

面对双年展，我们仍需反思和研究

——第54届威尼斯双年展中国馆观感

许柏成

世界闻名的商贸大都会威尼斯在今天仍以旅游和艺术闻名。近一个世纪以来每隔两年的6月初，是威尼斯最繁忙的时候，因为每到这一时刻将有几百万的游客从世界各地飞赴这里观看当今世界历史最久也是水平最高的当代艺术盛会——威尼斯双年展。游客们穿梭于这座城市的大街小巷寻找展览，使得这座小城似乎迎来了节日的庆典。

今年是中国第5次派出团队参加威尼斯双年展。直至今年3月份才公布内容的中国馆从一开始就吸引着人们好奇和关注的目光。

中国馆的最终展示效果

本次中国馆以彭锋为策展人，潘公凯、蔡志松、杨茂源、原弓和梁远苇为参展艺术家。以展示中国传统中的荷、茶、药、香、酒五味以及视觉上呈现出“弥漫”效果为主要内容。

由于策展人提出方案的独特性，本届威尼斯双年展中国馆的方案一经公布就引来巨大的关注与争议。直至它在威尼斯双年展上向公众亮相，它最终的呈现效果才显示在人们面前。

原弓的作品是本次中国馆主题“弥漫”最形象化的体现，原本计划是以中国馆建筑“油库”为基础，实现将水压压缩为蒸汽的效果。但为了配合室外草坪上蔡志松的《浮云》，便临时在室外草地上加了几组加湿器，没想到这样却实现了意想不到的效果。蔡志松的浮云造型与原弓的“雾气”相互映衬，在绿色草坪的衬托下异

常搭配，这成为本届中国馆标志性的作品。经常有小孩子跟着大人到草坪上嬉戏。

在室内展场，由于意方对用电量限制，位于展厅中央的潘公凯的作品《融》并未能将温度降低为预想的效果——以水墨为背景的影像装置作品。

梁远苇的作品并未按预想对馆内油桶加以改造而完成，而是另寻找到一件典型油桶单独做了一件作品。杨茂源的陶罐散落在中国馆的角落，当伸手拿起的时候并不觉得有重量。但无论任何作品都无法盖过展厅内大量油桶的体量和气味。

中国馆的作品总体来看对主题的表达较为浅显。艺术家似乎是在为主题而“主题”的浅显解读上，并没有往深度挖掘。展览更多地体现了策展人的意志，没有更多地让艺术家对主题的理解和思考体现出来。而作品相互之间也缺乏紧密联系，使得整个中国馆的作品缺少完整性和令人难忘的效果。

相比之下，今年获得金狮奖的德国馆则在其展厅内布置成为一个教堂的情景，每个元素不可缺少而相互依存形成一个完整的整体，整体作品以其强烈的效果震撼人心。

场地限制是中国馆的难题

历届参加威尼斯双年展的中国馆其实都有一个难以逾越的障碍——场地。由于在上世纪70年代，威尼斯双年展国家馆主场地Gradini已经没有了空地，再次来修建国家馆，因此后来参与的

国家馆只能分散在Gradini之外的威尼斯城内。而中国馆则被分到了威尼斯双年展主题展展区Asenale军械库的最里端——油库以及室外的处女花园。

但是在油库中存有大量意军在二战时遗留的油桶，它们被列为意大利的国家文物，不可随便移动。因此中国馆室内空间并不能得到很好的利用，反而室外的广阔草坪更利于策展人布置和艺术家创作。

据双年展组委会人员称，由于整个威尼斯城市用地紧张，再辟出新的地方为当代艺术新兴国家修建国家馆已不可能。因此，中国馆想在国家馆所在主场地再修建新的国家馆难度很大。

场地问题成为横亘在中国馆面前的一道难题。如果中国馆不解决场地问题，则中国当代艺术在威尼斯双年展上很难有上佳表现。

而从另一方面看，中国馆的场地与主题展览紧密相联，并且比邻东道主意大利馆。也许只要我们把油桶请出去，就可以变为对中国馆的一大优势。

正如本届双年展上媒体采访中国馆策展人彭锋所说，如果把中国馆内的油桶搬出去，中国馆依然有它优越的展示条件和地理位置。

中国艺术家国际舞台崭露头角

纵观威尼斯双年展，出现在双

年展舞台上的与中国发生联系的并不仅仅有中国艺术家，在威尼斯双年展更广阔的空间中我们看到中国人闪耀的身影。

继上一届吕澎策划的“向马可·波罗致敬”展览以后，本届双年展上由陆蓉之和王林分别策划的“未来通行证——从亚洲到全球”与“断裂的文化=今天的人？”展览再次在全球5000多份提案的竞争中脱颖而出，成为进入本届威尼斯双年展的平行展行列。

