

每个人都是艺术家评论家收藏家

◆ 林明杰

林距离

最近，万和昊美艺术酒店在浦东张江亮相，不由提醒了我一个过去被疏忽的问题，那就是酒店在艺术生态中可以起到的作用。

虽然过去从来没有酒店以“艺术”二字标榜在店名上，但即使小到县委招待所这样的地方，也是与艺术或者艺术家有不同程度的关系。譬如说县委招待所前厅的牡丹图，或许出自当地小有名气的画家之手；而门口的一对大花瓶，则来自景德镇的艺人。

纵然在“文革”中，名画家几乎全部被打倒，但到了“文革”后期，在周恩来的关心下，组织了一些名画家为重要的国宾馆创作了一批布置画。国营的宾馆邀请画家创作布置画这种风气在“文革”后一段时期内尤为盛行，由于当时国民经济落后，大多数画家经济拮据，住房窄小，食品还处于定量供给，能够免费与家人吃住在宾馆，是件有相当诱惑力的事。当时，画家名气的大小，几乎与受邀宾馆级别和数量成正比。刘海粟住在钓鱼台国宾馆创作时，连当时的国务院总理都前往探视。难怪有个传说，他回答外国记者关于他住房条件的提问时，很有底气地说：全中国的宾馆我都可以去住。迄今拍卖市场上出现最精彩的一幅刘海粟山水画，也是过去刘海粟给上海大厦画的布置画。

这种情况后来随着国内艺术品行情迅猛上涨而不再，但我国的艺术史，不该忘了为宾馆在某个历史阶段对中国画家创作所起的作用，记上一笔。因为在那个艺术生态相当恶劣的历史环境中，宾馆无疑为一部分画家创作和改善生活提供了条件。当然，画家们更是为宾馆创造了巨大的财富。如果我们将全中国的国营老



■ 安迪·沃霍尔的版画



■ 酒店大堂

宾馆、老饭店收藏的名家画作做一番统计，甚至策划一个全国宾馆藏画精品展，想必蔚为壮观。其实这些艺术作品不只是属于那些宾馆的，更是属于那个时代的。

那个时代宾馆所创造的艺术生态是相当初级的，甚至可以说带有啼笑皆非的历史遗憾，但却比后来大量新兴的宾馆，包括五星级甚至超五星宾馆在艺术生态的营造上有作为得多。如今大量模仿名家风格、品位低下的行画充斥各色豪华宾馆。这些宾馆唯一推动了中国行画业的兴盛，而对艺术生态非但没有帮助，还对国家的艺术形象和民众审美品位起到了误导作用。

对于荟萃了120位艺术家共500多件艺术品的万和昊美艺术酒店，我并不认为十全十美，譬如它还是较为单一性地呈现了酒店主人郑好的收藏，虽然这些收藏不乏可圈可点的佳作，但缺乏围绕酒店的创意性设计。酒店里陈列着上世纪七八十年代最具影响的前卫艺术家约瑟夫·博伊斯的照片和文献，但博伊斯“人人都是艺术家”的理念怎样通过当下的科技手

段，在酒店的人来客往中得以实践呢？如果在这方面有所突破，而非仅仅是艺术品的陈列，那艺术酒店就更具艺术性了。

然而，这家新兴的艺术酒店的出现还是让我感到乐观，因为它开了个头，但愿它能启动一个艺术新生态。全中国只要有百分之十的宾馆酒店，真诚地支持原创艺术，以各自审美取向来与不同的艺术家和艺术作品合作，它们对未来艺术群体的影响以及对对中国艺术发展的影响就不可低估。

艺术生态的改变，往往会孕育出新的艺术潮流。意大利文艺复兴的美术，也就是以佛罗伦萨美第奇家族为代表的新权贵阶层的崛起，给艺术家提供了新的生存土壤和创作空间，使艺术家得以逐步摆脱中世纪以来依附于宗教的困局，创作出符合新贵口味，也相对更符合人性的艺术作品。个性解放、人性关怀等新思潮便由此发端。后来的印象派艺术、波普艺术等，无不是由于社会产生了支撑新艺术发展的土壤而兴盛起来的。公共博物馆、美

