

产业扫描

## “隐形冠军”走向前台： 嘉德在线启动品牌推广新计划

——北京嘉德在线拍卖有限公司总裁陆昂专访

□姜长城

2005年5月,在第八届科博会上北京嘉德在线拍卖有限公司被评选为“2005中国十大行业隐形冠军”,意思是指出在行业高端却没有被广泛的群体所了解。当然没有被广泛知晓也是与整个视觉艺术产业在整体经济框架下所占的比例的微弱有关,也就是说视觉艺术不同于影视、表演的大众传媒渠道而更多的是一个小众群体。但是依托于作为当代社会标志物之一的网络空间运营的嘉德在线显然并不满意这种状态的延续,新一轮的更具有覆盖性的品牌运营和推广计划已经开始并将继续开展,这些在记者对其总裁陆昂女士的采访中一一展现出来。

### 双重亲和力,嘉德在线“十一”主推收藏消费版

现在收藏好像是天价和轰动效应的代名词,只能是高端财富群体才可以玩得起的事情,而一般大众则只能将其作为一个传奇引为饭后谈资。“我们一直强调艺术品消费、艺术品收藏与艺术品投资不同的逻辑关系,我们希望大家通过艺术品消费逐渐建立兴趣,从而进入收藏的境界,而不仅仅是为了投资收益投机艺术品。希望通过我们的努力,可以使艺术品收藏成为大家不仅可以看到、听到而且是可以亲自参与的活动。所以嘉德在线从成立之初就提出了“艺术生活化,生活艺术化”的理念,提出了“让艺术品走进家庭的口号”,陆昂女士如是说。这样的理念没有停留在公司的口号上而是进入了实质性的运作轨道。这体现在两个亲和力上:一是与传统大众媒体合作,接近一般消费群体,接近一般消费群体的信息渠道;十一黄金周期间,嘉德在线(www.arttrade.com)与中央电视台二台《艺术品投资》栏目进行深度合作,以“消费与收藏”为主题,策划了七档专题节目,内容包括:普洱茶、紫砂壶、红酒、美院毕业生油画、《鬼谷子下山图》、高仿品、小人书和古典首饰(行话“配活儿”)。这些都是具有消费实用性和收藏保值双重交叉的门类,而其中有些品类将作为保留项目进行持续推动,比如红酒和美院毕业生油画作品这两个板块将会有后期的不同推广计划。这些既是嘉德在线品牌拓展的努力,更是在倡导一种健康的、消费型的、与营造高品质生活方式相结合的一种新的收藏理念,也就是说收藏要和自己的生活与消费紧密地结合,从而提升自己的生活品质,这个当然是很正确的收藏理念。

与之相关,第二个亲和力是体现在拍品价位上。节日期间推出的这些收藏品类在价格上具有亲民性,从几百元到几万元或者更高不等,各个价位的层次清晰,这对于被传统拍行巨额开档挡在门外的有意收藏的人来讲,毫无疑问是一个值得高兴的事情。这里有几个原因:一是越是高端的收藏,风险系数就越大,而这时对于艺术品来讲最大的底牌就是藏家的眼力,那我们都知道经验和判断力都是经过反复的观察、思考和实践得来的,那从这个角度讲,嘉德在线提供的这个价位平台无疑是个很好的演练途径。比如说毕业生油画,如果你眼力好,他的未来有很大的回报空间几乎是肯定的,而且可能呈几倍的增长。当然,如果你没有看准,至少价位底限在那,因而也不会有什么风险之类。二是他提供了一个可亲身实践并参与其中自得其乐的平台,而外部观察是永远体会不到收藏的乐趣的。

成熟的运营模式,拓展高效的网络拍卖平台

一个有效的推广要见到实效自然是需要一个高效运转的机构和相应健全的机制作为支撑。那么嘉德在线在这方面是如何做的呢?

