

参加威尼斯双年展的费用动辄数十万元——

谁在为艺术家参展买单

时 周

从5月末开始,一波接一波的中国艺术家陆续飞往意大利,参加6月开幕的第55届威尼斯双年展。创办于1893年的威尼斯双年展,与德国卡塞尔文献展、巴西圣保罗双年展并称为世界三大艺术展,历来以着重先锋艺术闻名,被称为艺术界的嘉年华盛会。业内人士透露,参加威尼斯双年展的费用不可小觑,动辄以数十万计,一般的艺术家根本无力承担。

“就像学生乐于在国外大学留学镀金一样,很多中国艺术家参加威尼斯双年展也不过是把它当成镀金的参展经历。”对今年中国艺术家扎堆威尼斯双年展,上海一民营艺术馆的负责人张明繁(化名)并不感到惊喜。在他看来,参展人数剧增不能说明中国艺术国际地位的提升,反而揭示了当下中国艺术界的浮躁。参展能提升艺术家知名度,也是炒高艺术家作品的噱头。中国艺术家扎堆双年展的浮华喧闹背后,深藏着资本欲望的暗流涌动——艺术家、艺术基金、艺术展,三者形成了一套欲说还休的纠结利益链。

数亿元人民币砸进平行展

威尼斯双年展是艺术界的奥林匹克,平行展却属新事物。参展的中国艺术家大半集中于此,这有着更多不同意义的解读。

自今年威尼斯双年展开幕以来,中国艺术家“扎堆”平行展的新闻便铺天盖地。早在开幕之前,就有人公布了这样一组预测数据:“今年参加平行展的中国艺术家达360多人,直接耗资近1.2亿元人民币,加上保险、运输、差旅、住宿、机票、旅游、购物等,预计将为威尼斯贡献2.5亿元至3.2亿元人民币的收入。”

一份今年威尼斯双年展“平行展”“无常之常——东方经验与当代艺术”的展览信息显示,有康剑飞、梁绍基、萧萧、刘传宝、邵帆等30位中国艺术家参展。除去马良、王璜生等数位业内知名人士之外,其他人几乎不见经传。

这30人的规模还不是最大的。来自上海的艺术家原弓披露,他今年参加的“中国独立艺术展:未曾呈现的声音”平行展,是中国有史以来规模最大、参展人数最多的一次海外艺术群展,共汇集了150余名中国当代艺术家的作品。

其实,中国艺术家钟爱的平行展只是一个诞生不久的新事物,其业内地位



创办于1893年的威尼斯双年展,历来以着重先锋艺术著称,被称为艺术界的嘉年华盛会。

还需时间证明。“2009年第53届威尼斯双年展时,平行展开始出现了。它的出现是威尼斯双年展近些年一个非常重要的变化。”一位曾参与过威尼斯双年展平行展工作的业内人士表示。

从组织和结构而言,威尼斯双年展分为两个主要的组成部分:国家馆和主题展。除此之外,若有个人、艺术团体或艺术机构想在威尼斯双年展期间举办文化活动或展览,可向双年展组委会提出申请,在得到威尼斯双年展组委会和主席以及艺术、建筑部门的艺术总监批准以后,才能实施,才能使用威尼斯双年展的logo,即成为所谓的“平行展”。

平行展的规模有大有小,有的甚至小到是个展,产生的一切费用,包括场租费,均由申请方独立承担。

去威尼斯只为一纸证书

一件去过威尼斯双年展的艺术品意味着什么呢?

“起码,这是一个听上去不错的拍卖噱头。”上海一家大型民营美术馆的负责人透露,“相对于某件作品将来可能卖出高价或者身价升值的潜力,为此支付一些成本当然也是值得的。对于艺术家而言,参加平行展解决了他们的若干需求,比如被展示、被肯定、提升作品附加值;对于策展人而言,艺术家们愿意以各种方式为此付费,有利可图;而对于威尼斯双年展官方而言,有这么

多的中国艺术家和策展人捧场,为其艺术事业和旅游事业贡献收入,又何乐而不为呢?”

