

# 上海离世界艺术品中心还有多远？

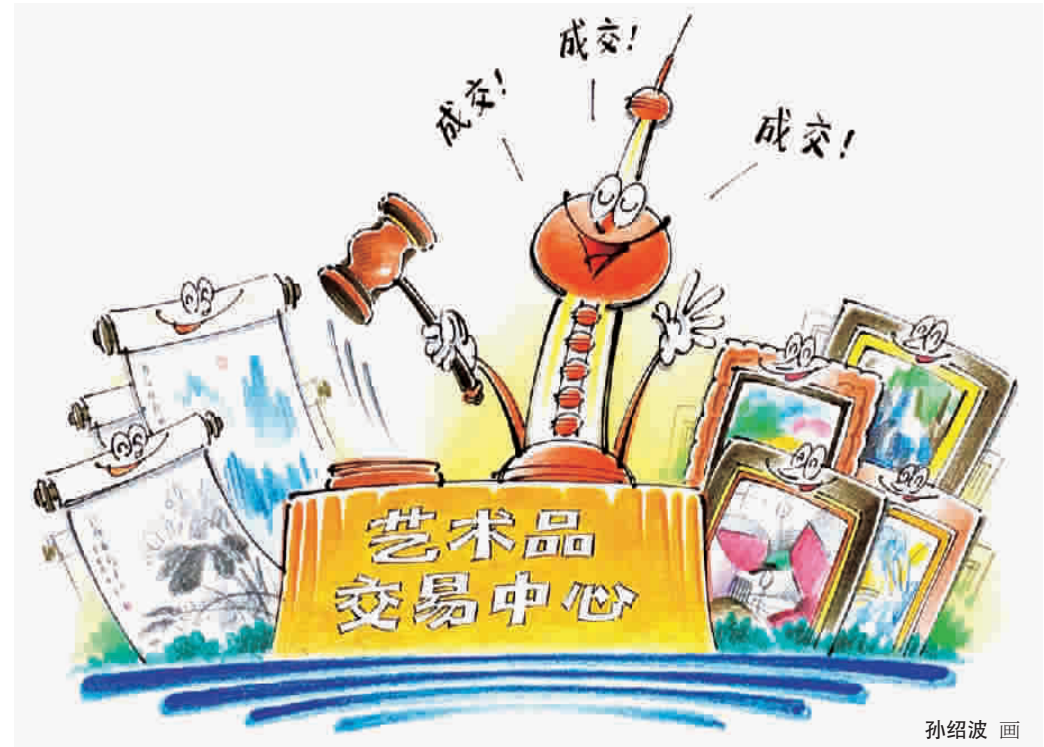
方翔



收藏界有句话：“收而藏之私乐，收而展之众悦。”近期，国内许多重量级的机构纷纷在上海设立私立美术馆和博物馆，如：苏宁集团投资的苏宁博物馆已建设完成，将于2017年年初正式对公众开放；宝龙集团投资的宝龙美术馆也将于明年开放。与此同时，北京保利拍卖行携手华谊兄弟将于12月22日在上海进行的首拍，今天开始预展。种种迹象表明，上海距离世界艺术中心越来越近了。

许多业内人士，往往会通过艺术品交易额，特别是拍卖成交额来衡量一个城市在艺术品市场的地位。从这个角度来说，上海与北京之间还存在很大的差距，甚至上海一季的拍卖成交额，还比不上北京一家拍卖行一年的成交额。然而，当12月初，苏宁集团以3.036亿元在北京保利拍下任仁发《五王醉归图卷》、宝龙集团花1.955亿竞得齐白石《咫尺天涯—山水册》之后，依然选择上海作为它们开设艺术机构的地点，并且把从拍卖市场上买来的珍品放在上海进行展出，而拍出这些珍品的北京保利拍卖行也选择上海作为其拍卖地之一，这样的现象是值得我们深思的。

事实上，从这次保利和华谊在上海的首拍情况来看，除了传统的中国艺术品之外，更是推出了众多



孙绍波 画

西方顶级艺术精品，包括毕加索、塞尚、高更、莫奈、雷诺阿、夏加尔、莫兰迪、达明安赫斯特等作品。之所以会有这样的策划，其实与佳士得上海在今秋拍卖获得成功有着很大的关联。佳士得亚洲区总裁魏蔚表示，此次客户登记的国家超过15个国家和地区，包括俄罗斯、比利时、美国以及欧洲各个国家，这也是佳士

得进驻中国以来最为国际化的一次拍卖。

全球的金融中心和艺术品交易中心的更迭几乎是重合的。二战前，全球金融市场中心和世界艺术品中心在巴黎、伦敦，二战后迅速调整到纽约。这实际上与全球资本的走向有着密不可分的关系。现在的纽约，有超过1000家画廊、近80家艺

术博物馆和艺术机构，每年还要举办超过30场的艺术博览会。维持这些艺术机构运行的，肯定是大量的资本，但是艺术品给藏家带来的回报远远超过了金钱本身。

最近在网上传着有这样一段话：当你在讥笑一个人“有钱没文化”的时候，却又不得不承认，这个人与文化的物理距离，比你近得多；

而他的烧钱之举，就文化发展来说，有时又是十分有益的。就好像当初的“扬州八怪”，那些追捧他们的盐商，很难说真懂文化，但如果没有他们的追捧，又未必会有八怪的传世。在今年的艺术品拍卖中，天价艺术品越来越多地被机构所收藏，除了前面介绍的苏宁集团、宝龙集团之外，许多知名的企业机构基本上已经将天价艺术品一网打尽。

