



劳伦斯

◎本报记者 邱家和 实习生 钱艳丽

# 博览会在亚洲的艺术市场格局中作用特殊

## ——上海香格纳画廊掌门人劳伦斯专访

### 香格纳的博览会攻略

劳伦斯指出,虽然画廊都会参与艺博会,但动机却截然不同,有的意在销售,而有的却重在推广。由于香格纳身在上海,在画廊自身的空间里同时举办了杨福东、张恩利、乌头和胡杨的4个个展,因此并没有把博览会上的展览重点放在销售上。他认为,和博览会的展示效果比,画廊的空间大而且可以完全受到控制,也不会有那么多的观众,在画廊做效果会更好。他说:“这两天来画廊参观的人很多,其中外国人来参观的比较多。”

香格纳参加全球各地的许多博览会,但大多不完全是为了销售。“我们去巴塞尔多是形象宣传和销售目的都有。能进巴塞尔就是一个很好的广告。而且巴塞尔是不是继续邀请你参展,还要看你带去的艺术家,看你在博览会上是不是仅仅为了销售。”劳伦斯说:“除了欧洲的巴塞尔外,我们还参加的国际博览会还有美国的迈阿密、法国的非雅克和西班牙马德里阿科尔。”

“我过去几乎每年都参加上海艺博会,有时候有销售,但对我们来说这个销售不是最重要的一部分,而在今年的‘上海当代’上也

会有销售。”劳伦斯指出:“其实在那里(指上海当代)和在画廊里销售都一样,因为去那里的人也会来画廊。而在上海艺博会,却可以找到新客户,当场买也许不太方便,但肯定有作用。”他说,今年在上海艺博会看展览的人感觉比往年要多。有一些有实际的购买意向,其中既有新的人群,也有老客户。

### “上海当代”成为关注焦点

劳伦斯指出,上海艺博会今年的变化很大,展览场地的规划和展示空间都有了进步,这是很大的一步,以前艺术家们不愿意作品放在那里,现在没有意见了。他相信,有了这个进步,销售业绩会跟着改观的。此外,他指出,观众本身与上届比也有变化,两个博览会放在一起,加上同时开幕的双年展是很大的一个力量,确实是今非昔比。上海艺博会中国当代艺术所占的比重也有所放大。

相形之下,“上海当代”的气氛却不如去年,人不太集中,带来的作品都差不多,没有特别突出的作品。销售也很慢,画廊销售情况大多不太理想。他认为,销售状况关系到博览会的根本。他透露,现在在欧洲,画廊

主要靠博览会做销售。因为藏家没有时间慢慢看画廊了,每年就是参加一两个博览会去买作品。因此,欧洲的画廊会更在乎销售结果。那么,今年的销售不好,明年这些画廊是否还会再来?如果国外的市场也不是那么好的话,可能还是再要回来的,因为中国还是有发展空间的。这也要看经济的发展。

他还指出,“上海当代”本身也有一些技术性的问题:如户外项目未能很好地利用,没有成为吸引观众集聚的一个中心;“惊喜发现”做了很大的调整,占据了博览会最好的空间,但没有整体的感觉。他还强调,“上海当代”还有一个难以绕过的难题:展馆空间的特性对整个展览的布局、参观的线路设计以及展位的分配与展区规划分类,都推出了严格的要求,但这一届“上海当代”没有明显的提高,参观者仍有诸多不便。

### 在亚洲的博览会中谁会是最好?

劳伦斯指出,当代艺术市场上,美术馆、博览会与拍卖会是缺一不可的三个环节:看当代艺术美术馆最好,博览会则比拍卖会要好一些。但是在亚洲,美术馆与博览会都很



张鼎的装置作品

弱,拍卖会却特别强势,许多买家买东西都只看拍卖会,这是不正常的。由此来看,亚洲各地博览会的发展是一件好事,有利于艺术市场健康发展。

亚洲出现了许多博览会,其中可能变成最好的会是哪个?劳伦斯的回答是,香港与上海最有可能。香港的博览会服务很有经验,而且作品进出海关是免税的,商业环境也比较稳定,但是,香港不是一个文化都市,客户去博览会3天没有其他的活动可以参与;而且香港本土中产阶级买家不多,但是在上海,客户还能看很多的画廊,上海本地的藏家也在发展,购买力在增强,上海当代有成为亚洲最好的博览会的可行性。不过他强调,这些只是客观条件,更重要的是人,谁来做这个博览会很重要,要他的思想、眼光和说服力。

