

Arts Investment

中国当代艺术需要完整的产业链

——访亦安画廊张明放

◎本报记者 邱家和

在参加9月“上海当代”国际博览会的上海本地画廊中，在中外艺术媒体上投放广告的，也许只有亦安画廊一家。画廊老板张明放在接受记者采访时坦言，参加博览会的展览方案尚未确定，因为他希望参展艺术家能拿出新作品来。不过，画廊却在中外艺术杂志上投放参加博览会的广告，宣传画廊推出的艺术家，包括景柯文、罗茎木、罗永进、马良、韦嘉、尹朝辉、尹朝阳、尹朝宇、赵继锋、周春芽、朱浩等。

亦安画廊的开幕展是2000年11月的群展，在推广当代艺术家为主的上海画廊中资格较老，仅次于上海香格纳画廊。画廊也是较早引入摄影作品的，2003年就举办了《没有问题——10个年轻摄影家

展》以及《1:1——平遥国际摄影节》等展览，当年展览的数目从往年的每年5个一下子增加到8个；2004年举办了颇有影响的《写真——日本当代摄影展》；到2006年，全年共举办了13个展览，包括参加在北京、台北、墨尔本、马德里等地举行的艺术博览会，还在香港设立了分支机构。画廊合作的艺术家近30位，包括陈墙、韩磊、洪磊、罗茎木、马良、马六明、欧阳春、曲丰国、韦嘉、徐累、尹朝阳、章剑、周春芽等，还包括季大纯、史金淙等当代艺术家。

从收藏中国书画与当代艺术作品到办起画廊的张明放，回顾画廊开办近8年来的经历，慨叹艺术市场环境完全变了：当代艺术市场从冷清到火热、艺术品的拍卖与交易价格飙升，带来了艺术家与画廊、

拍卖行与画廊、画廊与画廊的恶性竞争。在扭曲的价格刺激下，圈内人变得十分贪婪，使市场秩序受到破坏。他强调，与国际当代艺术大师的作品比较，也许中国当代艺术作品上千万人民币的拍卖纪录还不算高，但是，艺术品的高价成交，需要一个完整的产业链来支撑，需要高额收入与利润在行业内的合理分配，需要硬件与软件配套，需要良好的产业环境。他认为中国缺少这样的产业链与市场氛围，因此近年来当代艺术的价格直线飙升，扭曲了供需关系，会破坏市场。他认为，在21世纪，中国当代艺术还是少数中国人能与别人较劲的领域，他呼吁社会各界与政府重视当代艺术市场的建设。

他说，亦安画廊依靠国际化的消费群，上海当地的藏家不多，所以



会去参加国外的博览会，在中国香港设立分支机构。他认为，由于税收、商业环境的关系，中国香港一定会是一个重要的交易中心，他们在中国香港的机构就运转得不错。最近在欧洲考察艺术市场时看到了许多参加“上海当代”的外国画廊，很想和他们交流，因此对这次博览会抱有热切的期望。当然，博览会的成果会怎样还有待观察。

近在欧洲考察艺术市场时看到了许多参加“上海当代”的外国画廊，很想和他们交流，因此对这次博览会抱有热切的期望。当然，博览会的成果会怎样还有待观察。

请问 你建美术馆了吗？

◎姜长城

无论是说从众心理也好，与上流标杆打成一片也罢，向来是政府指引方向企业心领意会的默契双簧。在文化创意产业的大旗下企业对锦上添花的传统爱好多有发挥，比如在中国文化和艺术地位上升、民间大国崛起情绪膨胀的状况下，建个美术馆如今就成为众多企业玩的很High的运动。

