



15

2006年“艺术中国·年度影响力”
评选揭晓大会

星期一 Monday 2007.2.5
特约主编:顾维洁 美编:陈泥

16

上海證券報

艺财经



王沂东：
写实画派当吸收与传承共进

13

■本周视点

□书麟

2007秋季艺术博览会 短兵相接

随着国内艺术市场热度升温,艺术博览会成为颇具诱惑力的市场,2004年中国国际画廊博览会成交额2000万人民币,2005年总成交额5000万,2006年总成交额1.6亿,同年的艺术北京以2亿人民币创下国内艺博会纪录。艺博会无疑成为诱人的大蛋糕,于是各类艺术博览会纷纷粉墨登场。据不完全统计,中国国内目前每年大约有十几个不同规模和组织形式的艺术博览会。

2007年,艺术博览会的竞争更加激烈,形成了各大博览会短兵相接的局面。除了目前因分家和名称问题,争夺正酣的春季“中国国际画廊博览会(CIGE)”,曾独霸国内秋季艺术博览会头把交椅的“艺术北京(Art Beijing)”国际艺术博览会,也将于今秋碰到强劲对手。

将于2007年9月6日到9日在上海展览中心举办的“上海艺术博览会国际当代艺术展”,将由意大利博洛尼亚展览公司组织,巴塞尔博览会前任总监鲁多夫主持。组织者强调,这将是国际化、专业化的高品质当代艺术博览会。这无疑将与将于9月20日到23日在北京农业展览馆举办的“艺术



北京(Art Beijing)”发生直接冲突。上海艺博会的国际路线可能带来更多国际资源的支持。而“艺术北京”背靠北京的人文环境和艺术资源。一个月,两大艺术博览会形成南北对峙的局面,对双方都将是严峻的考验。

对此,“艺术北京”负责人董梦阳十分乐观,他表示,“艺术北京2007”将以不变应万变,先做好自己的工作,

同时强调上海艺博会即使由巴塞尔艺博会总监主持,其本质上依旧是走的商业路线,而“艺术北京”则肩负着文化和精神使命,不是一次单纯的商业博览会。二者是海外的资源和本土资源的关系,加之资源本来就是可以共享的,因此谈不上会产生争夺,倒是可以利用这个机会多学习国际上先进的操作方法。

□邱家和

■市场动态

莫干山路向“M50”蜕变

莫干山路50号,在上海诸多创意产业园区中是当仁不让的领袖。不过当记者采访金伟东总经理时,他却诉起苦来,像全国许多同类的“创意产业”园区一样,他们受到舆论的密切关注,也受到热衷“创意产业”的地方政府带来的强大压力,而令园区管理当局最头痛的,也是媒体关于艺术家抗议租金上涨的报道。

2000年的上海双年展期间,艾未未、冯博一在这里的大仓库里组织了针对双年展的“外围展”《不合作运动》,引起了外界的强烈关注。不久,香格纳画廊及其签约的画家如周铁海、丁乙等人入驻,更使这个艺术家工作室集聚的院落,逐渐成为上海当代艺术的桥头堡。

随着莫干山路的名气,这里不仅聚集了一些活跃的画廊比如比翼艺术中心等,各类从事建筑、装潢、服装、家具设计的设计公司也纷纷入驻,甚至一些时尚的服饰店、艺术书店、音乐商店也相继冒了出来,成了一个时尚地带。2005年,莫干山路正式定位成

“M50创意园区”。在“创意产业”成为“风尚”的今天,各地政府对那些艺术家集聚的地区的高度重视,使之面临强大的产业化压力。北京的宋庄、798等地都相继传来了许多新闻,莫干山路也不能置身事外。金伟东向记者坦言,面对提升“创意园区”的社会效益和经济效益的种种压力,他反对简单地提升租金,因为这样的提高效益的做法空间十分有限。他说:“我们现在考虑的,不是如何把这个地方的短期收益最大化,而是怎么维护和发扬莫干山路这个品牌,把这个品牌的延伸功能做好。”因此,他们在去年委托专业设计公司作了系统的品牌设计,把“M50”定型为品牌标识。他们去年还获得了国家有关部门对莫干山路作为全国工农业旅游示范点的认定。他认为这提示了品牌经营的方向,他们正在酝酿开发“M50”的旅游产品的计划。

