

ART

OF 时代的艺术

大芬美术与产业的升级和蜕变

THE

刘亚菁 肖怀德 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

TIMES

ART

OF

THE

TIMES



时代的艺术

大芬美术与产业的升级和蜕变

刘亚菁 肖怀德 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

时代的艺术：大芬美术与产业的升级和蜕变 / 刘亚菁，肖怀德主编.

— 北京：北京大学出版社，2018. 4

(培文·艺术史)

ISBN 978-7-301-29232-7

I . ①时… II . ①刘… ②肖… III . ①艺术事业 - 产业发展 - 研究 - 中国

IV . ① J124-1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 028093 号

- 书 名** 时代的艺术：大芬美术与产业的升级和蜕变
SHIDAI DE YISHU : DAFEN MEISHU YU CHANYE DE SHENGJI HE
TUIBIAN
- 著作责任者** 刘亚菁 肖怀德 主编
- 责任编辑** 张丽婷
- 标准书号** ISBN 978-7-301-29232-7
- 出版发行** 北京大学出版社
- 地 址** 北京市海淀区成府路 205 号 100871
- 网 址** <http://www.pup.cn> 新浪微博：@ 北京大学出版社 @ 培文图书
- 电子信箱** pkupw@qq.com
- 电 话** 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750883
- 印 刷 者** 北京启航东方印刷有限公司
- 经 销 者** 新华书店
- 787 毫米 × 1092 毫米 16 开 24 印张 420 千字
2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷
- 定 价**：158.00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系，电话：010-62756370

主编简介

刘亚菁，复旦大学公共管理硕士。现任深圳市大芬美术馆馆长、深圳市龙岗区书画院院长、2017 中国（大芬）国际美术与产业发展论坛秘书长、深圳市第六届人大代表。

肖怀德，青年社会文化学者，中国艺术研究院文化发展战略研究中心副研究员。北京大学艺术学博士，应用经济学博士后。兼任北京大学文化产业研究院副研究员，国家行政学院文化政策与管理研究中心客座研究员。2017 中国（大芬）国际美术与产业发展论坛秘书长。

编委会名单

顾问

左中一 刘大为 李小甘

主任

徐里 李劲堃 陈金海 李瑞琦 高自民
戴斌

副主任

丁杰 王永 梁宇 尚辉 胡庚祥
尚博英 董小明 向勇 高秀芹

委员

咸懿 钟曦 王国猛 陈湘波 闵玉辉
李昆刚 潘保军 谢琼莲 杨晓洋 彭罡
徐章 贺绚 陈向兵 丁超 孙明卉

主编

刘亚菁 肖怀德

副主编

范育新 郝强

序言

仰望与回眸：时代的艺术，大芬的现场

呈现给大家的这册书是 2017 中国（大芬）国际美术与产业论坛的论文和演讲成果。在大芬讨论艺术问题，本身并不是艺术本体论上的一次讨论，而是一本关于艺术相关问题的讨论。在这次论坛的策划期间，我们一共提出了两个问题：这个时代，艺术相关问题正在发生怎样的变化？如何站在一个时代坐标来看待正在发生的大芬艺术与产业现象？在这里，我们大概梳理一下对这两个问题的阶段性理解。

一、为何以“时代的艺术”为主题？

从艺术史的逻辑，我们今天认知的古代艺术，在当时并不是以纯粹的艺术功能而存在，西方历史上很多的艺术，往往因为服务宗教功能而流传至今，中国古代的很多用品，在今天被称为艺术品的器物，在当时往往作为农耕社会的生产和生活用具而存在。因此，这就提出了一个问题，艺术往往在历时性的层面被定义，却很难在共时性的角度被定义。我们今天认知的纯粹的艺术，也并不是那么的纯粹，艺术并不是为了纯粹的艺术而被存在和流传下来。再比如，我们今天认知的艺术史上的艺术家和今天确认的他们的艺术地位，并不完全是从艺术标准来确认的，而是往往离不开艺术家背后复杂的社会因素、资本因素和文化因素，因此，艺术史并不是艺术家创造的，而是诸多社会因素共同着力的结果。

