

當下香港

「Now Hong Kong」The First Annual Exhibition of the Hong Kong Contemporary Artists Association

「香港當代藝術家協會」首展

HKCAA



香港當代藝術家協會
HK CONTEMPORARY ARTISTS ASSOCIATION

藝術與商業的矛盾

梁達生 State-of-the arts Gallery

擁有屬於自己的畫廊是不少藝術愛好者的夢想。每天欣賞和分享喜歡的藝術品，何其寫意？只是，這或許是個美麗的幻想而已。當我們把藝術作為事業或以此謀生，就必須明白經營畫廊並不等於挑選幾幅佳作掛於客廳作"心頭好"之選擇。因為除了個人喜好和與眾分享外，這還是一門商業經營，要有資金才能生存。同時亦要為畫家們賺到錢！也因此，畫廊絕不能無視與市場聯繫的重要性。

商業的藝術是商品與顧客之間的溝通。套用在藝術品與觀賞者的關係上，畫廊便成為兩者間不可或缺的橋樑。

經營畫廊是希望它能連繫藝術家與觀賞者，成為藝術創作與市場的橋樑。作為藝術家，跟本地市場觀察和溝通是必要的。否則他又怎會知道，要創作甚麼的作品來銷售呢？這跟憧憬在大會堂展覽是兩回事！

對藝術界說甚麼「市場」和「商業」，一向被大多數人視為禁忌。商業與藝術總被視為不能共存的日與夜。經濟學家約瑟夫·熊彼特 (Joseph Schumpeter) 說過「資本主意破壞自由創作」。藝術歷史學家梅亞·夏彼洛 (Meyer Schapiro) 更指出「把藝術和商業價值掛勾只會對藝術發展帶來負面影響」。但現實是否如此？無論藝術愛好者多麼理想化地不把藝術放在商業世界裡，從畫廊經營者的角度看，畫廊是一項文化產業，必須在市場供求的環境中生存。因此，藝術家不應害怕跟市場（購買者）和（畫廊）商業經營者扯上關係。反之，在大會堂展出多次的畫作，並不可望能在商業畫廊內銷售出去。這正正是兩個不同的文化空間。

畫廊看似一個弔詭主觀的行業。畫廊也是愛畫之人，當然明白對一幅藝術作品的喜愛並不僅建基於畫家本身的技術和資歷。很多時候個人的購買，只是一時衝動。畫廊與藝術家的關係也是主觀的，夾雜不少個人喜好和情感。

正因藝術行業都是主觀的，畫廊於過往不斷摸索在香港藝術市場生存的哲學。經驗告訴我們，縱使藝術弔詭又主觀，如果畫廊要持續經營，就必須有一套完善的經營系統，助我們在這行業中找到章法。

作品質素與溝通方式

畫廊每月收到大量來自世界各地畫家的電郵，希望跟畫廊合作，開拓市場。但我們的資源、空間和精神有限，所以必須有效率地從中篩選適合我們畫廊的藝術家合作。

當我面對這麼多不同國籍，語言，性格和風格的藝術家，我們不能讓自己的主觀情緒做決定。我們認為下列之作品質素和溝通方式，兩者都是畫廊與藝術家合作的評估基礎。

何謂作品質素？

- 藝術家性格 - 對藝術的熱誠，作品中蘊含的個人理念。
- 技術 - 風格，色彩運用，筆觸，材料，以及獨特性。
- 創意 - 作品必須創新，超越藝術家自己過往作品，及展現其成長。
- 深度 - 作品必須吸引市場目光及反映創作者熱誠。
- 藝術家往績 - 過往的作品參考、其過往的代理畫廊、展覽規模和媒體報導等。
- 潛質 - 藝術家應主動與畫廊協商改進空間和能力。

何謂溝通方式？

- 態度 - 藝術家對藝術和商業的價值觀，與畫廊合作協商的積極性
- 合作性 - 跟畫廊合作的商業精神。
- 紀律 - 守信遵守與畫廊的約定，如期提交作品。
- 語言 - 跟英語非母語的藝術家溝通有一定的困難。
- 觸覺 - 藝術家應考慮本土市場的品味，以及常跟畫廊溝通以了解市場。

