

文化产业如何实现倍增

## 完善政策法规 提升产业品质

# 艺术品市场实现倍增目标无悬念

本报实习生 苏丹丹

近几年,我国艺术品市场发展迅速,成为备受人们关注的一个领域。据了解,2010年,我国有实行经纪代理制度的画廊1512家,艺术品拍卖企业300余家,经营性艺术品网站205家,有一定规模的艺术聚集区76个,市场交易额达1694亿元。2011年,艺术品产业依旧保持迅猛的发展势头,市场交易额再创新高。

日前,文化部正式发布《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》(以下简称《倍增计划》),为正在迅猛发展的艺术品产业提出了更为明确的发展目标和举措。《倍增计划》提出,到2015年,艺术品市场交易总额达2000亿元,形成2至3家具有世界影响力的艺术产业集聚区,将中国建设成为世界艺术品重要交易中心。主要举措有:鼓励原创艺术创作,推动画廊业发展,鼓励各地结合自身资源建立艺术产业集聚区;鼓励建立新媒体艺术中心和视觉实验室,鼓励原创新媒体艺术发展;打造诚信度高、交易便捷、品种丰富的艺术品电子商务平台;扶持两个国际化、品牌化、高品位的艺术品产业博览会。

### 2000亿元目标实现有望

据文化部文化市场司《2010年艺术品市场年度报告》统计,我国艺术品市场交易总额2007年为1561亿元,2010年,交易总额达到1694亿元,成为仅次于美国的全球第二大艺术品交易市场。到2011年,我国已超越美国跃居全球第一大艺术品交易市场,包括

艺术衍生品、艺术授权等在内的艺术品交易额已实现2000亿元。

对此,业内人士分析,在艺术品方面,《倍增计划》的统计数据口径明显偏窄,另外艺术品市场存在经营行为不规范、市场发展不均衡等问题,在整个统计过程,数据的采用都留有一定余地。另有参与制定计划的人士介绍,《倍增计划》强调的是纯艺术品的市场规模,并将艺术衍生品、艺术授权、艺术复制品等市场交易金额排除在外。因此,2000亿元的目标制定是有数据依据的,实现起来有现实支撑。

文化部有关负责人表示,制定《倍增计划》的一个出发点,就是要将文化部门管理的以及文化部门职能相关的、属于产业范畴的内容界定清楚,把机制理顺,使文化产业发展各项工作有明确的指向,以便更好地履行文化部门作为文化行政主管部门的职责。虽然发布的数据并不完全精准,但是对做产业决策有一定的参考价值。

“《倍增计划》是用一个量化指标给行业一个引导趋势。2000亿元目标的制定是针对行业现在的局面和未来发展趋势而言的。产业倍增目标从数据统计来说实现起来不是问题,或者说一定程度上,艺术品产业制定的2000亿元的市场交易额已经实现。”北京华辰拍卖有限公司董事长甘学军认为,实现跨越式发展需要有历史、现实、理论上的依据。历史地看,我们的文化产业基础比较薄弱,水平也很低。长期以来,无

论是运营管理水平还是内容制作水平,都远低于国际标准。这是一个量化的倍增目标实际上给了产业以新驱动,会推动中国艺术品市场乃至整个文化产业的大跨步前进。

### 培育世界级艺术产业集聚区尚有提升

《倍增计划》中提到到2015年,要形成2至3家具有世界影响力的艺术产业集聚区。虽然目前我国艺术产业集聚区有700余个,但业内人士指出,相比2000亿元市场交易总额的目标,这个目标更难实现。

随着我国城市建设的国际化进程加快以及文化创意产业的不断升温,艺术产业集聚区这种世界性现象成为了我国艺术品市场发展的重要阵地。据了解,艺术集聚区是指文化艺术的相关从业者及相关行业机构,在某个特定的区域,自发或组织形成规模性聚集,并被认为或认定为具有专业化的地理识别度的地域空间。形象地说就是艺术家创作、居住,各类画廊、艺术展览展示机构和艺术服务机构相对集中的区域。

据统计,目前北京市各类艺术品产业集聚区就有63处,如798艺术区、北京22院街艺术区、潘家园古玩艺术品交易园区、宋庄艺术区、琉璃厂文化集聚区、草场地艺术区等,然而形成规模并具有一定影响力的艺术集聚区却屈指可数。