关于“调整租金”的问题,金伟东介绍,他们的意图是让这个创意园区“流动起来”。要让艺术家有进有出,

在原合同到期时他们会对一些艺术家提出提高租金的要求。他解释,莫干山路因为历史的原因以及承租方的性质的不同,租金落差很大,但他们今后还会对艺术家的工作室采用比较低的租金标准。他们希望借助租金的调整,有利于塑造“M50”的品牌。



■国际动态

第三届奥克兰三年展启动在即

□文/深红

奥克兰三年展是新西兰最重要的国际当代艺术盛典,他最早始于2001年,由奥克兰艺术馆主办,一直致力展示当代新西兰及国际艺术,为新西兰艺术家与国际上的艺术家提供了一个对话平台,显示新西兰日益加强的与国际艺坛接轨的力度。自2001第一届奥克兰三年展“明亮的天堂”开展以来,这个每三年一次的盛会齐集了来自14个不同国家的70位艺术家,吸引了超过3万名参观者并引起了国际媒体的广泛关注。2007年伊始,第三届奥克兰三年展启动在即。此次三年展盛典将在2007年3月9日开幕,将分多个场地进行,来自20多个国家的40名艺术家,包括大名鼎鼎的国际级艺术家诸如入选特纳斯奖决赛的伊萨克·茱利安(英国),费尔·克林斯(英国)和威利·多赫蒂(北爱尔兰),莫纳·哈托恩(英国/巴勒斯坦),费昂娜·哈尔(澳大利亚),长征计划(中国)以及卡洛斯·哥雷克阿(古巴)同包括尚科顿,谭友京和约翰·



普勒以及新西兰的9名本土艺术家一道将在这里展示之前从未在新西兰展出过的大作。

著名的国际策展人维多利亚·林恩表示,第三届奥克兰三年展主题将是动荡。“我们生活在一个动荡骚乱的时代。我们的文化和政治环境是如此的复杂而不可预测。艺术家们在这个展览中将展现他们在日常生活中的情绪波动,对我们人人抱有的希望和恐惧做出了回应。由他们创造的审美介入为我们提供了另一种主动且重要的角度来看这个世界”,“动荡的主题包括了先辈与流放者的故事,流转于文字和想象空间的旅程,以及对存在性的脆弱的反映,还有人性对抵制和顺从的尺度。”

■业内论市

拍卖洗牌 谁吃谁

——北京匡时国际拍卖公司总经理董国强专访



□姜长城

由雅昌网发起、全国20家艺术媒体共同主办、有专家及网民参加评选的首届艺术界年度影响力评选结果在日前揭晓,北京匡时国际拍卖有限公司荣获“年度拍卖公司”奖项。而在不久前,由《中国收藏》杂志、《收藏拍卖导报》共同评选的“2006中国收藏风云榜”上,唯一的“年度拍卖”奖项也授予了匡时。回顾2006年,匡时的荣誉和影响力远非这些奖项所能涵盖,是什么让这个拍卖业的新锐星光熠熠呢?记者为此采访了匡时总经理董国强先生。

服务至上的品牌推广

“和大部分只注重销售推广的拍卖公司不一样,我们更加注重的是品牌推广,而这个品牌的核心则是服务”,这是匡时的总经理说的

第一句话。他认为拍卖公司本质上提供的是服务,而匡时的运营理念是“服务,全心全意”。作为一个业内的行家,董国强认为服务的达成基于两点:专业和规范。专业依靠的是匡时的资深专业团队和敬业精神,规范靠的是公司体制的严谨和对拍卖流程的控制。

做事基于对行业的热爱

董先生认为匡时做事情是基于对于艺术行业的热爱。这从匡时出资赞助中国美术馆举办的“刘海粟回顾展”和“艺术北京”年轻艺术家专区可以看出他们对艺术的责任感。当记者问到匡时的创新和思路或许会被更多的竞争对手模仿是否会感觉到压力时,董国强说:“如果我们的做法是正确的,对规范市场和推动文化是有贡献的,我欢迎别人模仿,那样我们会更有动力、更有成就感。”

关于拍卖行业重新洗牌话题

对于业界广泛议论的2007年拍卖企业重新洗牌的话题,董先生认为“其实洗牌从未间断,现在被提出来只不过反映出大家的愿望更强烈而已。因为不满意,所以洗牌的呼声高。但是洗牌的过程,我认为一定不是简单的大吃小、快吃慢,而是正确吃掉错误”。