## 全球经济形势给艺术市场带来压力

# 博览会交易清淡引发众画廊议论

◎本报记者 杨琳

9月9日至9月14日,为期近一周的“上海当代”艺术博览会在最后两天热闹非凡的公众日中画上它的又一次句点。不过与上届相比,关于本届“上海当代”人气不足、买气不旺的叹息声不绝于耳。

### 主办方: 综合因素影响“上海当代”

主办方相关人员对此也坦言,今年“上海当代”在参观人数和销售情况上的确不如去年,目前具体数字正在统计之中,并将于近期公布。据透露,本届“上海当代”由于最后两天公众日的火爆,参观人数才达到22万人次左右,但与去年的25万人次相比还是明显偏少。相关人员还指出,尽管今年前来参观的海外藏家数量减少了很多,但前来的国际顶级藏家数量则有所增加,如国际最大当代艺术收藏家之一的日本森美术馆投资人、收藏家森先生本人(Mr. Mori)及夫人、美国著名的收藏家儒贝尔家族成员(The Rubells)以及印尼大收藏家Deddy Kusama等都来到了“上海当代”现场。另外中国知名当代艺术收藏家张锐、杨斌、陈邦可,还有法国DSL私人收藏家Mr. Levy及其夫人也都出现在博览会现场。

至于博览会销售方面,相关数据显示也逊于去年。卖得特别好的画廊很少,估计仅30家左右;销售情况一般的最多。博览会两个大型单元——“惊喜的发现”和“室

### 画廊: 买气整体不如去年

总体而言,今年的“上海当代”无论是从参观人数还是海外藏家的到访数量上,与去年相比都要略显不足。正如上海沪申画廊负责人David所说,今年艺术盛会(包括博览会和双年展)的同时召开,给第二届“上海当代”其实带来了很大的难度。许多国际藏家都是匆匆而来,匆匆而去,逗留时间很短。

韩国PKM画廊负责人白弘毅也表示,今年的“上海当代”的确没有去年成功,一方面是与国际整个经济形势的下滑有关,另一方面也可能是与“上海当代”的组织及策划团队的变动有关。

来自纽约的James Cohan画廊负责人Mr.Aurthur也坦言,今年的“上海当代”与去年相比活跃程度的确有些不同。第一年要热烈和激动得多,今年则因为很多外界因素影响了博览会的参观人数和销售结果。他认为,一方面是受全球金融市场持续下滑的影响;另一方面也有本土因素的影响,例如两个艺术博览会在上海同时召开。

第一次参加“上海当代”的北京Aye画廊告诉记者,他们也听到来自其他画廊的类似意见,认为今年不如去年热闹,不过她认为这与整个世界经济大环境是有关系的。

上海昇艺术空间负责人吴盈璋却有另外的感觉。他说,昇艺术空间刚刚从台北艺术博览会回到上海,并参加了这次的“上海当代”。在他看来,“上海当代”不论是人气上、买气上还是展览策划以及规模上都大大超过台北,其国际化程度要强得多。

### 现场观察: 买家开始趋于理性

至于销售方面,各家画廊的结果自然是各有不同,但无论是销售好的画廊还是不好的画廊,都一致认为买卖不是评价博览会成功与否的唯一标准。因此,记者在采访中却发现销售好的画廊固然开心,但销售不好的画廊也没有忧愁之相,还是对博览会给予了许多的鼓励。下面来看看各家画廊的真实心声。

