



1009-8585

2.80

邮发代号：CN15-1211F
零售代号：2-240

艺术客

今日财富

JUN
2014

ISSUE 004
RMB30



COVER STORY

人们为什么 爱武艺

FEATURES

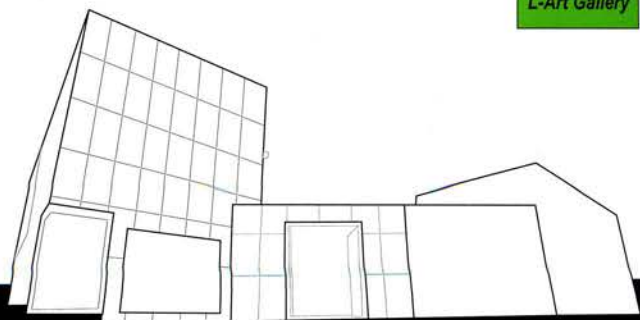
新画廊生长路线

VISUAL FIELDS

日本创造

成都茶饭里泡大的 的典型样本

L-Art Gallery



那特画廊总经理吕婧

撰文
谢礼恒 / 张涵
图片
那特画廊

084
SCOPE

很显然，对于1985年出生的吕婧来说，那特画廊自2011年成立以来的这三年正是自己与父亲吕澎在当代艺术观察、策展、走向判断上逐渐区格、明朗的过程。吕婧在澳洲、韩国等地的海外留学背景，似乎都为自己延续父亲的艺术之路做好了准备。当然，在她看来，自己经营的那特画廊和吕澎在当代艺术的策展维度上基本属于“各管各”：“对我是他女儿这件事，我是有压

力的，但我做的所有决定和方式，他都觉得‘你可以随便做’，恰好是这种真诚的随意性和放手，让我更觉压力。但可以肯定的是，我和他之间没有分歧。”

画廊问题她自己说了算

那特画廊属于成都画廊圈里比较另类的一个。2011年7月成立，每年大约做四至六个展览，展览期间会组织一些公益性的、艺术普及类的分享活

动，还会在外面参加艺术博览会。吕婧认为展览数量不能太多，因为要给在外地参加博览会腾出精力。

“在外地参加博览会也等于做展览，只是场地不是自己的空间而已。我们每个展览都会搭配一些小活动，能够搭配得比较到位还是不错的。”吕婧说那特在选择艺术家上没有框架标准：“我们就是做当代，有别于我父亲那辈人的事，我们会着重与新一代艺术家合