现代社会，科技与商业作为两个重要的维度，在深刻影响我们所处的社会的组织结构和文化形态。艺术问题的维度也因为科技变革、消费社会崛起、城市化进程而不断拓展，形成了新的时代特征。主要表现在：

第一，艺术因为科技等手段介入，丰富了艺术创作方式和艺术语

言，出现了新的艺术物种，新的艺术过程正在发生。我们往往认为科技只是艺术表达的工具，对艺术本体的介入性有限，但是今天我们发现，在诸多新媒体艺术、科技艺术领域，科技正在演变成为一种新的艺术语言，甚至内化成艺术本身，而不是永远独立于艺术之外，科技在重新定义艺术美学，一种新的艺术美学范式正在形成。

第二，艺术不再只是本雅明所言的膜拜意义生产，在审美经济化和艺术商品化的浪潮下，艺术进入大众消费圈层，出现了蓬勃发展的艺术文化产业和大众艺术消费市场。艺术作为一种审美力量和意义生产在提升不同产业的文化附加值，满足消费升级过程中个性化、定制化、情感化、场景化消费需求。艺术的神圣性和“光晕”正在消失，艺术不再是天才和通灵的特殊个体才能触及的领域，艺术与生活的界限正在模糊，我们对艺术的定义正在走向多元化，我们不禁要问，难道走向大众的艺术就不是艺术？难道艺术只是少数人才能有资格把玩的奢侈品？普通人为什么不能享受艺术，与艺术交往？

第三，随着城市化进程和产业集聚业态的出现，艺术不再是个体艺术家的创作行为，艺术交易也不仅仅是一张画的买卖问题。艺术一方面介入城市公共价值塑造和公共文化空间营造的过程中，新的公共艺术业态不断涌现，形成了城市新的公共文化话语和新的在地文化生长，大量的公共艺术行为已经远远超出一个个体艺术家的行为范畴，而是大量艺术家、工程师、规划师共同作业的结果。另一方面，艺术相关价值链环节逐渐以集聚的方式形成各类艺术园区和艺术产业园区，在不断丰富和提升艺术相关产业的业态分布和价值增量，以艺术为核心的艺术相关产业链条正在不断延伸，包括艺术创作、艺术交易、艺术衍生品、艺术服务业、艺术旅游消费、艺术教育等，艺术相关的商业领域越来越复杂，逐渐形成了一个庞大的围绕艺术而生存的巨大的商业群体，形成了一个触及诸多生产、生活和消费领域的艺术世界。

我们以“时代的艺术”为题，并不是要回答今天的艺术全貌和给今天的艺术以明确的定义，而是试图还原正在发生的艺术现场、艺术可能性。究竟什么样的艺术现象可以被记载进入艺术史，什么样的艺术行为代表今天的时代艺术，可能今天的艺术介入者并不能给出完全准确的答案，留待后人来叙事和记录。

二、关于大芬艺术与产业现象的讨论

大芬的生成是一个非常有意思的艺术与文化产业现象。最初，上

世纪 80 年代，以黄江为代表的一批香港画商看到了国际商品画市场的商机，选择了大芬这样一个地理偏僻、劳动力价值低廉的村落，开始了流水线式的商品生产与外贸加工。因为商业利益的驱动，大量的画工、画商在这里集聚，逐渐形成了一个国际商品画的市场。2004 年，深圳文博会第一分会场选择在大芬召开，政府大力推动大芬美术产业发展，政府的介入助力了大芬从野蛮生长走向规范化、规模化的发展轨迹。随着近年来国际商品画市场的萎缩，大芬逐渐走向了高端商品画、原创画、文化创意软装服务三足鼎立的新型市场格局。当然，随着深圳城市化进程的推进，艺术商业的脆弱性与城市化进程中的巨大地产商业利益之间在不断角力，艺术商业的生存空间在压缩，大芬的发展面临着诸多挑战。

