

解码欧洲瓷器

范爱萍

18世纪初,各欧洲大国用各种各样的方式成功仿制了中国瓷器,各地的瓷器产品都以不同的风格及表现出色的制造商而闻名,其中最著名的包括德国迈森、法国塞夫勒、奥地利皇家维也纳、意大利卡波迪蒙蒂,以及英国韦奇伍德、德比、伍斯特、切尔西、科尔波特、波尔等。

欧洲瓷器最初的创新主要是镀金装饰、转印丝网印刷等,大型绘画作品的艺术风格与主题也融入了瓷器装饰中。在功能方面,瓷器的用途也被扩展应用于装饰与更多的实用物品中。欧洲通过创新,从最初纯粹的复制中国瓷器,发展到能够制造一系列欧式艺术装饰风格的崭新瓷器。

韦奇伍德与碧玉细炆器

碧玉细炆器是18世纪中叶由英国人乔夏·韦奇伍德发明的。乔夏·韦奇伍德是英国最具革新精神的陶瓷制造商之一,他毕生对陶瓷的制作技术进行了超过5000种的实验。

韦奇伍德一生发明了各种类型的陶瓷,早期生产与瓷器外表相似的陶器。这种陶器看似瓷器,外壁施乳白釉,后来被称为米白瓷器,因受到英国女王的喜爱而被称作皇后御用陶瓷。他在研制瓷器替代品的实验中发明了高温计,这是一种可以用于测量极高温度的仪器。他最大的成就是发明了碧玉细炆器,这是一种介于陶器与瓷器间的制品。炆器与陶器的区别在于陶器坯体是多孔的,而炆器坯体气孔率较低,是致密烧结的;另一区别在于瓷器有一定的半透明性,通常都施有釉层,炆器缺乏半透明性,常用来模仿希腊和罗马的古典样式。

乔夏·韦奇伍德发明了各种创新产品,他在瓷器制造上获得的商业成功使他变得富有。有意思的是,他是发表了《进化论》的著名科学家查尔斯·达尔文的外公,达尔文后来的发现得益于他母亲韦奇伍德家族由陶瓷产业所获得的大笔财产。

白色瓷器

白色瓷器的发明是19世纪欧洲瓷器的创新之一。19世纪之后,英国兴起“大旅游”现象,那些富有且有文化修养的人们遍游全世界的历史名胜景点,开始对一些经典之物——从建筑、雕刻到图画,有了极大的兴趣。有钱人在意大利和希腊到处购买古董和塑像,其中最受人追捧的是古

典大理石雕像。由于大理石雕像价格过高,人们找到了一种替代品——白瓷。

白瓷是一种素瓷,是由托马斯·巴特姆发明的一种大理石替代品,其表面和色彩都与大理石相似。它被称作“大理石”是因为它与采自希腊帕罗斯岛的天然石料非常相似。白瓷由威廉·泰勒、科普兰和托马斯·加雷经营的斯坦福德郡工厂最先于1842年生产,其显著优点在于它能以液体形式铸模成型,这一特性使白瓷得以大规模生产,因而价格较便宜。

卡波迪蒙蒂瓷

意大利卡波迪蒙蒂瓷是1743年化学家利维奥·欧塔维奥·切帕斯成功创制的一种熔块瓷,主要以熔块为助熔剂制成。制造过程是先将石英、长石、硝石、硼砂或其他化工原料熔制成熔块,然后用熔块与粘土、石英配制成泥料,经成型、烧结等工序制成。烧成温度在1200℃至1250℃之间。半透明度高,但机械强度较差。用于制作美术瓷。其造型从迈森和维也纳的巴洛克艺术器皿中吸取灵感,但是采用了非常精致的绘画装饰。

至今,许多制造商仍生产着各式各样的卡波迪蒙蒂瓷器。

5月10日,上海春季艺术沙龙在新虹桥中心花园开幕。为期5天的展会吸引了来自15个国家的上千件艺术品参展,并设立绘画、雕塑、陶瓷、玻璃、设计、影像六大“艺术帐篷区”。其中备受瞩目的“国际新玻璃艺术展”有多国“国宝级”的玻璃艺术大师联袂展出120余件顶级艺术作品。图为法国艺术家阿晴·葛岚与她的参展作品。

新华社记者 任珉 摄

机构代理:书画交易市场成熟标志?

王菁菁



画廊一景

新华社记者 黄宗治 摄

近日,有报道称,扬州画家卖画要通过有资质的中介,或是经营许可公司才能进入市场买卖。此消息一出,便被解读为“禁止私人售画”,于是立刻引起舆论一片哗然。但后经媒体采访证实,该消息只是媒体对相关政策的误读,实际上并无正式的相关文件要求执行此规定。尽管是一条不实消息,但还是几经转载,引来业界人士参与讨论,论坛里,微博上,有褒有贬,众说纷纭。而普遍观点则认为,艺术品交易市场的确需要政府相关部门介入管理,不过,在目前艺术品市场假劣泛滥、私下交易盛行、经营行为不规范的状况下,像画廊这样的机构代理行业如何才能起到积极作用?政府相关部门应如何推动画廊业和拍卖行等中介机构的发展?

