



#1

画廊对话录 Dialogue with Gallery

□采访人：朱小钧 Zhu Xiaojun

Huang Liaoyuan: Exposition is the window for communication, thought not a good chance to make money. It has key importance for galleries to take part in expositions.

Lin Zheng: The most important thing at present I think is to promote galleries in all regions and countries. We are trying our best to cooperate with galleries abroad so that more art works can be appreciated.

Li Wenzhi: Gallery is every day a history. Only useful history has values. It's not appropriate either to overestimate or underestimate the value of galleries. Art is not as important as we have expected.

黄燎原：北京现在画廊负责人

尹在甲：阿拉里奥（北京）艺术空间（ARARIO BEIJING）负责人

林正：山艺术北京林正艺术空间负责人

李文子：北京3/4画廊负责人

朱小钧（以下简称“朱”）：近年来，伴随着艺术市场的逐渐升温、艺术运转机制的逐渐完善，中国的艺术空间层出不穷，在众多不同类型的艺术空间中，你的艺术空间定位是什么？

黄燎原：做我认为好的艺术，中国的和世界的。

尹在甲：中国艺术市场这几年变化非常大，以画廊和拍卖行最为活跃，画廊本身工作应该是做好的展览，但是这样做的结果是利益不大。现在大部分画廊属于商业性很强，做第二市场为主，基本没有代理艺术家机制。

我作为画廊的经营者，经济上的压力很大，也想过做第二市场，但是我们至今不这么做，还是看重艺术家的作品和展览的质量，将ARARIO画廊运作为真正的画廊。

林正：我们希望能将诚信及服务放首要的方针内。

李文子：优秀的当代艺术。以女艺术家为主。

朱：你如何定义艺术空间在中国当下的职能和作用？在您看来，在中国当代艺术领域的各个环节中，画廊/艺术空间应该扮演一个什么样的角色？

黄燎原：中介。传播的渠道。做艺术的普及工作。

尹在甲：艺术空间包括画廊、美术馆、非赢利空间等等，现在的情况是，美术馆收藏很少，画廊代理机制不健全，绝大多数是买卖。整个美术市场体系目前也处于一个发展的过程，也是必须经历的混乱阶段。

林正：画廊首要的功能还是教育大众及推广艺术，这不管是不是当代艺术都是画廊需要做的

李文子：艺术普及功能，兼艺术推广责任。画廊在目前的艺术生态中被边缘化了。表面上看，很热闹。艺术作品的成交、艺术拍品的征集，很多是私下完成的。画廊客观上起到了推介艺术家的作用，但没被市场充分承认。理想的艺术生态，画廊应该起到衔接、定价、推优、保真等更多的作用。

朱：你的画廊在研究、展示和推广方面，立足于什么类型的艺术作品？或者说，选择艺术家的标准是什么？

黄燎原：自己的标准——自己的阅读、观看、道听途说和冥想的结果。

尹在甲：我们不仅仅聚焦在中国或亚洲，但是会给亚洲艺术更多的展示空间。中国从80年代以来的阶段出现了很多优秀的艺术家，同时如果策展人对亚洲艺术有好的构思和概念，也有更多研究和展示的机会。

林正：我们画廊对选择艺术家的条件基本上有四项：第一点 要有民族性，一定要能感觉的出来这是这个民族的人创作的作品，中国就看的出是中国，美国就是美国。第二点：一定要有绘画性，能表现出其绘画能力。第三点：要有时代性，作品能表现当下的状况及抓住时代的脉络。第四点：是强烈的个人风格。