我们认为，理解大芬不能仅仅从这里的艺术是高端还是低端，这里的艺术家是不是一流来简单地做出价值评判。而是应从中国当代文化和艺术发展的宏观视野来审视大芬的时代价值和文化意义，有这么几个角度可以来展开讨论：

（一）大芬是一个以市场为导向的艺术商业现象。因为地理条件、时代背景等多重因素作用，大芬最初因市场而生，这样的市场经过几十年的发展不断完善和成熟，形成了一个独特的市场社会网络，这个网络并不是显性存在，而是隐性存在于每一个画工、画商的人际交往和信息网络，也使得这里的艺术买卖行为具有持久的生命力。这样的市场弥足珍贵，因为有了市场，大量的艺术家逐渐向这里集聚，因为在这里画能卖出去，在这里能过上体面的生活。因为有了市场，这里与市场的服务行业和环节不断完善，逐渐形成了真正意义上的产业集聚。因为有了市场，这里的艺术商人嗅觉灵敏，能根据市场的变化迅速做出反应。近年来，大芬在国际外贸商品画市场萎缩的情况下，有一批画商迅速成功转型到巨大的国内文化创意软装市场。大芬的这套市场网络经过几十年的沉淀，很难被复制和取代，这也是大量模仿大芬模式打造的艺术园区都很难成功的原因。

（二）大芬是一个中国当代文化产业发生场。大芬发展的十多年，也是中国文化产业蓬勃发展的十多年，观察大芬，是观察中国文化产业发展的重点问题的很有价值的样本。一是大芬的发展是政府推动和市场行为共同作用的结果。中国文化产业从开始就不是完全的市场行为，而是国家不断释放资源，走市场化改革的过程，电影改革、电视制播分离、文艺院团改革均是如此。这十多年来，政府在中国文化产业发展过程中扮演着非常重要的作用。就大芬而言，是一个市场野

蛮生长到政府规范成长的过程。2004年深圳文博会开始，政府的介入，包括举办节庆展会、修建美术馆、规范市场、基础设施改造，这些举措在一定程度上让大芬走向了规范化、规模化的路子。当然，我们同样需要警惕的是，在艺术市场中，政府工作的边界到底是什么？哪些应该交给市场，哪些应该交给政府？这是当前包括中国文化产业在内的诸多行业都需要深入思考的问题。二是大芬的发展同时面临着艺术产业与城市化进程中商业地产之间的角力。艺术商业尽管是一种商业行为，但又不能仅仅从纯商业价值角度来衡量其社会价值和社会贡献，其商业回报与其他行业，如房地产行业而言，不可同日而语。这就必然出现随着中国城市化进程，原来偏僻的边缘地区地价上涨，靠收取艺术家较为理想房租的房东在看到周边地产开发带来的巨大商业利益的同时，必然出现房东涨房租和艺术家、画商生存空间不断受挤压的局面，这是市场经济的理性人假设决定的，不能仅仅用道德标准来约束和评判房东。这是目前国内很多艺术园区所面临的共同问题，这里会出现两个发展方向，一是政府从维护艺术园区品牌和城市文化发展出发，有效出面治理，给予一定的房租补贴，引进战略性运营主体，同时通过调整商业业态，延伸和拓展园区的产业链条和产业生态，实现园区的转型升级，实现政府、房东、艺术家（画商）之间的共赢。二是在巨大的商业地产开发巨浪下，艺术家（画商）逐渐承受不起越加上涨的房租和生活成本，逐渐搬离到成本更低的地方，艺术家和艺术市场逐渐萎缩，艺术园区逐渐消亡。