有业内人士分析其中原因指出,由于我国的艺术产业集聚区多分布在农村地区,基础设施建

设普遍落后,使得集聚区的人文环境与本地基础设施之间存在一定差异。艺术区发展水平也参差不齐,有一部分艺术区是在当代艺术品市场高峰期,盲目入市,全新规划的。而且,至今仍在招商环节存在困难,仅靠几个画廊支撑或艺术家支撑,资金和场地的空置,造成了资源的浪费。同时,由于受到当下艺术品市场波动的影响,许多画廊经营困难,甚至面临生存危机。另外,趋同化现象也是我国艺术产业集聚区面临的一个困境。大部分艺术品交易市场的管理和经营大同小异。部分集聚区看到了潘家园、798的影响,纷纷效仿,缺乏特色,千篇一律,面临较大生存压力。

由此来看,我国艺术产业集聚区面临的问题并不是在短时间内能够解决的,需要政府有关部门制定出台相关政策对其进行引导和规范。

### 完善政策法规是保障

目前,我国艺术品市场存在侵权假冒商品泛滥、私下交易盛行、经营行为不规范、市场发展不均衡、法规不健全、管理不到位、行业组织建设滞后等问题,严重制约了艺术品市场的健康发展,亟须规范。要实现2015年艺术品业发展目标,政策的支持必不可少。

《倍增计划》从完善政策法规、制度及培养人才三个方面提出政策支持:完善艺术品市场政策法规,加强艺术品市场监管力度,建立艺术品市场信用管理机

制,维护艺术品交易市场的正常秩序;完善艺术品经纪人制度市场准入与退出制度;培养艺术品产业领军人才、艺术家、鉴定人才和经纪人才。

政府部门一直致力于完善艺术品市场的政策法规。去年11月,文化部就曾发布了《文化部关于加强艺术品市场管理工作的通知》。《通知》中指出,为规范市场秩序,保护知识产权和消费者权益,要大力加强艺术品市场建设,依法规范艺术品市场交易秩序,切实执行艺术品市场管理制度,积极推进艺术品市场立法进程。《通知》还特别强调,文化行政部门要加强艺术品市场研究,总结管理经验,探索艺术品市场监管和行政执法的有效办法;有条件的可以试点开展艺术品鉴定和评估行业管理工作,并将试点情况及时上报文化部,为《艺术品市场管理条例》的起草做好基础性工作,以推动艺术品市场法规建设。

中国艺术品市场研究院副院长长西沐也曾指出,完善中国艺术品市场立法体系不仅是国家文化大发展大繁荣的战略需要,更是中国艺术品市场发展阶段的必然趋势与要求,也是中国艺术品市场法制管理的规律和内在要求。当前急需一部既能对中国艺术品市场的基本概念、立法目的、基本原则、使用范围、责任承担、责任范围、承担方式和管理机构、管理方式等问题做出全面的具有法律约束力的规定,又能涵盖和指导中国艺术品市场活动全部内容的中国艺术品市场基本法。

资讯

## 香港苏富比2012春拍中国书画 总成交4.68亿港元

据新华社消息 (记者赵博) 记者4月4日从香港苏富比获悉,该拍卖行3日举行的中国书画拍卖共录得4.68亿港元总成交额,是拍前估价的两倍多。最高成交单品为齐白石的一对《溪桥柳岸、海棠秀石》金笺山水花卉屏凤,以7010万港元的价格被一位亚洲藏家拍得。

本季春拍香港苏富比共有341件中国书画精品上拍,亮点包括来自日本私人珍藏的吴昌硕、齐白石名家画作,以及征集自北美的傅抱石、张大千代表作。该场拍品最终售出316件,以金额计成交率为92%。

焦点拍品《溪桥柳岸、海棠秀石》金笺山水花卉屏凤由齐白石创作于1922年。苏富比中国书画部主管张超群说,这对屏凤的创作年份正值齐白石扬名东瀛,画成后即被日本藏家妥善保存数十年。今次拍卖还附有日本汉学

家、中国美术专题研究学者杉村勇造的亲书解说,以6页纸装成手卷,详述屏凤流落缘由。因其较高的收藏价值,这对屏凤在拍卖会上引起3名买家的激烈竞投,最终以7010万港元成交,高出原先估价约3倍。

