

中国艺术需要产业对接与文化自信

专访青年经济学家、成都高新区发展策划局局长汤继强博士

■ 本报记者 龚友国

汤继强是成都高新区发展策划局局长,以经济学领域研究取得的卓著成就而享有盛誉。汤继强博士面对中国当代艺术品市场的泡沫经济和与西方艺术市场的巨大差距,就如何发展中国文化艺术等问题发表了自己独特的见解。

《中国企业家报》:人们往往将艺术和品味、高雅等词汇联系起来,提到“艺术”,便浮想出毕加索、李斯特、《蒙娜丽莎》,甚至杜尚那个高贵马桶,您认为艺术是什么?

汤继强:艺术是苦难者的呼号。外界很强大,我们与这个外部的对话往往只能以艺术的方式。人们高兴的时候要唱歌、要跳舞、要绘画,其实是冲破了许许多多对于规制、规则的限定,打破了很多政治的、其他的框架和束缚。艺术是表达很纯粹的人性之美的一些东西。

艺术是浓缩化和夸张化的生活,是一种可满足主观与情感需求的文化现象,是用能激发他人思想和感情的形态或景象来表达现实的一种手段,亦是日常生活进行娱乐的特殊方式。艺术的根本在于不断创造新兴之美,

借此宣泄艺术家内心的欲望与情绪,同时让观众的人受到情感的熏陶。

《中国企业家报》:您说“艺术是苦难者的呼号”,但一幅名家作品又能卖到上亿的高价,昂贵的价格让人咋舌,您又怎么看这个问题呢?

汤继强:关于艺术品和价格,马克思说过,“艺术的一定的繁盛时期绝不是同社会的一般发展成正比例的,因而也不是同物质基础的发展成正比例的。”但是我们也看到,随着经济的发展,“上层建筑”也逐渐筑起高高的堡垒,奥地利已故名画家克利姆特于1907年所画的《黄金画作》价值1.35亿美元;齐白石一幅书画合璧的《松柏高立图·篆书四言联》于2011年5月22日晚以4.255亿元的高价成功拍卖,是目前最贵的中国画;保罗·塞尚的作品《玩牌者》更是以超过2.5亿美元成交,刷新了单件艺术品成交价的世界纪录。

就艺术来说,虽然它跟社会发展的特殊形式结合在一起,但是在一定的方面它对我们仍然是“一种规范和高不可及的范本”,并具有“永久的魅力”。艺术,是人类的智慧瑰宝和精神家园,所以它的价值,必定是无法用金钱估量的。



汤继强

悖论:艺术 VS 产业

《中国企业家报》:您怎么看待艺术与金钱之间的关系?

汤继强:一般情况下,人们都认为艺术不能用来衡量,是一个纯精神层面的追求,艺术是阳春白雪,是高雅和小众,是应该从物欲社会抽离的圣洁之物,仿佛金钱就意味着肮脏和污秽。

但是,金钱本身只是一个不带任何主观意识的中介物,对它的一切偏见皆来自于使用者,使用者的行为使金钱带上了感情色彩。这个社会对物质的价值判断,都只能用唯一的中介物——金钱来衡量,这就是世界统一认可的游戏规则。此外,一件艺术品交换、评判甚至描述,都离不开艺术品的价格,这既是对艺术的一个对冲,又是一个肯定。

《中国企业家报》:艺术可以“产业”吗?

汤继强:答案是肯定的。“艺术是苦难者的呼号”,也是“不苦难者”彰

显地位的物质载体,更是部分“不苦难者”的一种敛财工具。从这个角度看,艺术可以成为产业。

艺术和产业是一对矛盾的命题,两者似乎是互相冲突。

有人认认为艺术一旦成为产业就会失去其神秘性,艺术一旦和产业相关联就意味着艺术作品到处挂,到处摆放,当代艺术在产业下异化为“不艺术”,也就没有存在的价值。但是,体制的强大、政治的强大以及宗教的强大等等来自外部的不可控因素,往往会对艺术有一种冲击力,在这样一个过程当中,我们通过产业和市场机制,会对局部聚焦的一些重点艺术品有一定帮助,以达到保护和宣扬艺术品的目的。

艺术是可以交流的,艺术本身是一个精神层面的东西,其实不管是我们今天搞这个、搞那个,要搞一个什么产品和艺术对接,那都是人类类强附会,艺术的东西是一个纯精神层面

的东西,它怎么能用钱去衡量呢,用人民币,用美元去衡量呢?不是那么一回事,但是没有办法,要传播、要产业化,它就是要搞这样的事情。我们要尊崇这样的事情。

《中国企业家报》:艺术和产业对接的目的是什么?有什么意义呢?

