

香港国际艺术展:市场壮大尚待时日

◎姜长城

2008年香港国际艺术展(ART HK 2008)于5月14日—18日在香港会议展览中心召开,一个新的艺术博览会已在香港诞生。本届香港国际艺术展的负责人Magnus Renfrew接受了采访,对于为什么选择香港举办这样的艺术大展和选择之后的运营做出了阐述。

他表示,如今全球都在关注亚洲,而在这其中一些新的世界秩序正在产生,所以从艺术产业的层面上讲,举办一个艺术博览会的初衷是对这种大的趋势变动予以反应。至于为什么要做亚洲概念就要选择香港,这位曾经在上海生活过的负责人解释道:“在亚洲,不同的地方有不同的艺术博览会,比如上海艺术博览会,韩国艺术博览会等,但是你会在他们那里发现非常浓郁的地域色彩和国别性,并没有真正体现出一种国际性来。”因此,他认为香港在经济、文化等方面相对具有独立性,而且香港长久以来都是连接东西方的一个重要的中转运站和枢纽,亚洲各国到达这里都非常方便。加之,香港是亚洲较大的金融中心,并且拥有相对宽松的税制,在这里各类交易都可以得到更专业、高效和有益的支持。

更值得一提的是,香港近来已逐渐发展成为继纽约和伦敦之后的第三大艺术品拍卖中心,苏富比、佳士得等老牌公司都在香港拥有金额巨大、产品线丰富的拍卖业务,其交易额呈逐年递升趋势。如果香港国际艺术展以后在拍卖市场的大拍前后举办,那么在人脉的聚拢和购买力的提升等方面必将有很大的改善,而这个实在是先天性优势。

作为第一次举办的博览会品牌,香港国际艺术展在VIP邀请、顾问团设置和画廊选择等方面有精彩的表现,比如在开幕晚宴上有50位中国台湾的顶级藏家出席,有日韩的知名藏家团队助威,中国大陆的高端买家也大多在当天亮相现身,当然东南亚的买家也不会错过,他们的到来无疑显示了大家对香港这个地域和这个新品牌能量的重视和认同。

香港国际艺术展作为一个艺术博览会才刚刚举办第一届,它的影响力也不能单从一届就能看的出来,在拍卖市场买东西和去博览会买东西的人也未必是完全重合的。但是总体来说,香港博览会的举办对于周边地区的艺术博览会的确是压力和动力,如何应对和差异化经营是需要慎重考虑的问题。



尽管销售情况差,但香港潜力非常大

——专访麦克斯朗画廊(MAX LANG)亚洲代表李晓昀女士

◎本报艺术投资分析专家 赵力

香港在地理优势上对国际性机构的吸引力不言而喻,纽约麦克斯·朗画廊(MAX LANG)作为一个同时代理中西方当代艺术家的画廊参加了此次香港国际艺术展。在展览结束后,我们第一时间采访了麦克斯朗画廊(MAX LANG)亚洲代表李晓昀女士,她对这次香港国际艺术展看法或许能代表众多参展的西方画廊的意见。

西方的顶级艺术品在这里难以找到买家

上海证券报:这次2008年香港国际艺术展(ART HK)是由西方人来主导,因为他们看好亚洲市场,并希望将西方艺术品带入亚洲市场,你认为这次展览效果如何?它与美国的艺博会相比有什么不同呢?

李晓昀:作为第一届,拿它和美国成型的艺博会做比较,还为时尚早。其实,ART HK在规模上不如去年的上海艺术博览会国际当代艺术展,但从我自己的感受和听到的消

息看,ART HK的第一届做的还没有让人失望。据我的同行说,ART HK在服务、组织等方面要比北京的艺博会好很多。这可能与香港本身整个社会基础和整体素质有关。比如,对于外国展商而言,在参展的整个环节上,几乎没有语言障碍。但如果从销售上来看,它和美国艺博会最大的区别就是西方的顶级艺术品在这里难以找到买家。据我所知,全场卖出的西方名家作品就只有劳森伯格的一张小幅作品。我们画廊从销售上来讲,也非常让人失望。我们也总结了一些内部问题,如携带的展品对市场的针对性不够等,因为我们带来的大多是西方的名家作品。此外,亚洲人对西方艺术家的认知度不够也是不利于此次交易的重要因素。

上海证券报:欧美参展商带去的是当代大师的作品还是现代大师的作品?

李晓昀:都有。但亚洲人对西方艺术家的认知度还存在很大的局限性。例如,安迪·沃霍尔在亚洲的知名度高,所以我们展位的一件安迪·沃霍尔的汤罐作品(价值90万美

元)仍旧吸引了很多人。但是,安迪·沃霍尔的巴斯奎特的作品却少有人问津,尽管这件作品可能是全场最贵的,售价高达700万美元。

上海证券报:观众和买家以什么人为主?

李晓昀:开幕当天,有很多中国买家和业内人士都去了,也有不少西方人。我们的买家大多还是在亚洲工作和生活的西方人。

东西艺术圈存在差异

上海证券报:美国画廊来亚洲参加艺博会的目的是什么?

