



以创造机会为 宣传手法



Leo Xu Projects 总监许宇

撰文
土狗
图片
Leo Xu Projects

成立时间: 2011 年
场地面积: 250 平方米
经营方向: 新生代艺术家、多元的艺术媒介
生存法宝: 执着和坦诚
迄今为止最重要的展览: “男孩: 当代肖像”
未来目标: 做更多有创造力、开创性的事情

1. 院子景色 2011 LEO XU PROJECTS 上海
摄影: JJY PHOTO

2. Gabriel Lester 个展 “洛克西” / “如何表演”
作品现场 民生美术馆 上海 2012
摄影: JJY PHOTO

2. “程然: 沃特威尔茨·霍 LEO XU PROJECTS 上海 2012
摄影: JJY PHOTO

一年前, 许宇在当代艺术界还不十分为人熟知, 他于 2011 年在上海建立的画廊 Leo Xu Projects 也还没有吸引太多目光。直到 2012 年, 这家成立仅仅 10 个月的画廊被弗瑞兹纽约艺博会 (Frieze New York) 破格邀请, 成为当时参展的唯一一家中国新锐画廊 (当年同时参展的中国画廊还有 Boers-Li 画廊和长征空间), 许宇携刘窗的录像和装置作品前往参展, 首战告捷, 作品全部售罄, 这个业绩也帮助刘窗进入了好几个美术馆的双年展,《纽约时报》、美联社、《Art America》以及一些时装类和生活类的杂志都对此进行了报道。此时, 许宇的名字才开始被人们经常提及, 对于一家开幕不久的画廊来说, 已经没有比这更值得骄傲的事情了。

与同龄人等待 属于自己的时代

在单飞之前, 许宇先后在北京的前波画廊和上海的科恩

(James Cohan) 画廊就职, 深入这个行业多年, 艺术家出身的他慢慢地聚拢了一批他所欣赏的同行, 包括程然、郭鸿蔚、陈维、刘窗、孙逊等人。2011 年前后, 30 岁上下的艺术家群体处于一种失衡的状态, 有的已经打开国际市场, 有的连买

材料、租设备的钱都没有。很多有才华的人就是这样在挫折中忍无可忍, 越来越疏离自己的职业生涯, 最后改变初衷去做一些可以谋生的事情。

许宇非常清楚, 浪费掉的生命绝不可能重来, 而他所在的画廊虽然是行业翘楚, 但都





2

有各自的美学倾向，与这些年轻艺术家基本没有契合点。看到这些能够给他启发、令他激动的同龄人得不到施展，他觉得自己有能力和责任去改变这个现状。唯一的选择，就是自己做一个空间来支持他们的创作，与他们共同等待一个新的属于自己的时代。创作媒介并不是许宇的关注点，Leo Xu Projects 合作和代理的艺术家包括绘画、摄影、雕塑、录像、装置等诸多类型，但他们的兴趣点是默契的，讨论的都是当下环境中人类的生存问题、情感问题和社会问题。

许宇并不是富家子弟，成立画廊时也没有足够的资金，画廊能够正常运营，除了仰仗朋友的支持，主要还是在于他独特的经营方式。文献一直被认为是文化生产过程中很重要的部分，Leo Xu Projects 制作了大量 PPT 文件，也针对不同美术馆和专家制作特定的印刷品，来取代百害而无一利、比新华词典还厚的“万精油画册”。对于画廊来讲，财力是次要的，最重要的是时间

和精力，长期与出版社打交道。许宇知道制作一本精良的画册需要多好的编辑团队花费多少精力，他不认为自己的画廊有这个能力，最好的方法是把这个事做得简单、有效。

“文献最大的作用，就是在你的重要客户坐下来那 5 分钟，清晰地讲明白你的艺术家在做什么，你的画廊在做什么。”许宇说。他也从不花钱请专业人士和媒体来开幕式捧场，而是凭借在一线画廊积累的经验，以最传统的方式进行经营和管理，给艺术家做个展、群展，推荐他们给美术馆、学校和评论家，帮他们争取更多展览机会，所有必要的花费都不会节省。对他而言，与其花钱走捷径、重复展出同样的作品，不如多花点精力思考如何正确地呈现、消化艺术家的展览和项目。

