

厦门佰翔海丝盛业国际文化艺术发展有限公司总经理洪庆祥： 聚焦艺术“大众化” 做强文化产业

不久前,文化和旅游部公布了新一批及通过复核的国家文化产业示范基地名单,厦门海丝艺术品中心获评国家文化产业示范基地。去年,海丝艺术品中心还获评中国文联第二批“文艺两新”集聚区实践基地。

“连续拿到两块‘国家级’的牌子,放眼如今的福建省文化产业园区,也是极为少见和不易的。”海丝艺术品中心“掌舵人”——厦门佰翔海丝盛业国际文化艺术发展有限公司总经理洪庆祥说,目前,海丝艺术品中心已成为国内最大的线上线下融合的国际艺术品交流交易中心。

从2015年进入艺术品领域至今,洪庆祥见证了厦门艺术品行业的发展与变迁。对于厦门艺术品市场的未来,他也有着自己的思考。当前,厦门正着力打造“文化中心、艺术之城、音乐之岛”。那么,厦门的艺术品市场如何进一步更好发展?艺术“大众化”如何更好实现?近日,晨报记者专访洪庆祥,听听他的见解。

晨报记者 叶子申



吸引不少市民游客参与。(资料图)
海丝艺术品中心丰富多彩的活动

谈经历 受命参与打造标杆园区

洪庆祥出生于1979年,是土生土长的厦门人。从厦门大学国贸专业毕业后,他从事过物流、地产等方面的工作。2014年,洪庆祥进入翔业集团。第二年,他开始接手海丝艺术品中心项目。“当时,根据厦门市有关部门的规划,又结合福建自贸试验区和‘海丝’两大概念,翔业集团提出了打造海丝艺术品中心的构想。”洪庆祥说,受命参与项目筹备工作,他逐渐深入艺术品领域,还多次到外地“取经”。

据介绍,海丝艺术品中心一期建筑面积达17万㎡,其中,当代艺术品创意中心、海丝文化广场、文化艺术酒店(琨烁酒店)、海丝艺术品中心(羲缘楼)已于2018年先后投入运营。“中心汇聚了当代艺术、中西绘画、传统工艺等艺术形式,形成多元的艺术文化复合业态,已成为福建地区的标杆文化园区之一。”洪庆祥说,目前中心已与8所高校共建教学实践基地,与海峡两岸及港澳的300多家艺术机构、1000多位艺术家及非遗传承人达成合作,有关的非遗项目包含有18个大类。

谈市场变化 将构建线上交易平台

近年来,随着国际局势和经

济形势的变化,包括厦门在内的艺术品市场面临更多不确定性。“未来,艺术品市场将以两极分化趋势发展。”洪庆祥认为,一方面,高端的艺术品依旧会受到资本的追捧,同样也会创下高价。另一方面,一些平价的艺术品、艺术衍生品、文创产品等,也会拥有大批受众。

同时,艺术品市场的交易方式也在不断创新。“传统的艺术品交易主要依赖于画廊、拍卖行等中介机构。而现在,线上交易、私人洽购等方式逐渐兴起。”洪庆祥说,为此,他正在筹划通过海丝艺术品中心构建一个线上拍卖、展示、销售的平台,推出“日日拍”“周周拍”等新模式,通过更多元、灵活的方式,开辟艺术品线上交易新路径,与线下的商家、活动进行互补。“参与拍卖的拍品,不一定是高价的艺术品,起拍价可以很低,甚至是0元起拍,真正让大众参与进来。”他说。

谈发展方向 培养公众艺术消费认知

眼下,越来越多美术馆、博物馆、画廊等艺术机构正在策划各类艺术事件,不断拉近与大众的距离。与此同时,年轻人“看展式社交”也成了近期的网络热词。

“在过去,艺术品给人感觉常常是艺术圈的人和精英人士才能欣赏。”洪庆祥说,而现在,艺术机



洪庆祥

未来,我们要发展的方向,是大众可以消费的艺术品。美育一定要走在前面,才会支撑起艺术市场的真正繁荣。

构开始提供一些更加有趣的展览,一些年轻人愿意把它当作除了聚餐、逛街的另一种周末选择,“我有一次去上海出差,恰逢一家美术馆在做展览,一张门票卖到300多元,还是吸引了大批年轻人前来参观。”