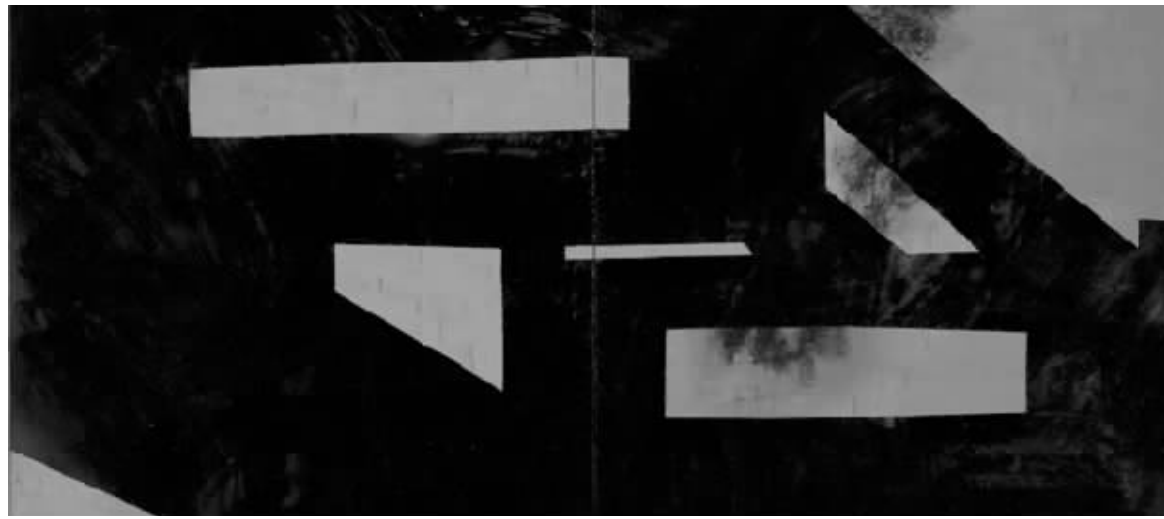
以最近的案例来看，已经启动“现场张江”活动的张江当代艺术馆成立于2006年12月，地处上海浦东的张江高科技园区，是在一种融合现代科技与当代艺术的构想下实现的。在遥远的鄂尔多斯，当地的江源水务工程有限责任公司也投资建设了鄂尔多斯美术馆，占地2300多平米，设施先进，且立志于为宣扬中国当代艺术、增进与世界各国人民的了解和友谊做贡献。而刚刚在7月31日举行了签约仪式的“青城山·中国当代美术馆”也是在青城山—都江堰国际休闲度假旅游区玉琴岩遗址110亩破土动工，投资方为四川广居民生实业有限公司。

现在中国企业的艺术馆建设热情正呈由中心城市向二级或者中小城市扩散的趋势，而一直挂在嘴边的政府税收优惠政策缺失或者力度不够的问题，好像并没有对这股热情产生扼杀性的影响。历史上地方企业或者个人具备实力后赞助、支持和弘扬地域文化的现象比比皆是，这和多年前海外华侨要捐助故乡的基础教育是一个缘起。而眼下文化整合营销作为一种备受重视的策略也被企业界广泛接受。无论对在地企业还是跨国公司而言，要想打开地域市场、拓展客户关系、培育顾客忠诚度，除了常规的广告和公关策划攻势外，最有效的途径就是支持在地文化的发展。而随着中国艺术地位的国际性提升、艺术品市场的节节上扬和对艺术活动趋之若鹜的国内外媒体体系的放大效应，赞助艺术、建立美术馆，无疑已经成为企业非常规范品牌建设和整合营销的法宝，而且通过艺术活动的举办可以增加有效人脉资源接触、融洽政府关系、吸引潜在客户以及增加品牌知名度和可辨识度，最后自身拥有的艺术品在一定的时期还可以兑现获得现金流的支撑。如此种种，再加上与常规宣传和公关费用的横向性价比的权衡，这样一来天平自然就会向艺术馆建设倾斜，何况还有合理避税功能的现实考虑。

就如国际投资者要热追中国概念股一样，企业也是要热捧艺术行销股，如果在运用艺术达到整合行销和品牌建设的目的之余通过专业化运营融入和回馈在地文化，参与并支持艺术生态的创新发展，那实在是艺术幸甚，人们幸甚。所以以后要去会见企业是不是不忘问一句：请问你建美术馆了吗？

春拍回眸

王怀庆“意象油画”市场走强



◎董岳

以吴冠中、王怀庆、陈钧德、苏天锡等为代表的“意象油画”创作群体，在近期的市场中已出现了一定的涨幅。在2007年春季的拍卖市场中，除了一直领涨市场的吴冠中外，尤以王怀庆的作品为涨幅巨大的新兴潜力股。

王怀庆是“意象油画”的代表

之一，其创作沿着吴冠中的道路，试图拓展中国油画当代性的新途，其代表性的作品介于传统与现代之间，形成了独特的个人面貌。其作品很早就进入到海外的一级市场画廊中，之后一些亚洲地区的画廊也开始全面代理其作品。从2004年起，王怀庆的作品价格上升明显，形成了新一波的价格行情。近年来无论在一级市

