

■艺术市场“生产链”大调查之四

上海证大将在产业链的各个环节上出击

——访上海证大现代艺术馆馆长沈其斌

◎本报记者 邱家和

美术馆因其公共性与学术性,在公众的心目中自然有其特殊的地位,它代表着专业和权威。而从艺术“生产链”的角度,它的作用更特殊。正

如上海证大现代艺术馆馆长沈其斌所指出的,艺术馆承担学术引领的功能,做艺术创作的学术梳理、引导、沉淀与推动工作,是整个产业链的龙头,足以带动艺术家、画廊和拍卖行的方向。正是由于美术馆的这种特殊

地位,他表示,上海证大现代艺术馆将在产业链的各个环节上出击。

艺术银行要转型

艺术银行,是上海证大现代艺术馆的一大特色。艺术银行,是近年来在国际上出现的一种艺术品经营方式,主办方一方面大量收购艺术家的作品,一方面则为大公司、公共空间乃至私人客户提供艺术品租赁乃至交易服务。上海证大的艺术银行,则是为了扶持年轻艺术家。他们开辟专设的艺术银行空间,免费提供给中外年轻艺术家作小型的艺术家个案(或组合)作品呈现,以此来支持艺术家在影像、装置、绘画、摄影、音乐、戏剧、电影、文学等多种艺术形式中的实验、先锋性的探索性活动,试图为中外年轻艺术家成长提供平台。同时,他们通过对这些作品的收购、交流和展出,对优秀的年轻艺术家和作品进行储备,让更多的民众欣赏到这些作品。这些又使这些作品不断升值,使“艺术银行”获得投资收益。经过多年的经营,证大的艺术银行已经举办过一些比较有影响的展览,推出了一些年轻的艺术家,储备了一部分当代艺术作品。

沈其斌指出,由于艺术馆的学术事业需要经费,在办好艺术馆的同时他们还成立了文化公司,从事经营活动,做艺术品买卖创造营业收入来养学术。文化公司会介入画廊业务,那就是他们已经做的艺术银行:发现年轻艺术家,对他们做学术定位,做市场推广,做他们的作品的买卖、租赁。沈其斌表示,由于全球金融危机带来了证大集团对艺术馆拨款的影响,艺术银行正面临转型,过去是扶持艺术家的公益性的事业,今后将变成经营性的实体。

已经介入低端市场

他介绍,目前文化公司已经介入了艺术品的低端市场,那就是外国美术馆普遍从事的限量版艺术复制品的制作与销售,以及无限量复制、文化衫等特定艺术纪念品的制作和销售。那就是所谓如艺术延伸产品的开发:如与艺术家、设计师、陶艺家合作,定制艺术礼品,面向社会大众进行销售与推广。目前属于限量复制的,已经开发了如何成瑶的人体雕塑、张建君的假山石、金锋的“过手”、吴高钟的翅膀等限量版的雕塑。还制作了不少将特定的艺术图案印

制在文化衫、文具与日用品上的延伸产品。

他表示,他们在艺术品的限量复制领域,还会涉足版画、陶瓷等艺术样式。他们未来经营的限量复制艺术,将既有现当代艺术家的创作,也有传统的艺术作品;除了油画雕塑外,也会涉及中国书画、工艺品与历代文物等。

还会介入产业链的各个环节

沈其斌还进一步透露,艺术银行涉及的还只是一级市场。艺术公司也会参与二级市场拍卖,具体的做法是与拍卖公司合作,甚至组建拍卖公司。他还解释,未来他们要开辟的拍卖业务,将不限于当代艺术,而是会介入传统艺术,包括传统的油画雕塑,乃至中国传统的书画、古玩以及中国陶瓷、古家具等。

他还说,文化公司将在整个产业链的各个环节全方位介入,他们将涉及的领域,还包括艺术基金。目前私募基金已在着手筹建,最近受到金融危机的影响而节奏有所放缓。同时,还在与银行接触,洽谈做阳光基金。此外,他们还有做艺术媒体的计划,那就是办专业杂志、做网站。

学术本体也现商机



根据何成瑶的人体雕塑制作的限量复制品



OCT外景



OCT外景



OCT内景



多伦5周年宣传海报

陈九:带着镣铐跳舞

——上海多伦现代美术馆艺术总监陈九专访

◎本报记者 邱家和

12月28日,是上海多伦现代美术馆建馆5周年的好日子。5年来,中国艺术市场上的当代艺术,经历了由小到大迅速勃兴,再由盛而衰迅速滑落的一个轮回。伴随着这个轮回,上海多伦现代美术馆在中国当代艺术上建立了超出上海、全国、蜚声海内外的影响。为此,记者对上海多伦现代美术馆艺术总监陈九作了专访。

