

# 破局：从 角落积灰 到 价值再生

■刘涛

这届毕业展 画风不一般，《人民日报》海外版以此为题，罕见地对2025年中国主要的美术院校的毕业展进行了专题报道。以我所在的工作单位四川美术学院为例，2025年的川美 开放的六月 毕业展，共迎来了75万人次的观展，单日最高进馆人数3.2万人，公众号预约单日打开次数超34万次，新华社、中央电视台、《人民日报》、《光明日报》等央媒及30余家省市主流媒体进行了广泛而深入的报道，国际在线等国际传播平台通过Facebook、X等海外平台向国际传播，引发广泛关注，全网相关话题讨论量超10亿人次，毕业展成了现象级的文化事件。

那么，当灯光熄灭、展厅清空，这些凝聚心血的毕业作品将何去何从？这样的问题或许您也曾关注过。

## 现实困境：

### 青春艺术的保鲜周期与消失的归宿

可用仓储的空间成为棘手问题

譬如，2025年初夏，当中央美院毕业生在景德镇陶溪川美术馆拆下最后一件陶瓷装置，当中国美院杭州展区撤走3000余件作品的展签，当川美 开放的六月 在重庆山城落下帷幕，这场席卷全国的艺术盛宴背后，一个尖锐问题再度浮现：这些倾注4年或者7年甚至更长心血的创作，是走向新生还是沦为“角落积灰”？

展览落幕之后，毕业作品的去留问题往往被忽视。首先作品的存放就很棘手，毕业作品体量庞大（如“千里之行”展览涵盖79所高校近千件作品），但学生普遍缺乏私人存储空间。大型装置更难保存，院校展厅管理规定多要求“展后限期撤走”，逾期将强制清理，而校方仓储能力有限，无法承担长期保藏的责任。

价值转化的断层

物理空间的挤压仅是表象，更深层的矛盾在于学术价值与市场需求的断裂：毕业创作常被视为学业终点，而非职业起点。

学术性与市场性割裂：多数作品仅服务于毕业评审，缺乏商业对接路径。中央美院副书记王晓琳在2025“千里之行”宋庄展览现场指出，需“推动青年艺术家直面行业、对接市场”。但现有的机制尚未普及，还缺乏对毕业生作品继续关注的机构及有效机制保障。

认知错位：公众常将毕业展视为“一次性文化事件”，是一次流量驱使的看展热潮，而非收藏机会。刚毕业的青年艺术家，初入社会，他们需要被看见，更需要被需要。

## 破局之路：

### 从 一次性展览 到 全生命周期价值链

学术收藏：为作品颁发“永久护照”

2025年毕业展之际，中央美院美术馆系统性收藏35件2025届毕业作品，2024年宁波美术馆永久收藏了宁波大学科技学院设计艺术学院/文化创意学院6件学生创作，也是宁波美术馆首次收藏青年艺术家的作品。据我所知，四川美院早在数年前就着手在每年毕业展收藏优秀毕业作品，丰富美术馆的馆藏及用于配套的系统梳理研究的工作。由此，机构收藏不仅赋予作品学术认证，更使其成为艺术史研究的活体样本。

学术市场联动：构建生态闭环

“千里之行”模式是由中央美院发起，通过产学研论坛、资源对接会，将毕业展转化为艺术家职业起点，推动作品进入画廊与收藏体系。

重庆当代小幅作品收藏推广计划则面向小尺幅作品，作为它的特色及定位，相较



54x39cm  
综合材料

2025年

于大尺幅作品，表达随性，更易于艺术家掌控，具有偶发性与拓展性，并且更容易进入普通人的生活和办公空间。自2018年创建至今，通过艺术IP持续强化，艺术+设计赋能产业模式创新性及引领性进一步凸显，持续培育的艺术消费市场功能日趋完善，八年深耕区域市场，2024年吸引1200余位艺术家投稿5000余件。其口号“让重庆的艺术留在重庆”，培育本地藏家群体，使毕业作品均价千元级即可被收藏。

竞赛与创业孵化：从校园到市场的跳板

创新创业赛事成为毕业作品商业化的重要试验场。非遗漆器AI项目、河南信阳师大团队凭《紫漆东来》获全国电商三创赛二等奖，项目融合漆艺文化与数字营销，直接对接产业资源。

国潮绘团队：山东省互联网+大赛金奖项目，依托潍坊非遗资源开发IP周边，运营三年淘宝店铺年营业额达200万元（数据来源于网络）。模式价值：赛事提供资金、导师及曝光资源，推动作品从概念向商业模式快速迭代。