李文子：3/4一直以女艺术家为主，种类有油画、国画、版画、雕塑等。我选择艺术家很简单：思想，才貌，时代性，创造力。最重要的是，艺术家的个性。

朱：面对当前中国的艺术机构的行业体制越来越趋向完善，你的经营策略是什么？

黄燎原：专业化和非职业化。

林正：我们希望能尽全力对艺术家及观众提供最完善最高品质的服务及展览。

李文子：未来会更倾向好的艺术。好的艺术，来者不拒；坏的艺术，一个不做。

朱：毋庸置疑，画廊/艺术空间作为一个经营性的机构，商业运作和市场盈利，是你日常工作中重要的环节。但是，作为负责人，你认为在这个过程中，最重要的是什么？

黄燎原：所有的过程一样重要。

林正：我认为最重要的是诚信及品牌形象。

李文子：培养收藏家，建立品牌。

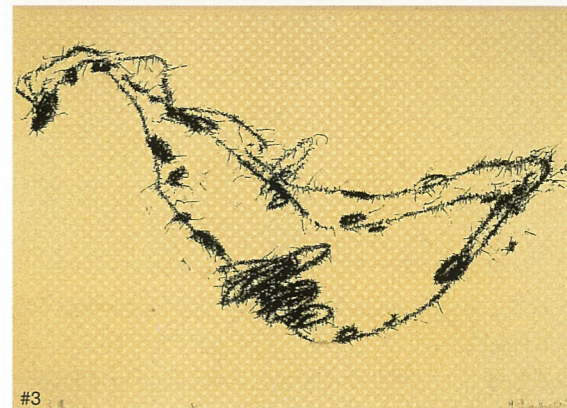
朱：你怎么看待中国的艺术市场？

黄燎原：初级，充满活力。

尹在甲：有一些艺术家认为中国的创作环境好，其



#2



#3

实潜台词是这里有钱，有机会，这种看法和“姚明效果”一样，作品真正的价值反而别忽略，人们只看见了背后的“中国”，所以艺术市场的环境对艺术作品的判断有不好和矛盾的地方。

林正：是全世界最大的艺术市场，而且会带动外国的国家一起来参与。

李文子：乱。无序中还是无序。

朱：上世纪90年代之后，随着中国当代艺术的兴起，艺术机构的职能和身份发生着转换，并越来越趋于多元化。面对这样一个现实情景，你作为一家艺术机构的掌门人，如何看待和应对？

黄燎原：我们才成立3年多，没感到有什么变化。

尹在甲：艺术和资本永远是一对矛盾，文化产业虽然属于创意型产业，但本质上和别的产业并没有不同，这样的矛盾也同样明显，画廊、独立空间、美术馆的身份和职能在中国没有明显的区别，都倾向于商业化。

林正：我觉得不管情况如何变化，艺术机构还是有他教育观众的功能，这是不能或缺的，艺术机构如画廊有推广艺术的必要性，这是其它机构无法替代的，所以我们基本上朝着这个大方向在走才不会走偏。

#1 时光5 布面油画 张发志（图片由北京现在画廊提供）

#2 无题 杨少斌（图片为北京现在画廊“板起面孔”展出作品）

#3 小鸟 草图 叶永青（图片为北京现在画廊“板起面孔”展出作品）



李文子: 适当的变, 应付多变。市场是无情的, 剩不下来就瞎猜。

朱: 作为一家以当代艺术经营为主要任务的艺术机构, 你目前亟待解决和加强的是其中哪几项环节? 您采取了怎样的措施?

黄燎原: 尽量提高自身的素质。在2007年北京现在画廊上海空间开幕后, 今年4月开辟北京草场地新空间。

林正: 我觉得目前对我们画廊而言最首要的是将艺术作更大幅度的推广, 深入到各个地区各个国家, 我们现在极力与国外画廊合作, 让艺术家及机构的藏品能让更多的人欣赏。

李文子: 寻找真正的收藏家。买家未必是收藏家, 本土真正有实力的收藏队伍根本没建起来。措施么, 不告诉你。

朱: 根据你的艺术机构之前做的一些具有品牌效应的活动, 以及今后的经营策略, 您认为这些事件或者经营方向在中国当代艺术生态链中应该起到怎样的作用, 承担怎样的职能?

