

abC GET IT STARTED FOR CHINA

abC

中国还没有人做这件事的话，就让我们来做吧！

Writer & Interview & Editor_ 拉斯冯 Photographer_ 大丘 Designer_Ruyi

如今一切都有电子化的趋势，信息储存在云端，不需要占用过多的物理空间，在这样的時候，看得见、摸得着的艺术出版和手工书就显得弥足珍贵。它们往往注重个人表达，也不会有大规模的拷贝和传播，在喜欢的人眼中，这份独特是最有趣的部分。在当下最具规模的、最火爆的艺术书展abC艺术书展上，你常能看到作者和读者聊得特别欢乐甚至互加微信这样的场景。短短几年时间里abC艺术书展吸引了大量目光，也有很多人在参加并了解这样的表达形式之后，开始了自己的创作探索。

abC艺术书展始于2015年，每年分别在北京和上海两地举办。它致力于推广中国本土艺术家书和自主出版物，并积极引入全球优秀的出版人和机构建立深度对话。本次我们邀请了abC艺术书展联合发起人周玥、赵梦莎，聊聊她们是怎样从内容生产者转变为活动组织者的。



abC 联合创始人赵梦莎（左）、周玥（右）

最开始是什么时候对书展这种活动形式产生兴趣的？

周玥：最初自己做书是2007年，从电子杂志开始做起，也受到了初代互联网文化影响，2010年我们已经完成了9期，并开始真正做纸质的独立出版。2015年开始想到做书展，有一个背景，是当时国内做艺术书实践的群体都在持续地创作，也已经有了一定数量的作品积累。而国际上已经出现不少大型的艺术书展，但对于国内的创作者来说参加并没有那么方便。所以其实中国适时出现一个这样的书展是自然而然的，本土创作群体已经逐渐成长起来了，大家都需要一个能够集中展示和交流推广的平台。

赵梦莎：2015年对我来说也同样是一个时间节点，那时我还在现代传播集团的《艺术界》做编辑，第一次去参加了Printed Matter主办的洛杉矶艺术书展，了解到了艺术出版的方方面面。那时候中国确实没有艺术书展，我和高文雅(Samantha Culp)曾经在洛杉矶艺术书展一起做了一个关于中国艺术出版的分享。而她在给VICE创想计划的稿件结尾写道：“接下来中国谁会去做这件事情？”，有趣的是当时我和周玥都没有读到过那篇文章。

在做第一届的时候，是怎样发起这个事情的？

周玥：先是找合适的场地，沟通确定时间档期，再公开征集；陆续收到参展申请后，我们会针对提交的资料开始内部评选，确认名单，整个征集和筹展的周期需要至少三个月甚至半年。同步进行整体的策展，包括特别单元、公共教育活动等等，主要是根据参展方的类型或者他们的工作方向、关注话题，来策划讨论和分享交流活动。通常在展前，除了活动宣传，abC的编辑部还会挑选一些内容优秀的参展方做采访报道，发挥abC日常的媒体属性。

第一届的时候是怎么规划的？比如说流程、时间、场地、参展人员等等。

周玥：先是找合适的场地合作方，沟通确定时间档期，在前期筹备完成后我们会对外公开征集；陆续收到参展申请后，我们会针对提交的资料开始内部评选，确认初步名单进行沟通，整个征集和筹展的周期至少需要三个月。同步进行书展整体的策展计划，包括特别单元、公共教育活动等等。之后我们会公布参展名单，根据参展名单开始制作参展方的宣传手册。我们通常会挑选一些内容优秀的参展方做采访报道，会根据参展方的类型或者他们的工作方向、关注话题，策划讨论和分享交流活动。

有参考国外的模式吗？

赵梦莎：无论书展还是大部分艺术节、双年展都是对现代“博览会”这一形式的沿袭。只是传统的书展目的是版权交易，艺术书展更靠近大众。我的第一份工作在国际画廊博览会，整个工作的结构逻辑或许也对我有所影响。所以abC所建立的并不是一个特别独创性的活动。艺术书展以3-4天的短期活动为形式最早出现在纽约，我想Printed Matter最初在2004年开始第一届艺术书展之后对全球其他国家地区的主办方都是有启发的。

