民营艺术机构和美术馆是2012年江苏艺术发展中浓墨重彩的一笔。有的机构逐渐销声匿迹，有的机构开始风生水起，但总体依然处于上升的发展趋势之中。在文化大繁荣大发展的当下，无论是画廊还是美术馆，都在2012年寻找着自己新的方向与突破。纷呈的展览中，有学术大展引发业内一片讨论，有特色联展或个展引起全国范围内的关注，各个机构的艺术活动也接连不断，与此同时，在艺术产业化方面都有所发展。

向艺术致敬
T24、25
现代快报
2013.1.12 星期六
责任编辑 徐馨儿
美编 于飞
组版 丁亚平

2012南京：画廊在坚守中等待

钱晓征/文

2012年秋，北京某杂志推出《2011-2012年度中国十大影响力画廊》和《中国十大新锐画廊榜单》，上榜二十家画廊集中在北京、上海、台湾等地，南京没有画廊入选。雅昌艺术网画廊黄页，北京入编画廊近七百家，上海近三百家，广东一百多家，整个江苏不足五十家，仔细看看江苏四十几家画廊的简介，有些画廊的经营内容跟艺术品无关，有些画廊则不是严格意义上的画廊，充其量只能算是画店。

南京的画廊太少，或者准确地说，南京的画廊作为一个行业，有些散乱，有些沉寂。2012年，南京的艺术品拍卖出现了很多新面孔，相比之下画廊显得有些悄无声息。

中国艺术品市场一直是畸形发展，画廊作为艺术品一级市场的主体，一直承受二级市场拍卖行的挤压，加上艺术家与画廊之间存在观念和利益的分歧、国内收藏群体不成熟等原因，中国的画廊整体处于生存艰难、经营惨淡的状态。而相较于国内画廊市场的整体不景气，南京的画廊业尤为沉默。这主要体现在南京本土画廊分布零散，各自为政，缺乏个性特色，没有规范而明确的定位，区域局限性，在全国范围缺乏影响力，更没有形成画廊群。相比之下，北京、上海、杭州等地早已形成了有影响力和一定规模的画廊聚集区，例如北京的798艺术区、酒厂艺术区、宋庄艺术区、草场地艺术区等，上海的莫干山艺术区、泰康路艺术区，杭州的杭印路49号等。

画廊犹如书店，应成为一座城市的文化地标，一个城市拥有繁荣的艺术街区，无疑彰显这座城市的文化实力，也为艺术市场的真正繁荣打下坚实的基础。巴黎市中心有专门的艺术画廊街，这些画廊并不一定很大，有些画廊和民宅差不多，门面很小，门口挂个小牌子，走进去却很惊艳，许多重量级艺术家的作品让这些画廊不同凡响。画廊可临街也可深藏小巷深处，并不需要宾客盈门，每个画廊都有自己固定经营的画家和稳定的收藏家。纽约曼哈顿下城苏荷区原是工厂与工业仓库区，上世纪五六十年代，随着一些艺术家的进驻，引得众多画廊相继而来，不久，纽约市对苏荷区进行大规模改造，保留旧建筑景观，并通过立法将苏荷确定为文化艺术区。如今，苏荷最早居民中的沃霍、劳森柏格、约翰斯等，已经成为进入世界现代艺术史的大师级人物。

南京不缺乏优秀的艺术家群体，不缺乏艺术爱好者和有实力的收藏家，也不缺乏画廊和艺术推广人，但是，目前南京尚未形成一些规范的有规模的艺术街区，曾经有一些艺术区如幕府艺术区、草场门艺术区等，未待成熟就面临拆迁或解散，而夫子庙艺术街南艺后街1912艺术街等，其商业定位跟艺术基本没有多少关系。这种地域上的联盟关系没有形成，让南京的画廊和艺术机构之间失去沟通和资源整合的基本平台。去年，画家喻慧曾有过想法，想成立一个南京画廊或者美术馆协会，希望通过这样的社团组织，能将南京的艺术机构联合起来，共进共退。显然这样的集合是必要的，但是，目前各机构散落在城市的各个角落，让这种联盟困难重重。资源的整合，也包括资金的整合，目前从事画廊的经营者，大多缺少雄厚的资本，以画养画，难免陷入急功近利的倒买倒卖。当南京的画廊能形成稳定而有影响的艺术街区，并能将人力和资本资源有效整合，那么，南京的画廊在艺术市场就可以发出自己的声音了。

可一画廊在南京湖南路商业街生存了15年，这15年可一画廊见证了中国艺术市场的起起伏伏，也感受了南京画廊行业的波澜不惊，在这样整体市场的冷清中，可一画廊想有所作为也不太现实。可一画廊在世纪之交前后几年里，策划举办了一百多个展览，收藏了大量年轻画家的作品，这为可一画廊至今可以坚守在湖南路商业街打下了基础，但要进一步发展却有诸多困扰。真正的画廊，应该有明确的代理艺术家，并致力于推广所代理的艺术家，这是画廊的义务和职能。但目前南京的艺术市场远远没有形成这样的氛围，买家卖家更愿意信任和享受拍卖场内热闹的人气，艺术家也不能以合同的契约形式将自己未来的五年十年全权交托给画廊，虽不情愿却依旧年复一年地在画室里从事创作和交易，体验自我操纵作品市场的乐趣和烦恼。这样的形式下，理想的画廊没有生存的土壤，只能依靠着低进高出倒买倒卖勉强度日。而画廊对艺术家和对市场的不作为，让画家、藏家愈加失去信心和耐心，转而将目光投向立竿见影的拍卖二级市场。这样的恶性循环，十几年来，一直在画廊和画家之间上演。

