

地缘性的最小显现

——西安OCAT与观众的双向筛选

陈芳禧

西安美术学院艺术人文学院, 陕西 西安

收稿日期: 2025年12月26日; 录用日期: 2026年1月17日; 发布日期: 2026年1月28日

摘 要

自2013年落地西安以来, OCAT始终活跃于西安的当代艺术市场。本文立足于OCAT馆址的变化, 说明了以OCAT西安馆为代表的艺术展馆对于观众从文化背景、经济状况以及情感诉求等方面的隐性筛选机制, 进一步解释了这种筛选机制所运用的地缘逻辑的不同方面; 同时本文也认为观众与非观众的行动同样存在着反作用力, 二者共同构成了以地缘关系为纽带的当代艺术张力网。

关键词

当代艺术, 观众, 非观众, 地缘性, 在地

The Minimal Manifestation of Geographic Embeddedness

—The Two-Way Screening between OCAT Xi'an and Its Audience

Fangxi Chen

School of Art and Humanities, Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an Shaanxi

Received: December 26, 2025; accepted: January 17, 2026; published: January 28, 2026

Abstract

Since its establishment in Xi'an in 2013, OCAT has remained active in the city's contemporary art market. Grounded in the analysis of OCAT's venue relocation, this paper elucidates the implicit screening mechanism employed by art institutions, represented by OCAT Xi'an, which filters audiences based on cultural background, economic status, and emotional appeals. It further explains the different facets of the geographic logic underpinning this screening mechanism. Concurrently,

the paper argues that the actions of both visitors and non-visitors exert a reciprocal force, collectively forming a network of tension within contemporary art that is bound by geographic relationships.

Keywords

Contemporary Art, Audience, Non-Audience, Geographic Embeddedness, Site-Specific

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. OCAT 西安馆历程简述

2005 年的深圳，在 OCAT 馆群最早的深圳馆成立之初，黄专将命名为“OCT 当代艺术中心” (OCT Contemporary Art Terminal, OCAT)，英文名称缩写即为“OCAT”。其中 O 代表“OCT”，为投资方中央企业华侨城集团的英文缩写，C 代表“Contemporary”，意为“当代”，A 代表“Art”，意为“艺术”，而 T 代表“Terminal”，本意为“机场的航站楼或港口”。这“航空港”的名称，正是当初黄专对于 OCAT 愿景的表达，也是 OCAT 的第一个口号——“做中国当代艺术的航空港”。

到了 2011 年左右，随着中国当代艺术市场的愈发成熟，各地的华侨城也对当代艺术项目投以热情；在黄专等人对于各地的展馆规划和筹备之下，OCAT 西安馆于 2013 年 11 月成为了馆群的第四位成员。作为当时西安唯一一座致力于呈现当代艺术的非盈利机构，OCAT 西安馆在官方介绍中写道，其使命是整合当地及国际资源，以国际化的水准来呈现并推介中国的当代艺术，同时支持多样化的、立足西安的文化交流项目[1]。

OCAT 西安馆最初落座于西安市雁塔区的北池头一路南段，并在这里度过了六年的时光，后因资助方华侨城的政策变动，于 2019 年搬离原址，迁到了西咸新区的沣河东路。

本文想要探讨的，则是 OCAT 西安馆于 2019 年搬离雁塔区北池头一路来到位于沣东新城的新馆址后的这段时间中，所表现出来的美术馆与观众之间的地缘关系。

Table 1. Some exhibitions (2018~2022) of the OCAT Xi'an Pavilion in recent years and the intrinsic relationship between exhibitions and the city of Xi'an

表 1. OCAT 西安馆近年来部分展览(2018~2022)以及展览与西安城市的内在关联表

展览名称	与“西安”的关联
诗之旅	展览主题与西安有关
与材质的表情有关	
徒歌 SRS · 松鸣岩	策展人长住西安
时空回响的碎片	艺术家来自西安
卜桦：奇迹般	
武小川：国与野	艺术家来自西安
我与你：埃里克·索斯	
影子爱人	

续表

泮水研究计划	展览主题与西安有关
潘剑&高伟刚：琥珀	西安角项目
秦望	西安角项目
郝敬班：沉默的言语	
五蛇下洋：吴笛个展	
英国新摄影	
城市地理：一场关于西安历史的想象	展览主题与西安有关
与我们所知的世界有关	
梁硕：味园	艺术家来自西安
德莱顿·古德温：出 - 土	展览主题与西安有关
马秋沙：路	
旦儿：土壤	艺术家来自陕西

