

除了股市、房市,您还应关注艺术品市场

上海证券报 | 与 www.cnstock.com 即时互动



### 首届上海电子艺术节即将开幕

详见 B10



### 苏富比中国当代艺术品拍卖刷新纪录

详见 B11



### 方力均:自由的通路只有一条

详见 B12

特约主编:顾维洁  
艺术市场投资分析专家:赵力、顾维洁、John Tancock(唐冠科)、龚继遂、罗江  
艺术市场投资分析员:马学东、董岳、姜长城、孙国胜



岳俊君的《公主》在纽约苏富比 2007 年秋季拍卖会上以 194.5 万美元成交

◎赵力

近来关于艺术市场的泡沫问题再度成为坊间的热点,而在网络上有关艺术市场的泡沫话题又直接与中国当代艺术挂上了钩,这种观点认为中国艺术市场已经积累了足够的泡沫,而泡沫的始作俑者就是价格不断暴涨的中国当代艺术作品。

#### 市场泡沫还未到秋后算账时

事实是关于艺术市场的泡沫化已经成为一段时间以来老生常谈的话题了,伴随着 2003 年以来中国艺术市场的发展进程,这个话题也被人们不断提起。值得注意的是人们在谈及泡沫化的时候,似乎总是想要找到那个制造泡沫的“罪魁祸首”,或许它的潜台词是一旦泡沫破灭,这个“罪魁祸首”理所当然就可以成为千夫所指的“替罪羔羊”。中国书画是最早被揪出来的“祸水”,现在则轮到了中国当代艺术。然而,就像一些人所说的“啤酒本来没有泡沫,泡沫只是倒酒的人倒不好才倒出来的”,以此而论,泡沫并不属于那些艺术作品,市场中的人为因素才是泡沫的制造者。

正如笔者之前的文章所述,“现在还没有到秋后算账的时候”,因为目前的市场仍处于不断发展的过程之中。众所周知,在市场急剧发展的过程中总会伴随着泡沫的生成,这一点是不言而喻的,因此接下来的关键问题是市场机制是否有可能在制造泡沫的同时,又能不断地消减这些泡沫。

#### 价格暴涨有其必然原因

以中国当代艺术而论,近期价格的暴涨已经成为不争的现实,然而现实价格的高低无疑又具有可比的特性,换句话说说现在的高价是对应于过去的低价而表现出来的。事实是在 2004 年之前,中国当代艺术作品的价格普遍

## 中国当代艺术行情“泡沫”仍将延续

我们对于中国当代艺术的旧有市场经验既无法适应中国当代艺术在 2005 年的“补涨”行情,更无法适应中国当代艺术自 2006 年以来从“补涨”行情迅速发展为“领涨”行情的市场结构性的演变。我们的初步结论是,在流动性过剩和中国艺术市场结构调整偏好发生改变之前,中国当代艺术品的高价状况仍将延续。



张晓刚“血缘”系列作品《血缘·同志》在纽约苏富比 2007 年秋季拍卖会上以 250.5 万美元成交

偏低,这种价格的偏低不仅对应于其它艺术品的价格水平而言,也对应于中国当代艺术品的自身艺术价值而论。以内在价值来看,中国当代艺术的创作无疑是近年来最活跃的领域,同时也是中国艺坛最有代表性的方面,这一点有目共睹。因此中国当代艺术的价格暴涨,既是市场热点此消彼长的结果,又是其内在价值被发现并迅速取得共识的结论。

同样的事实是,我们的确对于中国当代艺术

的市场经验仍停留在此前的市场狭小、价格偏低的旧有层面,这种经验既无法适应中国当代艺术自 2006 年以来从“补涨”行情迅速发展为“领涨”行情的市场结构性的演变。从全球艺术市场的宏观角度来看,当代艺术无疑已经奠定了其在当下市场结构中的中心地位,而且这种结构性的转变趋势仍会愈演愈烈,伴随着这种转变的趋势,当代艺术的价格飞涨也成为了一种必然的结果。

