

### “失色”——翁乃强摄影作品展亮相北京百年印象摄影画廊

翁乃强摄影作品真实地留下充满战歌、凯歌以及悲歌的时代足迹;真实地反映了普通人生活的阳光和阴影、苦涩和欢颜



详见 C6

### 林风眠的《戏曲人物》以 10.8 万英镑成交

该作品在伦敦佳士得中国“瓷器、工艺品专场”占成交排行榜第 7 位,这说明林风眠的绘画开始受到国际藏家的关注



详见 C7

### 方力钧作品《泳》

这幅作品是方力钧游泳系列作品中比较有代表性的一幅,今年北京保利春拍以 60.5 万元成交



详见 C8

#### ■本周视点

## 价格暴涨:对近期全球艺术品市场的观察

□丁绍麟

6月刚过,全球的各个艺术品交易专业机构、艺术市场的分析研究机构纷纷抛出了自己的观察结论或研究报告,对2006年上半年全球艺术品市场的现状以及未来趋势发表意见。

对于2006年上半年的市场现状,来自不同机构的研究结论基本上都是持相当正面的评论,而支持着这一观点的仍是那些大量确凿的数据。

来自法国艺术价格网站(www.artprice.com)4月份的研究报告认为,在2006年上半年存在着艺术品价格“暴涨”的事实:譬如最具声誉的纽约“印象派与当代艺术晚场拍卖”指数上升了16%,造成这一现象的原因就是自2006年初以来已经有117件作品以超过百万美

元的拍卖价成交,远远超过了2005年同期的66件的纪录。同样在纽约,2006年1月至4月的艺术品价格普遍上涨了20%,目前的市场价格点位也比投机泡沫化的1990年抬升了42%。因此有些专家开始以“投机”(speculation)来评论市场现状,并提出了应该有效防范风险的意见。

然而毋庸置疑的是,2006年上半年的全球艺术品整体市场仍具有极强的上升动力。这不仅表现在除了印象派与当代艺术这些主流板块的价格上升之外,像以威廉·透纳(William Turner)为代表的古典艺术大师的作品也能创出3200万美元的拍卖新高;同时在纽约之外,伦敦、巴黎艺术品市场整体价格也开始呈现不断跃进的态势,譬如伦敦2006年上半年的艺术品

交易价格指数要比2005年上升4.7%,比2004年上升27%,而法国艺术价格网站公布的巴黎艺术品价格指数在2006年第一季度要比2005年上升7.4%,已与1991年的历史高点持平,市场专家据此认为艺术品价格的上升并非是个别性的、地域性的现象,而的确存在着从中心向外延伸并形成普涨的整体行情。

对于未来的趋势目前的判断仍未有明确的定论。相反的意见主要立足于专家们对纽约艺术品价格高企的评估。举例来说,一张名为《Sylvette》的毕加索作品在1995年1月的估价为76万美元,但是到了2006年5月3日的苏富比拍卖就达到了450万至600万美元的估价水平;同样在5月3日的苏富比拍卖中“巴黎画派”的苏丁(Soutine)《La Femme en

Rouge Appuyée à un Fauteuil》的估价也达到了275万至350万美元,要高于1989年5月10日37万美元的最高拍卖价将近10倍。佳士得的估价也深刻地影响着当今的艺术市场。佳士得拍卖公司为莫奈《Effet de neige à Limetz》给出的估价达到了350万至450万美元的水平,比较6年前苏富比100万至150万美元的估价,也有3倍多的增幅。此外雕塑家贾科梅蒂(Alberto Giacometti)《a workshop scene》的拍卖估价也达到了120万至160万美元,与1993年的17万美元的估价可谓天壤之别。但是市场的一厢情愿是否能够奏效?买家们是否像市场操盘手那样作出极端乐观的评估?事实当然不会是这样简单,一些专家们如是说。



