

## 产业扫描

# 重要的不仅仅是眼力

### ——香港少励画廊负责人文惠贤(Nicole Schoeni)专访



□姜长城

繁荣的行业通常会呈现出两个最明显的特征:一个是数量多,且在短期内仍有迅速的增长;另一个就是活动频繁,名目繁多的活动令人目不暇接。北京画廊业正呈现出这些特征。然而持续的繁荣必须要有强大的支撑,这种支撑不仅来自经济环境的影响,更重要的是人的因素,画廊主和艺术总监的素质、品位和对未来趋势的把握是决定画廊命运的关键,什么样的人可以算是好的画廊老板和艺术总监?他或者她应该具备哪些素质?带着这些问题记者采访了香港的知名画廊——少励画廊的负责人文惠贤女士。

当然首先要具备一定的

眼力!

文惠贤是继承父亲的事业来经营画廊的,这位非常年轻的画廊负责人具有对这个职业角色相当深刻的理解和把握。“画廊的负责人当然要具有很好的眼力,”文惠贤认为父亲是一个眼力很好的收藏家和画廊老板,许多的中国艺术家的学术和市场推广也的确是文少励先生的努力分不开,而在其当初关注于这些艺术家的时候,他们的市场前景并不明晰。“我和爸爸的兴趣基本一样,但是也有些年代的原因产生的差别,我比较喜欢新一代的学院出身的艺术家,而且我们在年龄上也比较相近。”文惠贤表示,“作为一个画廊的负责人,具有一定的眼力才可以保证你挑选的艺术作品的品质,才会为自己的藏家负责,从而也实际上是对艺术家的长远利益负责。”眼力作为一个艺术市场的常用关键词几乎一段时间里成为圈内人士口中的主旋律,良好的眼力是能在艺术事业本身推广优秀的艺术作品,从而

使市场和收藏群体的付出得到超值的回报和品位提升空间。而这对于画廊和画廊从业者本身来讲,与某些著名艺术家的推出联系在一起,也是作为业内人士的一种成就感,对于画廊本身则是品牌建构的重要基石。而且如果要长线投入,眼力将是信心支撑的重要砝码。

重要的不仅仅是眼力!

在多数人看来,“眼力决定论”几乎成为了画廊从业圣经,好像只要具备一双专业的眼睛就万事大吉从此可以在艺术市场高歌猛进,叱咤风云了。但事实是凡是经过历史筛选最后留下来好画廊依靠的远非“眼力”那么简单。翻看少励画廊的展览图录,你会看到一系列的以某某联展为标题或者联展性质的展览,查看这些参展艺术家和少励画廊的代理或者合作艺术家的目录,你会发现这里面和画廊没有商业关系的艺术家占相当比例。文惠贤回忆起前些年在德国筹办的一个中国艺术家的展览,由于场地并非官方的公共场所,所以这个非

商业目的的展览的赞助款项很难在短时间到位,在这样的情况下少励画廊承担了所有的费用,在展览之外其实许多艺术家的作品实际上已经被销售出去,画廊出资将其借回参加展览。“少励这个家族具有对于艺术的痴迷,他们为了自己喜欢艺术是从不吝嗇付出的,哪怕有时候这个付出实际上负担蛮重”,少励画廊北京办事处的职员如是说。

纵观艺术市场历史,能在时间的画册上留下作品的画廊经营者们常常是在做一些看起来和运营无关的纯粹推动艺术的事情,在欧美均有这样的一些画廊负责人被载入市场的史册,并作为一种标志在激励着一些后起之秀们在高品位的艺术经营道路上满心憧憬地奔波。而从长远的眼光看和从行业的持续发展来看,一方面是这些推广活动一定会引起媒体、学术界、艺术圈的广泛尊重和关注,在这样的情况下,其在艺术资源的选择和商业运营的筹措方面就具有了很大的选择面和弹性空间,

而这对于画廊来讲将成为其取之不竭的资源宝库。而从长线投入的角度来讲,经过较长时段的推广和积累,手头所持有艺术品因为自身的声誉积累、关注度积累,再加上画廊品牌效应的积累而具有巨大的价值意义,这样的获益也是具有多重意义反馈的,而不仅仅是物质上的。

艺术市场的从业者中不乏专业人士,也就是说不乏眼力不错者,但是好的画廊却是屈指可数,原因何在呢?眼力不错可以用来短线操盘,可以拿来长线投资,可以为画廊赚得巨大的利润,这些都是十分可能。但是在一个市场繁荣,竞争激烈的状态下,这样的画廊不会只有一家,大家从利益出发势必引发争夺和互相攻击,这对于市场、艺术家和画廊本身来说都是一件不好的事情。只有大家都愿意在自己利益维持好的基础上帮整个艺术事业做点事情,为优秀艺术家群体做点事情,这样的市场才会具有后续力量并且将良性发展。所以说,重要的不仅仅是眼光!