与其打广告不如 多创造些机会

画廊业的门槛很低是众所周知的，但真正的人才紧缺

的，所以许宇对员工的要求很高。Leo Xu Projects 整个团队加上许宇只有 3 个人，团队特别小的好处是每个人的工作都有交叉，能够参与到每一个环节，这样对于自己也是一个提升。对很多画廊从业者来说，也许经历过几个大型展览，见过几个藏家，参加过几次博览会，去过几个国际大城市，就觉得已经有走向更高舞台的资本，却不知道只是完成了某个单一的任务，其实这个行业的各项工作是有机关联的。在许宇这里，任务完成并不等于工作结束，他的员工必须明白自己为什么存在，为谁而工作，工作程序的每一步为什么是这样而不是那样，需求是来自客户还是项目成本。

这无疑会让人马上想到一个在新闻稿中被说烂了的词——共同成长。共同成长是两个新事物同步向前的过程，其前提是双方从内心深处的认可和体谅，但最重要也是被很多人忽略的一点——必须明白彼此眼界的高低。许宇是最有资格说“与年轻艺术家共同成长”的画廊主，他本人有创作背景，知道艺术家内心需要什么、物质上需要什么以及如何平衡这些需求。他也有画廊从业的经历，有能力处理好与艺术家的各项合作。他与年轻艺术家年龄相仿，了解彼此的秉性，也明白问题到底出在工作上还是人际交往上。他与国内外策展人、美术馆和出版界的关系都是非常好的资源，他



3

LEO XU PROJECTS



知道如何运用这些资源帮助艺术家打开更好的局面。相反，以厮混和过度推广来制造共同成长的假象，对彼此都是一种伤害。

许宇觉得重要的是为艺术家多创造一些机会，让他们与国际建筑师、舞蹈家、电影人互动，激发他们的创作灵感，甚至改变创作方向。艺术家只有找到新的语言，融入国际艺术生态里面，才可能吸引国外策展人的眼睛。在具体工作上，许宇认为，画廊主应该做的，不是花钱投国外杂志的广告，

或是过度矫饰墙面颜色、灯光、装饰等细节，而是只要在每个展览中以合适的方式讲明白这个艺术家要做什么，他未来还能做什么。

以陈维为例，许宇希望他将来在摄影领域找到新的东西，从之前的观念摆拍里走出来，找到更自我、更属于他们这一代的东西，为此他愿意做多次实验，和艺术家一起探讨在数码科技的大环境下摄影到底是什么。许宇乐意尽自己的努力，把各种行业的人脉和资源融合在一起，来促成一些化

学质变。

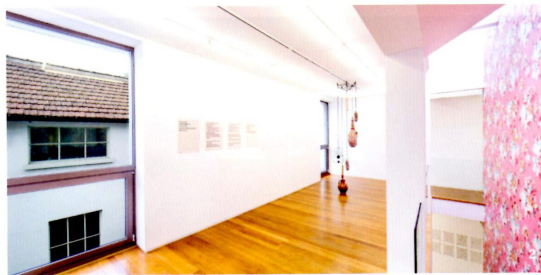
许宇是一个理想主义者，但并不意味着他开画廊就会神话“实验性”。过度包装和过分地下情趣这两种极端，使得今天的新锐画廊变得阴阳怪气，懂行的人觉得是花拳绣腿，行业外的人觉得太高级，难以理解。许宇认为画廊只是一个店，既不要漫无目的地夸张，也不需要和美术馆抢学术头衔。其终极目标，是给每个艺术家尊严感，让他们相信自己的每件作品都可以卖，例如做录像的艺术家，他鼓励他们不

