

首届798艺术节计划书

文案/朱其

（一）艺术节名称：“中国能量——首届北京798艺术节”（暂定）

主题词：中国能量

分概念：科技、动漫、摇滚、影像、民间、纪录片

主题解释：798工厂代表中国艺术的一个新的体系结构的形成，这个新体系不仅使中国具备了在新世纪创造新的艺术复兴的结构基础，而且它正在产生的国际影响，使它越来越有可能成为新世纪国际艺术的一架“中国发动机”。这不仅由于中国经济奇迹产生的戏剧性变革和物质基础所决定的，还取决于中国当代艺术在近年产生的创造活力和视觉强度。

798艺术区的价值在于它是目前中国的一个另类社会，是一个另类文化和民间创造活力的代表，这个时代的新锐文化的元素都可以在这里找到，比如新媒体、动漫、摇滚、影像、和民间性等。新世纪以来，中国的主流社会包容甚至欣赏这样一个艺术和生活方式的另类社会，这本身就是中国真正在走向进步和开放的一个证明。

“另类”代表前卫，798工厂代表过去时代的工业，一个是正在兴起的商业市场，一个是正在衰败求得新生的老工业的模式，这两者正在奇妙的混合相处在一起，相互需求，他们能结合成为一个中国真正意义的新的结构平台吗？

“中国能量”代表今天中国所有发生的状态，一切都在欣欣向荣、无序和进步、痛苦和快乐、绝望和希望、错位和转型并存，它处在一个形成中的新结构，是一个新的力量中心，这个中心还没有确定的秩序和结构，但它自身已经形成一股再生的能量，向四周扩张，分化和组合。中国艺术将在这个新的形成中的体系中获得新生。

活动定位：艺术节应该体现798艺术区的“另类”和“民间”的基本特征，在活动安排和形式上有别于一般的政府艺术节、双年展和时尚活动。整体活动以学术为主干，兼顾一些时尚性的内容和单元。艺术作品展示国内最新有活力的实践，注重新一代艺术的展示，以及国际最前沿的艺术创作的介绍。

（二）组织结构

艺术节的具体操作采用策展人制。艺术节成立经过798艺术委员会和管委会认可的主策展人制。成立策展组和策划办公室。

1. 主策展人制

策展小组采用主策展人制。主策展人1名，分策展人、策展助理若干。

主策展人：负责整个艺术节的主题确定、活动设计、展览实施、宣传推广、资金筹措以及主题展策划等。

分策展人：负责各单元展的策展。

策展助理：协助主策展人完成各项艺术节的策划活动。

2. 策展办公室

下设策展部、公关推广部两个小组。

策展部：负责主题展策划、与各艺术空间总体协调、借调设备等展览实施事务。

公关推广部：负责宣传艺术节导览手册和新闻发布，广告赞助，画册、海报和请柬的设计

和印刷、安排会务等。

（三）活动结构

艺术节的整个活动分为主题展、独立单元展、同盟展三个主体部分。还包括表演、艺术图书展销、影像放映、研讨会等附属部分活动。

一. 开幕式

来自不同背景的代表发言（不同国家和地区的画廊等艺术机构）
大屏幕回顾艺术区的形成历史
颁发798另类杰出贡献奖
前卫时装模特表演，舞台将做成一个大装置
邀请崔健等乐队演出。

