

艺术创新，推动雅昌艺术品蓬勃发展

02

李美玲

总第 100 期
雅昌 ARTTRON

图1> 2006年雅昌参加第二届文博会

自2006年雅昌参加第二届（深圳）“国际文化产业博览交易会”（以下简称“文博会”）以来，雅昌已七次作为文博会的分会场。七年来，雅昌艺术馆从建筑风格到经营模式都在创新中不断发展，逐渐成熟，今天的雅昌艺术馆成为普及艺术教育、推广高雅艺术的文化基地，随着大众艺术修养的不断提高，我们的艺术品事业也受到了广泛的关注，随之风生水起、蓬勃发展。

2006年，雅昌展位成为第二届文博会的亮点，这也是雅昌第一次参加文博会。相当于20个标准展位的雅昌展位设有“精品图书展区”（主要展示雅昌历年获奖的精品图书）、“体验区”（宣传片的观看、雅昌艺术网的展示）、“雕塑区”（韩美林先生的“骊珠抱龙”雕塑作品展示）、“卖场，复制画及原作对照展区”“洽谈区”、五个分区。雅昌艺术馆作为分会场也展出了神似：名家名作对照展；潇洒：韩美林作品展；荟萃：国画油画精品展；光影：

印象派巨匠风采画展；韵律：中国古代书画精品展；此次雅昌悉心筹备的价值近2亿元人民币的精品展览，使市民零距离接触到了价格不菲的艺术精品；同时推出的高仿真复制画以其对艺术品原作的完美演绎，吸引了市民的广泛关注，虽然此次展示的大都是印刷、高仿复制作品，但也让公众大饱了眼福，并初识雅昌；

2007年，雅昌艺术馆在第三届文博会上，在保留艺术原作展览的同时，将重心转向高仿真复制画领域，即雅昌艺术品业务，通过雅昌在艺术界的丰富资源及高科技复制技术，将古今中外的绘画艺术精品制作成适合空间装饰的复制画，使大众在日常的工作、生活空间中，即可随时随地欣赏到几乎是原汁原味的艺术品。此次展览有十二项展览活动，其中包括国家一级文物——清·孙温绘全本《红楼梦》首次在华南地区的全面展出，以一个全新的视角重新审视《红楼梦》这部不朽的典著。“印刷奥斯卡零距离——雅昌印刷精品图书展”、

02

02>



03>



图2> 2007年第三届文博会雅昌艺术馆分会场开幕

图3> 2008年第四届文博会雅昌艺术馆分会场开幕

“Living with Art 艺术生活——艺术与家居生活的对话讲座”也从各自不同的角度向市民传递着艺术与生活的嬗变关系，让市民为其蕴涵的艺术能量所折服；

2008年，在第四届文博会上，雅昌艺术馆推出了“名家大讲堂”、“溯本寻源——两岸三地三大博物馆馆藏皇室珍品联展”、“童心童趣绘故官”“邹明艺术空间”雕塑漆画展等展览。特别是重点推出的“溯本寻源”展，汇集了故宫博物院、台北故宫博物院、辽宁省博物馆650余件书画珍品。这是中国百年历史上第一次将两岸三地皇室字画珍品大规模汇聚一堂，也是国人第一次运用国际先进高仿真复制技术对中华古老文明复兴的一次重大贡献；

2009年，第五届文博会上，雅昌艺术馆延续让艺术服务生活的思路，更进一步地提出了“让美术馆走近你身边”的主题，通过策划“企业美术馆”、“社区美术馆”、“学校美术馆”等主题展览，将“美术馆”的功能以高仿真复制画的形式带入到企业、社区、学校、家庭中，使艺术渗透到我们的方方面面，让这些世界五千年文明浓缩的精髓继续发挥她永恒的魅力；同期开幕的还有“为人民艺术服务——雅昌综合服务展”、“世界的肌肤——李天元摄影作品展”、“凝静的峻厚——夏亮熹国画展”等。