成立时间：2011年7月

场地面积：550平方米

经营方面：当代艺术

生存法宝：有策略性的坚持。

迄今为止最重要的展览：都很重要。

未来目标：推出好的艺术家。

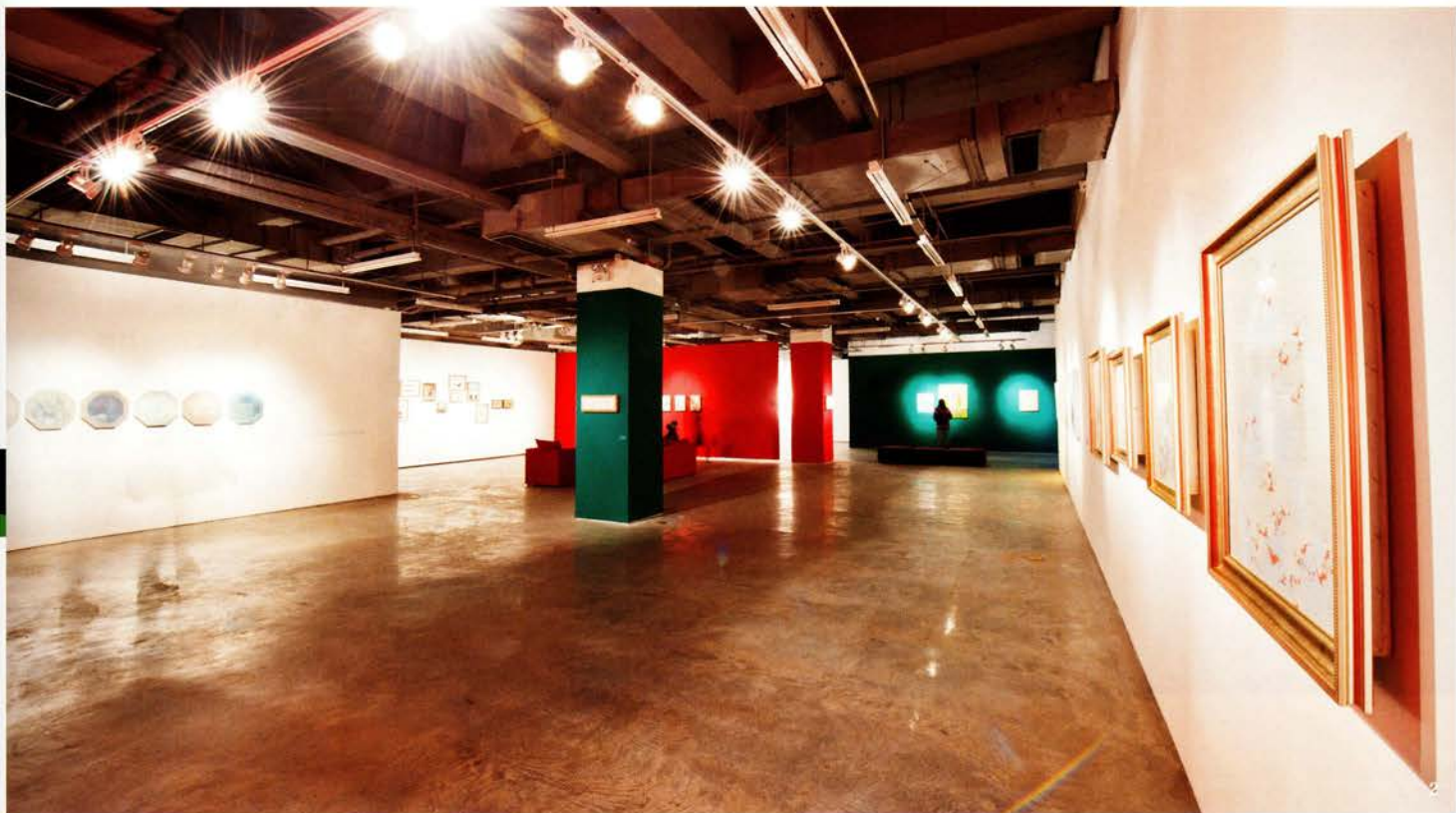
就国内而言，希望在上海再拓展一个小的空间。

1.
那特画廊空间外观

2.
那特画廊空间

3.
那特画廊展览空间





作,并对其提供支持。与我们合作的艺术家没有局限在西南地区,很多展览我们与北京、上海、杭州等地都有合作。”

吕婧提到了目前正在办的李瑞的个展,也许算是“那特式策展”的典型样本。“李瑞是昆明的艺术家;下个月我们有个中国美院毕业,现在在上海的艺术家办展,还有一个是川美毕业,现在在北京。应该在艺术家选择上没有区域性。在做选择时,我父亲很支持,基本不会干涉。他希望一个人有自己的事业,只要是喜欢就要坚持把它做好,其他很细节的东西基本不管。我做的所有决定和方式,他都觉得你可以随便做,有时我也会去征求他的意见。有时感到很难时,他会用鼓励的方式与我交流。”

不可回避的一点是,画廊是吕婧的,画廊前期投资是吕澎支持的,但画廊一定是吕婧

说了算,这就是那特画廊最简单的关系链条,没有外界想得那么复杂。

选择成都作为根据地并没有引来任何异议。作为成都妹子,在成都当代艺术茶饭里泡大的吕婧,自然而然走上这条“艺二代”之路。有意思的是,虽然一脉相承,但吕婧和父亲的关注点因为年龄和成长环境的不同而发生天然的分区:“我爸会跟他们那一代、那一辈的艺术家合作,而我更常接触的是70后、80后,合作的机会也更多。”

