Arts investment

艺术·财经 上海證券報

新华通讯社重点报刊
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 2006.5.29
特约主编:顾维洁 美编:陈 泥

阿曼作品亮相 上海春季艺术沙龙

为纪念雕塑大师阿曼，上海春季艺术沙龙特举办“向阿曼致敬——阿曼雕塑回顾展”

详见 C6

王翚于1711年作《荷庄清夏图》手卷局部

“四王”作品价格指数呈上升趋向，中贸圣佳春拍推出的几件作品均创佳绩

详见 C7

广廷渤油画《钢水与汗水》创北京荣宝春拍最高价

原藏中国美术馆的著名油画——广廷渤的《钢水与汗水》在北京荣宝春拍中以561万元的高价成交

详见 C8

■本周视点

全球当代艺术的“红五月”

□丁绍麟

5月历来是全球艺术品市场交易最活跃的月份之一，而今年的5月则又被全球的业内人士称之为“红五月”。

所谓的“红五月”，主要是指在5月份全球艺术品市场不仅继续走好，甚至还形成了局部突破性的行情走势，这些特征都让人们欣喜不已。

这里论及的局部突破性行情尤其集中地表现在当代艺术的市场领域。5月24日纽约苏富比拍卖公司推出了月度分析报告（Art Market Review May 2006），与往日不同的是“当代艺术”主题已成为其中的核心内容。

纽约苏富比拍卖公司以“巡航高度”（Cruising Altitude）为题来概括目前全球当代艺术品市场行情，并且通过列举数据的方式来详加证明。事实上迄今为止来自拍卖界的零散信息已经逐渐凝聚为某种明显的市场特征：当代艺术品越来越成为买家的选择，同时当代艺术品市场的快速增长，不仅使它在价格水平上足以比肩印象派作品，“更可怕的是当代艺术品也在疯狂蚕食着印象派原先巨大的市场份额。”

在5月的纽约，当代艺术的“竞买风暴”席卷了苏富比、佳士得、菲利普等国际级拍卖公司。在艺术精品与大买家的合力作用下，新的成交纪录不断诞生，成交总额也在不断提高。其中4张作品的成交价突破了千万美元。

仅仅在5月份内，当代艺术品的全球买家在纽约苏富比、佳士得、菲利普三家公司的购买总额已经达到了4.321亿美元，相比同期苏富比、佳士得“印象派与现代艺术”共计4.57亿美元的成交金额而言，正可谓形成了“并驾齐驱”的局面。非常明显，当下最顶尖的收藏家已经将“名家”与“珍品”视为等量齐观的收藏标准，在关注质量的同时又力图做到量力而行，而并不顾忌所谓的“潮流运动”或“时间远近”等其他的指标。而据拍卖行专业人士的统计，5月份有1亿美元的成交增幅即得益于这种观念的生成。

5月份的最高拍卖成交纪录来自纽约苏富比，两位美国当代艺术大师德库宁（Willem de Kooning）、利希滕斯坦（Roy Lichtenstein）分别代表了美国抽象表现主义和波普艺术对当下艺术市场的贡献，德库宁的作品《无题XVI》和利希滕斯坦的《沉没的太阳》均以1569.6万美元成交。而在此之前，德库宁的作品长期在6.5–8.5百万美元的价格区间徘徊，而利希滕斯坦作品的竞拍场面也从未像现在那样火爆！另一位市场英雄就是安迪·沃霍（Andy Warhol），5月份他也顺利地加入了佳士得公司超千万美元的“艺术家巨星俱乐部”。在5月价格涨幅明显的当代艺术家还有美国极少主义流派的重要画家里门（Robert Ryman）和英国画家弗朗西斯·培根（Francis Bacon），前者经苏富比的推动而从原先的6百万美元价格线逼近千万美元的关口，后者在佳士得以8百万至1千万美元的估价也大大突破了培根作品原有的价格水平。

目前更多的迹象表明，全球艺术品买家对于二次大战以后稀缺性艺术资源的争夺已经到了白热化的程度，由此造成了众多艺术家作品的价格飞涨。在5月份苏富比、佳士得的晚场拍卖会中，里门、高尔基（Andreas Gursky）、马丹（Brice Marden）、赫斯特（Damien Hirst）、沃尔（Christopher Wool）、马克（Mark Di Suvero）、方塔那（Lucio Fontana）、珀林斯（Richard Prince）等名列其中。为了向唐纳德·贾德（Donald Judd）基金会捐款，一位贾德作品的收藏家向佳士得提供了26件贾德的极少主义雕塑作品，其中的25件作品获得成交，总成交金额达到了2446.9万美元。超前卫的年轻艺术家也通过5月的拍卖建立了巨大声誉，譬如布朗（Cecily Brown）、李莎（Lisa Yuskavage），他们都是现在市场中炙手可热的“最当代”（most contemporary）的当代艺术家。

