

西风东渐

——芝加哥艺术学院师生作品联展



详见 C6

铜镜市场 涨势可期

唐《方形海兽葡萄镜》与战国《三山镜》同样以 33 万元成交,并列专场拍卖的“头名”。



详见 C7

进军核心市场 提升画廊品质

——访三尚艺术总监张健先生



详见 C8

等待救赎的中国当代艺术

看看经历暴涨的艺术市场,艺术被市场化已经是不争的事实。其实,这种事情在艺术史上一直在发生,从文艺复兴到当代艺术,投资者始终掌控着那个时代的艺术方向。60 年代,洛克菲勒集团推动当代艺术发展,使美国文化第一次超越欧洲,成为世界当代艺术先锋。过去二十年里,即使在艺术市场泡沫破灭后,日本文化基金会仍然投入大量资金,支持日本的当代艺术发展,推出一批具有强烈日本风格的当代艺术大师,建立起自己独特的艺术形象。

随着市场经济改革不断深化,中国当代艺术被经济控制的现象越来越明显了。90 年代,以希克、非舍尔等人为首的西方收藏家开始关注和购买中国当代艺术品。据北京红门画廊的老板布朗先生介绍,2000 年以前,购买当代艺术品的中国人少得可怜,中国当代艺术品 90% 是西方人购买。由于艺术品市场选择权在西方人手中,也就形成了以满足国外买家兴趣为目的的作品风格,那时候很多人甚至还不知道什么是当代艺术,但却知道外国人希望得到什么东西,一些投其所好的艺术商品在这种环境下被自觉不自觉地生产出来,这些作品努力地靠近西方人想象的中国脸和他们期待的中国的自我批判。尽管这些作品被国内学术界批判为“后殖民”主义的“中国符号”、“中国标签”,但这些作品确实取得了市场的成功。当艺术家乐于被市场控制的时候,就很难做出自己的决定,创作新的作品。十几年过去,不断重复的“大批判”依然在市场上走红。市场需求控制着艺术的方向,这是个无法回避的现实。现在,逐渐了解中国当代社会的西方人也开始对那些打上“中国制造”标签就批发的做法表示不满。巴塞尔艺博会亚洲顾问纳帕森认为,有些中国艺术家现在已经像机器一样工作,不断复制自己。德国先锋派画廊负责人托马斯先生表示,希望中国当代艺术家能更多地从自己的艺术传统中汲取精髓,从而摸索出自己的现代艺术表现手法。在抄袭模仿上的加工不是真正的艺术精品。

随着经济发展,国内艺术市场

■本周视点



升温,引发古玩、艺术品回流热潮,使中国艺术品在全球市场走红。2006 年 3 月,当张晓刚的作品在苏富比纽约拍卖会上以 97.9 万美元成交后,国内艺术市场迅速作出反应。随之而来的是今春各大拍卖会上当代艺术品一枝独秀的场面。看到当代艺术品在国内外仍有很大的价差空间后,艺术投资资金理所当然地转向当代艺术。但这种投资方式仍旧是盲目的,很多人基于欧美对中国艺术市场的反应,而不是基于对当代艺术在文化艺术发展中重要性的判断。虽然大量资金流向当代艺术品,但拥有巨资的投资者们抱着投机心态,他们期待外国人能最终接盘,以高价收购他们手中的中国艺术品,赚得差价,而不想学洛克菲勒家族那样培养属于自己的艺术形象。购买艺术品的标准当然是欧美的市场标准。这种投机的想法,不仅在投资策略上承担经济风险,更加重了当代艺术文化的风险。资金的导向,无疑再次刺激中国艺术家去讨好西方观众,求得在欧美市场的成功。造成当代艺术离中国大众越来越远,失去大众基础的艺术品,还能涨多高?

基于对中国经济发展的良好预期,敏感的欧美艺术商人看到了投资中国艺术品的机会。他们以西方的艺术标准不但控制着中国艺术家,也控制了当代艺术市场,希望有一天中国富翁能再次像今天这样蜂拥至全球各大拍卖会,回购中国当代艺术品。然而,谁知道未来的中国新贵们会喜欢什么?会不会有中国的洛克菲勒?