参加威尼斯双年展成为“不错的拍卖噱头”,背后的逻辑基础是中国艺术品交易自身的特殊性。在大众层面上,中国的艺术品交易是卖证书的。其实不仅仅是艺术品,古玩、珠宝、玉器等都是是一样的。因为没有足够深度的文化土壤支撑,中国的民间收藏圈子从起步就开始走上了“用价格标识一切”的路子。于是,国内大部分的艺术品交易,变成了证书的交易。本质上,这是一种不规范的股票市场,不是艺术交流和交易。

“只有中国艺术家才会如此热衷参展威尼斯双年展。因为在过去,有一些中国当代艺术家通过威尼斯双年展获得国际关注。”中国当代艺术发展基金会副秘书长、批评家、策展人徐子林在接受媒体采访时的说法进一步印证了上述分析。

实际上,威尼斯双年展创立时的初

衷和动机之一就是为当代艺术建立新的市场。甚至直到1968年,威尼斯双年展还设有销售办公室,用来帮助参展艺术家销售作品,并提取10%的佣金。

艺术家背后的产业链条

尽管平行展并不能真正说明作品的艺术价值,但中国艺术家仍乐此不疲。

与主题展不同的是,参加平行展的艺术家自己承担作品的运输费、个人旅游交通住宿费外,部分人还需要向展览方缴纳“参展费”。以原弓为例,此次他的花费总共在90万元人民币左右。

“我们那个展览,有些艺术家不仅要负担运输费、交通住宿费,还缴纳了十几万元到几十万元不等的参展费。这主要看艺术家个人的名声,有些比较有名气的艺术家是被邀请去撑场面的,有些艺术家则是主动要求参展。”原弓说,“中国人自费参加威尼斯双年展,其实是我们的老传统了。”

动辄几十万元的参展费用,究竟是谁在为艺术家买单?就在媒体频频爆出“威尼斯双年展平行展”乱象之后,艺术家们几乎都称自己是受各种艺术基金会的赞助参展。艺术基金赞助艺术家参展,只是两者诸多合作的“冰山一角”。

“所谓艺术家与艺术基金的合作,其实最初就是买卖关系。艺术基金募集资金后,购买特定艺术家的作品,一般如果购买10件至20件作品,就会把其中1件至2件作品拿出来拍卖,把价格炒高,从而带动手上其他作品的价格。”艺术基金从业人员李先豪(化名)说。

为了炒高艺术家作品,艺术基金无所不用其极。拍卖时,艺术基金往往会安排自己在下面举牌,形成一个合法的成交记录。而同一个艺术家的几件作品通过这样的拍卖形式几次下来,就形成了艺术家的所谓身价,这被业内称为“做局”。在贯穿这一整套的价格链条中,艺术家、艺术基金和拍卖公司等参与者均成为实际的获利者。



哈定《姐弟情》(水彩纸本)成交价40.25万元

产业前瞻

中国老牌的艺术园区一般都经历过原始生成阶段以及产业园区建设阶段,它们进入后一阶段的时间有先后,但往往都背上了产业化的十字架。如今,我们正面临全国性的文化建设与城镇化建设大潮,艺术区会面临什么样的挑战与机遇?这种挑战与机遇又将如何影响中国当代艺术的创作与市场呢?四川成都蓝顶艺术区10年的发展历程也许可以作为一个样本,帮助我们认识艺术园区的功能及其所面临的挑战。

蓝顶10年:三部曲

今年,恰逢驰名中外的成都蓝顶艺术区创立10周年,蓝顶10年的发展历程经历了3个阶段:第一阶段是品牌孕育期,也就是“老蓝顶”时期,发端于2003年8月,周春芽等知名艺术家把工作室建在成都市武侯区簇桥乡机场路的闲置厂房里,成立了蓝顶艺术中心。第二阶段是品牌成型期,即“新蓝顶”时期,以2009年1月举办“蓝顶艺术家工作室入驻暨蓝顶美术馆开幕”仪式为标志,宣告位于成都市锦江区三圣街道“荷塘月色”的新蓝顶揭幕,周春芽等14位艺术家入驻。

2004年1月,“老蓝顶”就举办了大型当代艺术展“2004在成都”。此后,“居住在成都——2004中国当代油画邀请展”先后于10月在深圳美术馆、12月在成都现代艺术馆以及2005年2月在新加坡斯民艺苑举办,使“蓝顶”蜚声中外。

第三个阶段是品牌发展期,被业内人士称之为“新新蓝顶”时期:2009

蓝顶样本:艺术园区产业化的挑战

邱家和

年9月,毗邻新蓝顶的成都市双流县政府联手艺术区打造蓝顶当代艺术基地,建设规划总面积1500亩,即集当代艺术、创意产业、时尚风潮、当代生活于一体的双流蓝顶艺术新村。2012年5月,蓝顶艺术新村经过一年半的建设落成,著名艺术家罗中立、张晓刚、方力钧等在此落户。今年5月,“双流蓝顶艺术新村”举行开村仪式。

