



自由从容  
才是真

6

星期一 Monday 2006.12.25  
特约主编:顾维洁 美编:陈泥

5

上海證券報

# 艺财经



不捧市场  
只谈问题 8

## ■业内论市

### 艺术市场 将走进平稳期

——访中国嘉德胡妍妍



□马学东

秋拍结束,书画板块萎靡不振,当代艺术品成交率低,但同时也爆出佛像热潮和油画新高两个亮点,普遍降温与高价出世,令艺术市场的迷雾依旧扑朔迷离,为2006年的艺术市场画上了一个充满悬念的句号。就此,记者采访了中国嘉德的中国书画部主管胡妍妍。

胡妍妍说:“从2003年-2006年这几年,书画市场经历了行情的从涨到跌,我们看的一个是山峰,先爬坡然后下坡。而现在,我觉得我们是走在山腰上,在山腰上还会不会下呢?这都是大家明年特别关注的。”她认为这个下降的幅度肯定是放缓的,对于整个市场,不说是重新洗牌,也会面临大面积的调整。对拍卖公司而言,能够卖什么东西,客户群和资源从哪里来,全要重新定位。前两年,市场好的时候,任何一个人随便从哪拿来什么东西都能够卖,但这个时代已经过去了。现在的市场已经表现出一个胶着的状态,大概与1996-1998年的时候差不多。她认为,在下一波高涨的行情前,市场的调整也要两三年的时间,而2006年应该算第一年的。对待当前的调整状态,比较悲观的人说可能要调整5年,胡妍妍表示不会那么长,应该在两三年的时间。

对于调整期的市场,胡妍妍认为这个调整期内也会有交易,而且价位不会回到2003年以前作品的价位。据业内统计,现在成交作品的价位要远远高于2003年的春季,基本应该跟2004年的春季、秋季是持平的。这说明艺术品的价格应该呈现出一个螺旋上升的趋势。

她认为国内艺术市场经历过这次重要的起伏之后,人们的心态会平和一点,下一次市场再拉动的时候,可能不会那么猛烈,在跌的时候也不可能那么陡。中国宏观经济一直在保持8%、9%的增长态势,而艺术品市场也应该是同步前进的。如果说其他的各行各业都是非常朝气蓬勃的时候,艺术品市场却是衰落的,这是不太可能的。

胡妍妍认为,随着艺术市场调整和发展,这个市场会被更加细分,收藏人群更加专业化,收藏门类更清晰,收藏者将会有更清晰的知识结构和投资方向。不像以前大家都是盲目跟风的情况,这也使艺术市场变得更加平稳一些,就不会有那么多陡升陡降的状况了。

## ■本周视点

### 艺术市场依旧呈现投资特征

上周,时已冬至,国内秋拍基本结束,从市场反馈看,普遍认为艺术市场从开始的爆发期进入调整期,但市场内对艺术品的热情依旧较多地停留在投资层面。2004年开始,大量资金流入艺术市场,推动市场迅速膨胀,虽然使艺术受到空前关注并蓬勃发展,但从消极的一面看,大多数人并不是站在热爱的角度上购买艺术品,目的在于投资,这使艺术市场呈现出投资驱动型增长态势。

中国拍卖市场过分强调了艺术品收藏中的投资保值等金融功能,

而多多少少忽视了艺术品的审美教育、社会人文等等功能。股票投资的行为被照搬到艺术品投资中,逢低吸纳逢高释出,完全是理性化的投机金融行为。从2004年起,艺术品价格被迅速抬高,在高额利润诱惑下,更多的资金进入这一领域,形成不断扩大的投资市场。投资增长继而推动市场对艺术品的需求猛增,刺激艺术家和艺术品以更快的方式迅速增长,二者相互作用,形成了艺术品的产能过剩。艺术市场越做越大,泡沫也随之膨胀。这虽然是需求

推动的膨胀,但这种需求是投资的需要,而不是艺术收藏的消费需求。投资驱动型资金增长,使艺术市场蕴含着极大的金融风险,真正的艺术消费微乎其微,这种状况积累到一定程度,将形成生产过剩的危机。那时如何获利出局?谁来接盘?当年日本高价从世界各地买回来的艺术品,在泡沫破灭后仅以1/3的价格售出,之后日本艺术市场便进入了长达10年的冰河期。

投资驱动型增长带来的不仅仅是最终泡沫破灭的悲凉,同时也造

成了对艺术本身的伤害。其一,这种过剩虽然催化了大量艺术家产生,但也造成艺术家整体质量下降;其二,艺术品信任度和安全感降低,不仅艺术品商人的信誉被看低,艺术也被丑闻化,严重破坏艺术的发展环境。

从今年秋拍看,虽然市场上呈现出理性购买的趋势,购买观念似乎成熟很多,但这种成熟,只是停留在艺术品投资行为方面,买家从短线投资转向精品化的长线投资,但整个艺术界的“投资”特征依旧。

