

■产业扫描

把“老油画”拍卖带到北京



□本报记者 邱家和

刚刚结束秋拍的北京匡时国际拍卖公司,在其“中国油画雕塑”专场有一个“早期油画”板块十分突出,不仅因为一共17件拍品占到了全场总数的10%,还因为在北京,“早期油画”拍卖十分少见。记者为此采访了匡时国际油画部经理尤永先生。

尤永首先澄清,这次推出的“早期油画”还是比较宽泛的说法,亦即都是那些老一辈画家解放后的作品(包括水彩和素描)。不过这些作品和这些艺术家们在三四十年的作品一样,也都面临共同的市场困境,那就是存在鉴定门槛,买家圈子小以及价格偏低。在北京的拍卖行很少涉足。他坦言,在上海这是专业拍卖行的必修课,正是因为自己曾在上海主管过油画拍卖,有了专业的征集和买家网络,才在转战北京匡时后,把“老油画”的拍卖业务也带到了北京。

他认为,尽管上海作为中国油画的发祥地,三四十年代中国油画曾在上海经历了其黄金时代,因此老油画在上海的民间收藏中有悠久的历史,不过拍卖本身已经没有地域的限制,在拍卖会上现身的上海藏家,也不少于上海的拍卖场上真正的买家。而北京作为中国艺术品交易的中心,其辐射力足以吸引各地的买家。至于北京的专业研究和鉴定网络也并不逊色。

藏品,是让藏家碰到“老油画”就蹙足不前的大问题,但尤永觉得这个问题也许被夸大了。他承认,目前“老油画”的买家还是以“行家”为主。但他认为,这恰恰表明,“老油画”有很大的商业机会。当然,这也表明参与“老油画”需要专业知识,有鉴定壁垒。不过他认为,“老油画”的鉴定并没有传说中的那么难,主要还是要藏家下功夫熟悉这些作品。他因此强调:“我个人反对把艺术收藏仅仅当作一种投资手段,收藏艺术品首先是爱艺术甚过爱金钱,因为喜欢就会去分析、比较和研究,就会去熟悉那些作品,并从中得到乐趣。”同时,他认为早期油画的鉴定较之中国古代书画更容易,不同时代的画布、颜料都有其特质,要完全模仿艺术家的个人风格和作品的时代风格有非常大的难度,由于早期油画的创作时间距离现在不过几十年,作品来源也相对容易考证清楚。

他认为真正的缺失在于:一是国家美术馆和博物馆缺乏相关的长期专题陈列,中国美术馆、上海美术馆都没有早期油画的常年馆藏陈列,只有刘海粟美术馆在二楼有少量的刘海粟作品陈列,这造成了普遍性的知识缺乏。二是缺少研究出版,这些人不要说全集,就是主要作品的研究画册都没有。这些主要生活在民国的艺术大师和我们今天的艺术世界渐行渐远。他认为,起码应该做到一个艺术家有两三篇博士论文去研究。藏家参与“老油画”全靠市场在推动,缺乏坚实的学术支撑,因而让不少感兴趣的藏家望而生畏。

尤永说他十分看好“老油画”拍卖,不是因为价格的高低,而是因为在这个领域还相当荒芜,如果教育、研究、出版和公共陈列有了突破,这一板块会有惊人的进展。陈澄波今年拍出高价,是和二十年来台湾的研究、教育和出版有关。因此我想发一个倡议,让专家学者先从著录工作出发,遍搜民国文献和公私收藏,以时代和画家为序,做出若干册早期油画的鉴藏图录,真伪问题,可留之公论,凡有来源者,述其来源,有出版者,录其出版。作为拍卖行愿意为学术研究提供赞助,当然,前提是保证学术工作的独立性、客观性和公正性。

尤永指出,上海老油画的另一个迷人之处在于:在三四十年代中国早期油画的黄金时期,由于上海的兼容并蓄和开放,上海的美术发展几乎与当时的世界美术现代潮流同步,因此出现了中国美术史上的“另一条线索”,那就是东方式的现代主义。这其中所体现的个性抒发和创作自由,以及对形式感和绘画语言多样性的表达,与1985年后的前卫艺术一脉相承,成为今天当代艺术的精神渊源和历史支撑。比如陈钧德,他继承了关良、颜文梁和刘海粟的衣钵,从李山和余友友的绘画中也不难看出民国油画的影子,他们的学生如王子卫、丁乙等人又是今天当代艺术的领军人物,整个艺术史的线索并未中断。

尤永认为,“老油画”拍卖会作为匡时的一个特色项目坚持下去,因此他会和学术界有更紧密的联系,会形成专家团队,会坚持宁可错杀、决不错过的原则为藏家把关,先求真,再求精,树立匡时国际在这一领域的领先地位。

