

宁波迎来民营美术馆建设热潮 中外专家把脉——

# 如何养活烧钱的私人美术馆



今年以来，宁波民营美术馆迎来一波建设浪潮。投资巨大的私人美术馆项目接二连三地上马。在宁波艺术品收藏市场热的搅动下，一大批民营美术馆乘势而立。

然而，在热火朝天的建设潮背后，民营美术馆运营面临一系列难题。

究竟当下民营美术馆的运营情况如何？上周六，一场中德艺术交流研讨会在宁波蛹艺术中心举行。国内知名策展人、中央美术学院人文学院副院长余丁，柏林自由大学文化与传媒管理学院院长西本哈尔教授一行，以及宁波城市学院艺术学院院长、宁波当代艺术学会副会长潘沁等同聚一堂，为“民营美术馆运营和城市建设”共同把脉。

记者 黄银凤

## 现象>>> 一枝独秀的局面今年被打破

近十年来，宁波民营美术馆在摸着石头过河。

2008年，华茂美术馆正式开馆。此后数年，作为宁波首家民营美术馆，这幢由“普利兹克建筑奖”获得者、中国美术学院教授王澍操刀设计的建筑，长期孤独而骄傲地立在鄞州中心区。

一枝独秀的局面在今年被打破了。

3月，地处南部商务区的汇港美术馆注册开放。很快，3月14日，位于和丰创意广场的华珍门艺术馆开馆。5月1日，由宁波一位实力藏家私人投资的“保艺美术馆”开馆，昔日的月湖盛园著名藏书楼——盛氏花厅，已成为宁波“保艺美术馆”的馆址。紧接着，5月13日，地处海曙和义大道、定位于当代艺术的1844

艺术生活中心正式开馆。而今年10月，落子钱湖天地的蛹当代艺术馆也将计划开馆。

另据悉，宁波石浦集团也瞄准了美术馆这一产业，其旗下成立的东方石浦艺术品投资有限公司近年来签约了一批画家。近期该企业负责人又四处物色选址，准备兴建一处别具一格的建筑，用以开设大型艺术中心。

在宁波，民营博物馆（包括美术馆）数量可观，目前仅鄞州区就已开办了23家。

艺术品对城市品味提升起着很关键的作用。当前放眼宁波以至全国市场，发展美术馆产业对当地繁荣文化产业，提升文化品味，加强文化交流，已成为当务之急。

## 剖析>>> 当代艺术收藏潮成为重要推手

西本哈尔教授认为，近年来，中国经济发展速度非常快，个人财富积累也很快。其中，越来越多的人关注到艺术。在这股艺术新潮流中，宁波资本力量的进军势头不容小觑。

十多年前，宁波世纪泰丰集团有限公司总裁张时光就已关注当代艺术收藏领域。这些年来，他的足迹遍及欧美、东南亚，以及中国台湾、香港、上海、北京等地，走访各大拍场和实力藏家，尤其是每年上苏富比等国际拍场寻宝。

目前，他购藏了一大批当代艺术名家画作，比如赵无极的油画和版画，岳敏君的《宇宙》，刘小东的《墙里墙外》。他还收藏了宁波传奇油画家沙耆不同时期的多幅代表作品，就连国外摄影师的一些摄影作品也未放过。

“这些凭个人兴趣收藏的当代艺术品，我想让它们成为展品，展示当代架上视觉艺术，向公众开放。”张时光说，为此，他在钱湖天地商业广场辟出2000平方米的场地，筹办当代艺术馆，打造一个集收集、保存、展览和研究功能于一体的公共艺术馆。

汇港集团董事长王兆春谈到自己注册创办私人美术馆的初衷，是用以展示他陆续收藏的名表、红酒和艺术品，定期举办画展和摄影作品展。

西本哈尔教授认为，爱好收藏艺术品的财富阶层开始慢慢从投资和个人收藏，转而开办美术馆以便将藏品向公众开放，他很乐于看到这种责任感。不过，在民营美术馆建馆热潮中，有一个方向必须把握，就是办馆目标应该较少作为投资，而更多是作为公益。因为，艺术永远是高于商业的。

## 难题>>> 运营成本高，面临“三无”困境

余丁副院长认为，民营美术馆要运营下去，如何获得政府、民间力量和公众的支持，是其面临的一个挑战。此外，管理人才的培养、展览视野的开拓、藏家资源的挖掘整合等，也是民营美术馆在运作中需要破解的课题。

尽管民营美术馆面临着专业程度不够、收藏体系不足等若干问题，资金问题仍是关系其生存与发展的最根本问题。

“美术馆的运营成本非常高。”余丁表示，对于美术馆这个“烧钱”的艺术事业，公立美术馆尚且可以由国家养活，而民营美术馆的资金主要还是来自投资人。

当前，我国民营美术馆运营存在“三无”困境，即

无库存、无合作、无持续。据统计，私人美术馆将近七成为地产商的出资背景所构成的，硬件与软件构成失衡，在馆藏的预算及收藏脉络无长期规划。此外，私人美术馆缺乏长期与策展学术界的合作，缺乏与国际美术馆的交流。而永续生存是民营美术馆唯一的真理。

余丁分析认为，目前国内有三种“养”馆方式：一是以藏养馆，将美术馆部分藏品拿到拍卖会上出售，所得资金用于美术馆日常运营中；二是以展养馆，通过办展览聚集人气获得收益；三是以租养馆。余丁表示，他曾考察过北京的798艺术区，结果发现，“好几家都靠以租养馆的方式生存”。在他看来，这是一种无奈之举。

