

★

热风

新政反腐,艺术市场的黄金机会在哪里?那就是消费艺术品市场。中国艺术市场大致分为四种形态:贪官洗钱市场,官商勾结礼品市场,收藏炒作市场,刚性需求消费市场。受新政反腐和市场规范的影响,前3种市场泡沫正在衰减,相反,健康的消费艺术市场会高速发展起来。这就是未来十年,艺术市场的黄金机会。

全球将进入中等智力劳动力密集型的消费艺术时代,是继上世纪80年代兴起当代艺术之后,人类的下一个新的艺术时代。在消费艺术时代,艺术机构、艺术家、艺术品将如何演变?也许单体画廊逐步消亡?艺术市场格局将面临全面洗牌,你准备好了吗?

影响艺术市场剧变的社会因素主要有3个:一是十八大后加大反腐,二是艺术品市场逐步规范化,三是民众艺术素养不断提高。中国艺术品市场的泡沫正在持续加速破灭,这个泡沫破灭周期将会长达10年。同样在这10年内,健康的消费艺术品市场正在迅速发展,甚至井喷。未来中国10年的消费艺术品市场有什么特征呢?

中国画廊中除了北京的798和上海M50的稍好一点以外,中国其他地方以销售模式为主的画廊生意

反腐,艺术市场的黄金机会

◆ 江国凤

都很惨淡。中国的画廊经营状况非常糟糕。调查显示,2012年全国画廊中盈利的仅有7%。

中国的画廊是一种最原始的个体户式商业形态,绝大多数画廊就只有几个人、夫妻店甚至是个体户。中国画廊商业形态落后原始,并没有形成现代商业的形态和模式,这就是造成中国画廊生意惨淡的核心原因。

艺术品销售在中国难行,主要有3个原因造成:一是没有相应的艺术品抵税政策,二是高收入阶层没有相应的艺术普及教育,三是中国艺术品定价太高。

要符合未来10年的艺术品消费时代的艺术作品主体是物美价廉的,这对画廊和艺术家来说,都要符合消费时代的现代商业规则,那就是中国艺术工业的整个产业链都要进行升级改造,以适应艺术消费时代。

包豪斯对美术的定位,美术就是建筑的附属装饰品,从这一个角度来说,卖艺术品实质就是卖建筑装饰材料。在艺术消费时代,消费艺术品实质也就是一种建筑装饰材料。

中国艺术品消费市场中的机构艺术品消费市场(商业装修画市场)已经兴起,但个人艺术品消费市场

在国内还处于萌芽期。国内的个人艺术品消费市场还没有发展起来,因为中国民众还没有形成消费艺术品的习惯,也没有多余的经济能力去消费艺术品。但酒店、品牌连锁等机构的艺术品消费市场就非常庞大,成为艺术消费时代的艺术品消费主体。

除了机构艺术品消费这个主体之外,个人艺术品消费作为补充,个人艺术品消费是以金领以上家庭为主的。有一个调查,中国的豪宅和别墅中只有1%拥有原创艺术品。金领和企业主等高端消费群体的别墅和豪宅是未来个人艺术品消费市场的主体。

中国艺术品消费市场每年有几百亿的规模,主要是酒店、会所的装饰性艺术品市场非常庞大,比如说一个连锁酒店集团在五年内在中国开了300个大型连锁酒店,他所需要的装饰艺术品有多少?这个市场很庞大。

艺术品消费市场是健康的,没有泡沫,但是价格比较低,很少有超过3000块,都是几百元到3000元。而且都是手工原作,每一幅都不重复,这个市场是非常庞大的。

结合现在国内的低端艺术品收藏市场和高端艺术品消费市场,不难判断出未来艺术工业化时代的消

费艺术品特征。

艺术品特征:每幅艺术品具备原创性和唯一性,并有艺术家的签名,网络有相应的作品图片数据记录可以搜索,网络也可以搜索到艺术家的创作理念等介绍。

艺术家特征:艺术家具备一定知名度和学术取向,经常能参加一些学术性艺术展览活动,能有一些创作思想或者艺术文章发布。

视觉风格特征:艺术风格时尚、都市、国际化,能融合中西方文化内涵。艺术和时尚密不可分,艺术消费时代的消费者集中在大型和中型城市,时尚和都市的风格才符合国际化都市消费者心理特征。插画风格、涂鸦风格是目前国际化都市中最流行的艺术品视觉风格。

