

上海电子艺术节步入公司化运作



◎本报记者 杨琳

已经连续举办2届的大型艺术文化公益项目——上海电子艺术节(eARTS)在今年9月即将迎来其第三届的开幕。据主办方透露,本届规模与前两届相比有所缩小,不过却将给观众留下更深的感悟和记忆。上海电子艺术节执行总监、上海电子艺术发展有限公司总经理周英姿还透露,电子艺术节将从本届开始实施公司化运作。

用小钱办大事

她表示,尽管由于资金困难而缩小了本届艺术节规模;另一方面,这也让他们想到了如何用小钱办大事,这对他们整个团队向商业角色的转变具有提升意义。她介绍,09上海电子艺术节将由3个单体项目组成,包括“新媒体考古—学术研究项目”、“eARTS BEYOND—国际画廊新媒体艺术邀请展”和“完美幻觉—中国比利时新媒体艺术交流展”。这3个项目完全以学术整理和交流论坛的方式展开。策展人李振华

将在“新媒体考古”项目中以国际间代表性机构的文献为线索,对新媒体艺术的历史发展做一番系统性的回顾与反思。周英姿说:“这3个项目的功能都是在收集,而不是像往届那样的纯粹艺术展示。我们希望把‘新媒体考古’作为一种思考的方式很好地持续下去。另外,本届我们还会做一些资料的出版,让有些东西能够沉淀下来。”

她指出,规模缩小的原因,一方面,本届电子艺术节的重点是把第一年和第二年的内容进行整理和思考;另一方面,无论是作为电子艺术节的策划者、筹备者,还是创作者——即艺术家本身,都需要酝酿期。“而每年大规模地举办电子艺术节,让所有人都变得无法喘息,所以,节奏放慢是必要的。”周英姿说。

电子艺术节公司化运作

周英姿透露:“从本届开始,电子艺术节将以‘小年’和‘大年’交错的方式举办。小年’是指规模小,内容大。每个‘小年’都是对前一年内容的梳理、教育和交

流,同时也是为了给第二年更大的展示做收集和寻找。”

另外,她还抛出了一个非常值得关注的话题:即从今年开始,电子艺术节将进行公司化运作。她透露,他们将以成立子公司的方式去经营和操作艺术节,目前已进入细节讨论,估计未来1-2个月内会完成。然而,她也强调:“即便是公司化运作,也是全权受我们刚于2009年年初成立的上海电子艺术发展有限公司的授权运作和监管。”她指出,这样做能够让实际运作者更加能动地去募集商业赞助资金,为电子艺术节的资金来源进行补充。其次,也有利于电子艺术节目前正在探讨的拓展方案:第一,艺术节正在思索走出上海,拓展到其他城市去,以咨询、服务购买或者全权协助策划等方式去运作;第二,艺术节将开始不遗余力地去推动好的多媒体艺术作品进入市场。

基地运作与艺术节属平行关系

目前,在eARTS的网页上,不难发现除了有“上海电子艺术发展有限公司”这个大的母体之外,已经有E-LIVING HUB跨界产品体验营销中心、eARTS基地、策划公司、展览公司以及物业公司等几大块相继出现。周英姿告诉记者,这几大块虽然都是因电子艺术节的创办而延伸出来的,但是现在都由上海电子艺术发展有限公司这个未来可能形成的集团公司统一管理。从管理层面上看,这几大块是与电子艺术节完全平行的。

她指出,eARTS目前拥有12000平方米面积的基地,也是由上海电子艺术发展有限公司直接管理运作,主要还是以基地空间出租为主要模式。一幢楼的空间用来出租给相关设计、策划公司,另一幢楼则是用于艺术驻村、艺术教育以及新闻发布、新产品发布等场地出租。周英姿说:“这里要说明的是,我们不是要靠出租来赢最大的利,只是希望出租能把基地运营成本打平。接下来,我们也会开始考虑扩大基地的规模。”

◎本报记者 杨琳

5月20日,全国首家E-LIVING HUB跨界产品体验营销中心在上海电子艺术创意产业基地隆重开幕。大约1000多平方米的展厅里,陈列着几十件以现代民用多媒体技术加上艺术的思维模式制造出来的多媒体现代产品,包括电子桌、电子柜、电子立牌等,电子艺术作品成为日常生活办公品。该营销中心由今年2月刚刚成立的上海电子艺术发展有限公司经营。原上海电子艺术节总策展人、现上海电子艺术发展有限公司总经理周英姿表示,这是电子艺术节公益性与艺术性的延伸,将电子艺术产品化是他们一直在思考的问题,其目标就是朝着商业和市场去的。

商业学术两条腿走路

她说,商业和学术两条腿走路是他们在举办电子艺术节过程中一直在思考的模式。“从一开始我们就明白,电子艺术本身一定不是曲高和寡、自娱自乐的,其技术一定会是被大众所应用的。”周英姿说:“其实我们一直在创造的并不能说是电子艺术,准确地说应该是科技艺术。而电子艺术节一直都在讲求科技艺术作品的展示,正确而言是一种从概念到艺术呈现的过程或者行为。然而,这些过程都是暂时性的,留在人们脑海中有可能是永久的,但不是物质实体。一个新的事物从诞生到被社会所广泛认知,其实是非常需要物质的呈现的,而且需要在不断积累后达到量化。艺术也一样,从某种意义上讲,是需要量化的。”

