

# 策展是一场“无中生有”的魔术

一场热闹与喧嚣过后,你是否明白策展人背后的甘苦

361

“

前不久,2016中国跨境电商国际名品博览会暨浙江进口商品展览会在宁波国际会展中心刚刚落下帷幕,而距离市中心8公里左右的1844艺术生活中心,又有一场“国家地理经典影像盛宴”在万众期待下与观众见面。人们可能只看到了精致展览中的热闹与喧嚣,却未必知道一个个展架背后,有一群策展人日日夜夜在挥洒汗水。

记者 劳育聪

”



黄斌在布展。

## 每个策展人都是“魔术师”

宁波七彩飞歌文化投资有限公司的董事长王晶从事会展行业20年左右,她已经经手上百场展会,是不折不扣的“老策展人”。她形象地将这一职业比喻成一个“无中生有”的魔术。“这个行业不像销售产品,对方总能看到一个实物。”她说,“当我们向客户介绍一份策划时,事实上这场展览还未发生,只能说是个通过画册、影像、文字等信息堆砌出来的虚拟产品。”

如何有条不紊地安排这场盛大的“魔术”?王

晶笑言,这中间的工作量非常大。以一个茶文化的展览为例,策展人首先要去了解茶这个产业的方方面面,这其中包括茶叶、茶具、喝茶的群体等等。然后,再在这些信息中找到一个基础点,将其打造成一个展会。

“在制定完展会的主题之后,就要开始侧重参展商与观众这两块。”她介绍道,“招商要求我们去拜访很多客户,并且带着完美的策划去进行推广;而观众则包括两类人,一类是专业观众,他们是希望在现场拿订单的

人群,另一类则是普通观众,他们可能只是单纯来逛来消费的。”

除此之外,展会还需要突出一些夺人眼球的亮点,这是吸引受众的关键所在。

对此,刚刚忙完国家地理经典影像展的宁波艾迪创意会展有限公司的策展人黄斌感同身受:“光拿一个选址来说,就需要我们综合多个因素去考虑。这个场地必须要有一定的人流量,且带来较大的舒适性和便捷性,同时还要与我们的展览风格相匹配。”

## 忙的时候好几天合不上眼

一场完整的展览背后,渗透了策展人无数汗水。王晶说,在最忙的时候,她可能连续几天不睡觉。

“写一份完美的策划案需要考虑非常多的因素,前期要尽可能做完整的准备。在宣传与推广的过程中,策展人还需要带上自己的创意奔走辗转多个地方。”王晶说,她还要经常与团队通宵布置会场。“客户经常会不断地要求完善和修改,我们还需要陪同他们去现场一一察看。前一天还在场地辛

苦地制作,第二天就要换上体面的服装去接待重要嘉宾,谁也不知道我一宿都没有合眼。”

黄斌也表示,在影像展的策划前夕,要与品牌方、授权方、赞助商、媒体等多方洽谈,每天都要到晚上八九点钟才下班,到布展最后几天,几乎每天都是熬到次日凌晨才回去睡觉,对于体力上来说是一个巨大的考验。

如此辛苦的工作,为何策展人都像打了鸡血般精神饱满?“每次成功的展览都会带给我满满的成

就感。”王晶至今还记得2003年承接的中国制药装备展览会,当时展会占地面积达到10万平方米,是宁波历史上规模最大的专业展。“据我所知,当时接待人数在10万人左右,老三区所有的酒店都被订满了,甚至连镇海、北仑的房源都很紧张。”她自豪地回忆道。

此外,令她乐此不疲的原因还在于,这样一个行业可以接触到许多前沿的信息,“可以不断地学习提高,与时俱进,这无疑是一件快乐的事情。”

## 既是思想家,又是行动派

那么,做一个策展人有哪些门槛?王晶认为,从事策展工作的人最重要的是需要保持激情,并且将所有的好想法付诸行动,成为一个十足的行动派。

在黄斌眼中,专业的策展人需要具备三方面的素质,“首先,他需要有包容性,通过参展多方的包容来完成整个展览的策划;其次,要有敏锐的艺术嗅觉与市场嗅觉,每次制定一个展览的主题时,要考虑到它会吸引到哪一部分的受众。”他表示,此次选择承办影像展是因为相比画展来说,照片更容易被大众理解,从而可以覆盖到更多的受众。

而最后一个关键的能力则是综合协调能力。“包括后续的设计、市场部分的把控以及资源整

合方面的能力,都是一个策展人所必须具备的。”黄斌说。

“我曾经接触过一个非常优秀的台湾策展人,他向我展示了敏锐的洞察力、强大的资源整合能力以及良好的口才。”宁波艾迪创意会展有限公司的负责人牟英武指出,最考验策展人的是,能不能把各方的利益绑在一起,并且给出一个共赢且可行的方案。

这样高要求的背后,是不是意味着策展人的薪水会很高?王晶表示,目前这个行业的薪水与能力要求并没有完全对等。“一般来说,具备这些能力的人应该给到每年15万元~20万元的年薪,但是目前宁波的市场普遍达不到这个数值,基本上在年薪10万元至15万元。”

## 艺术展览在甬城开枝散叶

对于一个“老策展人”来说,现如今策展与过去最大的不同是什么?王晶思索片刻后告诉记者,过去在宁波做展会更加关注外在形式,偏向于豪华的布置,而现在更多的会去进行理性、简约的策划,使用材料的工艺也更加环保节俭。另外,策展企业会将更多的经费用在参展企业的需求上面,比如地铁到不了会展中心,就加一个接驳车,显得更加人性化。

在王晶眼中,她也观察到一些诸如在北京798艺术区举行的小型艺术展开始在宁波萌芽。首次在商业特展中“吃螃蟹”的牟英武对此颇有感触,他表示,事实上,他举办这个影像展也是一场华丽的“冒险”。

“近年来,这些以票房为盈利点的艺术展览已经在上海、北京等地流行起来了,杭州的氛围也逐渐浓厚,而在宁波试水仍然充满挑战。”牟英武说,宁波的文化

消费相较于北上广深甚至厦门来说还是比较弱的,老百姓普遍还没有养成花钱享受艺术的习惯和观念,而这种高品质的展览成本非常高,宁波此前几乎没有企业举办。

但他在前期调研中也欣喜地发现,宁波许多年轻人会去杭州、上海等地看展。他认为,随着80、90后消费人群的崛起,文化艺术类展览在宁波开枝散叶的好时机。“只是文化艺术消费的习惯需要慢慢地培养,我们也愿意为此作一次次的尝试。”牟英武笑着说。

浙江万里学院文传学院副教授郭鉴表示,文化艺术类展览的前景非常不错,将逐步成为市民日常文化消费的重要组成部分。但他同时也指出,这些展览相对行业展会来说,条件要求比较高,合适的场馆并不多。而培育这一类的策展人才,也是一大考验。