（三）对大芬艺术本体价值的讨论。认知大芬的艺术和艺术商业现象，我们不能从传统的艺术本体观来认知，这样容易窄化或者偏离大芬的时代价值和意义。我们认为应该从三个维度来思考大芬艺术的本体价值：一是从艺术商业或文化产业的角度来认知正在发生的大芬现象，前面有详细的论述，不再赘述。二是要从艺术生活服务业的角度来认知大芬艺术。大芬艺术的服务对象不是传统的精英艺术品收藏市场，而是正在崛起的大众艺术消费品市场，让大芬艺术进入每一个中产家庭，对于中国整体上缺失的美育和艺术消费习惯的养成具有重要的启蒙意义。三是从整体来看，大芬也许是一种当代艺术的意义生产。大芬尽管长期不在主流艺术讨论的艺术本体问题范畴之内，但它却以旺盛的生命力在生长，大量的从事非传统艺术生产的个体在这里实现了自己以艺术为生的梦想，过上了体面的、有尊严的生活。从当代艺术的视角，艺术很重要的功能在于记录、呈现时代，包括时代情绪、时代集体心理，大芬艺术本身也许是一个非常重要的中国当代艺术行

为和现象。

三、本书的基本逻辑结构

首先本书的总体定位不是艺术本体论的讨论，而是从现代社会以来，科技、商业带来的艺术变量的角度展开。主要分为两个大的部分：第一篇到第四篇是关于时代的艺术变量。第五篇和附录是聚焦大芬艺术与产业。

第一篇“科技艺术：媒介、语言与逻辑”，主要讨论新技术在今天如何影响艺术，新技术会为艺术带来哪些新的可能性和想象空间？第二篇“公共艺术：城市、人文与生长”，主要讨论公共艺术在创造艺术价值之外的人文价值和社会价值，以及公共艺术在现代社会的新功能、新形态与新使命。第三篇“艺术市场：建立、规范与迷思”，主要讨论中国艺术市场的生态构建问题，如何找准中国艺术市场的真问题、真症结？如何通过制度设计来建立规范化、良性健康的中国艺术市场？第四篇“艺术世界：消费、融合与边界”，主要讨论在产业升级、消费升级背景下，艺术正以其独特的审美力量和文化力量，服务传统产业转型升级和产业深度融合，创造着跨越边界的艺术世界。第五篇“大芬艺术：重塑、再生与蜕变”和附录是聚焦大芬艺术与产业的重塑与蜕变，希望开启和营造一个讨论的场域，共同为正在发生的大芬美术与产业转型升级找到一条可行的方法与路径。

看着一张张大芬人的脸庞，我们感受到他们因艺术而获得了生活尊严的喜悦，也体会到他们面对时代变化的焦虑和彷徨。回眸大芬的发生和生长轨迹，仰望正在激变的时代艺术，是为了开启大芬新的生命动力！

肖怀德

青年社会文化学者

中国艺术研究院文化发展战略研究中心副研究员

2017 中国（大芬）国际美术与产业发展论坛秘书长

序言 仰望与回眸：时代的艺术，大芬的现场	肖怀德	1
----------------------	-----	---

第一篇 科技艺术：媒介、语言与逻辑

科技发展日新月异，艺术与科技的融合也在不断加速，新的技术正在丰富艺术的表现语言，改变艺术的创作材料和手法，拓展艺术的应用边界。新技术在今天如何影响艺术，艺术家该做什么？数字技术、大数据、3D 打印、VR 等新技术与艺术融合，将会发生怎样的化学反应？新技术会为艺术带来哪些新的可能性和想象空间？

媒体艺术的沿革与时代的接轨	林书民	3
反向工程艺术	托尼·布朗	17
技术伦理	费俊	22
被科技“偷走”的那些美学逻辑	邓岩	49
移动互联网和公众的艺术需求	李天元	56
艺术创新史：技术、媒介与社会生产方式的转型	盛威	63

第二篇 公共艺术：城市、人文与生长

艺术的公共化，艺术在城市设计、社区营造中的参与性是艺术时代化的重要表征。公共艺术是艺术超越个人创作外的新的意义生产，在介入城市、社区、公共空间建设过程中，潜移默化地培育在地的文化创新力、文化自觉生长力，进而影响人的行为、观念、生活方式和文化气质，创造出艺术价值之外的人文价值和社会价值。本篇将聚焦探讨公共艺术在现代社会的新功能，新形态与新使命。

