打造丰富而具有记忆点的“文化伴手礼”。

MAP 的文创产品涵盖家居生活、办公文具、服饰配件及艺术出版物等多元品类,“美普绘”系列、繁花系列、天际线系列的多项产品在“上海礼物”评选中屡获殊荣。奥赛展期间推出的“爆炸头梵高”玩偶,更是成为了上架便秒罄的代表性爆品,以此为起点开发的“非常大师”系列持续受到市场青睐。

此外,MAP 文创尝试将艺术灵感播撒进更多城市空间:2022 年,原创“艺创新尚”文创周边巡回展,在晶耀前滩、陆家嘴中心等多个人气商圈,与近 2 万名观众相遇;2025 年,与前滩公园巷联合打造“大艺术家节”主题市集,集合梵高、莫奈、米勒、塞尚等艺术巨匠的名画元素互动装置,吸引 21 万人次参与;2026 年上半年,MAP 文创首次跨江来到南京西路快闪,让浦西市民游客近距离感受美术馆的魅力……

2026 年 7 月 9 日起,浦东美术馆又将再一次以快闪形式入驻顶级商圈——前滩太古里,同时陆续在上海多个商业地标、酒店投放五周年特别版文创贩售机,持续打通美术馆与大众生活的联结通道。

在开馆五周年之际,MAP 文创还迎来了官方 IP 形象“陆浦浦”与“陆美美”的首发亮相,寓意艺术的浪漫、包容与流动,标志着浦美品牌意识的进一步成熟,也是与观众建立情感连结的新起点。

以海量优质内容
书写“不断更”的城市艺术日记

五年来,通过长期稳定输出优质文化内容,浦东美术馆社交媒体全平台粉丝跃升至 150 万,构建起庞大的社群影响力,成为公众了解国际艺术动态的重要窗口。

浦东美术馆不断探索更多元的传播渠道、更新颖的传播形式——从镜厅创意视频到东墙超大型 AI 特别光影秀;从携手数

字艺术家共创超百万播放的 AI 展览先导片,到开展数十次、观看人次破百万的导览直播;从官方账号的不间断更新,到吸纳不同行业的艺术爱好者们成为自媒体上活跃的“展览推荐官”……浦东美术馆希望用大家喜闻乐见的方式,在呈现展览亮点的同时,构建起多维互动的公众参与场景。

与此同时,MAP 亦获得了各主流媒体及行业媒体的关注。央视新闻、新华社、人民日报等权威平台持续刊发专题内容,艺术、文化、生活方式类媒体则围绕馆内展览与活动、公共美育等方面,多角度深度解读,相关报道量破万篇,总曝光量破十亿。

以“观众至上”的理念
打磨观展服务体系

五年来,浦东美术馆立足“一切为了观众”,不断优化场馆空间、提升配套服务,用心倾听并回应观众朋友们的建议与诉求。

细微之处见改变——开放时间更加人性化,增设夜场、取消周二闭馆;票务政策持续调整,儿童免票身高上调、优惠票覆盖群体扩大;会员权益不断丰富,至今已吸纳超万名艺友;数字体验中心与 MAP FOR KIDS 儿童休息区相继落成,让不同年龄的观众都能在这里找到一方天地……这些场馆设施及运营服务方面的升级,承载着一座公共文化机构最朴素的善意。

这份坚持也收获了广泛认可。五年来,浦东美术馆斩获各类奖项荣誉 100 余项。上海市委授予中共上海浦东美术馆支部委员会“上海市先进基层党组织”称号、中华全国妇女联合会授予展览部“全国巾帼文明岗”称号、上海市文旅局授予“上海市星级美术馆”、获评“新时代文明实践点”、多次入选“全国热门百强美术馆前十”、连年获得“年度最具人气美术馆”“年度最佳美术馆”等。一份份沉甸甸的嘉奖,是 MAP 五年全力以赴的最好回响。

从浦东美术馆到东岸文化
打开更大文化格局

站在五周年的节点,陆家嘴集团成立上海陆家嘴东岸文化发展有限公司,以浦东美术馆为核心运营板块,聚焦文化载体运营、文化活动研策、文化创意发展三大业务。这意味着,浦东美术馆五年来在艺术策展、公众教育、文创开发、国际合作等领域积累的经验 and 能力,正在被系统性地转化为更广泛的文化产业发展动能。

2026 年 4 月,东岸文化出品首个 3 万 -5 万人级大型演艺项目“星花怒放 同忆首歌——前滩群星演唱会”,浦东美术馆特别支持、参与筹划。九组跨代际艺人同台绽放,与同期举行的上海国际花卉节浦东前滩分会场深度联动,构成“听、赏、逛、玩”的一站式春日文化体验——这标志着一个更大的文化生态,开始在浦江东岸萌芽。

以浦东美术馆为专业引擎,东岸文化将进一步联动展览、演艺、公共艺术、节庆活动、创意设计,以及陆家嘴集团乃至浦东全域的文商旅资源,推动文化内容、城市空间与公众生活之间形成更紧密的关系,以文化与艺术点亮城市之美。

5 年前,这里是一张白纸;5 年后,这里是一座花园。从黄浦江畔的第一缕晨光到东墙上最后一抹夕照,浦东美术馆希望证明:一座美术馆可以成为一座城市温柔而有力的文化地标。

晨报记者 舒晓程