艺术家与画廊的纠结

为何一则不实的信息会在整个业内一石激起千层浪?业内人士认为,说白了,就是因为艺术品交易市场火得太快,随之衍生出来的管理需要又一时得不到法律与部门监管的完善解决,在这样一个“松驰”的前提下,当问题一层层暴露,任何风吹草动,很容易就触动了各方利益的敏感神经。

“此次卖画风波,表面上看虽然是地方行为,但很难不让人联想到这是有关方面或将加强艺术品交易市场管理的一种‘前奏’。通过画廊这样有经营资质的机构来代理艺术家作品,对于相关部门摸底掌握艺术品交易市场真正的行情走向,肯定更加便利。”北京一位不愿意透露姓名的业内人士表示。

去年年底,文化部发布《文化部关于加强艺术品市场管理工作的通知》,要求文化行政部门对从

事美术品经营活动的经营单位实行备案制度,同时提出要积极支持画廊行业发展,鼓励画廊建立以经纪制为主体的经营模式。王家藻之前也声明,他们的管理原则所参照的就是这份文件。但可以明确的是,文化部并未对画家卖画模式作出规定。

业内曾有共识,从长远来说,书画交易将从私人逐步走向机构代理,无论对国家税收还是对监管与梳理市场而言,都是市场成熟的标志。可问题在于,以当前现状来衡量,理念和实际之中,是不是存在着不可忽视的脱节?

“现在艺术品交易的中介机构,常见的有画廊、拍卖会、艺博会,还有去年炒得很火的文交所,再有就是纯私人交易。而这当中通过画廊来交易占了绝大部分。”北京业内人士韦坤说。

据江苏一位画廊业人士透露,其实,艺术家把自己的画拿进画廊,价格往往比私下买卖要便宜。“比如,一张画的要价是1万元,如果艺术家私下卖出,即使是友情价,打点儿折扣也能卖到八九千元,如果进画廊,可能只能卖

到六七千元,毕竟画廊是经营场所,需要考虑成本和费用。”

价格低便低些,艺术家们还是更倾向于画廊,因为进了画廊,就不是单纯的买卖,而是被视为一种长期运作了。再说,艺术家的主要任务是创作,除非很有名气,求画的人“客来如云”,否则谁也不愿意在创作之余,还要费尽心思去搞经营。

有长期规划、推荐过程固然是好事,但这当中还是会延伸出不少问题,比如画廊究竟有没有能力包装艺术家;比如双方是否都讲究诚信,共同维持合约的良好进行;更为重要的是,画廊本身是不是合法诚信经营。众所周知,现在假画泛滥,很多人认为直接向艺术家求画是“保真”的唯一渠道。倘若艺术家的画被画廊“买断”,反倒给了那些不诚信的画廊造假的机会。何



从今年艺术北京博览会回来,笔者发了一条微博,其中写了句:“博览会是一级市场画廊的高展,不应该让拍卖来抢风头。”竟然引发了一点小热议。

艺术博览会是什么?艺术博览会是画廊的联合商展。画廊是什么?画廊是代理并推介艺术家的机构。艺术家是艺术产业的基础层,是生产者;画廊是产业的中端。在博览会里,画廊是主角,例如瑞士巴塞爾博览会以非常严格的标准去筛选参展的画廊,全球只选出300家画廊。既是画廊的高展,能吸引许多藏家与艺术同好来,所以博览会最主要的功能是交易与交流的功能。世界重要的博览会都有学术展览,例如巴塞尔的“艺术无限”等,是为了推进艺术的发展,强调商业之外艺术的前卫性和创造力,所以博览会还有展示与展览的功能。环绕着画廊与学术展览,还有许多艺术媒体也参展,因为好的艺术媒体绝对是一级市场生态重要的学术支撑。所以,西方的艺术博览会是将艺术圈一级市场的产业形式与环节同时聚合在同一个平台上。

很多人还不了解艺术市场不同机构角色的分工与结构。画廊直接代理艺术家的作品,因为作品是从艺术家处直接取得,所以叫做一级市场。拍卖公司,因为征集的是藏家手里想卖出的东西,所以叫二级市场。一级市场的画廊是艺术圈生态的基础,也是最重要的环节。因为画廊身负着为艺术市场挑选出好艺

况按照目前的法规和市场管理条件,很难监管画廊不卖假画。

鼓励发展也关乎税收

值得一提的是,此次卖画风波还牵扯出了一个业内话题,那就是关于艺术品交易的征税。“私人买卖书画的话,几乎不可能有交税这一说。”业内有人猜测。

通常情况下,艺术家将作品卖给画廊,交易中一般不会存在缴纳税收的问题。不妨可以这么理解,作为经营机构,画廊须向国家上缴营业税,这个费用成本,他们事先肯定会在与艺术家的交易之中有所考虑。而客户在画廊买画,很多时候也是付钱走人,少有索要发票的情况。倘若需要索取的话,画廊的通行做法是以增值税发票的形式加收十六七个点。