2010年，第六届文博会雅昌艺术馆分会场启动仪式暨“圆明园国宝兽首展”、“风生水起——中国书画对美满生活的启示”、“诗意江山——陆俨少特展”、“郁·金·香——潘玉良油画精品展”集中展出，并进行了“雅昌艺术鉴藏丛书”新书首发式。它是历届的承续与延伸，秉承“为人民艺术服务”的集团理念，致力实现“艺术为人民服务”的终极目标，为大众倾心奉献至臻艺术精品，搭建学习研究、交流、交易的平台，全面展示精心打造的多套

“雅昌艺术品流动美术馆”方案；

2011年，第七届文博会上，雅昌艺术馆以“艺术教育”为主线，举办了“中国书画中的儒释道精神”展览、“品味经典——你应该知道的艺术大师”系列展览。以“雅昌艺术品流动美术馆”的形式，给广大观众送上一场精彩纷呈的文化艺术之旅，在大力推动全民艺术素质教育的同时，旨在能为政府、学校、企业、家庭提供更丰富更贴心的艺术服务，进而满足越来越多的人对文化艺术的精神需求；

2012年，雅昌艺术馆推出了“文化中国·艺术生活”、“齐白石艺术空间”、“大千世界”、“解构与重建，装饰艺术新生活”等展览，为第八届文博会献上了一场视觉盛宴。此次文博会，雅昌艺术馆通过对艺术与人文、艺术与空间、艺术与收藏、艺术与时尚之间的阐释，将模糊、不确定的艺术语境转化为现实生活的情境。通过各类雅昌艺术品展现艺术作品的人文性、知识性、教育性、趣味性，探求“艺术让生活更加美好”的可能，引导大众感受多样化的艺术生活方式。

风雨七载，我们一路走来，雅昌艺术品从最初品种单一的高仿复制品到今天“白石空间”、“大千世界”的琳琅满目；载体也从平面介质向品种繁多的立体介质升级转换，这都让我们欣喜。虽然我们的授权数据资源有限，但我们从文化中汲取灵感，在艺术中不断创新，这使得我们的艺术品不但饱含浓郁的艺术气息、文化底蕴，更贴近大众的工作生活，让人们在使用、欣赏的同时，提高了自身的艺术修养、欣赏水平，潜移默化的推广、普及了艺术教育，这也让愈来愈多的人能接受、消费并享受它们。随之而来的，是雅昌艺术品形成了强大的品牌影响力，赢得了社会各阶层的广泛关注，这不但使雅昌艺术馆的经营有了长足的发展。尤其是近

02

年来,雅昌艺术馆在文博会期间,以各类主题、新推出的雅昌艺术品系列,展示着雅昌艺术品逐渐找到了自己发展的方向和增长点,这让我们清晰的认识到当前的方向是正确的,给了我们继续前行的动力。

“艺术创新推动着雅昌艺术品不断发展,也让雅昌艺术品走近大众生活、工作”,本届文博会上,集团副总裁黄宇飏如是说。

这让我们不禁思索:今年的文博会雅昌艺术馆又推出了哪些亮点?我们在文博会上的表现为何日益完美?雅昌艺术馆在艺术创新方面进行了何种尝试?艺术创新如何推动雅昌艺术品的发展?艺术创新背后又怎样的团队支持?雅昌艺术品未来的发展前景如何?

带着这些疑问,《雅昌》记者访问了雅昌集团副总裁、雅昌艺术馆负责人黄宇飏先生。

《雅昌》:黄总,您好!能简要谈谈您到雅昌艺术馆后的经营思路和现状吗?

黄宇飏:2009年,我和翟玉妍总经理先后来到雅昌艺术馆任职,为了能让雅昌艺术馆更好地发挥作用,从建筑的风格到经营方式我们都行了全面的梳理和规划,重新思考发展方向并付诸行动。这些年来,我们以艺术教育为基础,让雅昌艺术馆的文化艺术推广和普及更具专业性、学术性,通过举办展览、展示产品,让更多的人、更容易的接受艺术教育,也促使雅昌艺术品的品牌形象逐渐成熟,社会影响日益扩大,整个经营有了长足的发展。

《雅昌》:特别是在第六届文博会后,我们的影响力日渐扩大,那我们当时是怎样策划的?取得了哪些成绩?