场的画廊还是在二级市场的拍卖行中，其作品都呈现出愈加活跃的交易态势，价格涨幅迅猛。到2006年，王怀庆油画作品的上拍量为15件，全部成交，成交金额为3357.4217万元，说明其作品的买气十分旺盛。而在其个人作品成交价排行榜中，前10位的价格都得到了刷新。如中国香港苏富比推出的《夜宴图系列之四》

(2006年作)成交价为582.576万元，北京诚轩的《相对有声》(1992年作)成交价为495万元，中国香港佳士得的《三味书屋》(1995年作)成交价也达428.24万元。

2007年春拍他的表现也极为突出，作品的上拍量为8件，成交率为100%，总成交金额达3599.07万元。相较于上年，上拍的作品少了近一半，成交金额上却高于上年整年的成交总额，均价达到了449.8838万元，王怀庆个人作品成交价格排行榜的前10位中也有5位得到了刷新，其中前3名的成交价均突破了往年。如上海泓盛推出的《房中房—韩熙载之床—夜宴图系列之三》(2002年作)成交价格为929.6万元，台北中诚的《三双半筷子》(1998年作)成交价为813.772万元，《像似椅子》(1999年作)在中国香港佳士得以752.4万元，都超出了之前由《夜宴图系列之四》(2006年作)在2006年中国香港苏富比秋拍中所创下的582.576万元的历史最高价。以上数据可见，王怀庆的意象油画作品在近年来的价格升势十分明显，整体价值升幅巨大。

古籍善本：拍卖市场中的“蓝筹股”

◎学东

2007年春拍“古籍善本”板块整体的市场行情可以分成两个区域市场进行考察。北京拍卖市场上，中国嘉德的“古籍善本”专场拍上了84件，北京翰海的“古籍善本”专场拍上198件，北京海王村上拍492件，北京德宝的“古籍善本”专场拍上了362件，北京保利是首次增设“古籍善本”专场拍卖，此次上拍411件，中安太平上拍390件。北京地区拍卖公司“古籍善本”的上拍总量达到1937件。而在2006年同期，中国嘉德、北京德宝、北京海王村、北京瀚海这4家拍卖公司(中安太平拍卖没有成交纪录)“古籍善本”上拍总

数为1714件。上海拍卖市场上，上海嘉泰“古籍善本”专场拍上358件，上海敬华“古籍善本”专场在截稿前没有拍卖结果，上海国拍“古籍善本”专场拍上402件。上海地区春季拍卖上拍“古籍善本”760件。去年同期上海这三家拍卖公司共计上拍“古籍善本”1195件。综合看北京、上海两地拍卖公司“古籍善本”专场拍上2697件，去年同期上拍2909件，上拍数量只有小幅的下降。从成交数量看，中国嘉德、北京翰海、北京海王村、北京瀚海这4家拍卖公司成交数1276件。去年同期这4家拍卖公司成交的“古籍善本”数量

是1123件。上海嘉泰、上海国拍、上海敬华这3家成交数是576件，去年同期718件。8家公司“古籍善本”成交的数量1852件，去年同期成交了1841件，成交数量小幅增加。综合计算，2007年春季拍卖市场中“古籍善本”总的成交率为69%，2006年同期的总成交率为63%，可见“古籍善本”板块整体成交势头小幅抬升。从成交高价来考察，中国嘉德的明末毛氏汲古阁刻本《湘山野录三卷续湘山野录一卷》以459.2万元成交，夺得第一高价。宋刻本《五灯会元存卷六至卷十》也以414.4万元成交，占据了“榜眼”的位置。元刻本《苍崖先生金石例十卷》以414.4万元被藏家收入囊中。此外，匡时拍卖

的《赵孟頫书札六帖》以396万元成交，北京翰海的《般若波罗蜜菩萨教化经》以291.2万元成交，上海嘉泰拍卖的《施蛰存北山楼藏汉魏晋唐宋元碑版拓片专辑》以198万元成交。从成交情况来看，宋刻本、明刻本仍然是“古籍善本”板块的热点，尤其是那些经过历代藏家递藏、流传有序，并且经过重要藏家批注、题跋的刻本继续受到了市场的追捧。名人书札、信札受到藏家的青睐，既有收藏价值，又能满足学术研究的需要，已经成为“古籍善本”板块新的增长点。

