

丛书主编 肖丰

美术文化研究丛书

当代中国

DANGDAI ZHONGGUO YISHU BOLANHUI YANJIU

艺术博览会研究

■ 武洪滨 / 著



华中师范大学出版社

丛书主编 肖丰

美术文化研究丛书

当代中国

DANGDAI ZHONGGUO YISHU BOLANHUI YANJIU

艺术博览会研究

■ 武洪滨 / 著



华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

当代中国艺术博览会研究/武洪滨著. —武汉: 华中师范大学出版社, 2011. 3

(美术文化研究丛书)

ISBN 978-7-5622-4786-9

I. ①当… II. ①武… III. ①艺术—博览会—研究—中国 IV. ①J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 104483 号

当代中国艺术博览会研究

© 武洪滨 著

责任编辑: 杨晓宁 冯会平

责任校对: 刘满元

封面设计: 胡灿

出版发行: 华中师范大学出版社

编辑室: 文字编辑室

电话: 027—67863220

社址: 湖北省武汉市珞喻路 152 号 邮编: 430079

电话: 027—67863040(发行部) 027—67861321(邮购)

传真: 027—67863291

网址: <http://www.ccnapress.com>

电子信箱: hscbs@public.wh.hb.cn

印刷: 华中理工大学印刷厂

督印: 章光琼

字数: 237 千字

开本: 710mm×1000mm 1/16

印张: 15.5

版次: 2011 年 3 月第 1 版

印次: 2011 年 3 月第 1 次印刷

印数: 1—1500

定价: 39.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者: 欢迎举报盗版, 请拨打举报电话 027—67861321

美术文化研究丛书

主 编：肖 丰

学术委员：魏 谦 辛艺华 王旺胜 段 维
 侯云汉 尹继鸣 王 余 娄 宇
 桂宇晖 易 阳 刘 意 蔡 敏
 陈晓娟 杨贤宗 黄 峰 武洪滨

总 序

英国艺术评论家拉斯金说过：“伟大的民族以三种手稿撰写自己的传记：记载行为之书、记载言论之书和记载艺术之书。欲理解其中一部必以其他两部为基础，但尤以艺术之书最值得信赖。”中华民族是一个拥有数千年历史的伟大民族，其艺术之书丰富而独特。记载艺术之书与记载行为之书和记载言论之书有更加密切的关系，可以说，当下提倡的多学科交叉、跨学科的研究方式与这“三种手稿”之间的天然关系是相吻合的。

华中师范大学美术学院推出的美术文化研究丛书表达了一种具有方向感的学术追求。这种追求属于一个拥有数千年艺术史研究传统的自然延伸。研究者们打破画地为牢的艺术学科分类，采取多学科整合的研究取向，将艺术史、美术文献、美术考古、设计史、民间美术、美术批评、美术管理等相关学科进行有机结合，对美术文化领域相关专题进行专项研究，为其提供互动性的平台和动力。从这个意义上说，这套丛书不仅是提供给那些倾心于艺术史的人们阅读的，同时也是提供给热爱文化史的人们阅览的。该丛书强调学术传统与个人情感的融合。在具体研究中，作者既把个案的、区域的研究置于对整体艺术史的关怀之中，注意从中国历史的实际和中国人的意识出发理解传统艺术史中的中国艺术现象，又关注西方的艺术传统和当下的艺术思潮。在这样一个大的

思维框架下，每一个研究领域既注重整合相关资源，又注重整理与之相适应的新方法和视角，对涉及该领域的多个方面进行了更为深入的探索和阐释，借以获得对该领域的全息观照。

这套丛书的作者们都是长期共事的研究群体。在我看来，最值得注意的是他们这种研究方式所产生的文化意义，这种文化意义在很大程度上体现了美术文化的终极价值。在大多数情况下，丛书的作者所从事的是一项与个人情感交融在一起的研究，学术传统与个人情感的交融赋予这样的工作以独特的魅力。同时，他们也期望这样的工作可以参与到一个更大的学术共同体所共同关注的问题中去。在理论假定、研究方法、资料分析和过程重建等多个层次进行有深度的理论探索，并以此回应艺术史研究中面对的各种重要问题，力图对人文社会科学的整体发展有所贡献。