黄宇飏:文博会全称为“中国(深圳)国际文化产业博览交易会”,意即在文化的传播推广的基础上进行经营活动,唯如此,才能真正实现文博会开办的意义。而雅昌艺术馆运营

的核心思路,是由雅昌集团的宗旨和使命延伸出来的,也即普及艺术教育、重视艺术传播,将高雅艺术通俗化,让艺术走进大众生活,这与文博会的方向不谋而合。

2010年的第六届文博会,我们以崭新的姿态走进了文博会,期望通过一个典型事件,让更多的人了解、熟悉雅昌艺术馆。于是我们做了“圆明园国宝四兽首”以及“风生水起—中国书画对美满生活的启示”的大型主题展,国宝亮相吸引了大批观众瞩目;“风水大展”则探讨中国书画与“风水”之间的关系,从另外一个角度诠释贴近大众生活、工作的“风水”机理。展览极为成功,我们的目标也初步达成,让政府机关、金融行业、房地产行业等各个层面的客户,对我们新出的产品表示认可和推崇,并有大量订货。并通过艺术普及教育,刺激了更多的消费欲望,让所有接触雅昌艺术品的人,更加喜爱这些高雅艺术衍生品。

《雅昌》:雅昌艺术品发展到今天,您认为现在的发展方向是否正确?

黄宇飏:我们清楚的认识到了,雅昌所做的艺术品不是生活的必需品,如何让大众接受,并去感受到我们艺术品的层次、素质、内涵、品味,这需要一个艺术培养、普及、认知的过程,更需要我们深层次地去挖掘、推广。目前,我们的销售额正迅速地逐年增长,艺术馆本身也引起了社会的广泛关注。今年的文博会上,由深圳市委宣传部推荐、央视新闻联播实地采访后,认为雅昌在文化衍生品的拓展方面具有独创性,是将文化精品转化为家居用品的典范,最终予以播出,也让我们取得了良好的社会反响。

所以,从现在的社会各界的反应、品牌形象的树立,以及客户的认同、推崇度逐渐增高来看,都证明我们现在的方向是正确的、光明



图4> 2009年第五届文博会雅昌艺术馆分会场开幕

02



图5> 2010年第六届文博会雅昌艺术馆分会场
游人如织的兽首展馆现场

图6> 雅昌集团副总裁黄宇飏先生



的。

《雅昌》：本届文博会非常的成功，给大众呈现一场视觉盛宴，您认为本届文博会的亮点在哪？

黄宇飏：艺术 + 时尚、艺术 + 创新、艺术 + 生活，是本届文博会的亮点，也是我们雅昌艺术馆的经营思路，让艺术、学术通过我们的创新与时尚、生活紧密结合。

《雅昌》：以文博会搭台而开展的艺开事业，归根结底是艺术创新，我们在哪些方面做了艺术创新的举动？

黄宇飏：雅昌艺术品最初只是把授权的数字资产，原汁原味的完美再现到平面复制画中，主要是技术、装裱等生产技术层面的创新；今天的艺术品则在此基础上，又有了许多新的尝试，可喜的是事实证明这些尝试是成功的，那么我们所做的几项创新主要是表现在以下几个方面：

载体创新。现在的艺术品注重把艺术精华、

笔墨神韵，精妙的再现到笔、木、水晶、电子产品、布、陶瓷等立体载体上，从平面载体表现到立体载体表现是一个很艰难的过程，其实质是一种艺术再创造。因为再现到纸上，雅昌有很高的技艺优势，但是再现到其它载体上，则需要我们与供应商进行沟通、配合，并指导他们让数据完美的再现，这对于我们、对供应商来说，都是一种考验，这是一种创新。

