

艺术品接轨电商：从“便宜”做起

郇银婵

与电商接轨,正在成为艺术品市场的一大热点。据了解,目前国内有上千家艺术品电商企业,易趣、走秀网等综合类电商均开设了艺术品频道,不少艺术类的门户网站还在纷纷着手开拓自己的电商平台。在跨图书音像、3C产品、百货、民生产品几个阶段后,电子商务开始同艺术品相结合。但业内人士认为,艺术品一向带着“高价”的标签,而且是注重眼见为实交易方式的商品,电子商务的发展则一直伴随着“低价”二字。艺术品要与电商结合,首先面临的就价格与货源的挑战。

现象:全国艺术品电商已逾千家

电子商务已渗透到各行各业,连艺术品交易也急于来分一杯羹。

据了解,目前国内已有逾千家艺术品电商企业。除嘉德在线、盛世收藏网、博宝网等著名电商企业外,雅昌、艺术国际等艺术类门户网站也纷纷开辟电商平台,就连琉璃厂、西泠印社这样的老字号也紧随潮流,推出了自己的在线交易频道。

“很多传统综合类电商也开始注重开拓艺术品市场。”国内知名电子商务观察员鲁振旺表示,走秀网、易趣网均专门开设了艺术品频道,淘宝网也通过举办艺术品拍卖会这一形式耕耘艺术品领域。鲁振旺认为,这一现象同艺术品、电子商务两大市场的双增长大环境分不开关系。

据国际出具的报告显示,2011年,我国艺术市场规模突破2000亿元。2000年至2010年,我国艺术品市场的实际增长率是387%,预计2011年至2015年实际增长率能达到69%。

近期发布的2010年至2011年度《中国电子商务发展报告》显示,2011年我国电子商务交易额5.88万亿元,同比增长29.2%。

相当于当年国内生产总值的12.5%。截至2011年底,我国实现网络零售总额7825.6亿元,在社会消费零售总额所占的比重达到4.32%。

易观商业解决方案公司咨询顾问马雷认为,促使艺术家试水电商,传统电商涉足艺术品还有另外一大因素,是国外的成功范本。

据了解,美国Big Cartel通过为创意性商品或人才搭建电商平台,最终实现了销售收入超5000万美元的成绩。

“通过中国艺术品市场的基数分析,未来中国艺术类电子商务至少能达到百亿规模。”马雷说。鲁振旺则认为,网上交易可使艺术品市场面向更多层次的人群,大大降低艺术品投资的准入门槛。

困惑:面临价格与货源的挑战

“同其他领域相比,艺术品电商面临价格与货源的挑战。”鲁振旺说,电子商务是伴随着低价、便捷等优势发展而来,素来带着“高价”标签的艺术品要“触网”,首先就得在价格上下工夫。

据了解,目前国内艺术品在线交易网站运营方式主要分为两种:一种是网上拍卖,拍卖公司组织拍卖,将作品确定最低价或无底价,然后进行在线拍卖,与传统拍卖没有太大的本质区别;另一种是由网站提供交易平台和信誉担保,艺术品卖家可以免费开店,与买家在网上达成协议。

据观察,以当代艺术品为主打产品的电商网站,定价多在1万至5万元,主打原创艺术品的HIHEY、Zan8、新星星、hiartstore,以及主打衍生品和复制品的UCCA store和MoMo Artshop,1万至5万元都是他们占比最大的定价区间。只有证大艺术超市和艺易通的大部分作品定价在5000元以下。5万元以上的区间,



除Zan8和HIHEY分别达到35%和23%之外,其他占比都较小。

“5万元以下的艺术品属于艺术消费品,更争取生存空间。”青年艺术100运营总监梁开东告诉记者,最佳定价方式是将画廊和拍卖行定价的底端视为电商的顶端,再参考智能手机和平板电脑的定价方式,将网络销售的大部分艺术品价格定在1万元以下,精品可定在1万至3万元。5万元以上的艺术品可以有,但必须淡化高价的比重和宣传。

