

Art value

资本涌入美术馆：繁荣与乱象背后的冷思考

艺术市场走牛,民营资本纷纷介入,推动了一轮美术馆热。画廊改头换面成了美术馆,房地产楼盘的艺术会所成了美术馆……是繁荣还是乱象?美术馆热的背后,到底有哪些推手?遍地开花的美术馆是否符合国际规则?怎样才能保障美术馆健康又繁荣,投资热后的冷思考显得很有必要。

◎本报记者 邱家和 杨琳

2003年下半年,中国艺术品市场启动后,各种名目的美术馆丛生,成为艺术界一大现象。画家聚居地宋庄,就一下子涌现出来8家民营美术馆。媒体曾报道,仅南京市就有30多家“美术馆”。

“美术馆热”的繁荣与乱象

以2003年下半年中国艺术品市场价格飙升为导火线,近年来中国出现了一股艺术馆场热,而这两年中国当代艺术的火爆,更是将其中的“美术馆热”带到了高潮。

在北京郊区知名的画家聚居地宋庄,这样一个乡级行政单位下的村庄,就一下子涌现出来8家民营美术馆。2007年7月30日,四川都江堰市政府划拨110亩土地修建的“青城山中国当代美术馆群”举行建设签约仪式,这个由中心美术馆、8所私人美术馆和一个艺术研究所组成的中国当代美术馆群将于2008年落成。张晓刚、周春芽、何多苓、王广义、方力钧、岳敏君、张培力、吴山专等8位当今国内外知名的艺术家将成为这8所私人美术馆主人并以他们的名字命名。

2007年11月5日,落户北京798艺术园区的尤伦斯当代艺术中心的开幕展向公众开放,这个由比利时尤伦斯基金会支持的中心,被业界人士认为树立了中国美术馆运作的新标杆。

参与这股热潮的,既有业界的艺术品交易商、收藏家,也有从事房地产、金融业的大鳄,各路资本都瞄上了艺术品收藏、博物馆美术馆以及文化创意产业。伴随这股“美术馆热”的也有诸多乱象:不少人将画廊改头换面,也有的把私人藏品包装一番,纷纷办起了美术馆、博物馆、艺术馆、艺术中心;而许多房地产开发商也以建画家村、艺术中心、美术馆乃至文化商业区为名圈地造房。记者在采访南京四方现代艺术馆馆长李小时,他就提到,《扬子晚报》曾经报道仅南京市就拥有30多家“美术馆”,他戏言:“也许路边一个卖艺术品的小店面都起‘美术馆’这个名字了。”

如何看待这股美术馆热?刚刚去参加了“釜山美术馆10周年亚洲美术馆论坛”的著名策展人、深圳OCT展览主任黄专告诉记者,“中国的私立美术馆建设热潮可以说经历了3个阶段:第一阶段是上个世纪90年代末期,可谓私立美术馆建设的试验

期;陈家刚的成都上河美术馆、沈阳的东宇美术馆;第二阶段是在进入21世纪后,随着中国经济的发展、艺术市场的繁荣,由大企业、大集团投资建设建设的北京今日美术馆、犀锐艺术中心、上海当代艺术馆、上海证大现代艺术馆、南京四方当代美术馆以及以个人出资兴建的湖南谭国斌美术馆等纷纷落成;到眼下这已是第三波热潮了。”

短短10年的历史,居然连续出现了三波美术馆的投资热,尤其是第二波和第三波之间,几乎没有什么间隔。更令人瞩目的是,除了第二波出现的北京今日美术馆、上海证大现代艺术馆与上海当代艺术馆、深圳OCT当代艺术中心等少数机构已站稳脚跟之外,许多美术馆曾名噪一时,但都没有逃脱纷纷“陨落”的命运;有的虽然还在苟延残喘,实际上却已名存实亡。



