

空灵空间
曾宓花鸟作品展



详见 C6

70 后新艺术:
当代艺术市场新星



详见 C7

一切都是游戏
策展人的“游戏情绪”



详见 C8

■本周视点

□鲁迪

泡沫投资:艺术市场风险暗伏

自 2003 年急速启动的中国当代艺术品市场,至 2004 年下半年之后无疑已经进入价格急剧抬升的通道中。到了 2006 年,中国当代艺术品市场迎来了百年难遇的大行情。略有一点投资知识的人都会知道,“在大行情中买什么都会发财”,因此在一年之内价格上涨数倍甚至十数倍的例子比比皆是。

目前“大师级”的中国当代艺术品动辄数百万,一些中年艺术家的精品甚至有逼近百万美金的拍卖价格,譬如说张晓刚的作品。而在 2006 年纽约苏富比秋季“亚洲当代艺术品”专场中,大多数中国当代艺术品的估价不仅已经可以和国际级艺术大师的作品价格比肩,也将亚洲其他国家当代艺术家的价格远远抛在身后。艺术品投资价值凸现,当下的中国艺术市场中,艺术投资的观念甚嚣尘上,已成为了一种压倒一切的声音。

笔者对香港苏富比拍卖行专家张丁元、林家如的采访中,两人不约而同都对大陆地区的艺术品买家打出了低分,认为现阶段对艺术投资的过分渲染已经让老买家“心襟摇曳”而无法自持,而新买家更有过之而无不及,由此他们明确地指出“现阶段很难在国内找到真正的艺术收藏家了!”

同样的判断在国内业界也普遍存在。中国嘉德四季书画部经理郭彤也说:“2003 年之前,我们还是可以发现不少从个人趣味出发的所谓‘收藏者’,但是出现在市场中更多的是投资人。他们今天买了,明天如果涨价了,就肯定会卖出的。”

作为以拓展和维护长线



苏富比拍卖现场

客户为目的的画廊,也越来越不敢把艺术品卖给这些“投资人”了。在艺术北京 2006 论坛上,来自北京艺门的马志安女士说:“我们绝不会把艺术品卖给那些今天买了,几个月后就拿到拍卖行卖掉的人。”因为疯狂逐利的本质,可以使得这些“投资人”毫无顾忌地将画廊买来的艺术品随即再次投向市场。而他们打出的“艺术收藏”的旗号,更像是一种

吹价的策略,或者说是某种纯粹欺人的借口。

艺术家可能会在开始的阶段热情地“拥抱”这些“投资人”。或许“投资人”手中的大把现金,以及关于市场价格实现的种种承诺就是诱惑,而“投资人”对有价值资源急功近利地掠夺,更可能使他们不断地放大着这些“诱惑”,乃至达到了“蛊惑”的程度。然而过不了多久,大

多数艺术家就会有某种“痛不欲生”的感受。因为艺术家将会要额外地、独立地、长期地承担维系市场高价的责任,而此时那些信誓旦旦的“投资人”或许早已清仓出货,并躲在一边“偷着乐”呢!那些能保护艺术家作品价值的真正藏家,早已因不能承受高价压力,放弃了对这些艺术家的关注。

在此我们无意对这种

现象给予太多的恶评。因为这只是现阶段的客观现状,或者从长远来看也只是某个发展阶段中的明显特征。

事实是中国的艺术品市场,总会走向收藏与投资兼容的成熟市场,也只有到了那个阶段,“艺术投资”的理念与方式才能最终成型。如何保护艺术市场持续稳定地发展,成为摆在艺术圈内人士面前的重要问题。

■市场观察

艺术北京 2006 再掀艺术投资潮

艺术北京 2006 (Art Beijing 2006) 于日前落下帷幕。与十一黄金周火热的旅游经济相比,艺术北京 2006 在京城制造的节日气氛和艺术高潮迭起,有过之而无不及,来自 12 个国家和地区的 110 家参展单位更为金秋的北京增添了灿烂的一抹色彩。

艺术北京 2006 一直力举学术价值和商业价值并重的原则,并且贯穿于整个博览会。年轻艺术区形式多样的实验艺术表达了年轻艺术家的生活态度和艺术理解。艺术经济论坛是历年口碑最好的论坛形式,听众表示:演讲专家的知名度和所涉及到的论题都十分吸引艺术市场从业者。当代唐人艺术中心全力支持的“艺术突破”主题展,不仅突显艺术题材和媒介材料的突破,在艺术表现力上,也是彰显艺术北京 2006 的学术力度,紧密结合“现状”和“未来”的艺术主题。