#### 要以全球化视野分析中国市场

事实是中国当代艺术的价格暴涨,不仅是全球艺术市场发展趋势的区域性反映,也是中国艺术市场在全球化背景下融入国际市场的具体成果。而从现实情况而言,中国当代艺术在纽约、伦敦、巴黎等国际艺术中心登堂入室而迭创新高,既证明了中国当代艺术所具有的国际化的市场特质,也反映了其高价取得的是在中国、海外购买力合力作用的结果。

而从市场内部体制加以观察,自 2004 年以来的中国当代艺术市场在急速发展的过程中,也急速完成了其自身的调整转向。从 2004 年“普涨”的行情,到 2005 年“名家”的行情,再到 2006 年以后越来越明确的“名作”行情,市场已经通过一系列的内部调整从速地优化了其结构。而从这个意义而言,基于艺术价值的普遍共识基础之上的中国当代艺术的高价,或许有了更多的实在理由。

#### 流动性过剩催生市场泡沫

回到泡沫的话题,当下的中国,在流动性过多、通胀预期加剧的现实情况下,在中国艺术市场逐渐向投资型市场过渡的现实背景下,购买者个体的理性行为就是尽可能地买入资产以避免货币贬值带来的损失,然而这些个体的理性行为的总和或许会带来非理性的市场结果,从而生成出大量的资产泡沫。单纯从价格角度而言,中国当代艺术品的价格已经处于一个历史性的地位,但如果我们站在大类资产选择的角度来衡量各类资产的价格水平和投资成本,随着中国当代艺术市场的价格透明化、流动性增强、真伪易辨,其进入的门槛也在进一步降低,与股票市场、房地产市场以及各种金融投资衍生品相比,其投资的正效应也在进一步放大。因此在这种情况下,研究资金流动背景下的艺术购买者心理和行为,或许要比研究现实价格的高低对于判断艺术市场未来发展更加有效,而对于市场是否泡沫化的研析,在中国当代艺术处于历史高位的情况下,我们也只能也必须从市场趋势结合艺术品内在价值的角度来进行。我们的初步结论是,在资金相对充裕和中国艺术市场结构调整偏好发生改变之前,中国当代艺术品的高价状况仍将延续。



张晓刚的《创世篇——一个共和国的诞生》在纽约苏富比 2007 年秋季拍卖会上以 306.5 万美元成交

■记者观察

## 中国公共雕塑需要专业推广者

中国的城市化建设越来越快,但城市之间越来越像,无差别的现代建筑充斥着各大城市。何以能体现城市特色?何以能让公众与城市精神密切结合?人们对于城市公共空间开始进行思考。

◎本报记者 杨琳

近年来公共艺术一直都是一个人们经常提到的术语,随之而来的就是对公共空间的关注。随着我国经济的飞速发展,以北京、上海、广州等为中心的大城市也加快了城市化的建设。最为直接的体验就是城市之间越来越像了,这种无差别的现代建筑充斥着各大城市。何以能体现城市特色?何以能让公众与城市精神密切结合?人们对于城市公共空间开始进行思考,这也正是后现代社会中人们强调主体性的表现之一。

我们一般把具有开放、公开特质的、由公众自由参与和认同的公共性空间称为公共空间,而公共艺术所指的正是这种公共开放空间中的艺术创作与相应的环境设计,这种设计在很理想的情况下就是一种总体的规划,它涉及到空间内每一个因素,这种整体性掌控确保了实施结果的匹配性和无争议性。

中国各大城市中到底有没有公共雕塑?回答当然是肯定的,问题就在于有多少好的公共雕塑,如果仅仅把放置在一定空间里的雕塑作品就称之为公共雕塑的话,这就失去了“公共雕塑”这个提法的意义。作为一个空间的元素之一,它并不是可有可无的,有时它可以成为一个建筑、一个广场的标志,这是与那些批量生产的出于装饰目的“作品”不同的。丹尼斯·奥本海姆曾说过“公共艺术是危险的”,他所说的危险道出了公共艺术创作之外的各种制约因素,无论是委托方、作品理念还是作品自身创作中的不可修复性都使得艺术家困难重重,顾虑多多。事实是中国的很多城市已经出现了很多新观念影响下的公共雕塑,但良莠不齐,实在难以判定定性。