- 可能的话与中央电视台合作一个主题晚会

二. 展览部分

1. 主题展：

抽离中心的一代：70后艺术展
策展人：朱其
展览形式：绘画、雕塑、摄影、Video、装置。
艺术家：40-50人

2. 独立单元展和论坛

由分策展人策划的艺术节主题之下的各独立单元的中小型主题展。
包括Video艺术影像放映、纪录片研讨会、摄影展、国际艺术展以及各种单元主题展等。

1) 新人单元

卡通艺术展
策展人：房方（独立策展人，星空间负责人）

年度绘画新人展
策划人：伍劲

2) 影像单元：

国际新媒体艺术年展
策展人：徐大为（北京电影学院动画学院副教授）
孙宁（独立策展人）

左翼的表演：蒙敏生摄影个展
策展人：朱其

3) 音乐单元：

新锐乐队演出
策划人：金燕（中国艺术研究院研究员）

4) 纪录片单元

关注底层：新现实主义纪录片

展映以及研讨会

策划人：张献民（北京电影学院电影文学系教授）

贾樟柯纪录片《东》及讨论会

5) 时尚单元

2007年属肖猪雕塑

由各美院学生制作一批各种猪的雕塑放在798工厂各重要位置。

三. 酒会活动

“艺术产业与投资”VIP高级酒会

与《周末画报》合作，举办艺术节高级慈善酒会，邀请企业、金融机构、明星、媒体、艺术投资人、画廊等机构负责人聚会，拍卖艺术品进行慈善捐赠。

四. 系列论坛

1. 私立美术馆的现状和未来
2. 艺术市场与美术史写作的关系
3. 批评和策展人在未来艺术格局中的作用
4. 艺术博览会和拍卖的商业规范

五. 同盟艺术区：

同盟展是由艺术区内的画廊、艺术中心和艺术空间独立策划和确定主题的展览。同盟展主要由艺术区内各机构独立策展，也可以和策展小组合作策划或者协调。

同盟展包括798艺术区、北京其它艺术区以及上海、广州、成都、重庆等其他城市的艺术区内艺术机构举办的展览，在经过艺术节策展小组认可后，纳入统一的艺术节体系，进入艺术节展览图录、导览手册和推广宣传中。

其他城市的同盟展通过网络视频将展览现场在798艺术区内的直播空间内进行视频直播。

拟同盟展参展机构：

1) 798艺术区：唐人艺术中心、程昕东艺术空间、空白空间、季节画廊、东京艺术工程、长征艺术空间、时态空间、常青画廊、帝门画廊、百年印象等。

2) 北京其它艺术区：酒厂、草场地、环铁、宋庄

3) 其他城市：

上海莫干山艺术区

重庆坦克仓库艺术区

成都蓝顶艺术区

南京石城艺术区

广州Loft345艺术区

贵阳艺术区

（四）宣传推广

1. 画册图录

艺术节出版整个展览活动的大型图录画册，介绍主题展、独立单元展和同盟展的内容。艺术节期间一切未经过策展小组认可的展览不进入画册图录介绍。

2. 导览手册

导览手册是一个介绍艺术节整个活动的导览性小册子，包括各活动简单介绍、时间表、位置图、艺术节策划办公室联系方式等。798艺术区内的各项活动都将以简介形式进行介绍，包括未进入画册图录的机构和活动。

3. 网站

艺术节设立专门网站，介绍艺术节的全面情况。

4. 媒体合作

艺术节与各大众传媒和专业媒体合作，及时将各种艺术节的情况通过传媒进行介绍。

（五）预算（略）

（六）主要时间表

- | | |
|------------|---|
| 1. 2月10前 | 成立策展小组和策划办公室
并举办新闻发布会。
广告赞助、媒体联络、网站建设等活动展开。 |
| 2. 2月10日左右 | 确定主题展、独立单元展的具体计划、主题名称和参展艺术家。
确定各项附属活动，同盟展选择、协商和确认工作完成。 |
| 3. 3月20日 | 公布艺术节各个节目菜单
开始设计和制作画册、导览图。 |
| 4. 4月15日左右 | 开始布展。
海报、请柬设计印刷完成。
确定开幕式嘉宾 |
| 5. 4月23日 | 开幕式彩排 |
| 6. 4月24日 | 艺术节展览面对媒体预展 |
| 7. 4月25日 | 开幕式
其他城市艺术区的同盟展也同时开幕。 |
| 8. 5月1日 | VIP高级酒会 |

附：媒体支持

中央电视台

北京电视台“每日文娱播报”

新浪网

《新京报》
《新周刊》
《城市画报》
《时尚杂志》
《周末画报》
《北京青年报》
《南方周末》
《东方早报》
《乐周刊》
《艺术当代》
《艺术新闻》
《艺术地图》
《Hi, 艺术》