淘宝网方面也表示,目前淘宝上涉及艺术品交易的商家较少,最直接的原因就是买方市场没有成熟。“这是一个由卖方主导、推动的市场。特别高价值的艺术品,还是要看实物,虚拟的线上交易并不太适合。”淘宝网方面表示。

而有过网购艺术品经历的王先生认为,自己能承受的网购艺术品价格底线是2万元。

“网购的一些特性决定了艺术电商的低价位。按照当前艺术品市场的行情,5万元以下的价格是画廊年轻艺术家的价格,这也是艺术电商的主要货源。”鲁振旺告诉记者,这是一块有限资源,目前国内优秀的年轻艺术家可能不到500人,“因此,大部分艺术电商现在都将主要工作放在抢占上游资源上”。

在艺术电商领域发轫几年的Hi小店老板伍劲也表示赞同。他

认为,艺术品是一个资源型行业,当代艺术电商要实现真正意义上的爆发,就得整合5万元以下的原创资源,这至少需要300位优秀艺术家。

方向:与时尚、生活相结合

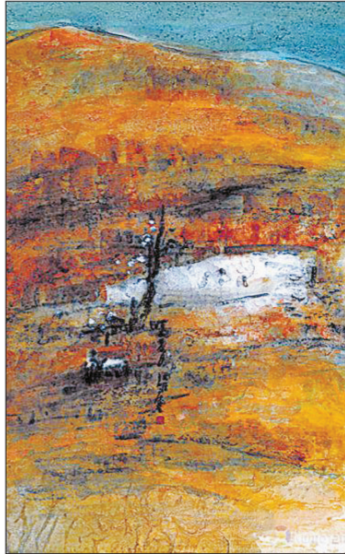
尽管艺术电商目前仍面临诸多挑战,但不少业内人士对其未来的发展信心满满,并试图探出部分可行性发展路径。

走秀网于去年12月上线了艺术品频道。记者查询该频道发现,其商品分为原创艺术品、知名艺术家、珂罗版(一种艺术复制品)三大板块,其中当代艺术家数量最多。

走秀网商品部副总监王莹表示:“B2C的客户群相对比较年轻,我们的商品定位是时尚精品路线,所以我们想做新锐的当代艺术家,希望带来多元化和创新的艺术品。比如,村上隆的版画就更适合B2C,书画和国画就不会成为主打产品。”

在王莹看来,同专业的艺术电商相比,高流量是综合类电商的一大优势。

鲁振旺也认为,复合型艺术电商是未来的一大发展方向。“单纯的艺术电商会存在品牌推广、消费人群单一等问题,这可能阻碍其长远发展。”鲁振旺告诉记者,将艺术同时尚、奢侈品等结合,



图为曾懿的《秋色山中好》,曾在淘宝网在线拍卖会上拍出36万元的高价

可能会事半功倍。

在伍劲看来,艺术电商另一可发展的潜力,在于艺术品使用价值的挖掘,“这几年,艺术品的投资价值被过度挖掘,反而忽视了它的使用价值”。

多年专注于艺术电商的嘉德在线负责人陆昂在接受记者采访时也表示,即便是艺术品收藏者,“生活艺术化”的收藏经也是为他们所推崇的。目前,包括电影海报、老广告画、外国主题纪念币、橄榄核、欧美藏书票等价位适中的艺术品,也开始出现在嘉德在线货架上。

此外,艺术衍生品和创意产品也成为不少电商耕耘艺术品领域的发力点。淘宝网媒体公关部人士表示,艺术衍生品和创意产品,不仅能美化生活,还有一定的收藏价值,更接近于纯粹的消费品,门槛较低,销量有保证,在电子商务环境下成长空间非常大。

“我相信未来的艺术品电商,肯定是众多垂直电商(专做某个细分行业的电商)中比较独立的一支队伍。”淘宝网方面表示。

“中国雕塑百年作品展”在京开展

据新华社消息(记者邹伟)为纪念中国国家博物馆建馆100周年和中国雕塑学会成立20周年,“国博百年·中国雕塑百年作品展”7月7日在京开展,汇集了一批中国近百年来雕塑精品力作,以生动、厚重的雕塑艺术语言见证一个世纪的民族文化和人文精神。