成交价超千万元的单品还有:傅抱石《毛泽东(登庐山)诗意》2418万港元、张大千《白描观音》1578万港元、徐悲鸿《志在千里》1410万港元、齐白石《云龙图》1298万港元、张大千《山水晚逾丽》1051.6万港元,均由亚洲藏家拍得。

历时5天的香港苏富比2012年春季拍卖会是在香港会展中心举行。本季拍卖共呈现中国瓷器及工艺品、中国书画、当代亚洲艺术、20世纪中国艺术、现当代东南亚艺术、珠宝名表及洋酒等各类别2900多件拍品,总估价逾18亿港元。

## 亚洲人涉足艺术品授权领域

本报讯 日前,国内专业品牌管理公司——广州亚洲人文化传播有限公司在上海举行的“2012新品发布会”上宣布,将在艺术品授权领域大胆尝试,与世界领先的图像授权机构和授权机构英国 Bridgeman 艺术图书馆合作,成为该公司在中国内地及香港地区的授权代理。

艺术品授权就是以艺术创作为主体的授权类型,由授权商将艺术品著作权以合同形式授予被授权商使用,后者按合同规定从事经营活动,并向授权商支付相应的费用。这种授权早在欧美国家流行多年,并成为博物馆、美术馆等艺术品典藏机构的主要经营手段。它可

以实现艺术品价值的“嫁妆”,达到“点石成金”的效果。比如,一个价值20多元的普通陶瓷杯,印上莫内的《睡莲》画面图案成为授权产品,从而价值倍增,这就是品牌授权的魅力。在我国,这一类型的授权才刚起步。据国家文物局统计,2009年内地博物馆文化产品年销售额达到1000万元的只有5家。而亚洲人的合作方英国 Bridgeman 艺术图书馆是世界上领先的艺术图像授权机构和授权机构,拥有近3万名以西方画家为主的艺术家和超过40万幅的图像,包括著名画家塞尚、莫内、高更及梵高等的画作图像和大量特色鲜明、题材广泛的摄影图片。(宗河)

## 泰坦尼克号最后午餐菜单拍得12万美元

本报讯 “泰坦尼克”号客轮沉没前一份一等舱菜单3月31日拍得7.6万英镑(约合12万美元)。

菜单由美国旧金山知名银行家华盛顿·道奇收藏,所载日期为4月14日,即1912年“泰坦尼克”号沉没的那一天。买家身份不清楚。总部位于英国的亨利·阿德里奇父子拍卖行说,这份菜单是“近年来所售‘泰坦尼克’号纪念品中最珍贵物品之一”,是当时被放在道奇夫人的钱包内带下船来。这份菜单上列出了当年泰坦尼克号为头等舱乘客提供的奢华午餐菜单。它曾被放在头等舱客人华盛顿·道奇的桌

子上,他是一位来自美国旧金山的著名银行家。当时道奇正带着妻子鲁丝和儿子小华盛顿一起旅行,鲁丝在无意中把菜单放进了手提包。泰坦尼克号撞到冰山后,鲁丝与儿子乘坐救生艇首先离开并获救,这张放在鲁丝手提包中的“最后的午餐”菜单就此得以存留至今,道奇则在沉船后被服务生弗雷德里克·雷救起。这张菜单将在伦敦 Henry Aldridge & Son 拍卖行拍卖,以纪念3月31日的泰坦尼克号建造完工100周年纪念日。

同时,来自“泰坦尼克”号上的一串钥匙当天拍得5.9万英镑(9.3万美元)。(文曲)

### 聚焦点

10%——

房地产市场与艺术品市场是正相关的关系。去年中国出现楼市前所未有的冰冻期,各地招拍挂土地或者流拍或者以底价成交,显示出开发商资金紧张的局面,对于艺术品市场也是负面消息。梅·摩西艺术品指数联合创始人之一、长江商学院金融教授梅建平对此发表了自己的看法:

