



走国际化路线——中国画廊要进入巴塞爾的不二法门 Internationalization — The Only Way to Join in Art Basel

● 李国胜
Li Guosheng

在 巴塞爾艺术博览会的现场,我们遇见了环碧堂画廊的老板李国胜先生。曾经被巴塞爾组委会以贵宾身份邀请的他,虽然至今没有实现让环碧堂走进巴塞爾艺术博览会大厅的愿望,但作为在现场出现的为数不多的中国人,我们从他的身上看到了中国画廊渴望进入巴塞爾的热情,以及努力过程中所必须面对的一系列艰难曲折。

在中国当代艺术风生水起的今天,我们总会发现:那些活跃在幕后的人物其实往往并不是专业出身。很难想象,李国胜在2002年创立环碧堂画廊之前,从来没有参与过与中国当代艺术相关的任何学习和工作。从最初在北京某中学里任职,到在邮票交易市场里挖到了他人生的第一桶金,到1991年成为中国最早一批进入证券交易市场的操盘手,再到做投资公司……在金融界建立起的人际资源和人生阅历,其实与环碧堂今天的运作是分不开的。而抱着是否能通过走捷径切入巴塞爾的李国胜,从巴塞爾艺术博览会回来之后的最大感叹,不是中国画廊经纪人的观念落后,也不是中国艺术市场的盲目混乱,而在于没有一个国际化的长远视野。我们希望通过与李国胜先生访谈,从一个画廊经营者的角度来看巴塞爾艺术博览会的光环与残酷——那些关于艺术市场的神话和中国画廊一时之间难以切入的现实,都值得我们再度审视。

本刊编辑部(以下简称“本刊”)你是从什么时候知道巴塞爾艺术博览会的?在没有亲自去体验之前,你如何看待这个世界上号称平台最高的艺术博览会?

李国胜(以下简称“李”):知道巴塞爾艺术博览会大约是3年前的事情,当时是从一些业界内的朋友、策展人和艺术家那里听到关于巴塞爾的种种传闻的。

至于说到对巴塞爾的印象,最初是带有某种神秘的色彩。就像很多事情一样,经过炒作之后变成了一种神话。举例来说吧,我从开始做画廊到现在,主要受到两个画廊和一个博览会影响——画廊方面,一个是推出波普艺术和极简艺术的李奥卡斯·迪尼,一个是英国的萨奇;博览会方面就是今天所说的巴塞爾。在没有看到《艺术巨匠》这本书之前,我对李奥卡斯·迪尼的了解并不多,知道的多半是关于他的传闻,可在看了《艺术巨匠》之后,我觉得其实我与他之间的距离并不远——我指的是在观念和经营的模式上,其实我们有很多可以对接的地方。而萨奇,他在中国就更是一个英雄神话了,人们对他给予了很高的评价。他卖出了一件装置作品,买进了两件绘画作品,人们就说“架上绘画”要回归了,换句话说,也就是他卖什么、买什么,都在引导世界艺术的潮流。但巴塞爾在我看来,肯定是今天世界上最好的博览会。

好的博览会。

本刊:今年是你第一次参观巴塞爾艺术博览会吗?亲历现场,你觉得它给你触动最深刻的地方是什么?与你此前预想的巴塞爾有没有什么差别?

李:今年是我第一次到巴塞爾艺术博览会的现场。其实从去年第36届巴塞爾艺术博览会的时候,我就已经接到了巴塞爾组委会的VIP邀请卡——我们都知道,巴塞爾每年会邀请很多世界各地的收藏家、重要的策展人、美术馆、博物馆的负责人前往巴塞爾参观。所以,他们是以贵宾的身份邀请我前去参观,但不是邀请我们的画廊加入展示。但是很不巧,去年6月在瑞士的巴塞爾艺术博览会和12月在迈阿密的巴塞爾海滩艺术博览会,我都因为各种各样的原因,与巴塞爾擦肩而过的错过了。

在亲历巴塞爾之前,我觉得很多被神化的东西都是凭借想象的。而实际去了之后,我觉得对我触动最深刻的,应该是它的受众——它拥有那么好的一个收藏家群体。而这个群体对于艺术的兴趣和判断、他们所接受和反馈的信息、他们对于画廊和艺术家的信任,其实都与巴塞爾艺术博览会是分不开的。是巴塞爾艺术博览会长期以来所做的工作和付出的努力取信了大批的收藏家。因此,今天才会有100多架私人飞机,载着这些收藏家来巴塞爾艺术博览会购买艺术品。所以,我相信巴塞爾的神话,是在坚持不懈地努力下积淀而成的。而巴塞爾此行,更加坚定了我要让环碧堂进入其中的决心。

原来,我认为中国的画廊加入巴塞爾是肯定的,唯一需要的只是

时间。因为,有中国今天经济发展、社会建设的大背景,中国又是这么大的一个国家。但这一趟去了之后,我觉得不是按照这个逻辑来推断的。中国的画廊要想加入,还需要做很多方面的努力。

本刊:按照惯例,参加巴塞爾艺术博览会的画廊需要通过来自几个国家的艺术评委们的严苛筛选,除了需要提前半年呈交申请外,入选者还需要交纳上万欧元的展位费。即便是这样,全世界每年也只有不到1/4的画廊能在众多的竞争者中脱颖而出。据我所知,环碧堂曾经希望能加入到巴塞爾艺术博览会的展示中去,是什么原因促使你产生这个想法的?是因为它傲人的成交额和成交率吗?