汤继强:艺术和产业的对接,不是让艺术成为大众文化里的泛滥复制品,不是成为连公共厕所都能见到的廉价物,而是以更宽泛、更宽广的思路去关照艺术和产业的命题,保护当代艺术的品质,保证作品的原创,保证支持新锐力量,鼓励那些能够弘扬民族精神、弘扬主旋律的作品,保证热爱艺术的人可以领略到艺术的魅力,创作艺术的人能够为艺术正确地活着。

《中国企业家报》:您能举一个艺术产业对接的现实案例来说明这个情况吗?

汤继强:当然可以,不久前,在中

国成都举办的“毕加索画展”,据统计至少吸引了20几万人前去观看,这就是一次艺术和产业的对接。

让更多的艺术家甚至普通人零距离接触国外博物馆才能看到的大师真迹,感受国际大师的魅力。更可以唤起艺术家和社会各界对于文化的关注、思考,继而参与其中,带动和促进整个艺术家群体和社会文化素质的提升。

当“大力发展文化事业”从口号落到实处,当艺术家群体的创造力和智慧结晶走出曲高和寡的神殿,被广大群众分享和深切感知的时候,才是真正的文化繁荣。

因此,从这个角度来看,艺术和产业在逻辑上又是互为助力,可以推导出合理的合作体系。在艺术和产业的对接上,应注意把握一个“度”,确保对接的结果是积极和有助于艺术品、艺术家、欣赏者,甚至民族和社会。

市场:中国画 VS 外国画

《中国企业家报》:人们普遍有这样的一个论断:中国的画不能和西方的画相提并论,因为中国画不值钱,西方画值钱。您怎么看?

汤继强:确实,目前中国最贵的画为齐白石一幅书画合璧的《松柏高立图·篆书四言联》,价值4.255亿元。而根据人民网2012年5月14日提供的最新数据,目前世界最贵的五大名画价格排名为:保罗·塞尚《玩牌者》2012年以超过2.5亿美元成交。杰克逊·波洛克《No.5,1948》2006年以1.4亿美元成交。克里姆特《阿黛尔·布洛赫·鲍尔1》2006年以1.35亿美元成交。爱德华·蒙克《呐喊》2012年以1.19亿美元成交。毕加索《裸体、绿叶和半身像》2010年以1.06亿美元成交。

但是我仍然对此论断存疑,什么叫值钱,什么叫不值钱,为什么不值钱,是因为我们没有掌握定价权,那如果让我定价,我就说张大千的画就

比毕加索的贵,但是我说了不算,整个系统不支持。

《中国企业家报》:外界多用“疯狂”、“井喷”这样的词汇来形容中国当代艺术或艺术品市场,您认为这种现象是怎么形成的?

汤继强:虽然从2000年到现在,中国当代艺术的涨幅非常明显,特别是从2004年“非典”过后,中国当代艺术也进入“非典”时期,但中国当代艺术并没有完全进入西方的艺术市场,它的价格跟西方比起来根本不算高。再加上上世纪90年代整个国际艺术品市场陷入低迷期而中国经济的增长以及目前“不算高”的成本价格,让国际艺术品市场上的投资者们都看到了这种希望和可能。

这种情况便导致了如今中国艺术品市场的一个怪圈,就是艺术作为一种投资品大大超过了收藏品,原本很狭小的、以收藏为主要特征的市场更多的出现了投资的行为,甚至是投

机。有业内人士透露,在中国的艺术品市场里,投资、投机这个部分的人占了最大的比例,大概80%、10%是艺术消费的人群,还有10%是艺术收藏或者收藏趋向的人群。

有投资和投机,就不难看出,艺术品价格走高或走低除了作品本身之外,还有更为复杂的因素,包括幕后的推手、金融制度和政府等等,都是外行人无法了解的。

《中国企业家报》:您认为东西方当代艺术品市场之间差异巨大的根本原因是什么?

