

数量年均增速近30%，艺术与经济正在产生“化学反应”

# 威海：一座城生长着100多座美术馆

对于城市而言，美术馆是一个宣传文化的艺术窗口，也是一个从事视觉艺术和绘画的舞台。从2015年油画小镇落户至今，威海美术馆数量从不足10家增至超100家，年均增速近30%。这个曾以碧海蓝天著称的文旅城市，正在经历一场艺术进阶。

►否美术馆的“免费展览+衍生品销售”模式成为典型案例。



轻人尤其来威海旅游的年轻人，了解威海市艺术家群体的精神面貌和最新创作成果的一个重要窗口。”山东大学艺术学院(威海)设计系副教授、威海市美协环境设计艺委会主任刘彦鹏说。

## 从“流量”到“留量” 美术馆探索“留客密码”

职业画家刘光帅对美术馆快速“生长”有自己的看法。半岛美术馆成立后，他在那里做了三年的执行馆长。提到美术馆的“火”，他印象是从2020年开始的，到美术馆打卡的人突然多了。“我现在觉得确实需要专业的人运营，而且需要好的运营元素。”刘光帅告诉记者。

位于威海韩乐坊乐天文化广场四楼的刘坤美术馆，是集展览、收藏、研究、创作于一体的画家个人美术馆，也是与韩国进行文化艺术交流的美术馆。“不能因循守旧，我们的做法是利用地缘优势，积极开展国际间的高水平艺术交流展览，通过举办活动，增进友谊，取长补短。”馆长刘坤说，今天的艺术家要有自己独特、鲜明的艺术语言与特点，不能简单地传承前人，或者千篇一律“复制式”地创作作品。

否美术馆要打造的是一个全方位立体的艺术空间，风格画展、黑胶唱片、专业乐队、艺术商店都是亮眼的组成部分。“我们想要打造的新型产品，其概念不仅仅是展画，还包括明星周边或者其他。”否美术馆负责人张海龙说，“我们之前探讨的是阿斯帕乐队，它是韩国非常火爆的组合，可能需要将其场景等元素布置进来。”

“我们拥有许多艺术家资源，可以将这些资源嫁接到项目中。例如我们结合少儿培训和热爱艺术的孩子，重点推出了一个名为生肖绘画展的品牌展。”天和美术馆的负责人高雅权说，他们寻找了一个小切口，即每年春节前后和迎新时，打造以画生肖为主题的展出，随着题材范围的不断扩展，逐渐成为少儿绘画迎新的品牌展。2025年，他们还面向韩国小朋友推广威海地域文化和东方传统文化，以及面向孤独症儿童，积极推进社会责任与整个美育融合。

“美术馆+”也是很多美术馆生存的独特之道，高雅权介绍，“天和美术馆三层以上是酒店项目，和别的酒店差别还是很大的。除了室内结构，整个走廊部分、公共空间部分，我们称之为艺术画廊，可以举办艺术小展览。最近准备从三楼部分开始试点，选择环保和海洋的主题。”

## 艺术经济与城市文旅 共生的“威海尝试”

“2015年以后，威海市发力中国油画

小镇落户威海，正是在这个背景下，威海大大小小的美术馆如雨后春笋般涌现。”刘彦鹏说，威海油画小镇通过“学术基地+产业基地”布局，形成创作、交易、文旅全链条，年吸引游客超百万，带动周边民宿、餐饮等消费，很多艺术家也借此来到威海，寻找美术馆做展览，威海的“城市艺术走廊”气质乍现。

“在某种程度上，美术馆需要不断推陈出新，有各种各样的展览，包括数字动漫和结合音乐场地以及数字化元宇宙等概念。它的一个重要使命是连接艺术家与社会，也应该关注城市的艺术课题。”刘彦鹏说，“威海拥有众多美术馆，在某种程度上吸引了许多人参与威海的文化创意、艺术事业的建设，也可以说，成为大家了解威海艺术生态、艺术家面貌的一个重要窗口。”

“每年至少保证有两个纯学术公益展览。无论是政府还是美术馆自身，都要踏实地做事，将这些事情做起来。就像我们发展文旅产业，需要有内容才能进行营销。”高雅权说，作为民营美术馆，天和美术馆通过展览、艺术品及衍生品销售和艺术体验、食宿接待等综合配套服务等方式实现资金回笼。

对于美术馆的经营，刘彦鹏有着自己的看法，“我认为很多美术馆需要成为非盈利机构并继续生存，完成普及文化、传播文化、传播艺术的使命。这是一种情怀。”

当小幅油画走进百姓客厅，当咖啡杯上的艺术插画成为社交货币，威海验证了中小城市文化赋能的可行性公式：艺术浓度×商业效率=经济韧性。这个曾经的美术馆荒漠，正用超百座艺术空间织就新的城市神经网络，为后工业时代的城市转型写下不一样的注脚。

高价收购

高价收购老钱币邮票字画老酒像章纪念章选集小人书银元金银币等15662781688 可上门看货英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

