

“发现未来的艺术大师，是我的梦想；成就文化产业大平台，这就是我的使命”

专访大贺文化金融集团董事长贺超兵

A / 大贺艺术空间是艺术金融平台

《第1金融街》：户外广告与艺术以及互联网金融，看起来似乎是风马牛不相及的领域，大贺集团是怎么样在其中找到结合点的？大贺艺术空间的整体构架是如何搭建的？

贺：我们企业过去以户外广告为主，后来和新浪合作搭建互联网营销平台，在自媒体方面也做了一些尝试。在尝试过程中，我们发现需要转型。结合市场形势以及大贺的自身优势，我们选择以做艺术品作为突破点。通过一段时间的推广，我们发现，艺术家除了需要推广以外，还需要交易。正好那时我们获得了第三方支付牌照，所以自然而然就进入了互联网金融这个行业。

广告加上艺术和金融，三者之间融合后带来的结果是什么呢？它们带来一个平台——艺术金融平台。顺着这个势，我们决定成立大贺文化产权交易中心。我们希望通过这个平台，除了为艺术家做出推广以外，更重要的是产生更多的交易，从而形成真正

的艺术文化金融。从金融学上来讲，交易平台有流量就会产生金融，而金融又会促进更多的交易。正是顺应着这个转型思路，我们从过去做推广，到做产品，再到打造自己的推广平台——大贺艺术空间。

《第1金融街》：大贺艺术空间的主要服务对象有哪些？

大贺艺术空间主要的服务对象是艺术家。完整地来说，实际上要服务三个群体：第一是艺术家；第二是艺术机构，比如画廊、经纪人等；第三是投资人。我们致力于实现文化产权证券化、艺术投资大众化、文化推广全球化。让投资人能赚到钱——大贺的定位是做这个事情。我们相信，这能得到市场的高度认可。所以现在就有很多人主动找我们合作，机构也来了，投资人也来了。我们估计，在2015年，大贺文化交易平台可能会凸显出自己特别的优势。



B / 艺术大家必须首先是个思想家

《第1金融街》：目前大贺艺术空间平台上已经吸引了哪些知名的艺术家合作？

贺：目前和我们签约的书画家有很多。比如中国当代四位书法名家孙晓云、徐燕、刘洪友和冯子恺，新当选进入国家档案的中国美术家尚可、美国全美油画金奖获得者左夫(Jove wang)、澳大利亚一线当代艺术家帕拉(Palla Jeroff)、中国当代水墨名家周士钢、中国当代工笔画名家庄道静、古篆论语国学艺术家马子恺等中外艺术家。

我们认为这样一类艺术家是比较有潜质的，对投资者来讲也是比较好的。

第一是思想家。我们对艺术家的鉴定，首先他们要对哲学、社会学都有一定的了解，而不仅仅是单纯的艺术家。单纯的艺术家，不会成为大师级人物。很多艺术大家，他的文章也能写，画也能画。

第二是专业水准很高。光有思想也不行，没有艺术功底，那种艺术是经不起推敲的。

第三是除了中国艺术功底比较好以外，更重要的是他们有东西方艺术语言能够融合起来的艺术作品。因为我认为中国2040年将是世界强国，这样就会出现一批世界级的艺术家。世界级的艺术家，仅仅具备中国文

化是不行的，他们还要懂得世界艺术语言，这样就会成为世界性艺术大师。所以我认为，发现未来的艺术大师，这就是我的使命。

目前我们已经发现了几个青年书画家，将来有可能会成为艺术大家。这样一来，就会吸引一批投资家来和我们合作。在这条生态链上，大家都会受益。艺术家经过我们的推广，他有时间去创作，他的画也越来越值钱。机构经过和艺术家合作，也赚到钱了。投资人（包括收藏家）也因为投资我们合作的艺术家，也会获得更多的收益。

C / 二级市场交易额5年达到5000亿

《第1金融街》：在大贺艺术交易平台正式开始运营之前，我们也通过一些传统手段对艺术品进行撮合交易。从市场表现来看，反响如何？这个平台运行以后，预计对交易量会有怎样的放大效应？

贺：从过去的市场表现来看，我们的交易情况还是不错的。比如去年10月27日，大贺艺术空间在南京博展中心一天拍出1600多万元，郭西元、陈世光等金陵书画家都拍出市场最高价。其中郭西元峡江云起成交价82.5万元，单价每平方尺过4万元以上，伏羲扇面成交价11万元，创下了画家这些年来艺术市场的最高成交纪录。