从菜场变为现代艺术馆

美术馆坐落在上海东北市区的虹口著名的文化街多伦路。当年参与多伦路文化街改造的陈九还记得,美术馆的建筑当年的规划用途是菜场,由于原文化局局长张永林对当代艺术的敏感,以及对多伦路文化街的传承的城市文脉的把握,才拍板将其改造成专做当代艺术的美术馆。形成了目前多伦美术馆由政府投资建馆,靠社会力量办馆的特殊体制。陈九作为美术馆

的法人代表负起了办馆的责任。

他透露,当时美术馆没有专业人才,政府只提供基本的人员开支,展览经费等却只能靠社会筹集。而当代艺术的展览,从架上艺术走到装置、影像、新媒体等,对空间和展览效果要求高,经费大,难度可想而知。好在政府对美术馆很支持,许多艺术家、策展人也都积极参与,不管是馆里的员工,还是体制外加盟的专家,如顾振清、沈其斌、王南溟、金锋、比利安娜、朱其等,都作了很大的贡献。还有各国驻沪领事馆也提供了宝贵的支持,可谓众人拾柴火焰高,美术馆得到许多意外的收获,在社会办馆上积累了一些成功的经验。

“以展养展”筹集社会资金

陈九表示,美术馆用于展览的专项经费很有限,主要靠3方面:一、艺术家支持办展经费;二、美术馆适当补贴原创展览、学术展览;三、与画廊、机构合作办展,如与上海香格纳画廊合作等。其中,支持原创展览、学术展览的经费,向政府申请的专项经费占一半,另一半要向社会筹集。尽管如此,他们还是办了一些重要的展览,比如开幕展“打开天空”等。此外,在条件简陋,经费拮据的情况下,他们还办了一些重要的讲座,请栗宪庭、贾樟柯等名家来讲当代艺术。还包括国外的专家,如荷兰的影像30年等。

据陈九介绍,有的展览得到了赞助,赞助商包括广告公司、物流公司等。此

外,与机构办一些特殊的展览,如国际设计展,还有美国《国家地理》杂志的摄影展等,既有很好的社会效益,也有经济效益。还包括一些大型服务业公司的产品发布会。这些收入就可以支持原创展览与学术展览,由此来达到场租收入与学术展贴钱平衡。

人才、经费遭遇体制瓶颈

陈九还说,他们给艺术家办展是支持艺术家,不收费,艺术家则向美术馆捐赠艺术品。这样,美术馆与艺术家的合作就比较单纯,市场的起伏对多伦的影响也不大。美术馆的学术立场很重要,对艺术家有选择,和市场保持距离,保证了多伦的学术特色。同时,美术馆虽然没有典藏经费,但也有近百件当代艺术作品的典藏。此外,美术馆也有一部分配套的服务,如书店、艺术延伸产品开发、广告等,但因为是公立美术馆,还是强调公益性,如书店主要是艺术类的专业书籍,没有市场上的畅销书。

陈九指出,美术馆作为政府的公共平台,有体制内所固有的机制问题,人才的瓶颈较突出,包括编制与经费的限制,对专业人员的吸引力不足。同时,多种体制的混合管理,也存在困难的地方。尽管如此,近3年来美术馆还是培养出了一批较好的年轻人,有一支不同体制的人员组成的比较整齐的新方阵,互补性较强。

他表示,如何突破这些瓶颈,让多伦在今后更上层楼,是他们正面对的新课题。

在商业与学术间施展「杠杆」作用

◎本报记者 杨琳

面对经济危机,“现金为王”的道理再度放大。而缺钱这个问题一直是中国的美术馆建设面对的头号难题,此时对于那些资金来源过于单一或者不稳定的美术馆来说显得更为严峻。那么美术馆经营者们如何稳定资金链的来源?如何在学术性和商业性之间取得平衡?这些问题再次被提上议程。

美术馆属于文化产业链中的一个特殊环节,但正如著名艺术评论家、策展人陆蓉之所说的,要做美术馆首先就要认知其本质,即必须是非营利的公益性艺术机构。而要做到这两点,稳定和充足的运营资金来源是美术馆能得以维持并坚持其学术性的唯一出路。对此,陆蓉之表示,这么多年看下来,中国官方美术馆在体制制约和资金紧张中所做到的平衡非常好。广州的广东美术馆、北京的中国美术馆以及上海的上海美术馆等体制内美术馆都能在完成国家和社会赋予的使命的同时,又能举办出优秀的国际性的大型展览。这是他们寻找资金出路和学术坚持中取得平衡的很好的经验。