■市场动态

为新热点加柴续薪:宝龙首拍亚洲当代艺术



王广义的《CHANEL》

近几年来,由于中国和印度艺术市场的跨越式发展带动了亚洲艺术市场的全面复苏,并一定程度上影响了全球艺术市场格局。在全球的目光纷纷投向亚洲的时候,亚洲当代艺术尤其是中国当代艺术异军突起,在西方世界刮起一阵东方艺术风潮。6 月 20 日英国老牌拍卖公司宝龙(Bonhams)拍卖行也首次进行了亚洲当代艺术专场的拍卖,将这股风潮延续至 2006 年的下半年。

2006 年 6 月 20 日,在纽约苏富比,香港佳士得举办亚洲当代艺术拍卖专场成功后,宝龙拍卖公司推出了自己的首场亚洲当代艺术专场。宝龙拍卖行成立于 1793 年,是世界上最古老,规模最大的艺术品及古董拍卖行之一。在全球 20 多个国家都设有拍卖业务网络,此次专场仍以中国艺术家作品为主,

规模不是很大,共有 170 余件艺术作品参拍,但是涵盖了王广义、邱志杰、隋建国、曾浩、叶永青、张洵、日本艺术家 Yayoi Kusuma(b.1929),及韩国的艺术名家。

此次宝龙在伦敦新邦德大街举行的这场拍卖会,吸引了来自美国、欧洲、韩国、日本及中国的竞拍者 150 余位。从成交结果来看,全场 170 件作品共成交 53 件,拍出高价的作品不多。全场成交的最高价是日本艺术家 Yayoi Kusuma 的作品《Accretions I overall》以 218,400 英镑成交,王广义《CHANEL》以 100,800 英镑成交,为全场第二高价。其余没有成交价超过 10 万英镑的作品。另外邱志杰及曾浩的几件作品也拍出了 3 至 5 万英镑的价格。虽然成交情况不是很理想,但是号称全球第三大艺术品拍卖公司的宝龙能首次拍卖亚洲当代艺术,还是显示了亚洲当代艺术与其中国当代艺术在世界艺术市场中的活力。

宝龙公司主管当代艺术的霍华德·鲁特克斯奇说:“亚洲当代艺术在伦敦的成功拍卖,使其突破了边缘化状态。”如今许多亚洲的艺术家在创作手法上都接纳了西方当代艺术语言,使得他们的作品在认知度上在世界范围内大大提高。

今年 3 月底苏富比首次开设亚洲艺术专场,作为全球拍卖业的旗舰,它的这一举动无疑带有风向标的作用。在其取得巨大成功后,5 月底香港佳士得春拍又推出“20 世纪中国艺术”和“亚洲当代艺术”两个专场,两专场成交率都达到了 90% 以上;时隔不到一个月,宝龙的这次拍卖将这把火里加柴续薪,而且苏富比也定于今年 9 月份再拍亚洲东方当代艺术,使得整个 2006 年成为“亚洲当代艺术年”。

苏富比、佳士得、宝龙等世界拍卖巨头纷纷调整业务结构,加大重视亚洲当代艺术,这是市场的一个讯号,相信这股亚洲艺术热并非昙花一现。



邱志杰的《纹身 II》

□书麟

■人物跟踪

□一君

市场过热,要当心文化“发炎”

——访台北当代艺术馆前馆长谢素贞女士

谢素贞,台北当代艺术馆前任馆长,活跃于台湾和北京的策展界,早在十年前就开始关注中国当代艺术,近些年又一直密切关注中国艺术市场的发展走向。在辞去台北当代艺术馆馆长一职后,她以一个观察者的角色蛰居北京。近日传出消息,她将要被任命为中央美术学院美术馆的执行馆长,以此为契机,本报记者专门采访了谢女士,看看她对于中国艺术生态链的理解。

三年前在中央美术学院读博士的谢素贞,念到一半回到台湾做当代美术馆馆长,但她念念不忘的是中国大陆艺术市场的蓬勃和原始状态。但中国艺术市场近年来的火热,也让谢素贞担心市场过热造成艺术文化的“炎症”。这种“发炎”的症状主要体现在拍卖市场泡沫、画廊虚假繁荣以及买家的投资行为等方面,而如果这些症状不引起人们的警惕,等到文化受到伤害的时候再“发言”就晚了。