蓝顶奥秘:与城市共生

蓝顶为什么会越来越扎实,越来越丰富强大?周春芽从三个层面来分析原因:从艺术家的角度看,蓝顶是一个当代艺术的概念,所有的艺术家到这里来不仅仅是因为他有机会从事艺术,更多的是在这个区域里能获得一种精神的支撑,会相互影响;从开发者的角度看,蓝顶开发者的思想是一种和谐的思想,并不把利润看得很重要,他们看重整个生存质量,慢慢地开发;从当地的老百姓和政府看,蓝顶参与了当地的城乡统筹,在为农民增收、环境建设、艺术繁荣与文化产业等方面做出贡献,与当地有着一种共生关系。

艺术园区,首先源于艺术家的聚集,不仅成都的蓝顶是如此,北京的艺术区798、宋庄是如此,上海的艺术区

泓盛2013艺术品春拍日前在上海举槌,今年春拍泓盛力推的“纪念哈定诞辰90周年水彩艺术专场”最终以约930万元成交,成交率高达87.5%。作为一种“舶来艺术品”,水彩画在艺术品市场上的表现远远不及油画和国画,甚至长期以来都被认作“小画种”。然而随着艺术品市场的升温 and 国内藏家的日趋专业,不少业内人士认为,目前仍处价格洼地的水彩画未来几年或将成为不可忽视的潜力股。

水彩画长期处价格洼地

在国内拍卖市场上,水彩画与国画、油画一直不能相提并论,即便零星走入拍场也并未引起重视。据了解,目前国内名家水彩画拍卖最高纪录是徐悲鸿的水彩作品《群马》,成交价为561万元,但与画家本人的油画、国画作品相比,这一价格只能算作中等价位;2010年,北京匡时推出的颜文梁《春夏秋冬四景山水》拍出112万元的价格,而其油画作品拍卖最高价高达近700万元;被誉为中国水彩画之父的一代艺术宗师李剑晨,其作品拍卖的最高价也并不是来自水彩画,而是其国画作品。

水彩画为何会长期处于价格洼地?

“水彩画在中国太普及,人们对它的认识仅限于作为美术类的一种基础训练和速写的性质,又因其高度的概括性,进而成为艺术家们对各种形式问题进行探索的实验基地。它的题材和主题的重要性反而被削弱,人们不要求水彩做重大题材的创作,故水彩画常常被视为‘轻音乐’,因而长期不被市场所关注。”泓盛拍卖业务副总经理孙佩韶分析认为。她表示,过去几年,出现在市场上的具有代表性的水彩作品不多,分布也比较零散,水彩画并没有集中展示和宣传推广的机会和平台。

对此,AMRC艺术市场研究中心研究员马学东分析认为,水彩画价格被低估有多方面原因。首先,水彩画的艺术价值被严重低估。水彩画这个在西方产生的画种由于工具、材料和创作方法与我国传统的水墨画相近,被很多画家视为创作的习作,因此作为一种独立画种的地位被大大降低,其在中国现代绘画发展过程中曾经扮演过的重要角色也由于时间的流逝渐渐被人忽视。其次,学术研究不足。在现

代各个画种的学术研究中,水彩画的学术研究著作和专著都是最少的,学术研究滞后和无法深入展开,也就无法充分反映出水彩画的艺术价值和历史价值。这也使收藏者对于水彩画缺少整体的认识和了解,自然不会买单。再者,目前国内水彩画创作不繁荣。上世纪80年代以后,水彩画的地位越来越边缘化,很少有美院单独成立水彩画创作的系科,这导致如今国内水彩画名家缺乏,水彩画的创作缺少起色和突破。

收藏水彩正当时

近年来,水彩画日渐受到青睐,无论是学术展览还是市场表现都可圈可点。一些市场分析人士认为,中国水彩兼具中国传统水墨和外来油画的特点,既有中国文化的魅力又有西方艺术的亲切感,具有“国际化”的优势和前景,而目前水彩画作品价格普遍较低,在当下油画作品身价大涨之后存在一个很大的补涨空间,藏家可以以很大众化的价格收藏到很好的作品甚至精品。因此,当前正是收藏水彩画的最佳时期。

“自去年520幅第一代水彩开始,泓盛已连续两年对水彩画板块进行专业的梳理和推广,将来也会继续进行。”孙佩韶表示,水彩画是独立于中国书画的专门画种,是一个独立而极具特色的门类,将成为泓盛长期推介的门类之一。她表示,其实水彩画自传入中国以来,其学习的对象便是国际级的;而现在水彩画的价位普遍偏低,主要源于市场缺乏推动力。随着国内藏家越来越专业以及国内专业艺术机构的持续推动,水彩画板块将持续升温。