在国内还在酝酿新的突破的时候,国外一些艺术中心或机构已经建立了比较完备的市场化运作。无论是在艺术家的选取还是与相关部门的洽谈,都使得公共雕塑的运作拥有了一个比较系统和具体的操作过程。像让·贾伯那·密特朗创办的法国密特朗艺术中心(JGM Galerie)就是一个极好的例子,他们以雕塑作品的收藏和经营为主项,在欧洲无论是政府、私人机构、收藏家还是基金会都与他们有着良好的客户关系。他们进军中国的行为,乍一看,似乎是一种很商业化的举措,甚至有着某种“文化入侵”的味道,然而,对于中国的公共艺术领域将具有强大的推动力,同时也将带动中国本土雕塑艺术、公共艺术的提升和发展。这样的理念在国内几乎是没的,当大部分人还周旋在画廊、拍卖会,围绕着架上绘画忙碌的时候,与人们生活息息相关的公共雕塑却常常被人们所忽视。从严格意义上的大型户外公共空间雕塑展几乎不存在,虽然雕塑展不少,但显然很难在一些雕塑作品中看出一定的空间意识(针对公共雕塑而言)。尽管国内的一些当代雕塑艺术家已经开始从事主题性艺术创作,且抛弃了那种惟妙惟肖的“酷似”,更多的是关注社会现状,反映现实生活,作品透露出强烈的时代意识,但有多少可以称之为公共雕塑?有多少可以被置于广大群众生活的公共空间之中?这并不仅仅是艺术家创作的问题,还要有推广者、经营者、社会以及政府的共同努力。此时,专业的经营机构是公共雕塑发展的关键。

中国的城市建设和文化发展等都在以最快的速度向前推进,公共雕塑的推出是这项进程中的必然需求,在新的历史阶段我们希望也有理由相信公共雕塑在当代必当有长足的发展。

## 公共雕塑在中国将大有作为 ——法国密特朗艺术中心中国区负责人廖宜国专访

雕塑将在中国大有作为。

### 进军中国艺术市场水到渠成

“我们从事国际当代艺术品已经数十年,尤其是对雕塑作品的认识、收藏和经营是我们一直以来的强项。来到中国,我们同样会以雕塑作为主要的专营方向。在欧洲专攻雕塑的机构并不多,而在中国这样的机构就更少了。我们的主要目标是在中国的公共空间推行真正具有长久艺术价值的雕塑作品。”廖宜国开场就直截了当地向记者表明了他们对当代艺术市场的雄心和目标。

廖宜国介绍,自密特朗艺术中心创立以来,先后举办了多个国际性雕塑作品展,还在香榭丽舍大道上成功举办过 20 世纪雕塑大型户外展,这些展览充分展示了世界当代雕塑艺术创作的最新成果,体现了密特朗艺术中心对国际雕塑的全方位专业经营理念。目前,与艺术中心合作的艺术家囊括了包括 20 世纪女性艺术家的代表人物妮基·桑法勒、瑞士艺术家让·汀格利、国际著名雕塑艺术家夫妇拉兰、法国雕塑大师凯萨、波普艺术代表大师罗勃·印地安那等众多世界知名艺术家。

廖宜国告诉记者,他与创始人密特朗先生相识十多年。1996 年他主动向密特朗先生提出了亚洲发展计划并得到密特朗先生的极力赞成,很快他就成为密特朗艺术中心在亚洲事业的经营者和开拓者。最初,他们主要在日本、新加坡、中国台湾等地,与当地政府和机构还有艺术家洽谈沟通,上海办事处的设立只是一个水到渠成的过程。

### 奥运和世博为公共雕塑创造机会

2008 奥运和 2010 世博的举办无疑是中国腾飞的关键。无论是国内还是国外,精明的商人们都看到了中国市场这几年所拥有的巨大契机。廖宜国说,密特朗艺术中心当然也看到了这一点。中国的城市规划、市政建设、文化发展等都在以最快的速度发展,城市面貌和生活空间需要文化艺术的装点 and 品位的提升,公共雕塑的推出正是中国城市建设的必然需求,此项目的实施不仅可以恢复雕塑与建筑的对话关系,还可以直接在经济上帮助艺术家,让他们有更多的创作机会;同时广大市民也可以更早地看到当代雕塑的发展,让他们与当代雕塑共同成长。