喜马拉雅中心效果图



美术馆的另类模式

有趣的是,在第三波热中,我们还可以看到另一种模式,那就是与传统体制不同的政府参与、企业买单模式,其中最具有代表性的就是上海的张江当代艺术馆正在尝试的做法。

据张江当代艺术馆馆长李旭介绍,张江是全国最大的科技园区,最近几年正在往创意产业园区转型。由园区创建的张江当代艺术馆,其营运资金由一个园区、吸引了许多国内外著名当代艺术家的踊跃参与。

其实张江的做法早有先例,那就是在第二波热潮中涌现的深圳OCT当代艺术中心。黄专告诉记者,“2005年成立的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、行政安排还是由何香

美术馆审批,同何香凝美术馆一样隶属于国务院侨办,但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。因此,整个OCAAT当代艺术中心的运作却是完全独立的,而且只做当代艺术。中心每年只有几百万运营费用,但是从不出租场地,艺术家展览后也不留任何作品,是完全不图回报的国际艺术中心;而且展览都是自己策划。黄专认为,“其实OCT模式与国外基金会投资一个艺术项目的性质是一样的。”

目前,张江艺术馆运营了一年,李旭的总结是,通过一系列的当代艺术家的个案,艺术馆的名声在专业界比较响亮,被称为艺术界的“主场”。李旭表示,我们的想法就是借此积累经验,使之成为艺术中心。黄专告诉记者,“2005年成立的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、行政安排还是由何香

美术馆不是靠钱就能烧出来的

显然,虽然连续三波美术馆热热赴后继,诸多民营美术馆昙花一现的命运说明,美术馆的建设与发展有其自身的规律,不是靠钱就能烧出来的。不过,值得注意的是,第三波美术馆热中涌现了一些正在建设中的特殊案例,以上海证大集团建设的喜马拉雅中心为例,预计2009年圣诞节建成后,将把已在运营的证大现代艺术馆迁入其中,而喜马拉雅中心本身,则是紧邻上海浦东国际会议中心的一个集五星级艺术酒店、大型秀场、商业、办公楼与餐饮业于一体的综合性楼盘。

作为喜马拉雅中心的投资者,上海证大集团总裁戴志康说,“我最初的想法就是想做一个公共的文化机构,而不是一个收藏艺术品的展览空间。”他的想法形成于2001年,所以在浦东大博指广场兴建的时候就开始实施,才有了2005年建成的上海证大现代艺术馆。这是为喜马拉雅中心的模式作准备,也是在为美术馆储备一个专业团队。

戴志康告诉记者,“如果企业将收益服务于整个社区、整个社会,创造的就是文化价值,这个价值是无法估量的。人类真正的财富是非物质的东西,物质的东西经过几百年、几千年总会消亡。只有非物质的东西才能几千年保存,因为一个艺术品、一个文物是无价的,这才是真正的财富创造。”

对于将来证大艺术馆在喜马拉雅中心的角色,上海证大现代艺术馆馆长沈其斌认为,整个喜马拉雅艺术中心是一个充满活力的艺术创新中心,而美术馆将是整个产业链中的上游,是价值观和潮流的引导者,其实验、探索性将直接影响未来的文化产业,是整个产业的价值核心。

与上海证大集团的喜马拉雅中心项目不谋而合,南京四方集团在浦口新建的现代艺术馆以及北京东润集团将在今年奥运会前落成的北京月亮河当代艺术馆,也都是在一个更大的房地产楼盘中扮演画龙点睛的关键角色,而这两个美术馆坐落的,都是紧邻风景胜地的大型休闲度假区。和戴志康一样,作为投资人,他们都想到了这一点:艺术馆可以支持商业取得更大的成功,倒过来,成功的商业同样可以支撑艺术馆的长期生存。

据记者观察,从制造业、国际贸易到房地产、休闲旅游、艺术文化娱乐产业,中国社会正在经历产业转型,资本

正大量涌向这些朝阳产业。这可以解释,为什么会有这第三波美术馆热,也可以解释,为什么会在这一波投资热中出现如此相似的项目发展思路,为什么三个大型房地产项目的投资人都把目光投向了美术馆。

正如戴志康所指出的,这样的考虑,既涉及美术馆在打造产业品牌中无可替代的作用,也涉及到美术馆日常运营所必须的经费支撑,他们不约而同地选择了这种既符合美术馆的自身规律,又能够提升整个产业的商业价值的做法。显然,这一轮的美术馆热,显示中国民营美术馆的投资者已经走向成熟,为美术馆的长期运营找到了突破现有体制瓶颈的产业方向。



美国密尔沃基美术馆

民营美术馆是太多还是太少了?

