

Perrotin

June 2019



编辑：文 / 张婧雅 摄影 / 贾晋

贝浩登 画廊帝国的“不速之客”

在权势林立的画廊界，这位曾经平凡无奇的法国年轻小伙历时三十年缔造了属于自己的一片天。艾曼纽·贝浩登这个名字，注定载入了当代艺术的史册。他似乎正是为了打破艺术界古板的规则而来，成为一位画廊界的“不速之客”。

能够在画廊界取得成功，似乎对于中产阶级来说只是一个遥不可及的梦。而艾曼纽·贝浩登(Emmanuel Perrotin)这位原本平凡的法国青年，如今在画廊界的成功绝不是一个偶然。今天，他已是全球排名前五的顶级画廊贝浩登(Perrotin)的主人。

而在艺术界提起“贝浩登”，人们又会立刻想到其极具品位的画廊空间与昂贵的地段，这无疑快速认知该画廊的途径之一。贝浩登画廊先后在全球标志性的六大都市——巴黎、纽约、首尔、东京、上海、香港开设了空间，且均位于最昂贵的黄金地段。

此外，贝浩登代理的艺术家几乎都是学术界与艺术市场的双重宠儿，其中包括享誉全球的艺术家村上隆(Takashi Murakami)、莫瑞吉奥·卡特兰(Maurizio Cattelan)等。

抛开当下的辉煌，30多年前，艾曼纽·贝浩登还只是法国 Charles Cartwright 画廊的一个助理。17岁实习，21岁开始了自己的画廊征程。从白手起家的创业者到世界顶级画廊主，他仅用了不到三十年时间。

3月底，正值香港巴塞尔艺术展期间，《时尚芭莎》记者与贝浩登相约在其香港的画廊空间。伴随着优雅的法语和一身休闲装，他从画廊的观景玻璃窗前出现。贝浩登身上的朝气由内而外地散发，如同窗外不远处摇曳的海平面，让人感到放松。

尽管已在画廊界打拼三十三年之

久，但贝浩登仍旧视画廊主为一种充满新鲜与期待的工作。“每天我都会全新的挑战，不断地面临选择，而我从未感到厌倦。”

1968年，艾曼纽·贝浩登出生于法国的一个普通家庭。不仅没有任何艺术资源，其父母甚至都不理解他在做什么。

17岁决定踏入艺术领域的贝浩登面临着巨大挑战。21岁那年，贝浩登将做画廊助理的全部收入全部投资在了自己的画廊。“我觉得每次都把钱用在了最合适的地方，一直以来我都这么做，所以画廊发展得很快。”也正是凭借如此的“任意妄为”和魄力，他实现了贝浩登画廊的起步。

值得一提的是，早在做画廊助理时，贝浩登就曾与老板提议做一款专门的软件用来储存相关分析数据，但并没被重视。于是，他便自发地做了许多数据分析，还整理了其他画廊艺术家的作品全集。直到十一年前，贝浩登画廊专门研发出一套只属于本画廊的相关系统。这便成为了捷足先登的重要优势：一件画廊界无人能及的神秘武器。

此外，贝浩登画廊还可谓真正将艺术与商业做到了完美融合。最疯狂的一次是在FIAC艺博会，两天内他们卖出了2000多张版画。如今，画廊推出的艺术衍生品总会是最热门的商品。而比起利润，贝浩登更希望藏家从中有所收获，以及艺术家的知名度从

中有所提升。

贝浩登画廊作为当下最“带货”的画廊之一，每年在艺术界的工作量十分惊人。仅仅2018年就组织了45次画廊展览，并参加了多达21个国际艺术展会。在竞争无比激烈的艺术界中，贝浩登深谙画廊间恶性竞争的危害，所以他一直保持合作精神，这也是画廊能在各大艺术盛会上顺利运作的原因之一。

“我们的团队现在有132人，合作的效率非常高。尽管大家压力很大，却始终想为艺术家提供最好的一切。比起继续扩张‘贝浩登’，我更希望着眼于眼前，把现有的几家画廊做到最好。”

很多人觉得贝浩登幸运，似乎一切都那么顺利。而在他看来，这其实是个悖论。“如果你已经成功了，就会看起来很容易，但这实际上意味着更大的困难。”贝浩登说道，“卖艺术品和卖桌子不一样，我们可以通过一件名贵的艺术品挽回前几个月的损失。正因为因为我们成功，所以背后付出的更多。”

人们都能看到贝浩登在画廊行业进行信息改革所取得的效果，却意识不到这实际是一场极其漫长又十分耗费精力的工程，他时常面临的挫败感只有他与其团队深有体会。十年前的很多想法，贝浩登直至今天才实现。就像他所说的：“我们不仅是为了赚钱而存在的画廊，还致力于推广更多的艺术家走向公众，为他们争取话语权。这是责任所在，也是我们一直所坚持的。”▶