

艺海热风

弥补自身缺陷 方能左右逢源

中国画廊业如何在“挤压”中谋发展

在本届上海艺博会期间,不少参展画商言及中国画廊业生存现状,深表艰难:拍卖业插足乃至操控当代艺术品,二级市场挤压了一级市场空间;画家纷纷涨价,画廊“赤脚也赶不上”;网络销售也开始来抢生意;国际大画廊抢滩中国……

缺乏艺术眼光

其实不仅中国画廊难,西方国家的画廊业也同样面临拍卖行、网络销售等的竞争,甚至有观点哀叹画廊将被淘汰。

而中国画廊业与西方画廊业相比,其优势是市场方兴未艾,需求量大,前景不可估量,其薄弱处则是画廊本身素质。一家好的画廊最需要的条件是眼力、资金、人脉、库存和推广运作能力,而这几方面国内画廊都欠缺。

台湾学者余光中极其推崇毕加索的天赋,昨日出席“2011 毕加索中国大展”新闻发布会时也不无幽默:“上帝用六天造人,第七天休息,第八天造毕加索。”会后,本报记者专访了余光中,请他一谈他心目中的毕加索。

画中充满隐喻

为什么要这样评价毕加索,余光中答道:“因为毕加索是天才,必须另案处理。大自然的风云雨露,大自然的景色,人间的所有景象到了毕加索面前,由着毕加索挑选,由着毕加索解释,可以说是谋事在天,成事在毕加索。上帝有所建议,毕加索加以呈现。”

余老还认为要了解毕加索是一个非常复杂的过程,因为他是一个令人琢磨不透的天才艺术家,研究毕加索是一门很大的学问。

从早期到晚期,毕加索的画风转变得很多,早期和晚期的两张画,很难相信是同一人所为。余光中道,所以他部分画作,一看就讨人喜欢,也有的画要求观者有相当审美水准,知道其历史背景,或是知道象征和隐喻,才能看得真切。“比如他画中的马代表什么,牛指涉什么,很多人不明白。其实他的很多灵感来自希腊、罗马神话,因此你要对此有一定了解。看他的画要有修养有准备。”

余光中建议在去看毕加索的展览之前,要先做好功课,毕加索的每一张画都有着十足的含金量,故走马观花不可,煮鹤焚琴也不可,不提前做点功课,似乎有些暴殄天物了。

艺术触类旁通

余光中说,从毕加索这位精神上的莫逆之交身上,感悟到很多艺术的灵气。

在平时的生活中,余光中也热爱着其他的艺术门类,闲暇时间他最热衷品鉴大师的画作。为此,他写过《给艺术两小时》《余光中文学创作与现代绘画艺术》等多部与艺术有关的作品,还翻译了荷兰画家梵·高的传记《梵高传》。

当被问及绘画艺术对他的作品有什么影响时,他说道:“不论是诗或者文,一首诗能够称得上美,要靠几个条件。首先是念起来铿锵,有音乐的韵律部分,其次,你念了这首诗好像到了现场,亲眼目睹了一片景色,那就是意象。”在余光中看来,艺术之间必然

中国的私人画廊大多是近十多年来创办的,小本经营,缺乏经验,也缺乏对艺术趋势高屋建瓴的分析、把握能力。

缺乏资金人脉

资金普遍不够雄厚。不少画廊主日常思路局限于快点把画卖掉,以平衡房租、薪水等支出。画家作品卖不出好价格,他们焦虑;卖得太火也焦虑,因为他们没有足够资金,也没有足够预见力和胆魄,在画家行情还没大起之前囤足货。他们辛辛苦苦把画家做火了,画家涨价了,他们却进不起货了。

