

方兴未艾的全球私立博物馆热潮

◆ 孔达达

★ 热风

私立博物馆发展热潮在中国方兴未艾。而全球范围内过去 25 年间,几乎所有新成立的博物馆都是由私人出资或控股的。私立博物馆浪潮席卷了全球。

财富成长

私立博物馆的涌现与超级富豪的财富成长息息相关, 据洛杉矶时报的艺术评论家 Christopher Knight 调查显示, 美国历史上的私立博物馆兴建高潮往往伴随着低 GDP 增长和对超级富豪有利的税收政策。一些在著名的私人收藏基础上建立起来的博物馆通常都产生于这些时期, 如新近开放的 Broad 美术馆, 以及上世纪 20 年代成立的 Huntington、Frick 等。

财富大量集中于少数超级富豪手中, 不同于中产阶级主要资产集中在房地产, 超级富豪将大部分财富投资于金融市场, 其中的一部分或为了分散金融风险, 或仅仅因为喜爱或是满足社交需求而拥有艺术品。因为购进的艺术品越来越多, 超级藏家们需要寻找更好的方式来存放自己的收藏, 然而与其捐赠给国立的博物馆, 很可能被存放于仓库不见天日, 超级富豪更倾向于为自己的收藏成立基金会建立博物馆, 一方面可以从出借藏品取得收入, 另一方面频繁的展出亦会增加藏品的价值, 而博物馆的存在也有利于收藏家购入高品质的艺术品, 因为越来越多的知名艺术家或其代理画廊以一种严格的方式挑选藏家, 他们更倾向于将好作品出售给能够给其未来加分的收藏者。

数量众多

据美国博物馆协会统计, 美国有超过 17000 个博物馆、美术馆, 每年接待大约 8 亿人次。在美国博物馆平均门票价格为 7 美元, 37% 的博物馆免费入场, 据估算博物馆运营成本分摊至每个参观者为约 31.4 美元, 门票收入和运营成本之间差额则需要通过其他收入进行补贴。

2012 年美国博物馆的收入大约有 24.4% 来自联邦、州立和地方政府的直接和间接财政支持, 其中大部分来自于州立和地方政府。由于政府收入低迷, 近年来这个数字在逐年下降, 1989 年政府对博物馆拨款曾经高达



■ Huntington 艺术馆内景

图 TP

38%。美国博物馆从私人渠道得到的资助高达 36.5%, 这些资金来源包括私人、基金会、慈善组织等, 也包括大型企业对特定展览和活动的赞助费用。美国对博物馆的功能定义为教育和娱乐, 所以活动通常都具有教育性质。

美国博物馆另有 27.6% 自营收入, 通常通过展览活动、出借展品、衍生品销售等实现, 而其中门票收入却仅有 5%, 近年来高端餐饮也逐渐成为博物馆收入的一个重要组成部分, 博物馆通常占据城市中的黄金地段、或者位于风景优美的区域, 博物馆建筑也往往成为整体艺术形象的一部分, 越来越多的企业租借博物馆场地举办品牌活动或款待客户。博物馆的第四项收入来源为投资性收入, 大约占总收入的 11.5%。大型博物馆通常会拥有金额不菲的捐赠基金, 该基金通常由外聘专业人员运营, 而基金在设立之初往往规定了资金的专门用途, 基金的本金不得随便动用, 通常每年最多可提取本金总额的 5% 用于博物馆特别项目, 如购买新藏品等, 其余部分则继续投资到有关证券、债券等金融市场以达到保值和增值的目的。

与世界上很多国家不同, 美国主要通过

税收优惠来达到支持博物馆和文化发展的目的。作为非盈利的博物馆可以享受一系列的税收优惠, 联邦及大多数州立政府除了对博物馆的非主营收入如餐饮等征税以外, 对其他收入一律免税。据统计 1997 年美国大约有 44% 的博物馆拥有地产, 而其中大多数享受免地产权的待遇, 非盈利性质的机构往往可以因此以低成本保留中心地段的房产。但是也因为一些超级博物馆良好的盈利现状, 以及各政府财政紧张的现实, 免税待遇在近些年在某些州受到了公众的质疑。

方式不同

与美国以税收支持博物馆不同, 法国政府更多是以一种直接财政拨款的方式资助国立博物馆。法国共有大约 1200 家博物馆, 其中 84 家为国有, 其余大部分为地方政府所有, 也有少部分为私立性质。近 10 年法国用于支持 37 家国立博物馆运营的公共费用开支 (包括税收减免等) 增长了 70%, 但是一些成功的私立博物馆在未取得政府分文的情况下, 不仅持续盈利而且大幅扩张, 受到业界关注。

比较成功的案例如私营的博物馆运营机

构 Culturespaces, 它充分发挥小型博物馆灵活性的特点, 针对每个展览做出相配套的预算和推广计划, 展览的选题尽量从观者的兴趣出发, 避免高额的借展费用。对于一个高级别的展览, 私立博物馆通常会分配 40% 的预算到推广宣传上, 其中包括海报、广告和公关活动等。另外 60% 的预算则用于保险、运输以及展品和布展。

据统计, 法国私立博物馆的运营收入大约 20% 来自企业专场晚宴活动, 10% 来自馆内餐饮服务, 15% 为书店零售业务, 与美国博物馆大相径庭的是, 法国私立博物馆最主要的收入来自门票, 占总运营收入的 55%。因此优秀的展览策划能力对法国博物馆的成败起到至关重要的作用。

