

魔灯当代艺术博览会创始人李天猛:

让当代艺术融入更多高端生活场景

“我们是赞助人驱动的平台,一切围绕为赞助人服务”

近年来,类似“广州很难办好一场当代艺术博览会”的声音,此起彼伏,到底广州需要一场怎样的当代艺术博览会?而目前广州的艺术现状距离办好一场好的博览会,还有哪些距离?日前,魔灯当代艺术博览会的举办,确实引起了不少人对广州当代艺术现状的新看法,在人流涌动的现场,更让不少人重新对广州当代艺术的博览会产生了新的期待。

收藏周刊记者多次与魔灯当代艺术博览会创始人李天猛交谈,从言语中可知,他们似乎找到了一种可探索的新模式,“赞助人驱动的平台”这个词在国内艺术博览会领域中,算是不常听到的词,通过他们已经搭建完善的“魔灯院×K11‘艺术赞助人俱乐部’”的平台上,要成为这样的赞助人,资金门槛也不低。但他们已经有了长时间的积累,“很多赞助人都是企业家,青年企业家,或在专业领域有建树的当代艺术爱好者。”在李天猛看来,办艺术博览会是“魔灯院”水到渠成的事,或者又可以说是他们团队服务好赞助人的其中一个重要环节,不管怎样,赞助人模式已经冲破了传统博览会纯粹的展位租赁、平台展示、艺术交易等单一的模式。

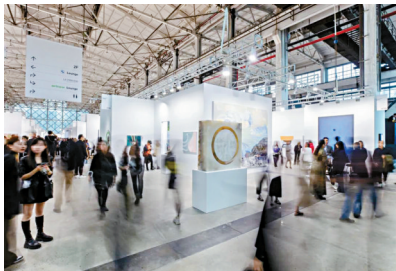
李天猛认为,在广州要办好一场艺术博览会。应该精细化整合汇聚大湾区原有藏家,扩大影响力,培育新晋藏家。在内容主题方面创新,比如让当代艺术融入更多高端生活场景去展示。



■魔灯当代艺术博览会现场。



■2023ART021上海廿一当代艺术博览会现场。



■2023西岸艺术与设计博览会现场。

人物介绍



李天猛(Tim Lee)

魔灯当代艺术博览会创始人,
魔灯院创始人

成绩单

1. 展商数量:45+
2. 场地面积:6000平方米
3. 展商来源比例:国内机构以及外国机构的中国分支机构为主
4. 作品单价区间:百元至百万元
5. 观众统计:15000+人次
6. 票单价:150元
7. 成交总额:在统计中

他山之石

上海廿一当代艺术博览会

作为中国上海国际艺术节的重点项目,2023 ART021上海廿一当代艺术博览会作品来自16个国家及地区、34个城市的150家画廊,以及17个特别项目,于线上线下呈现近万件涵盖油画、纸本、雕塑、装置、影像等类别的当代艺术设计佳作,并同期举办13场主题论坛活动。经过11年的成长与努力,ART021已成为亚洲乃至全球范围的国际一流水准博览会。

西岸艺术与设计博览会

2023年11月12日,创历年来最大规模的第十届西岸艺术与设计博览会在上海徐汇滨江圆满落幕。

本届艺博会分别在西岸艺术中心A馆、西岸艺术中心B馆、西岸穹顶艺术中心以及西岸璇心四大场馆举行。本届西岸艺博会迎来了185家重磅展商,创历届规模之最;展出作品涵盖绘画、雕塑、影像、装置、数字作品等媒介,呈现全球当代艺术实践的丰富面貌。



■魔灯当代艺术博览会现场。

“大多都不了解这个领域,又跃跃欲试”

收藏周刊:“魔灯当代”艺术博览会上周终于完成了这次线下的展出,现在复盘,收获如何?从这次的博览会整体情况来看,广州的艺术市场给您印象如何?