但具体在中国，我们是第一个做艺术书展的机构，实际上当时并没有什么可以参照借鉴的对象，更多在实际操作层面的是我们的自我试错，每一届书展都是针对前一次经验反馈做更新。比方去年开始我们针对展方和观众做问卷调研，增加VIP日的机构媒体预展，为重点邀请的媒体和机构合作方做专业导览和推介，帮助提升参展体验和促进宣传合作，接下来也会针对不同类型的参展内容

开辟不同的展示形态。这些都是我们过去没有考虑过，是慢慢经验积累的决定。

周玥：展览内容上，今年开始我们针对专业机构和美术馆、画廊这样的参展方更深入的合作。首先为这一类展方提供更大的展示空间，同时要求提供专门的展示方案。每一届因为在北京和上海两个城市环境的不同，我们也希望可以提炼出更具有代表性的参展亮点（比如今年的北京我们着重邀请了一些以城市空间为背景的创作者）。

赵梦莎：我们的工作当中有一些普遍性的东西，但核心还是基于策展。可能因为我们的背景其实都是当代艺术，不是做商业活动策划，所以可能很多具体的操作反倒是没有方法论的，我们对方法和经验本身其实都是很存疑的，也没有带着“这样做一定行得通”的方式去开始，因为一切都是全新的。

周玥：对，其实曾经我们也想过，是不是多办几届之后，可以总结出一些模式沿用，但也许就跟我们本身的工作方法有关，每一次都会冒出新的想法。比如仅仅是展览搭建的材料上，我们每次都想去试验不一样的。虽然已经到了第四年，但每一次我们还是抱着全新的态度地去做这件事情。虽然这样去工作，不会因为你做得次数更多、更熟练而变得轻松，但有趣的点也在这儿，我们并不想一直重复自己，或是被已有经验局限。

赵梦莎：另外如果你有关注这个创作群体的话，可能会发现国内现在类似的活动开始频繁发生，有越来越多的趋势。不少我们的参展方今年以及参加过三四次甚至以上不同主办方发起的艺术节或者艺术书展了。或许说明这类活动本身是可以模式化的，方法流程都是特别表面的东西，我们也从来不会吝啬跟大家分享我们的经验。

周玥：如果非要谈abC工作的特殊性可能在于我们的关注点始终是跨领域的。abC艺术书展从去年开始引入音像出版内容，书展开幕活动也有音乐演出。这个安排出发点并不是为了增加宣传点或者是单纯的助兴，而是希望不同的创作群体都可以在艺术书展这样的场景中建立联系，让相关却又不同的文化做一些连接。