相形之下,公办美术馆更显示出其捉襟见肘的窘境。上海美术馆的执行馆长李磊向记者坦承,“由于中国美术馆发展的特色,我们还没有进入严格的美术馆运营的阶段,还处在过渡阶段,还没有体制和经济的保障。作为上海市立的美术馆,由于区域的文化格局,我们承担了整理和呈现中国当代、当下的文化状态,承担国际交流以及社会公众的审美教育等多项功能,同时,美术馆在运营上也是多头并进,在经费来源上还是采用差额拨款的体制,每年预算有一到两成的增长,但还是不能满足运营、推广的需求,有一半的费用要自行解决,必然要走社会合作的道路。”

广东美术馆馆长王璜生则指出,民营资本对中国的美术馆建设具有很好的推动作用,所谓“众人拾柴火焰高”。他说,“过去,官方是唯一代表,没有比较,没有基本标准。民营美术馆雄厚的资金加上灵活的机制和专业水准的进入,使官方美术馆感到了竞争和危机。问题不仅仅是资金、体制上的,还有人际关系等方面。官方美术馆面临的是庞杂的体系,经济的压力、长官命令与来自各方面人情与压力,使许多官方美术馆缺乏学术的坚持和思考。”

其实,他们的烦恼还应该加上官方美术馆最容易忽视也最突出的问题:缺乏典藏经费。尤其是火爆的当代艺术、大量迅速飙升的高价作品都掌握在海外藏家与机构手中,典藏成本正在翻倍增长。从这个角度看,第三波美术馆热以尤伦斯艺术中心的开张为标志,对中国官方美术馆的学术地位发起了冲击。

对于眼下中国的美术馆投资活跃,上海证大集团总裁戴志康并不认为这是“过热”,他反问记者,“现在美术馆热么?我并没有感觉热,按照现在经济过

热的说法,‘热’表示是太多了。我认为并不热,相反还很冷。中国的美术馆事业还需要更多人来参与。”

据不完全统计,目前我国的美术馆、博物馆接近3000家,其中私立美术馆约380家。但是,根据联合国教科文组织1982年公布资料,世界各地区美术馆博物馆总数已超过30000座,其中美国的美术博物馆数量约有5000座,日本1500座。如果说博物馆最多的国家,那就是英国了。英国是博物馆迷的最爱,也是最早发展出现代博物馆学并拥有全世界最高博物馆密度的国家,单伦敦就有200多家博物馆。

此外,资料显示,国外美术馆和博物馆与中国的传统体制截然不同。据考察,美国的博物馆中,非营利性的私立博物馆就占据了美国博物馆总数的65%,而政府办的只占23.6%。不论公立还是私立都能获得政府资助和社会捐助。成立130年的世界五大博物馆之一的纽约大都会博物馆也是私立的,每年的预算收入约1.4亿美元,其中基金投资收益占33%,接受社会捐赠占26%,来自纽约市政府的资金占15%,门票收入仅占10%。

研究显示,西方国家在城市化和社会发展达到一定程度之后,10-20万人的城市就拥有一座博物馆,而我国博物馆的现状与我们悠久的历史、灿烂的文化、众多的人口以及今天国民经济发展和公民受教育的程度,都是严重脱节。也许正如戴志康所说的那样,中国的美术馆还远远不够。但问题是,仅仅依靠投资冲动,美术馆热虽然热闹,却还是杯水车薪,无法扭转中国美术馆事业发展的落后局面。除此之外,能否守住游戏规则底线,对众多民营美术馆也是一个考验。