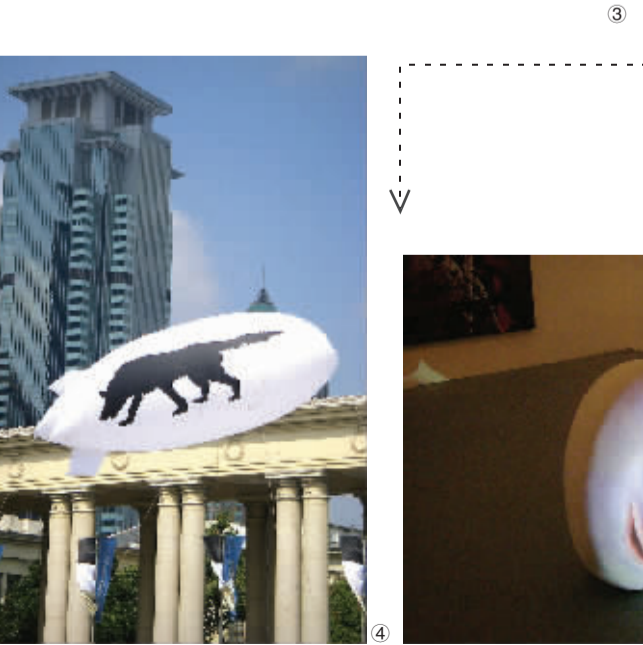
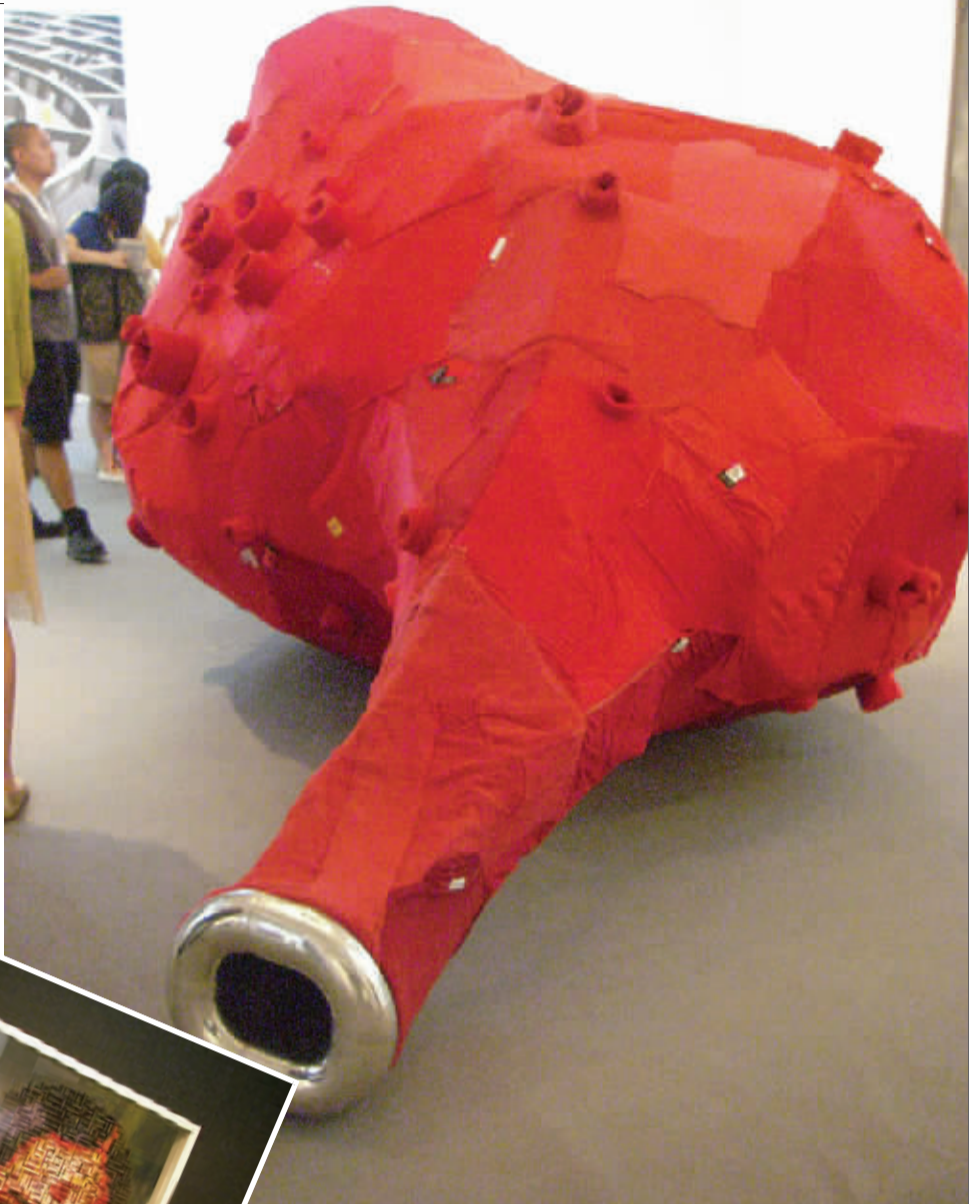
伦敦的罗西·罗西画廊老板Fabio Rossi告诉记者,他们在博览会上的销售很不错,好几件作品都以近10万美金的价格被买走。知名汽车商人兼中国当代艺术收藏家杨斌夫妇投资的北京Aye画廊在本届“上海当代”博览会上的销售情况也