2006年5月国际艺术市场当代艺术成交一览表

拍卖公司名称	拍卖专场名称	拍卖时间	成交金额（美元）
纽约佳士得	当代艺术晚场	2006-5-9	143,187,200
纽约佳士得	当代艺术早场	2006-5-10	40,746,200
纽约佳士得	当代艺术午场	2006-5-10	21,851,040
			计 205,784,440
纽约苏富比	当代艺术晚场	2006-5-10	128,752,000
纽约苏富比	当代艺术早场	2006-5-11	36,853,600
纽约苏富比	当代艺术午场	2006-5-11	19,494,600
			计 185,100,200
纽约菲利普	当代艺术·第一场	2006-5-11	29,499,600
纽约菲利普	当代艺术·第二场	2006-5-12	11,696,320
			计 41,195,920

2006年5月国际艺术市场当代艺术市场基本指数

总成交额(美元)	均价（美元/件）	上拍数量（件）	成交数量（件）	成交比率
432,080,560	342,921	1,454	1,260	86.6%

注：资料来源于苏富比、佳士得与菲利普三家拍卖公司。

2006年5月国际当代艺术品拍卖成交价格TOP10

作者	作品名称	成交价（美元）
德库宁	无题第16号	15,696,000
利希滕斯坦	沉没的太阳	15,696,000
安迪·沃霍	坎贝尔汤罐	11,776,000
德库宁	无题	10,096,000
里门	无题	9,648,000
德库宁	两个女人	5,728,000
卡德尔	飞龙	5,616,000
杰夫·昆斯	作品	5,280,000
杜布菲	作品	5,168,000
克莱因	RE 46 (SIII)	4,720,000

■市场趋势

苏富比展开强烈攻势 制定中国策略

——专访苏富比欧洲及亚洲区副主席司徒河伟

□王静

7月13日，伦敦苏富比的英国文学及历史拍卖会上，将拍卖当今英国文学史上最重要的文献——莎士比亚特大装剧本集首版(1623年)，而在5月20日，伦敦苏富比公司携这一重要拍卖标的到北京举行了预展。在这一拍品全球巡展的四个目的地中，北京是第三站，对于苏富比而言，将如此重要的拍品带到北京预展还是首次。

预展现场，笔者如约见到了原为苏富比亚洲和澳洲区执行董事的司徒河伟先生（Henry Howard-Sneyd）。如今，司徒河伟先生的新头衔是苏富比欧洲及亚洲区副主席。因为在他的领导下，苏富比香港公司的业绩连年攀升，总营业额达18亿3千600多万港币，增长率达到了94%，更源于3月底4月初，纽约苏富比和香港苏富比在亚洲当代艺术项目的出色表现，令苏富比高层看到了亚洲市场未来的巨大潜力和强大的购买力，也据此对亚洲管理层进行了新的部署。

升职后的司徒河伟除继续履行原来的职责外，他的新职务将更着重于推动亚洲区业务国际化，将亚洲艺术的影响力推广到全世界，同时在苏富比内部给予亚洲业务更大的支持。新官上任的三把火该如何烧？莎翁特大装剧本集的北京巡展，即清楚地表明司徒河伟已将他在苏富比的影响力带到了亚洲。司徒河伟先生解释说，“苏富比公司早年以经营书籍拍卖起家，这次将估价250——350万英镑（约合3600万至5000万人民币）的重要拍品带到北京进行预展，出发点是希望中国的顾客能够对苏富比的历史和活动有更深入地了解。”莎翁的这一唯一保存完整的特大装剧本集或许无法在中国找到买家，但司徒河伟率领下的香港苏富比显然是从春拍的中国当代艺术大捷中尝到了甜头，站稳中国香港的据点后，接连不断地北上中国内地展开宣传攻势，如此珍贵的拍品来北京预展，对于苏富比在中国内地的宣传无疑是最好的噱头。

