

# Let's investment

## 艺术·财经

上海證券報

新华社重点报刊  
中国证监会指定披露上市公司信息报纸  
中国保监会指定披露保险信息报纸  
中国银监会指定披露信托信息报纸

本报互动网站·中国证券网  
www.cnstock.com  
星期一 Monday 2006.4.24  
值班编辑:邱家和 美编:许华清

### 何多苓: 春风已经苏醒

80年代初此画曾被选为伤痕美术的代表作之一。“五一”长假期间,中国美术馆将举办何多苓油画展



详见 B2

### 乾隆宝物受追捧

香港苏富比春拍的乾隆珍宝专场亮点不少,清乾隆镶珠黄缎十二章纹龙袍以1556万元成交



详见 B7

### 秘鲁国宝 “金杜米”祭祀用刀

上周起在中国国家博物馆展出了祭祀用刀“金杜米”,可谓秘鲁独一无二的国宝



详见 B8

### 人物跟踪

## 苏富比九月将再拍亚洲当代艺术

——苏富比亚洲专家张晓明解析“中国概念”

□王静

3月底,苏富比拍卖公司在纽约亚洲艺术周上成功上演了中国当代艺术领衔的拍卖大戏,全部245件拍品有180余件来自中国。中国当代艺术一夜间在世界范围内变得炙手可热,同时,人们也注意到一位华人专家的名字——张晓明,多年担任纽约古根海姆博物馆的中国当代艺术专家,对中国当代艺术的精深研究为她铺平了进入苏富比的道路。

张晓明说,在纽约的亚洲当代艺术专场拍卖中涌现了许多新客户。据统计,买家中有52%来自美国,34%来自亚洲,中国当代艺术产生的国际性关注,令苏富比专家们吃惊。在30多年的发展中,中国当代艺术产生了惊人的变化,已不再是地区性的而跃升为国际市场。甚至苏富比过去成交率不高的装置艺术也拍出了不错的成绩。对此变化苏富比专家同样需要一个认识过程。在张晓明和她的团队看来,这场拍卖给她们带来了希望,她们有责任把优秀的中国当代艺术引领到国际舞台。

虽然在对中国当代艺术的选择上不排除某些藏家的猎奇心理,张晓明对此也并不否认。但仍有绝大多数的藏家被中国艺术的文化性和本土的特征所吸引,中国艺术越来越多地表现出了独立创新的姿态。许多客户喜欢中国的新水墨画,喜欢陈逸飞等写实画派画家的作品,抱着对中国艺术欣赏的心态,对中国文化和历史的迷恋日益引导着他们的收藏,这是一位华人专家带给我们的自信。

面对当代艺术的爆炸性膨胀,冷静对待的态度是避免泡沫麻烦的最好方式。中国艺术市场曾一度缺失,艺术品被私下交易或相互馈赠,因此,今天的火爆是一种正常现象。中国的艺术拍卖与国外不同,艺术家某种程度上扮演了原属于画廊的角色,张晓明更多的是用一种豁达的心态看待这个问题,“市场近几年才刚刚成型,火爆才刚刚开始,市场的发展与机制相关,未来作品的价格和定位会通过



市场自发表现出来,大浪淘沙始见金同样是艺术市场的规律。但中国的拍卖市场的确存在一些微弱的泡沫,每年几百场的拍卖活动良莠混杂,一定时间内的暴涨后可能会出现一些调整。”

美国已经有越来越多的画廊开始经营中国当代艺术, Ethancohen Fine Art画廊、Michael

Goedhuis画廊、chambers fine art画廊、mary boone gallery画廊、mox profece gallery画廊、china:2000画廊、marlborough画廊,张晓明随口可以说出数家,市场已经打开,只等好作品涌出来。2006年纽约苏富比的第二场亚洲当代艺术品已经定在9月份举槌,接下来的演出是否精彩,就要看今天的准备了。

### 本周视点

## 艺博会的全球化图谋

□葛毅

在全球艺术资源整合的背景下,艺术博览会已成为目前世界上规模最大的一种艺术品展示和交易活动。从1967年德国科隆创办世界第一个艺术博览会开始,世界上许多大城市群起仿效,形成了一股举办艺博会的热潮。目前,世界各国举办的艺博会总数不下60家,其中最为著名的,除德国科隆国际艺博会外,还有瑞士巴塞尔国际艺博会、西班牙马德里现代艺博会、美国芝加哥国际艺博会和法国巴黎国际现代艺博会,号称“世界五大艺博会”。亚太地区一些国家也相继创办了艺博会,如澳大利亚墨尔本澳洲现代艺博会、日本东京国际现代艺博会、新加坡艺博会等。