很好,销售额约达人民币300万元。负责人晏青表示,尽管这是他们第一次参加“上海当代”博览会,但总体感受不错。展出的近10位中国当代艺术家的10多件作品,近八成被售出。不过,买家基本都来自国内,且大多都是画廊的老客户,其中大部分是上海地区客户。不过晏青也透露,原本画廊的预期是希望接触到更多的国外买家,但是此次前来参观的国外藏家的确不多。

北京现在画廊负责人黄燎原透露,他们在博览会召开的前两天就售出近九成作品,虽然基本上都是画廊老客户在购买,但其中也碰到了个别新的买家。尤其是博览会的后两天,他基本都是在接待一些新的咨询者和客户,他们都将将是画廊未来的潜在客户。

升艺术空间的销售也达六成,对此,吴盈璋表示满意。他说,参加博览会表面上虽然是以销售为评价标准,但实际上会后的手续反应更为重要。例如,他们就在此次“上海当代”博览会上遇到了很多新的卖家,他们大都来自香港和法国,而一些老的印尼客户也都来到了博览会现场。

沪申画廊负责人David表示不愿多谈艺术的销售或买卖问题。他说,虽然他是第一次参加“上海当代”博览会,但他个人认为这是个很好的博览会。在他看来,博览会上的销售其实并不是唯一能说明问题的,画廊参展也不是单纯为了卖作品。他也认为,中国的艺术市场还在培育中,只有本土的藏家和亚洲藏家越来越多,才能有更健康的发展。他说,艺术没有绝对的标准,关键是藏家自己喜欢不喜欢,喜欢的价格再高都愿意买。因此,艺术不是卖的好与不好的问题,而是在于是否能达到这样的标准,以画廊或专业人士的眼光为藏家和观众呈现具有实验性和创造性的艺术,让他们有机会看到国内外更多元、更优秀的艺术作品,这才是一件有意义和开心的事情。



- ① 尹秀珍的装置作品
  - ② 展览现场
  - ③ 展览现场
  - ④ 户外大型装置
  - ⑤ 投影装置
- 本文摄影 杨琳

## 上海双年展成为媒体持续关注的热点

### ——访上海双年展总策展人张晴



◎本报记者 邱家和 实习生 钱艳丽

本届“快城快客”上海双年展自上周二(9月9日)开幕以来,参观人数屡创新高,各方反应热烈,成为媒体持续关注的热点。在媒体的相关报道中,有的追踪报道观众的各种反映;有的则关注其中的新闻事件,如双年展上的互动作品《测量宇宙》,作者因故要求撤展等;有的则反馈了一部分观众乃至圈内人士的批评意见,如批评一些作品“体量太大”;也有的则发表业内人士的专文,指出当前双年展思想贫乏是一个国际通病等等,不一而足。为此,记者采访了上海双年展的总策展人、上海美术馆副馆长张晴。