我知道要将同仁们进行的对理想主义精神复兴的研究进行定义和归类是一件十分困难的事情，不过也不必这样做。事实上，我们的研究不属于任何定义，我们只属于拥有自己方式的艺术品格和由此搭建的文化体系，这正是人们期待已久的精神旨归和真正意义上的艺术方向。

肖 丰

2009年4月16日

序

欣闻武洪滨的学术专著《当代中国艺术博览会研究》即将出版，这是他在中国艺术研究院三年的专业学习与学术研究所取得的成果，回顾其三年的学术历练，正是当时的辛苦换来了这颗果实的甘甜。

艺术博览会是我国改革开放以来，在社会主义市场经济体制下产生和发展起来的一种崭新业态，但目前学术界尚未对其进行充分研究。《当代中国艺术博览会研究》一书首次对我国艺术博览会进行了全面、系统的研究，其开拓性亦显得难能可贵。作者从当代我国艺术博览会的形成开始，寻根溯源、抽丝剥茧，通过翔实的资料、案例，形成自己对艺术博览产业全新的解读。这样的解读既建立在对大量理论、数据的梳理基础上，又有自己的独特发现；既言之有据，又言之成理，且具有创造性。更值得关注的是该书揭示了以往被艺术博览会忽略了一些更深层次的文化属性，在艺博会的历史背景下揭示学术性建构的命题内涵，寻找到了一个独特的问题视角。作者冲破了一般商业性活动的现象边界，深入到这个文化经济现象的本体特质，从而对其价值本质形成了一个具有说服力的解读。为了研究的深入，作者对纷繁芜杂的现象、事态进行了非常细致与辛苦的梳理，从而在时间维度上编序出意义递进脉络和事态因缘关系，进而提出我国艺术博览会的三大价值目标以及学术建构的四大现实策略。此外，

作者在研究方法上亦值得称道：一是采取了国际比较的方法，从而使研究的广度和深度都有所拓展；二是作者进行了大量的实地调查和访谈，从而使资料运用显得翔实可靠，论点有大量事实为依据，避免了案头工作的浮浅；三是作者把艺术学与经济学研究方法紧密结合，探索了艺术博览会发展成长中的经济动因、艺术价值和商业模式特点，从而使研究工作的深度明显提升。毫无疑问，本书研究视域的选取以及对史料的细致爬梳，都体现了学术的严肃性和作者的求实精神。而对这一研究对象具有独特性和说服力的揭示，也必将会对艺术博览会的规范与发展产生重要的指导意义。

总之，该书是一部角度新、内容实、有创意的对策性、实用性学术研究力作。这一研究既是艺术博览会振兴发展研究的一个新的开拓，同时对规范和发展我国当代的艺术产业与市场具有一定的现实意义和参考价值。在当今文化大发展的语境下，对方兴未艾的艺术产业与市场实务进行扎扎实实的学术研究既是文化艺术学者应该担当的责任，同时更是我们这一时代之所需。这样的学术研究成果理应得到充分肯定！

是为序。

王文章

2011年5月25日

（序作者为中华人民共和国文化部副部长、中国艺术研究院院长、研究员、博士生导师）

目 录

绪 论(003)

- 一、研究缘起(003)
- 二、研究方法与思路(007)
- 三、研究现状与文献综述(009)

第 1 章 艺术博览会的由来与发展(016)

引 言(019)

第一节 艺术博览会的由来与发展(019)

- 一、艺术博览会历史溯源(019)
- 二、艺术博览会在当代的发展状况与表现形态(026)

第二节 当代我国艺术博览会的发展描述(033)

- 一、1993—2003 年：摸索期的本土形态(033)
- 二、2004 年以来国际化接轨与竞争格局的形成(041)

第三节 当代艺术与文化经济合力引导下的新兴业态与走向(049)

- 一、创意经济与文化资本对当代艺博会的产业促成(049)
- 二、从艺术博览会看我国艺术的市场化过程(兼论我国一、二级市场业态与现状)(056)

小 结(060)

第 2 章 我国艺术博览会学术性建构历程及现象剖析(063)

引 言(065)

第一节 市场体制中我国艺博会学术性建构的衍变(065)

- 一、1993—1996 年：展览学术性与展会商业性结合的尝试(065)
- 二、1997—2003 年：展览学术性与展会商业性的磨合(069)
- 三、2004 年以来：展览学术性与展会商业性的逐渐融合(072)