硅碳合基的“超公共空间”与“超公共艺术”	周榕	77
公共艺术中的环境陶艺创作实践	朱乐耕	89
城市记忆与风景——以台北为案例	王玉龄	97
从艺术到城市，再从城市到艺术	马晓威	105
深圳创意城市美第奇效应的生成机制和优化策略	向勇	113
公共艺术的多重价值——回望北京新世纪之交的公共艺术实例	吴洪亮	121
论美术的时代性、民族性与主体性——以草原文化与内蒙古美术为例	乌力吉	129

第三篇 艺术市场：建立、规范与迷思

自商业社会以来，人类的艺术史就是一部艺术与财富共同创造的历史。没有良性的艺术市场，也不可能形成良性的艺术创作生态。中国艺术市场的发育与西方相比晚了很多年，在实际运行过程中，存在着认知、制度、道德、习性等因素带来的诸多问题，不尊重艺术市场规律、短期利益至上、独立艺术批评的缺失正在损害着中国艺术市场的生态。如何找准中国艺术市场的真问题、真症结？如何通过制度设计来建立规范化、良性健康的中国艺术市场？仍然是每一位艺术市场从业者需要共同面对和解决的问题。

艺术市场散论 贾方舟 139

破解迷惑——当下中国艺术市场的链环与问题 尚辉 144

人文地把握艺术市场的资本运作——关于艺术市场人才培养的几点意见 吕品田 153

新常态下的艺术生产与消费 续鸿明 159

美术馆与文化生态——展览理念的生成与美术馆知识的传播 冀少峰 170

用制度保障艺术——以当代雕塑为例 孙振华 175

建立规范的艺术市场 鲁虹 186

艺术品投资价值与风险 陈湘波 192

国民经济与艺术品产业的关联性研究 陶宇 197

一边下滑，一边崛起——融入全球市场的中国当代艺术观察 朱虹子 207

以文化消费带动画廊画店产业快速发展 欧阳进雄 214

第四篇 艺术世界：消费、融合与边界

产业升级、消费升级正在呼唤审美力、创造力、文化力。艺术是艺术家们对人类社会敏锐观察和认识的复现，是一次神圣性的审美创造。艺术正以其独特的审美力量和文化力量，依托创意设计、艺术授权等手段，渗透到传统产业的转型升级中，推动美术与消费品、陶瓷、家具、餐饮、酒店、旅游等产业深度融合，创造着跨越边界的艺术世界。

当代艺术产业是推动可持续发展的动力 张晓明 227

艺术授权与产业融合 郭昇承 235

设计驱动消费升级 郭宇 245

新常态下艺术产业的问题与方向 赵子龙 251

冰火能否相容？——艺术品金融化模式的思考 许多思 256

中国当代艺术市场的“消费时代” 章锐 265

深圳艺术品产业的发展与探索 杨勇 275

艺术·学术·市场——以杭州信雅达·三清上艺术机构的实践为例 董捷 285

从传统艺术到现代产业——书法文化的发展语境、表现程式及产业化路径 赵辉 292

第五篇 大芬艺术：重塑、再生与蜕变

大芬艺术是一个独特的中国艺术产业现象，也是深圳这座城市的文化产业地标。画工、艺术家、画商、消费者以艺术为媒介在这里交易与生计，城市扩张、商业地产、艺术理想在这里角力，经历了商品画外销、代加工的成长，今天的大芬正在走向原创艺术、高端商品画和创新创意艺术软装“三足鼎立”的市场格局，当然也面临着地价上涨、市场竞争、空间局限等诸多挑战，明天的大芬应走向何处？

重构·再生——“大芬型”自发聚集艺术区的维新之道 吴明娣 戴婷婷 303

油画必须进入中国家庭——大芬油画村的市场机遇与企业转型 王其钧 313

“互联网+”艺术品运营模式的建构——关于大芬油画村市场运作机制的思考 梁宇 322

大芬美术产业转型与升级研究 陈向兵 329

大芬油画村再起航——兼论油画产业集聚区转型升级 周建新 严轮 刘创 337

美术价值实现与产业发展路径研究——兼谈对大芬美术产业发展的借鉴意义 马瑞青 348

附录 重塑唯一性——大芬美术产业蜕变之路主题沙龙纪实 355

科技艺术： 媒介、语言与逻辑

科技发展日新月异，艺术与科技的融合也在不断加速，新的技术正在丰富艺术的表现语言，改变艺术的创作材料和手法，拓展艺术的应用边界。新技术在今天如何影响艺术，艺术家该做什么？数字技术、大数据、3D 打印、VR 等新技术与艺术融合，将会发生怎样的化学反应？新技术会为艺术带来哪些新的可能性和想象空间？

