

艺术品低端消费市场交易量惊人



北京买得起的艺术节现场

艺术品市场在经历收藏、投资的发展阶段后,作为艺术市场金字塔最底端的、支撑艺术市场持久健康发展的艺术品消费市场正在兴起,艺术品开始跨入消费时代。

◎宋继瑞

近几年,艺术市场的升温、天价作品的诞生凝聚了越来越多的关注目光。与此同时,能够满足大众购买艺术品愿望的廉价艺术品也撩动了国人对艺术品的占有欲,“买得起的艺术”(Affordable Art)的概念也应运而生。而海外,买得起的艺术早已形成比较成熟的市场。

海外廉价艺术博览会热卖

早在1999年,以买得起的艺术为主要销售对象的廉价艺术品博览会(Affordable Art Fair)就在伦敦诞生。发展至今,伦敦的廉价艺术品博览会已经扩大到有120家参展画廊参展,这从一个侧面也反映了海外廉价艺术品一级市场的庞大。在这个廉价艺术品博览会上,艺术品的价格都在3000英镑之内,是普通人能够接受的价格。买家能够在博览会上买到油画、摄影、雕塑、版画等等各种当代艺术种类。

除了早已声名在外的伦敦廉价艺博会外,纽约、悉尼、墨尔本、阿姆斯特丹等城市也都有大大小小的艺博会或者艺术节。在这些艺博会或艺术节上,参展主体以画廊为主,以将于6月12日开幕的纽约“买得起艺术博览会”(The Affordable Art Fair 2008)为例,这个博览会将吸引来自美国、欧洲、亚洲、南美洲的70家画廊参加,参展艺术作品形式涵盖油画、雕塑、摄影、video、版画等等,所有作品的价格都在100-10000美金之间,是名副其实的买得起的艺术。

海外的廉价艺术品的交易量惊人,甚至比高价艺术品的交易量还要大的多。但是交易额却令人汗颜,仅占整个艺术市场交易份额的5.2%左右。不过,在廉价艺术品博览会上,除了满足大众对艺术品的占有欲,享受购买艺术品的乐趣外,也能发现当代艺术的价格洼地,以从低端的市场起步,获得较好的收益。

国内买得起的艺术节开始起步

海外的买得起的艺术做得有声有色,国内的买得起的艺术也日渐起色。已经成功举办了三届的“买得起的艺术节”让“买得起的艺术”这个概念深入人心;一些画廊也愿意或者被迫开始经营价位比较低廉的艺术

品;一些艺博会也专门推出了买得起的艺术项目;某些拍卖公司也瞄准中低价位的作品进行拍卖。当代艺术生态链上的各个环节也都开始涉足买得起的艺术。尤其,随着国民经济的发展,国民富裕度的提高,住房面积的增大,越来越多的中产阶级开始把购买艺术品作为一种时尚的生活方式,有品位的象征。

调查显示购买低价艺术品人数很多

本刊与和讯网就“买得起的艺术”进行了为期十天的网络投票调查。据调查结果显示,目前已经有越来越多的人加入到购买艺术品的行列。参与投票的实际年收入10万元以下的占72.97%,10-100万的占21.62%,100万以上的占5.41%。在所有参与投票的人中,已经买过或者有计划买艺术品的比例高达89.19%。这部分人群已经或者正要成为中国艺术品消费的主力军。而他们对艺术品的心理价位也各有不同,64.86%的人希望艺术品的价格能在1万以下,21.62%的人能接受1-5万元的艺术品。能接受10万元以上的仅占8.11%。

由此可见,5万元以下的艺术品具有广泛的消费人群。这些购买艺术品的人抱有投资目的的仅占25%,大部分还是抱有长期收藏、装饰等目的,比例达63.33%。而迄今,目前还没有出售过已买艺术品的竟占91.89%,与购买目的形成明显的呼应。尽管有32.43%的人将来有出售的计划(但现在还没有出售过)。从调查中,还能看出大众购买艺术品,很重要的一个原因便是出于装饰家居。其中有70.21%的人会把作品挂在客厅或者卧室。只有4.26%的人会把作品放在库房封存起来。这其中自然也带有炫耀的成分,83.78%的人会向来做客的朋友介绍自己所买的艺术品就是例证。从调查中,还看出一个现象,就是大众一般会拿出收入的10%购买艺术品,这一比例占到67.57%,占收入比30%以上的仅占8.11%。

除了网络调查外,还对郑州、成都两个内地省会城市的具备艺术品消费能力的企业家做了问卷调查,其中有效的问卷30份。其中,年实际收入在10万元以下的占18%,在10-100万的占64%,超过100万的



买得起的艺博会现场

占28%。这批人具有更强的艺术品消费潜力。在所有参与投票的人中,已经买过或者有计划买艺术品的比例高达90%。在这些企业中,26.67%的人希望能买到1万元以内的艺术品。能接受1-5万价格的艺术品的占56.67%。能接受5-10万的占23.33%。由此可见,这个艺术品消费群体对于10万元之内的艺术品具有很强的消费潜力。这些企业主有30%的人希望通过投资艺术品获得回报,56.67%的人是希望长期收藏或者装饰家居。从调查中,还发现66.67%的人是把艺术品挂在客厅或者卧室,没有人会把作品放在库房中封存起来。正好也是66.67%会向来做客介绍艺术品。从调查中发现,这些企业家中的81.58%可能会拿出收入的10%购买艺术品,11.11%会拿出10-20%的收入去购买艺术品。