她认为,中国的这些地方美术馆在运作上已经越来越成熟,学术上更是很努力。在经济危机中,中国地方美术馆以及非官方的美术馆相对受到的影响最小。这是具有中国特色的美术馆运营模式,其他国家都无法复制。

而在经历了十多年的民营资本介入中国美术馆建设的历程中,各类民营美术馆针对中国本土的特殊国情,再结合西方成熟美术馆的建设机制,也逐渐形成了具有自身特色的筹资方式和运作经验。尤其是在在自组产业收入过程中也具有了不同以往的格局。这个时候,本报与多家美术馆馆长人物进行访谈,他们对于各自不同的资金来源结构和目前或者未来正在以及准备实施的调整方案和举措进行了剖析。

◎本报记者 杨琳

除了今日美术馆这种商业与学术并行,不依赖于投资集团资金而靠自筹和自营的方式以外,同样具有半官半民性质的深圳 OCT 当代艺术中心则是走的另外一条路。

虽然今日美术馆成立于2002年,要早于深圳 OCT 当代艺术中心,但是从真正意义上讲,今日美术馆改制于2006年年底,因此2005年成立的 OCT 当代艺术中心是中国最早的官办民营性质的美术馆。OCT 当代艺术中心主任黄专告诉记者,OCT 当代艺术中心在行政上直属何香凝美术馆,艺术中心的工作人员除外聘人员外,其他工作人员都是国家事业编制,活动、行政安排都由何香凝美术馆审批。而且何香凝美术馆一样,两家美术馆都隶属于国务院侨办,不过 OCT 当代艺术中心的运营资金却完全由国务院侨办下面的国有控股企业深圳华侨城提供。整个 OCT 当代艺术中心的运作是完全独立的,展览对象和学术研究只针对当代艺术。

黄专告诉记者,OCT 当代艺术中心非常幸运,一方面,从资金上 OCT 本体不担心,每年500万元的运营资金完全由华侨城全资提供,而且在资金使用上也不受干预;另一方面,从展览内容和项目方式上何香凝美术馆也给予 OCT

很大的自由度,不给予过多体制内的限制。因此,黄专表示,OCT 就像是寄生在牛身上的牛虻。而且具有“独立艺术”的代名词的称号:独立于主流色彩,独立于商业艺术,独立于西方标准。

因此,OCT 本体没有任何产业经营,仅仅9个人的工作团队也从涉足商业性事物运作。华侨城旗下的其他文化产业,如华侨城创意园区等都是由华侨城自己去经营策划的,与 OCT 完全分开。OCT 本体场地从不出租,展览都是自己策划,艺术家展览后也不留任何作品,除非是艺术家或者其他机构的捐赠,OCT 完全是不图回报的国际性艺术空间。不过,OCT 也会接受一些社会赞助,有的针对展览项目,有的针对艺术家,有的则赞助展览画册等等。另外,OCT 每年都会为5位海外艺术家提供驻场创作的工作室项目,同样也是没有任何商业性回报的。OCT 或者华侨城不会提出留下艺术家作品的要求,除非是艺术家自愿捐赠。黄专表示,从美术馆应该具有的几大功能中,OCT 最为重视的就是展览项目的策划、举办以及与展览相关的学术研究、出版和教育推广。至于收藏,由于资金有限,几乎不做,除非是捐赠性质的。

不过,黄专透露,目前 OCT 在围绕自身的重要展览项目、中国当代历史上重要艺术家以及当代艺术年鉴等方面的研究和出版取得了非常不错的成绩,例

如,岭南美术出版社与他们合作出版的中英对译版《文化翻译:谷文达 < 碑林-唐涛后著 >》(2005年出版)、《创造历史:中国20世纪80年代现代艺术纪念展》(2006年出版)以及2007年出版的中国当代艺术展览丛书《气韵:中国抽象艺术国际巡回展》、《点穴:隋建国的艺术》以及今年出版的《剧场:汪建伟的艺术》、《视觉政治学:另一个王广义》和《张培力艺术工作手册》。另外他们还与北京大学中国现代艺术档案、何香凝美术馆以及芝加哥大学东亚艺术中心三家共同合作编著了《中国当代艺术年鉴(2005)》。目前正在编辑的还是与岭南美术出版社合作的《国家遗产》文献集,将于2009年出版。