## 艺界星踪

# 艾未未:入选当代艺术最具影响力一百大人物榜

西方最权威的当代艺术杂志《艺术评论》近日公布了2006年度全球当代艺术最具影响力百大人物名单。中国艺术家艾未未榜上有名,列于榜单的第71位。同时侯瀚如和蔡国强分别位居第85位和第99位。

入选人包括艺术家、收藏家、博物馆馆长、策展人、评论家等,从该名目可看出影响全球艺术生产力和交易的重要人物。《艺术评论》杂志通过考察候选人上一年的表现而给予评定并在每年十月公布名单。

对于Gucci品牌的拥有者弗朗索瓦·皮诺荣登榜首,《艺术评论》在声明中写道:“皮诺是时装界最为显赫的人物之一,他是PPR集团的主要股东,旗下重量级品牌包括Gucci、BV和YSL等,不过,由于他同时是当代艺术品收藏家,并且是



佳士得的老板,故此位列榜首。

艾未未表示,中国当代艺术具有特殊的文化背景,以前中国人在文化上没有发言权,现在有了。

# 刘小东:新展讽喻当代艺术商业化



经过一个多月的紧张准备,刘小东的新作《多米诺:刘小东新作品》于10月8日在新北京画廊开幕。不同于以往我们对刘小东所熟悉的方式,此次的作品并没有画在画布上,而是画在了画廊的墙壁和柱子上,成为画廊的一部分。画廊东壁是五个时尚都市女孩形象,对面立柱上是五个男孩画像,每对男女画像之间的地面上用一长串多米诺骨牌联系起来。

出乎意料的是,这次的作品还是一次性的,在11月23日展览结束后,刘小东和特邀嘉宾将把墙面上、

柱子上的画抹去、彻底销毁掉,让它们无法流通于市场。刘小东说这是他对社会秩序对金钱和艺术矛盾思考的一个作品。策展人尹吉男先生认为缺乏积累和反思的当代艺术的繁荣其实蕴含着危机,这次展览就是对当代艺术极度商业化的一个讽刺。就像多米诺骨牌,危机可能从任何一个环节开始。

同时,刘小东对自己的作品《三峡新移民》被炒至千万表示不满,认为这是把艺术当成了商品,作为赚钱的手段。

## 收藏指南

# 收藏策略之一——信息获取篇

□左岸

处于当下这样一个冠知识经济时代的时期,信息的有效获取成为决策辅助的至关重要的一个环节,信息渠道的迅捷和有效性成为在竞争和机会把握判断中的不可替代的资源,作为众多投资和收藏体系中的一种的艺术品收藏和投资来说,这个自然也是非常重要的。尤其对于艺术品这个具有区域化、私密性、排他性的古老交易品类来讲,你比经验丰富、人脉丰富的经纪人要能占有优势或者至少别与他差距太大的话,除了知识之外最有可能的消弭差距的突破点就在于信息的获取方面,至于获取的方法和渠道可以有以下几点:

1、专业媒体:比如专业类的报纸、杂志、网站,这些媒体为了在种类日益繁多的传媒海洋中不被淹没就要想尽办法做出自己的特色。一类是资讯做得迅速高效,具有相当的筛选性,从而提供一种有效的信息资源快餐。这样的媒体可以用来获得信息流,从这些信息里面思考两个问题:这个世界正在发生什么?这个世界怎么了?

要是这些消息里面并不能发现这些答案,那看来还要看看不以资讯为强项的媒体,那这里面就又分两类。一种是学者型的媒体,里面的大部分文字是来介绍政策、行业、周边产业或者直接就某个门类进行综合推介的。这样的媒体可以用来补充知识,增长见闻,在机遇来临的时候,这些储备即使不能保证将其一举擒获至少可以认出哪个是机遇哪个是假象,从而在自己有能力的时候自己完成,在能力暂时欠缺的时候要么采取指导性联盟的办法把其搞定,要么将其转给朋友,那这个在适当的时候都会得到友情、尊重和专业声望的建立的回馈,而且在物质上也是会小有

回馈的。那有这样的可能性,何乐而不为呢?