第二节 我国艺博会在市场化进程中的问题呈现及深层剖析(081)

- 一、参展主体混乱(081)
- 二、藏家群体缺失(089)

三、专业定位不明(096)

四、税收瓶颈制约(103)

小 结(108)

第3章 当代我国艺术博览会价值目标的拟设(109)

引 言(111)

第一节 学术性与商业性的共赢(111)

一、市场与学术：从博弈走向互惠的时代趋势(111)

二、学术价值在当代两级市场(博览会与画廊)中的体现(115)

三、艺术展会市场中的商业合作行为：从助力到获利(119)

第二节 艺术博览会与画廊、艺术家、藏家良性市场关系的确立与维护
(125)

一、当前我国艺术市场的级别失序与艺博会的市场身份定位(125)

二、通过规范画廊市场行为建立与艺术家的间接合作(129)

三、培养与引导藏家开拓艺术消费市场(134)

第三节 艺术在市场形态下的有益传播(138)

一、艺术市场中文化主体价值的传递(138)

二、市场传播对艺术推广与教育功能的实现(146)

小 结(153)

第4章 当代我国艺术博览会学术性建构的现实策略(155)

引 言(157)

第一节 “巴塞尔模式”的启示：“学术引领市场”理念下的市场机制生
成(157)

一、会展的核心理念：学术引领市场(157)

二、会展的品质保障：严格的遴选与管理机制(162)

三、会展的活力之源：内在创新机制(167)

第二节 会展准入制的建立——学术性保障的前提(172)

一、准入制：市场规范与学术保证的互证关系体现(172)

二、从“画廊博览会”的产生与发展看我国艺博会准入制的必要性与
有效性(181)

第三节 定位与品牌战略——学术性的载体与依托(188)

一、当代艺术博览会定位应体现出“专业主题”与“市场方向”的复合
(188)

二、以学术创新为基点与核心的品牌战略实施(197)	
第四节 文化资源的整合与联动——学术性的延展与综合呈现(202)	
一、作为“城市事件”的艺博会对城市文化的彰显与互动(202)	
二、资源整合带动下“展——会——节”联动效应的发生(209)	
小 结(216)	
结语：艺术博览会——市场中的一场艺术盛宴(217)	
参考文献(223)	
书中所附图、表情况(233)	
后 记(235)	

绪 论

一、研究缘起

“博览会”一词是从西方经由日本传入我国的。《简明大英百科全书》中“博览会”的定义为：“为了鼓舞公众兴趣、促进产业、发展贸易，或者为了说明一种或多种生产活动的进展和成就，将艺术品、科学成果或工业制品进行有组织的展览。”^①在《辞海》中，“博览会”与“展览会”概念相同，指“用固定或巡回的方式，公开展出工农业产品、手工业制品、艺术作品、图书、图片，以及各种重要实物、标本、模型等，供参观、欣赏的一种临时性组织活动。展览并举行销售活动的，可称‘展销会’。组织许多国家、地区参加的产品展览会，则常被称为‘博览会’”^②。博览会的历史最早可以追溯到封建社会时期在一些城市中形成的商业集市。博览会与商品经济相联系，兼具展示商品、促进销售、扩展市场之意。今天看来，博览会至少包含了两层涵义：一是展览展示，二是交流交易。在划分上，通常按照举办范围划分为世界博览会、国际博览会、地区博览会等；按展示品类划分为综合性博览会与专业性博览会。

艺术博览会(Art Fair、Art Exhibition or Art Exposition)是博览会诸多门类中的一种，即是一种将艺术商品集中展示、交流与交易，将艺术审美与商品经济有机结合的一种组织活动。它是一定社会经济发展所带动的文化消费需求的必然产物，也是一个国家、地区艺术市场走向成熟的标志之一，同时还具有浓厚的文化艺术氛围和鲜明的时代特征^③。

艺术博览会是目前世界上规模最大的一种艺术品展示和交易的市场形态与商业活动。从市场经济的角度来看，作为艺术品交易“二级市场”的艺术博览会与一般的商品展销会不同，艺术博览会通常是由文化艺术组织机构(如文化部门或单位、文化艺术基金会、画廊协会等)、艺术商业机构、艺术经济公司等多方合作构成的。同时其作为艺术与市场的有机结合体，是随着商品经济的深入发展，市场的进一步细分，从较早成熟的综合性市场运作模式——“博览会”中逐渐细分出来而形成的一个专业性的市场形态。艺博会的出现，以其庞大的规模、丰富的门类产品以及独特且专业的展览展示方式对传统艺术市场进行了补充与提升。其所具备的开放式、全景式的格局以及全方位多元呈现的市场模式，无疑在社会效益和经济效益

① 简明大英百科全书·中文版(7)[M]. 台北：中华书局，1988：149.