中国美术家协会副主席、中国雕塑学会会长曾成钢介绍,这次展览汇聚了中国美术馆、中央美术学院美术馆等各馆的雕塑精品,展品的丰富性、系统性、完整性堪称空前,囊括了从中国现代雕塑的开拓者李金发、刘开渠、曾竹韶,到新中国成立后一代中坚钱绍武、潘鹤、王克庆、程允贤等,再到当代中青年雕塑家的一批精品。

值得一提的是,本次展出的展品中既有李金发唯一存世的原作《黄少强像》,也有人民英雄纪念碑创作集体的丰富作品,还有《收租院》群雕中5件最具代表性的雕塑等珍贵原作。

本次展览的学术主题为“融汇与屹立”,共分为3个部分:1912年至1949年,经典写实时期;1949年至1980年,民族自立时期;1980年至今,多元探索时期。展览将持续到今年12月31日。

张同禄十大经典作品评选启动

本报讯(记者鲁卿)7月1日,由文化部中外文化交流中心、中国工艺美术学会主办,中外首工美术馆承办的“皇家艺术·永恒经典”——张同禄七十华诞纪念系列活动暨张同禄十大经典作品评选在北京启动。

据了解,张同禄是第一批国家级非物质文化遗产项目——景泰蓝制作技艺的代表性传承人。从1958年至今,张同禄已从景泰蓝创作50余年,其作品多次荣获国内外各大艺术奖项,并被国内外广泛收藏。其创作的景泰蓝作品设计独特,在遵循传统的同时也随时代的主流赋彩出新,创作出许多不同于传统对称器型,而是异形的作品,深受海外藏家追捧。

据了解,此次系列活动将持续至10月10日,期间将举办景泰蓝系列讲座、张同禄作品展览、弟子拜师仪式、张同禄十大经典作品评选、张同禄七十华诞纪念邮票发行等。其中,十大经典作品的评选征集了张同禄从业50多年以来所创作的代表性作品近50件。

任伯年遗珍专场成为西泠春拍开槌重头戏

据新华社消息(记者冯源)我国南方最大的艺术品拍卖公司西泠印社拍卖公司7月7日开始了2012春季拍卖会,中国艺术品市场的春季拍卖也由此进入收官阶段。

2012西泠春拍历时4天,共设21个专场,3000余件标的。其中,海上画派领袖任伯年遗珍专场是本届春拍的重头戏,包括任伯年与其长子、长女的上百方印章,以及上百件书画、杂件。而在2011西泠春拍上,任伯年《华祝三多图》以1.67亿元成交,创下了海派书画的最高拍卖纪录。

对于成交结果,西泠拍卖总经理陆镜清表示,每次拍卖,人们都会关注是否会出高价“标王”,但是成交率更为重要。它能体现拍卖会的公众参与程度,也能衡量拍卖会的影响力和文化传播效果。

除了任伯年遗珍专场之外,今年7月7日恰逢抗战全面爆发75周年,本届西泠春拍也设立了“近现代名人手迹暨纪念对日抗战七十五周年专场”。专场中的200余件拍品中有70余件对日抗战专题拍品,包括军政手令、诗册、手稿、题辞、签名等多种形式,涵盖了正面和敌后两个战场,还涉及中日邦交正常化及台湾当局对日政策等史料。

《草根也能玩收藏》讲述收藏故事

本报讯 古玩收藏入门最难,主要难在古玩鉴定方法不易掌握。近日,一本讲述收藏心得及介绍部分藏品的普及型收藏读本——《草根也能玩收藏》由人民邮电出版社发行。

全书分竹木、砚台、印章、古玉和瓷杂5章,40件精选的藏品,40个真实的故事,图文并茂,行文流畅。该书作者李骁是一位“80后”北京年轻藏家,既无家传也非科班出身,仅凭对收藏的一腔热情就踏入古玩市场,经过5年多的学习和实践,最终找到了一条适合草根藏友的古玩鉴定方法。在书中他讲述了自己几年来从“打眼”“买假货到‘捡漏’”淘宝贝的古玩收藏过程,通过一个个亲身经历的故事介绍古玩鉴定的诸多方法以及如何摆正收藏心态、如何利用公开资料找到鉴定窍门、如何在假货横行的古玩市场里“捡漏”等,生动真实的故事让人体会到古玩江湖的险恶和藏家的酸甜苦辣。(程丽仙)