有知情人士透露,其实,当前国家对画廊的税收政策还是比较宽松的,特别是在当前大力发展文化产业的前提下。再说,艺术品这个特殊门类,若是真要从其价值衡量,制定一个具体的标准,似乎也比较困难。

事实上在西方,有关艺术品与税收的管理措施,一些成熟的经验对于中国艺术品交易市场而言的确有借鉴的价值。比如在美国,画家按年收入纳税,无论是通过卖画还是其他方式赚了钱,都要按照税率依法纳税。而在美国艺术市场,绝大多数人都是使用支票的形式,这样就使得美国税务系统比较容易控制画家的收

入情况。如果有私下的现金交易发生,且存在偷税漏税的情况,一旦被税务部门查到,惩罚会很严重。所以,国家只要搭好了税收的架构,就不需要对画家卖画的方式进行限制。

“相比之下我认为,要求艺术家通过怎样的途径去交易作品先不管,单说加强对艺术品交易市场经营资质的管理,对于国家的税收是有着一定积极意义的。而按章纳税是文化部关于中国艺术品市场管理的一个最终目标。这个大的发展趋势和目标追求,也是市场化管理的一个成熟标志。”北京一位资深研究学者坦言。

除此之外,特别值得关注的是,国家要通过鼓励画廊等经营机构发展,来加强对艺术品交易市场的管理,这种倾向和趋势将催生书画经纪人的角色。那么,当前国内有没有真正意义上的书画经纪人呢?

“有这样一类人,既有艺术家的资源,又有藏家资源,于是他在当中充当中介的角色,交易事成后收取一定比例费用,这种现象在民间已不是什么新鲜事。现在有一些批评家、策展人也会利用自己手中的资源做类似的事。但只能说,这是一种书画经纪的行为,不能由此把他们称为书画经纪人。”江苏业内人士黄先生坦言。在他看来,真正的书画经纪人,不仅要有资金实力,了解市场,具备一定的鉴赏能力和独特眼光,更为重要的是以团体作战,而并非个人行为。

艺术博览会该全力扶持一级市场

赵孝萱

术家的重任。如果画廊眼光不好,选出来的艺术家不够好,从源头就出了问题,那肯定之后的二级市场也就会出现问题。如果画廊操作不规范,胡乱定价炒作,那不只是毁了艺术家,更是市场灾难。

但在艺术博览会里还有众家拍卖公司的展位,这是中国的特色。艺术北京博览会组委会因为把博览会视作艺术圈众人亮相的大平台,让艺术圈各环节的机构,包括画廊、拍卖、媒体、展览、非营利机构、大使馆、书店、衍生品、赞助商等都能在这平台上共聚一堂,相互交易与交流。这定位与出发点固然没错,却忽略了中国目前一、二级市场其实严重失衡的现状。因为,说到艺术市场,绝大多数的中国人民大概只听过那些常拍出天价的拍卖公司,以为要买画除了去琉璃厂、潘家园外,就是要去拍卖行举牌吧,一般人根本搞不懂画廊是干嘛的,与画店到底有何不同。

目前中国的画廊业实在是太幼小脆弱了,太需要呵护与扶持。因为中国目前有代理机制、能够规范操作的画廊实在太少了,很多还是办展览的大画店。很多好画廊还是外国人开的。上世纪90年代中国的画廊不多,多

数是海外人士开的,基本是外资画廊的天下,但对中国当代艺术的国际推介影响颇大。2000年后本土画廊才开始逐一进入市场。2002年,北京798艺术区与上海莫干山路50号的出现,成为中国艺术区出现的里程碑。2005年,那年也是中国当代艺术市场开始飞升的年代,来自全球的画廊在798、草场地、酒厂一家家出现。短短几年间,许多外国画廊又纷纷离开,

国内画廊也一家家消失或转型。因此,表面上繁荣兴盛的艺术市场,存在着许多尚待克服与解决的问题。

因此笔者认为,既然艺术博览会是以一级市场画廊为主角的平台,博览会就该彻底地把一级市场龙头老大的角色扮演好,旗帜鲜明地扶持画廊。中国目前只有“顶级”拍卖公司,尚少“顶级”画廊。如果中国有一天能形成顶

级画廊群体,就能纠正目前一、二级市场明显失衡的问题。国内的拍卖业已经占据了艺术市场太多的风头、版面与声音。拍卖公司全是大鳄,国内画廊还多是些小虾米。因此,博览会应将这些原来给大拍卖公司的展位让给更多国内外的画廊,因为这宣示了一种全面支持画廊产业的态度。只有一级市场从源头的蓬勃兴盛,艺术市场的体质才能真的健全。



艺术北京2012博览会(图片来自网络)

(于帆 整理)