

“一级市场”不繁荣 亿元“当代”不长久

◆ 徐子林



■ 拍出一点八亿港元天价的曾梵志作品《最后的晚餐》

热风

现在的中国,能触动人们神经的,莫过于钱字,凡事和钱挂上钩,只要达到一定数量,总能引起众人一片唏嘘!

日前,香港苏富比 2013 秋拍四十周年晚间拍卖会上,曾梵志创作于 2001 年的油画《最后的晚餐》,拍出 1.8 亿港元币(含佣金)的天价,刷新亚洲当代艺术品的交易纪录。此价一出,顿时激起业界一片沸腾,各种质疑的、亢奋的、忧虑的声音和观点层出不穷。在中国当代艺术市场普遍处于价格低谷时,对当代艺术品的天价交易记录需要冷静对待和分析。

火爆下的惨淡

中国当代艺术的发展从上世纪八十年代至今,只有短短的30年历史,相对于国际当代艺术而言,中国当代艺术无疑还处于初级阶段。同样,中国艺术品市场的运作、收藏家的成熟度等无不如此。无论是一级市场中的画廊还是二级市场中的拍卖公司,中国目前都尚未有能立足于世界艺术之林的品牌企业。前几年中国之所以能在艺术品拍卖总额中位居世界前三名,其重要原因在于:中国艺术品交易总额中包含大量的古董字画;其次在数据统计时仅以落槌价为准,而忽略了其中含有大量并未实际交割的虚假拍卖(据统计,拍价1000万以上书画作品,超过48.2%没有最终付款)。所以从实际状况上看待中国艺术品市场,即使媒体每次都鼓吹艺术市场有多火爆,然而实际情况却依然是惨淡经营。

中国艺术品行业的从业人员此时更加需要保持诚信和严谨的态度来服务于藏家，不要为短期的、眼前的小利所动，即使很多时候小利并不小。但它对中国整个艺术品市场的伤害却

像毒药一样,将会埋下祸根,贻害数年。

中国艺术界面对世界艺术之林时,通常处于两个极端的状态,一种是盲目自信,一厢情愿地坚持“东方不败”的民粹信念,食古不化地认为“老子天下第一”;其二是极度自卑,认为中国艺术完全不值一提……实际上,在短短 30 年的进程中,中国的当代艺术正在慢慢地接近、理解并融入国际当代艺术的学术逻辑中,其中涌现出一批优秀的当代艺术家,当然,杰出的甚少,更没有产生所谓的中国当代艺术“大师”。

缺失参与孵化

所以,在这样一个现实面前,一件过亿的当代艺术品,显然充满了大量的泡沫。但是,纵观中国当代艺术市场,却需要一剂强心针,这符合多个利益方的“需要”。首先,西方各国对中国艺术品市场充满期待,认为这是一个巨大的“饥渴性”市场,完全可以向这个市场投放大量的高价艺术品(包括古董、文物回流,西方艺术大师作品倾销,中国本土艺术家作品价格拔高等)。而这些重要作品的持有人,无一不是西方机构和个人。其二,中国土豪收藏家,即所谓的收藏“新贵们”鲜有完整的艺术素养,更不会对艺术品一级市场(画廊)去采购艺术品,因为他们缺乏起码的艺术判断力(他们的判断力依赖于外界的道听途说)。这些土豪收藏家只会从二级市场(拍卖会)砸钱购买,只买贵的不买对的是他们的普遍心理。所以只要出现天价交易,就能激发出土豪们的狂热激情。

当代艺术家的创作到被收藏,在时间上通常有一个特定阶段:就是艺术家的学术探索和社会认知的磨合期。而这个时间阶段则主要由一级市场(画廊)在主导,而成熟的收藏家则会在一级市场阶段时,介入到艺术家的成长过程中。这个磨合期通常会持续8-10年,有的甚至更长。在一级市场中,藏家对待

艺术更显纯粹,大家讨论的是艺术的本体,并积极参与到艺术家的成长全过程中,这对收藏家而言是无比欢乐的。因为要共同度过漫长的孵化期,所以艺术家和收藏家都会相处成很好的朋友关系,彼此了解,相互热爱。

众多的海外收藏家、富有阶层有着这样的优良艺术传统，所以他们在上世纪八十年代末和九十年代，在中国当代艺术最需要帮助的时候，他们支持并收藏了中国的当代艺术。同样，中国当代艺术给这些最初的支持者的回报当然是最丰厚的。比如这次落槌价1.8亿港元的《最后的晚餐》，就是尤伦斯夫妇当年的藏品，可以想象的是他们收购这件作品的价格，当时不会超过二十万元。

莫只关心奇迹

中国的媒体和大众都只关心这些奇迹一般的赚钱神话,而不会去仔细分析当下:那些仍然亲临当代艺术创作第一线的西方收藏家,他们此时,正在关注并大量收藏中国更年轻的艺术家的作品——那些鲜为人知、还不被众人认可的、探索性的艺术家。也许再过5年、8年后,中国的土豪们再度发现,有一批超过千万的、甚至过亿的当代艺术品,再次像出自魔术师之手——从西方藏家手中被悉数抛出……我很难想象届时的内心挫败感……而事实上,这一幕即将上演!

