



yy | 采访

Interview: Leo XU

访谈：许宇

许宇，1982年出生于上海，2005年毕业于上海外国语大学西语系英语语言文学专业，2011年在上海创办 Leo Xu Projects (画廊)。

ArtWorld: 2011年你离开画廊创办 Leo Xu Projects，跟传统的画廊相比，Leo Xu Projects 的立足点是什么？

许宇：我的立足点其实就是提供一个创作需求的平台。这种需求不仅来自艺术家，也来自于我周围的所有个体。今天在中国一个展览性平台，一个小的空间和空间没有任何支持的，政策上、财力上都没有帮助你东西。对艺术家来说，他的职业生涯不稳定，磕磕绊绊。某一天也许碰到一个画廊投了很多钱，但是市场并没有好，他又下去了，他的职业生涯就被这种模式耽误了。2011年，很多美术馆还没有开出来，工作平台特别少，我觉得可以有一个环境。大家在一起工作养活自己，并且开发新的项目。所以就萌生了创办这个画廊的想法。画廊可以给艺术家信心，就是让我工作养活自己。如果艺术家有这个信心，他就会有更多自信在工作层面。尝试新的语言。在科恩画廊期间，我删掉了很多东西，时间久了就会觉得好像没有必要。时代在向前走，艺术家也跟随时代往前走，总会有空间和平台为这些人工作，所以就有了这个地方。

ArtWorld: 平台搭建之后，是先去找项目，再找艺术家合作，还是专注于为艺术家去找适合的项目？

许宇：其实是先有艺术家，再找项目。但是鸡和蛋的辩证关系。我有一批我很喜欢的艺术家，就为了他们，我才有愿望去做各种项目。做了很多项目之后，有了发散性思维，意识到很多项目可以在公共空间里面做。不需要局限在画廊的展示系统里。

ArtWorld: 能否描述一下你平时的工作状态？以一个具体的项目为例。

许宇：我日常的工作状态像一个生态系统，但会剥离出一个什么项目。我的项目就像一个族群，有一个核心是个例，但个例只是其中一个流程，它可能会进到美术馆里面，或者它的延伸进入一个出版项目，另一个局部又进入到一个公共空间里去。某一部分又变成学校的研讨会或者某个课程。我们的很多项目都是这样一点一点被打开的。现在我们在很多不同工作，跟地产、品牌、学校，甚至跟政府合作。因为他们都愿意识别我们提供的艺术类服务，可以变成他们自身工作计划的一部分。所以我们也已经模拟了画廊卖画的概念。我们在卖更大的灵感，进入更大的全局。而传播将会带来多米诺骨牌效应。这也是我们画廊在最近一年里最主要的变化。

ArtWorld: 在这样合作的过程中，你觉得艺术的核心本质有没有被偏离？

许宇：我反而觉得在过程中核心被慢慢打磨清晰。我感兴趣的是在这个时代里面，怎样成为时代的一部分。你有这个想法，那你就走到跟市一起跑步的人。三年对画廊来说是一个创业时期。很多人质疑我们的工作，认为我们太实验，太前卫。现在有一个 biennale 叫“和年轻艺术家共同成长”。有一个词叫“年轻艺术家”。可是有多少美术馆邀请过年轻艺术家在干嘛？有多少人在买年轻艺术家？很多媒体转到过来问我想做年轻艺术家，但是根本就讲不清楚。另外一个 biennale 是“用艺术史的眼光指导画廊和艺术收

04  
—  
Leo  
—  
许宇

解”。BallettU 为什么要讲在艺术史里面？艺术史不是我们写的吗？你就是要带着一个什么样的使命起步。我生来就是走呢？这个东西不存在。

大家质疑主要就是觉得你不商业。但其实我在做的是全新的商业的模式。今天画廊不能再用 50 年前那样直接出售作品，画廊应该去思考如何介入社会的各个领域。既然人们都对艺术有兴趣，那想通过艺术重新定义自己，所以如何介入对于画廊来说才是最有趣的事情。我们在这三年中并不想把这件事完全呈现出来，但是在之后的两年，也就是第五、第六年，大家会看到我们的项目与之前有很大区别。其实画廊可以做更多工作。只要你清晰地认识到一点，那就是——作为一个画廊，你代理一个艺术家，你规划他的职业生涯，让他有经济收入，让他作品能够商业化，这就是你的工作。

**ArtWorld: 我观察到你非常注重与新媒体合作。在宣传和推广上不拘一格。你的媒体策略是什么？**

许宇：我非常喜欢媒体，媒体是一切。在我的工作人员眼里，我就是画廊最大的公关。我喜欢把我的艺术家放在媒体的各个角落呈现，像我之前说的社群的概念。他可能会被放在一个人物专访里，放在一个虚构的故事里，放在一个和艺术毫无关系的社会议题里。我不希望媒体只是宣讲我觉得有多棒，艺术家有多了不起等等，我对这些没有兴趣。我个人很讨厌传统画廊的媒体宣传方式。媒体的运用应该像做展览一样。它是一个展览给大众的平台。在画廊，你肯定先花很多钱把展厅重新搭建，那又怎样？那只是讨论某一个领域的概念。但是在这个世界中，存在着更多领域。大家都在用新的媒介讨论新的东西。人们的长相在变，人们的言谈传递了新一代人内心的变化，这些都是值得讨论的东西。如果我们今天还停留在画廊在画廊，出一个展览，我觉得这个大过时了。这些都是 20 年以前的事情。