李:这是肯定的,我相信对于任何参加、或者想要参加巴塞爾的画廊来说,巴塞爾可能带来的经济收益都是原因之一。但是参加巴塞爾不能完全从商业的角度来看。因为,在这个博览会上出现的画廊,都属具有学术深度的。它们带来的艺术家和艺术品,很多都是在艺术史上具有重要地位和价值的。所以,在我看来,商业与学术并不是完全对立的,如果在学术上成功了,那么在商业上肯定也会成功。至于说“叫好不叫座”的情况,我想,那只是时间的问题。以前,有很多人或许觉得,被某些学术展览、学术媒体认可了,艺术地位就确立了。但我认为,一个优秀的艺术家应该得到的远远不止是这些。他同时还应该获得商业上的成功,得到大众媒体的关注——专业的媒体再学术,毕

1、第37届巴塞爾艺术博览会“艺术无极限”单元展出作品
2-3、第37届巴塞爾艺术博览会展出作品





竟仅仅是小众的，而过去常常被我们忽略掉的大众媒体，其实更重要，它们可以将专业小范围内的成功放大，让更多的人知道。而一个真正的艺术家，应该被人们广泛的认识。至于说大众媒体的误导问题，我想误导从另一个角度来看，也是好的。它可以让更多的人来关注这个话题、进行辩论，而在这个过程中，影响力就产生了，不是吗？

至于只要环碧堂能参加巴塞尔，我愿意付出更多努力的原因在于：我相信，如果我能把我所代理艺术家的作品带到巴塞尔艺术博览会中去，这比在中国的任何一个美术馆给他们做个展都要来得有意义，都重要很多！因为，在中国的任何一个美术馆作展览，只要付钱就可以了，不是办不到的事情。但要进入巴塞尔就不同了。

本刊：从今年的现场情况我们可以看到，巴塞尔艺术博览会第一次给了中国媒体一个独立的展位，同时在“艺术机构”的单元中也纳入了中国的上海美术馆。而与巴塞尔艺术博览会组委会的工作联系中，我更真实地体会到：他们实际上对中国的艺术机构、媒体、策展人和

艺术家都是非常感兴趣的。因此，你能从画廊的角度，谈谈中国画廊为什么很难进入巴塞尔的原因吗？

李：我这次决定亲自去看看的原因，就是认为：如果是通过网络提交申请、填写表格……，都仅仅是例行公事。而我们是不是可以通过与组委会的负责人，展开当面交涉和进行面对面的交流，让环碧堂可以直接切入巴塞尔？但我现在知道这种捷径是不可能的。因为我们见到了他们负责亚洲板块的总裁，他告诉我们：他也仅仅是一个行政管理者的身份，真正的决定权来自由世界各地的专家所组成的学术委员会。而他们对画廊的考量非常严苛：你代理什么样的艺术家、做了哪些学术方面的展览、推出的作品得到什么程度的认可、画廊经营的模式和实力、画廊自身的历史……等等。我想，今天中国的画廊可能还很难达到他们的要求，而他们不会因为中国在上占了多少的份额，所以就在艺术上给你相应的参与比例。没有，一切都必须严格按照统一的要求来。

本刊：从巴塞尔艺术博览会组委会提供的资料上我们看到，中国有两家画廊幸运的加入了巴塞尔的阵容：上海的香格纳和北京的艺术文件仓库。你在现场有去这两家仅有的国内画廊参观吗？能谈谈你看之后的感受和想法吗？

李：坦率的说，我感到很悲哀。我看到两家中国画廊，他们带去的有中国很好的艺术家及其作品，但也不是最好的。但是，因为有了巴塞尔这个平台，所以成为一个很好的展示机会。我觉得中国的画廊和艺术家还是缺乏渠道，这也是中国画廊与参加了巴塞尔博览会的画廊相比，一个最大的差距——他们可以把他们的艺术家，推到世界最重要的博物馆、美术馆中去收藏；可以把他们代理的艺术品，带到世界上最重要的双年展、博览会上去展示。但我们目前还做不到。做不到的原因，一方面是经营的思路，例如现在，中国一夜之间冒出来那么多的画廊和拍卖行，他们是基于对艺术的了解和热爱吗？是一下子对文化变得重视了吗？不是，他们只是看到了市场好，做的多半是短期的操作，是投机。另一方面，是中国画廊的国际化程度，画廊选择代理的艺术家和艺术作品，以及画廊本身的历史。