德国科隆国际艺术博览会的展场设在科隆展览中心,参展画廊近年来稳定保持在250家左右,最多时达到350家。从1980年起,德国政府就建立了支持年轻艺术家的特别展览的赞助制度,至今已有800多位新锐艺术家获得资助;博览会还与德国“画廊联盟”合作,每届都设有“科隆艺术奖”,奖金高达10万欧元,主要颁给对推动当代艺术的发展有杰出贡献的人士;科隆国际艺术博览会为了鼓励新画廊的成长,为它们提供25平米免费的展示空间。这些举措使得这个老牌的艺博会一直保持年轻的状态。

瑞士巴塞尔国际艺术博览会的参展画廊近年来保持在270家左右。在对画廊进行严格审查的同时,巴塞尔艺术博览会明确地提出VIP收藏家服务制度,有力地巩固和整合了收藏家资源;为了与其他博览会拉开距离,巴塞尔艺术博览会通过开放“艺术无限”等主题展、设立“专家日”和“艺术对话”等项目,强化了博览会的学术性;博览会也和其他的艺术展览相互借势,造成艺术盛事的“扎堆效应”,吸引全球目光。总之巴塞尔艺博会以其“非商业”化的策略,赢取商业上的成功,引领了艺术博览会的先锋。

美国芝加哥国际艺术博览会以密歇安湖畔的海军码头为展场,每年参展画廊基本保持在200多家的规模。自1993年起,艺博会参展作品以当代艺术为主,旨在将艺博会办成沟通当代艺术与市场的桥梁。它及时接纳威尼斯双年展、德国卡塞尔文件大展及里昂双年展的参展作品,成为全球文化资源整合的成功案例。

顺应全球化趋势,各地艺术博览会在扩张“势力范围”的同时,相互间的竞争也在悄然加剧。立足于区位优势的各种博览会,一方面加大了品牌推广力度,另一方面将展会模式的创新与展览实践中的创意作为保持竞争优势的核心动力。艺博会的组者们各显神通,形成了各有特色的生存之术与生财之道。



德国科隆国际艺术博览会

### 观点分析

## 艺术博览会进入战国时代

□书麟

艺术博览会是艺术走向市场的舞台。是艺术家、艺术经营者和买家渴望的艺术品交易集市。在全面飘红的国内艺术品市场,买卖双方对交易和宣传平台的巨大需求,使博览会成为一项社会效益和经济效益都相当可观的商业活动。而各大艺博会之间的竞争也日趋激烈,这不仅表现为对参展商的争夺,同时还表现为城市与城市之间的竞争。

1993年北京举办首届“中国艺术博览会”,架构了新的艺术品销售形式。接下来,北京、上海、广州先后多次举办艺博会,并以各自的优势形成三足鼎立的格局。此后,其他城市也相继举办大型艺博会,如杭州的西湖艺术博览会、大连国际艺术博览会等。经过十几年的发展,国内目前有大型艺博会近20个,但水平参差不齐,展览主题混乱、缺少专业服务仍是普遍问题。一些组织者对艺博会没有明确的定位,仅仅希望通过会展赚到摊位费或交易提成。在竞争激烈的会展市场中,参展商数量成为盈利的关键,而艺术的主题、品质以及会展的服务这些因素却都被忽略了。

2000年以后,建立高端艺博会的需求显现出来。2004年成功举办的首届中国国际画廊博览会是国内艺博会迈向国际化、专业化的开始。这是一个专业团队按照国际水准组织的艺博会,成为中国艺术博览会的重要里程碑。但在成功举办两届之后,却忽然传来“画廊内部争端不断,

原班人马另起炉灶”的消息,原画博会团队还计划于10月创办“艺术北京”展会。两个定位相近的艺博会,在同一年里先后举办,摆出唱对台戏的架势。一些画廊退出本届博览会,采取观望态度。上海也发生同样的情况,上海春季艺术沙龙和上海艺博会也分别于春秋两季组织类似的艺博会。但与北京不同的是,这两次艺博会都是由政府支持,作为上海建设“国际文化交流中心”的重要活动。两南两北这四大展会都有同样的市场目标——成为最优秀的国际化艺术博览会,都同样在争取最优秀的国内外画廊参展。类似的情况在全球的艺博会市场也有发生,那些国际著名博览会的市场竞争同样激烈。2002年,巴塞尔艺博会入住迈阿密,挑起了北美地区博览会之争。原来居领导地位的芝加哥艺博会好景不再,大部分重要的参展画廊陆续抽身南下。参展商大量流失致使主办方财务状况不佳,几乎被迫出局。