汤继强:从宏观上看,东西方当代艺术品之间的差距,归根到底是一个话语权的问题。

不仅在画方面,还有语言、音乐、电影等等各种形式的文化艺术,甚至是在新闻方面,都不难看出我们和西方的差距。我们要学习英语才能与国际交流,我们看美剧,赶“欧美风”的潮流,一个LV包能贵得让一个普通小

老百姓不吃不喝几个月,而我们却没有一个奢侈品牌。我们的电影很难获得奥斯卡奖,很难有诺贝尔奖,很难有普利策奖。在新疆“7·5”事件和西藏打砸抢烧事件上,西方媒体扭曲事实的新闻报道造成整个国际社会对中国的误解,我们也毫无招架之力,一言以蔽之,我们没有掌握这个世界的的话语权。

所以,不是我们的艺术家不行,不是我们的艺术品不行,世界的定价机制和评判标准都掌握在强势文化的手里,我们没有主导权,我们现在各个方面比人落后一点点,所以,包括我们的文化和艺术也一样要遭受这样的待遇。

我们的金融没有配套,我的保险没有跟进,我们整个社会机制还没有跟上,如果中国强大了,我们中国画就值钱了,中国的艺术家就值钱了,包括我们许燎原老师就更值钱了,他可能就是未来的毕加索,就是未来的张大千!

坚持:文化自信和文化输出

《中国企业家报》:那么为什么我们没有话语权呢?

汤继强:毕加索问,“我最莫名其妙的事,就是何以有那么多的中国人、东方人要跑到巴黎来学艺术?”这位伟大的艺术家点醒我们,我们没有话语权,除了经济、军事、综合国力外,还有一个重要原因——我们没有文化自信。

当然,不论毕加索是谦逊还是真心,我们都欣赏西方艺术的价值。有一句话叫“世界经济看中国,中国经济看西部,西部经济看成都”,艺术不一样,每个不同的地区、不同的国家和民族都有自己独特的艺术,我们承认西方的艺术,但不能贬低自己的文化艺术。连自己都不看不起自己了,还能指望谁看得起自己呢?

《中国企业家报》:在我们一心感叹中国画没有外国画值钱的时候,关于张大千1956年拜访毕加索的故事里,有这样一段话:毕加索说:“我最不懂的,就是你们中国人,何以要跑到巴黎来学习艺术!不要说法国巴黎没有艺术,整个西方,白种人都没有艺术!这个世界上谈到艺术,首先是你们中国人有艺术,其次是日本的艺术,当然,日本的艺术又是源自于你

们中国,第三是非洲的黑种人有艺术,除此之外,白种人根本无艺术。”这不是就是没有文化自信的表现?您怎么看?

汤继强:我们一味认为西方文化才是先进的,我们拼命想挤进西方的价值体系里。我们的学术研究甚至是对中国文化的研究都用西方的研究方法,殊不知两者研究对象的差异之大,如何用西方的划分标准来划分中国的东西?我们拼命想有一部分获得奥斯卡的电影,学习好莱坞的大场面大制作,殊不知因为好莱坞机制的不同,无论我们如何仿效都只是“画虎不成反类犬”罢了。在我们拼命以“欧美风”为潮流和美丽的时候,殊不知我们早已抛弃的“回力牌”胶鞋、军装等等反而在欧美卖得上高价,然后再反过来引起国人的再次追捧。在我们觉得外国品牌、外贸货就等价于高质量高标准的时候,殊不知很多国外品牌都是在中国生产,只是附带了一个外国的商标而已……我们在西方的文化霸权里被渐渐同化。