媒体艺术的沿革与时代的接轨

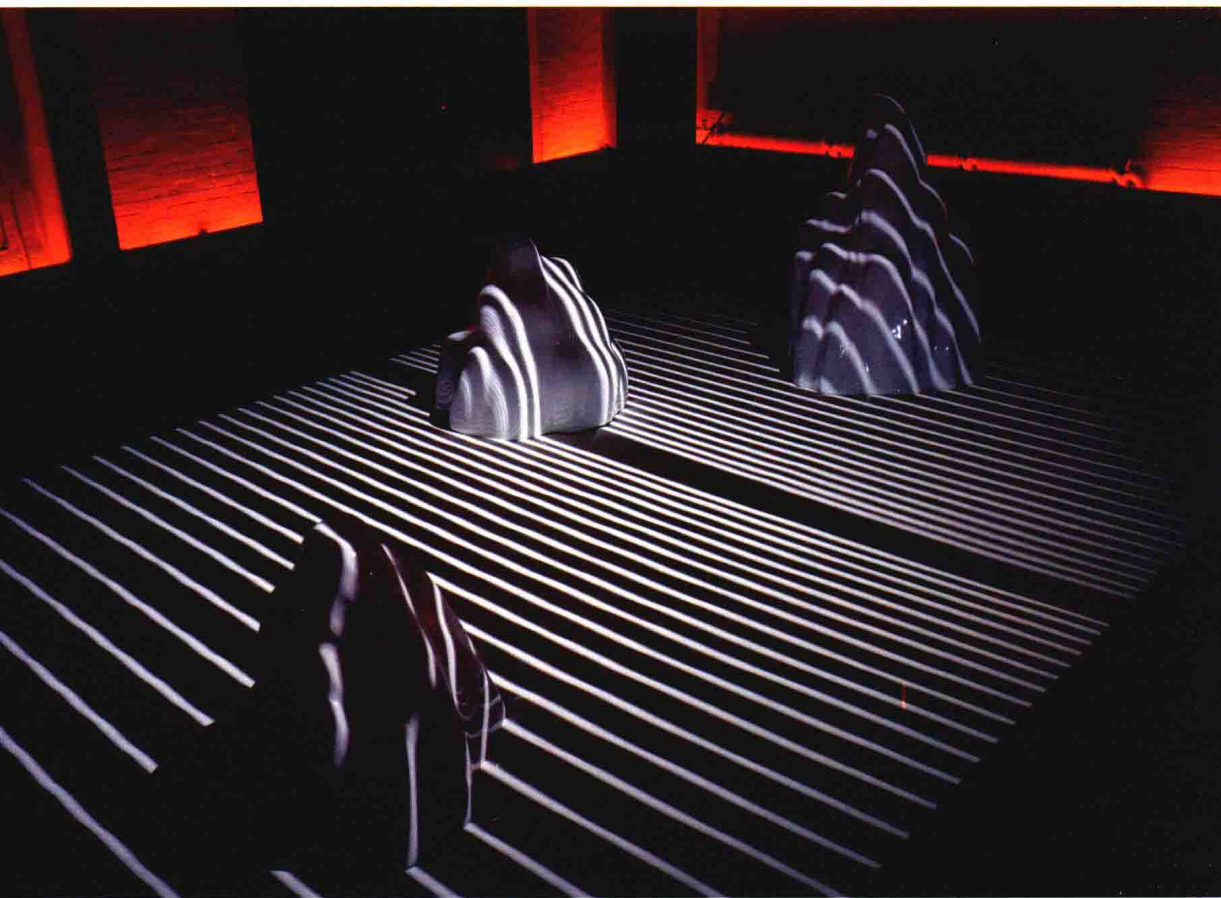
林书民

国际知名数字视觉影像艺术家及
策展人

随着科技媒材的不断更迭进化，艺术创作也日新月异运用新的媒材及工具达至极限，不断重新演绎新的时间或是空间的概念。一个个耐人寻味的现象也一波波登场，当科技化的展现时，人们总是触碰到属于冰冷、疏离、距离感的知觉及感官反应，于是属于人性精神底层的温暖需求便似钟摆般地来回摆荡，时而遥远、时而撞击拉锯。如果科技的发明，以及文明的产生是为了服膺或是创造人类更高理想的生存方式，那么趋势创造者或是创作者（同样是人类），在潜意识中推动的创作动能又是怎样的活动方式？

人类的 USER MENU

观看机械文明或是电脑科技文明，甚至如机械人、基因人等发展的过程中，其实人类不断在挑战的是一个由拷贝自我原型而投射出的理想模型（这个过程与许多艺术创作的动机同源），反看历史，世界总是由人类当时的认知所投影出的邦国，而我们目前的知觉见知又受碍于多少既存认知？人类由于仅限的知识，误以为这个由肉体所建构的身体便是完整的自我，而以此自我作为本位观念去解读宇宙；宇宙间的许多讯息，或是许多似乎存在但又无法计量测度的超自然现象，人类的感官所能接收及感应到的程度非常有限，我们的听觉、味觉、视觉、嗅觉和许多野生动物相比，经常逊色很多，借由科技发明的仪器，如显微镜、望远镜、声呐、镭射，我们延伸了感官的限制，朝内在发展窥探人类极限，似乎和朝外放射性发展探寻的宇宙根源同样精彩无止尽。一个讽刺的问题于焉产生，人类似乎在出生时，少了一本重要的 USER MENU 操作使用说明书。



林书民《山水》

不断改变的本质