陆蓉之策划的展览以动漫美学为主要内容，参展艺术家绝大多数来自亚洲，其中不乏年轻艺术家的作品。分两个展馆在威尼斯展出，展览呈现了亲切有趣的面貌和轻松随意的布置方式，这种耳目一新的感觉受到参观者的好评，并被双年展组委会推荐为最值得观看的展览。可谓是华人艺术在本届威尼斯双年展的最大亮点。

同时，在威尼斯双年展上，中国艺术家开始以个体的力量出现在世界舞台上。本届双年展最引人注目的中国艺术家应是宋冬，他被总策展人库比格选中，作品入选本届双年展主题展，并且放在了主题展区的首个位置，其体量几乎占据了一个房间，这成为华人艺术家的荣耀。此外，张大力的《第二历史》被作为丹麦馆的装置作品出现在意大利策展人的平行展“glasses”上。由邱黯雄等

艺术家参加的“西京人”展览也出现在威尼斯的圣马可广场上。

由此可以看出，中国当代艺术已经在国际上凸显自己的力量，创作水平也足以在世界舞台上展示，其影响力已不再是从零开始。但从本届双年展来看，他们的力量过于分散，缺乏有效的组织，难以有效地体现出“中国”二字。如何集中中国当代艺术的优势力量，为中国国家馆创作出好的作品成为我们亟须思考的问题。

综合来看，本届中国馆在依然拥有西方话语权的威尼斯双年展并没有产生太大的反应，这好比是国内改革开放之初在中式建筑上增加了一个西方建筑中拱形的穹顶。以中国传统文化生硬地与西方对话，并不一定会得到很好的效果。

同时，在本届双年展的现场采访中，筹备时间短成为策展人和艺术家都提到的原因，从确定到开幕只有短短100天的时间。在这样短的时间里很难将方案做到最佳的效果。相对于西方国家对于当代艺术的重视，中国对于当代艺术的重视依然需要加强。

威尼斯双年展上的中国馆像一个正在成长中的少年，如何在国际舞台上展示自己，如何采取国际间的外交策略，将中国人对当代艺术做出的独有贡献带出国门，仍是我们需要研究和思考的问题。

天价拍品是否“横空出世”

林琳

近日，雅昌艺术市场监测中心发布了“春拍中国书画成交价TOP10”，笔者观察后发现，10件天价拍品中至少有6件尚查无市场拍录记录，算得上是拍卖市场的“空降军”；另外4件查到似曾有出现在拍卖市场上的痕迹，而历史成交价格“步步高”。到底是“横空出世”容易出天价，还是“步步高”？

天价拍品可能曾露面

据笔者对雅昌艺术网公开数据进行的不完全统计发现，上海崇源曾推出一件估价350万元至550万元的《松柏苍鹰》，成交价616万元，与天价拍品齐白石《松柏高立图·篆书四言联》如出一辙，有市场人士曾公开表明这两次出现的拍品都是同一件。

与徐悲鸿人物画稿册页相近的是上海崇源在2007年11月以1120万元成交的一件徐悲鸿《人物课徒稿册页》。另外，北京九歌在本次春拍上以2.8405亿元成交一件文征明的《潇湘八景》，而在此之前广东中亿曾推出一件文征明的《潇湘八景册页》，估价80万元至120万元，结果流拍。北京纳高也曾推出一件《潇湘八景书画合璧》，估价35万元，结果成交价为80.64万元。至于1.84亿元的陈果《蕃骑弄箫》，山东天承也曾推出一件形似的《胡人吹箫》，估价32万元至42万元，成交价49.28万元。

“不能因为图录上看相似就确定为同一件作品”，一名拍卖人士表示：“只能说两件拍品相近，有可能是同一件。”不过，横空出世的拍品和有类似作品作参照的拍品，哪一种更得买家欢心？