“中国第一代水彩画大师张充仁就说‘中国水彩画的起点很高’,学习的对象是西方水彩大师维涅尔的风格和技法,到第二代大家哈定在代表西方水彩最高水准的伦敦皇家水彩画家学会中展出作品,并获得西方画坛的认可和赞誉,由此确立了中国水彩在世界画坛的顶尖地位。近年来,国内水彩画已慢慢被市场所重视,而国际上水彩画的价格也日趋透明,从客观上推动了中国优秀水彩作品的市场价值和收藏潜力。国际华人水彩画家如马白水、席德进、曾景文、蓝荫鼎、赵春翔、王少陵等的作品都具有很高的投资前景和收藏价值。”孙佩韶说。

微看点

安盛将在国内推广艺术品保险——

不久前,全球最大的保险集团安盛保险与中国天平汽车保险股份有限公司达成协议,以整体交易对价约为39亿元人民币的价格购买其50%的股份,未来以合资方式共同开拓中国市场。据安盛艺术品保险亚洲区总经理孙贵珍表示,合资之后的安盛天平将会是国内最大的合资保险公司,目前安盛已经拿到了企业及私人收藏艺术品保险、艺术品展览及运输保险、博物馆艺术品保险及拍卖行艺术品保险4张保单,未来计划率先在中国5个城市开展艺术品保险业务,继而推广至全部业务覆盖的城市。

安盛保险以其专业的艺术品保险业务,为艺术圈所熟知。隶属于安盛保险集团的安盛艺术品保险成立于上世纪50年代的德国柏林,是世界上唯一一家专业经营艺术品保险和艺术品服务的保险公司,占据了全球1/3的艺术品保险市场份额。去年,安盛艺术品保险业务正式进入中国,早先是借由安盛在华分公司丰泰保险进行推动,但由于丰泰保险只获得了在上海经营的许可,使得安盛艺术品保险业务的开展受到了很大限制。而随着安盛与天平合资,安盛将会共享天平保险之前的业务许可范围,即可以在全国18个城市开展保险业务。

国内画廊试水保值回购——

自去年南方文交所推出“艺术品保真保值交易服务”之后,国内多家画廊纷纷试水“艺术品保值回购”。日前,上海东江艺术馆在其举办的“艺海寻珍——保值油画作品精品展”上首次推出了“油画作品保值销售”。按照其保值销售计划,消费者购买了此次保值销售的35幅作品中的任何一幅,一年期满后,在没有损坏的情况下,可选择退画退款。据悉,东江艺术馆还与独立的第三方金融机构合作,在保值期内购买艺术品的所有款项将由其独立监管。

“通俗地理解这个计划就是:你可以不花一分钱,可以把你喜欢的作品挂在家里挂一年。也不用担心你所付的款会被挪用他用,从而产生投资风险,当期满想退款时,还可以从第三方金融机构中拿回这笔款项。”上海东江艺术馆总经理王凌彬说。有业内人士认为,这样的保值制度,为艺术品投资设置了一个安全保障的框架,对于购买者而言,这无异于得到一份对所拥有作品的价值保险,规避了艺术品定价不准、贬值和不可流通的风险,将吸引更多投资者介入艺术品收藏领域,促进相关参与群体的扩大,唤起人们对行业的信心,激发人们热爱艺术的热情。也有人认为,艺术品回购作为新颖的投资模式,到底是新的投资方向还是商业噱头,还需时间来检验。

创意纸胶带引抢购热潮——

台北故宫博物院近日推出一款以康熙来批“朕知道了”设计的纸胶带,引起两岸网友热烈讨论及购买。据悉,该款纸胶带创意源自台北故宫博物院院长冯明珠于2005年策划的“知道了:朱批奏折展”。台北故宫在知名社交网站的粉丝团贴出该款纸胶带的照片,引发网友疯转,直呼“超想收藏”“霸气十足”。大陆网友也在微博中热烈转发讨论,近日到台湾旅游的大陆游客,尤其是年轻的背包客,纷纷将此款纸胶带作为必买纪念品。

据台北故宫礼品部经理吴桂芳介绍,这是台北故宫首次推出皇帝朱批纸胶带,一组有黄白红三款颜色,每组售价新台币200元。台北故宫从今年6月开始推出第一款纸胶带,目前共已推出5款,分别以“乾隆御览之宝”及乾隆各式玺印等设计,在台北故宫礼品部现场与台北故宫网络商城发售。未来纸胶带系列会推出20款,郎世宁的《百骏图》也即将上市。

(蔡萌 整理)