收藏特征:虽然是消费艺术品,但具备一定收藏价值的消费品更加能获得消费者的认可,能具备不断增值的收藏价值的消费艺术品是最受市场欢迎的。

未来中国艺术画廊的现代商业化改造,不妨从以下方面给予考虑。

连锁画廊:艺术消费时代,一年销售几百张到几千张装饰画的单体画廊是没有多大商业价值和竞争力的,每年销售几万幅到几十万幅艺术作品,年销售额几亿到几十亿的

画廊才有良好的竞争力和商业价值,要达到庞大销售量和销售额,连锁画廊是唯一能做大的商业模式了。

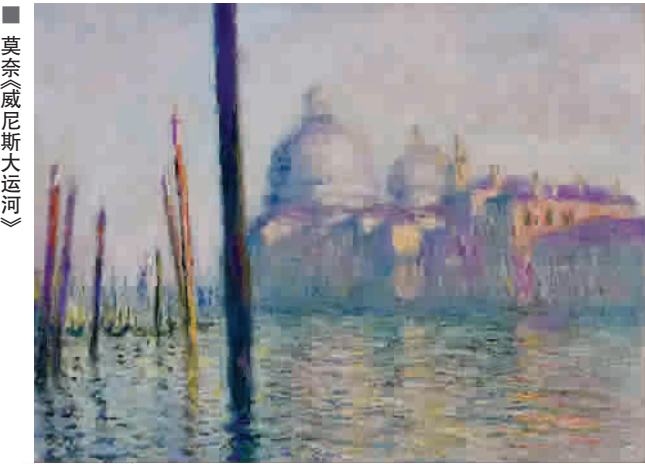
电商网店:电商网店不是主体,但电商网店是实体画廊不可缺少的补充,实体画廊中每幅艺术品和艺术家的数据记录必须可以在网店搜索到。网店是连接消费者和实体画廊的最重要信息交换平台。实体画廊展出作品毕竟有限,网店为消费者提供更加多样化的选择。

天才引导:艺术消费时代艺术品的设计和制作可以是分离的,具备顶尖创新和设计能力的艺术家才具备未来的竞争力,由他们操刀设计符合未来消费潮流的艺术风格和样式。没有创新和设计能力的美院毕业生就只能成为艺术创作流水线上的艺术创作工人,参与创作艺术作品的局部或者全部。

创作团队:指没有创新和设计能力的艺术家组成的中等智力劳动力创作团队,几十、几百甚至几千个艺术家组成一条艺术创作生产线。具备良好创作能力的艺术家肯定是接受过高等教育和美术学院毕业的艺术师。现在宋庄艺术家、大芬村画工这些低学历的低等智力劳动力将被淘汰。

当藏家都在“裸泳”,或许市场已“退潮”

◆ 斐翔



★

艺语中的

“你何时结婚?”,在今天这个特殊的日子,对于有些单身男女来说,或许是最害怕这个问题。然而随着高更的《你何时结婚?》,以3亿美元成交,创下艺术品最昂贵价格成交纪录,这句话在艺术界也有了另外一层的意义。

高更这幅画作原本是由瑞士收藏家施特赫林(Rudolf Staechelin)收藏,过去数十年来一直在巴塞尔艺术博物馆借展。由于施特赫林与博物馆发生意见不同,因此他决定将收藏的这幅画出售。

在许多国内的藏家看来,很难理解一幅曾经在博物馆展览过的画作会进行交易,但事实上,在近年来的艺术品市场上,这样的画作已经越来越受到关注,也就是在今年2月3日刚刚落槌的伦敦苏富比晚间拍卖会上,莫奈1908年创作的《威尼斯大运河》拍出了2366.9万英镑的高价(约合人民币2.24亿元),成为当晚的标的王。该件拍品来自私人藏家之手,自2006年便在英国国家画廊公开展示多年。而纽约现代

艺术博物馆为添置馆藏筹款而释出的《吉维尼杨树林》则拍出1078.9万英镑(约合人民币1.02亿元)。

之所以现在海外书画市场越来越受到国内的关注,很重要的原因,就是因为华谊兄弟董事长王中军在2014年以3.7亿拍下梵高名画,而2013年万达集团在纽约佳士得夜场拍卖中,以1.72亿人民币购得毕加索名画《两个小孩》。虽然不能说现在这么多的博物馆级的书画出现在海外市场,是因为中国藏家,事实上最终的买家大多为中东“土豪”,但来自新兴市场的买家确实已经成为了海外书画市场,特别是印象派绘画的“金主”。

近年来,卡塔尔买家在全球艺术品市场上可谓收货颇丰,像2011年通过私下交易以创纪录的2.5亿美元买下了塞尚的《牌手》,而此次买下高更《你何时结婚?》的,据悉也是卡塔尔买家。在此情况下,全球艺术品市场似乎迎来了新一轮的投资高峰。在此情况下,国内藏家应该是追逐这股风潮,还是冷静思考呢?