#### ■市场观察

### 赝品:割不断的艺术市场毒瘤

□书麟

一直潜心作画的老画家高士尊先生,被告知某著名拍卖网站上举办了个人作品专场,有20余幅署名作品以无底价方式拍卖,并附有艺术评论。高先生告诉记者,这二十张作品全为赝品。本次网上个人专场拍卖于7月15日结束,作品以200到1100元的价格成交,此前,高先生的作品很少见于市场,一般的作品成交价格在每平尺3000元至5000元。对这些赝品,高先生致电网站,得到的答复是供货人是可信的供货商,其后又有6幅作品在“中青年画家专场”上拍。事实上,高先生碰到的烦心事,是艺术界大多数艺术家都有心病。

#### 赝品乱人心

艺术圈里传统上就有防名家作品、造假之风。传统的收藏行业认为收藏是考眼力的,买到假货也不能声张。随着近几年艺术市场热,赝品开始大规模泛滥,甚至到难以控制的地步。据业内人士观察,目前艺术品拍卖市场上,有10%到40%的赝品。有些艺术品拍卖会甚至满场假画。赝品有极其拙劣的作品,也有造得几乎乱真的作品,有些名家仿制、临摹作品也有一定收藏价值。如张大千、约翰·迈亚特等大师级制假高手的作品也是炙手可热的收藏品。但无论什么样的赝品上市销售,都扰乱了艺术市场的正常秩序。

赝品在艺术市场大量出现,不但损害艺术家的利益,更打击了收藏者和投资者的积极性。一方面,大量赝品导致卖家不敢轻易购买,如齐白石作品的价格就因赝品过多,市场价格难以上升,卖家对这类艺术家的兴趣减弱;另一方面,买家作为消费者,购买假画后,蒙受经济损失。对于买家,此类造假案件在普通产品消费中很好解决,但在艺术品市场就显得麻烦重重。另外一些卖家不愿暴露买到假画,甚至将假画再次设法卖出,成为假画转真过程中的环节。大量赝品成为艺术市场投资的一大风险,导致市场信任度低,收藏投资者望而止步。

#### 法规待健全

我国艺术市场起步较晚,对艺术市场的管理还不完善。关于制假售假,在相关法律法规中有明确规定,但在艺术品市场中却有着相应的细节规定和明确的司法解释。国内法律上的空窗使造假者有机可乘,各种拍卖会更成为制假的温床。据《拍卖法》规定,如拍卖公司事先声明不保证拍品真伪,则不承担由于出售伪作造成的法律后果;同时,《拍卖法》还规定拍卖公司要对委托人身身份保密,只有司法机关才能调查委托人。这些规定,使艺术家作品权益受到损害时难以找到被告人,无法主张权利。根据规定,作为消费者购买到赝品后,要经至少三名国家级鉴定师书面鉴定才能退赔。但据记者调查,国内艺术收藏鉴定行业有个不成文的规矩,鉴定师一般不会出具鉴定证明,这使拍卖后的退赔面临极大困难。

业内人士呼吁,杜绝赝品要从严打造假源头抓起。90年代,在美国纽约,佳士得曾以150万美元的价格卖出美国著名现代雕塑家卡特勒·阿列克山德罗的运动雕塑,一年多以后,被证实是赝品,经FBI侦破,赝品制造者被判刑数年,其房产被充公抵债,作为赔款。被称为假画大师的英国画家约翰·迈亚特也曾因此被判监禁1年。

据悉,文化部最近在着手订立针对艺术品经营管理方面的一系列条例,这些条例的出台,将极大促进艺术市场打假工作。

#### ■人物追踪

## 冯博一:独立策展人催生艺术新资源



□葛 颀

在“技术转化为生产力”的过程中,技术研发人员就是一个新领域的最早开拓者。独立策展人虽然不能说直接创造了新资源,但是他们的先锋角色带动了艺术新星的出现。当张晓刚等人的作品在苏富比、佳士得的拍卖会上迅速飙升的时候,已有聪明的藏家开始关注“下一站天后”的出现。冯博一先生在谈到今天的策展人与艺术市场之间的关系时,感慨良多。

#### 艺术与市场的博弈

冯博一说独立策展人必须具备一种非商业的精神,才能保证艺术展览的学术品位。策展人有两个作用,第一,通过策划展览体现对当代艺术的思考和判断。第二,通过策划展览为更多的艺术家提供一个展示的机会。一位优秀的策展人只有突破商业的诱惑,保持一种知识分子对于社会进程变化的独特判断,才能做出富有新意的展览。他跟艾未未合作策划的“不合作方式”,就是为了说明这一点。