参展画廊是艺博会的关键,他们的水准和类型决定着艺博会的成败。在国内,虽然有5000家左右的画廊,但其中能够有资格参加高端艺博会的仅有几十家,而有资格加入并愿意来中国参展的国际画廊资源更是有限。众多的艺博会承办者将如何争夺有限的客户资源?那些优秀的画廊是否能在同一年里参加几次相同的国内展会?国内艺术品是否拥有足够的本地买家市场来消化这些艺博会?随后跟进的博览会还将更多,能够问鼎国际级艺术博览会的机会也许只有一个,但无论谁能成功,最终的获益者无疑是那些参展商。

### 世界市场

## 近期国际艺博会盘点

### 2005巴塞尔-迈阿密艺博会



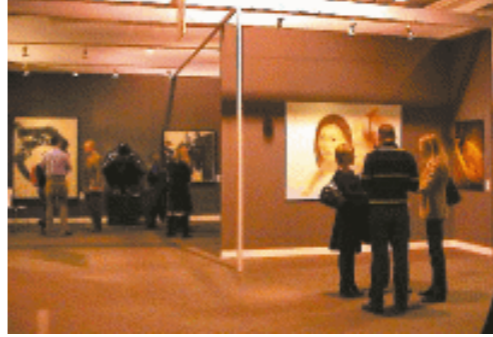
2001年12月,瑞士巴塞尔国际艺术博览会与迈阿密市政府和会议中心签订长期合同,在美国南方迈阿密这个海滩城市创办了名为“Art Basel Miami Beach”的国际艺术博览会。作为巴塞尔艺术博览会的姐妹展2005年12月第4届巴塞尔-迈阿密艺术博览会如期举行,这次盛会吸引了世界各地的36000名参观者,1100名新闻记者,参展的画廊有195家,有1500多名艺术家的作品参加博览会,同时吸引了来自美国和世界各地的艺术品收藏家、艺术家、策展人、批评家。从年轻艺术家的作品到博物馆收藏的数百万美元成交的杰作,所有参展的画廊均有作品成交。巴塞尔-迈阿密正逐渐成为世界艺术博览会的“后起之秀”。中国参展的画廊是上海的香格纳画廊。(马学东)

### 2006西班牙马德里“ARCO”艺博会

此次西班牙马德里国际现代艺术博览会2006年2月9日到13日共为期5天。参展的有来自35个国家的278家画廊,其中西班牙本土画廊占85家,阿根廷、巴西、智利、哥伦比亚、古巴、墨西哥、委内瑞拉共有20家画廊参展,这些拉丁美洲国家的参与是这个博览会最大的特色。亚洲国家则有13家画廊参展,中国大陆有北京现在画廊、上海亦安画廊以及台湾的索卡画廊3家参加。据统计约有3000位艺术家的作品在此展出。博览会又被称之为“ARCO”,中文的意思是“拱之大展”,首届展览在1982年2月举办,今年已是其成立的25周年,主要灵魂人物是郭梅兹-拜萨(Rosina Gomez-Baeza)。他主掌“ARCO”将近20年,使之成为可以与巴塞尔相抗衡的艺术博览会,更是拉丁语系国家展示当代艺术发展的重要舞台。(马学东)



### 2006法国巴黎国际现代艺博会



今年的法国“巴黎国际艺术博览会”已届第32届,将在10月26日-10月30日举行。博览会(FIAC)创办于1974年,被人们誉为“世界艺博会先驱”,始终意在商业交易之外赋予展会浓郁的文化色彩。2004年它们推出了新的拓展计划:进一步完善VIP区的服务档次,引入赞助商的资金与艺术资源渲染艺术无处不在的氛围,在“艺术咖啡厅”提供对话交流的空间,还借助赞助商收藏的影像作品为新艺术搭建沟通的渠道;还开辟一个独立场馆,展示由欧美新兴画廊或亚洲地区等新艺术市场提供的更前卫的艺术作品或艺术流派,展现艺术发展的最新趋势。(马学东)

### 2006意大利博洛尼亚艺博会

创办于1974年的博洛尼亚艺术博览会可以说是意大利的3个艺术博览会中办得最好的。近年来博览会推出了“邀请主体国”的制度,这在相当大的程度上归结于它常年得到意大利菲亚特集团的经济赞助。今年的博览会在1月27日到30日举行,参展的画廊有200多家,包括了意大利的本土画廊和国外的画廊,值得一提的是特意举办了“L'ESPRIT NOUVEAU”(新锐画廊展),更加注重东欧和亚洲(尤其是中国)出现的画廊,参展的9家画廊中包括了北京的现在画廊和上海的东廊画廊。北京现在画廊的负责人黄燎原表示,博洛尼亚艺术博览会水平很高,明年还会继续参加。(马学东)