几年的过程当中，有觉得参展方有什么变化吗？新加入的人多不多？

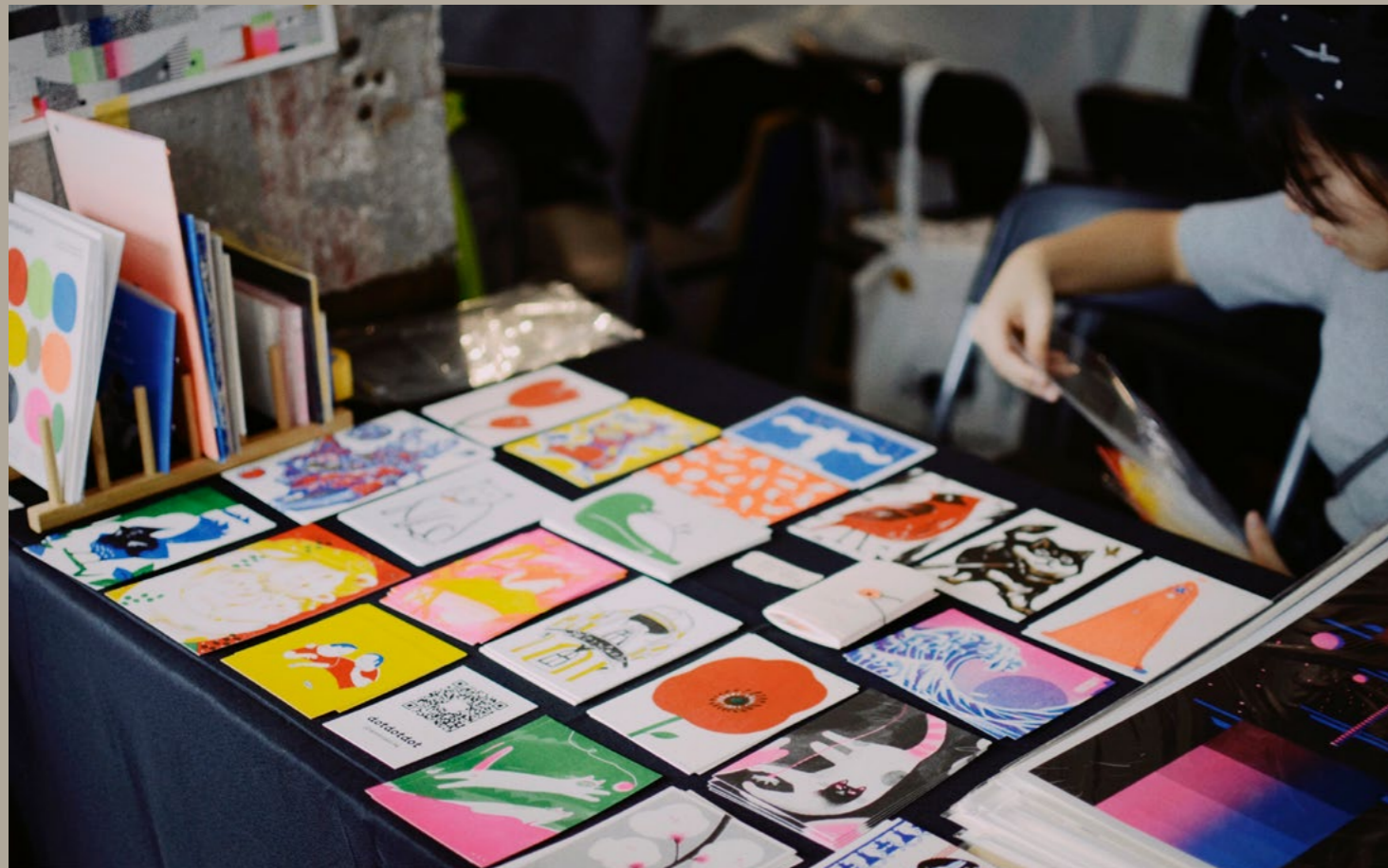
赵梦莎：从最开始第一届的十几家，他们可能真的是当时中国屈指可数在做这件事情的年轻人，然后到现在我们一百四十多家参展单位，其中70%左右都是中国创作者，新增的展方几乎会达到30%。而且每一次书展的本土新增申请也都有至少40到50件（个人或团体）是首个艺术书创作。这份工作其实最大的满足感就来源于看到有越来越多的创作涌现出来。所以在做书展之余我们也开始做文献整理，希望为这些创作留下历史资料。

比较早做的人现在还在坚持做吗？

赵梦莎：是的，最早的一批做书人像“假杂志”、“香蕉鱼”、“Same Paper”等等都已经很有媒体知名度了。我们之前自己做书的时候，是一个比较独立的团体在做这件事情，但是做了abC艺术书展之后，其实是成为一个组织者，也通过这个平台能够放眼看到现在整个中国在做这件事的群体慢慢在扩大、在巩固，感觉就像跟大家一起在成长。我们希望在做的事情可以真正帮助更多想要做书的创作者，让其他国家和地区注意到中国这片新生大陆的创作力量。