术馆的兴起，是人类文明的重要进步，为艺术家提供了全新的艺术生态，空前推动了艺术发展。然而，凡事都有遗憾，过于学术化的倾向也刺激了大量艺术家片面追逐博物馆需求而创作，反而使得艺术在“高大上”的同时疏远了人心。新时代的艺术生态将是全方位的艺术生态，除了博物馆、美术馆、艺术院校，包括宾馆、商厦等商业、休闲空间以及网络无穷的空间，都是当下和今后艺术家施展身手的新空间。在这个艺术新生态中，将超越单一化的学术标准，更可能是物以类聚、人以群分，自由、多元的公众艺术趣味和严肃、深刻的学术思考将交相辉映，相互影响。每一个酒店的主人，每一个入住的客人，每一个网上碎嘴的闲人，都在选择着艺术，影响着艺术。而对每一个艺术家来说，东方不亮西方亮，都能找到适合自己的生态空间。每个人都是艺术家，每个人都是评论家，每个人都是收藏家。让艺术自由地发自内心，真诚地贴近人性。这是我的梦想。

艺语中的

艺术品拍卖：真实比场面更为重要

◆ 杨羽

近日，中国拍卖行业协会发布了《2014年中国文物艺术品拍卖市场统计年报》。自2013年首次发布以来，艺术品拍卖市场统计年报就成为各界关注的焦点，特别是其中披露的结算数据，更是能够让人们对于艺术品市场有一个更为全面的认识。

《2014年中国文物艺术品拍卖市场统计年报》显示，2014年度，全国共举办799场文物艺术品拍卖会，成交额315.47亿元。截至填报日（2015年5月15日），315.47亿元成交货款共完成结算172.16亿元，仍有143.31亿元尚未完成结算。

在224件（套）1000万元以上成交拍品中，已完成结算的拍品有83件（套），结算货款为14.81亿元；未完全结算的作品有60件（套），涉及货款12.01亿元；而未结算的作品达81件（套），涉及货款15.54亿元。

在这些枯燥数据的背后，实际上透露了这样一个信息：2014年度的成交额、实收拍品款及佣金收入同样出现连带下调。显示出在市场下行时，拍后拖欠货款、违约的现象，以及行业内竞争压力更加凸显。

继股市、楼市之后，内地艺术品拍卖市场在近年来蓬勃发展，成为了人们最为关注的投资领域之一。然而在光鲜亮丽表象背后，源于各种因素的制约，这一市场也存在着种种难以根治的“顽疾”，特别是“结算难”更是让拍卖行以及委托卖家头痛。同时，“假拍”、“做价”等问题也层出不穷，原本应该公开、公平、公正的艺术品拍卖市场，现在却被“内幕”、“阴谋论”所笼罩。

尽管近年来各家公司普遍上调了佣金标准，但相较于卖家获利，买家获利，恪守中介职责的拍卖公司在收益上其实并不多。截至填报日，全国文物艺术品拍卖企业实际收到的“2014年成交拍品”之买卖双方佣金款合计26.57亿元，较2013年的31.34亿元下降15.22%。与此同时，2014年全国文物艺术品拍卖行业买卖双方实际佣金收取比例合计