司徒河伟

司徒河伟任职的香港苏富比，其直接的上层主管便是伦敦苏富比公司，面对营业额节节攀升的有利局面，增强亚洲艺术市场与全球艺术市场的互动，将是司徒河伟升任欧洲及亚洲区副主席后的新挑战。此前，苏富比全球范围内的重要拍品都会在香港进行预展，司徒河伟表示，今后将有更多国际级的重要拍品选择在中国内地展示，苏富比也会有更多的活动选择在亚洲地区举行，当然同时会考虑到中国及其他亚洲地区买家的文化趋向和收藏趣味。在司徒河伟获委任的同时，原为香港著名高级品牌——迪生创建(国际)有限公司执行董事的程寿康先生，被委任为苏富比亚洲区行政总裁，将于七月正式上任，主要职务为扩展苏富比在亚洲区内的业务，其中以中国内地为主，这也是苏富比加强亚洲区管理层力量的重要举动。

世界艺术品拍卖行业的竞争，毋庸置疑首先是佳士得与苏富比的较量。在2005年两个拍卖季结束后，佳士得占有了57%的亚洲市场份额，无论他们的竞争如何白热化，对市场来说，更在乎的是全球最具实力的两大拍卖行对亚洲业务的竞争可能给中国的艺术市场带来怎样的局面？据悉，对于持续热络的印象派市场，苏富比内部同样有将其引入中国的兴趣，苏富比方面渴望中国的买家群体尽快成熟起来。而中国艺术可以搭上苏富比这艘航船，也可加速国际化的进程，应该说这也是不错的结果。

中国画廊业将经历“风雨”时期

□葛颐

中国的画廊业诞生的背景与众不同。当1990年全球艺术市场笼罩在日本泡沫经济造成的大规模崩盘的阴影中时，中国艺术品市场还是一片处女地，刚刚受到人们的关注。随后“画廊”这个新事物便在北京、上海等地以各种形式出现：红门画廊在北京成立之初以餐厅的名义登记，而上海的香格纳则注册为礼品店。到2003年，短短十几年时间，各种来历的画廊大量涌现出来……

地区分化与区位调整

地区性的分化是市场经历“初创”期，走向“立新”期的一个信号。画廊业在发展之初就有地域的特殊性，因为只有在北京、上海、广州这样中心的城市，才有适合其生长的温床。独特的地域环境与城市品格，决定了这个城市的画廊在营运方面有相同的基色，尤其近年来北京、上海等城市画廊发展已具相当规模，地区间的差异与竞争也逐渐显露。如何立足于本地区优势，凸显自身特点，成为新的发展时期画廊需要关注的重点。

在地区分化进程的同时，每个城市里的画廊集群也出现了区位调整。在分布上原本分散的画廊，出现了从点到面的变化。扎堆效应的艺术区、艺术街接力赛般开辟，如北京的大山子艺术区、酒厂艺术区、观音堂“画廊一条街”，上海的莫干山艺术区等都相继成立。在调整区位分布同时，艺术聚集区还开办艺术节以吸引人气和买家。

国际化进程加快

画廊在中国的发展一直与“国际化”有着密切的关系。早期表现为一些外籍人士凭借前瞻性的眼光，白手起家在中国开办画廊，香格纳画廊、红门画廊均属此列；近两年则表现为大批海外画廊业成熟资本的进入，目前纯粹外资的画廊已逾十家，如德国投资的空白空间、意大利投资的常青画廊、韩国投资的表画廊等。外资进入中国的速度之快、投入资金之多，在亚洲其它艺术新兴地区都极为少见。

常青画廊

北京季节画廊

现在画廊

另一方面，越来越多的画廊寻求拓展海外市场。连续六年参加巴塞尔艺术博览会的香格纳画廊六月还将出现在那里，常青画廊也将以其意大利总部的名义参加博览会；事实上一些实力雄厚的中国本土画廊已经磨拳擦掌，无奈巴塞尔对申办画廊有严格的时间限制，只能假以时日。在其它国际性艺术博览会上，中国画廊的身影已是频频出现。这既是国际化的趋势使然，也是由于中国尚缺少公共收藏造成市场胃口不甚明朗，迫使画廊在海外寻找更多的销售机会。

外资画廊的“进来”，与本土画廊的“出去”，意味着中国画廊业将进入国际市场平台。在这一过程中，各种力量的合力影响着中国艺术品市场。而中国本土的画廊，要想见到彩虹，应该做好“经历风雨”的准备。