网络调查和实地调查的某些结果大同小异,越来越多的中产阶级开始把购买艺术品作为一种生活方式。其中,当然也暗合了人所共有的炫耀展示的心理。也正如金融机构开设艺术品理财产品一样,尽管艺术品理财是各个产品中最不赚钱的,但在各金融机构的产品趋同的形势下,艺术品理财确实能体现出金融机构的特色和水平的项目。大众炫耀展示的消费式奢侈品,如LV、香奈儿等等,在闲钱充足的情况下,人能共有。而对于需要一定审美趣味的艺术品而言,却不仅仅和金钱相关。购买陈列艺术品更是品味的一种象征。艺术品市场也在经历收藏、投资的发展阶段后,作为艺术市场金字塔最底端的、支撑艺术市场持久健康发展的艺术品消费市场正在兴起,艺术品开始跨入消费时代。

■购买艺术品的 TIPS

像行家一样讨价还价

◎文殊

对于中国年轻一代中产阶级来说,购买一件当代艺术品已成为一种时尚的选择。话虽如此,真正有购买艺术品经验的人却是凤毛麟角。因为做一个专业的艺术品收藏家绝非易事,需要你的财力、精力和体力,三者缺一不可。但是做一个业余的购买者和收藏家,就不需要如此繁琐。

做个 VIP

以前老北京有一些混迹于北京琉璃厂等古玩聚集处的人,他们靠倒手古董养家糊口。这些人大多能便宜买到货,并且嗅觉灵敏,每有好东西出现在市场上,这些人必是最先知道的,大家称之为“行家”。行家必定是和一些古董店关系密切,所以要想以合适的价格买到合适的东西,必定要先和画廊老板们打熟了。

作为经营年轻艺术家作品的一些画廊,大多数都非常欢迎陌生的藏家与他们接触。因为每一个画廊老板都明白画廊的成长,是和年轻艺术家、新进收藏家共同成长的过程。不过,如果有艺术圈内的朋友带着你更好,即使是初次打起交道,也是比较轻松的。

如果逛画廊看到自己喜欢的作品,首先你要和画廊的人了解这个艺术家的基本情况,比如说艺术家的年龄、学习背景、在业内的认知度等等。但是如果是真的喜欢,那么最重要的还是自己的经济承受能力,怎么样以合适的价格买到这件作品。

画廊对外出售作品的标记一般是统一的,但是会有一个VIP藏家的价格,也就是说你经常在此画廊购买作品,会将你列入VIP的客户名单,这样一般会享有价格折扣,一般在8.5折左右。如果是新客户,你也可以适当的还价,价格的幅度也应该掌握。画廊对于诚信购买的客户一般首次开价的毛利润率大概在50%。也就是说,一件出价10万元的作品,大概有5万要给艺术家(这个比例视画廊和艺术家的情况有所不同),画廊所得的5万毛利还要去掉展览费用、画册印刷等开支,算下来给画廊的利润其实并不是很大,一般情况下第一次购买最多可以打9.5折左右。所以还价到这个程度一般就可以购买了。如果要得到更多的优惠,还是要和画廊打熟了。不一定需要多买,也可以是在画廊办展览的时候多

来看看,多和老板沟通。

交朋友

在画廊办展览的开幕酒会期间去,是一个讨巧的方法。画廊在展览的当天一般都会举办一个开幕酒会,这时会邀请参展的艺术家,一些重要收藏家,当然画廊老板自己必定亲自到场,而且为照顾上班族,一般画廊的开幕酒会会安排在周六或周日的下午,相信大多数人都会有时间。

来参加开幕酒会可是有不少好处,一是可以见到艺术家本人。古有以人品论画品,虽然这个方法在现代已经不再流行。但是了解一个艺术家的为人,对于了解他的作品帮助颇大。你在开幕酒会上可以请艺术家讲讲自己创作的思路和表达的含义,这对于没有太多时间了解当代艺术的人无疑是一个速成的方法。

再者,这时画廊老板是最热情的。做一个展览不容易,开画廊的人都心有体会。为画展忙前忙后,总算可以开幕,这是画廊老板会以最佳的状态欢迎各方宾朋,虽然这时候他很忙,但是如果你想和画廊老板请教你不明白的地方,他通常会抽出时间欣然解答,而且一来二去你们便成为朋友,而后就是把你加入他的VIP客户,享有“行家”一样的折扣优惠和最先得好东西的权利。

最后就是你还可以和其他的藏家交流。如果你和画廊老板熟了以后,他会给你介绍一些经常在他们画廊购画的藏家,这样你们可以在共同的兴趣下成为朋友。收藏艺术品最大的乐趣莫过于结交一批兴趣相投的朋友,大家可相互学习并可共同提高,说不定你哪天就成为专业收藏家了呢?

充分利用网络

看展览本来是件轻松愉快的事,但是假设你在某艺术区无厘头的转了一下午,全程徒步,不知道出来的时候是何等的狼狈。节省体力的最好工具是:网络。

事前要选择喜欢看的展览。比如说这周六有时间,那么你就到网上看一下你所在的城市这周六有什么展览,然后看一看每个展览的介绍,挑比较感兴趣的展览选择性观看,如果不是艺术记者,那么你不需要看所有的展览。现在国内各大艺术网站都有展览信息,比较全的网站有雅昌艺术网、艺术国际、中国艺术新闻网等,你可以登录这些网站查询。



巴黎买得起的艺博会现场