2. 地缘性：观众、城市与美术馆的情感链接

2.1. “OCAT 西安” 作为招牌

对于致力于构建西安艺术文脉的艺术工作者而言，西安丰富的历史文化某种程度上无疑阻碍过新的当代艺术的发展与传播，古老是依托西安地理环境的当代艺术的底色，自 1981 年西安现代艺术展以来，西安的当代艺术犹如一现的昙花，很快又隐入了黑暗，几乎所有的研究者都会用“含蓄”来形容西安的当代艺术生态，与独具特色的西北画派相比不够野蛮、与悠久的历史文物相比不够厚重，甚至连关注度也寥寥无几，更没有专门的空间来展示。

正值此时，OCAT 打响了进军西安当代艺术市场的计划。建造群馆并且以城市作为当地艺术馆的名称主体，可以看作是为 OCAT 分别挺进这几个城市的招牌，OCAT 西安馆的野心便在于此，成为西安当代艺术生态的重要的一部分。在落地到闭馆的近十年实践中，OCAT 西安馆也确实在不断尝试加深与西安当地的联系，OCAT 的“西安化”一面在寻找西安的独特特点，另一面将自身作为桥梁连接起西安本土的策展人和艺术家(如表 1 举例)，以西安“人”和西安“地”互相映照，组成了属于 OCAT 的西安当代艺术的场。利用城市将人与空间联系起来，观众置身于 OCAT 西安馆的“场”之中，无形之中加强了三方的情感链接。

“地缘”一般指地理缘故，许多时候仅作为范围界定的修饰词出现，如“地缘政治”，即有地理因素参与作用下形成的政治状况。地缘政治、地缘经济都是地缘性的及其放大化，而作为社会最小组成分子的人，在与外界的交流中也无时无刻不体现着地缘性。只要人们仍然一天需要在地面上行走，在地理空间上的标记就是有意义的。OCAT 西安馆也正是凭借着这种空间的“进攻”在慢慢与西安的城、地、人发生着相互关系。可以说的是 OCAT 的到来，给沉寂许久的西安当代艺术提供了足以启动的空间。

2.2. 开放与狭隘的在地

展览空间、或者说美术馆很多情况下都是刻意保持了与观众的距离，这种“白立方”的矜持很多时候也会让艺术表达走向冷漠和专横的困境。是在地的艺术活动打通了作者与观众之间无形的墙，让空间重新流动了起来；鲜活的、有人的生活痕迹的空间代替了美术馆里日渐僵化的玻璃板。

然而在地艺术，特别是像羊磴艺术合作社或是西安当地的关中艺术合作社这样的在地乡村艺术，观

众的身份都是早已确立好的——当地的农户。不同于美术馆艺术，可以面对广阔的踏进美术馆的观众；乡村在地艺术对于“在地”的强调是其他艺术种类所难以比拟的，“在地”是在地艺术的根，也是联系农户与艺术家的藤蔓。若是缺乏此地生活经验的观众来参观，或许都不会有完整的艺术体验，这也是就其狭隘所在。因此，把握好人、地、馆的距离关系才能时刻维持好三者的平衡。

2.3. 重新寻找情感链接：《泔水研究计划》

前文所提到的在地性很多情况下都出人意料的具体，比如西安的纺织城艺术区，不仅仅是城市的概念，更是这个城市其中更具体和有特色的街区带来的印象。再度缩小的文化空间和更加具体化的生活经验才能够更进一步地逼近观众的经验空间，而艺术空间想要真正根植于某处，就需要营造与该地的情感链接。

OCAT 西安馆搬到泔河东路后第一个展览《泔水研究计划》就是一次这样的尝试。OCAT 的新馆落座于泔河东路，与上文纺织城最不同的一点就是观众的转化率，比如说，纺织城艺术区举办的艺术展览中可能还时常会见到有曾经住在纺织城附近或者双亲是纺织工人的经历的观众，而同样的情况在 OCAT 新馆却鲜见，湿地公园一带住宅区稀少，在泔河两岸的少数几个村子的居民更是难以成为美术馆的常客，因此不得不以艺术来唤醒观众对于泔河的记忆和情感，也许是小时候到河边游玩，也许是历史课上对于泔水的想象，也许是《路不拾遗 II》中日常生活场景的挪移和重构。在刚刚搬迁至新馆的 OCAT 西安馆，一面是回望过去的《六周年回顾展》，一面是迎接未来在泔河东路的《泔水研究计划》，寻找两个地点之间的联系，同样是在寻找展馆的未来。