一是规范、有效的客户开发、维护机制,这是从销售终端讲的。通过会员注册和保证金制度,保证了其各自的权益并提高了竞拍者的效能。同时,作为常设工作,嘉德在线将客户调查、回访作为重要的项目进

行推广,对其需求和相关服务调整进行反馈回收。比如最近作出的网络拍卖延时模式就是根据藏家的意见进行的调整,这一方面是给予了藏家更多可选择的机会,同时也保证了竞拍过程中非智力因素造成的阻碍不会发生,因而从整体上来讲就更加合理化。

二是尽职、务实的服务。“我们从来都是欢迎客户到我们这里看拍品的,只要你感兴趣,要来看,我们就不会拒绝”,陆昂女士郑重强调在一些客户中存在一些常识性误区,就是说网络拍卖之前不能看到实物,而以上声明正是对于这个误区的澄清。再一个是度成为电子商务瓶颈的支付和物流派送系统在嘉德在线这里得到了很好的解决,“我们愿意为顾客提供最好的服务,尽管这会带来公司运营成本的增加,但是我们会最大程度维护顾客的利益”,陆昂女士介绍现在公司具有完善的网络支付系统并与多家快递公司建立合作关系,除了国家法律限制出境的物件,其他的拍品公司会为顾客提供全程服务。

未来的倾向:高效的电子商务运营平台

据陆昂女士介绍,嘉德在线的藏家大都是终端消费型的,这与传统拍行中炒家高调的现象有些不同,而这样的群体对于处于疯长期市场的稳定是很有好处的。已经运营六年时间


的嘉德在线已经建立起自己的忠实客户群体和相关的运营与推广渠道,对于未来的模式调整和品牌提升,陆昂女士也在思考多种模式的可能性。但是她讲,当初嘉德在线是以电子商务的定位注册的,后来改名嘉德在线拍卖有限公司,“从个人角度讲,我对于搭建电子商务平台兴趣更大些,而不是仅仅做一个网上的拍行”,陆女士这样提示嘉德在线未来可能的发展方向。随着经济的发展、传播媒介的普及和相关技术和政策的瓶颈的去处,电子商务在艺术品交易领域应该是前途广泛,网络是个24小时开放的空间,其可能的客户遍及全球各地,网络交易很少人为操纵因而更加具有透明性和公平性,这些将是一些新的驱动点,引导电子商务的运营放大。如果嘉德在线走向电子商务平台,那将是个很让人期待的事情。

具亲和力的运营理念、完善清晰的客户服务机制,这些对于任何一个艺术运营机构来说都是很重要的,基本具有这些品质的嘉德在线与中央电视台的合作是一个新的推广模式的开始,这毫无疑问将放大这个艺术品网络运营机构的影响力,同时对于拉动民间草根收藏热情和倡导一种全新品质生活理念等等也是一个很好的启发和推动,那随着这些活动的正确和高效的进行,嘉德在线品牌和效益的放大自然让人有理由关注和期待。

■艺术图说


## 艺术作品国庆也联欢

在刚刚过去的“十一”长假和中秋佳节,忙于工作的人们卸下肩头的重担,好好地轻松了一下。而为悠闲的假期欢欣雀跃的同时,不妨稍微感念一下五十七年前的十月一日,怎么说也是借了新中国建立的福气,才能享有这样的待遇。看看这期的艺术作品,也凑在一起,共同庆祝建国呢。



《开国大典》沈敬东 2005年作

既然是新中国建立五十七周年大庆,就不能不提开国大典。毕竟,总是开国在先,周年纪念随后。对此,人们印象最深刻的恐怕是董希文先生的《开国大典》,说是家喻户晓也不为过的。而沈敬东的《开国大典》虽然没有这样大的名头,但就艺术造诣而言,却一点都不逊色。大面积的黑白灰,配以红色的灯笼、柱子及表明身份的胸章,整个画面构图简洁、造型概括而又夸张,隐隐带着些许严肃的幽默感,这难道就是现代人眼中的开国大典?