具有前瞻性的东西往往不会很快被接受,如同九十年代初先锋艺术家方力钧、张晓刚等人也是无人知晓的。策展人作为艺术家与社会、艺术家与大众之间的媒介,他们将新艺术走向的思考带给大众。只有这种不断的探索才能成为市场持续发展的动力。

如果艺术家追随潮流,策展人迎合趣味,那么就使得策展人的独立性丧失。但一旦这种新走向被市场接受,资金会用最快的速度介入其中。在这个过程中,策展人和艺术市场在进行着博弈。

#### 新力量蓄势待发

进入21世纪以后,年轻的艺术家在创作上、审美趣味上都有了新的变化。冯博一认为90年代中国当代艺术的魅力有两个方面。一个是有许多艺术家利用中国传统文化资源进行创作;另外一方面是中国作为社会主义国家所蕴含的符号资源。但在最近这些年,大众对政治性、宏大叙事性的艺术有淡漠的趋势,即艺术的意识形态化已经越来越弱。仍然继续利用这种符号进行创作已经过时,应该关注的是一种新的艺术动向的出现和发生,以及它们怎样表现。

“我觉得将来的新动向是强调个体自我的发展、自我形象的完善,以及对未来的一种想象。”在谈到对将来艺术动态的预见时,冯博一这样说道。新一代的艺术家把自己的人格力量凸显在虚拟的形象之上,他们把个人的生命建立在一种年轻的性感的身躯之上,呈现出一种自我完美的象征。这种象征是对未来的一种自信,而这将是一个很大变化。现在的年轻艺术家创造的艺术不再像九十年代那样强调反叛、反讽、嘲弄、调侃,而是更注重自我形象的

一种丰富、一种完满、一种唯美。这些新风尚的艺术家无疑成了冯博一眼中的新兴力量。

#### 藏家密切关注

中国的当代艺术品市场,实在是受到西方收藏趣味的影响太深。在问及这种新的艺术力量能否被藏家认可的时候,冯博一回答道:现在有一些藏家比较关注年轻的艺术家。一方面是因为那些功成名就的艺术家们的作品太贵了,很难拿到作品。例如方力钧从当初的默默无闻到今天的当红,这样一种历史经验给一些藏家提供了借鉴。另一方面,真正的收藏家注重的是全面,收藏艺术品本身实际上也是收藏美术史。例如希奇的收藏不单纯是个人的喜欢,而是在此基础上有一个针对性的,为了延续这样的一个个线索,也会对新的艺术家感兴趣。

#### 策展人的机遇和挑战

目前艺术市场的繁荣,多元的资金来源,都为独立策展人实现计划提供了可能性。许多商家希望通过与当代艺术展览合作的方式提高知名度。虽然策展人最希望的状态是双赢,但很多时候,都以失败告终,策展人不得不面对商业赞助说:想谈恋爱不容易。曾经操盘策划过2005年成都双年展的冯博一深有体会,当时因为合作方的变故,致使整个展览受到影响。“尽管这样,我们还是要坚持,不能够完全跟着商家走,否则就丧失了一个独立策展人的身份”冯博一说到,“合作是可以的,但是一定要保持一个相对独立的态度。”这种局面也反映出目前真正适合策展人活动的空间很少。虽然今天画廊多了,愿意赞助艺术的商家多了,但是真正的非盈利性艺术空间、艺术基金会还是太少了。

#### 更正说明

本报2006年6月26日的《艺术财经》一版文章《另一种标准:公共收藏》图片说明有误,“巴塞爾博覽會展區”应为“中国美术馆”,特此更正。

#### ■市场动态

## 走马观市:山东市场更需转换的是思维



□姜长城

在整个中国艺术市场的版图中,山东地域的市场启动基本是与大环境同步的,经过了近二十年的市场洗刷,如果要对这个向来有些“个性鲜明”的区域市场来个会诊的话,医生的建议应该这样写:比起形式的模仿和热情的运动,更加现实和必需的是要转换思维!

