

媒体助力 打造上海画廊生态链

沪上知名画廊代表昨在本报召开发展与传播座谈会

上海现有三百多家稳定的画廊，还有上千家大小不等的店家，成为上海乃至全国的重要艺术品产业力量。如今，它们在发展进程中遇到什么问题？存在何种困惑？艺术收藏爱好者有什么期望？昨天下午，经上海文广局牵线，十多家沪上知名画廊代表聚集新民晚报社，参加上海画廊发展与传播座谈会，共同探讨艺术品市场的健康发展，经营者与藏家、艺术品爱好者共赢、共享艺术乐趣这些热门话题。与会画廊从业者希望通过主流与专业的舆论助力，提升画廊的专业性和学术性，在上海营造更理想的艺术文化氛围。

传媒非常重要

画廊经营者们平日里业务交流很少，除了一年一度的艺博会和春季艺术沙龙等少量展会，画廊老板能围坐谈心的机会很稀罕。煌杰画廊老总**高杰清**认为，画廊还是一个弱势群体行业。资本的体量跟不上发展速度，做大画廊，需要画家、评论家、媒体的共同努力，既需要对画进行评论，也要做理论的研究和推广工作，催熟市场交易，提升本土画廊的文化气息。

奥赛画廊老板**蔡彭城**认为，“很多人认为，画廊就是卖画的，我觉得办画廊不仅仅是为赚钱，而是为了艺术理想，发扬光大中国的艺术品。我熟悉的画廊同行，都是有理想和抱负的，也希望画廊发展得到政府和媒体的支持。”大朴堂画廊老板**陈元**坦言，画廊经常做画展，如果没有媒体传播，知晓率低，几乎等于白费功夫，画廊发展离不开媒体。“传媒对画廊业很重要。画家和艺术评

论家、策展人、宣传人员、画廊经理、拍卖人员、收藏家，只有这个产业链上所有的人都有收益，这条产业链才能良性发展。”艺术评论家、本报记者**林明杰**指出，上海的画廊不是不努力，但相比北京的活跃程度，艺术信息交流没有那么通畅。本报采编人员邀请画廊负责人喝茶聊天，就是希望将上海画廊的艺术氛围营造得更浓些，让媒体听到画廊的呼声，这对打造上海画廊的生态链有益处。大环境势必影响到每一家画廊的生存。而如何凝聚画廊的声音，这是媒体需要思考的。

布展价格不菲

香格纳画廊高级经理**朱海娅**感叹说，制作高品质的展览花费不菲，免费向公众开放，有时公众宁可花钱去看一场烂片，也不愿来免费看一场高质量的展览，这太遗憾了。画廊不需要媒体定论展览好还是不好，而是要让人家有兴趣来参观。艺术的推广普及工作要依靠媒体。



与会代表讨论热烈
陶磊摄

上海大剧院画廊媒体经理**陈崛**提到，可以建立不定期的画廊业聚会，让画廊多点沟通是好事，也可以设置论坛和讲座，画廊经营者都有各自熟悉的板块，媒体找到新闻点去报道，也是一种梳理。

东方网文化产业发展有限公司总经理、朵云轩文化电子商务有限公司总经理**朱琪**提到，网络媒体已投入艺术品收藏、展示和拍卖领域了，东方网利用东方文创网、东方艺展网等窗口，将画廊和画展的活动信息公布于众。

杰·画廊老板**宋云强**说，沪上画廊业的发展历史差不多有 30 年，操持画廊的故事个个精彩，艺术品市场也开始讲故事了，媒体更要讲故事。香江画廊总经理**张君兰**提到，画廊开设的成本很高，店铺租金贵，她期待媒体能够整合传播资源，增加对画展和画廊的关注。

如何扬长避短

如今，很多画廊不满足于新闻

“豆腐干”报道，有画廊业主为画家打抱不平：为什么影视明星离婚结婚能占个头条，画了一辈子的老画家开个作品回顾展，只能落得小篇幅的报道？

奥赛画廊老板**蔡彭城**认为，作为画廊的经营者，期望上海媒体深入挖掘海派艺术的文化资源。在他看来，论资历和作品，刘海粟、林风眠等大师都是受到历史承认的，但在市场上的表现却甚至不及某些当代艺术，这值得反思。蔡彭城并不讳言，新闻媒体在宣传方面是强项，但在选择艺术家、包装艺术家的眼光方面存在短处，而这恰恰是画廊的长处。媒体和画廊如何同时扬长避短？这是值得思考的问题。

上海春季艺术沙龙董事长**张军**说，传媒发展日新月异，传统纸媒对画展和画廊的关注，可以提振收藏群体的信心，但流于形式的新闻报道，对画廊成长而言功效并不大。他也在设想，媒体能够凝聚力量，在上海各家画廊里选择合适的作品，梳

理出某些板块，再进行宣传和推广。“上海的画廊可以多多聚在一起，为市民百姓选出可读可看的内容”。

与会的画廊从业者都认可新民晚报在广大读者群中的影响力，希望晚报呈现出来的艺术内容，不要被其他讯息淹没。上海敬华文化艺术发展有限公司总经理**余峰**认为，新民晚报作为上海发行量最大的报纸，应该担负艺术欣赏与引导的责任。“希望晚报系统化地介绍各大艺术门类，梳理散藏在各大画廊里的珍品。”余峰希望，策展的时候，晚报等媒体的介入节点能够前移一些，不要等到第二天画展开展了才进行报道。华府艺术空间艺术管理**殷俊洁**提出，在北京，一些艺术杂志已经把握了艺术圈的话语权，甚至影响着藏家的收藏方向，相比而言，上海的画廊和媒体更稳健些。新民晚报这样的媒体一定要有服务性，吸引更多人走近艺术。“展讯是面，展览是线，作品是点，点线面要结合在一起”。
本报记者 **乐梦融**