新兴市场的买家之所以主导全球书画交易的风向标,很重要的一个原因就是由于以近年来石油、高科技产业的蓬勃发展,使得全球财



■ 高更《你何时结婚?》

富迅速向新兴市场聚集,而许多“一夜暴富”的群体则将眼光放到了艺术品市场。然而随着石油价格的连续下跌以及汇率的跳水,特别是卢布的大幅贬值之后,俄罗斯藏家的购买力已经出现了枯竭。这也就是我们联想到了当年的日本,在“统治”印象派市场一段时间之后,因为泡沫经济的破灭,而殃及了整个艺术品市场。今天,当全球经济依然没有走出危机的“阴影”,许多国家纷纷采取贬值的货币政策时,艺术品市场频频创出新高,其中的经济因素可能远远超过其艺术价值。许多选择艺术品早已抛弃了其艺术价值,而从资本领域进行考量,但这样的价格还能维持多久呢?

对于中国的藏家来说,当众多博物馆级别的海外艺术品藏品纷纷释出的时候,确实是一个拾遗补缺的好机会。但是我们也应该在面对资本领域的较量,而不仅仅是眼光的时候,保持冷静比一时冲动更为重要。巴菲特曾经说过,“只有退潮了,才知道谁在裸泳。”而在艺术品市场上,人们并非退潮之后才发现自己在裸泳,而是裸泳之后才发现退潮已成趋势。

★

青眼

为什么要收藏当代艺术?为什么喜爱当代艺术呢?从进入收藏当代艺术的圈子起的第一天就一直被这么问。我的理由很简单,就是我和当代艺术的创作者,当代艺术家们都是活在同一时代的人。当代艺术记录的也是当时社会的种种,文化的种种,与我有着共鸣和契合。

在收藏的过程中,与艺术家的交流是一个十分有趣的环节,也是一个让你探索,产生乐趣的环节。前几年开始关注一个叫做徐震的艺术家。他几乎是个艺术节的天才,早年就进入威尼斯双年展,年少成名,做过太多展览,开过自己的画廊,突然又开了一个叫做“没顶”的艺术公司,人称“没老板”。这个没老板在自己尤伦斯个展期间组织一群“精神病人”参观;开了一个只卖“空壳”的超市;搬走珠穆朗玛峰;遥控坦克穿越边境;把“奶油”挂在墙上……这些都让我觉得云里雾里。没老板引起了我极大的好奇心,他到底要做什么?我多次探访他的工作室,与没老板交流后才发现所有的作品背后都有故事,都有意义!其实这个我们都俗称为“奶油”的作

『活生生』的当代艺术

◆ 应青蓝

品它的名称叫“天下”。在密密麻麻的视觉效果背后象征着的时代的喧嚣,从上向下看,“天下”仿佛象征着芸芸众生,看上去有内容好像也没有内容,也是一种“表面”。用各色“奶油”呈现出来的作品有很强的视觉冲击,非常波普艺术。原来作品的表象和内在那么不一致!再看看当年红极一时的安迪·沃霍尔,把绘画作品变得五颜六色,玛丽莲·梦露成为他的缪斯,索性把“汤罐”作为自己创作的素材;还开了自己的“工厂”。相信那个时候也有很多人,收藏家会与安迪·沃霍尔进行沟通,沟通过程本身就是是一个互动和相互汲取灵感的过程,那些人那些事或许也成为了他创作的主角。

回想外公在世的时候经常跟我讲他和黄胄的事情。黄胄老先生已经过世,在世的时候与我外公是知己好友,常常在一起聊天喝茶作画。我家有很多当年黄胄老先生兴起时作的画,每张作品上都有一两句送给外公的小诗和我外公的名字。我想在当时,我外公和黄胄先生的关系也就像我们现在与当代艺术家的关系吧。沟通,交流,把时代的特征用艺术的手法记录下来,才有“活生生”的感觉。



■ 徐震油画