本次博览会成交量和成交金额,是最受各界关注的数字。据组委会了解,已经深入北京艺术市场的台湾画廊、本土画廊是最大的赢家。帝门艺术中心所代理的年轻艺术家 Unmask 的雕塑作品“半透明”系列十分抢手,成交近

20 件,阿拉里奥北京在开幕的第一天就获得了 30 万人民币的成交额,美国的 Michael Petronko 有一件 45 万人民币的安迪·沃霍尔的作品成交,掀起了全场的高潮,西班牙的两家画廊所带来的米罗的版画作品以 7.5 万人民币的价格售出近 10 张,法国的珍画廊售出 16 张朱德群的版画作品。本届展会上的版画作品、雕塑、影像的成交情况明显高于往年。韩国画廊的作品也逐步深入人心,有些画廊的作品几乎售罄。

艺术北京 2006 全场成交金额远远超过预计的两亿元人民币,达成交易意向的作品数不胜数,例如 Michael Petronko 画廊 1000 万人民币的王广义作品,大未来画廊 1000 万人民币的王怀庆的作品等已有买家落单。

本次参观人数和成交量表明国内艺术市场依旧充满活力。而在成交火爆的同时,更令人兴奋的是,本次艺术北京参展画廊普遍表现出严肃的学术探索倾向,而不仅仅是简单的盈利欲望;多数画廊也站在保护艺术市场发展的角度上,对买家的选择更加认真。这无疑为艺术品市场进一步发展奠定了良好的基础。



市场热望年轻艺术资源

随着当代艺术品市场中的一线艺术家的价格走高,市场对于年轻一代的艺术家们的热望也越来越高。不久前闭幕的“艺术北京”不仅举行了一场“70 后”的年轻艺术家作品的拍卖专场,而且还在展馆前面鲜明地推出了“年轻艺术区”,整个市场对于新生的艺术资源的期盼程度可见一斑。虽然今年由于场馆的原因,由艺术北京主办的年轻艺术区被放置在了场馆之外,不过其独特的活动还是吸引了不少人关注。

年轻艺术的力量一直受到多方面的关注。他们生长的环境和遇到的问题都与前辈们都不一样,其中的很多人刚刚结束学院的学习,立即就面临了波涛汹涌的艺术市场,这是前辈们所不曾经历的。在各种各样的目光中,年轻的艺术家们仍然专注地进行自己的创作,执著的表达自己对于这个时代的理解和感受。艺术北京提供一个这样的空间给年轻的艺术家和年轻的策展人,既出于对艺术未来趋势前瞻性的了解,又是为了给这些年轻人提供一个更加自由的空间让他们展示、沟通和交流。艺术北京提供的这块空间,是一片让年轻艺术群体真正释放的实验地,是一个自我讨论和与他者对话的持续互动的社区,而不仅仅是简单的一年一度的展览。

本着这样的一种理念,年轻艺术区定位于一个让年轻艺术家们展示和交流的空间。其英文名称“Youth Art Zone”传递出的理念是:Youth 中的后缀 th 说明年轻艺术区长期关注的是 30 (thirty) 岁左右或之下的年轻艺术家,并通过展览体现他们的思

考 (think); 年轻艺术区中的 Art 是大写,不局限于视觉艺术,而探索各种形式的艺术之间的关系;年轻艺术区还具有社区功能 (Zone),除了展示之外重要的是沟通。

在具体呈现上,年轻艺术区包括了两个大的板块,一个是主题展览,一个是相关活动。其中今年的主题展览是由二十一位年轻艺术家参编的画册;而相关活动又包括了自由论坛和声音艺术表演。由于受到空间的限制,参加主题展览的年轻艺术家只有影像的作品能够现场展示,其他架上和摄影部分仅在本画册中体现;为了加强交流,年轻艺术区自由论坛特意邀请了多位嘉宾以及一些参展艺术家一起探讨热门话题;此外年轻艺术区还邀请到了一批重要的声音艺术和视频音乐的艺术家,带来不同的视听感受,并与参展的视觉部分的展览形成一种互动。这些集合起来,构成了首届年轻艺术区的整体面貌。

年轻艺术区的成长有赖于更多人的关注,而市场则应该为年轻艺术区的艺术家们提供一个更加轻松的创作空间。艺术北京作为一个商业性的博览会,却能够自我讨论和与他者对话的持续互动的社区,而不仅仅是简单的一年一度的展览。



■业内论市

□姜长城

谁来为艺术品定价?