那特画廊成立的时间和吕澎主导的成都当代美术馆成立只隔两个星期,时逢成都高新区正在通过各种方式寻找美术机构的入驻,于是“父女连”的模式初步建成。擅长室内设计的蓝顶艺术家杨冕为那特画廊空间装修设计上做了一些参考:专业画廊不需要多么复杂,

但是要考虑它的灵活性。

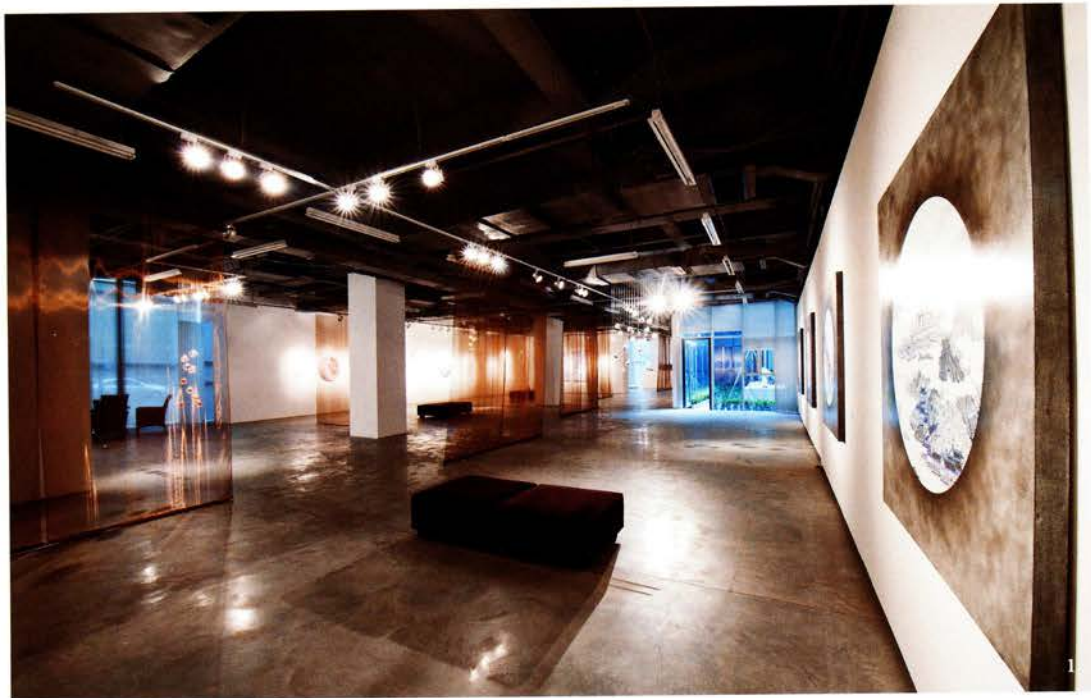
艺术与生意的糅合变通

对合作艺术家层级的取舍决定了一个画廊的“开门气质”和运营基调。吕婧一般不会跟刚毕业的艺术家合作:“刚毕业的艺术家并不稳定,我们会保持沟通和相互了解,主要看他今后的路怎么走。在合适的时候我们会做展览,而在价

位上肯定要考虑成都现在的市场。”在吕婧看来,接下来的发展就要看市场推广和艺术家本人的艺术走向。

女性画廊老板在画廊定位上会凸显出不一样的特点,吕婧并不否认自己的身份和性别会对选择艺术家产生独到的想法。她认为选择艺术家是缘分问题:“这里面有很多人与人之间的关系,这种感觉很微妙。有些人就是很聊得来,从艺术





到生活，从陌生到熟悉。比如一个比较好的艺术家已经有两三个机构在推广他了，我认为就没有必要加入了。”吕婧认为，目前国内的商业画廊基本上都偏向于架上绘画的推广和经营，那特画廊做的展览会涉及到一些偏观念的作品和抽象的作品，之后有一个是做影像和照片的，当然还是会以架上绘画为主。