另一方面，我们也与金融机构进行合作，实现多方共赢。去年12月15日在中国工商银行财富中心上演的“艺术与财富共赢”大行动中，“金陵大家”郭西元、陈世光等大贺艺术空间签约艺术家的作品在保真拍卖

会上都拍出了最好的成交纪录，旅日商人陈世克等收藏家也都拍得自己最喜欢的艺术品，而且和艺术家有了面对面交流。这种将艺术植入银行各财富大厅，正是大贺艺术空间独创以“移动美术馆”进行市场推广的首次成功亮相。

现在我们要做的是，把传统的艺术交易搬到网上去，这也是申办“大贺文化产权交易中心”的目的所在。对于平台未来的预期目标，争取2015年上市运营，5年内，突破500亿元，二级市场交易额达到5000亿元。

《第1金融街》：在我们做艺术电商之前，是不是也有其他一些单位已经有类似尝试？

贺：南京文交所做的是邮票、钱币交易，现在每天的交易量能达到10个亿。中国文交所，在香港注册，现在每天的交易量也都非常大。为什么这样子呢？实际上它是颠覆了

过去的传统模式。传统的就是线下拍卖会。有的是网上开的，比如阿里巴巴做的是一小块。而我们是认真地做一个平台。

艺术品的电商化，这个平台是像阿里巴巴一样。做成平台以后，会吸引大量的粉丝来，粉丝会在平台上进行很多交易。从金融学上讲，只要商贸繁荣的地方，金融就会繁荣。我们把交易做起来，支付做起来，加上我们具备支付牌照等，这样就会产生比较大的交易。

《第1金融街》：大贺为什么能率先拿到支付牌照？

贺：因为我们的基础比较好。第一，我们有推广能力；第二，有很多艺术家和我们合作，这也是个基础；第三，我们是具备第三方支付能力的互联网金融企业。这三项融合到一起，就形成了新的文化产权交易平台。

D / 艺术众筹，让普通大众成为生活艺术家

《第1金融街》：这两年针对艺术品的市场运作，还有一种方式，就是通过资金把它打造成资产包，通过这种形式来销售。未来大贺艺术交易平台会不会出现这样的产品？

贺：肯定会出现，艺术产品证券化是很正常，未来这是必然趋势。所有商品都可以证券化，只是以前的方向需要作出调整，比

如怎么样解决产权归属问题。我们也在不断完善，希望推出的产品，能得到市场和政府的认可。

我们为什么要以众筹的方式推广艺术品呢？因为高端艺术大众化，是一个社会发展的过程。艺术品过去只是少部分人的精神享受。但实际上随着我们国民素质的提高，普通人对这块也非常感兴趣。他们希望参

与，但是没办法参与，因为门槛太高。艺术众筹就是利用互联网的优势，借助多数人的小资金，共同购买一件高端艺术品的版权和所有权，并且制作出相对应的衍生品，这是一种新的消费方式。艺术众筹的目的，就是能够让吊丝成为生活艺术家，成为商业投资家，也能成为艺术品的经营者，让更多的人能够享受艺术。



1994年从一家小小的设计公司起步，到户外媒体发布与制作、再到整合营销传播、第一家在境外上市的本土广告公司……可以说，大贺企业的成长之路，充满了求变与创新。近年来，大贺进一步推进自身转型升级，首创“创意+科技+金融”的新型服务模式为客户和消费者服务，开拓第三方支付类金融业务，并涉足艺术品经营、以艺术众筹探索互联网金融支持文化产业，直至申办“大贺文化产权交易所”。大贺，再一次以互联网金融先锋者的态势让业界瞩目。

创新意味着颠覆，颠覆原有的概念，改变游戏规则，以新的寓意引领行业快速发展。在大贺文化金融集团董事长贺超兵看来，从过去主要为客户推广，到如今打造自己的推广平台——大贺艺术空间，这是大贺企业顺应时代潮流所趟出的一条必然的转型之路。未来大贺将会进一步融合广告传媒与金融两大业务，联合广告与金融业务客户搭建共同成长的生态链。这种创新业态将帮助客户成功，给消费者带来便利，是一个多方共赢的普惠金融服务模式。

近日，贺超兵（以下简称“贺”）独家接受了现代快报《第1金融街》的专访，畅谈了这几年来大贺集团的转型思考，以及如何打造集传媒、艺术、金融、互联网为一体的新大贺。

现代快报记者 刘果 艾凌羽