李天猛:从定位、博览主题、场馆规划、展商服务、合作伙伴协作、作品选品、成交转化等等博览会都全摸了底,

而且可以获得量化指标,收获巨大,为下一届举办奠定很重要的基础。

整体而言,广佛生机勃勃,有非常多有实力的新晋藏家“嗷嗷待哺”,要进入当代艺术的领域。他们学习速度很快,我相信相较于其他市场的成熟,大湾区市场速度会更快。

收藏周刊:这一届,我也到了现场,人气的确比以往不少艺博会都要旺盛,在您接收到的信息,参展商的反馈如何?

李天猛:参展商首先觉得我们团队的专业度、认真努力是备受关注的,其次是vip日来的客户画像实在没问题,但大多都不了解这个领域,又跃跃欲试。

广州缺认真耕耘得好的当代艺术博览会

收藏周刊:经过了第一次的尝试,您认为在广州应该如何办好一场艺术博览会?

李天猛:首先是努力。然后更精细化整合汇聚大湾区原有藏家,扩大影响力,培育新晋藏家。在内容主题方面创新,比如把当代艺术融入更多高端生活场景去展示等等。

收藏周刊:广州并不缺艺术博览会,在您摸索的路上,您认为“魔灯当代”艺术博览会的发展空间在哪里?

李天猛:首先,广州不缺艺术博览会,但缺当代艺术博览会,更缺认真耕耘得好的当代艺术博览会。其次,以广佛为核心,贯穿广深港,辐射大湾区,魔灯当代可持续发展的想象力无限。

收藏周刊:您十多年前毕业于广州美院,也是美术史专业背景,但其间从事艺术领域的时间并不多,在这样的情况下,是什么契机促使您下定决心要办艺术博览会?

李天猛:魔灯院是一个平台型公司,

我作为创始人又是广美艺术史毕业的,这几年在广州做艺术俱乐部的时候,很多当代的朋友觉得我们比较难得有商业经验,希望我们主办一个当代艺术博览会。在去年上半年做了深入的调查和思考后,我们团队认为这件事无论是对于整个魔灯院平台,还是广佛乃至大湾区都非常有意义。所以做魔灯当代的初衷,是出于颇多维度的考量,既有自身基因和公司品牌需求的缘故,也有对市场的判断。不看好就不会启动了。

专注把中国本土乃至全球的内容注入大湾区

收藏周刊:您寻找出一种怎样的差异化?

李天猛:关于差异化,这个是策略的核心。我认为有几个点,模式上有差异,我们是赞助人驱动的平台,一切围绕为赞助人服务,获得赞助人的支持。定位上的差异,我们就是要做片区最具影响力的博览会,专注把中国本土乃至全球的内容注入大湾区。运营策略上,去中心化、精细化、量化运营是我们一直以来坚持的方针。

收藏周刊:广州的艺术市场一直有点特殊,二级市场(拍卖)比一级市场(画廊和博览会)热闹,传统书画比当代艺术成交要好,但你们定位就恰好在一

级市场的当代艺术,甚至有人说逆流而上,对于这点,您是怎么看未来的广州艺术市场的?

李天猛:有些人因为相信,所以看;有些人看见了,才会相信。

收藏周刊:我注意到,你们正在多地布局艺术空间“城市客厅”,佛山禅城、顺德和广州也会考虑,这种策略跟艺博会的平台是一种怎样的关系?

李天猛:大家想象,一个扎根于大湾区的当代艺术平台,日常有赞助人的俱乐部沙龙、游学等事件内容;又有不同的空间项目跟全国机构合作,时而开幕,时而沙龙,时而晚宴;年终博览会聚首一堂,全年不落幕。

这不是全国的机构跟大湾区藏家最好的桥梁吗?

收藏周刊:距离下一届博览会也差不多有一年的时间,在未来一年里,有没有计划跟参与过首届博览会的画廊机构进一步互动?

李天猛:首先很感谢首届参与魔灯当代的所有合作机构,在我们充满了不确定性的情形下,投入了资金时间、人力资源参与了魔灯当代,表达了信任,以及共同开拓大湾区市场的愿景。在我眼里面,他们是最珍贵的业内朋友,在未来,我会给予他们不同维度的便利以及回馈。这个我可以非常肯定,魔灯院团队会遵守承诺。