

■市场英雄

不跟风,不扎堆,坚持自己的路

——访可创铭佳艺苑总经理刘莹



□姜长城

开画廊容易,能维持下来较难,尤其对于本土画廊而言更是这样。在为数不多历经十年风雨的本土画廊阵容中,坐落于北京日坛东路北口的可创铭佳艺苑(简称“可创”)以其独具特色的经营之道,尤其是对水墨艺术的持续坚持而成为业界的知名品牌。站在十年的节点回望,可创几乎是与中国大陆画廊业同步的经营历程。是什么样的经营策略支撑着其一路走来并在艺术市场中推广形象、开疆辟土的呢?

画廊刚启动时,可创可谓具有得天独厚的优势。刘经理娓娓道来:李小可作为画廊的创办人,同时又是知名的艺术家,与好多优秀艺术家保持着很好的友谊,同时还与很多收藏界、财团的人士有很好的交流。而在当时艺术市场的状况下,艺术资源和金钱资本并不能各自得到对等的价值实现以及合理的利用和提升。正因如此,在一定的契机下,李小可就站在了中间人的位置上,致力于在两者之间搭建沟通平台,可创也由此启动。

经过认真地考虑,可创空间的选址定于日坛公园东北角,这里景色优美环境适宜,并且临近使馆聚居区,是国外外事人员聚集的地区。事实上可创后来很长一段时间中的藏家群体也绝大部分是外籍人士。可见在选址方面可创是做出了与自己经营特色相协调和接近潜在客户群的准确选择。

具备了天时、地利,可创并没有把这两个点作为全部支撑。作为品牌运营,可创自成立之初就在选择艺术家和艺术作品方面秉持“东方性、文化性、创造性、和现代性”的原则,“可创虽然到现在已

经有了十年的时间,可是我们当初秉持的标准一直没有变”,可创总经理刘莹如是说。无疑这种十年的坚持和明确的原则标准使可创确立了鲜明的品牌形象和风格品质。而这个品牌效应带来的是藏家的品牌信赖感和忠实度,这成为可创经营的支撑点之一。

“可创一直做的是指向收藏的艺术而不是针对投资的”。可创参与多届画廊博览会,也积极参加其他推广活动。在这个推广过程中,可创始终坚持自己的标准,而没有随市场的风动而摇摆。正是在可创品牌原则的框架下,可创选择适合的艺术家和艺术作品,因而具有了一定的市场变动免疫力,呈现一种稳定的持续的上升过程。在藏家方面来说,可创的客户大多是生活稳定的中产阶层,购买艺术品并不以投资为目的,他们看重的正是作品的品质。为此,可创的定价也是十分恰当的,有一个自身内在的合理发展脉络。那么这样下来对于艺术家、对于可创、对于藏家都是一个良性的互动过程,是个多赢的链条。

而在客户维护方面,可创很看重客户的反馈。高水准藏家的选择标准和眼光可创学习、参照的标准。“可创的风格没有变,但我们的品质、水准是在与客户和艺术家的交流互动中不断提升的”,刘莹总结说,“如果说我们有自身优势的话,最大的我想是小可良好的艺术品味和眼光。我们坚持只要最好的作品。这也是画廊对藏家最大的负责。”

选址正确、定价合理、风格鲜明,再加上独有的资源优势,这些促成了可创的十年品牌运营的成功。作为本土画廊,可创走的是一条定位清晰的品牌之路,不跟风,不扎堆,走自己的特色路。

■艺界活动

北京常青画廊 意大利青年艺术家联展开幕

□一君



位于798艺术园区内的北京常青画廊,成立不久就以其高质量的展览和神秘的运作方式在业界受到注目。在2006年举行“中国意大利年”之际,7月1日下午3时,意大利当代青年艺术家的联展在这里拉开帷幕,意大利驻华大使、国内外评论家和收藏家,以及参展的部分艺术家等嘉宾出席了开幕式。