縱使作為商業畫廊，我們卻不是把藝術視為單純的無靈魂的商品，我們口中的市場也不限於金錢回報，而是大眾對藝術的喜好和反思。藝術的其中一個目的是作為藝術家與大眾交流的媒介。對本土市場作出考慮或反思不但不會污染藝術創作，反而能提升藝術家跟觀眾的交流。

從市場管理學的角度，「藝術家」可說是藝術產品供應者。但又有多少藝術家願意承認這身份？過往我們看到很多藝術家明白這道理卻不願接受。更不敢自稱專業或商業畫家。乃跟畫廊合作，這不但損害合作的關係，也破壞他們跟大眾溝通的橋樑。

我們必須時刻提醒自己，藝術家跟我們都各有責任。譬如藝術家應考慮到推售甚麼作品才可以得到較多的銷量，令其代理的畫廊能賺到錢。達至雙贏的局面。而不是以個人的藝術成就，希望得到某間畫廊支持作展覽。這就是要意識到範疇的轉移。這亦是上一輩的畫家不肯面對的現實。更甚者一般以為畫廊是應有其基本顧客羣。只要有展覽期，不管“貨色”有否驚喜，理應不難銷出一定成績。

藝術品的意義和生命都是觀賞者賦予的。正因藝術品需要觀賞者的傳譯，所以跟觀賞者的溝通便成了藝術創作不可缺少的一部分。而藝術家希望跟觀賞者有更深的交流，就必須多跟畫廊溝通，讓畫廊明白他們的個人特色與市場切入點。

如果畫廊和觀賞者都不明白藝術品背後的意義，一件藝術品並沒有靈魂。我們深信跟大眾最好

的交流方式就是藝術家與畫廊維持良好的聯繫，讓畫廊能將作品背後的故事及知識傳達給大眾。

溝通模式

過去畫廊與不少藝術家結緣，建立合作關係，有的長久，有的短暫。能成為專業藝術家，他們必定有其獨特的作品風格和性格，畫廊亦需要用不同的方式跟他們接觸。在這裡，我們希望與讀者分享一些跟藝術家相處的經驗。

很多時，藝術家並不明白跟畫廊的合作問題出在哪裡，不禁感到氣餒。尤其當這行業的溝通方式缺少對外界的透明度。

透過我們的分享，我們希望讓大眾和藝術家窺探一下畫廊與藝術家之間微妙的亦商亦友的關係。就經驗而言，跟藝術家的交流大致可依作品質素和溝通分述以下四種不同情況。

一：與經驗豐富的專業藝術家溝通

畫廊與藝術家最理想的關係應建基於良好的作品質素和緊密的溝通方式上。高質素的作品不但能引起傳媒和大眾的興趣，提升銷售額，更令畫廊內每位工作人員賞心悅目，寓工作於興趣。這無疑提高畫廊對藝術家的信心，從而定下長期的合作關係。大多數展覽經驗豐富的藝術家皆明白畫廊所顧慮的商業因素，更會主動跟畫廊溝通，商討宣傳手法，新聞稿，市場反應等重要事情，讓兩者的工作都事半功倍，順利流暢。透過緊密的聯繫，如電話，電郵，甚至會面，畫廊與藝術家互相分享藝術和市場資訊，不斷磨合了解，便能找到跟大眾溝通的最佳模式。一般成熟的海外專業藝術家都非常注重在這方面下功夫。他們的作品創新且富啟發性，而且他們主動與畫廊探究香港市場接受的題材，從而提升自己和大眾的交流。我們互補不足，不但是商業伙伴，更是真心好友。

大家嘗試設身處地，假如你跟藝術家之間交流愉快，合作帶來商業前景，藝術家又有進步空間，你還有甚麼原因不跟他發展長遠的合作關係？因此，面對這些藝術家，在公在私，畫廊也樂意投放資源宣傳或舉辦各種藝術活動。另一方面，藝術家亦因此對我們畫廊抱有信心，接納我們意見並創作更多迎合本土市場的作品。日本著名藝術家村上隆不但認為資金是藝術創作的必需品，更指出由於當代藝術概念勝於技巧，把創作概念傳達給市場就變得更重要。