家政服务

◆家政 13793180410  
◆求购 15864536825  
空调移修 空调充氟 85863908

先行众创空间招商

成熟工业园区，优越营商环境，惠企政策对接，管家贴心服务。

现有车间120㎡、130㎡、230㎡、260㎡、700㎡、750㎡、800㎡、900㎡、1100㎡空地、1200㎡、1800㎡、1960㎡、2500㎡、2760㎡、3300㎡、3700㎡、4500㎡、5100㎡和8000㎡等不同规格，招商招租，可整租可分租。

◆高新万达J1座1502室121㎡写字间出租

◆龙湖华庭10号楼1单元13层1301学区房商住两用147㎡出租出售

◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3303室132㎡出租出售

专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供帮扶补贴协助，欢迎垂询

垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）

## 微纪录



扫码看视频

刘涛 厉昕月  
日照报道

舀一勺灰浆，就可以在水泥地上流畅地泼洒出一行行遒劲的大字。来自日照市东港区西湖镇小炮楼村的贴瓦工申作华，用他自己的方式，在钢筋混凝土间，勾勒

出别样的艺术人生。

写了40多年的字，申作华没有厌过、倦过。“我就是喜欢，发自内心地喜欢。拿起笔，我就是最幸福的人。”申作华笑着说。

申作华出生在山东日照。9岁时，申作华开始帮父亲抄写明细账，这一经历培养了他持之以恒的练习习惯。随着对书法的深入摸索，申作华逐渐被其独特魅力所折服，这份热爱从此便一发而不可收。

40多年间，不管是在建筑工地还是在田间地头，他始终不曾放下手中这支“笔”。申作华的爱人焦建英告诉记者，他平时不会打牌，不爱串门，干完活回家后歇一会儿，就把“水写布”铺在地板上，蹲着写字。

凭借着笔下的书法功底和个人书法风貌，申作华获得日照第二届全民书写春联大赛一等奖，被书法爱好者评价为“严谨不失灵动，轻快而又沉实”。

在申作华眼中，书法不只是书写之事，更是心头之事。

趁施工间隙的碎片时间，锈迹斑斑的铁锹是他的大号提斗（毛笔），未凝固的水泥地面就是最好的宣纸，就连盛灰浆的水瓢都能盛上水泥浆像毛笔一样挥洒自如。

2023年的高考之际，申作华在抖音平台上发布了一条用锤子在水泥上写“金榜题名”的视频，此视频迅速在网络上走红，申作华也因此被网友称为“锤子哥”。此后，他便常常在抖音、视频网站上分享自己在水泥上写字的精彩瞬间。

眼下，申作华的抖音账号已经有41.9万粉丝，单条视频最高点赞数已达120万。2024年全国职工网络达人账号征集活动榜单中，申作华入选“最具潜力”职工网络达人。



申作华用铁锹在水泥上写字。

## 锤子、铁锹、舀子都是笔，水泥就是宣纸

贴瓦工申作华的书法人生

果然財經  
GUO RAN FINANCE

文/片 李孟霏 潘佳蓬 威海报道

## 坚守公益底色的同时 探索市场化运营

当很多城市的美术馆还在为收支平衡发愁时，威海却用十年时间构建起超百座美术馆集群，形成年接待游客超百万人次的产业规模。艺术与经济的化学反应，在这座滨海小城悄然发生。

2021年7月，威海画院并入市美术馆，加挂威海画院的牌子，具有组织与承办美术类作品展览展示、征集收藏美术作品、开展美术创作与研究、开展文化交流和公益服务等多项职能。为满足公众多层次、多样化的精神文化需求，威海市美术馆立足本地丰富的艺术资源，先后推出了300余场精品展览，60余场学术交流活动，开展了面向大众的美术公益培训。

记者从威海市行政审批服务局市场科了解到，目前以美术馆命名的经营主体一共有21家。实际上业内人士给出的数字，威海各类大大小小的美术馆已达百余家。

在火炬八街入口处，简约的建筑外观下，一门之隔是现代艺术的“新”世界。在威海这家人名叫“否”的美术馆，负责人张海龙说：“美术馆相当于承载免费展览的公益职能，例如你只要关注一个账号，就可以免费观展。我们为大家提供一个载体，通过美术馆吸引人来参观，购买艺术商店里的东西，美术馆就会有收益，一部分给艺术家，一部分是自然经费，一部分是运营成本，大概就是这样的商业模式。”

否美术馆的“免费展览+衍生品销售”模式已成为典型案例。“游客带着消费意愿而来，既能看展又能购物，艺术与商业的边界在这里消融。”负责人张海龙坦言，这种“引流-转化”逻辑，既保留了美术馆的文化普惠性，又探索出可持续的市场化路径。

规格60厘米×60厘米以下，价格1000元到3000元的小幅油画，是目前威海天和美术馆推出的，面向市场的包含该馆理念的产品。其运营总监高雅权告诉记者：“我们馆有一个艺术运营理念，即‘从此走进生活’。我们希望将这些东西与普通市民和城市发展相结合。虽然尺寸较小，但是这幅画作一定是专业艺术家或者职业艺术家的高水准作品。因为尺寸较小，所以单价稍低，市民游客更易接受。”

“美术馆既是展示威海文艺创作或者美术作品的窗口，也是游客来威海的重要一站。美术馆承载的任务非常重要，它是年