《国庆》丰子恺 1959年作

开国大典之后,就要说建国周年庆典了。这件丰子恺先生的《国庆》,成画于1959年。画面左侧题记:国庆十周年纪念 丰子恺。三三两两的人群,已经上学或未到学龄的孩子们,远远地望着庆典上的氢气球飘在天上,洋溢着一片节日的喜悦。丰老的这幅画,不采用现实中人山人海的场面,简单刻画,甚至作品中所有人物都是背影,没有五官细节上的描绘,反而把观众的视线引到上方的气球上,主题豁然明朗起来。



《庆祝建国十九周年》佚名 1968年作

如果丰子恺先生的作品还带着文人化的情趣,那这件作品无疑洋溢着满怀的热情。《庆祝建国十九周年》,并没有署名,我们无法得知画家的详细资料,但这也确实代表了当时社会人们的心态。画面的构图,以毛主席为中心,其他领导人分列左右。而可作时代特征的,则是围绕在领袖身旁的群众人手一册毛主席语录。

这件作品,在中诚信2005年的秋拍中以88,000元成交。



《1989年中华人民共和国成立四十周年(开国大典)纪念金币一枚》

纪念币、特种邮票等并不少见,每当有重大事件或者重大节日,往往就会有它们的身影。这枚金币,是1989年为庆祝中华人民共和国成立四十周年发行的纪念币。正面是浅浮雕董希文先生的《开国大典》,下方标有1500元的币值;背面上方是国徽,下方是八个少数民族载歌载舞,两旁配有燃放礼花的图案。当时发行的还有普通纪念币。这枚金币在2003年北京华辰秋拍中以247,500元成交,升到了金面值的165倍。



《天安门》尹朝阳 2004年作

天安门,不仅仅是一栋建筑,更大意义上说,它是中国首都的中心。许多人来到北京,最先要看的就是天安门。而建国大典更少不了它的份,从开国大典到每年的国庆阅兵,它就像彼得大教堂一样,既是场所,更是让人们感觉到皈依的地方。尹朝阳就以此为题材,创作了《天安门》。节庆的夜晚,辉煌的天安门,缤纷绚丽的礼花,人头攒动的广场,构成了一个值得纪念的场景,曾经参加观礼的众人,难道能忘怀这样的壮丽气象吗?

■艺界星踪

### 刘野:“诱惑”观众也是“诱惑”自己



9月14日,刘野的个人展览在纽约的Sperone Westwater画廊举办。这次个展的名字叫“诱惑”,意味着作品的主题对刘野也是对观众造成的一种“诱惑”。

由于画廊的安排,此次展览在国内没有进行太多的宣传,但画廊安排了一些美国艺术媒体的采访,这些媒体在展览之前通过电子邮件的形式对其进行了采访。刘野透露,为了这个个

展,他已经准备了一年的时间,这一年的时间他创作了15件新作,展览共展出16件作品。

在展览开幕之前的一段时间,刘野给自己放了一个长假。在谈到和小山登美夫画廊的合作时,刘野表示还是比较满意,他说,“和小山登美夫的关系到目前为止还是最满意,夫妇俩能真正看懂我的画。很多有钱的画廊找我,但我没什么兴趣,他们不是最有钱的,操作什么事儿周期很长,但我和他们能够交流。好的dealer是半个专家,很多画廊跟他们交流,还没我知道的多呢。”

对于目前的艺术市场,刘野说,“我两年前卖的画,到现在涨了10倍,按理说不应该这么涨,翻一番我就挺高兴了。好的市场应该拥有80%的严肃收藏家,其他则是中间人,现在的市场肯定有问题。”

### 郑国谷:“鼠牛虎兔龙蛇”重新“诠释”命运



9月13日,“一件作品:郑国谷+陈再炎+孙庆麟之《鼠牛虎兔龙蛇》”在泰康顶层空间展出。据艺术家郑国谷介绍,此次展览是泰康顶层空间的实验性系列展览“一件作品”的系列之一,该计划每次邀请两位或三位艺术家合作完成一件作品,针对国内艺术现状,探讨艺术创作中的语言方式和工作方式。