本刊：假如，环碧堂能加入巴塞尔艺术博览会，你会带哪些艺术家的作品去？或者说，你会按照什么标准来选择在巴塞尔进行展示的艺术品？

李：我想，我会带更年轻的艺术家的作品去。今天，我们在巴塞尔艺术博览会上看到的，还是政治波普和玩世现实主义那一批艺术家，例如今天中国很成功的一些艺术家……但他们被西方肯定和认可，有一个特定的历史背景。他们的作品是希望对当时的现实做出质疑，但实际上，这些作品反过来被西方肯定了，对社会没有起到动摇，只是使艺术家火了。所以，那些是过期的艺术，不是中国今天在艺术上的反映。看了真让人心酸。所以，如果我们要参加巴塞尔艺术博览会，我想，推出什么样的艺术家就变得尤为重要。在我看来，今天的中国艺术家已经不可能再走当年那些艺术家的老路了。他们的作品，必须是从中国本土文化中生发出来的，而不是从西方的角度来看的中国。同时，他们所运用的艺术语言，应该是中、西方都能看懂的，但却是西方人做不到的。所以，简单地说，我所希望推出的艺术家必须具备两点：一是与中国传统的本土文化有关联；二是有他自己的艺术语言和独立的创造性。

本刊：你和你的环碧堂今后还会继续为进军巴塞尔而做出积极的对应吗？是你觉得中国画廊现阶段有没有参与的必要性？如果答案是肯定的，你会做哪些方面的努力和经营策略上的调整？

李：我觉得中国画廊现阶段参与巴塞尔艺术博览会，是非常有必要的事情。但这不是短期内就可以有收益的，需要一个坚持不懈地过程。因为今天中国的艺术市场突然变得很火爆，于是出现了很多不规范的画廊、拍卖行……它们在运作上有一定的盲目性。而巴塞尔博览会的评委们并不了解你，他们不知道你的画廊在做什么、能做多久、做到哪种程度，所以会提出质疑、会存有偏见。但是，如果你每年都提出申请、每次提交的资料都在变化，不断有新的展览和作品呈现出来……那么，他们自然而然会有兴趣。我此次回来，有很多感慨，在调整画廊的经营策略上，我想，环碧堂会走更加国际化的路线。

本刊：据悉，你在巴塞尔艺术博览会上，与号称“引导欧洲艺术潮流”的杂志《Flash Art》签订了两年的广告，是这样吗？《Flash Art》是欧洲一本非常优秀的杂志，凭借强大而迅捷的咨询，以及专业的学术立场在全世界都有很大的影响力。但是，因为语言的障碍以及其它原因，在中国会看它，或者说能看到这本杂志的人其实仅仅是很小一部分。在来自世界各地参加巴塞尔艺术博览会展示的媒体中，你为什么会选择《Flash Art》呢？你会在上面做哪些艺术家的广告？

李：是的，我在《Flash Art》上预定了他们两年的广告，也就是从今年的10月份开始到2007的10月，每一期《Flash Art》的封三和封三旁边的对页，都是环碧堂画廊的。我想，也许《Flash Art》的读者市场不在中国和亚洲，但是，我们努力走的正是国际化的路线。我希望通过在《Flash Art》上广告，让更多真正的国外收藏家认识到中国原来有这么棒的艺术家。当然，这种国际化的宣传需要事前进行尽心的策划与准备，因为在这样的平台上，推出什么样的艺术家也就代表着画廊的一种形象。环碧堂现在代理的艺术家有15个，其中13个是从事架上油画的，有2个是做雕塑的——当然，他们现在有的人的作品也比较立体，不一定是完全单一的材料。我想，我不会把15个我们代理的艺术家的作品都做到《Flash Art》上去，因为有的人的艺术风格和样式不一定适合。至于艺术家之间会不会有比较，这个我没有办法。我希望通过这些广告，来引起国际对中国画廊的关注。

本刊：最后，我很想知道，你觉得这次的巴塞尔之行有收获吗？

李：这次的巴塞尔之行，我最大的收获就是坚定了这样一个信心——一定要搭建起国际化的桥梁。巴塞尔结束后，我又去了德国，见到了威尼斯双年展、圣保罗双年展的策展人，他们其实都对中国的当代艺术非常感兴趣。而西方的著名艺术家，例如安迪·沃霍尔、李希特……他们能被这么广泛地关注，他们的作品在艺术市场上能如此坚挺，与他们的画廊经纪人的推动其实是休戚相关的。在他们的背后，其实是这样一些专业的运作和强大的资本作为支持。而中国，真正的藏家太少了。而今天，我们其实在资源共享方面，应该说与别人是没有差异的，所以，我们所要做的，仅仅是把他们推到一个国际化的平台上去而已。

1、第37届巴塞尔艺术博览会上不期而遇的行为艺术家
2、行为艺术家伊娃·阿黛尔出现在第37届巴塞尔艺术博览会现场
3、第37届巴塞尔艺术博览会展出作品