李晓昀:最终的目的肯定还是要将西方的艺术品推销到亚洲来。但我们也知道,目前亚洲市场尚处于培养阶段,而且现实状况比我们想像的要差得多。本来想至少能卖掉一两件西方艺术家的作品,或者能卖出一些国际型的中国艺术家的作品,但都没有卖掉。在这背后,是由中国艺术圈和西方艺术圈的差异形成的尴尬。以严培明为例,我们带来了一件他的精品,标价120万美元,这件作品是从老板的



私人收藏里拿出来,很久没有进入过市场,给它定价的最重要的参数就是最近的拍卖数据,最近严培明的拍卖价是180万美元。但亚洲的买家都觉得高,说我们这完全是拍卖市场的价位。因为在国人心目中,拍卖价格一有水分,二不真实,而西方对拍卖市场的数据却是非常尊重和信任的。

上海证券报:中国藏家有什么反映?

李晓昀:我认识的国内藏家都问过价钱,不少拍卖行也问过。不过,他们的心理价位是350多万人民币。这里面也存在亚洲和中国藏家对严培明的认知度的问题。严培明是一个国际型艺术家,他在国际艺术圈中的地位远高于其在国内的地位。这是我们进入亚洲的艺博会后直接碰到的尴尬局面。我们带去的展品中,其他艺术家如张恒、郑国谷的作品也碰到类似问题。

香港具有潜力,还会再来

上海证券报:香港目前这样的情况,美国的画廊还会来吗?

李晓昀:我听到的呼声还是要来。大家都认为香港的潜力是非常大的,至少从第一届的组织、宣传上,是没有大毛病可挑剔的。像我们这样销售不理想的画廊,都觉得还是可以调整的。

当然,这和展会的主导者来自英语系国家也有关系。但这不仅是语言上的问题,在某种程度上,也代表了国际化的服务标准。

上海证券报:东亚其他区域的画廊怎么样?

李晓昀:来了不少,听说销售的不错。但多是价位适中,在亚洲有好的认知度的艺术家的作品。今年,ART HK在时间上与纽约的春拍冲突了。参展之前,就已经料到不会有大家藏家露面,因为大家都在关注纽约,钱也在往纽约流。同时,ART HK对外宣传也在扬长避短,说展览是针对年轻的藏家和版画收藏群体,言下之意就是价位不会高的作品。因为香港本身并没有大的藏家群体,尤其收藏当代艺术的藏家更少。所以其宣传的重点,一是免税,二是离东南亚、日韩等地方很近,能够很容易地把亚洲区域的藏家吸引到香港来。

■领事专访



◎本报记者 邱家和 实习生 于晓芹

在中外文化交流方面,中英文化交流无疑是其中的典范,多年来留下了众多成功的案例,不过,英国驻沪总领事馆的文化领事安格文(Gavin Anderson)先生却并未津津乐道于这些案例,他在接受记者专访时强调,他们现在的工作重心已经发生了变化。那么,变化主要表现在哪里呢?

“5年前,我们做一些重大的艺术活动”,安格文提到了一些著名的例子:如大型雕塑《土地》,与上海

英国文化领事安格文:我们的工作重心已经改变

话剧中心合作的双语话剧《李尔王》在全国巡回演出并且带到了英国,还有与上海地铁公司合作的地铁上的诗歌等。而诸如地铁上的诗歌这样的活动,将场馆艺术带到公众中,是实验性的艺术形式。安格文表示今后还会延续这样一种艺术形式。今年或明年会做一个“创意城市”的活动,让英国的艺术家通过这个活动反应城市生活,把公众场所转换为艺术场所,让更多的人来体会艺术生活。

说到创意产业,安格文指出,英国的创意产业包括电影、传媒、建筑、音乐、电脑游戏等,从业者达200万,占国民生产总值的7%。英国政府对创意产业很重视,有两个专门的部门来管理,一是文化媒体和运动部(DCMS),主要管相关政策研究;第2个部门是工商企业和规章改革部(BERR),与第一个部门合作。其中BERR在英国还建立了一个对中国

感兴趣的创意产业公司成立的团体,其中很多创意企业去年11月来北京参加了国际文化创意博览会。

“但是,在工作角色上,我们有了改变,不像以前那样支持重大项目,像音乐、剧院、舞台艺术等等。因为大的城市这种活动已经很成熟了。”安格文指出,未来几年的工作中心将集中在培训新的艺术家,包括策展人、艺术机构管理人员等,以支持和培养艺术家使之更好地了解英国艺术的现状,在全中国范围内与英国同行建立联系,沟通。他说:“最近一次活动,我们举办了为期10天的艺术管理人员的培训,请英国的专家来上海讲课。通过这次活动,我们也看到了上海的艺术氛围不断增强,画廊、美术馆等越来越多,我们愿意更多地参与到培训人员之中,以支持艺术的发展。”

这就是他们的改变,安格文说,他们注意到中国的民间艺术机构已

经有了长足的发展,但缺乏技术,尤其是国际交流的经验。因此,他们认为,类似的培训项目可以长期做,可以增加频率,让英国比较有经验的机构可以面对面与中国的机构交流。他还介绍,目前,有一个“中英艺术连线”,已经工作了2年,主要似乎提供机构之间的交流,提供资金,寻找合作机会,这个项目会继续发展壮大。

安格文还介绍,英国是第一个签约参加世博会的。英国馆的设计在上海民众中也受欢迎,在网站上所做的问卷调查中收到了很好的反馈意见。在世博会的英国馆内,还将包括一些互动活动。另外,维多利亚和阿尔伯特博物馆将与上海博物馆合作举办世博会历史回顾展。第一届世博会就是1851年在英国伦敦举办的,阿尔伯特和维多利亚博物馆就是它的见证。那个城区以前是很荒凉落后的,但世博会后,政府就进行了规划,成为伦敦著名的社区之一。