画廊的成长需要陪伴艺术家的成长，新画廊的成长需

要陪着艺术家成长五至十年，这也许是目前国内新画廊生存的共同特点。吕婧认为这个周期是正常的，创办头三年，画廊与不同的艺术家都在进行合作，但随后会逐步缩小范围，寻找与画廊一起成长的艺术家，然后再继续推广。特别是参加了今年香港巴塞尔艺博会后，吕婧的思路做了一些调整：“不同平台会接触到更多的同行和更好的藏家，并对未来注入更多的可能性。画廊的工作

是很具体的，它还需要一步一步慢慢累积。”

关注 80 后的新收藏力量

新画廊如何扩展自己的客户群、培养自己的藏家？吕婧表示，那特画廊现在主要面向老客户，这批客户比较成体系；另一类客户就是 70 后、80 后的藏家：“70 后、80 后藏家肯定是今后收藏的主流，这一代人更加开放，有些还是从国

外回来，也接触过画廊、美术馆，而他们之中很多人的父辈也是做这方面的。新藏家很愿意去看一些展览，比如这次我就推荐了我的几个年轻藏家去香港看艺博会，对他们触动挺大的。”

新藏家找到吕婧，愿意和她交流，一方面因为年龄相仿，一方面在成都往往把收藏当做交朋友的一种渠道，进而将艺术慢慢变成生活的一部分，而这也形成了艺术与生意之间糅合变通的有效桥梁。“有时我们会约到一起喝会儿酒，聊聊八卦。我觉得这是顺其自然的事情，在看展览和参加一些活动时就逐渐熟悉了。”吕婧说。

做画廊这几年，吕婧接触了很多新藏家，而她也看重这个群体。在吕婧看来，这些新藏家有很突出的特点：“他们会找自己喜欢的东西，现在卖得最好的是 10 万、5 万以下的东西，几乎全国都一样。投资会在他们的考虑范围之内，但最重要的是喜欢。只要资金上能承受，一般他们与艺术家沟通后就买了。随后他们就会关注艺术家的发展，或是



自己的藏品是否升值。但他们最先考虑的是自己喜欢，其次才是收藏价值。”

“艺二代”的新力量

商业画廊对所谓“学术性展览”的态度值得考量。吕婧认为，做画廊就是要把展览做好。“我认为一个画廊需要有很整体的规划，做每个展览时要想清楚为什么要这样做展览。至于有没有学术性，卖得好不好，业界自会有评价。”吕婧认为，所谓“艺二代”也是一项优势。“我父亲更偏学术一些，主要是做策展和写作。如果他也是做画廊的话，我想

我的资源会比现在多，而现在我是在重新建立。”

面对新环境和新媒体条件下的画廊运营，吕婧还是要感谢新媒体对画廊的推动。在整个生态链还不成熟的时候，做一个新画廊的难度不小，特别是要寻找适宜中国艺术环境下的成长模式更是难上加难。“现在倒卖画的现象很严重，大家生活这样的环境下还是要先沉住气，现在已经不是赚快钱的时代了。新画廊要突出特色就要推出好的艺术家，最关键的是坚持。我认为画廊不单单是卖画，还要有自己的艺术家。在稳定与艺术家关系的同时，也为藏家做好服务。”吕

婧说。

吕婧平时除了跟艺术家、藏家交流，也喜欢交些圈外的朋友，比如做地产、金融的等，她觉得会获得更多的启发。她没有把那特画廊定位成“在成都的画廊”，她觉得成都这个城市相较于其他城市艺术气氛很好，市场的可能性也不错，但是与北京、上海相比还是差了一大截。吕婧希望守住成都这个阵地，然后再开辟一片新的市场，更希望加强机构与机构之间的合作，不仅仅局限于国内，国外也在考虑范围之内。

“我希望推出我们画廊自己的艺术家。让我们的艺术家在国外也可以得到认可。我

父亲给我的自由度很大，生活上主要是母亲在关心。父亲给我传递的都是正能量，我觉得那特和我所代表的是新一代的力量。我既然选择做这个事情，就打算把它做好。”吕婧说。

1. 2012年9月，“织图”张亚个展现场
2. 2011年7月16日，那特画廊开幕展“新色”现场
3. 2013年10月，“怎么做，怎么错”王俊个展现场
4. 2012年5月，物距与光合展览现场空间图