谢素贞认为在中国的艺术市场中其实有大泡沫和小泡沫。依照中国目前的经济增长率,小泡沫势必崩盘一次,但如果一次小崩盘导致小泡沫先幻灭,能让艺术家和投机客都学到教训的话,却能促进整个艺术市场规范成长,否则在后面的将有可能是一个大泡沫。“泡沫”是经济用语,其实文化也是会“发炎”的。如果说拍卖会是在养分的话,对一个植物来讲,肥太多会烧死,必须要适当。如果艺术市场热钱的流入带动相关产业的发展,这是人们希望看见的;如果造成市场的过早,则是需要避免的。谢素贞认为要避免这种情况就应该让市场自由发展,这样才会优胜劣汰,而只有在完全竞争环境之下,专业拍卖行才会有品牌效应。对此谢女士表示,市场太过繁荣也是令人担忧的:“如果一场拍卖会上你看见了几千张画,一个画家有很多作品出现,你可想而知会有什么好东西呢。”在目前中国的艺术市场迎来国际化的过程中,当国际的拍卖行进入中国的时候,全世界的有钱人会目光聚集在这里,本土的拍卖行有了发言权,更需要注意自身的品质。

作为一个台湾人士,谢女士对近年来台湾画廊界纷纷在北京、上海等地开办画廊也深有感触。在中国目前的市场状况下,在全世界的资金争相进入中国的境况中,即使有着资深经验的台湾画廊也应该改变经营画廊的方式。“这将是前所未有的战争”,谢素贞说,“而且以他们(台湾画廊)以前的经验没有办法处理目前的问题,他们也要像婴儿般重新学起”。在同一个起跑线上的两岸画廊,面临的都是资金实力雄厚的国外画廊的挑战,都需要有胆识和魄力,付出长久的努力。相比中国大陆的画廊而言,台湾的画廊要求艺术家更具责任感,会做很多大型的国际推广;目前中国大陆大部分的画廊比较注重做交易、出画册,展览粗糙。

如果不注意市场过热的现状,还将严重影响藏家与艺术的正常发育。谢素贞说:“在中国我看到了很多收藏者,但是我很少看到收藏家。”作为收藏家,而不是收藏者或投机者,必须要有自己独立的思考能力,对于自己为什么要进行收藏有独到的看法,而不是用数量来解决质量的问题。其实收藏是一种优雅之事,是培养文化素养的过程,是很优雅的举动,藏家的养成是一个人文的过程。把艺术品当作商品还是文化来处理,这其中的差异性其实是很大的。如果仍然将藏品当商品,最终受到伤害的是文化。

目前正在上任新馆长做前期准备工作的谢素贞,希望带领美术馆走向一个更加国际化、专业化的方向。“我希望在我任职期间将美术馆的基础和所有的结构标准化。以一个台湾人的经验值来接触这边的体制,这将是最大的挑战,但我比较喜欢挑战。”

■市场观察

3300 万!

2800 万、2850 万、2900 万、2950 万、3000 万!价格由底价 1500 万元经过数轮竞价迅速攀升到 2800 万以后场内的竞争就趋于了白热化,此时已经只有场内的 133 号买家与场外电话委托买家两家之间还在举牌。场外电话委托买家出价 2800 万,场内 133 号买家立刻回应到 2850 万,此时电话委托买家考虑了一下,这次他出价 2900 万,133 号买家这次出价到 2950 万,此时电话委托席成了全场瞩目的焦点。当电话委托方出价到 3000 万时,场内一片寂静,133 号买家犹豫了一会儿,他没有再次举牌。“还有没有加价的?3000 万!3000 万!3000 万一次,3000 万两次,3000 万最后一次。”随着拍卖师的一槌定音,备受业界瞩目的徐悲鸿的油画《愚公移山》以 3000 万元的成交价被电话委托的 990 号买家购得,全场立刻爆发出热烈的掌声。这是北京瀚海 2006 春季拍卖“油画雕塑”专场现场发生的一幕。

此次北京瀚海推出的徐悲鸿的



徐悲鸿油画作品再飚天价!