产业联名：设计力激活消费市场

杭州毕业季创意市集联动抖音青年计划，将数字艺术、非遗手作推向轻量化消费；茵曼“超级个体生态联盟”则为设计师提供全链路支持。当京基智农以“空山基”机械姬、雪糕撬动年轻消费群，艺术IP的

商业转化力已然颠覆传统赛道。

轻量化衍生：艺术进入日常场景

正在重庆开展的“有点儿艺思”艺术家联名杂货铺、快闪项目，将艺术家作品转化为明信片、陶瓷杯、环保袋、丝巾、潮玩等衍生品，如川美作品“禱”的周边、央美“哲思”兔子陶艺。策展团队直言：让普通人“用艺术”而非“看艺术”，才是对抗“角落积灰”的解药。“有点儿艺思”致力于让艺术与市场面对面，强调多元化与场景化的体验，通过丰富的形式将艺术转化到社会场景中，使它们变成可触、可感、可穿、可戴的日常，让每个普通人更加容易接触和了解艺术。

细分价格层级（如收藏级原作、千元级版画、百元级衍生品），覆盖不同消费群体。衍生品定价亲民，且进驻融入商场、产业园、医院等非传统空间，突破美术馆边界。

技术赋能：破解物理困局的密钥

数字技术重构了艺术品的流通与收藏逻辑，尤其适合年轻创作者。

中国美院跨媒体学院的《数字海贼》用AI重构“骇客艺术”，央美“时空图层”展中《星陨契约》以陨石为材叩问宇宙，技术不仅拓展表达维度，更为作品提供云端生存空间。雅昌数字化7万场展览的实践，预示实体展落幕恰是虚拟展陈的序章。

区块链确权，上海青年艺术博览会推出“数字艺术专区”，8-28元低价数字藏品单日预

订量破万，技术降低了收藏门槛，亦保障创作者权益。数字藏品的低门槛与高传播性，区块链技术保障版权，推动艺术消费大众化。

## 未来提案：

### 构建青年艺术的“可持续生态”

毕生作品走向市场的本质，是艺术价值与社会需求的精准匹配。

陈丽宇：未来需关注创作者前置规划，在创作阶段即考虑材料可拆解性（如装置）、数字存档可能性或衍生化潜力。技术整合，建立分布式云端作品库，开放全球策展权限，如央美郑州展的“在地更新”实践，时空图层展将十年库房作品植入市井街区，证明“技术可激活沉睡资产”。

政策与平台赋能，呼吁将毕业作品保存储纳入院校评估体系，院校可联合企业设立收藏基金。又如北京推动“数字消费首善之城”，鼓励商场打造数字艺术体验区。

公众美育普及，收藏权的大众化，强化“艺术即生活”认知，通过分级定价（原作/版画/衍生品）、艺术租赁等模式，让收藏不再是精英特权。重庆收藏计划8年培育本地藏家群体，2024年吸引87所高校1239位艺术家的参与；上海青艺博通过“涂鸦共创”“儿童市集”拉近大众与艺术的距离。当收藏从精英特权变为“为喜爱付费”的日常行为，艺术才能真正扎根生活。

当艺术不再困于展厅的聚光灯下，而流动于数字空间、生活用品乃至城市公共景观时，作品的生命力才真正开始。市场不是艺术的终点，而是其融入人类生活的起点。

## 永不落幕的青春现场

当宋庄“千里之行”汇集79所高校近千件作品，当杭州时装秀的雨丝折射出2971个梦想的棱镜，当川美碎瓷外墙在暮色中流淌虹彩，毕业展的灯光或许会熄灭，但艺术的生命早已渗入瓷土肌理、代码洪流与市井烟火。当景德镇的瓷土嵌入青年艺术家的指纹，当杭州良渚的产教融合实验室亮起数据屏，当重庆快闪店的丝巾随风飘过商场长廊，毕业展的灯光熄灭，恰是艺术生命渗入社会肌理的开始。

作为亲历者，我深信，唯有打通“学术收藏-市场转化-技术留存”的价值链，让作品从展厅流向生活现场、数字空间乃至城市公共记忆，青年创作的火种才能在现实的土壤中重燃。展厅之外，方见天地，这不仅 是作品的归宿，更是中国艺术生态走向成熟的必由之路。用艺术才华影响世界，展厅之外，才是真正的生长开始。

（作者为清华大学艺术学博士、四川美术学院副研究馆员<副教授>，上海青年艺术博览会总策展人）