黄燎原: 我们是中国当代艺术的一部分, 我们因此而感到高兴。我们尽我们的所能推荐好作品。

林正: 我觉得这能让大家互相切磋, 从中找到满意或可改善的部分, 让更多机构及艺术家能表现地更出色。

李文子: 画廊的每一天都是历史。有用的历史才有价值。过高、过低估计画廊的作用都偏颇。艺术没我们想象的那么重要, 做过的活动(或展览)该怎么着就怎么着了。现在定论这些, 尚早。

朱: 如果将艺术机构的展览分为三大类: 自主策划和主办的展览、与其他机构交流或合办的展览、出租场地的展览, 你对这三者有没有一个计划性的分配比例? 你主要的经营来源是哪些?

黄燎原: 我们从来不出租场地, 卖艺不卖身。我们经营自己签约与合作的艺术家。

林正: 我们最主要都是自主策划及主办的展览, 而资金的部分最主要是由艺术基金会提供。

李文子: 做了才知道。其实, 画廊的经营是随机调整的, 取决于资本和某一阶段的方向。3/4不做出租场地的展览, 前两种, 自主展较多。

朱: 你们如何看待艺术博览会? 参加优秀的博览会, 往往会给画廊带来更大利益, 但一些重要的国际性艺术博览会, 对参加的画廊有严苛的标准, 它反过来也在检验画廊本身的学术地位和经济实力, 你怎么看待博览会的影响力? 2008年有参加哪些博览会的计划吗?

黄燎原: 博览会是交流的窗口, 但不是一个好的挣钱机会。参加好的博览会对画廊至关重要。但因为每个博览会的要求和标准不一样, 所达到的效果也不一样, 所以它是一个双向

选择的结果。2008年我们已经参加了西班牙的ARCO博览会, 确定要参加的有CIGE(我们只报名参加了年轻艺术家个展的计划)、巴塞尔艺术博览会和上海当代艺术博览会。其他还在申请或考虑中。

尹在甲: 今年9月份有20多个大型活动, 包括8至9个双年展和三年展, 在亚洲有十多个艺术博览会。今年是双数……亚洲年(单数是欧洲年)。9月的活动如此之多。在亚洲是前所未有的。这是亚洲文化市场和经济繁荣的标志。

每年全世界的艺术博览会总共有将近200个, 这是全球性的问题, 拍卖行与画廊博览会构成了美术市场的大结构。大规模的资本投入到拍卖行中。中小规模的资本投入到画廊博览会中, 从画廊博览会中出来的是价格大多在10万美金左右的作品。

我们今年计划参加几个主要的画廊博览会。如ARCO画廊博览会、艺术北京等。

林正: 好的博览会影响力会很大, 它会引来新的藏家、好国际的机构、好的艺术品, 进而提升整体素质。2008年我们还没有参加博览会的计划, 但会将重心放在798的展览厅上。

李文子: 什么多了都滥。艺术博览会是好平台, 可以更多接触有效客户。但是, 一味把宝押在博览会上, 我不认为可取。尤其国外的展会, 绝对的高门槛。你没十年八年的历史, 或雄厚的实力, 去了不遭罪么。而且, 国外的遴选标准有意识形态的因素(国画廊有几个去的)。我们该做的, 先练内功。

朱: 当代艺术或许从来没有像现在这样火热过, 你怎么看待中国画廊业的前景?

黄燎原: 优胜劣汰, 或者相反。

林正: 经过2005及2006的市场波动, 现在的画廊越来越稳定, 也整体的找出一个方向, 这只是一个起步, 画廊会更成熟、更多元化、前景会更好。

李文子: 三五年迅速洗牌。真正好的, 执着的, 留下; 其余的, 洗洗睡了。

朱: 现在, 你也许每天都会面对很多媒体的采访、报道, 包括大众媒体, 伴随着艺术市场的火爆, 他们的眼光和过去相比, 已经越来越聚焦在中国当代艺术的身上。您怎么看待媒体? 或者说, 做为一个画廊/艺术空间, 您与媒体之间存在互动关系吗?