《愚公移山》无疑是今年春季油画拍卖市场的“扛鼎之作”,这件作品是徐悲鸿先生艺术创作顶峰时期的经典作品,也是中国油画史上最精彩的作品之一。徐悲鸿先生曾创作两幅油画《愚公移山》,此次被瀚海公司征集到的是徐悲鸿先生完成的第一稿,尺寸稍小(46x107.5cm),现目前收藏于徐悲鸿纪念馆的《愚公移山》是第二稿,尺寸为 400x200cm。该幅作品从构思、创作、保护、收藏都充满了传奇的色彩。

1939 年 12 月,徐悲鸿应印度著名诗人泰戈尔之邀,赴印度圣地尼克坦讲学,1940 年 2 月,圣雄甘地访问尼克坦,泰戈尔将徐悲鸿引见给甘

地,徐悲鸿此前已经开始构思创作愚公移山的故事,在徐悲鸿先生为甘地画像的过程中,徐悲鸿先生被甘地的精神所感动,从他的身上看到了愚公的影子,随后几个月开始创作了《愚公移山》的草稿以及人物写生素描稿数十幅,1940 年 11 月徐悲鸿从印度返回新加坡。1941 年 8 月徐悲鸿先后完成巨幅设色水墨画《愚公移山》和油画《愚公移山》。早在 1941 年 4 月,美国援华联合会及林语堂、赛珍珠盛邀徐悲鸿赴美举办画展。11 月时画展的目录、参展照片以及数百幅参展作品先期运往美国,其余参展品大部分已装箱待运。12 月 8 日,日军

偷袭珍珠港,新加坡也遭到空袭。危难之时,徐悲鸿将收藏的百余箱古代书画、近代名家书画、文玩、陶瓷、古籍善本以及数十年的创作作品,分藏于韩槐准的红毛丹园和黄曼士的百扇斋。后来为躲避日军轰炸徐悲鸿又将这些作品安放在罗罗泉的崇文学校,这其中就包括《愚公移山》在内的几十幅油画,它们被藏入一口枯井之内。

1945 年 9 月日本投降后,徐悲鸿的新加坡好友黄曼士、林金升和崇文学校校长钟青海,从枯井重新取出书画,并致函徐悲鸿。徐悲鸿回信表示:“为感谢钟校长保护枯井所藏三年又八个月,请任选取一件藏画。”钟青海挑选了油画《愚公移山》。1953 年徐悲鸿病逝。次年 2 月,新加坡中华美术研究会与南洋美专、南洋学会、中国学会等,在维多利亚纪念馆举办“徐悲鸿遗作展”,展出了在浩劫中幸存的《愚公移山》等 80 余幅徐悲鸿遗作。

此前,在 1992 年和 1999 年苏富比秋季拍卖曾经两度现身,2000 年

11 月该幅作品在“嘉德在线”网上拍卖以 250 万元被一名台湾买家购得,这同时也是内地首宗大型网上艺术品成交。通过 250 万与 3000 万元的数字对比,可以清晰的看到短短几年内地艺术品价格飙升的事实,更可以看出艺术品的增值潜力巨大,六年之内该作品的价格翻了近 12 倍,当然前提条件是那些美术史上的经典油画作品。徐悲鸿的油画作品此前的最高拍卖价格是去年北京保利拍出的《珍妮小姐》以 2200 万元成交,这次 3000 万元(落槌价)的成交价是徐悲鸿油画作品的拍卖最高价。

此次,《愚公移山》的再次回流,无疑证明了目前国内书画市场的潜在购藏能力是对委托方(作品提供者)最具吸引力的因素。《愚公移山》的高价成交也同时为整个渐趋火爆的油画拍卖市场“助燃”,同时也再一次印证了作品的市场价值与艺术价值之间的紧密关系。这次《愚公移山》拍卖的成功无疑将写进中国艺术品拍卖的历史。

此前,在 1992 年和 1999 年苏富比秋季拍卖曾经两度现身,2000 年