“真正的行家并不会考虑这件东西是不是曾经出现在市场上，只要东西好，行家们会争相出手，因此也往往会造成‘空降军’出天价”，一名资深行家告诉记者，“只有不懂的买家才需要这样的‘历史证明’”。

出现过于频繁未必受青睐

曾在市场上露过脸的东西，有可能相对比较好出手。“市场上也有买家常常习惯用历史价格来衡量目前的价格是否划算”，一名北京的行家告诉笔者，齐白石的《松柏高立图》一出天价，立马就有人嘟囔了：“几年翻几十倍，简直就是暴利。”

也有行内人士质疑，既然有迹可寻更有信心，那为什么不少拍品明明就是同一件作品，出现在不同拍卖会拍卖图录中的作品名却有所不同，甚至连图录中注明的尺寸也往往有细微区别。“是不是他们认为‘空投拍品’价格有可能没有可比性而更可以开天价？”

“不排除有隐瞒作品出现痕迹的可能性，但绝对不是大多数人的做法。”一名商家告诉笔者，行家心里清楚得很，他们只考虑东西好不好，价格自己能否承受。“而且预展这么公开，谁会搞不清哪件东西在哪露过面啊。”

一位拍卖行的负责人则认为，拍品的名称并不重要，只要可以代表该件作品的中心思想，并且有技巧地令买家一看到作品的名字就会引发兴趣就可以了。而行内也没有对拍品的名字有提出保持一致的要求。据了解，当物主把藏品送到拍卖行时，拍卖行验货后会根据自己的经验和理解对该件拍品命名，除非物主对该件拍品的名称有特别的要求，或者该件作品的作者已有题款。

当然，如果拍品曾在大拍卖行中现身并成功拍出，更多的拍卖行甚至愿意将其标明。一般的物主也往往会对市场有信心。有买家表示：“如果一件拍品15年前成交过，10年前成交过，5年前也成交过，价格持续上涨，那我会认为这种题材很受市场欢迎，其次是其价格会持续向上。”但也有收藏者不这么认为，他们认为如果同一件拍品过于频繁出现，有可能是转手太快，或者是物主有可能在市场中试水已获得成交的记录。

博古藏今



犀角雕身价风生水起

彭浦

近年来，犀角雕、象牙雕等杂项藏品逐渐走俏拍场，犀角雕现身的次数多了起来，少则几件，多则几十件，且都能拍出可观的价格。如在香港佳士得2010春拍“松竹堂珍藏——重要犀角雕刻(2)”犀角雕专场拍卖中，推出的30件犀角雕拍品全部成交。其中一件明末“犀角雕兰亭序杯”和一件清康熙“犀角雕菜蔬尊”的成交价均达到了3986万港元，这两件犀角雕珍品同时刷新了犀角拍品的最高世界纪录。业内人士分析，虽说最近几年犀角雕珍品的成交价格有所上涨，但其后市的上升空间依然较大。

一位拍买行的负责人则认为，拍品的名称并不重要，只要可以代表该件作品的中心思想，并且有技巧地令买家一看到作品的名字就会引发兴趣就可以了。而行内也没有对拍品的名字有提出保持一致的要求。据了解，当物主把藏品送到拍卖行时，拍卖行验货后会根据自己的经验和理解对该件拍品命名，除非物主对该件拍品的名称有特别的要求，或者该件作品的作者已有题款。

当然，如果拍品曾在大拍卖行中现身并成功拍出，更多的拍卖行甚至愿意将其标明。一般的物主也往往会对市场有信心。有买家表示：“如果一件拍品15年前成交过，10年前成交过，5年前也成交过，价格持续上涨，那我会认为这种题材很受市场欢迎，其次是其价格会持续向上。”但也有收藏者不这么认为，他们认为如果同一件拍品过于频繁出现，有可能是转手太快，或者是物主有可能在市场中试水已获得成交的记录。

梅花、茶花等图案，在盛开的大朵花旁边，小花蕾含苞欲放，枝叶茁壮，简练流畅。山水人物作品，深浮雕较多，层林叠嶂，山重水复，庭院楼阁，高古人物谈笑其间，幽静高逸意境深远。这一时期刀法圆润流畅，不留雕刻痕迹。