黄燎原: 媒体很重要, 但过去我们很少主动联络媒体, 希望今年能做得好些。

中国当代艺术领域中, 市场的因素只是其

中一个部分, 文化和历史, 以及真正的文艺批评是最重要的, 专业的艺术媒体应该关心中国的文化、历史以及现代文明, 这是一个不可分割的整体。

林正: 媒体本身的需求其实很简单, 就是一个新闻性, 即可看性, 而当代艺术提供媒体这个点可以让它们尽情的发挥, 虽然我们机构本身还是个相较之下传统的运营方式, 但还是会提供媒体每次都有个可发挥的点。

李文子: 不互动是不可能的, 艺术就是传播。不过, 我对媒体持保留态度——只尊重有价值的媒体。那些想要蹭钱的、蹭了又写不出好文章的, 玩去。

朱: 和过去相比, 你认为艺术的购买群体有没有发生变化? 而艺术藏家的收藏评为是否也有某种改变?

黄燎原: 我们的客户日趋国际化, 不是中国藏家在减少, 而是海外藏家增长更快。藏家的品味看不出太大变化。

林正: 基本上还是没有太大的改变, 投机的族群还是会投机, 而这几年的艺术市场波动只是让更多藏家更确定自己所要收藏的方向。

李文子: 有改变。买家不都老外了, 炒家更多。而且, 版画、摄影相较以前, 也更多被接受了。

朱: 作为艺术品流通的中间环节, 你或许是与艺术家打交道最多的一群, 对于合作的艺术家, 你通常都用哪几种模式? 伴随年轻艺术家的逐渐进入我们的视野, 你对他们在于画廊的合作、参与市场的各个环节中, 有什么建议或者提醒?

黄燎原: 签约与展览合作。我还想让年轻艺术家给我建议呢!

林正: 尽量替对方着想、互相尊重、互相信任。

李文子: 3/4模式两种, 代理或签约。前者比重更大些。说到对(年轻)艺术家的建议, 我只一句: 沉住气。如果你想挣钱, 那没的说(我不合作); 如果你想把艺术当作终身职业或事业, 一定、一定要耐住寂寞。多看书, 多思考, 适当社交, 多多画画。

朱: 最初是什么促使你开始从事画廊/艺术空间这一职业的?

黄燎原: 因为有很多艺术界的朋友。换一种职业。

林正: 在一个很突然的情况下来到中国, 发现到这个还未开发的领域, 但中国的进步太快, 学习太快, 还不到两年的时间这个领域就是个已开发而且过度开发的领域。

李文子: 艺术对我来说, 是救赎。它是我生活的一部分。除了热爱, 无它。

朱: 你是否关注国外的其他艺术机构? 中国的画廊/艺术空间因文化、地域、政治或者经济背景的不同, 是否存在某些特定的因素? 你怎么看待彼此间的差异?

黄燎原: 我们和很多国外的画廊有相对稳定的合作。中国画廊和艺术家沾了祖国富强的光。我们仍需努力!

林正: 文化的差异一定是会有, 这也强烈地影响藏家的收藏方向, 中国的藏家会买中国的艺术品, 但不一定会买印度的或澳洲的艺术, 因为对当地的艺术并不太了



解, 这对欧美的藏家也是同样情况, 面对同样金额的作品, 欧美藏家通常会事先考虑自己熟悉的艺术品, 而不会选择中国的艺术品。

李文子: 差异大了去了。老百姓不买帐, 艺术没有土壤; 买家多投机, 市场起伏起伏。说白了, 还是没钱。没钱, 艺短。艺短, 短视。没办法, 这是国家的事。也许, 过20年, 艺术才有正经的名分(现在还是不正经)。国画和当代艺术一样的价格, 一样的份额, 一样的受欢迎。中国画廊不应该做老外的催贝儿, 应该做自家文化的推销员。当然, 我不排斥艺术交流。

#1 Fast_Forward 丙烯 杨识宏(图片为北京现在画廊“气韵”展出作品)
#2 无题 图片 曾浩(图片为北京现在画廊“板起面孔”展出作品)