■艺术图说

数风流人物系列(一)

——50年代出生的艺术家

□张秀娟

历史似乎总是在人们不在意的角落里慢慢沉积着,等你倏忽回首望去,几十年的光景早已浓缩成仅有的一点记忆。在这些残留的历史片段上,或者围绕着愈来愈耀眼的光环,或者逐渐为细小的烟尘所掩盖,带着一种大浪淘沙般的宏大。不过,也正因为时间的流逝,才能吹尽狂沙将璀璨的真金展现在众人的面前。艺术史也不免遵循着这一规律,随着年代的趋近,这一舞台上的演员越来越多;时间弥久,则故事也精简浓缩起来。不妨,就以十年为一段,来数一数风流人物吧。

提到现在的艺术圈,就不能不提出生于上世纪五十年代的几位德高望重的画家。他们都是名副其实的“生在新中国,长在红旗下”的一代人。幼年,生活在大跃进和人民公社的社会环境里,经历过“瓜菜代粮”的艰苦,经历过文化大革命,也经历过知青上山下乡的壮举。可以说,新中国建立以后的重大事件,几乎一个不剩地都让这些前辈碰上了。

在这十年的界限里,囊括了众多重量级艺术家。我们不妨先看一看其中几位重要艺术家的生平。

陈丹青,1953年生于上海,1978年以同等学力考入中央美术学院油画系研究生班,1980年毕业留校,1982年赴纽约定居。2000年回国应聘于清华大学美术学院,任绘画系第四研究室责任教授。代表作“西藏组画”,被公认为“文革后划时代的现实主义经典油画作品”,在美术界及文艺界都引起很大轰动。

王沂东,1965年5月生于山东,17岁进入山东省美术学院。1978年考入中央美术学院油画系,毕业后留校任教,现为美术家协会会员。代表作品有《母与女》、《古老的山村》(中国美术馆收藏)、《歌响》等。2005年和陈逸飞、艾轩、杨飞云等人共同成立“中国写实画派”。

杨飞云,1954年9月生于内蒙古。1978年考入中央美术学院油画系,82年毕业后在中央戏剧学院舞台美术系任教。1984年调入中央美术学院油画系任教。1989年赴美国、英国、意大利、法国考察、学习参展。现为美术家协会会员、中央美术学院油画系教授、中国艺术研究院博士生导师。

王广义,1957年生于黑龙江哈尔滨,1984年毕业于浙江美术学院油画系。1989年参加“中国现代艺术大展”(中国美术馆),展出《毛泽东 MAO》等8幅作品。1990年开始创作代表作《大批判》。

张晓刚,1968年生于昆明,1982年毕业于四川美术学院油画系,四川美术学院副教授,现居北京,为职业画家。

纵观各位名家的生平,可以看出他们都与美术学院有不可分割的关系,这使得他们的创作有足够的文化和社会底蕴。另外丰富的人生和社会经历在他们的作品中也隐隐约约地透露出来。比如,张晓刚的《大家庭》永远不缺补丁,或者说是彰显



王广义 2005年作 可口可乐

在世人面前的伤痕,王广义的《大批判》则延续着革命的激情和对商业社会的反思;陈丹青、王沂东、杨飞云的写实一派,也存在着基于“根正苗红”的农民一样的质朴观,照样与他们的亲身经历脱不开。无论是当代性绘画还是古典写实的风格,生于五十年代的艺术家们都走着“我手写我心”的路,传达着一种大世界的观念,带着些许“梧桐一叶而天下知秋”的博大。



王沂东 1983年作 歌响



陈丹青 1988年 康巴汉子



杨飞云 1991年作《那时我们正年轻》



张晓刚《大家庭》

■艺界星踪

罗中立、罗丹父子解读“川美现象”

□姜长城

11月25日在北京798艺术区的“山艺术北京林正艺术空间”举办了名为《我们之间·青与蓝——罗中立、罗丹父子联展》,本次展览精选了罗中立和罗丹父子二人的精品力作同时进行展出,两代人之间的艺术表达的并陈和关联传达出一种浓厚的人文情怀和文化潜移。

在今天的艺术市场中,拉出活跃的艺术家的名单来列举一下,发现里面四川美术学院毕业的年轻艺术家群落颇成气候,无论在数量上、活跃程度上还是市场追捧程度上都有种遥遥领先的感觉。如果我们把这个称作“川美现象”,那么是什么原因造成了这种现象呢?支撑这个现象的潜在点有哪些呢?为此记者对罗中立和罗丹父子进行了专访,看看这两代人和出于他们各自的身份对这个现象是如何解读的。