明清犀角雕 艺术品位高

犀角雕刻古已有之，自宋代开始，文人雅士开始在犀角酒杯、盃、觥上进行雕刻，以显示雕工和画工。至明代中后期，东南亚、非洲犀角随着海上丝绸之路大量流入中国，犀角雕刻工艺也迅速走向成熟，并涌现出一大批雕刻名家。清代宫廷大约自雍正朝起开始制作犀角器，至乾隆朝达到鼎盛。现今流传于世的犀角雕器大多为我国明清两代所制，欧美及我国各大博物馆都有珍藏。明早期犀角杯常常以花卉和山水人物为题材，花卉采用镂雕加浮雕，常见玉兰、牡丹、

梅花、茶花等图案，在盛开的大朵花旁边，小花蕾含苞欲放，枝叶茁壮，简练流畅。山水人物作品，深浮雕较多，层林叠嶂，山重水复，庭院楼阁，高古人物谈笑其间，幽静高逸意境深远。这一时期刀法圆润流畅，不留雕刻痕迹。

杯数量过半数，这源于皇家对其药用价值的偏好。《本草经集注》对犀角的功能主治定义为“解暑苦毒”，有清热、凉血、定惊、解毒的疗效。所以犀角雕刻成品多为杯子，以此饮酒，既可醒酒，又可得融于酒中的药性，可谓至珍之酒器。犀角杯融饮用和收藏于一体，其投资价值的确不容小觑。

拍场受追捧 价格创新高

据有关资料介绍，目前尚存于世界各地的明清时期犀角杯只不过四五千件左右，且大部分皆为中外各大博物馆收藏。在上世纪80年代以前，国内收藏活动尚未兴起，犀角杯的艺术价值还未得到社会广泛的重视，有不少犀角杯甚至被研碎作药材使用。上世纪80年代后期，国内艺术品市场逐步兴起，犀角杯的艺术价值才渐渐被识者所重视。由此可见，幸存至今的犀角杯是何等的珍贵。尤其到了上世纪90年代末期，犀牛被列入联合国野生动物保护条例之中，犀角制品也被各国海关禁止出入，犀角杯由简而繁，经历了由质朴到奢华的演变。清代后期，国力渐衰，犀角料进口减少，且主要作药材，所以犀角雕艺术与其他工艺艺术一样，也逐步走向衰落。

在众多的犀角雕件中，犀角

艺术市场：培养消费需求是关键

西沐

根据有关统计，笔者做过一个具体的分析：中国的GDP约为35万亿元，按照常规计算推定，与其相匹配的社会总资产应该为120万亿元人民币左右。根据巴克利银行的推荐数据，机构投资者与高端人士会配置5%的资产进行艺术品投资。如果我们用非常保守的5%来作为对艺术品的潜在的需求的财富这样一个保守的数字，那么，中国艺术品市场潜在的需求就是6万亿元。如果用可流动的有效需求只占总需求的1/3这个假定来计算，那也有2万亿元的规模。而据估计，中国艺术品市场今年的总成交额将接近4000万元大关。也就是说，2万亿与不足4000万的距离，这就是需要我们踏踏实实去走的。

中国艺术品市场转型的最终推手是精神消费的兴起与艺术消费需求的迅猛增加。与中国艺术品市场除了对内面临发生深刻的转型以外，对外还面临着世界艺术品市场正处在调整、变革的进程之中，但是，中国艺术品市场整合发展的潮流不可阻挡。世界艺术品市场多极化、全球化已深入进行，新兴市场国家和发展中国家艺术品市场需求增长迅速，而国际艺术品市场秩序正在发生深刻

的变化。着力发掘艺术品的有效需求，推进可持续发展，是艺术品市场结构调整与转型的大趋势。那么，拓展中国艺术品市场成长空间靠的是什么？最基本、最低层与最有效的是消费需求的培育与挖掘，当下，最为迫切的是发展与壮大中国艺术品资本市场。但是中国艺术品市场的发展一定不要忽视一个基本的支撑，那就是有效需求的培养。