所以,中国当代艺术的发展和收藏,需要更为广泛的、非投机性的文化支持,包括国家在税收抵扣、非盈利艺术基金会的赞助等等。不积跬步何以至千里?只有从基础做起,我们才不会只感慨过亿元的成交价。而此时,我们更需要的是无数个几万元、几十万元的艺术品成交于一级市场(画廊),没有一级市场交易的繁荣,二级市场(拍卖会)就会像兔子的尾巴——长不了!

异梦录

讲话要看对象，识时务。你跟土豪谈艺术，不如跟他们谈如何判断艺术品的含金量。

有的人看不起土豪,认为他们缺乏对艺术的判断力。但我认为,土豪能够虽土而豪,自有其非凡之处。只要你把道理跟他讲明白,他自会判断。

黄金之所以成为硬通货，是因为其具有美丽、稀少、难得和稳定的品质，并数千年来维持其影响力和信誉。

一幅名家画,如今动辄数十万、数百万、数千万乃至上亿元,实质上已具有了金融性质,具有财富甚至货币的象征性和置换功能。

投资艺术品,就要善于发现艺术品中含金量较高者。怎样的艺术品含金量高呢?

第一,独特性,也就是其样式和理念的独创性。这可以保证其稀缺性和不可替代性。

而那些理念和样式因循雷同者，往往数量庞大，每年都在美院被大量培训出来，如同餐饮学校培养出来的雷同的宾馆菜。铜永远不可能炒成黄金的价格，即使你暂时炒成了，也要崩盘。

第二,影响力。只有占据了人心,才真正占据了市场。黄金不仅仅是因为其贵才成其为黄金,而更是人们喜欢它的美。文艺复兴三杰之一达·芬奇的每一幅作品放到艺术品市场上必然都是天价,那是首先因为他的艺术深入人心,并曾深远地影响了人类文明进步。梵高、杜尚、毕加索也如此,他们颠覆性的创造,和那个时代的文明发展的洪流一起,巨大地拓展了人们的艺术胸怀。真正的艺术家和哲学家、宗教家等一样,只是从不同的角度影响人们的思想,拓展人们的视角。

第三,诚信、精心、持久的市场维护。不解释。

那么,用这三点来看待如今中国“当代艺术”的天价市场,我们不难发现,中国“当代艺术”的软肋在于,其影响力过于依赖市场行情炒作,而非其艺术理念和艺术样式深刻地推动了艺术史的演进,广泛地改变或影响了人们的思想。

一个艺术家如果不是因为他的作品及其艺术理念打动了人心，而仅靠行情像春药那样激发了人们的欲望，那么这个世界上能勾引人们欲望的东西多的是。它随时可以被取代，是不可能长久的。从投资的角度来说，最多也就是可短期持有。

一个传道者如果不是倾力于升华人们的心灵，而是倾力于功德箱和金碧辉煌的庙宇，那个传道者是值得怀疑的。同样，如果一种艺术一味以行情来蛊惑人心，也就难免令人对这种艺术的价值打上问号。

人们往往藐视地问：心值几个钱？但忘了价值是由人心定的。

价值是人心定的

◆ 林明杰

西门子助听器

SIEMENS

爱让父母听得见

西门子授权各服务中心XCEL系列

倾心特别优惠 详情请垂询各中心电话

西门子听力健康形象大使 孙淳及其母亲

网址: <http://sh.sw-tl.com> 热线电话: 021-63218200

注: 请认准西门子标识 / 请详细阅读产品说明书或在医务人员的指导下购买和使用禁忌内容或注意事项见说明书数字型耳背式助听器苏食药监(准)字2012第2460710号数字型耳内式助听器苏食药监(准)字2012第2460711号苏医械广审(文)第2013040051号

总店地址: 黄浦区四川中路555号
(近北京东路)

电 话: 021-63218200

福州店: 福州路264号(近杏花楼)

021-63606472

政通店: 政通路242号(万达广场对面)

021-55232190

虹口店: 四川北路1717号1010室(嘉杰国际广场)

021-36393277

本溪店: 本溪路160号(专家咨询)

021-55962163

徐汇店: 南丹东路141号-E间(天钥桥路口)

021-64682068

浦东店: 东方路1531号(仁济医院斜对面)

021-58751000