《鼠牛虎兔龙蛇》充满玄机,以真

实的、生活化的表达方式,重新诠释一个人类古老的命题——命运,为观者通过横向比较,或纵向探究,立体地呈现命运之因果。

前不久郑国谷获得了CCAA2006(中国当代艺术奖)的大奖,评审团对于获奖者的评价为:“郑国谷的意愿是将艺术的表达推动达到极致,他的作品表现了中国社会和传统的转变,尽管困难多,但他始终在追寻个人的视觉感受,他的兴趣在于拓展他的创作及其包容性。艺术家在形式上的精确度始终指向强烈的艺术智慧,无疑这一点打动了评审团。”

■收藏指南

### 国庆收藏“消费版”

□左岸

国庆长假即将来临,那节期间购物消费自然是大家的必备科目。作为收藏来讲,长久以来都给人一种“只在此山中,云深不知处”的隔膜和“只可远观不可亵玩焉”的远观印象,而实际上收藏作为一种文化现象,它是一种层次丰富、与生活紧密相连的活动,在这种理念上,收藏是一种生活方式,而不是一种投资方式。

首饰

这个并不是普通的首饰,它凝结了现代艺术设计师的巧妙构思和古代器物的组成部分,是二者的完美结合,其有两个点是独一无二的:一是利用的古物具有悠久的历史积淀,具有不可再生和复制的特性;二是经过设计师的艺术构思将其配活,内中呈现的微妙工艺思维和古物承载的历史文化的碰撞与交融是独一无二的。这在目前来说是一个极具新观念的首饰理念,运用于现代服饰文化将是一个集收藏与配饰于一身的项目。

紫砂壶

紫砂壶选择重要的诀窍有好多,其一在于整体观察,器型的和谐度是很重要的考虑;二是辨音,敲击时候的声音,如瓦片者为佳,清脆者质次。三是细节,看壶盖内部是不是有内陷的槽线圈,用手摸护身内部,是不是可以找到有手工制作的痕迹,这些都是判断壶的价值标准。至于其收藏价值,国内目前市场来看,即有广泛的收藏群体,也有相关的交易记录,其升值潜力也是看得见的。

高仿品

这是一件鬼谷下山图罐的高仿品,是经过原件拥有者授权的限量复制品,共24件,物品同时配有相关的制作流程和制作签名证书,目前一件送给了故宫博物院。高仿品作为一个极度稀缺性物品的替代品,如经过严格的流程和制作规范,它们就同样具有收藏、增值的价值。

红酒

作为一种外来的时尚如今越来越被国内人士认同,它自身具有的一些区别于白酒的魅力自然是其吸引点。但要是从收藏的角度来讲,具有收藏价值的红酒至少应该具备以下一些特征:首先是它的生产者,有许多红酒的生产者都是一个历史悠久的家族,他们在红酒的消费圈层中享有极高的声誉和品牌忠诚度。其次,毫无疑问的是酒的质量一定要是很好的,这个和选料的苛刻,工序流程的精心安排、酿制储藏的独家绝招等都有关系;第三是具备以上这些特征的品类中有些是具备相当高的国际声誉的,而且这些酒的产量一般是极少的,但储存的年份可能却很长,这样的红酒就是既具有



使用又具有收藏价值的。

小人书

也就是连环画是和很多人的童年记忆相关联的,这个自然也就是构成收藏的心理驱动力,因为拥有一些见证过自己生命过程和情感记忆的物品是每个人都希望的。而从市场来看,小人书目前无论在民间交易还是公开拍卖都呈现出不错的保值、增值潜力。比如其中的文革版书和老版书因为特殊的政治历史原因和技术原因,形成一些鲜明的具有断代性的品种,这些从长远来看一定会是不错的投资收藏选择。

新艺术家油画

这个板块是很值得关注的,它们也是具有几个亮点:一是它们的作者都是经过长时间的严格的美术学院的专业教育的,因而从绘画水准来说是具有优势的。其二作为学生期间的创作,它们又是一个特殊时段的艺术情感与思考的反映,这个具有不可复制性。三是它们现在的价位都相对较低,未来的上升空间也是很大的。收藏的乐趣之一同时也是体现水准的元素之一就是眼力,从这里面可以很好地并且安全的锻炼自己的眼力,那这样的眼力对于你参与未来更大金额的投入决策很有帮助。