整体来看，今年春季拍卖市场中“古籍善本”继续小幅走强，显示了极好的成长性。

国际动态

国际大师的素描、版画及复制作品受青睐

◎艺译风

自从1990年达到了价格顶峰以后，早期大师的作品价格已经失去了以往的辉煌。它们没有再回到往昔的巅峰，而且价格指数也仅仅是17年前的一半，但是市场的紧缩却不能阻止藏家对某些特殊作品的偏好，它们偶尔会拍出令人振奋的价格。自从2000年以来，许多亿万富翁在拍卖的舞台上争相追逐，拍卖天价屡见不鲜。其中鲁本斯(Peter Paul Rubens)的作品在2002年的卖价最高：伦敦苏富比上拍了《屠杀婴儿》(The Massacre of the Innocents, 1608-1609)，以4500万英镑落槌。卡纳列托(Antonio Canal Canaletto)威尼斯风景也同样吸引着欧洲的收藏家，在

过去的17年中，他在拍卖中的总交易额超过了1.667亿欧元。大幅幅的作品(超过1米)现在的价格要高于上世纪90年代，2005年他的一件作品创造了1665万英镑的个人纪录。15、16世纪的艺术家在市场上的作品更加的匮乏，卡斯·克拉纳赫(Lucas I Cranach)、安德里亚·曼坦那(Andrea Mantegna)、列奥纳多·达·芬奇、米开朗基罗的签名作品就更是凤毛麟角，难于企及。同样的情形也会出现在素描等稀缺性更高的艺术品拍卖中，它们往往能够以天价易主。米开朗基罗自1990年以来总共只有6件用墨水或炭笔创作的绘画，其总价值却超过3240万欧元。2000年7月在伦敦苏富比，米开朗基罗的一件素描卖出最高价格740万英镑。

他的作品Leonardo da Vinci在一年后也达到了同样的高价，在过去的10年中，米开朗基罗Michelangelo仅仅有3件素描作品上拍。早期大师的油画和素描的市场是紧缩的，但伦勃朗或者弗朗西斯科·戈雅·伊·鲁辛特斯(Francisco Goya Y Lucientes)的铜版画却有点泛滥。例如，戈雅的铜版画就经常出现在拍卖会上。《战争的灾难》(Disasters of War)系列有80张作品，在6月1日汉堡的拍卖中，总成交价62,000欧元，平均每件775欧元。委勒的作品也很受欢迎，卖价从1000欧元起。6月28日，作品Woman on a horse and the Landsquien(10.2 x 7.2厘米)在巴黎以2350欧元落槌。《亚当与夏娃》(Adam and Eve)(1504)是

一件令人追捧的作品，曾多次突破10万美元大关。去年12月在伦敦佳士得卖价55000英镑(逾81000欧元)。伦勃朗的版画，是最丰富的收藏品，创作时段延续40年之久(1628-1665)，有大量的印刷版本，一些印刷品的价位甚至高过素描稿。例如，Three Trees(1643)就在2006年6月9日卖得25.5万欧元。伦勃朗的版画是他成为拍卖中最活跃的艺术家，自从1990年以来有5400件作品于拍卖会上易主。恰如篆刻签名一样，藏家都很珍视作品的完成情况和保藏状况。入行新手发现早期的绘画作品很难去把握，它们的情总是摇摆不定的。市场行情也总是在经典作品和风险作品之间上下波动。

业内论市

东大名创库首次参加艺博会

◎本报记者 邱家和

上海的东大名创库，与其他参与“上海当代”国际博览会的画廊不同，从未参加过国内外的各种艺术博览会。据创库的负责人郑为民先生解释，这是因为创库作为非营利机构，有别于普通的画廊。不过这次他们破例参与，将在博览会上推出张大力的雕塑“人和动物”系列。

据郑为民介绍，东大名创库2000年11月办首展，定位就是推广支持从事当代艺术的艺术家。创库每年举办一到两个群展，一到两个个展，一个两个与国外艺术机构的交流展，至今已办了二十多次展览，还有十几个艺术个活动。他说，我们与画廊不同，做展览的出发点，不纯粹是为了商业利益，挑选艺术家也主要从主题与策展的角度，而不局限于艺术经纪的代理关系。我们也做一些收藏，也有一些客户并对他们做推广。我们还有赞助机构，赞助我们主办的艺术展览和活动。