周英姿指出,营销中心这个物理空间是供人们来体验、购买的。有了这么一个平台和空间,才让人有一个承载想象的地方。很多行为其实也是发生在展厅之外的。例如,产品租赁,而且租赁不仅限于上海;另外还有大型工程项目的接洽等。

对于营利后的打算,她告诉记者:“我

们相信后半年这个板块的业务会不少,营利也会不小。如果有收益,首先要解决的当然是成本开销和市场打造,另外人力的扩张、后期运作以及研发资金也是重头。这里所说的人力扩张,是指寻找由几个人构成的小型科技企业,我们出资对他们进行改良和优化,然后将他们吸纳进来。”

脑力也可以持续销售

原张江超艺多媒体系统总经理胡俊介绍,“超艺”从1996年诞生至今已有了15年的积累。他告诉记者,在与eARTS合作之前他们就关注过电子艺术节,从第一届就开始了,而且每届都看。他说,艺术节上的作品与商业产品是不一样的,艺术节上呈现的还是艺术,而“超艺”创造的则是一种工具、一种载体,不过其中可以承载艺术。就像IPHONE一样,有艺术性也有使用性,但实用是主体。他认为,艺术往往是可缺也是不可或缺的,艺术起到的是一种引领,它是一种文化现象。往往是在有了艺术的想法或者思维的时候,就会落地到技术的支撑,两者一结合就是称其为界面化生存。也就会产生一大批趋之若鹜的客户。所以,艺术与技术是不可分割的。在这里,要解决的只是孰重孰轻的问题。

他告诉记者,“超艺”能够像现在一样把艺术融入到技术里,并形成产品,整整花了7年时间。他说:“如果说我们2002年之前一直是在卖脑力,而且还是一种唯一性的消费的话,那么2003年我们开始意识到艺术也要量化的概念。”

他说:“脑力并不一定要体现为唯一性。脑力也可以让很多人去消费。‘苹果’就是最好的例子,PC是脑力,微软也是最好的脑力,但她却是持续出售。所以,脑力与持续销售是不冲突的。关键是如何把东西量化。艺术是可以量化的。只不过要找到正确的定位。我们的定位是很简单:就是应用艺术。”

对于上海电子艺术发展有限公司总经理周英姿和原张江超艺多媒体系统有限公司总经理胡俊而言,营销中心只是踏出商业运营的第一步,更大的理想其实是创建一个类似美国麻省理工学院媒体实验室(MIT Media Lab)的电子艺术实验室。

◎本报记者 杨琳

目前,双方的合作方式是怎样的?

周英姿:正确地说,双方正处于合作关系的过程当中,最先完成的就是创建了营销中心展厅。我们提供场地和部分设备,“超艺”(原张江超艺多媒体系统有限公司)也拿进来一些设备和物质赞助,形成一个躯壳。而且这个躯壳本身是互相分享的。从标识上就可以看出整个展厅内容是属于双方共有的。未来我们一定会完成一个美好的合并。但是我现在不愿意用传统的商业模式去讲我们会是哪一类的合并,因为做这一行,哪怕是商业模式也是有创意的。

胡俊:目前我们一起有一个“上海合艺实业有限公司”,该公司单独于电子艺术节之外,是单独为营销中心和跨界产品成立的商业运作公司。再好的技术,再好的创新产品,它总需要市场的孵化。所以需要有一个正规的销售和商业模式。不过,这块是原来张江超艺与生欠缺的。与eARTS合作正好可以弥补我们的不足。

你们前面提到,日后更大的理想是建立电子艺术实验室?

胡俊:对。我们的目标不仅限于商业,而是一个实验室。一个中国的麻省理工媒体实验室,一个很尖端,同时又要引领一种风尚的实验室。我们不求数字,而是引领世界互动。

周英姿:是的,我们可以通过目前的资源来谋划这个实验室,它将成为大家强大的后方资源。

你们会在实验室上采取怎样的方式合作呢?

周英姿:合作方式或许是松散的,但是我们期待一种有成果的合作方式。我们也很想参照麻省理工的运作模式去做。例如,可以吸纳到国际大公司,如IBM、思科、微软这样的不同企业向实验室投入不同的资金。但是这些企业不会要求成果如何,正如他们不会约束艺术家的成果一样。实验室需要向他们每年定期做汇报。如果想法与赞助企业有出入,那么企业市场开发人员就可以有正当的理由参与到实验室的研发工作中来。

实验室的性质会是怎样的呢?

周英姿:实验室本身是研发性的机构,参与其中的合作机构和运作的项目可能带有商业性。

eARTS在实验室项目上,会有怎样的资源带入?

周英姿:艺术家和合作机构。他们帮助实验室直接引入思想、创意和资金资源等。同时,也会带入项目制运作等操作模式。

目前eARTS这个LOGO下已涵盖了很多内容,它不仅仅代表“电子艺术节”,对吗?

周英姿:是的,这里eARTS并不等于“电子艺术节”,而是包含了很多项目。准确而言,电子艺术节是个独立块面,其运作和诉求的方向更偏向纯艺术。不过将来,我们会在其他块面中体现更前端的技术如何能与艺术结合的成果。电子艺术节的发身来源于公益项目,所以我们的责任更重大。目前艺术节是由专业独立策展人进行国内、国外的嫁接,除了能减少我们内部人员的消耗之外,还能节省下成本来请专业人士来运作这样一个平台。我们希望运作机制越来越多,并让每一位成员对号入座,在一个相对稳定的游戏规则里活动。这是一种形态,更是一种模式。



全国首个跨界产品营销中心打开电子艺术全新商业之路

创建电子艺术实验室是我们的理想