摄于 abC 客厅。2019 年 ZUCZUG 素然将其位于北京 798 艺术区的顾客顾客空间一层和三层借给 abC 工作室与展厅



2019年 abC 上海艺术书展

你们在资源或资金方面有得到过怎样的支持呢？

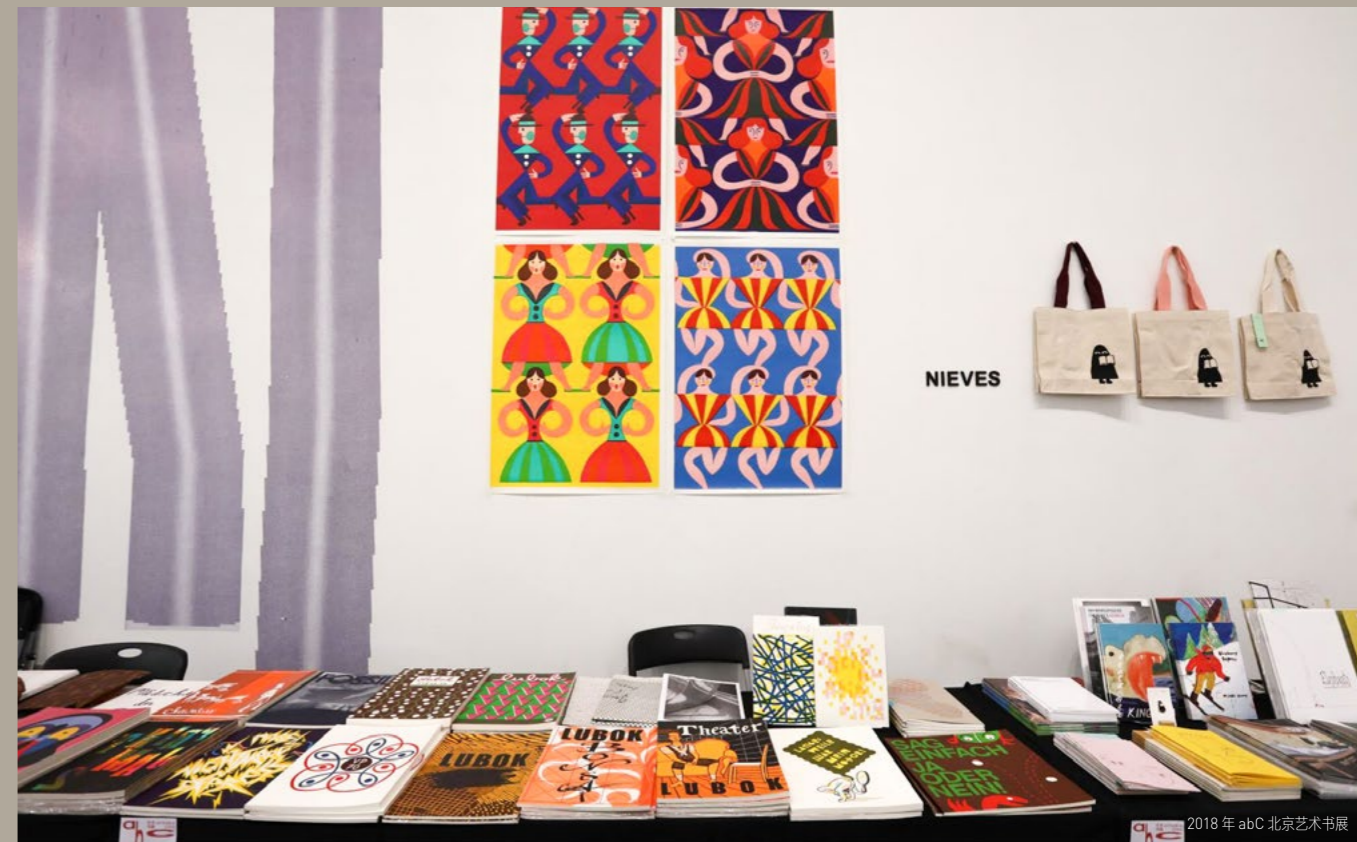
赵梦莎：素然 ZUCZUG 是第一个给予我们帮助的品牌，虽然对于机构运转来说还是杯水车薪，但我觉得这是健康的开始。另外每次书展我们都会协助海外合作机构/参展方申请本国家的文化艺术基金来完成落地。