另一种是专家型杂志,这些杂志的撰稿人一般为这个行业的从业者或者曾经的从业者,或者是具有操作经验的学者和观察分析员,他们的文章大多是其基于自身经验和知识体系的思考的结果,而这样的人群一般都是紧盯着市场的变动,且背后有强大的信息资源库的支撑,这样的来自非直接利益体的分析在某种层面上讲是具有很大的客观性的,而且专家的优势还在于其眼界开阔和对于历史的脉络的把握,这样的知识框架就能在其预测未来的时候提供某种衡量坐标,看问题相对来说具有更大的精准性。

2、道听途说。这个一般是作为贬义词大家庭的一员被使用的,但是在艺术市场这一块来说却具有某种价值。原因在于,一是艺术市场是小众市场,所以实际上关注和谈论这一块的人并不多,而要谈论什么走势、风向的就更不多,即使谈论哪个艺术家最近怎么样了等等的趣闻的人也没有几个,所以你要是能道听途说到一般就是遇到了圈内人。在这个情况下当然要留意人家在说什么了,你搜集来的一切在后来万一遇到真实出现了部分的时候,就有可能出现全部,这个时候怎么处理就看你自己了。其二是要注意场合去接收道听途说,比较有效的地方有:著名画廊或者艺术家展览的开幕酒会,专业机构举办的圈内酒会、中国美术馆邀请的有关艺术市场重要人物的座谈集会等等。这些地方一般是圈内名流云集,千万别把眼光只盯在某个著名经纪人、拍卖行老总身上,这些人一般轻易不会讲什么,只有那些处于行业中间层的人们才有热情和愿望来谈论自己的业绩和他人的业绩,从他那里才有可能获得对个人有益的事情。

## 艺术图说

# 音乐之声 天籁之聆

□张秀娟

音乐,总是个让人浮想联翩的字眼儿。它既可以是典雅高贵,也可以是通俗大众,甚至也可以把纷纷扰扰的大千世界都包容进来。而音乐表现在二维的视觉艺术里,则又是另一种意趣,另一道风光。



《音乐的魔力》庞茂琨

无论什么事,能够影响人们的心境,能够诱发内在的喜悦哀乐,总有它值得让大众这样回应的本质优势。那么音乐的魅力又在哪儿?在于它本身的感染力,也在它所能营造的梦幻理想的气氛。在悠扬的旋律里,给予人一个海市蜃楼的世界,给予人一个感同身受的抒情空间。在庞茂琨的这件作品中,典雅的棕色背景,低头沉默的主人公,乐声未起,画里画外的人就仿佛已经陶醉其中了。



《梦幻曲》陈逸飞

音乐的魅力,更重要的还是体现在它的优美旋律。毕竟,旋律才是音乐的主体,才是音乐的生命。每一拍、每一节都不算起眼,但联合在一起,却能够深深地触动你的心弦,这就是音乐。陈逸飞的这件《梦幻曲》,主人公专注地望着面前的乐谱,全心全意地拉着提琴,一副执著于音乐的样子。整个画面也呈现出唯美古雅的气息,色彩笔触等也相当纯熟。在嘉德1996年的春拍上,《梦幻曲》以1,100,000元成交。



《盲人音乐家韩起祥》蔡亮

擅长画画的人叫做画家,擅长音乐的人叫做音乐家。而蔡亮的这件作品,则是画家描绘的音乐家形象。《盲人音乐家韩起祥》刻画的是一个历经沧桑的半百老人——韩起祥。这件作品是蔡亮六十岁时所作,几乎涵盖了他全部的艺术成就,在上海中亿今年春拍上以640,000元成交。



《音乐之声》黄永玉

当然,音乐家对自己音乐的态度,在一定程度上,反映了他的素养。就像黄永玉先生这件作品的题记中写到的那样:诚恳的音乐比嗓子更重要。只不过,这里的主人公,不是一般意义上的音乐家,而是天生的森林歌手——鸟。看它一副英姿飒爽的样子,仿佛在宣布:“我就是大自然里的帕瓦罗蒂”似的。都说燕尾服就是仿照燕的特征制作出来的,这样看来也不无道理,但好像还是会飞的这一类生物穿起来比较漂亮。



《音乐会》夏阳 1990年作

也许,正因为这样的感染力,音乐才有它存在的价值。无论是流行音乐,还是高雅的声乐器乐,总会拥有大批的支持者。音乐会,就专为这些听众提供了贴近艺术的平台。比如夏阳笔下的这场《音乐会》,一架钢琴,一位歌唱家,一个钢琴伴奏师,就建构了一个灯火辉煌的舞台。在这个舞台上,虽然看不到听音乐会的人们,却能感受到陶醉在自己音乐中的歌者的满怀热忱。这件作品在北京匡时今年的春拍上以495,000元成交。



《二胡音乐家》朱沅芷 1927年作

音乐并不只是简单的旋律,在很大意义上说,它包含着人世间的浓郁气息。就像那个传奇人物——瞎子阿炳,他的音乐几乎就是自己生命的缩影。一曲凄凉哀伤的《二泉映月》,跌宕回肠,让听众不禁潸然泪下。而朱沅芷画中的这位二胡音乐家,不仅与阿炳同行,气质感觉都相差无几。忧郁的面孔,加上二胡的音乐感染力,仿佛在诉说着世态炎凉。而画家解构色彩和结构的表现方式,隐约的立体主义绘画风格,无疑更强化了苍凉悲苦意味。