我做演讲的时候,谈到一个“主动国际化和被动国际化”,“正向国际化和逆向国际化”的问题。香港和台北国际化程度高一点,是因为被殖民

过,这样的国际化我们不要,我们千万不能把国际化当成西方化,更不可能当成殖民化的事情。

法国首都巴黎被人们誉为世界文化艺术之都,他们认为法语是世界最美的语言,他们的电影总是有自己的风格却也能在奥斯卡上独领风骚,他们的博物馆、建筑、时尚,都让世界无法企及,连美国也只能跟在法国的后面称自己为“蛮夷之地”了。究其原因,就是因为法国人有着充分的文化自信。“自信”才能“他信”,“他信”才能“输出”,“输出”才能有影响力和话语权。

《中国企业家报》:如何让本土艺术家走出去,我们需要做哪些方面的努力?

汤继强:通过让艺术与产业对接来传播艺术,才能深刻地激发出这片土地上的人们对艺术的尊重,对文化的尊重,对文化的自信和对文化的自觉。让本土艺术家走出去,让我们的文化输出到国外,文化不是文化厅的事情,艺术不是艺术机构的事情,而是全社会的事情,是一个从上到下、从里到外、从过去到现在的事情。

首先,艺术家不能搞“零和博弈”,停在自己的小圈子里,而应该用

主动肩负历史使命 做四川县域经济领头羊

(上接第二十九版)

二是在城市建设方面,统筹推进城市建设与产业发展,实现发展上的产城共荣。依托天府新城和创新研发功能区建设,在华阳、万安等区域,重点发展总部经济、创意研发、现代金融、服务外包等产业,加快建设以高新技术和高端服务业为引领的“现代国际新城”。依托空港高技术产业功能区建设,在西航港、黄甲、公兴、永安等区域大力发展新兴电子信息、新能源、生物医药、高端装备制造等产业,加快建设以战略性新兴产业为支撑的“现代工业新城”。依托国际航空枢纽功能区建设,在东升、九江、彭镇等区域,重点发展航空枢纽服务和临空物流、临空商贸、临空总部、体育赛事、电子商务、文化创意等产业,加快建设以临空经济为特色的“现代空港新城”。

三是在功能配套方面,统筹配置城市功能与产业要素,实现功能上的有机统一。大力抓好城市基础设施、市政设施、商业设施、公共服务设施建设,尽快形成城市骨干道路框架,着力引进一批体现国际化水准的医疗、教育、金融、中介等服务机构,建成一批设施现代、功能多元、宜居宜业的城市综合体,为构建与开放型区域中心和国际化城市相适应的城市功能体系奠定坚实基础。

《中国企业家报》:与东部城市相比,双流推进现代化国际化建设有怎样的优势和特点?

高志坚:当前,全国区域发展呈现出新的态势和特点,西部的后发优势和速度优势更加凸显。特别是随着新一轮西部大开发的纵深推进,四川建设西部经济发展高地和成都打造西部经济核心增长极步伐加快,可以说全国发展看西部、西部发展看四川、四川发展看成都。双流作为四川建设天府新区的主要承载区,在推进现代化国际化进程中拥有得天独厚的先发优势。

具体来讲,有三个方面的优势特点:首先是政策优势叠加。中央把深入实施西部大开发战略放在了优先位置。特别是以成渝经济区上升为国家战略为标志,成都在全国发展大局中的战略地位更为突出,政策优势更加凸显。双流作为西部经济强县、成都打造西部经济核心增长极的重要支点,必定能够搭上新一轮西部大开发的“快车”,长期受益于西部大开发的政策红利和拉动效应。同时,我们还拥有全国统筹城乡综合配套改革试验区的特殊机遇和四川省委、成都市委对天府新区建设的政策支持,这为双流加快推进现代化国际化进程创造了前所未有的政策利好。

第二是拉动效应汇聚。国际空港的“枢纽效应”、天府新区的“名片效应”和全国百强县的“品牌效应”在双流交汇汇聚,必将在更宽领域、更大范围集聚全球发展资源,为双流加快推进现代化国际化进程注入了前所未有的强大动能。比如,天府新区的规划建设,已经让西部、全国甚至全世界的目光聚焦成都,关注双流,这必将为高端人才、大手笔、高标准推进双流现代化国际化带来不可估量的促进作用。