美术馆的底线是非营利性

在记者采访时,许多专家异口同声地指出一个问题:现在许多民营美术馆,其实是挂羊头、卖狗肉,许多实际上是变相的画廊或展览馆。这是民营美术馆热背后的最大隐忧。

张江现代艺术馆馆长李旭认为,经营美术馆是一种有国际规则的游戏,不能搞“中国特色”。因为,国际博物馆协会(ICOM)的章程对美术馆作了明确的定义(资料链接:国际博物馆协会章程与职业道德准则的相关规定)。

根据章程的定义,真正的美术馆(art museum)是博物馆中与视觉艺术有关的分支,其基本要求是要有相当水准的藏品,一开馆就要有藏品;还有就是承担公共教育的社会责任,有藏品的固定陈列;然后才是举办各种展览、活动。这个国际规则决定了,美术馆是非常昂贵的游戏:一旦开门就是对社会公众的承诺,就要持续投入,考核美术馆运营的硬指标,是藏品要24小时365天不间断的恒温恒湿保存,展览需要场地、照明与通风;而软指标则是展览,从策划到布展、宣传,也要花钱。

确实,美术馆事业在国际上经过数百年的发展,已经达到了相当

的水准。仅以北京尤伦斯艺术中心为例,馆长费大为曾向记者透露,为了确保中心的展览效果,艺术馆的展厅采用了日光与人工照明结合设计,光艺术中心的硬件投资就达上亿元,而以“85新潮”为主题的开幕展,由于展品大量动用了海外藏家与机构的收藏,投入逾200万元。而艺术中心每年的运营费用,高达上千万元。这足以印证李旭的说法,美术馆是一种昂贵的游戏。

不仅如此,李旭认为更重要的是,按照ICOM所公布的职业道德准则,美术馆只能是非营利性的机构。把美术馆看作文化产业化的一部分是错误的,美术馆就是文化事业而不是产业。因此,李旭认为,当前的美术馆热是一种变异,积极地说它是蓬勃发展,消极地说是乱象横生。大多数关于美术馆的说法,包括各类媒体的报道都是错误的。李旭还指出,对照ICOM的定义,目前中国官方美术馆中只有中国美术馆已经有藏品、有固定陈列,上海美术馆受限于场地还没有固定陈列,而民营美术馆中基本都没有固定陈列,大多数美术馆还没有藏品,只能叫艺展、宣传,也要花钱。

确实,美术馆事业在国际上经过数百年的发展,已经达到了相当

靠艺术基金养非营利美术馆?

同样值得注意的是,画廊界也有人打算建立真正意义上的美术馆。在商业上大获成功的北京当代唐人艺术中心的老板郑林向记者透露,他目前正忙于为2007年11月奠基动工的时代美术馆四处奔波。他表示,这个由他们自己投资建设的美术馆,目标是办成能与国际当代艺术机构对接的市级美术馆。按照他们的计划,美术馆的建筑面积达6500平米。

虽然在艺术品收藏与交易中大获成功,但郑林认为,艺术市场与艺术实验有时间差,今天在艺术市场火爆的艺术家只是昨天获得成功并在今天得到认可的艺术家,而明天在艺术市场能够火爆的艺术家,则取决于今天的艺术实验。因此,他认为需要向艺术家提供非营利的实验空间,而他筹建的美术馆则必须完全是非营利的。

那么,如何来确保这个美术馆未来的永续经营?他打算建立一个资金规模达到2亿元的基金,来支撑美术馆。他认为,美术馆的资金来源包括:一、向政府争取,北京市政府有每年5个亿的项目资金;二、向国际艺术基金会申请项目;三、向企业寻求赞助;四、基金的支持。而其中能提供长期稳定支持的,就是基金。他甚至对基金的运作也有了规划:50%用于艺术品收藏;50%交给专业人员从事金融投资。

陈家刚,成都上河美术馆的创办人,第一批私立美术馆的尝试者和失败者,对于美术馆投资有着自己深刻的体会。他说:“无论是过去我们那一批倒下的私立美术馆还是现在正在经营的第二代私立美术馆,关键其实不是钱的问题,根本在于制度问题。建美术馆,不是个人问题,而是整个社



上海证大现代艺术馆馆长 沈其斌