3. 筛选观众与观众的选择

3.1. 忠诚与失落的观众

2019~2020 年的搬迁对于 OCAT 西安馆本身来说也许并不是一次自愿的尝试，然而就其结果来看仍是起到了一种“被迫的”筛选观众的目的。这样场馆地理的变迁在当时看来也许并不是一件大事，却也仍是一个微小的信号：2023 年初凯伦·史密斯在 OCAT 馆群关停之后的短信中写道“由于一言难尽的复杂原因，闭馆的终局早已决定。新冠肺炎疫情并非闭馆的直接原因，但却是一面棱镜，透过它，我们意识到有些东西失灵了，有些模式难以为继。”这日后“难以为继”的运行模式第一次失灵便是在 2019 年资方的华侨城决定搬迁 OCAT 西安馆至泔河湿地公园旁。新落座的 OCAT 西安馆距离原址约 28 公里，即使是驾车也需要超过四十分钟的车程，而乘坐公共交通则需要一个半小时，尤其是 2020 年新馆刚刚建成开放时，展馆附近的地铁线路还未建设完备，需要经历多次的换乘才能到达；距离的遥远，无形中为观众制定好了几种模式：有私家车的、有充足时间搭公交的、以及对于 OCAT 美术馆本身拥有着足够的热情的。

这样的筛选机制也可见于 OCAT 西安馆的公教活动，首先仍然是 OCAT 西安新馆的特殊地理位置作为先决条件，与观展的观众身份不同的是，公教活动的受众许多都是少年儿童及其家属，一方面家长基本上都有稳定的工作，另一方面儿童也较难适应长时间的路途，这样一来，可以来参加的几乎都可以看作是有车出行的家庭；此外还有部分项目是需要付费参加的，还有部分项目的名额则非常有限，需要观众自己时刻留意。诸如此类隐性的筛选机制并非完全由人为操纵，也只能证明，传统的美术馆体制下预想的理想观众的范围是极为狭窄的，余下的自然就成了失落的观众。这部分“失落的观众”的形成很大程度上是借由外力形成的：搬迁、闭馆等等，由此引申出来的没钱、没时间、没信息……然而很多时候，这种失落作为特质却常常在当代艺术作品里出现，而拥有相似体验的观众却可能被隔绝在门外。进而体现出的作品和预期观众的错位正是地缘性作为紧紧地绷在观众与美术馆之间的那根弹簧的最有力证明。

与“失落的观众”群体同时成型的是“粉丝”群体，二者并非全然的对立关系，对于粉丝形象的判断是基于情感而非行动，换言之，粉丝中也会有没有去参观过新馆的人，反而更因其地理上的离散而引起对 OCAT 作为艺术“家园”的依赖感，这就可见美术馆所承担的文化空间对于一部分观众来说已然与自己的情感和生活相融合，也因此这样的“粉丝”观众会格外的“忠诚”。无论以上的哪种观众的视角看来，OCAT 西安馆确实已经成为西安地理的一部分，美术馆这类具有特定受众的场馆的空间和地理性的构建，可以说就是依靠着与其产生关系的人的观念。

3.2. 非观众的新展现

在当下的艺术市场中，特别是艺术展览领域，观众与艺术馆并不只是单向的通知或筛选关系，观众就是名为艺术展览市场的拔河比赛的另一端；另一方面，艺术展览馆要招徕顾客的本质同样是以自身的吸引力来与不利条件抗衡，在这样的角力中因为种种原因未能成行的对象，通常就被认为是“非观众”。

“非观众”是在二十世纪末，由旅游与消费领域逐渐进入博物馆研究的、与“观众”相对的一种指涉，目前的“非观众”还并不是一个明确的定义，许多学者都各自依照参观频率、参观意愿以及参观程度的不同标准划分其范围。本节所论述的“非观众”是基于吕憶皖的定义即“从未参观者，以及曾参观过但在某一段特定时间内未再参与者”[2]以及罗杰·米尔斯所认为的由于身体或心理阻碍而成为“非观众”的“潜在观众”[3]的对象。

作为与有实际参观行为的“观众”相对的群体，非观众的存在一度是非常容易被忽视的，在传统的人文社科调查研究中，也只能通过调查问卷的形式来捕捉非观众的意愿和行迹[4]；然而平面的调查容易磨平受访者作为重要的参与者——观众的主体性，仅仅沦为场馆改进的意见箱，或是落入脸谱化的窠臼。

社交平台作为媒介兴起，在“举办展览——观看展览”的艺术品鉴“小圈子”传统之外开辟了更大的无形的批评空间，使得展览不再是切身实地参观过的观众才有资格评价，加之许多当代艺术并不依赖学术的传统，即封闭和讲求学问精英鉴赏背后被忽略的“非观众”得以开始进行艺术批评和对于艺术批评的再批评，这种批评空间所显示的并非针对 OCAT 或者某一展览的不认同，而更多的是对于美术馆体制本身的挑战。