培养与发掘艺术消费需求应继续把制度创新作为转型发展的强大动力，要以更大的决心和勇气推进艺术品市场领域的全面改革，更加重视改革中国艺术品市场的顶层设计和总体规划，坚持改革的市场化取向，力争在艺术品市场主体、行政、财税、金融、价格等重点领域的改革上取得突破性的进展，并努力使艺术品市场的国际与国内市场进一步深度融合。

艺术品资本市场是中国艺术品市场发展的重要动力，也是中国艺术品市场不断扩张的重要推手，但最终的支撑基础是艺术消费需求的发展状况。也就是说艺术消费需求的发展状况决定着中国艺术品资本市场的前途与命运。换句话说，新兴艺术品市场需求增长迅速，而国际艺术品市场秩序正在发生深刻

杜中良国画被老舍茶馆收藏

本报讯（记者陈瑞艳）7月8日，在《杜中良国画作品集》首发式新闻发布会上，画家杜中良将自己的代表作品之一《群山万里图》捐赠给老舍茶馆，成为老舍茶馆的艺术藏品之一。

老舍茶馆作为北京乃至中国的文化名片，享誉海内外，慕名而来的世界各地客商众多。老舍茶馆收藏和展示的书画作品也都出自名家之手。

日本拍卖行赴沪寻买家

本报讯 7月12日至14日，日本东京中央拍卖公司在上海花园饭店举办拍卖预展。随着中国内地藏家在国际拍卖场上日益崭露头角，嗅觉灵敏的国外拍卖行相继来到中国寻找买家，上海更是成为“兵家必争之地”。

日本是海外收藏中国文物最多的国家之一，随着日本经济低迷和中国民间热钱涌动，日本艺术品拍卖也迎来了大量的中国藏家。有业内人士称，现在支撑日

本古董业界的大多是中国收藏者。不少旅行社专门开辟线路，为民间藏家去日本买中国文物提供服务。

据介绍，东京中央拍卖公司将于9月5日至7日在东京圆顶饭店迎来世界各地的藏家，1500余件拍品大多是中国艺术品。在本次上海预展中，领衔的是日本九州岛中国陶瓷美术馆的中国官窑藏品和以同盟会元老为代表的中国绘画与书法。（夏龙）

收藏需防赝品

犀角雕收藏前景逐年走好，犀角杯市场价格每年涨幅均有30%左右，在拍卖市场上也屡屡有天价成交。去年春拍，北京保利推出的30余件犀角雕作品悉数成交，成交价过百万元的拍品过半，其中一件“清康熙犀角雕英雄杯”以716万元成交；北京翰海推出的10余件明清犀角雕作品也是全部成交，多件拍品成交价过百万元；北京永乐精选的4件犀角雕作品也无一流拍；尤其是2010年6月北京古天一拍卖公司举行的“心有灵犀”犀角雕专场拍卖中，推出的15件犀角雕艺术品成交率达100%，成交总额高达6266.4万元，并一举创下内地犀角雕专场拍卖规模最大、成交率和成交总额最高的拍卖纪录。

谨防赝品杯 收藏有窍门

虽说近年来犀角雕涨幅较快，但的确还是有一些被市场低估的犀角雕值得收藏。如在2010年12月下旬上海拍行举办的艺术品拍卖会中，就有一些用犀角制成的乐器，起拍价只有8000元至1万元，这类清代犀角雕件价廉物美，具有较大的升值潜力，值得收藏爱好者多加关注。

藏友们在决定进行犀角雕收藏时，首先要了解和熟悉犀角

雕件的各种要素，切不可盲目购藏，防止买到赝品和仿品。犀牛是亚洲犀和非洲犀之分，犀角是犀牛生于鼻骨上的犄角，是由毛发角质化而形成，有纯黑色、纯黄色、黑褐、深棕色等，纯黄色的色如黄金，非常美丽。犀牛角质地坚硬而细腻，纵断面是细条状的竹丝纹，而横断面则是像鱼子状的细颗粒，称作鱼子纹或粟纹。研碎能闻到如麻油一般的香味，用火燃之则不臭。

一件犀角雕价值的高低，除了看材质，还要看制作年代、雕刻仿制而成。造假者将黄牛角、水牛角、牦牛角剖开，一层层烫压、再煮熟后制作成假犀角雕件来蒙骗收藏者，这些仿品虽几可乱真，但细闻之有异味，烧后有恶臭，根本没什么收藏价值。