理念创新。我们把艺术家的作品，进行总结、重组、再现，变成与原作不同的组合样式，重新应用到各种载体上，形成最终适用于各种场所的装饰品。这个过程也是我们艺术再创作的过程，是另一种形式的创新——理念创新，这也是另外一个难度，需要我们对创造更具专业性、学术性、适用性。

经营方式创新。现在的我们，更注重综合方案的策划、创意，并经过不断的研究、积累、开发、总结，形成了雅昌艺术品经营发展的基本雏形；通过我们的调研、思考、创意，将当下

02

流行的时尚色彩、器形等元素融入和大众工作、生活息息相关的艺术品，让大众接受、喜爱这些艺术品，也让艺术的生命力融入到生活的点点滴滴中去。这也是一种创新，需要调动各种资源进行配合，才能达到完美的效果。

《雅昌》：文博会举办这么多年，终究是人才在推动，我们的团队是怎样的？我们所遇到的挑战在哪里？

黄宇飏：我们属于文化艺术创意消费品的制造企业，这就要涉及到这个产业链中的各个层面，如产品研发、学术、策划、设计、营销、宣传，所以，我们根据自身发展、经营的需要，引进了一批专业且热爱艺术的优秀人才。在目前的文化艺术消费品行业中来讲，我们这个团队是属于拔尖的。团队的高效合作让我们在学术、大众、客户、市场、媒体、政府等方面赢得了好评，今天的我们俨然成为深圳文化产业的一张名片，很多政府的官方接待，雅昌艺术馆都成为他们必到的一站。

每届文博会，我们在主题的挖掘及整个展馆的布置，产品的研发、市场的推广、品牌的树立等，都是我们面临的极大挑战。

在主题的挖掘方面，具有很强的专业性、学术性、特殊领域性，而艺术又是讲究推陈出新的。所以每一届文博会，我们要在有限的授权资源中，要有新的亮点、新的组合、新的方式出现，还要进行广泛宣传推广，这都是非常艰难的。我们既不能把艺术流于概念，又需要把艺术创新分解到实际展览的每个环节，而且每个环节都需高质量、高标准地完成；同时因为产品的特殊性，要体现产品的档次、艺术底蕴，展厅的布置也是一大挑战，要将整个展览清晰、明了、有视觉冲击力，同时体现出展览的专业性、学术性、目标性。所以从策划、创意到完美呈现是一段艰苦的历程。

特别是每届的文博会的亮点的推出，我们需要不断的挖掘当下的热点、几千年文化的传承，流派的界定、大师的成就、文化与艺术的背景，以及历届文博会的经验，在有限的资源中综合考量；此外，雅昌不是一个纯粹的文化艺术馆，也是一家企业，在举办艺术普及艺术教育为目的的公益展览的同事，也要兼顾艺术产品和服务的销售和推广，我们也必须根据经营的需要去挖掘亮点。

《雅昌》：我们历届文博会都是非常成功的，但只有认识自身的不足，才能更好的完善自己从而不断进步？您认为雅昌艺术馆还有哪些改善的空间和措施？雅昌艺术馆未来的发展方向是怎样的？

黄宇飏：长久的工作，要在点滴改善。在产品的研发、主题的挖掘、经营布点、体验式场馆的建设、品牌的推广等方面都是需要改善的，我们也在不断的努力。如我们推出了“齐白石艺术空间展”，得到好评后，我们又推出了“大千世界”。我们不能固步自封，必须不断的创新、挖掘新的题材以来吸引大众的兴趣，给老客户以新产品、给新客户以新奇，不断的去挖掘各行各业的兴趣点。在经典产品之上，推出更新的思路，才是我们的生存之道。

未来，我们将把雅昌艺术馆打造成文化艺术的高端品牌，能在全中国开设更多的体验中心和艺术馆分馆，推广、普及更多的地域性的文化艺术，并让其深入人心，在这个过程中扩大雅昌影响力、树立雅昌品牌。



图07> 2011年文博会雅昌艺术馆分会场
《中国书画里的“儒释道”精神》展馆