罗丹是1981年出生的年轻艺术家,现正攻读四川美术学院油画硕士学位。“我觉得四川美术学院最大的特色就是学校的氛围是非常自由的,老师和学校都鼓励学生独立思考、创作,自由发展,师生之间和同学之间的思想交流很活跃、平等。同时学校的各个院系每年都有自己的展览安排,任何学生的作品都有很多的机会得以展示给同学、老师和外界的朋友。”罗丹如是描述他对学院的想法。当问及市场上的四川美院群体时,罗丹回答:“至于市场上那么多四川美术学院的艺术家原因,我想可能是因为川美出来的艺术家风格是多元化的,大家都有自己独特的面貌和艺术语言,并且也有很好的坚持。那么无论是收藏家也好、画廊也好他们都能在里面找到自己喜欢的那种。”罗丹一直强调学院为年轻人提供的支持和帮助的重要性,“比如坦克仓库,我觉得那个就是学校为年轻艺术家提供工作室的一个地方,你可以凭借你的作品来申请入驻。同时学校有自己的刊物《当代美术家》杂志也不断地为这些艺术家提供宣传平台。”



罗中立《接火把》 罗丹《摇滚狂潮系列》

罗中立可称为四川美术学院的资深代表了,他在成功之后勇敢地进行了风格转型,其转型也获得了学术界和收藏界同仁的认同和赞许,这在当前符号化严重的艺术界并不多见。当谈及转型有无承受压力的时候,罗中立坦言是要面临一定的压力,因为支持和认同你原来风格的朋友也许就走掉了,但是也会有新的朋友进来。“作为一个艺术家,转型与否是基于自身的艺术语言和创作风格的需要,是自身的行为,至于其他的因素和压力,则是不应该起到关键性作用的。”

作为川美现任院长,他对现在川美新一代的崛起有自己的看法。“首先是四川美术学院处在一个城乡结合部的位置,这里是这个城市中最具有活力、最生动和鲜活的地方,它不是中国发展中最光鲜的一面,而是各种现象杂处的状态。我们的学生走出校门就能观察和感受到这种来自现实的冲击力和鲜活度,这对于思维的触发和感受力的积蓄具有很好的先天条件。其二是四川美术学院没有中央美院等名校那样多的权威、大名头的师长,没有一个感觉不可逾越的大山压在那里。学生进入学校,师生之间是很平等的交流。而且我们不象其他学院那样有那么严格的训练序列安排,而是很早就鼓励学生一边练习基本功一边创作,要把日常的学习和感受及时表达出来。我是一个地方,你可以凭借你的作品来申请入驻。同时学校有自己的刊物《当代美术家》杂志也不断地为这些艺术家提供宣传平台。”

去,尽量安排配合。其三是我们学校在买下坦克仓库作为学生、老师和毕业的年轻艺术家的工作室,运营费用来自坦克库外面的店面出租,我把它比喻为四川美院的798。大家都可以凭借自己的艺术创作来提出申请,那里很大,可以容纳100多间工作室。我想在这方案里把内外机制打通,形成良性互动。我想这个原因是之三。”此外,罗中立透露坦克仓库还对全国的策展人和批评家开放,无论是四川地区的策展人,批评家还是之外的,只要提供出的方案经过考核审查就可以在坦克仓库拥有一个空间进行展览安排和进行相关学术研究工作。目的是通过这种形式使四川美术学院的学生能有个活跃、开放、多元的成长空间,而且这种内外机制的打通和在此基础上活动也有利于培养年轻艺术家的自信心,使他们毕业后能够很好的应对社会。

自由的空气、平等多元的交流、多方位的激励和支持机制,这些对于一个年轻艺术家来说是非常重要的平台和屏障,在这样的资源配备下有这样的一些面孔浮出水面好像不再让人觉得奇怪。但是市场有它自身的强势逻辑,所以最后还是要借用罗中立先生对于年轻艺术家们的忠告作为结束语:“对艺术家来说,艺术市场的价格就是个双刃剑,尤其在市场火热的时候,艺术家自己一定要保持冷静的心态和独立的思考空间,保持自己作品市场价格稳健的、合理的梯度,不要随着市场而频繁抬价、屡创新高,搞不好就会是一个毁灭性的打击。”

■收藏指南

艺术品投资收藏策略之一——对症下药篇

□左岸

每一个时代都有他们主流的推动引擎在主导着主流经济和社会的发展,增长,自由市场,科技,资本都是这个引擎中的关键因素,而在评测我们正处于并不断在变化、发展的这个时代的时候,信息或者说资讯被重点地提及且排名前例,也就是说知识经济时代资讯成为拉动增长的重要的几驾马车之一,在起着不可估量的作用,对于整个社会是这样,对于其中的艺术品投资也是这样。但是资讯从来不会自己言说,它们只对于那些适合的眼睛和大脑开放,所以实际上找到合适的、快捷的、有效的资讯,并且能精准地分析出其背后潜藏的逻辑从而指导自己的投资,这才是致胜的根本,有了这样的能力你才会成为这个社会的“知本家”。那么对于艺术品投资应该看那些资讯,又应该怎么分析这些资讯并从中做出评估以资助自我决策调整呢?这个很复杂,按常规我们这里只介绍那些简化版的,概括为艺术品投资调整的——对症下药篇。