廖宜国表示,目前中国的城市雕塑发展尚处于初级阶段,公共雕塑还是象征性、装饰性居多,是量化的产物,不可能有长久的艺术和商业价值。密特朗艺术中心的愿望就是将欧洲优秀的雕塑艺术家带到中国,让中国民众体会公共艺术的强大力量;同时他更想与中国的优秀雕塑家合作,让他们创作更有发挥的天地和机会。

### 谋求与中国雕塑家合作

对于密特朗艺术中心来说,目前还处于初步开拓阶段,但是他们的基础已经具备。廖宜国透露,基于密特朗先生的背景,他们得到了大使馆等官方机构的鼎力支持,成为他们对于中国政府项目和市政建设信息的有力来源和引荐人。通过 3 年的努力他们在中国已经拥有一批稳定的顾问团,包括专业的建筑师和大型的建筑机构,在项目谈判、策划和实施中能给予“密特朗”专业性建议和方案。密特朗艺术中心的短期目标就是在中国建立良好的销售渠道,让国人认知“密特朗”,接受“密特朗”的艺

术家和艺术作品,建立良好的社会关系。

而从长远考虑,他们会寻找合适的展览空间,因为目前他们还没有地方为艺术家举办展览,而展览本身就是一种很好的销售模式。此外,大型的户外公共空间雕塑展是他们最希望去筹备的,这是让公众与雕塑作品、与雕塑艺术家沟通的最好方式。但是目前中国高达 30% 以上的税收制度再加上雕塑作品的高大体积和重量所带来的巨额运费都让这一想法无法很快实现。但他们一直在找机会,并在策划中。

另外,“密特朗”正在发掘和寻求具有潜力和实力的中国当代雕塑艺术家,谋求合作关系,目前正在与几位中国雕塑艺术家沟通。对于具体名单,廖宜国表示现在还不便于透露,但不久就会有结果。现在“密特朗”做的一直都是西方艺术家的引入工作,一旦第一批合作的中国雕塑艺术家达成协议,那么向外推荐中国艺术家的工作就将开始,与此同时中外艺术家的合作交流展就可以展开。

与此同时,他们也在挖掘具有潜力的创作绘画、摄影、录像及装置等方面的艺术新秀,为密特朗艺术中心乃至艺术界注入新的活力。中国当代艺术家李永斌已成为密特朗艺术中心合作的第一个也是目前唯一的影像艺术家。

雕塑能在公共空间受到欢迎,同样也能被私人空间所喜爱。廖宜国告诉记者,他们目前正在实施的就是一项私人住宅项目,订购者为自己的豪宅一次性就订制了国际知名雕塑艺术家拉兰(Lalanne)夫妇的十几件雕塑,价格不菲(市场上,拉兰夫妇的大型雕塑作品的价格达 50-100 万欧元,小的(桌上雕塑)也达 3 至 5 万欧元)。对于生活空间品位的提升和营造博物馆式的居住氛围,彰显主人的身份地位对于富豪们来说是具有巨大吸引力,而在中国已经具备有这样的消费群体。



20 世纪女性艺术家妮基·桑法勒雕塑作品

◎本报记者 杨琳

由法国前总统弗朗索瓦·密特朗的侄子让·贾伯那·密特朗于 1988 年在法国巴黎创办的法国密特朗艺术中心是一家以经营 60 年代至今的法国与国际艺术家的雕塑创作珍品为主的专业艺术中心,目前他们的亚洲分部已悄然在上海落户。当所有画廊、艺术机构和收藏家都在关注中国当代艺术的销售和拍卖市场的时候,他们却在与中国的政府和市政建设等相关部门密切沟通,一切都在悄无声息中有条不紊地进行着。密特朗艺术中心中国区负责人廖宜国先生告诉记者,他们看中的是中国当代公共艺术空间的前景,公共