2006 年 10 月 8 日下午,在艺术北京当代艺术博览会的论坛举行了题为“理念与策略——全球化背景下的画廊操作”的主题讨论,在进行过程中星空间的主持人房方与北京艺门的马志安、空白空间画廊负责人亚历山大、奥克斯就艺术品价格和价值问题产生了争论,房方认为目前 70 年后艺术家的作品价格还不高,而西方背景的画廊从业者则认为重要的是艺术品的质量,与国际同类艺术品相比,这个价格已经不高。当艺术品日益被作为一种金融投资项目看待,艺术品的价格谁来决定?

收藏家

对于真正的收藏家来说,收藏艺术品是一个爱好,在经济条件许可的情况下他可以选自己喜欢的艺术品购买并享受它,这个行为完全可以感性的。有一个瑞士收藏家喜欢

大象,于是他见到有大象图案的艺术品就购买,没有什么很复杂的理由;一个年老体弱精力和体力承受飞行颠簸的老华侨看到陈逸飞描绘的双桥立刻有种回到故土的感觉,获得了极大的心理慰藉,愿意为之付出高价自然也是情理之中的事情。收藏的乐趣本身就有一部分非理性的因素,我们的画廊经营者也好,艺术品经销商也好,是不是一定要去做收藏家说这个作品其实品质不高或者俗气的性价比不合适呢?我想至少应该尊重藏家自己的心理价值观的天平,有人希望通过价位的力量表示他对某一艺术品的看重,这个是他的自由。

当然脱离兴趣爱好之外的藏家,希望收藏历史、收藏精品甚至极品,要以一个人的力量作整个博物馆的事情,那自然需要行家来给他指点和推荐,但是市场的定位和学术的定位并不是

完全同步且重合的,所以在判断价格的时候自然要考虑这件艺术品对于整个收藏系统的意义,如果它对整个体系至关重要,则花费多少的关键因素在于它对整个收藏体系的价值,此时,藏家愿意出多高的价位可能与单件藏品的价值无关。

画廊

作为艺术品交易最重要的角色,画廊负责人自然要为所代理艺术家的作品理智、有规划的定价。好的画廊应该保护好自己,与艺术家一起成长,提供其最好的创作环境,引导其有一个逐步抬升的学术和市场定位。那么这个定价自然就要在良好的财务管理的前提下考虑价位递升的区间和时间表,并且在美术馆系统和重要的藏家系统为其市场地位的抬升寻找支撑力量。那这就要充分考虑到大的经济走向、市场流行性问题、

艺术和学术取舍问题和区域市场与国际市场自身的发展脉络与交叉衔接问题,也就是说定价要具有弹性和适当的渐进阶梯。如果画廊在这方面做不好,艺术家就会在这里毁掉,因为价位的不合理状态造成有行无市的尴尬局面,艺术家的市场生命甚至艺术生命也就由此急转直下了。

拍卖行

作为艺术品二级市场,拍卖行起着使价位透明和给出定价标高的作用。拍卖行的价位拍前有预估价,送拍方有保留价,拍卖成功有落槌价,流拍后有私下成交的流拍价,这些价格都是对艺术品价值判断的货币表现。从西方成熟的艺术品拍卖和市场交易的经验来看,拍卖行合理的运作区间应该是在已经有稳固的学术和市场定位的艺术家精品范围内,而刚出道的年轻艺术家则不应过早跻身拍卖行列。

因为在没有很好的市场培育和经过反复成交形成的价格体系下,一些资金在这个板块上的炒作,以拔高助长方式将年轻艺术家作品价格强行拉升,导致艺术家市场生命有可能被金钱炒作毁掉,过早结束了自己年轻的艺术生命。这对未来的市场后续力量和正常的市场价格体系均构成冲击,必须慎重判断。拍卖行虽然是一个交易的商业平台,但是为了整个艺术产业的良性发展也应该要承担一部分责任,不要在不成熟的艺术品市场中推波助澜,因为最终危机产生时,整个行业都要承受压力。

定价问题是关系到艺术品市场能否良性、持续发展的关键问题,作为市场面的构成要素,收藏家、画廊、拍卖行或者还有艺术品经纪商都对艺术品价格产生影响,从市场运作力量的角度来讲,最终的价格体系应是多方博弈之后的结果。