从数据上分析可发现,过去10年间,中国艺术品整体市场年均收益可达19%左右,与M2达18%的增幅相比略高。由此可知,一直以来为行内外所忧心忡忡的“艺术品泡沫论”,实际上主要由货币的大量供给所引发,受到基本面的支撑,决定于此前中国经济以GDP为导向、以政府投资拉动为主的经济模式。如果未来这种经济模式维持不变,中国艺术品市场还将保持较高速上涨的势头,“泡沫”还将存在较长时间段内。有观点认为,由于房地产市场受限,房地产商的资金链紧张将导致部分艺术品市场买家转投土地市场,我却认为这种可能性并不大,起码对艺术品市场不是决定性的因素。虽然不可否认部分资金是为解决流动渠道的问题而投入到艺术品市场中,但从拍卖市场上可见,不少估价上亿元的拍品因为大买家的犹豫而成交不济,价格中等的艺术品因为中低端收藏者的踊跃入市而呈现相对畅旺的成交局面。我预测,今年春拍的市场特征将保持去年秋拍的状态,前者的整体成交情况将与后者持平或者略为调整;2012年全年艺术品市场整体涨幅预期还将达到10%以上。

1.4亿美元——

为期9天的第15届纽约亚洲周的总成交额超1.4亿美元,其中,中国艺术品受到最多关注,而中国古代书画更是热点中的热点。如果中国艺术品堪称亚洲周第一梯队,那么中国古代书画则是第一梯队的领跑者。

一组南宋时期的书法手稿——《南宋四朝宸翰》在美国纽约苏富比拍卖会上拍出了近570万美元,远远超过最高估价的5倍,也成为今年亚洲周上最贵的拍品。在这场于北京时间3月22日晚举行的中国古代书画拍卖专场,共出现163件中国古代书画,其中119件拍品成交,成交率达73%,专场总成交额3516.2万美元。

苏富比将这场中国古代书画拍卖专场视为其在亚洲周上最大手笔的动作。其收获也远超预期,斩获3520万美元成交额,较之前的高位估价1370万美元翻了一倍多,是低位估价980万美元的近4倍。据悉,热烈高涨的情绪伴随着整个拍卖过程,这最终导致共有9件拍品的成交额超百万美元。苏富比方面对此成绩表示了满意,其中国古代书画专家苗亚杰认为:“这充分肯定了我们在纽约重开中国古代书画的拍卖是非常正确的决策。”

苏富比在本次亚洲周中的4场拍卖会上共收获6180万美元,超过此前预期的成绩,其中仅中国书画一场即占其总成交额的一半多。除了书画作品,中国瓷器、青铜器和文人雅玩也都是亚洲周上的骄子。

2665万美元——

香港苏富比拍卖行近日举行了一件北宋汝窑天青釉葵花洗的专场拍卖,激烈角逐后拍品以2.786亿港元(合2665万美元)成交,创造了宋代瓷器新的世界拍卖纪录。苏富比公布的拍品源流显示,这件北宋汝窑天青釉葵花洗在上世纪30年代至70年代是英国知名中国古董收藏家艾弗瑞·克拉克夫人的藏品,1976年以前为东京茧山龙泉堂所藏,随后转入日本私人藏家之手。当天的拍主名为“天青宝色——日本珍藏北宋汝瓷”,现场竞拍气氛热烈,共有8位竞标者争持历时15分钟,拍卖由第一口价4000万港元开始,经过34口叫价后,最终以2.786亿港元由一位电话竞拍者拍得。这款葵花洗拍前估价为6000万至8000万港元。

苏富比亚洲区副主席、中国瓷器及工艺品国际主管仇国任评价说,汝窑瓷在中国艺术史上的地位举足轻重,是历代古董收藏家梦寐以求的珍罕之器。本次上拍的葵花洗在20多年后现身市场,给收藏界带来极大震撼,当之无愧成为本季春拍最受瞩目的亮点。(于帆整理)



4月3日,由全日本书道联盟与中国书协、东京中国文化中心和日本中国文化交流协会联合举办的中日书法家作品展在东京开幕。本次展览为庆祝中日邦交正常化40周年而举办,集中展示了40位日本书法家和40位中国书法家的作品。图为在日本东京中国文化中心,中国驻日大使程永华(前右)欣赏中国书法家作品。新华社记者 马平摄

# 中国艺术品市场的涨落规律与周期

季涛

从1992年北京国际拍卖会算起,我国文物艺术品拍卖市场已经有了20年的历史。20年中,我们的市场规模有了上百倍的增长。1994年,北京艺术品拍卖成交总额不到1.2亿元,而2011年北京全年艺术品拍卖成交总额已近600亿元,近500倍的增长!