## ■市场动态

### 艺博会开始新一轮竞争



将于2007年5月2日举办的中国国际画廊博览会(CIGE)已经向画廊发出了参展邀约。在2006年里,国际画廊博览会与艺术北京之间展开了激烈的竞争。这两个博览会在国内纷繁复杂的当代艺术博览会中均表现突出,使它们之间的相

互竞争,成为一场冠军之争。另一方面,由于地缘因素,无论谁赢,都确立了北京在当代艺术博览会上的优势地位。然而,来自上海的新消息,则给2007年的当代艺术博览会之争增加了一份悬念。

2007年9月5日,一个大型当代艺术博览会在上海举办,博览会的名字为“上海当代”,这个新成立的艺术博览会将包括来自世界各地的大约120个专业性画廊,而且被它的组织者描述为“完全不同于其他艺术博览会”的博览会。

“上海当代2007”(Shanghai Contemporary 2007),将由瑞士的

哈勃、巴塞尔博览会的前任总监鲁多夫,和已经在上海设有办公室的意大利波洛尼亚艺术博览会的组织者共同组织。虽然博览会的预算还没有披露,但是已被鲁多夫渲染为会是“大量的”,他还宣称他和他的同事期望为博览会在奢侈品产业方面找到大的赞助商。博览会将在延安路上的上海展览馆举办,面积将会在12,000平方米左右。另外哈勃说:“我们会从挑选我们想要展示的艺术品开始,接下来则邀请代理他们的画廊参加。从这个意义上来说,画家将不能直接进行申请。”哈勃认为,“目前,中国当代艺术的市场正

在急速发展,而美国和欧洲则在萎缩。在亚洲和澳洲,我们想为收藏家创造新的市场。从整个地区挑选艺术家,从印度到新西兰,并且通过作品展示活动去吸引西方观察者的注意力,同时也介绍西方的艺术家给亚洲收藏家。”

虽然新的一年还没有开始,但是各博览会的组织者已经四处奔走,为自己的展会宣传拉大了嗓门。作为2006年比较成功的博览会,国际画廊博览会与艺术北京的实力都已经充分表现,然而现在“上海当代”加入竞争,又给2007年的博览会增加了一层悬念。

## ■国际动态

### 艺坛新时尚——卡通

在2004年一级市场把村上隆和奈良美智的作品大炒之后,日本的年轻艺术家正在以各自的方式迅速地进入全球拍卖市场。

在日本,漫画(Manga)是重要的社会现象,而令人惊奇的是,它在法国也非常流行,法国成为了仅次于日本的第二大漫画消费国。漫画美学意味着媚俗煽情的街头文化,活泼、热情,具有搞怪而可爱的特征,通常被粗略的阐释为“好看的”。年轻的日本艺术家已经开始在他们的作品中使用这种流行文化,而且尽管这些作品是对西方“精英”艺术的某种挑衅,但是他们的作品还是进入了高端市场。事实上,他们的作品与安迪·沃霍尔的波普艺术有很多的共同点,正如安迪·沃霍尔将流行文化和大众消费文化的元素转换植入了丝网版画作品中,日本的年轻艺术家也是如此,只

不过那些被移植的元素并非全部来自西方。

村上隆(Takashi Murakami)是自葛饰北斋(Hokusai Katsushika)和藤田嗣治(Leonard Foujita)以来最为人知的日本艺术家。目前,村上隆在全球艺术家价格top100的排名中位列第31名,而其中的精品价格更在6年内有了大幅度地升值。例如,1998年10月12日其标志性的雕塑作品“Mr Dob”在伦敦佳士得拍出2600英镑(约3701欧元)的价格,2004年5月13日其同尺寸的雕塑“Dob's March”在纽约菲利普拍卖公司以3.7万美元(约3.1万欧元)落槌。除此之外,村上隆许多作品都被以不等价格售出,其中包括小雕像“Mister Dob”甚至以60到200欧元售出,其低廉的价格和不限量的制作则模糊了艺术和“衍生产品”(derivative



products)之间的区别。

Kaikai Kiki小组是村上隆在2001年建立的,由几位受到卡通影响的日本艺术家组成,如青岛千惠(Chiho Aoshima)、Mr. (Iwamoto Masakatu)以及高野绫(Aya Takano)等人。他们的绘画以强烈的时尚特征具有某种大众亲和力,受到市场的青睐。同时,2006年内他们在里昂当代艺术博物馆举办了首个欧

洲美术馆级的展示,也显示了其艺术方面的成就。

在Kaikai Kiki小组的影响下,新一代的日本艺术家也在不断涌现。例如会田诚(Makoto Aida),他的摄影作品已经卖到3千至6千欧元的价格。还有一些画家,例如Mika Kato和Koichi Enomoto,虽然尚未进入拍卖市场,但不仅吸引了公众的注意力,也开始引起收藏家的关注。