**ArtWorld: 你说过你和你的艺术家之间的关系好比婚姻。你们的相处之道是怎样的？**

许宇：其实我有点怀疑我的节奏和速度是不是太慢了。在艺术家这个环节上面我是不是太老派了。就像我经常用钢笔写信。用传真机，保留着老派的工作习惯。我跟新画廊合作七年，才有今天的代理关

系。我跟哈佛大学时代就认识。直到某天他突然变成另外一个样子。我才开始跟踪他。开始把他放入我策划的群展里。某天我和他说，我们来做一些牛逼的东西。最后我才说我要代理你，艺术家是生命体。他们在变化。这也是我要和活的人一起工作而不会去做一些现代艺术品的原因，因为只有活的人才可能变得更好或更糟糕，你可以介入到他们的生命里。这个是很有趣的角度。我很喜欢这一点。我需要时间去跟他们会。你的想法征服了我，我就会说 ok 我为你服务，我们开始工作。我会和艺术家交流书和电影，建议他们去某个地方。帮助他们创造不同领域的对话机会。所以我与艺术家的合作不仅仅是帮他去东西。我和艺术家的工作更像，我会长期仔细地看着他的作品。这个过程很漫长。

我感兴趣的点是作为中国作为世界的实验室，实验着新的一切。我的很多艺术家都在反映这个主题，比如林明征，他并不是年轻艺术家，他活在世界各地。比如 Gabriel Lester，荷兰人生活在上海，做了很多跟以历史文化有关的新媒介的工作。我想这个逻辑叫作艺术家。只要他在某一个领域的探索足够和我今天讨论领域，跨学科的那个特别领域的触角有关，那我就需要也在我的画廊呈现。我为何不跟有些艺术家合作，是因为我觉得他们没有反映出我所认识的这个时代。

**ArtWorld: 那么你吸引艺术家的地方又是什么？**

许宇：对某些艺术家来说，我比较了解和尊重他们，能够理解他们自己无法表述的概念，甚至或许是因为我的某种责任感。真的责任感来自于对某种美学的尊重——希望你做得更好。我认为 talent (天赋) 很了不起，我不想看到 talent 迷失、妥协或烂掉。当有能力跟有 takes 的人一起工作的时候，我希望他们都在巅峰的状态。对画廊来说，最能吸引你的就是这些 talent。你希望跟这个时代最有才华的人一起工作，你也在工作中重新找到自己的才华。

**ArtWorld: 描述一下你的审美趣味和对艺术的定义。**

许宇：我反对艺术过多地介入政治。变成演讲。我看到太多展览。太多烂作品，它们入选只是因为它们满足了策展人的关键词。艺术家是有机个体，他吃进所

有问题。进人他的毛细血管。然后他再有问题有机地吐出来。变成艺术品。我个人的审美更倾向于创作者的角度，我本人是失败的创作者，我有地上的画廊，但我怎么能做的更好？我希望能够找到属于这个时代的美感。某种角度来说，我的审美趣味是偏向于古典的。是传统上长出的新的生命体。我正在做的就是怎样在今天植根于传统的美感，从人类审美的基本诉求和意愿的角度，创造出属于当下时代的艺术的产品。

**ArtWorld: 今年你会参加哪些艺博会？你会投入多少资金在艺博会上？成交比例是多少？**

许宇：今年会做香港巴塞尔，纽约 Frieze 和伦敦 Frieze，还有一些国外博览会仍在审批阶段。另外可能会参加一、两个本地艺博会。我做博览会的预算就是 cover 掉展位，cover 掉是物流运输制作的费用。就是这样。我每年都只可能刷到在某一定量的博览会预算，也就是我只能做某一定量的项目。去年的 Frieze 是我们很正规意义上的一个博览会，卖得非常好。在纽约是卖完的。去年香港巴塞尔也卖得很好。结识了一些新的藏家。对年轻画廊来说，我已经很满足了，我不能奢求更多。

**ArtWorld: 你是否关心你的藏家怎么对待售出的作品？解释你和藏家的关系。**

许宇：我只想知道人们怎么对待作品。但我不关心它们是否被用艺术史的眼光报导收藏。甚至你烧掉它也可以。中国艺术界有个很奇怪的逻辑。很多人会说这个作品不能随便卖只能卖给美术馆。我想想说有多少美术馆买单。从古至今，艺术就是商品。我就是商人。我不会计较藏家有没有把这个东西的买到市场上去，我不介意艺术投资这件事，也不介意艺术投机这件事，因为这是今天社会必须有的生态。水至清则无鱼。我喜欢购买艺术品只是作为生日礼物或结婚礼物送给别人。我跟藏家，通过我的画廊，我在销售他。