你们会去寻找吗？如果会的话，一般甲方的反馈会是怎样的？

赵梦莎：国内是没有 CSR（企业社会责任）来支持机构进行非营利运作的，目前我们也没有注意到国内有什么公开渠道可以申请文化艺术相关的资金扶持。不过因为注意到每年书展的影响力和观展人流量，已经开始有一些品牌或者 agency 主动联系我们了。但是目前普遍甲方对艺术书和相关领域还是比较陌生的，对商业回报的概念、期待也比较传统和保守。

所以也没有想过太多商业化的事情？

赵梦莎：书展最初的目标并不是商业化，而是在本土建立一个健康的创作生态。中国有太多还没有做好、没做明白就着急商业变现的文化艺术项目了。就机构生存和运转而言，在大环境下我们的确需要探索未来的商业接合点来解决可持续的问题，毕竟眼下还不存在做公益的土壤。今年我们有尝试做产品，并和 Cabinet 工作室一起开发了一系列艺术家温凌创作形象的衍生品。这意味着 abC 的品牌就在某种程度上更健全了，除了策划组织大型活动，我们也有了开发生产的能力。我们希望在发掘、宣传独立创作的同时帮助艺术家产生更大效应的发声，可以借助更大规模的出版，也可以借助更有影响力的优质品牌。或许 10 年前我们都不会想到 IGGY POP 会出现在 GUCCI 的广告，也不会想到 Harmory Corn 会给 GUCCI 拍广告片，相信随着类似主流与亚文化场景跨界的成功案例，未来有前瞻性眼光的品牌和机构会上我们。



2018年 abC 北京艺术书展

你们现在会希望得到哪些方面的支持？

赵梦莎：首先是希望 abC 艺术书展能有稳定的场地合作伙伴。这个还挺难的，毕竟在北上广搬家都是家常便饭。这一点我很羡慕海外几个国际性的艺术书展，他们每一年的合作场地（通常是美术馆）、活动时间都是非常稳定的。这些美术馆会非常的尊重和认可艺术书展这样的活动形式，并且在多年的连续合作之后，书展也慢慢变成一个城市的节日了，所以每一年即便是抢手的档期，也能免费的留给艺术书展，但是在国内目前我们很难做到如此。每年都要花相当一部分时间经历在场地合作上，如果能够把每年的场地和时间都固定的话，工作量会少掉很多，而且双方品牌在传播上也会做得更好。

更重要的是希望得到政策上的支持与帮扶。艺术书展是一个很重要的文化交流窗口，在我们过往的经验中，很多国际同行会惊讶于通过书展看到的中国。更年轻的一代中国人充满创造力，他们应该也值得被更多人看到、被尊重。

如果你要向其他人传授工作中的要领，你有什么想要告诉他的吗？

赵梦莎：前面已经非常详尽的介绍我们的工作是怎么回事儿了，授人以鱼不如授人以渔，你要有 DIY 精神。你要相信一个人也可以完成一件事情。

你觉得做艺术书的创作者，有没有可能把这个当成一个职业？

赵梦莎：与艺术书相关的职业有做纸的人、装帧师、设计师等等，他们的职业既古老也当代，而且很受尊重。如果在中国有一个稳定的发声平台和消费需求，形成小规模创作的生存空间的话，这当然是可以成为职业的，毕竟在中国之外，有太多人以此为生了，而在我们的土地上，也有不少年轻人开始这么做了。

觉得自己离理想的工作状态还有多远？

赵梦莎：我是很享受项目制的工作。从离开上一段办公室生涯之后一直都挺理想的。理想目标可以是短期兑现的，这样或许会让你无限接近一个更大目标！

周玥：一直让我感觉幸运的是，整个团队的配合很默契，大家的工作状态可以说是张弛有度、紧张活泼！但工作标准和要求是不断提升的，还可以更理想、更好、更不一样。📷