通过展示创作于1990至2000年这十年间的一些最有代表性的当代艺术家的作品,“世纪之交的意大利青年艺术家”展览勾勒出一幅意大利当代艺术的全景。展览中的25位意大利艺术家被称为“年轻一代”,年龄大概在三四十岁之间。他们在创作中使用的材料非常多元,令人吃惊。贾尼·卡拉瓦乔的《飞向其源头的一颗星星》是用铜、巧克力、铝和油漆制作的,意图探索多种材料的可塑性;诺尔玛·简的《波特来奇10.1/我必须不断超越自我》则是用聚四氟乙烯以及女艺术家自己的头发制作的;劳瑞斯·契克尼的《独白模式》的材料是聚苯乙烯、板材、3M胶膜、PVC、碎屑,听上去像是化学试验;而最不可思议的则是斯蒂法尼亚·嘎莱嘎第的《无题》,她的这件装置作品使用的原材料是从一颗坠落在地球上的陨石中提炼出来的金属。此外一些艺术家虽然使用的是传统的媒介,却给出了新的注释。保拉·皮维的《无题》是一件双层板上的照相印刷

相关链接:
朱里奥·迪·格罗佩洛与意大利外交部合作创作的“PS1—MoMA意大利工作室计划”,是在1998至2004年期间组织和赞助的,它代表了对意大利艺术的具体支持。该计划的特点和多年的连续性及持久的重视使它成为支持意大利艺术的范例,并把意大利艺术家推向了国际对话与交流的舞台。参加了纽约计划的一部分艺术家将参加本次北京的展览。



《桃园图》

明代画家吴彬所作,中国山水画中的“纪游图”直到明代才发展成一个引人注目的门类。不过在吴门前期,也说是沈周、文徵明时,纪游图大多是独幅画,即便以组画出现,也仍然是景点殊少的画卷,在这类纪游中,画像一方面描绘所游名胜的总体印象,另一方面题诗题记,以诗抒情,以记纪游。如该幅《桃园图》就是吴彬的纪游画,将游记逐段用绘画的形式表现出来,此作品以淡赭为主,并有墨青,墨绿,染色,色调温和,为典型的明代晚期风格,画笔细腻,山势雄奇。此幅绘画在北京翰海春季拍卖中以242万元的价格成交。



《作品1号》

《马越作品展》于7月1日至7月31日在北京孔画廊展出,《作品1号》即为马越的代表作品。一个男青年抱头蹲缩的状态,几乎充斥着马越的每一个画面。马越的绘画描写了他那一批人的一种自我萎缩的状态,这个状态是出生于1968年的这一批,处于两个时代交替的、一个比较尴尬的年代。马越描述了这样一拨人在这个社会转折时期的处境,他们有过去的红色阴影笼罩,又不能像70后一代那样必然与消费社会和后意识形态中国捆绑在一起。因此,马越的抱头蹲地的青年们做出了一个没有选择的选择,那就是内心的审视和自我冥想。马越所表现的现实就是他们自己的存在,而不是他们与社会的关系。他们的不确定性使他们主体痛苦,这种痛苦是一种无法后退也不能前进的状态。



《山石图》

近日上海泓盛拍卖公司拍出的当代油画家周春芽的《山石图》以440万元高价成交。周春芽的油画作品在今年春季拍卖市场上价格飙升,有数件作品成交价格超过百万元,较早时,北京瀚海拍出他的《绿狗》以103万元成交。

■数字说话

□天津

200名

艺术新闻(ART news)本期的夏季特刊中,公布了本年度全球排行的前200名收藏家名单在今年排行中有20名新上榜的收藏家,而和1996年的排行相比较,61%(即122位)的收藏家已经不在现今的排行当中。经过4名观察家的推测,全球约有1500位到3000位的收藏家愿意每年花费100万美金在艺术品上,而有10到20位收藏家每年约花费1亿美元。在200名排行中,亚洲有3位收藏家上榜,其中包括日本直岛美术馆的创办人福武总一郎、韩国阿拉里奥画廊创办人金昌一,以及中国台湾收藏家黄崇仁(Frank Huang)。