### ●上海双年展吸引人流创纪录

张晴表示,这次上海双年展观众反响很热烈,参观人数连日来叠创新高,9月14日中秋节那天的参观人数更是达到1万1千人,超过了上海美术馆建馆以来的历史纪录。最有意思的是《解放日报》16号头版的有关报道,从对观众发放了353份问卷中发现,上海本地市民占51.3%,来自外地的约占47.3%;外国人约占1.4%;其中,“第一次”看上海双年展的约占总人数的58%;对展览的内容表示“基本理解”的约占50%,表示“不太懂”的约占25%,表示能够“完全理解”占7%。也有不到1%的表示“完全不懂”;49%的受访者表示,本次双年展“比较好”,21%的受访者认为“很好”,28%的受访者觉得“一般”。

他还介绍,国际艺术圈内人士也高度关注上海双年展,除了赶来参加开幕式的朋友外,这两条他还接待了特点前来考察的旧金山的现代艺术博物馆一行、2009年威尼斯双年展总策展人一行、台北市立美术馆台北双年展策展人一行、横滨三年展策展人、广州三年展策展人等许多业内人士。

### ●提高观众素质也是双年展的任务

提到《测量宇宙》,他说,这件作品因为观众没有按照艺术家设定的游戏规则行事而不能良性互动。这涉及到好几个方面,一个是主办单位的管理,还有是艺术家对作品的要求,再次是观众的艺术修养。这件事的发生也是好事,让我们看到什么是互动艺术,当我们面对互动艺术时,该如何尊重艺术家的本意。

当代艺术本身是探索性、实验性的,是指向未来的,可能会碰到许多新的知识、新的艺术样式和新的艺术语言等,会对观众带来挑战。张晴指出,还是应该积极去看待它,要感谢观众的积极。另一方面,“请勿触摸”这样基本的要求是每届都讲的,这是对上海市民最起码的要求了。要尊重艺术,要尊重艺术家及其作品的尊严,有的报纸说上海双年展是嘉年华,是庙会,这是怎么造成的?

张晴指出,我们为什么办上海双年展?一方面是代表一个大都市在一个国际格局中,如何来探索我们当代艺术,第二是提高我们城市整体的文化素养,丰富人民群众的文化生活,让上海市民的层次随着上海双年展的举办而整体提高,才是我们的心愿和最后的诉求。



尹秀珍《飞行器》效果图

### ●双年展经过精心准备

对媒体的报道,尤其是批判性报道,张晴表示:现在他注意到有三种报道,一是很中肯的,媒体及其工作人员了解中国文化历史、社会形态和上海双年展的特征,对上海双年展作了追踪报道;还有一种是走进了新闻的误区,为了吸引眼球而题目做得非常花哨,但新闻是失真的,基本上丧失了记者的职业道德。最后一种其实属于无聊呻吟——有些问题放在10年前、10年后和今天都是可写的,这就没有必要去深究了,要尊重艺术史,尊重当代艺术的特殊性。

他表示,还是希望媒体人士潜心了解双年展后再发言。今年的双年展,上海美术馆的三个楼层是分三个主题来做的,很干净,很整齐。这在中国的展览史上也是前所未有的,很难做到。我们是严格按照要求做的,包括展览空间的设计都是自己动手。展览其实有两种,一种是题目很学术,但是内容做的并不是这样;还有一种是题目很通俗易懂,但内容做得很深刻,我们做的就是第二种。当今是一个娱乐时代,但我们希望媒体像观众那样,花更多的时间深入去观察、理解和欣赏作品,看作品千万不要走马观花,一知半解。