② 辞海[M]. 上海：上海辞书出版社，1999：149.

③ 参见章利国. 艺术市场学[M]. 杭州：中国美术学院出版社，2003：145.

益两方面产生双重效应，这恐怕就是其独具生命力的根源所在。

博览会业在第二次世界大战后西方经济高度发展的六七十年代出现了一次热潮，市场的专业化细分导致一些以“艺术博览会”命名的新兴形态的博览会应运而生。1967年，由德国创办的世界上第一个艺术博览会——“科隆国际艺术博览会”正式在世界范围内拉开了艺术博览会的帷幕。此后的几十年里，世界各地举办艺术博览会之势风起云涌，诸如瑞士“巴塞尔国际艺术博览会”、西班牙“马德里现代艺术博览会”、美国“芝加哥国际艺术博览会”和法国“巴黎国际现代艺术博览会”等，时至今日长盛不衰。这些艺术博览会以区别于以往的综合性博览会运作方式的当代新型业态与模式出现；同时大多以20世纪70年代以来兴起的“当代艺术”为会展的主题，形成了一个意义上的重合，“当代艺术博览会”的称谓便约定俗成了。

当代艺术博览会的出现，是在与当代经济体制的对接中产生的，是市场经济的深入与细化的必然结果，艺术市场也正是在这种情况下才真正地成熟起来的。艺术博览会作为艺术市场的一个环节，将艺术市场的诸多环节链接起来，形成一种有效的市场机制，为当代艺术的市场化发展提供了保障与服务。相对于传统的艺术市场形态，艺术博览会无疑提供了一个具备规模效应的商品市场，又为当代的艺术形态提供了一个社会化的容器，使当代的艺术能够有效地同时面对市场与大众，在时代的语境下不啻为一种充满生命力的艺术活动与商业活动相结合的成功模式。

我国的艺术博览会则是在确立市场经济体制后，在经济高速发展对艺术市场的带动下，自20世纪90年代起先后出现于一些发达城市。同时，中国的艺术博览会的出现离不开政府的支持，政府对大型的博览会是有严格的管理规定的。由于大部分艺术博览会都涉及国外艺术机构的参展活动，艺术博览会必须呈报相关部门批准才可举办，起初的主办者也都是文化部门或被文化部门认定的具有涉外展览权的企事业单位^①。1993年由文化部主办的首届“中国艺术博览会”，标志着政府部门对艺术市场活动的认可与参与，政府管理部门试图按照国际惯例和操作规程将艺术品交易纳入规范化管理被付诸实施^②。此后艺术博览会在我国便蓬勃地发展

① 参见文化部。文化部涉外文化艺术表演及展览管理规定（中华人民共和国文化部第11号令）[Z]。

② 参见[美]简·杰弗里、余丁。向艺术致敬——中美视觉艺术管理[M]。徐佳，译。北京：知识产权出版社，2008：65。

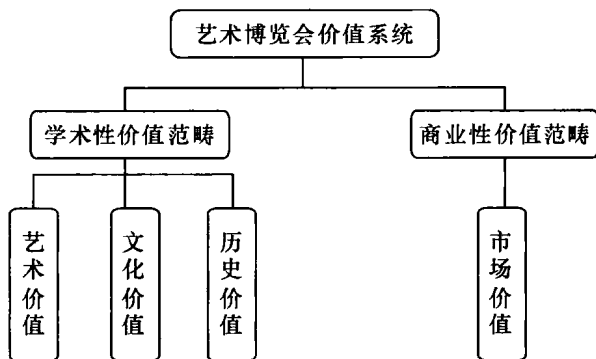
起来。其中最具规模的有中国艺术博览会(1993年)、中国艺术博览会(北京)(1995年)、广州艺术博览会(1996年)、上海艺术博览会(1997年),此外还有北京国际艺术博览会、杭州西湖艺术博览会、大连国际艺术博览会、2004年创办的首届中国画廊博览会、2006年创办的“艺术北京”当代艺术博览会、2007年创办的香港国际艺术博览会、2008年创办的“艺术中国”——中国国际艺术品投资与收藏博览会等。