在这样的市场背景中，一些画廊艰难度日，在沉默中坚守，在坚守中等待。前几年，我开始动笔为画家写推广文章，两年时间写了20位画家，这是可一画廊坚守的方式。2012年6月，可一画廊与《现代快报》合作，策划“画廊与画家 可一画廊年度主题画展”，通过图书——《画廊与画家》、媒体——现代快报《艺加周刊》、画展——江苏省美术馆的展览，对20位画家做一次整体推广，事实证明，这种推广模式非常有效，尤其是这20位画家中，年轻画家、原本知名度不算高的画家，通过这一次推广活动，迅速被市场接受，并形成稳定的收藏群。从画廊销售看效果也很显著，画展前后一个月的销售额超过2011年全年销售额。

很多画廊及艺术机构都在以自己的方式生存着，正是这样整体的坚守，让2012的南京艺术市场，在整体呈现滑坡趋势的大局中，保持稳定发展的局面。

市场有自身发展的规律，成熟的市场催生成熟的画廊，南京的画廊还需要在坚守中等待成熟的时机。在促成画廊发展的必要条件尚未成熟的此刻，画廊惟有坚守，在坚守中，等待。

可一：宝华山麓的文化艺术村落

文化艺术区是一座城市的地标。可一文化产业园的理想，是以稳定而纯粹的“文化艺术村落”，成为江苏的文化地标。

可一画家村：

南京东郊宝华山西麓的可一文化艺术产业园，是南京的艺术家村落中不可不提的部分。2012年，可一画家村一期四十栋画室已封顶完工，南京画家入驻可一画家村，由此确定了将可一文化艺术产业园打造为“宝华山麓的文化艺术村落”的定位。可一文化艺术产业园坐落于南京东郊宝华山西麓，占地500亩，山地和水面达600亩，景色宜人。以徐弘为代表的画家，在签约之初就表达了对可一画家村的期望：稳定、纯粹。可一画家村首先解决画家们的顾虑：以实际发生成本为售价，让画家成为画室的主人。可一画家村的居民必须是画家，入住必要条件的设置，保障了画家们所期望的画家村的纯粹性。目前，画家村已签约的首批居民四十位画家，均通过画家村村委会的资格审核，四十间画室均由村委会把关，为艺术家量身定做。

一系列人性化的措施，确保了可一画家村是艺术家艺术创作、交流、交易和生活居住的艺术家园，也是艺术家稳定而纯粹的理想家园。

可一书店&可一画廊：

可一书店&可一画廊创办于1997年，十几年坚持不变定期举办沙龙，营造的书卷氛围使其成为一种生活方式的载体。入驻可一文化艺术产业园的可一书店&可一画廊，面积将扩大至五千平米以上，定期举办沙龙、研讨、读书会、名家讲座、书画展、藏品展、拍卖会等，为艺术家、艺术藏家、艺术爱好者、读者以及园区居民，提供读书、赏画、品茶、研讨以及书画交易、交流、休闲的文化艺术空间。

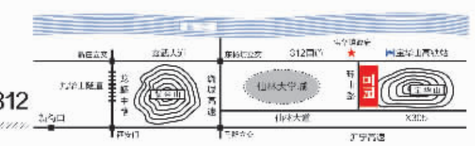
入住园区的可一画廊，将以现代画廊的规范运作方式，全方位代理园区艺术家，并致力于推广所代理的艺术家。可一画廊将联合入住园区的艺术藏家、艺术机构、文化产业企业家们，通过收藏、展示、媒体宣传、艺术评奖、拍卖会等多种方式，全力推广包装艺术家，将江苏最优秀的艺术家们推向全国。

江苏可一文化艺术产业园
宝华山麓与文化村落

可园·与艺术同居
PLEASANT GARDEN

可园位于南京市东郊宝华山麓的可一文化产业园内，占地近500亩，园区以宝华山森林公园的天然地貌为依托，因势赋形，打造了一处别有洞天的艺术派园林，叠石理水，花木掩映，曲径通幽，移沙易地，以自然为宗，却非反璞，每一处不经意间为可园细琢。

园区内风格各异，配套齐全，独有五星级会所，艺术大厦，美术馆，画家村，画廊，书吧，茶馆等，不仅是艺术家们安居乐业的艺术家园，也是艺术家、收藏家、文化产业从业者、艺术爱好者进行艺术创作、鉴赏、交流和交易以及生活居住的隶属住地。



可园 PLEASANT GARDEN
独自地址：中国·南京仙林东·宝华山环山路1号　文化专线：+86 025 6698 9812