由此可見，高質素作品和溝通造就了畫廊跟藝術家誠懇和健康的關係，彼此信任，減低了商業和藝術之間的衝突。

除了反映本土市場需要，我們也致力鼓勵我們的伙伴不斷創新，挑戰自己，跳出框框。

專業的藝術家應該勇於挑戰自己。我認為他們應每三年推出一個新系列，每五年建立新風格。不論那產品推出時多受歡迎，都是有壽命的。如果作品能展示藝術家多年來的進步演變，必能提高作品的收藏價值。

對很多人而言，開創新風格並非易事。只是，如果藝術只留戀以往佳績而卻步不前，就好比把自己封在死胡同。這情況於香港的水墨畫界尤其常見，十分可惜。

二：與作品質素高但是欠市場考慮的藝術家溝通

藝術是創作與欣賞的交流。缺少任何一方都會破壞其完整性。作品質素高的藝術家對自己的藝術技巧有信心，又因為他們已建立相當的知名度，作品總是質高量少，價錢可觀。作為觀眾，畫廊不免被他們實力迷倒，沉醉於那些作品中。矛盾的是，同時作為商業畫廊的我們，總不能無視這類藝術家對畫廊經營帶來的風險吧？跟他們相處，得花雙倍的時間精力，但量少價高的問題卻令畫廊承受較大市場壓力。很多時候，他們就是對自己太有信心，封閉於狹窄的創作小宇宙而忽略了對面的觀眾。那麼，兩者間的橋樑當然斷掉。通常我們與一些“德高望重”的畫家合作時，都不免會遇到這難題。

要是一名藝術家不僅與市場和畫廊溝通，工作事半功倍，畫廊亦被迫放棄合作。縱使有時候，高質素作品和畫廊對藝術家的喜愛會鼓勵我們嘗試繼續合作，但這段關係也充滿風險。

作為推動國際藝術的畫廊，畫廊與來自世界各地的藝術家合作，他們的母語也不一定是英語。語言障礙成為了我們經常面對的問題。由於不能以英語直接溝通，藝術家很多時候要依賴翻譯或經理人與畫廊交涉。

但透過第三者與藝術家溝通始終不如直接交流。這樣好比建了一道牆在我們之間，較難建立信任的關係。更往往要牽涉金錢瓜葛。

村上隆也就語言障礙發表意見。他認為假如藝術家想發展海外市場，像新聞稿翻譯等溝通應屬藝術家方面的工作。對我們而言，最可惜莫過於由於溝通失誤而白白埋沒了作品中值得留意的美。因為這代表了創作者的創意，修養和技巧。

回看過往的合作伙伴，當中不乏有實力但不主動的畫家，我們認為與他們的合作，在市場推廣和協商方面仍有很大的改善空間。但不容易溝通。在畫廊與藝術家合作的漫漫長路上，精神與時間花費絕不少。不論銷售成績如何，良好的交流始終為合作關係增添樂趣與享受。

三：與新晉藝術家溝通

跟初出茅廬的藝術家溝通總令畫廊興奮，因為能夠幫助新晉畫家開拓新市場一向是畫廊的使命。

再者，新晉藝術家經驗尚淺，卻不吝嗇以緊密溝通取勝，更會虛心聆聽我們提供的市場意見。這樣的合作伙伴耐心聆聽，也勇於發表意見，跟他們交流互動性高，就像跟好友談天，從容自在。他們當中，有部分技藝也許尚未純熟，但他們的主動和合作性卻給了我信心，希望跟他們並肩開拓香港市場。

雖然合作前景仍取決於藝術家的進步空間和觀眾回響，但溝通良好的藝術家始終佔優，因為畫廊對於這樣的交流必定信任有加。

溝通固然重要，但另一邊廂，藝術家也不應忘記維持作品水準，不斷增值自己，決不能只顧與市場交流，而遺忘了藝術創作。我們明白兩者平衡並非易事，年輕主動的藝術家也希望早點建立自己的國際知名度。