艺术博览会在我国是一个新兴事物,本身存在着诸多的问题。我国艺术博览会自1993年出现以来,由于市场本身的不健全,以及人们对艺术博览会的认识不足导致在操作中一系列问题的产生,诸如参展主体不清、伪劣产品充斥、展会现场混乱等,被人们戏称为“艺术品庙会”或“集贸市场”等。原本应成为具有高学术含量的艺术品交易场所的艺术博览会缘何变身为“艺术品大集”、“行画市场”?艺术博览会自身对于学术性的建构出了哪些问题?作为商业本质性的博览会市场是否与学术性建构相抵牾?这些问题都发人深省。可以说,在经济全球化的背景下,如何面对行业竞争健康的发展,并对社会产生积极影响,既是一个艺术领域的课题,也是一个重要的现实课题。这些问题是促成本书研究的初衷所在。

我们要明确的是艺术博览会不同于综合性博览会或文化产业博览会。在当下市场经济语境中,艺术博览会既是一种产业形态,又是一种市场形态。就机制而言,艺术博览会是一种通过“艺术一级市场”(画廊、经纪人)参展来聚集艺术家、艺术品与收藏家的大规模市场交易形态,并与艺术品拍卖业共同构成当代“艺术二级市场”。艺术博览会主要有以下两个功能:一是艺术品的交易(展会 Fair)功能;二是艺术展示(展览 Exposition、Exhibition)与交流功能。如果说前者与商业性紧密相关,那么后者则与专业展览的学术性休戚与共,如何将二者有机结合是成功的关键所在。从当今全球艺术博览会的发展趋势来看,注重展览的学术性与会展的商业性互动已成主流。如在“学术引领市场”理念的成功运作下,巴塞尔艺术博览会已经成为“艺术界的奥林匹克盛会”。这也为我们带来了重要的启示,即如何对艺术博览会的学术性进行建构不仅关系到一台博览会的成败与否,同时也是为市场语境下学术的存在与发展寻求一条现实路径。在经济全球化背景下,商业与学术的联系越来越紧密,在商业化社会,不与商业发生联系的学术是对社会的疏离,而学术本身的价值也会产生丰富的商业价值,问题的关键在于二者之间的结合方式,本书研究的重要出发点与目

的便在于对学术性与商业性二者之间的因沿关系的探寻，以期通过合理的学术性建构实现二者之间良性、互动关系的发生，实现艺术博览会的良性发展。基于此，本书通过对我国艺术博览会近 20 年来的发展考察，结合对艺术博览会的亲历与细致的田野调查，从市场实务层面针对艺术博览会的存在与发展中的问题进行系统性研究。

这样说来，在当代市场语境下，艺术博览会在价值层面由两部分组成：商业性价值与学术性价值(如附图 1 所示)。商业性价值范畴具体表现为市场价值，学术性价值范畴则大致可以划分为艺术价值、文化价值与历史价值三方面。



附图 1 艺术博览会价值系统构成图

艺术价值是基于艺术本体的价值判断与表现，主要体现在审美层面；文化价值是基于一种语境的价值判断与表现，主要体现在意义层面；历史价值是作为前两者的时间载体而本身具有的价值，主要体现在历时性层面。其中艺术价值为基元价值，文化价值与历史价值是在其基础之上的拓值与延展。如今艺术博览会通过对艺术品(包括艺术活动)的展示所包蕴和呈现出的“学术性”进行业态建构在业界已渐成主流，艺术会展业界在此角度进行“学术性建构”的称谓与意指也渐约定俗成。目前，一台成功的展会均会在搭建商业平台的同时设置学术平台(如艺术博览会通常会设有“艺术委员会”、“学术委员会”、“艺术总监”等职位来负责整个展会的相关学术建设)。可以说，国际成熟的艺术会展业态将艺博会这一商业行为同时看做为一项艺术活动的发生，在尊重经济规律的前提下，对该业态所包含的丰富的艺术活动本身的学术理念与思想性予以重视和建构，最终与展会的商业运作共同构成展会的一体两翼。