

## 商业艺术展 如何装点甬城风景？

记者 严瑾

近日，第四届 NArt 宁波国际城市艺术博览会（以下简称“艺博会”）在逸东豪生酒店举行。“酒店+艺术”，固然新奇而美丽，而艺术展背后“商业+展览”的业态融合，更值得深究。在宁波，这类由民营机构独立商业化运作的艺术展，究竟生长在一片怎样的土壤中，又可以开出怎样的繁花，来装点这座城市的风景？

### “酒店+艺术”是一种怎样的体验？

这是90后小喵第二次观看艺博会。像去年一样，今年的展览“包”了酒店整整两层楼的客房。一进房门，一幅幅源自当代艺术的画作、一件件工艺品，或悬在壁上，或躺在床边，或摆在桌上，等着观众“翻牌”。艺术家、参展商在现场与观众互动，有观众扫了二维码后，就将作品带走了。

据报道，今年的艺博会集结了超过3000件艺术作品。来自全球各地的参展商中，有经销代理艺术家作品的公司，带来明码标价的作品，其中不乏草间弥生、村上隆等当代知名艺术大咖的作品；有携带自己作品亲自上阵的艺术家本人；还有前来参加艺术展期间两场沙龙活动的学界、业界专家。

值得一提的是，还有一些宁波本土的艺术衍生产业的从业者，充分展示了“跨界脑洞”的玩法。从事软装的同义家居，带来了不少香氛和精油，旨在告诉观众“这也是家居生活的一部分”；飞扬旅行社也送出了许多宣传册，推广“订制深度艺术游”的可行性；一家90后创业的艺术教育培训公司，更是建起了报名的微信群。他们，都把艺术展当作了跨界融合、推介品牌形象的载体。

进入在宁波大学任教的 Patrick Marino 的展室时，一位男生正指着他一幅标价过万的画作，问他：“这个元素是不是一双眼睛？” Patrick 答道：“我选择生亚麻布作为画作的背景，想表达的是自然、原始、发自内心的情感。不同的人可以对同一件作品做不同的解读。”

Patrick 还说，自己的作品也曾在老外滩附近展出，应友人邀请参加艺博会还是头一次，但他很喜欢这种形式。即使不是所有观众都愿意购买他的作品，但能与大家交流、展示、结识新朋友也非常地“Nice”：“一座城市需要艺术与文化，只要越来越多的人参加这类活动，就能把文化氛围带起来。”

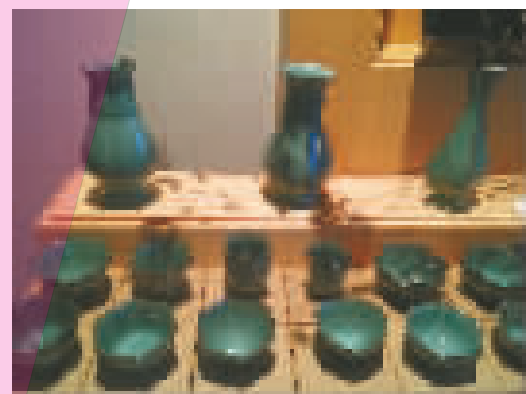
Patrick 的参展感受，和策展人李璐瑶南的初衷不谋而合。2012年，在宁波一家画廊经营多年的李璐瑶南首次以参展商的身份，参加了上海城市艺术博览会。彼时的她发现，这种在酒店设展的形式“非常好”，便萌生了把它引入到宁波的念头。

这种形式好在哪？“传统的展览都设立在

会展中心等大型展馆，而举办一次展览时搭建、装饰需要消耗很多资源，并不是非常环保。同时，刚引进展览时，我们认为许多宁波市民，对于当代艺术的概念相当陌生，而酒店则是每个人都熟悉的场所，可以给人舒适、温馨的环境。在酒店这样相对安静的封闭空间，观众还可以直接与参展商面对面，交流对作品的理解和感受。”李璐瑶南说。

从全国范围看，北上广等一线城市自然是文化艺术资源最为集中的地区，甚至是一些知名艺术展的国内发源地。在记者发稿的当天，在艺术展览类 APP “iMuseum” 中，同期北京和上海的艺术类展览就达59家，而广州的小伙伴则在今年的广州设计周感叹“看展如春运”。作为新一线城市的宁波，能举办一场“国际城市艺术博览会”，已是相当不易。

展会数据显示，短短四天内，参展的客流量已达3万，和第一年艺博会发布会时1000余人的参与度相比，增加了不少。其中，像小喵一样的观众可以来“吸一口精神食粮”，参展的艺术家们也能在交流中觅得知音、达成交易。



艺博会展出的艺术品。

记者 严瑾 摄