缺乏进取心,未能与时俱进。这些年来,很多画家的社会地位、知名度和经济能力都有了很大提高,而一些画廊却没有进步。画廊的财力和人脉关系还不如一些画家,如何

去经营那些画家?很多画廊埋怨画家开出来的画价只有画家自己去卖才卖得掉,而没有反思自己存在的问题。如果画家比画廊还善于卖画,不是画家的难堪,而是画廊的难堪。

缺乏辉煌历史

缺乏做百年老店的决心。大画廊的职责不是仅仅把画卖出去,而是要把经得起历史考验的艺术作品向市场成功推出。有了成功的先例,以后再推新人新作就有说服力。欧美国家大画廊不乏百年老店,它向新客户炫耀的辉煌历史就是某某大师是它发现的,某某画派是它推动的,如今库房里还有某某大师的画多少,向知名博物馆捐赠了多少艺术品……有朝一日,我们的画廊也能这样“炫耀”了,那就成功了。

缺乏眼力定力,盲目跟风。“当代”兴起之前,眼睛瞄着画家的行政头衔;“当代”大火之后,又眼红被海外庄家炒红的“当代”。唯独不知道如何发现有价值的艺术,如何培植和推广。

缺乏百年大计

画廊虽然面临着重重困难,但是画廊的功能却不是拍卖行等可以替代的。拍卖行只管找到有市场的艺术品,拍掉收佣金,不必长期为艺术家负责。而且作为中介机构,严格来说也不可投资画廊和与艺术家签约,以免不公正。而画廊才是艺术家的家。在西方近现代艺术史中,成功的画家背后大多有成功的画商。有的画商与艺术家甚至是终生挚友。艺术家与拍卖只能共享乐,与画廊却可共患难。当然,我们的画廊也要

“上帝第八天造了毕加索”——台湾学者余光中昨谈“2011 毕加索中国大展”



■ 毕加索作品《坐在红色座椅上的女人》



■ 毕加索作品《雕塑家》

触类旁通,如果绘画欣赏得多,吸收得好,在写诗与散文的时候会更加妙笔生花。

风格不断变化

当余老听到有人说他诗作中寂寞的心境与毕加索的精神内核有共同之处时,他答得很诚恳:“毕加索是自己的学习对象。”

“毕加索的风格一直在变化,他是我学习对象。因为他的标新立异,简直打破了欧洲绘画的传统,他把画从具象变为抽象,从画得像到画得不像,但却形变神不变,这种艺术功力很简单。”

不过,余光中虽然认可毕加索对欧洲的绘画起到了不可磨灭的影响,但他觉得有必要“把毕加索看得太神圣”,“他其实就是一个很可爱的老头。”

本报记者 林明杰 乐梦融 实习生 顾婷婷

【相关链接】

2011年10月18日至2012年1月10日,“2011 毕加索中国大展”将登陆世博园中国馆。法国巴黎毕加索博物馆建馆以来首次携62件毕加索真品进入中国大陆,冠之以“建国以来级别最高的世界艺术大师个展”的头衔毫不为过。法国毕加索博物馆的馆藏作品均由毕加索家属捐赠,展品贯穿了毕加索一生中各个主要的创作时期:蓝色时期、粉色时期、立体主义时期、蜕变时期……《赤脚姑娘》《坐在红色座椅上的女人》等经典名作赫然在列,前者更是毕加索一直留在身边的钟爱之作。另有50幅关于毕加索的生活摄影照片亮相。此次展览展品估值60多亿元,由于货运的价值上限,这些展品将分8批陆续来到申城。

有这样的担当和能力。

目前,艺术品市场格局有了新的变化,画廊要及时适应,调整战略。要对中国乃至世界的艺术发展和艺术品市场前景有研究,有准备,要有百年大计。对拍卖行、网络、艺博会等新的艺术品交易平台以及新兴的艺术品投资群体不必急于排斥,不妨探寻合作共赢之路。今后,有实力的机构、基金投资画廊业,将会是一个趋势。而画廊的业务也可能是实体店、网络交易和通过拍卖平台交易的综合体。画廊的历史使命远远没有完成。中国新时代艺术的发展才刚刚开始,没有好的画廊作为艺术品市场的基础,只有急功近利的炒作,是走不远的。能够适应新形势的画廊不仅不会被淘汰,还会获得前所未有的发展。本报记者 林明杰