要卖截屏。

能够进入国际顶尖博览会的画廊，当然有很多国际大藏家的支持，但新生代藏家的成长才是令人惊喜的。Leo Xu Projects 的藏家构成中，最值得注意的是工薪阶层，许宇称之为金字塔顶的一群人，虽说是打工一族，但他们都是高收入的白领或企业高管，未来有可能建立更大的私人收藏，这部分藏家的比例在去年大概是20%，今年已经增长到30%左右。国内外藏家各占一半，国内藏家基本都是受过国外教育，或在国外工作、旅行过的人，也有一些土生土长的中国人，他们在看到周围新的设计品、新的生活方式以后读懂新的艺术语言，对艺术的热爱并不是虚情假意的。

努力克服业内 同质化倾向问题

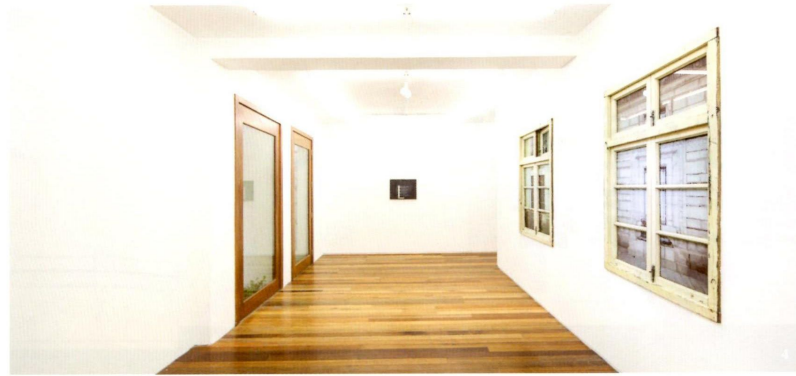
在中国，当代艺术最热闹的地方莫过于北京、上海和香港。许宇没有把画廊开在北京，是因为他不喜欢每天见很多人、吃饭、唱歌，每天要比较、竞争、处理一堆事情，他希望有更多自己的时间。在许宇看来，世界各地都有唐人街，汉语无处不在，中国画廊将来也



LEO XU PROJECTS

不一定非得开在内地。目前在上海，画廊和美术馆越来越多，但都出现同质化倾向，基本属于同样的类型。许宇正尽量从这个环境里跳脱出来，他的多元化背景给予画廊一个圆形的视野，有更宽广的路可以走，因为当代艺术本来就是异常丰满的。

定位画廊不易，定位自己更难。80后这一代人，无论画廊从业者还是艺术家都有很多困境，许宇认为艺术家的问题归根结底都是由物质问题引发的，基本都在卖不卖、卖多少、做什么好卖这些死结里打转。至于艺术从业者，最大的问题是职业道德，干干净净做自己该做的事，不要又想要话语权，又眼馋别人的利益。不用说，许宇最大的困难也是自己，他还很年轻，但已经具有国际知名度，需要克制自己



的年少轻狂，重新理解人的善恶准则，当他坚定地选择了一个方向后，需要懂得如何处理周围的人际关系。比起这些，画廊空间不够大、钱不够多、时间不够多、员工太少等都不是真正的困难。对于每个人来说，真正的困难是掂量好自己的斤两，知道自己能做什么，做这些事情的后果是什么，如何矫正和释放自己。“眼下是

30岁左右的年轻人成长的好时机，但新生代文化不是靠大家纷纷点赞来生成的。”许宇说到这里，略有一点失望。

1.
LEO XU PROJEKCTS
Frieze 纽约艺博会 纽约 2014

2.
“阅读”现场
LEO XU PROJECTS 上海
摄影：JJY PHOTO 2013

3.
“男孩：当代肖像”现场
LEO XU PROJECTS 上海
摄影：JJY PHOTO 2012

4.
“阅读”现场
LEO XU PROJECTS 上海
摄影：JJY PHOTO 2013

5.
“石库门”
静安嘉里中心 上海
摄影：JJY PHOTO 2013