傅薪洁(左)与王志萍
王剑虹摄

昨天，上海越剧院的王派名旦**王志萍**收下了一个特别的学生——上戏附中高二学生**傅薪洁**。11年前，5岁的傅薪洁在张艺谋拍摄的上海申博宣传片中演唱《茉莉花》，感动了世界。不过很少有人知道，这个小姑娘还是个越剧迷，前几年更是迷上了越剧王派艺术，能

越剧名旦王志萍昨收新徒

“申博女孩”遂拜师心愿

拜在王志萍门下，小姑娘很开心。

3岁学唱越剧

受家人的影响，傅薪洁 3 岁时就开始学唱越剧，不过并没有专门学哪个流派，一直到 2007 年看了王志萍和郑国凤合拍的越剧电影经典版《红楼梦》后，才一下子迷上了王派艺术。她先是想办法弄到了王志萍的手机号，过节时给王志萍发祝福短信，后来又找机会去后台见到了王志萍，之后两人在微博、微信上偶有互动。一直到主持人叶

终引偶像关注

虽然收到过傅薪洁的短信，在后台也见过面，网上还有些交流，但王志萍一直没有太往心里去。所以当叶惠贤提议她收下这个学生时，王志萍一开始并没有同意。不过从这之后，王志萍开始有意识地关注起这个小姑娘。在微信的朋友圈里，王志萍听到了傅薪洁上传的各种唱段，“有时候隔天就发一段唱上来。”王志萍也因此感受到了

惠贤出面“撮合”两人结为师生。

市民文化节 一周看点

■经典越剧折子戏进社区 12月5日 13:30 起，上海红枫越剧团在宜川社区文化活动中心影视报告厅(华阴路 200 号)举办经典越剧折子戏专场演出。(举办主体:宜川社区文化活动中心)

■第三届小幅中国画作品展 12月1日至27日在虹桥当代艺术馆(仙霞路 650 号)举办。(举办主体:长宁文化艺术中心)

■松江区青年书法篆刻展即日起至12月10日在松江美术馆二楼展厅(三新北路 900 弄泰晤士小镇 601 号)举办。(举办主体:市书法家协会、共青团松江区委) **朱光**

11月29日—12月1日，苏宁闵行第一店升级O2O概念店，惊艳亮相

万人空巷来苏宁 本周“惠”战到底

11月29日—12月1日，苏宁“万人空巷”品牌营销活动再次开展，为消费者带来苏宁350元云券、一口价团购、满千减百等优惠。

同时，苏宁闵行第一店也将升级成为苏宁在沪上的首家O2O体验概念店，华丽亮相，率先让消费者体验苏宁线上和线下的融合，享受在互联网化门店的购物体验。

此外，11月29日下午17点，五角场苏宁生活广场将迎来邱锦伶老师和她的新书《吃到自然瘦》，为大家分享一众明星的瘦身秘诀。

万人空巷来苏宁 全场享大“惠”

11月29日—12月1日，万人空巷来苏宁，购空调、冰洗、黑电、厨卫、生活电器享优惠。

活动期间，消费者至苏宁任意门店、乐购仕门店和苏宁易购即可领取350元云券（分别为50元、100元、200元），单件购物满额即可直抵；除了云券以外，上海苏宁还为消费者推出了“一口价团购”活动，精品畅销单品一口价7-9折；购买大家电的消费者还可以享受满千减百，购买通讯、电脑、数码等3C

产品即可享受满千减50元。

O2O体验概念店 华丽升级

11月29日—12月1日，苏宁闵行第一店华丽升级，成为在上海的第一家O2O体验概念店，消费者在苏宁闵行第一店就可以直观地感受到苏宁门店的互联网化，体验购物的便捷性。

除了在视觉感官和购物体验以外，闵行第一店也为消费者带来了更多的优惠。升级期间，消费者套购满额跨三个品类单件1500元以上享95折返券，最高返券额度达2500

元；套购的消费者还可以选择获赠礼品，套购满20000元送iPad Mini一台，满30000元送surface RT一台，满40000元送iphone4S一台（数量有限，送完为止）；此外，开业期

间消费者到店购物凭发票、会员卡至前台即可参加抽奖，抽取IPAD mini等精美礼品一份；凭苏宁会员卡即可免费领取骏达汽车抽奖一张，赢取汽车一辆。

相关链接：《吃到自然瘦》苏宁周五现场签售

11月29日下午17时，苏宁邀请健康养生专家邱锦伶老师带着她的新书《吃到自然瘦》来到五角场苏宁生活广场B1楼，分享她的独家养生心得。

作为蔡依林、舒淇、陈绮贞、朱孝天、FIR飞儿等天王天后的美丽养生秘密幕后推手，她主张“择食”而非节食，提倡在对的时候吃对的食物可以吃到自然瘦，而且健康养生。现在关注“上海苏宁”官方微信，并回复“吃”即可获得现场签售邀请券，近距离聆听邱锦伶老师的瘦身养生讲座，获得修身秘诀。到现场参加新书签售更可免费获得芳香假日英格兰玫瑰凝露一瓶！

广告