黄专指出,以上这些出版中有些版权属于 OCT,OCT 只是参与编辑,但找上门合作的机构已经逐渐增多。现在美国 MOMA 也正在和他们沟通合作编著关于中国当代艺术 80 年代以来的档案文献集,此外,OCT 自己拥有版权的关于隋建国、汪建伟、王广义和张培力 4 位艺术家的中国当代艺术展览丛书也吸引了某些国外机构,希望购买他们的中文版权编著成英文版。一旦这样的学术权威和品牌树立,出版上就会有收入,黄专表示,那么这些收入就会成为 OCT 的注入资金。由此,学术本体产生的无形资产和收益也由此出现。

今日美术馆形成独特的资金链

——北京今日美术馆馆长张子康谈美术馆资金链

◎本报记者 杨琳

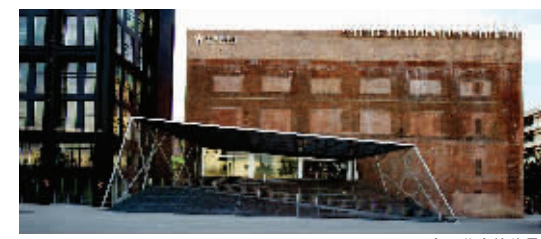
谈到中国的美术馆建设,尤其是谈到近年来民营美术馆如雨后春笋般涌现的现状时,北京今日美术馆无论是从规模还是从运营方式看,都是不得不提的典型例子。

2006年年底,原本由今典集团完全控股的北京今日美术馆成功转型,从今典集团的文化产业中完全剥离出来,成为在民政部门正式注册的民办非企业单位的公益性质的美术馆。如此,今日美术馆才从2002年之初的艺术品经营机构转变成真由国家承认的公益性的美术馆。今日美术馆副馆长杨楠指出,民政部门这样的上级业务主管单位对今日美术馆的展览内容具有指导性,同时也对美术馆有税收优惠并在资金使用上进行监督。

美术馆馆长张子康告诉记者,民营美术馆仅仅依靠背后的房地产公司的资金支持是不行的,不可能持续长远地发展。目前今日美术馆分为商业和学术两块,分得非常清楚。学术性的展览活动和商业经营形成良性互动,商业上完全是出于为美术馆注入资金,完全以产业化、市场化的方式来运作。他表示,美术馆要想完全达到理想中的学术性、公益性,就必须有非常科学化、合理化、稳定性强、风险系数低的资金链组合。这样才能抵御当前的全球性经济危机。所以在资金运作上今日美术馆更注重自身发展,独立运作。今日美术馆建立了本体内的艺术研究与传播窗口,还注重整合有效的艺术资源如成立了艺术资讯中心、图书编辑部、影像中心,而今典集团文化公司运作的出版社发行、网站、拍卖公司、画廊等综合艺术产业实体则与美术馆无关。

这两年,今日美术馆已经在摸索中走出了自己的方式,尤其在资金链的组建上已经逐渐走向多元化、社会化和稳定化。一方面有来自国家的政策扶持,税收优惠,有时候甚至还会有专项的资金(一次几十万不等);另一方面则来自于美术馆自筹,包括基金会资金,社会资助资金以及美术馆的门票、会员卡收入,咖啡屋、书店以及刚刚建立的艺术礼品店等商业性收入。其中,社会赞助占据整个资金链中的大部分,会员卡收入在不断上升,书店和礼品店经营不到一年时间就有了很大的发展空间。他表示,他们还需要不断拓展资金链,将风险降到最低。他特别强调了后期会在艺术衍生品开发和礼品店的运营上天下功夫,降低赞助资金的比例。他还认为,礼品店有三大功能:第一,有利于美术馆的学术推广,没有复制品的艺术推广是有限的;第二,可以为美术馆公益性项目注入资金;第三,还可以为美术馆赢得观众,扩大美术馆的影响力。

2008年初,为了美术馆有长期的资金保证,张宝全又酝酿了第二次改制,实行美术馆所有权股份化,吸引4到5家中国大企业参与,每家持有一定的股份,让这些企业作为美术馆的长期赞助人,把今日美术馆的产权社会化,寻求美术馆机制的新突破。另外理事会机制也已启动。张子康告诉记者,目前理事会成员名单已经初步拟定。张子康表示,美术馆除了建立自己的学术体系,获得资金支持外,管理模式也相当重要,在未来运营中将结合西方美术馆用人理财的经验,按照现代企业管理制度不断探索和提高今日美术馆的管理水平。



今日美术馆外景