为迎接7月9日中国国家博物馆建馆100周年纪念,中国邮政正式发行《国家博物馆》“票中票”特种邮票一套2枚,名为馆藏文物一尊、馆藏文物一鼎;面值分别为1.20元、3元。图为7月8日在杭州首发式上拍摄的《国家博物馆》特种邮票。新华社发(龙巍摄)

聚焦点

1/4——

根据相关统计:截至今年6月上旬,艺术品上拍总数为13.76万件,较去年同期上拍数量萎缩近50%,成交总数5.9万件,仅为去年成交数量的40.7%,成交总额为115.51亿元人民币,仅为去年春拍的1/4。

已经结束的重要拍卖场中,嘉德春拍总成交额为21亿元人民币,与2011年秋拍38亿元相差甚远,较2011年春拍的53亿元下降幅度更是高达60%。北京翰海春拍,成交额由2011年春拍的24.58亿元缩减至9.44亿元人民币。北京华辰春拍,成交总额仅为1.3亿元,与去年3.82亿元的春拍业绩相比,降幅也高达66%,与去年2.11亿元的秋拍业绩相比,降幅也达到38%。总之,2012年春季艺术品拍卖市场成交严重萎缩。

24%——

文化部文化市场司日前发布的《2011中国艺术品市场年度报告》指出,2011年中国艺术品市场增长率24%,市场交易总额达到2108亿元,名列世界第一。

报告称,2011年中国艺术品市场的整体规模继续呈现快速增长,市场交易总额达到2108亿元,年增长率24%。其中,艺术品拍卖市场交易额达975亿元(港、澳、台拍卖市场成交额为148.68亿元),画廊、艺术经纪和艺术品博览会的成交额为351亿元,艺术品出口额为30亿元,艺术品网上成交额为12亿元。此外,现当代原创工艺美术品(工艺画、陶瓷、玉器、珠宝首饰、家具、织锦、刺绣、编织、地毯、漆器、金属等)的交易额为590亿元,艺术授权品、艺术复制品、艺术衍生品的成交额为150亿元。

500亿——

在国外享有盛名的798艺术区,将联合大山子地区的4家老厂房组成全市第二大文创功能区,总占地面积近百万平方米,规模仅次于首钢。

大山子地区原是北京六大老工业基地之一的电子工业基地,从今年起,798周边的3家老厂房——毕捷电机总厂、松下影管厂以及北京广播电子器材厂将陆续“改头换面”,结束经营了几十年的电子工业,改为发展文化创意产业,规模仅次于首钢。新增的3个园区位于798南北两侧,占地面积约35万平方米,未来3年内将改造完成并全部投入使用。届时,大山子地区将成为引领北京当代艺术产业的文化地标,年产值超500亿元。

6万——

近日,第五届连环画拍卖会会在上海拍中心开槌,上千册连环画参拍,为历届连环画拍卖会数量之最。在拍卖会上,动画片题材的连环画受到追捧,首次在上海发现的民国时期《小飞象》中文版卡通书成交价1.6万元,起拍价1万元的《猫捉老鼠》原稿更是高开高走,成交价达到6万元,创下本届拍卖会最高价。

随着连环画市场越来越火,每本连环画的最低起拍价已经从一年前的10元、20元升至现在的100元。据主办方介绍,拍卖场来了至少10位“大户”,其中一些是从古旧字画或其他艺术品收藏行而来。

(于帆整理)



一家之言

当代艺术收藏的归宿

周文翰

近日,瑞士收藏家乌利·希克宣布,把自己收藏的1463件藏品捐赠给香港正在筹建,2017年才正式开幕的M+博物馆,该馆在正式开幕之前会有临时展馆举办展览等活动——同时香港M+博物馆也会以2270万美元购藏希克的其他47件作品,并合作举办希克之前发起并赞助举办的中国当代艺术奖和艺术评论奖。这似乎是个皆大欢喜的结果,香港M+博物馆获得了一批珍贵的馆藏充实自己的仓库,公众有望得到廉价甚至免费欣赏到它们的机会,希克则找到了持续保存、展示、研究自己收藏的展馆,并还会在今后的持续运营中进行参与。