首先是资讯选择。要是你是“眼见为实”圣律的信徒,那你当然就要去找到适合你观察和获取资讯的途径,平台无非画廊、拍卖行、博览会,途径无非购买、出售或者旁观,因为只有这些地方价格和购买行为才有可能被获取和观察到。要是你相信“兼听则明”,那你除了要去以上地方看之外,专业的艺术品分析杂志也是必要的资讯获得渠道,因为他们之所以被称为专业当然不能只是艺术界的八卦贩卖机,他们必须呈现出一个专业人士身份必须的客观、冷静和建立在尽可能的信息与数据覆盖面的把握的基础上来负责任的说话,当然这些话也许因为能力所限有时候未必全面、准确,可是综合多个人的看法总有些共性的东西呈现出

来,那那个时候就有了它的价值。上面是说获取资讯的渠道选择,那选择好平台后那些信息是最重要的呢?或者那些征兆可以拿来指导投资趋向和资本结构安排呢?最简单的就是盯人。其实所谓的资讯在不同层面的交易里面无非就是你确切的并且是尽可能比别人早的知道“谁在卖、谁在买”,进而顺藤摸瓜获知“谁想买、谁想卖”,也就是对渠道的了然如指掌。对于艺术品这样的交易门类,常常是你知道这样的三两个高端渠道,知道几个有效的“who to who”交易链就足以开始和发展自己的运营了。因为艺术品交易信息的不对等性,这样的机会始终存在在那,那么通过上面所述的信息获取渠道来获知这个资讯,它就可以转化为现实资本,但是这里是说你要做经纪人的时候的事情。

但谁都知道做中间人永远没有做好持有获利大,当然后者风险压力也大。所以其实知道“谁在买、谁在卖”可以用来作为自己投资结构和资本分布的决策和藏品调整的辅助杠杆,这个时候往往是买家的变化预示着未来的变化。每个不同的时期艺术市场有不同的主流买家,也就引导形成相应的趣味。作为一个投资者,你要想顺利的出货、获利,在购买的时候就要根据自己买家需求资讯做好资本投入分布规划。买家一般分为学术主导型买家、光环主导型买家和牟利主导型买家等大致几类。学术主导型的代表一般为美术馆、严肃收藏家、文化事业单位等,这些买家对于进入美术史的经典作品、高端精品具有永恒的兴趣,要是你想以这样的对象为目标且也有这样的资源,自然要为之做出安排,但是这个已经远远不是市场的购买主流了,需要甄别自身资源和优势做出决策。光环主导型的代表多为民营商业机

构、高端消费品制造业、新兴产业新贵们,他们的购买趋向一般是要选择具有广泛的认同度且之前已经被各种传媒和民间传奇搞的有着家喻户晓的知名度的物件。在这里,艺术品购买被作为一个合理避税和广告费用支出的实质效应换算的平台,实际上有很多时候中央电视台等媒体的广告费用标准成了购买艺术品行为为效应的衡量指标。只要购买轰动性的光环艺术品,在相关产业链中就有可能是个以少量付出获得巨大回报的纯财务换算的公关运营案例。所以要是这样的买家成为我们时代的主流买家,你应该知道准备先拿到什么样的艺术品,也要知道且拥有一些将其搞得家喻户晓的手段,那样你回报的可预期性和快捷性就要比选择其他品类的多。要是面对的是第三类牟利主导型买家,就比较麻烦。他们敏感的就是价格,包括差价、潜在升值空间等,你要是要和他们做交易,那么只好是自己有很好的眼力,以3:2:1的结构来购买年轻艺术家作品、中间型上升阶段艺术家作品和经典但没有被充分认可可是据你的信息渠道获知有权威人物、机构正准备推广他的艺术作品,在拍到手后一个是做好宣传但待价而沽,二是推动外在市场的发展,比如在你原有藏品不动的情况下间歇性的在展览之余购进、卖出相似类型作品,使这些门类始终热场,这样在虚拟价值上扬趋势形成的时候打包出货,不能允许其选择而是整体出让,一次性获得回报。

市场需求什么就供给什么好象是最简单的商业思维逻辑,只是在这里那些需求不是广而告之的,而是要去观察获得的。当然无论什么时代、什么产业,那些引导潮流和创建潮流的是最大的受益者,要是你能邀请别人过来不亦乐乎的玩你发明的游戏,那这些招数不淡也罢。