143万

欧洲首场中国艺术作品拍卖会日前在巴黎举行。来自欧洲、亚洲和美洲的收藏家热情参加了竞拍,许多中国买家专门从国内来到巴黎参加拍卖会。注册参加拍卖会的竞买者共有200多名,拍卖会现场气氛热烈。

这场“中国现当代艺术拍卖会”6月29日在巴黎阿尔居里亚尔拍卖行举行,对96件中国艺术家创作的油画、版画、照片和雕塑进行拍卖。根据阿尔居里亚尔拍卖行的统计,本场拍卖会竞拍成功的53件作品的总价格超过了143万欧元,比估价高出了31%。其中,旅法画家朱德群的两幅油画作品颇受竞拍者青睐,他在1978年创作的《彼世之光》拍出了18.5万欧元的高价,是估价的3倍,也是本次拍卖会上拍价最高的作品。中国艺术家王广义的作品《夏奈尔5号》掀起了竞拍高潮,竞买者纷纷举牌,最后被法国的一位买家以13.53万欧元的价格拍下,比原来4.5万至5万欧元的估价高出了2倍。另外,著名旅法画家王衍成的油画《在湖上·红色》拍价也高达10.48万欧元。

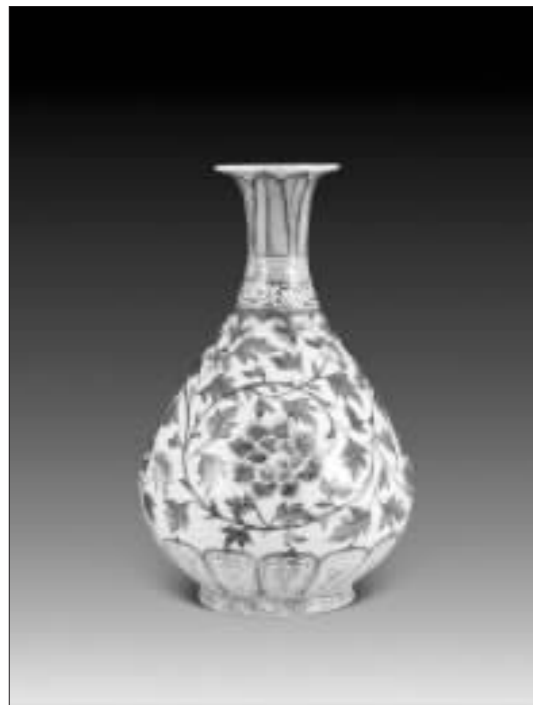
1100万

陈逸飞的作品《玉堂春暖》在上海泓盛的首场艺术品拍卖中以1100万元人民币成交,打破其陈逸飞个人拍卖纪录。这件宽1.7米,长近2.5米的巨幅画作被一国内企业家购买。至此,陈逸飞作品的历史拍卖总成交额已达1.7亿元人民币。此前陈逸飞作品最高价为保利上海于2005年拍出的《晨曦中的水乡》,成交价6710000元。

212件

伦敦佳士得拍卖行将于11日起推出以中国艺术品拍卖为主的亚洲艺术周。本次拍卖会主要是中国瓷器艺术品,元代青花瓷鱼罐、清朝乾隆御制青花瓷“九龙”瓶以及乾隆御制刺锈挂轴等精致拍品将公开拍卖。佳士得是全球从事亚洲艺术品交易的主要拍卖行之一。去年6月,由伦敦佳士得拍卖的元代“鬼谷下山”青花罐以1568.8万英镑(约合2768万美元)成交,创下中国乃至亚洲艺术品拍卖价格的最高纪录。