如在小红书上的一篇名叫“再见，西安 OCAT”的帖文下共有 65 条评论，可以看作数量和真实度最高的样本之一，除去大部分表示惋惜的评论，其中有 6 条表示“实在太远了”，3 条表示“喜欢曲江的老馆”，6 条表示“就去过一次(多数有说明是因为远或者没时间)”，8 条表示“还没来得及去”“搬新馆址后没去过”或者“因为太远没去”，2 条认为 OCAT 西安馆的展览不尽如人意，2 条表示怀念以前去过的展览，以及 1 条表示“读了四年书都不知道这个地方”，等等；这些评论出自“非观众”们的日常感受，即他们是如何成为“非观众”的，也更容易看出其态度的偏向性。

需要注意的是，这些评论也说明了成为“非观众”在许多时候并不是由于缺乏美术馆“期待观众”的条件，正相反，对于认为 OCAT 西安馆展览不尽如人意的人们而言，对于选择“不去美术馆”起到决定性的因素并不是外部条件，而是自身的考量。了解并且批判正彰显了他们的权力，可谓是“期待观众”的一体两面。而真正难以接触到美术馆消息的“非观众”可能还隐藏在真正的远处。

3.3. 观众筛选与文化资本

OCAT 西安馆的馆址迁移及随之产生的观众筛选现象，亦可置于城市“士绅化”(Gentrification)与文化资本理论框架下进行解读。华侨城作为兼具地产开发与文化运营背景的央企，其推动 OCAT 馆群落地各城市的行为，常被视为一种“文化驱动的城市更新”策略。美术馆在此过程中不仅承担艺术展示功能，更成为提升区域文化形象、吸引特定人群、进而推动地块升值的符号工具[5]。OCAT 西安馆从雁塔区迁

至西咸新区沣东新城，可视为艺术机构被纳入新区开发规划的一部分，通过塑造文化地标带动周边土地价值，间接导致原观众群体因地理与经济门槛而被筛选。布尔迪厄在《区分》中指出，文化品位与艺术参与行为是社会阶层与文化资本的体现[6]。能够克服地理距离、时间成本与经济压力到访边缘新区美术馆的观众，往往具备较高的文化资本与经济资本，属于布迪厄所定义的“支配阶级”。美术馆通过选址、票价、公教活动设计等隐性机制，无形中预设了其“理想观众”群体，进而再生产了社会文化阶层区隔。而那些因交通不便、信息缺乏或经济条件限制未能到场的“非观众”，则被排除在该文化场域之外，成为文化资本分配不均的体现。在中国语境下，美术馆与地产开发的结合尤为常见，形成所谓“华侨城模式”。美术馆在提升区域文化品牌的同时，也参与了城市空间的阶层化进程[7]。OCAT 西安馆的案例表明，艺术机构的迁移不仅是地理位置的变动，更是其社会角色从“公共服务”向“文化资本助推器”的微妙偏移，这一过程强化了观众群体的同质化，也揭示了当代艺术机构在资本与公共利益之间的张力。

4. 结语

OCAT 西安馆的十年历程，揭示了当代艺术机构在中国城市化与资本化进程中的复杂角色。地理变迁实质上构建了一套隐性的筛选机制，从经济条件、文化资本与时间资源等多维度区隔了观众群体。这一过程不仅反映了美术馆在“在地性”实践中的张力，也凸显了艺术机构在商业资本与公共文化服务之间的定位困境。进一步看，OCAT 西安馆的案例可作为理解中国当代艺术生态中“机构-观众-城市”三角关系的一个缩影。美术馆既试图通过展览与公教活动构建地方文化认同，又不可避免地成为城市开发与阶层区隔的工具。观众与非观众的划分，不仅关乎空间可达性，更关乎文化资本的社会分配。社交媒体等新媒介的出现，则为“非观众”提供了批评与参与的新路径，一定程度上冲击了传统美术馆的权威性与封闭性。最终，OCAT 西安馆的闭馆提示我们，依赖单一资方与地产化运营的美术馆模式，在可持续性上面临严峻挑战。未来艺术机构的发展，或许需在学术独立、社区参与与多方资源支持之间寻求更稳健的平衡，以真正实现艺术与公众之间的平等对话。

参考文献

- [1] 姜晓萌. 博物馆连锁模式研究——以 OCAT 馆群为例[D]: [硕士学位论文]. 成都: 成都大学, 2023.
- [2] 吕憶皖. 博物馆非观众的开发[J]. 科技博物, 1998(3): 109-120.
- [3] Miles, R.S. (1986) Museum Audiences. *The International Journal of Museum Management and Curatorship*, 5, 73-80.
- [4] 杨露. 高校博物馆学生非观众参观障碍研究——以山东大学博物馆(青岛)为例[Z]. 2022.
- [5] [美]莎伦·佐京. 阁楼生活[M]. 南京: 江苏教育出版社, 2020.
- [6] [法]皮埃尔·布尔迪厄. 区分[M]. 北京: 商务印书馆, 2015.
- [7] 李炎, 王佳. 城市更新与文化策略调适[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2017, 34(6): 54-59.