第三是环境优势突出。近年来,我们大力打造具有国际比较优势的生产服务环境、体现国际品质的生活服务环境和遵循国际惯例的政务服务环境,先后荣获全球生态宜居国际示范区最佳范例奖、中国人居环境奖、国家生态县、国家园林县城、全国文明县城和全国生态旅游百强县等荣誉称号,已成为中西部投资创业的首选之地、和谐宜居的首善之区。

双流让世人刮目相看

(上接第二十九版)

区域经济行家支招——“快”要在“好”的前提下

“双流的位置非常重要,拥有得天独厚的空港优势,而双流在整个天府新区中间的位置非常具有优势。”张丹青提出,在开展高新技术产业、新能源时,建议双流在选取产业进入时,应该考虑好是否有良好的市场前景。并建议利用双流空港优势,进行物流产业经济构建和发展总部服务业。

张丹青还提到,对于一些比较大的制造业,比如风电,在整个四川应该没有太大市场,但是设备很大,产业布局很广,而且运输上无法利用双流的空港,这些产业可以考虑分散出去。

“在经济发展中,很多地方都遇到了很多共同的问题,双流县都是抓住了,既有共性,又有特殊性。但是在发展新兴工业的时候,要更注意前瞻性、灵活性、包容性,还有注意市场的自发性与政府主导性的有机结合。”莫新元赞同的表示。

双流发展的势头非常好,高蓝星同样认为越是在这种大好形势下越应保持清醒的头脑,“快”一定要在“好”的前提下,应在文化建设、品牌建设、环境的营造等软实力方面做好文章。中华建筑报社总编辑邓干赞同的表示,双流在快速发展工业的同时,更应重视农业和城镇化建设。

“所谓‘思路决定出路’,我们做新闻总是先做题目。那如何围绕‘双流’做文章?”经济日报社原副秘书长于勇一的发言,便聚焦了参会者的思维,他提到双流的核心竞争力需要依靠自己的优势来选择,现在高新技术和新能源出现雷同、市场过剩的问题。双流怎样扬长避短?他提出,双流机场是仅次于京沪广的第四大航空港,双流机场是以物流为主,物流非常好的产业。但是如何做到在发展物流的基础上,物流人流一起发展,才是发展新双流的关键。那么双流如何利用优势,如何让游客来成都先来双流,以物流带人流,这是应该思考的问题。

“经济媒体的到来,是双流的机遇”

“中国经济报刊协会换届年会在双流召开,这对双流来说是两个机遇。”在听闻经济媒体主要负责人对双流提出的看法和建议后,高志坚如此表示。他提出,双流经济社会的发展可以说是完全得益于改革开放的。改革开放之初,双流盛产叫花子,但是经过了二三十年的发展,成为成都县域经济的第一,有一点原因就在于得到了媒体,特别是经济媒体的支持和不断的帮助。

“第二个机遇是,刚才各位总编老师换了一个角度,从更深层次的角度,对双流经济、社会转型进行深入思考,也提出了许多宝贵意见,在某种意义上讲比经济学家更实用、更实际,因为你们与社会接触更近,提出的问题观点对双流未来的发展更有帮助。”高志坚对各位媒体负责人的建议和意见表示感谢,提出要去认真思考未来的发展如何把握好真正实现科学发展的初衷,使得老百姓共享改革成果。

据介绍,按照天府新区总体规划,双流24个镇街中有20个镇街整体纳入规划范围,在天府新区1578平方公里规划范围和650平方公里规划用地中,分别约占880平方公里、417平方公里,既是天府新区规划建设的起步引领区,又是天府新区加快发展的主要承载区;既有战略性新兴产业的统筹布局,也有交通、能源、水务等重大基础设施的项目支撑;既有鼓励改革创新的政策安排,又有助推加快发展的政策支持。

“可以说,我们既面临发展空间极大拓展、区位优势更加突出,政策效应叠加凸显等千载难逢的历史机遇,同时也必将在全省建设西部经济发展高地和成都打造西部经济核心增长极、加快推进现代化国际化的战略部署中扮演重要角色,承担更大责任。”高志坚说。