# 彩电四大新趋势揭秘 苏宁重磅打造“最强彩电月”

从行业本身的技术革新，到软硬嵌套的发展模式，再到互联网企业五花八门的搅局手段……中国彩电业正在酝酿大的变革。苏宁云商集团黑电事业部总经理常江表示，目前彩电行业明显表现出了大屏化、智能化、显示技术升级快、互联网品牌崛起四大发展趋势。

**大屏化** 电视大屏化市场格局已经展开，上榜前两位的产品分别为55英寸、50英寸。而苏宁方面的消费者购买数据表明，55英寸及以上大屏电视在苏宁的销售份额已超过40%。

**智能化** 智能电视在2014年将逐渐成为市场主流，其销量将在电视设备销量中占据大半份额。在整个2013年，智能电视席卷整个市场，传统彩电企业轮番上演智能电视大战。

**显示技术升级** “4K”（物理分辨率

3840×2160），作为超高清分辨率的代名词，最近一两年频繁出现在各类电视机广告中。4K电视能够保持增长，还是说明了它对于用户的吸引力。

**互联网品牌崛起** 互联网的“东风”不光吹醒了大品牌企业，也让部分传统电视品牌看到新的希望。诸如爱奇艺、乐视等互联网品牌得到涌现。

**多渠道融合发展促使彩电需求稳步增长** 以苏宁为代表的零售企业在O2O融合发展中，充分运用互联网便捷与开放的特点拓展全渠道经营，提升服务体验。基于线上线下会员大数据分析能力，充分挖掘不同区域消费特点和产品需求，并针对此类消费者开展精准化营销。常江表示，由于彩电品牌越来越多，功能越来越

繁复，传统的电商显然不能满足消费者对产品体验的诉求。苏宁也是基于O2O全渠道的销售优势把握彩电业的发展趋势，推动行业供应链变革、营销创新、产品升级换代。今年上半年，基于长期而完备的数据分析能力，苏宁首次对外公布了酝酿1年之久的“S-TV计划”，改变以往工厂主导，被动售卖的经营模式，坚决走向用户主导、技术驱动、反向定制和精准营销的供应链变革之路，同时扶持具有成长力的企业和品牌。目前苏宁“S-TV计划”逐步进入成熟期，苏宁将在8月陆续发布数十款S-TV新产品，涵盖各大主流尺寸段。

**苏宁8月疯狂让利 打造“最强彩电月”**

据常江透露，苏宁易购8.18五周年大促在即，苏宁将联合三星、夏普、索尼、先锋、海信、创维、

康佳等国内外主流彩电厂商，投入巨额资源，苏宁全国门店以及苏宁易购双线打造苏宁8月“最强彩电月”。

早在两个月前苏宁就已联合主流彩电工厂，针对“最强彩电月”着手准备，首先采用大单买断方式集中采购了200万台全价位特价产品，并采用一降到底的方式让利消费者。8月8日-10日，为迎接宁波第二家超级店（鄞州万达超级店）的盛大开业，将在天一超级店和鄞州万达超级店推出感恩回馈，32英寸LED电视仅售987元，合资40英寸LED电视1899元；其次，热门的4K电视产品通过“满千返百”让利消费者，真正做到年度价格最优惠。同时，在8月份，各大门店还将开展各大主力品牌的专场团购活动，团购期间将有更多好礼相送。

何家英来甬谈画经

## 笔到意不到 工笔画才有格调

近日，中国美协副主席、当代工笔画领军人物何家英来甬参观考察。何家英在宁波华侨珍品艺术馆接受了记者采访。何家英说，今天学画工笔画，看似不像写意画那么难，但真要画出好格调、有气韵，不容易。原因是当下工笔画趋于庸俗化，工笔画得很死。

为何今天我们还是将晋唐绘画奉为圭臬？何家英表示，其实那些绘画的人不都是工匠，有些还是职业画师，甚至是朝廷官员，其中不乏有深厚文化底蕴的文人。比如顾恺之的画非常受推崇，他有个绝招叫“画龙点睛”。再有唐代的吴道子，人物画格调很高，被称为“画圣”。

何家英早年受黄胄等名家影响，一心练习写意画，后来为什么改攻工笔呢？何家英坦言：“是受了工笔画现状的刺激。看到晋唐的很多意境含蓄、富有诗意的工笔画好作品，再反观时下工笔画很俗。色彩过于鲜艳，画面生硬，完全不是工笔画的状态。”

“所以说，从事绘画需要非常高的文化水平，没有一定文化高度，你的绘画内容高大上不起来。这不是简单技法熟练的问题。”

“提升自己的文化内涵，是学画画的一个基本门槛。”八大山人、齐白石、吴昌硕，那都是真正的大师，紧接着的李苦禅、王雪涛等仍然很不错，到后来，风气日下，中国画好像从一个套路里出来，越描越俗。“大师们的画为什么好？因为笔端所绘全是从心里流出来的。”何家英说，“时下有些画家一辈子就学几招，就想一招鲜，走遍天。今天搞创作，看谁的作品好，就一窝蜂模仿，非把好好的画庸俗化。”

说到工笔画，何家英表示：“工笔画画实很难，很有讲究，像在走钢丝，写实只是在某方面让你觉得写实，要笔到意不到。”

记者 黄银凤