与希克慷慨的举动相比,比利时就收藏家尤伦斯似乎受到一些人的恶评,因为近年来他把自己的很多中国古代和当代艺术收藏品委托拍卖并获利不菲——至少在某些文化界人士和艺术家看来“太商人”了。但笔者认为他的行为可以理解为,但他完全有权利自由处置自己的财产,再说,他创立尤伦斯当代艺术中心后付出了不少金钱和精力支持它的运转,的确给中国当代艺术的进一步发展给予了颇多助力。

希克、尤伦斯和其他的一些海外收藏家在上世纪90年代中国当代艺术市场还没有呈现出规模的时候就开始购藏,这在经济上支持了不少艺术家的创作,等到2003年以后中国当代艺术成为艺术市场的热门品类的时候,他们理所当然也成了最大的受益者——这应该算做合理的奖赏而不是飞来横财,但是很多人仅仅习惯了用当前的价格计算他们的收益,而忘记了他们的原始投入在当时条

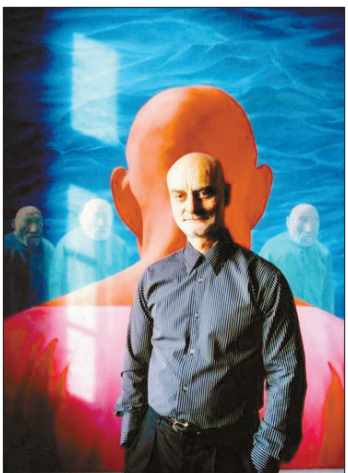
件下的稀缺性。我还记得希克在博览会上对自己中意的作品一一询问的认真表情,他以早期就介入并以底价购买艺术家作品出名,还曾发生过他的代理人 and 尤伦斯的代理人为争夺同一件艺术品而交恶的事情,这至少说明他们在认真面对收藏这件事。

收藏家如何处理自己的大批藏品总能吸引人们的关注——因为它往往和金钱、税收、文化价值、继承权争议等等纠缠,非常具有话题性。第一类收藏家就像佩吉·古根海姆一样,设立自己的博物馆并传之后世,这需要收藏家有足够的财力以及适宜的外部赞助和政府支持。第二类收藏家像希克这样,他们把藏品捐赠给现有的博物馆获得妥善安置,虽然似乎没有像上一类那样独树一帜,却也将被博物馆爱好者永远

铭记。第三类收藏家则会在晚年出售给别人或者某些机构。第四类则是留给自己的一个或几个继承人,这或许是最不确定的,因为继承人或许会继续保留它们,或许就会出售它们,藏品因此就会分散到别的收藏家手中。而且,在许多国家这也意味着一笔巨大的遗产税。

就公共利益而言,前两种方式似乎更值得赞扬,因为这等于是在富豪们支出金钱赞助了公共文化事业。但对于当代艺术作品的收藏家来说,即便如此也会引起争议,因为很多人怀疑当代艺术的价值所在,公共美术馆收藏这些捐赠来的当代艺术作品,是否就是在帮助树立这些作品组合显示的文化价值?为什么是这些艺术被美术馆展出而不是其他人的作品?另外,从公共财政的角度,

就公共财政而言,前两种方式似乎更值得赞扬,因为这等于是在富豪们支出金钱赞助了公共文化事业。但对于当代艺术作品的收藏家来说,即便如此也会引起争议,因为很多人怀疑当代艺术的价值所在,公共美术馆收藏这些捐赠来的当代艺术作品,是否就是在帮助树立这些作品组合显示的文化价值?为什么是这些艺术被美术馆展出而不是其他人的作品?另外,从公共财政的角度,



瑞士收藏家乌利·希克

欧美都出现了由于财政危机而缩减乃至关闭部分博物馆的现象,或许不久的将来,中国也会面对类似的情况。