但是如果藝術家只記得宣傳自己，忘記了作為藝術創作者的責任，他跟一名專業推銷員又有何分別？

畫廊就遇過一位非常主動熱情的澳洲女畫家。她在宣傳和協商過程中非常主動，最令我們震驚的是她郵寄了一些光碟給我們，展示她創作的過程。吃驚的是我們因此發現她只花三十分鐘便完成一幅作品。我們亦不禁問自己，如果藝術家花這麼多精力自我宣傳，剩下來創作藝術的時間又有多少呢？而一般有經驗的買家，祇會將這等作畫者當作業餘畫家看待。

四：與缺乏經驗的藝術家溝通

藝術家是畫廊最親密的戰友。在過往尋找最佳拍檔的光陰，畫廊也遇過不少因了解而分開的過客。在藝術與商業方面，畫廊與藝術家之間難免存在分歧或誤會，彼此對作品質素和溝通模式也抱不同態度。

面對失敗的合作，最重要是自我檢討，讓今天的失敗變成明天的動力。多年來，再不負責任的藝術家我們也遇過。有的不守信用，有的不事生產，更有些總聯絡不上。跟他們合作真是傷透腦筋。

畫廊並不是把牆壁和地方租借給藝術家掛畫。只是，有些藝術家僅把畫廊看成幫他推銷的店舖，不主動跟我們商討對應市場的策略或本土市場的品味。這樣的作品又怎會觸及觀賞者的心靈？市場也當然不會着意他的存在。

這種單向的創作模式對藝術家自身的發展和跟畫廊的交流都有負面影響。不能跟觀賞者溝通的藝術作品只是一件死物，沒有靈魂。這樣，作為藝術家也是失敗的。

不面對市場的競爭，(不是畫家之間的競爭，因為我們相信不同的藝術家之間是不存在銷售的競爭)藝術家不會明白自己失敗的原因和缺少的因素。這不就是把自己關進死胡同？再說，如

果欠交流，畫廊亦不清楚所賣作品的意義，也只好削減宣傳開支和支持。

藝術其實是一見鐘情？

說了這麼多，讀者可能會說：「我看到一件藝術品的第一眼，便已愛上了它。」在這充滿「一見鐘情」的行業說甚麼篩選基準和經營系統，彷彿有點多餘。

說到底，欣賞或購買藝術品都是主觀的個人體驗。除了技巧和背景，觀眾最想看到的還是藝術家的熱情和理念所在。同時作為畫廊經營者與觀眾，我也在尋找可感動我的作品。

那麼，作品質素與溝通在這麼主觀的體驗中有何作用？畫廊把一件作品介紹到市場上，就好像對觀眾說故事。要故事動聽，我們必須先相信它，被它感動。這就得靠藝術家直接把他們的熱誠理念透過溝通傳達給我們。

作品質素與溝通其實不離我的主觀情感。高質素作品令我對畫家信心大增，緊密溝通則減低我們的壓力。我們慶幸當中有不少合約畫家，自與我們畫廊合作，一直在他們的藝術創作與溝通間維持平衡。他們熱情開朗的個性和對藝術追求的執著，也感動了畫廊上下的工作人員。看著大家熱心積極地分享他們的作品，就是最讓人感欣慰的。

總結

雖然現時在大約七十餘家商業畫廊中，單純代理本地畫家的少於十分之一數；約兩成多畫廊是兼約內地畫家。另外兩成多則同時代理各地不同的“貨源”。反之另外半數之畫廊則祇代理海外的畫家。

作為推廣香港龐大藝術市場中的其中一份子，我們仍看到這行業有着無限的可能性。不容置疑，畫廊經營是主觀的。因為經營者必須享受與藝術家的溝通。但面對著有限的展示空間和眾多的藝術家，經營選擇還是需要有系統的運作。更何況，作為國際畫廊，面對這麼多不同的國籍的畫家，其不同的語言和文化，就更需要一套完善的經營制度。

過去的經驗告訴我們，藝術家（產品提供者）和畫廊（溝通橋樑和銷售的代理）間的交流的重要性。商業考慮並不一定會扼殺藝術創作。因為負責任的畫廊決不會忘記藝術的價值，藝術家亦應對自己有信心，在兩者之間取得平衡。畫廊與藝術家必須並肩而行，互相了解，不僅能實現夢想，與大眾分享藝術，在商業的世界裡面求存。令香港藝術市場變得更多姿多彩。