排名	企业名称	备注
1	中国嘉德国际拍卖有限公司	
2	北京保利国际拍卖有限公司	
3	北京匡时国际拍卖有限公司	
4	西泠印社拍卖有限公司	该企业享受免征所得税政策
5	北京翰海拍卖有限公司	
6	上海锦泰拍卖有限公司	
7	北京诚轩拍卖有限公司	
8	广东中正拍卖有限公司	
9	北京艺融国际拍卖有限公司	
10	北京荣宝拍卖有限公司	
11	荣宝斋（上海）拍卖有限公司	
12	北京振亚国际拍卖有限公司	
13	北京华辰拍卖有限公司	
14	上海天衡拍卖有限公司	
15	上海道明拍卖有限公司	
16	北京嘉德在线拍卖有限公司	
17	上海嘉禾拍卖有限公司	
18	上海工美拍卖有限公司	
19	广州华艺国际拍卖有限公司	
20	上海明轩国际艺术品拍卖有限公司	
合计金额	811亿元	

实收拍品款排名	企业名称	结算进度排名
1	中国嘉德国际拍卖有限公司	2
2	北京保利国际拍卖有限公司	10
3	西泠印社拍卖有限公司	4
4	北京匡时国际拍卖有限公司	15
5	北京翰海拍卖有限公司	17
6	北京诚轩拍卖有限公司	1
7	上海锦泰拍卖有限公司	5
8	上海嘉禾拍卖有限公司	9
9	广东中正拍卖有限公司	8
10	广州华艺国际拍卖有限公司	7
11	北京艺融国际拍卖有限公司	11
12	上海振亚拍卖有限公司	3
13	北京荣宝拍卖有限公司	16
14	上海天衡拍卖有限公司	19
15	荣宝斋（上海）拍卖有限公司	6
16	上海明轩国际艺术品拍卖有限公司	20
17	北京嘉德在线拍卖有限公司	13
18	北京华辰拍卖有限公司	17
19	北京保利国际拍卖有限公司	14
20	河南金帝拍卖有限公司	15
132.00亿元	合计/平均	58.12%

注：1.“实收拍品款”是指截至2015年5月15日拍卖企业实际收到的“2014年度成交拍品”的货款。
2.结算进度排名仅限于实收拍品款前二十名企业。

15.43%，较2013年的15.77%再度呈现出现下降。在加上持续加大的运营成本，如果再为了维护客户关系不得不垫付拍卖款项，很难保证不会影响到公司资金流的正常运转。此次发布的数据显示，截至2014年12月31日，全国具备文物拍卖经营资质的企业共计396家，总量较2013年增加14家，增速在近年来呈减缓趋势，拍卖行业的日子不好过已经是不争的事实。

值得注意的是，虽然不少企业采取了开列“黑名单”，拒绝习惯性拖欠款项的客户进场交易，抑或诉诸法律手段追讨欠款等方法，虽然收到了一定效果，但由于拍卖行害怕失去重要客户，往往会不了了之。

要根治艺术品拍卖结算难的现状，关键就是要深入剖析“拍而不付”的内因。除了极少部分的恶意竞拍之外，很关键的因素还是目前艺术品市场的投机性太重，真正的收藏者的比例非常少，许多藏家在竞拍到了拍品之外，如果发现没有赚头，就会拖着不付款，由此产生的“三角债”现象，将成为影响市场的重要因素。

艺术品市场缺乏法律法规，没有约束，谁都可以举牌，之后不结账。天价纪录与拍卖市场拖延付款，几乎已经成为艺术品拍卖市场的“中国特色”。艺术品市场如果出现天价，一些人会说，这件拍品造假，如果冷门拍品成就高价，人们就会怀疑其中是否有局。天价拍品在高调落锤之后，其结局往往低调得近乎神秘。这样的情况已经大大影响了艺术品拍卖业的信誉度，阻碍了内地艺术品市场的发展。

对于内地艺术品市场来看，真实结算比场面成交更为重要。除了每年定期发布的中国文物艺术品拍卖市场统计年报之外，我们更期待着中国拍卖行业协会能够跟踪那些历年没有交割的拍品并定期公布，这样才能给买家以及拍卖行压力，促使他们加快结算，共同促进市场健康发展。（附2014年度全国文物艺术品拍卖企业总纳税前20排名）