创库既吸引国外艺术家来创库做展览，也把中国艺术家介绍到国外。这里举办的大多数展览有专门的策展人，已经参与过的外国策展人有四、五位。其中最具有代表性的是“迁移嗜好者”系列展览，从2005年起第一个展览在东大名创库展出，去年在新加坡做第二个展览，今年则在威尼斯双年展作为其独立项目单元，由12个艺术家在威尼斯的各个公共空间做展览，策展人是塞尔维亚的比利安娜，一个多年在上海工作生活的独立策展人。郑为民透露，这个展览将作为创库的招牌展览一年年做下去。

他说，这里展出的许多作品现在还不能卖。创库虽然不是以营利为目的，但也是一个经济实体，钱也很重要。不过，除了做市场流通的东西之外，创库也要做未来市场流通的东西。我们参与一些艺术家的创作计划，其中30%是上海艺术家。我们不想做一个为藏家服务的公司，而是做一个挑战藏家的艺术机构。

他说，他们在博览会上主推张大力的雕塑，但他不是什么雕塑家、画家或者摄影家，他是观念艺术家。他的著名的“对话”，可以说是行为艺术(在北京的街头喷头像)也可以说是摄影；他的“第二历史”、“100个中国人”系列、拷问真人，参加过去年韩国的光州双年展。“人和动物”这批雕塑共10件作品，表现了作者的某种情感，他总是在表达上探索某种合适的表现方法。这次展览的策展人是今年在上海定居的美国人马修。

他自豪地说，在东大名创库，张大力的、杨茂源等艺术家多次举办过个展，我们和他们一起往前走，觉得很有趣。他对博览会也抱有期望，他说，上海有望成为当代艺术中心，从小的空间到大的环境，只要有平台，有众多的社会力量参与，艺术家还是很容易带动的。

市场观察

又是“来，我给你个机会！”

◎左岸

2007年11月8日至12日在纽约举办第一届年度亚洲当代艺术节，从此那些热衷于参与国际事务或者总要国际化简单的沾点边的人们，又多了一个平台。可是不知道怎么回事让人有点崩溃，混到今天的中国艺术市场依然是要对“来，我给你个机会！”如聆圣音？

曾几何时，我们的艺术市场经营惨淡，那些历史久远(其实也就是10来年)的画廊大都是惨淡经营挺过来的。而今终于迎来了中国当代艺术暴发的第一天，北京也终于跻身全球艺术市场的中心行列，我们的艺术家也是大展频频，绝对是国际化亮相，高兴的话可以将自己的展览开到任何资本能够达到的角落，也就是说如今的北京和中国艺术家并不缺少国际化的关注度。可是即使是在这样的一个环境下，我们的一些画廊依然是对于海外的机会趋之若鹜，颇让人想起那个台词“来，我给你个机会！”。国际化是个很必要的词汇，但是不代表说你的脚曾经踩在迈阿密的沙滩上你就国际化了，国际化是一种机制，是一种价值链条的开发、传播和掌控，借由智慧和资本的运作将一个完备的理念和模式推送到国际空间中去。

据说好多的国外展览都是要先交一个价格不菲的申请费用，有的机构如果申请不成功费用还不退还，真是蛮有权威。但是这个世界上真正掌握权力和人脉宝藏的其实也就那么几个人。英国伦敦的《Art Review》杂志连续5年推出了THE POWER 100的评选名单，在这5年中人们可以看到在这个名单中大部分的房客都是熟面孔，新人的出现绝对是凤毛麟角，那些层出不穷的国际大展主办方又是从哪里来的呢？他们真的具备如所说的那样的能力吗？如果不具备那参加这样的活动的意义又在哪里呢？所以说中国的艺术市场运作人士们是不是该到了需要严谨一点的时候了，先看清事情的真实状况再决定什么好像是最基本的素质。如今的中国不是一个沾点外来气息和异域风情就会激动若狂的时代了，如果还有那种迷信未免有点天真的可爱。

当然，任何高品质的海外活动的举办对于中国当代艺术都是有所助益的。将在11月份举办的亚洲艺术节如能成功举办和创意化操作，那对整个亚洲包括中国在内的当代艺术推广帮助将是很大的。就像商业体系中苏富比和佳士得的亚洲当代艺术的概念推动一样，如在一些博览会和艺术节中将这些概念非商业地发掘出来，那无疑是一件了不起的事情。对于整个亚洲艺术与欧美艺术的交流，对于增进互相的了解都是一个很好的机会。所以我们希望越来越多的海外艺术展览或者博览会不要仅仅是居高临下给谁个机会，而是要真正的承担起自己的利益获得所应付出的责任和义务，否则大部分中国人已经学会熟练的说“NO”了。