前几年艺术圈流行一句调侃山东市场的戏语叫做“人傻、钱多,快来啊”,背后其实是山东区域市场价值观和消费理念的误导在作祟。山东是孔、孟之乡,虽然看起来历史遥远,但是在价值伦理、思维模式上却具有潜在的对抗社会变迁的顽固性。这其中之一就是“官本位”思维,以及这个概念所延伸“现在时”的继续留存。盘点一下前期山东的艺术市场,那些具有某种官方职务的艺术家作品一直是主打产品。比如中国美术家协会的职务人员、公务员身份的艺术家作品热销,往往都是由山东市场在支撑和追捧,以致一些在京沪地区没有市场的美协人员作品在山东愣是能赶超名家。

“官本位”的最直接的辐射区域自然是重要机构。著名的艺术学院的在职或退休艺术家的作品也擦边入市,尤其像中央美术学院这样的“中央系”的力量更是山东市场“官僚系”之外的不二之选。好多年轻美院教

师的作品在山东市场有很好的呼应,往往成为一个艺术家市场启动和培育的基地。中央美术学院和一些画院艺术家的市场初步应该都是倚重山东市场的投入。这两种思维选择都导致了艺术圈里所谓的“走穴”现象在山东的频繁亮相,致使藏品丰富,精品却寥寥可数,这就是“人傻钱多”的由来。当然这个市场面的支撑还有一个不可为外人道的原因就是所谓的送礼文化在背后兴风作浪。因为要考虑“收礼”的状况,这自然导致一个清晰的现状:一是市场基本聚焦国画门类;二是对方也会认可“官本位”思维;三是价位要有一定的透明度。这成为山东艺术市场支撑的重要内核。

在“前思”之后最重要的自然是“后想”。目前的山东市场可谓热浪翻滚,就目前所知的情况是画廊林立,拍卖行也开了几家。作为外援,北京的荣宝斋也在山东开了分支机构,而台湾的几家画廊也插脚山东。作为互联网时代的民众,山东业界的朋友们也广泛的开发了网络空间,几个名称响亮、指涉面大的网站先后启动,而在山东烟台更是有了一个线下的实体“中国艺术品投资交易市场(CAIM)”交易所,颇似沪深股市交易大厅。就面上来看已经构成了一个立体的、丰富的框架体系。但这个知识经济时代的特征就是头脑战胜物质、统领行动,

而这个头脑还是要在正确的价值体系和思维导向的框架下运作才可以。山东艺术市场的良性和可持续发展比起行动更需要的是思维和价值体系的“洗脑”。

艺术品的价值在于自身,而不在于其“身外之物”。职务不代表水准,至少不代表现在的水准,而且就算是名家也不见得件件都是精品。因此投资、收藏艺术品不要被头衔牵引而应该把艺术品本身的价值作为唯一衡量指标。那么转换到区域市场的发展就这一方面来讲有两个是应该做的:一是对地方艺术教育的支持,包括学生、藏家,都应提升艺术修养和鉴赏水准;二是要支持和发掘当地的优秀艺术家资源,这个是培育地域市场潜力和塑造文化优势的多赢途径。

当一个思维导向固定的时候,所做出的任何改动也都是旧瓶装新酒。市场运作中最快捷和有效的策略就是要懂得“借势”。具体的讲就是要和一些真正的权威的市场权威人士或机构合作,通过双方思维模式的磨合与互动尽快做好自身的调整。同时也可以因为合作而进入对方的选择视野,加大自身的曝光和被关注度。还有就是可以拓宽自身的作品选择门类和范围。一个地域市场必须是在保持与大的市场面的良性互动同时又有自己的后续储备和底牌的情况下才可以真正迎来自己的健康启动期。

作为中国地域艺术市场的重要板块,山东市场的藏家开发、市场认同、周边产业等的发展已经具备一定的规模,2006年6月山东恒昌春季拍卖也取得了676.115万元的总成交额。这虽然相对于京、沪拍卖来说只是“小朋友”,但毕竟一个地域市场在发展。如果能在思维转换和策略选择方面做出成功的理性的转型,一个地域市场的提升还是颇值得期待。