越来越多的本埠以外机构来到上海开设民营博物馆或美术馆，加上本土已经有的公立和民营博物馆，实际上已形成了一个很好的艺术氛围。同时，上海目前正在进行一系列金融政策的试点，特别是像自贸区等，也会给艺术品交易带来积极的作用。据悉，除了保利、佳士得之外，其他的一些知名拍卖行也计划在上海进行艺术品拍卖。面对如此好的机遇，上海应该怎么样做呢？

从纽约打造艺术品中心的成功经验来看，艺术品交易的兴盛，除了需雄厚的经济基础外，政府出台的相关艺术政策也至关重要。例如，美国政府出台的鼓励非营利性艺术机构发展和艺术品捐赠方面的政策，对艺术品的发展和博物馆的发展作用极大。今天的上海，已经不缺乏公立和民营的艺术机构，但是如何更好地发挥他们在艺术传播上的作用，需要有关部门能够推出一系列优惠政策，让他们感受到来自金钱之外的回报，才是艺术品投资的最大魅力。

## 品牌力、产品力和服务力同心协力 凯迪拉克2016年国内销量突破110,000+

上汽通用汽车凯迪拉克品牌2016年累计国内销量截止到12月13日达到110,192台，继11月25日年销量突破十万台后，仅仅过了18天历史纪录再度刷新。今年，凯迪拉克品牌以突破性的增长态势，连续创造品牌入华以来新的销量记录，更以远超行业平均增幅，成为国内市场增长极其迅速的主流豪华车品牌。

### 车型矩阵细分覆盖 产品战略成效显著

进入2016年，凯迪拉克品牌产品型谱不断扩充，先后推出两款面向主流豪华细分市场的重要车型——新美式旗舰轿车CT6和新美式都会SUV凯迪拉克XT5。即将上市的凯迪拉克CT6搭载混合动力，完美前瞻智能的自动驾驶科技，打破“高性能=高能耗”的传统认知，以强劲不间断的动力输出，行云流水般的

驾感平顺性，颠覆传统的驾驶体验和高效节能的极致设计，树立智能豪华轿车性能标杆。

不断完善的丰富的产品型谱，使凯迪拉克在中国市场的产品战略初见成效，连续44个月实现销量同比增长，而去年销量突破一百万台。其中，凯迪拉克XT5上市仅7个月，以单月5000+的销量稳居国内中型豪华

SUV市场前三甲。新美式旗舰轿车凯迪拉克XT5自2013年上市以来，已收获超过10万车主的青睐，成为凯迪拉克产品矩阵的中流砥柱。主打新美式风尚运动的凯迪拉克ATS-L销量也屡创新高，11月单月销量同样接近5000台创下单车型历史销量纪录的同时，也重新成为越来越多年轻消费者心仪的实力之选。

### “新美式”科技领衔 卓越性能彰显胆识与创新

作为不断追求卓越性能的品牌，凯迪拉克敏锐洞察到豪华车消费市场向高性能后驱车型的需求点，着力打造搭载最新后驱科技的车型。全新CT6集凯迪拉克全球首款可变排量技术3.0T V6

双涡轮增压引擎、MRC主动电磁感应悬挂和ABS主动后轮转向等领先动力操控技术于一身，展现了独具凯迪拉克“新美式豪华”风范的驾乘体验。

创新科技应用方面，无论是全新

CT6搭载的业内高清流媒体超广角后视镜、殿堂级Bose®Premium®音响系统、融合11种复合材质打造的宇航级轻量化车身以及多模式智能四驱系统等前瞻科技，还是目前广泛应用凯迪拉克全系上的

### “PLUS”服务战略五周年庆 “尊崇”礼遇再升级

“尊崇有加——凯迪拉克PLUS”服务战略，以“专属、智能、主动”三大核心诉求，9大类27项内容，不断延伸凯迪拉克品牌精髓，致力于为客户全方位尊崇体验和增值服务。“一对一”专属顾问服务”通过安吉星OnStar系统与移动智能终端技术结合为客户提供远程车况检测和主动预

约保养服务，“三包”取送车”与“E-Service”透明车间”联手打造的尊享安心便捷的人性化服务，更获得客户极高的满意度。

截至2016年11月，成立两周年年的“凯迪拉克官方车主俱乐部”会员总数已突破18万人，活跃会员比例超过50%。其中，“尊崇专享”用车服务体系下的“会员特色

异地用车礼遇”，已覆盖全国21个城市，全年累计提供近12,000台/次租车服务，满意率达98%以上。随着“PLUS”服务五周年之际，凯迪拉克将陆续推出包括“忠诚车主奖励计划”在内的“五周年感恩回馈”系列活动，为广大忠实用户带来更多的惊喜惊喜。



FSS 强化安全策略、殿堂级4G LTE及Car-Fi功能的OnStar安吉星智能互联系统等人性化科技配置，皆为消费者全方位诠释了充满胆识和创新精神的“新美式豪华”主张。

### 未来，凯迪拉克则将乘势而上，在品牌营销、产品型谱、渠道拓展、服务体验等方面不断提升和完善；并继续在车载移动互联、新能源、主动安全等多个面向未来的产品技术领域创新突破，为消费者带来风格独具的“新美式豪华”全方位体验。