这也给了洪庆祥不少启示。“艺术的消费是需要培养的,公众的认知需要通过美育不断促进,这是艺术品机构培育公众艺术消费认知的目的。”洪庆祥说,近年来,海丝艺术品中心已与8所高校共建教学实践基地,邀请高校学子前来参与艺术品的展览、运营,与艺术家交流,提升艺术素养等,取得较好成效。同时,中心扶持多位本土新锐艺术家设立工作室,进行艺术创作。另外,中心还引进了数十家文创机构,吸引不少文艺爱好者前来“打卡”。

洪庆祥说,今年,中心将举办近10场公益艺术展览,邀请名家参与,扩大展览影响力,促进艺术“大众化”;还将积极联络“文艺两

新”群体,为他们提供艺术创作、展览、交易的平台,多举措提升厦门的艺术氛围;此外还将联合入驻商家,通过文创设计、艺术进社区、艺术项目进商圈等项目培养公众的艺术消费认知。“未来,我们要发展的方向,是大众可以消费的艺术品,美育一定要走在前面,才会支撑起艺术市场的真正繁荣。”洪庆祥说。

谈文创园区 需要开展多元化经营

洪庆祥说,目前,厦门拥有不同定位的各类文创园区,包括古玩城、文创园、影视产业园、工艺品城等,但总体而言,不少文创园区都面临规模较小、品类单一、相对分散、良莠不齐等情况,无法形成合力,制约了其更好发展。

在他看来,文创园区要取得更好发展,需要开展多元化经营。

“一方面,园区要找准自己的定位,深耕垂直领域,通过举办线上线下各类活动,并通过沉浸式的场景消费,将文旅和旅游深度融合。”洪庆祥说,同时可以与“网红”等合作,或通过自身新媒体矩阵,让园区内企业和匠人分梯队、分阶段在不同的知名社交平台做内容和产品的推广。

谈城市文化建设 共同做强厦门文化产业

当前,厦门正着力打造“文化中心、艺术之城、音乐之岛”。根据此前发布的《厦门市“十四五”文化产业发展规划》,厦门力争到2025年末,文化产业的年度营业收入将达到2500亿元。“这给了我们更大信心,在把平台经营得更好的同时,还能借助平台,形成合力,共同把厦门的文化艺术产品产业做得更好。”洪庆祥说。

在企业、项目引进方面,洪庆祥说,厦门可针对艺术品行业的“专精特新”企业开展专项招商活动,吸引更多中外知名艺术机构、艺术家常驻厦门;引进中国工艺集团、荣宝斋等国内一线文化企业落户厦门;鼓励吸引拥有稀缺文博资源的企业、机构来厦设立元宇宙概念的数字化博物馆、美术馆、乐园等高科技文旅项目。

在博物馆(美术馆)建设方面,洪庆祥说,除了要大力支持办好现有公立、民营博物馆(美术馆)如红顶艺术馆、张仃美术馆等之外,厦门可在适当的旧街(村)区、地块规划改造或新建博物馆(美术馆)街(区)和艺术家村,引进各类企业博物馆和私人博物馆,营造厦门浓烈的艺术氛围和构建文化艺术新地标、新景区。

洪庆祥还建议,厦门应持续加强市民美育教育,提升市民文明素质和审美水平,“可利用艺术机构、艺术园区、艺术品产业聚集区等资源,积极开展市民美学生活体验教育活动和中小学生学习研学活动,传播生活艺术化、艺术生活化等美学生活理念。”



海丝艺术品中心(羲缘楼)。