业内一般认为,这20年国内艺术品拍卖经历了3个大的高潮:第一个高潮是在1995年至1997年,第二个高潮是在2003年至2005年,第三个高潮是在2009年至2011年;相对应来看,1998年至2002年为市场的低谷期,2006年至2008年为第二个低谷,第三个低谷呢?有可能就从2012年开始了?

进入新世纪以来,我国文物艺术品市场逐渐步入了正轨,通过拍卖市场这一“晴雨表”可以观察到,文物艺术品市场的涨落开始呈现一定的规律。比如说,当市场由于经济形势大环境的衬托以及供求关系的支撑而出

现上涨时,构成艺术品拍卖市场最主要权重(目前接近2/3的成交额)的中国书画总是领先其他品类而先涨。2003年夏秋时节艺术品市场的“井喷”就体现在了中国书画市场上,而油画、瓷器、古玩等相应要滞后一段时间才上涨,到2004年甚至2005年才开始上涨。因此,书画的涨落行情往往又成为了各类文物艺术品市场的“晴雨表”。反之亦然,市场的调整下滑基本上也是以书画价格的调整作为标志的。各个品类艺术品市场的涨落有序,一定轮涨规律,有些类似股市中股票板块轮涨规律。如果能够抓住各个品类艺术品先后轮涨的规律或顺序,则艺术品收藏者和投资者就可以轻松

找到最佳的买点和卖点。市场的涨落还体现在成交率的变化上,行情来的时候,什么东西都好卖,比如2003年非典后的行情就是这样,成交率就会明显提高。行情到低谷时,买气减退,充满观望气氛,此时成交率就会明显下降。比如2011年秋,国内艺术品拍卖市场的平均成交率下滑到41%,比2011年春季49%的成交率低了8个百分点,也是近8年以来的最低点。

这里谈到的文物艺术品拍卖市场的涨落主要是指指价格的涨落。价格的对比数据往往掌握在市场专家们手里,也许难以准确把握,但它与前期同比、环比很能说明问题。而拍卖行报出的拍卖成交额常常是一个专场甚至是多个专场的拍卖成交的总和,数据很容易得到,但与前一季度同比就往往缺少可比性。如果拿一个城市或整个艺术品拍卖会报出的成交总额去对比,则会因为拍品众多,又存在不同拍品彼此消、轮流涨落的问题,同时由于新从事拍卖的企业数量增长造成的总额增加,与前一季横向同比或环比数据等情况,常常也难以准确说明问题。从中国书画拍品的价格走势

来看,2000年以来,每两年半为一个涨落周期。业内也有人用另外的表述,拍卖5个季就倒一个季,等于两年半。也就是说,书画价格波峰到波谷差不多需要两年半的时间,然后又经过差不多两年半从波谷到下一个更高的波峰,也就是说上一个价格波峰到下一个波峰的时间大约需要5年时间。当然,这个判断是基于中国经济形势没有太大的起伏变化的前提下,如果国际国内突发性大的经济危机则上述周期也许还会相应拖延。瓷器、油画、古玩、古籍善本、邮票钱币等市场则因为其成熟性比书画市场稍差,因而周期性不够稳定甚至不够明确。

在中国稳定增长的经济背景下,目前国内艺术品的市场价格基本呈一种螺旋式上升的形态。从书画来看,从2002年到2011年10年间,基本上都螺旋式上涨了十几倍。一些精品价格上涨的倍

数还要多。这中间还经历了多次下跌的过程,当然是先涨后跌、涨多跌少的情况。只有这样的涨涨跌跌、起起伏伏,市场的泡沫和风险才会不断受到挤压而释放,市场才能稳步发展。

一般来看,艺术品市场的涨落形态常常不是对称的,即上涨的曲线与下滑的曲线不是对称形态,基本上属于急涨慢跌、涨陡跌缓的形式。每当一个新的高潮到来时,艺术品的价格可能在一季拍卖中就能上涨1至2倍,连续上涨几个季,价格可能就能达到五六倍甚至更多,后面开始调整,但价格下滑就没有这么快,几个季的时间可能最多就滑下来2至3倍,随后就又开始涨了,因此而呈现螺旋式上涨。目前看来,未来中国的艺术品市场还应该是螺旋式上升的趋势,只是螺旋的间距也许会慢慢缩小,而中国书画以外的其他艺术品种类市场的成熟也是可期的,其涨跌规律和周期不久或许能更加明晰。