名家荐艺

中国影像艺术展记录社会变革

推荐人 肖谷 (上海油画雕塑院常务副院长):

近期有不少有特色的艺术展览呈现在大众面前,其中正在上海民生现代美术馆举办的《中国当代艺术三十年之——中国影像艺术(1988-2011)展》很值得关注。

对影像艺术,许多人感到陌生,但事实上影像艺术早已深入到我们的生活,譬如我们每天看的电视、广告影像等,或许就“隐藏”着大量这些年来影像艺术家们创造的艺术手法和艺术元素。对艺术家来说,各种影像设备和软件,就好比是画笔、画布、颜料。所以人们也称影像艺术为“新媒体艺术”。但影像艺术家不会乖乖地记录和展现现实,而会尽情加入自己的想象和思考去创作,可能使新闻、戏剧和游戏之间的分界线模糊不清,使之具有别样的生命形式。早在上世纪80年代后期,一些敏感的艺术家在电视开始进入中国普通家庭时,就意识到一个与社会发展紧密结合的艺术样式已诞生。

此次展览共展出中国影像艺术领域57位重要艺术家的68组(件)作品,汇聚了中国影像艺术早期优秀作品、港台最具代表性艺术家作品和内地一批“80后”年轻艺术家作品,是中国影像艺术在国内首次大规模的集结展出。(乐梦融整理)

不同艺见

本届上海艺博会上,闯进一个半路出身的画家吴训木。他曾经是一个牧羊人、农夫、马车夫、筑路工、码头搬运工,之后成为商人、摄影人、建筑设计师、探险者。他47岁自修油画。他的狂野画风像一头野象冲进了派对,众说纷纭。有人说他真性情,有人说他野狐禅。

端木复(上海市收藏鉴赏家协会秘书长):

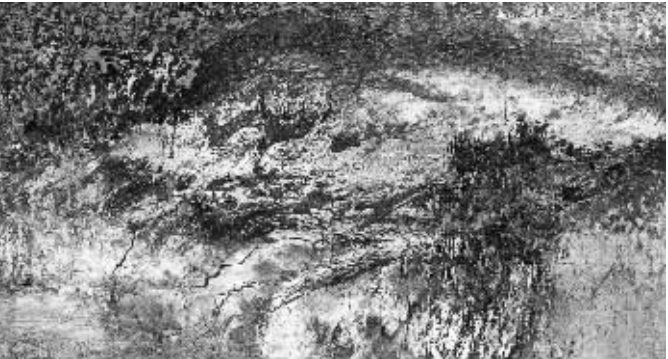
吴训木的作品区别于当下迎合市场、廉价趣味的东西,也区别于前

真性情还是野狐禅

人的对景写生。他的画作不是客观记录,而是主观发挥,带有很强的语言试验性,生动展现了油画家可贵的赤子之心和难得的胆略才情。他将一个静态化、理念化的自然世界展现得淋漓尽致,不但彰显了丰富的文化生态意念,并符号性地暗示了生命的不可琢磨状态。这种强化自我个性的语言方式,正是现代艺术努力要达到的目标,也是其绘画中最为灵动的因素。

吴林田(画家、评论人):

这类抽象应该归类于行画抽象范围,摆放于三、四星宾馆作为布置画较为合适。从色彩、构成、装饰等基础技术手段出发,借鉴波洛克、德库宁甚至赵无极等知名艺术家们的部分手法,明显缺乏独立的、内省的创作意识,更缺乏艺术本质的精神性表现。而且此类绘画时下已越趋同质化,视觉识别度很低。绘画匠气与行气浓烈。(乐梦融整理)



■ 吴训木《天穹回音》