画廊类型更加多元

画廊类型的丰富，为本土画廊下一步的发展奠定了必要的基础。在上海，两年前成立的外滩三号，擅长集结外部资金力量为己所用，专注做当代艺术的展览；在北京，出现了由重要的中国藏家创办的画廊，不禁让人联想到英国大藏家查尔斯·萨奇创办萨奇画廊以至影响全球艺术市场。各种创建方式不同、经营目标不同的画廊相继出现，丰富了本土画廊的种类。其中也许不乏混水摸鱼的投机者，但只要是用心经营的画廊，都有可能在将来成为市场中的“黑马”。在此种背景下，中国画廊业将进入一个新的时期，完成从量的增长到质的改善、从本土市场到国际市场、从粗放式发展到集约式发展的种种改变。

■市场观察

艺术收藏全攻略

——如何投资艺术品

□姜长城

盛世收藏。这其中艺术品收藏是一个充满魅力的板块。现下艺术市场成了不断刷新的天价和巨额回报的代名词，而在这些让投资者血脉贲张的数据背后，是艺术品市场冷静的内在逻辑。艺术投资独有的特色在于其所提供的不是“or”(花费、功能损耗折旧)而是“and”(享有、增值)的概念。那么面对这个继股票、房地产之后资本市场的第三桶金，如何正确、有效的进入？投资之道就在艺术本身：ART--Aim at The Right Target.即：瞄准“对”的艺术品。

关于“对”这个概念与时机、地点、对象有关。前两个与艺术市场的变动性、区域性的特点有关，后一个则是具有相对独立性的元素。以下分类讨论这三个因素：

一、入市场的时机是个很重要的衡量指标，关系投资决策的正确与否。时机是与变化直接相关的词汇。对于艺术市场的变数，一个是宏观经济环境变化对投资活动的影响，如石油危机、金融危机都是对艺术市场灾难性的打击；另一个是具体微观的变化：买家群体的内在变化，即老钱、热钱的比例变化，而这伴随着购藏趣味的变化就会导致市场的结构性变化。以维廉姆·德库宁的两幅相同规格、尺寸且创作年代相近的作品为例:1989年索斯比，他的《转换》以2070万美元成交(预估价：400万—600万美元)，1990年索斯比他的《栅栏》仅以710万美元成交(预估价：800万—1000万美元)。众所周知，1989年是国际艺术市场上资本雄厚、天价频繁的年代，而1990年则是受金融危机影响市场衰退的时期。

二、区域性是艺术市场的一大特征。而这对应的就是投资切入的地点问题。从宏观上讲，各个地区因为市场硬件方面的差异会形成相应特色。如税率、交易和出入境的相关法规等政策性指标和保险业、金融业等周边配套产业的发展程度等。再有就是艺术市场的经验和传统的历史积淀和影响以及国家大的经济、政治走向的影响等。英国伦敦、美国纽约成为现今艺术市场的两大交易中心正是以上因素的高效整合的结果。微观而言，趣味的地区区隔、具有丰富经验和资历的、人脉雄厚的指标性交易机构的存在，这些是衡量切入地点的关键。在中国台湾趋之若鹜的艺术品在香港可能就门庭冷落。而如瑞士的巴塞尔艺术博览会、索斯比和克里斯蒂拍卖行这些指标性机构因为买家的品牌忠实度而有效购买群积聚，因而往往能使艺术品获得更好的价钱。

三、艺术投资最根本性的环节在于：选对艺术品。收藏模式大体分三类：1、艺术史式收藏，收藏目标艺术家或流派的每一分期和转折点上的代表性作品，形成完整序列。2、珍宝阁式收藏，无体系，只要是精品力作就全收。3、感性收藏，喜欢就买。从专业的角度讲，我们自然推荐前两种，因为无论从藏品价值还是规避风险进而保值、增值方面，这两种都是正确的选择。而选择对了艺术品就具备了对抗市场变量的砝码，可保证长线投资的信心系数和增值愿景。

时机、地点、对象这三个因素互相扭合、权衡构成艺术品投资的内在逻辑，三位一体的整合、考量才能保证你选中“对”的艺术品。而这些建立在具备艺术的相关知识，拥有快捷可靠的资讯和畅通的专家分析、咨询渠道，另外必须的自然是敏锐的判断力、胆识、毅力和信心。也就是说你要具备国际化的视野和必备的素质。借用曾风靡管理界的美国彼得·圣吉（Peter M. Senge）撰写的《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》书名，对艺术投资有兴趣的人士还要做做功课，戏称“第六项修炼”。

■市场观察 值班编辑 廖渊

◎合作伙伴：今日美术馆《东方艺术·财经》杂志 ◎版权所有，未经许可不得转载