一些私立博物馆拥有永久藏品, 如 Culturespaces 所管理的 Jacquemart André 的收藏以及以 Maillol 作品和 Dina Vierny 的收藏为基础建立的 Maillol 博物馆。而有些私立博物馆如巴黎艺术图片馆 la Pinacothèque 由几位收藏家资助建立, 接受藏家委托, 由专业人员梳理并策划藏品展。经优秀的策展人策划的有影响力的大展, 往往可以为藏品增色, 从而提升其市场价值。由于公立的大型博物馆通常门槛较高, 圈子相对封闭, 而私立博物馆则以更开放的方式面对藏家和展览, 与市场的距离进一步拉近, 因此受到资本欢迎。

1990 年成立的巴黎信札和手稿博物馆以收藏共同体的方式由私人藏家共同拥有新购入的藏品, 因为所依托的管理公司同时也是专业的出版商, 旗下拥有专业的 Plume 杂志, 因此可以得到一些便利的藏品资源, 而公司的宗旨则是投资艺术, 共同拥有文化艺术遗产, 该博物馆现有超过 1 万个会员, 当出现新藏品时, 管理公司会询问会员是否有兴趣共同购买该藏品, 如今博物馆在布鲁塞尔也成立了分馆。

国情独特

中国私立博物馆热潮的出现, 很大程度上是受国家大文化发展政策的引导, 而这种现象背后很多是以房地产开发为出发点的。这种国情虽然独特, 但是私立博物馆走红的现象在全球范围却非孤立存在。不管开发者的初衷如何, 博物馆一旦建立就面临着严峻的生存考验。如何以创新、务实的心态经营好博物馆, 并真正使博物馆发挥其应有的功能才是今后的重心所在。

安迪·沃霍尔和达明·赫斯特给我们的启发

◆ 方 翔

★ 艺语中的

盘点 2013 年全球艺术品拍卖行, 虽然最高价被弗朗西斯·培根的《卢西安·弗洛伊德肖像画习作》, 以 1.424 亿美元取得。但安迪·沃霍尔无疑成为最大的亮点, 他的《银色车祸 (双重灾难)》以 1.054 亿美元、《可口可乐 (3)》以 5720 万美元成交, 分列艺术品成交榜的第二和第五位。而在前两年曾经火爆一时的达明·赫斯特却掉出了前十位。冷热转换之间, 显示出仅仅依靠市场炒作来提升画家身价的做法已经越来越不合时宜。

长盛不衰有秘密

1987 年安迪·沃霍尔死后至今, 他的作品价值增长超过了 30 倍。有很多原因使得沃霍尔的艺术市场被认为是战后当代艺术的楷模, 包括它的规模、标志性的交易、艺术家作为潮流引领者的声望, 以及商品投资的潜质。他拥有一个符号化、易于识别的名字和画风。他的作品时常上拍卖行, 且常以令人炫目的价格成交。

然而, 很多人没有看到支撑其市场价格的一个重要因素, 就是沃霍尔基金会, 其通过合作展览、出借以及在全国的博物馆、美



■ 安迪·沃霍尔在作品前

术馆永久展出作品等方式, 确保了沃霍尔数量庞大而又复杂的所有作品, 即便是每一个细节都能让人欣赏到, 而且还能被完好地保存。在上海当代艺术博物馆也曾举行过“安迪·沃霍尔: 十五分钟的永恒”的展览, 这也是亚洲有史以来最大型的安迪·沃霍尔回顾展。

拍卖炒作已过时

与此相比, 依托画廊和拍卖行的达明·赫斯特在近年来的市场表现却是逐步走低。2007 年, 他的一件镶有 8601 颗钻石的骷髅头《神圣之爱》, 成交价为 5000 万英镑。然而在今天, 他的作品要突破百万美元都是非常困



■ 达明·赫斯特接受采访

图 TP

难的事情。究其原因, 赫斯特与高古轩的分道扬镳, 成为了一个标志性的事件。

拉里·高古轩被称为世界上最有权势的艺术经销商之一, 其曾经含蓄地向客户保证他们购买的艺术品的价值绝不会减少, 这也是在许多业内人士看来, 为什么拉里·高古轩会在 2008 年努力抬升达明安·赫斯特的作品价格的原因。曾经有海外媒体报道, 赫斯特在 2008 年越过经销商直接在苏富比拍卖自己的作品, 在那场拍卖会上, 高古轩与其他赫斯特的代理画廊们, 竞价或是购买的作品的价值几乎占到了拍卖会第一天成交额的一半。但随着两者的分手, 赫斯特市场地位的下降也应该是在情理之中。

内地藏家须明鉴

无论是安迪·沃霍尔, 还是达明·赫斯特, 似乎都离中国的艺术品市场还有很大的距离。然而, 他们市场价格的起起落落, 对于我国艺术市场来说, 还是非常具有借鉴意义。在刚刚过去的 2013 年, 我们也见证了中国当代艺术跨入了“亿元时代”, 但是在这些价格的背后, 我们看到的却是很多在海外市场上已经出现过的炒作手法。

对于许多内地藏家来说, 通常认为被海外藏家收藏的作品, 价格相对处于稳定状态, 这样的作品已进入到全球运转当中, 这也是包括曾梵志在内的众多艺术家作品价格稳定上涨的重要原因之一, 虽然“外来的和尚好念经”, 但是艺术品市场的规律还是一样的。一个我们不得不面对的“巧合”是, 从 2011 年开始, 曾梵志结束了与阿奎维拉画廊 (Acquavella Gallery) 的合作, 转投高古轩画廊, 而在 2013 年拍出亿元天价之后, 曾梵志的个展又在法国举行。

虽然作为资产的艺术品回报率在过去 5 年远超股票市场, 但它往往也像金融市场一样充满迷雾。资本的介入, 可以更有力地推介艺术, 使得艺术更方便地被公众所了解, 但如果仅仅是通过简单地市场炒作, 脱离了艺术本身的价值以及背后的学术支撑, 价格的回落也将只是时间问题。