■艺术图说



《柑柚红缠枝牡丹纹玉壶春瓶》

刚刚结束的上海嘉泰的“瓷器、玉器、工艺品”专场中,一件明洪武《柑柚红缠枝牡丹纹玉壶春瓶》以308万元成交。该件作品釉色滋润莹澈,色泽深沉暗红,其间夹杂有鲜红色或绿色苔点,具有鲜明的洪武釉里红特征。



臂搁行情酝酿翻身

在今年中国嘉德春拍中,张希黄制竹留青野渡横舟臂搁以165万元高价成交。但即便如此,臂搁的整体行情与笔筒等其他文房用品的价格差距依然存在。

臂搁是古代书写时用来搁放手臂的文案用具,多用竹、木、象牙制成,一般都有美丽的文绘雕饰。臂搁上雕塑有丰富的图案,既具有实用意义,又是一件具有欣赏价值的艺术品。它作为书案饰物和常置案头的玩物,日朝把玩,愈摸愈润,久之似得人之灵气,更具神采。

据不完全统计,1995年至2005年期间,国内外拍卖公司所拍出的669件各时代臂搁中,成交的只有286件,总成交金额约1005万元,成交比率43%。近年来臂搁的市场行情有着稳步抬升迹象,特别是文房用品的整体持续升温和海内外成交价格的悬殊,更为臂搁行情的转暖创造了有利条件。



■收藏指南

紫砂壶收藏要点

□左岸

紫砂壶作为中国传统的工艺品类向来与奇石、兰花一起被古人并称为文人三雅。而作为收藏品类,紫砂壶在中国也有悠久的收藏历史。2002年4月,一件高只有14.7厘米的清初陈亮彩制的紫砂六棱文人壶拍出了22万元人民币的价位。2005年7月,一件清乾隆年制紫砂花卉文字茶壶以17.05万元成交。拍卖场的升温为当今的紫砂壶收藏摇旗呐喊。而如果要介入投资,当然就要讲点诀窍:

首先,要分辨泥质。真正的紫砂壶是用烧制后具有双重气孔结构的紫砂泥料做原料的,这具有一般陶瓷器皿所缺乏的透气性,并且吸水率高,手摸有细而不腻的砂质感觉。这种泥质只在江苏宜兴有,因而只有真正紫砂泥烧制的壶才是正品。其他诸如用紫色土或者化学配料制造的则非这个体系。

其次,要注意着色。紫砂壶从选泥、制作成坯等关键工序都是用手工操作的,因而制作十分精细。壶坯多不上釉,以其自然色泽取胜,只是在陶坯成型后,上面印刻的书画诗文纹案都要用粉质颜料加填于轮廓中。这种自然本色和着色方式是紫砂陶壶的一个显著特点。

从亮色上来看,真正的紫砂壶体重、色紫,因长期经人手抚摸,表层呈现出润泽的光亮。而新制的紫砂壶一般说来质地都比较疏松,颜色偏黄,少有光亮。有光亮的,多是州州白蜡打磨上去的膜品。

从文字上看,旧壶的款都是用阳文,字体极为工整。新壶即使用阳文,字体也往往因为摹仿而或显呆板,或笔划长短粗细不一。如果是用旧壶加刻新款,则所刻文字为阴文。

当然最明显的是造型和气味。造型方面以“古拙雅趣”者为精品,这个与茶道的精神有关联。气味方面,长久使用的壶具有自然渗透的茶香。伪造者异味明显,造型熟练程度欠佳,气韵拙劣。

年代久远者、名家精品自然质高价优。但年代断定和真假判断就需要专业的知识储备。比如明代制壶只重型制、质地,作品均为素色无彩。因此,只要壶身加上色彩就肯定是明代以后的作品。从出水孔来看,出水孔非单一孔的不可能是民国以前的壶。从壶身装饰来说,壶身上刻有诗文绘画的古壶,绝对是清陈曼生时代以后所制。

综上所述要点,加上经验和知识的积累,相信藏家会在此门类收藏中自得其乐,并使藏品稳步升值。