媒体艺术最令人鬼魅般着迷同时也是充满无力感之处便是，“无法明确定位，但又无法逃避，以及不断改变的本质”。它的闪烁特征似乎也呼应了现代城市的善变不安特质。它不确定性的身份，由上个世纪末一直在定位中变形到本世纪初，争论不休的议题通常围绕在，它是科技性？或是艺术性？或者是实用的糖衣？科技面对人性时的正负面影响及衍生出的新问题及迷思也常常变成检验的关卡，乌托邦或非乌托邦，甚至反乌托邦。它在艺术史中位置界定及所造成的文化冲击，



林书民《云意识》

在许多主流媒体如 *TIME* 和 *NEWS WEEK* 也纷纷辟出专栏探讨这个议题及现象，如电脑庞克（Cyberpunk）和科技狂（Techno-mania），或是新科技（New Tech）以及高科技（High Tech），另外无以计数的学院的专刊也纷纷在其后现代文化（Postmodern Culture）以及科技文化（Techno-culture）的专栏中探讨这个主题。现代工业社会文明的转型，常常被指为是科技文化的展现，而这种科技文化的展现又常常被称为是后现代主义中重要的成分，其实它是现代主义转换到后现代主义的过程，科技文化在这项转变中所扮演的角色，不是成果而是原因，这项贡献造成现代及后现代的分野。

“科技艺术”一词的前身——“媒体艺术”，在西方的发展始于1960年代，由于工业文明的发展，发明出无以计数的新材料，另外生活节奏的骤变加压、生活消费模式的改变，也使这些充斥生活的新材料，难辞其咎地扮演重要角色，这些新鲜材料对极想打破限制的艺术家而言，便成了最佳的代言工具，运用非传统性媒材做创作，变成一股潮流。这些媒材与生活息息相关，材料本身的选择使用，经常扮演着目的的角色而不只是方法；另外材料本身潜藏的突然率、变化率、非预期的结果，为创意的呈现提供了更多的惊喜，也带动了与观众互动形式的开端。