责编 裴秋菊
2014年3月29日 星期六
E-mail:whcfzk002@163.com
电话:010-64293642 64298113
中国文化报 文化财富周刊

编者按:第6届纽约亚洲艺术周于3月14日至3月22日举行,向公众展现了壮观的亚洲艺术品,中国艺术品及中国买家成为此次艺术周的主角。同时,一场以“中国艺术市场:现实与未来”为主题的论坛在纽约举行,中西对话,以另一种方式让西方进一步了解中国艺术品市场。

他山之石:亚洲艺术周带来的启示

□□ 本报记者 黄辉

持续一周的纽约亚洲艺术周被视为海外中国艺术品交易、交流与展示的盛宴。这一持续6年的艺术盛会以精准的策划、专业的商业方案,整合商业、学术与媒体等多方资源,使全球亚洲艺术品专业人士齐聚一堂,共享这一艺术盛事。

“吸睛”青铜器——展现高古艺术魅力

此次亚洲艺术周较受关注的明星拍品当属“皿天全方罍”,该青铜器早在2001年就以924.6万美元的高价成交,成为中国高古青铜器拍卖价最高的作品,而其器盖藏于湖南省博物馆。在此次艺术周上,来自湖南的收藏家群体在与佳士得沟通后,成功联合洽购皿天全方罍,并计划将其捐赠给湖南省博物馆,促成该青铜重器“身首合一,完罍归湘”。在参与此次亚洲艺术周的正观堂主人、艺术品经纪人梁晓新看来:“皿天全方罍以这种方式回归故里,为搜寻重要的流散海外国家文化文物财宝,并促成其回归提供了一种新的方式,也反映出国内企业与富商们开始关注并认识重要文物艺术品的真正价值和社会效应。”

青铜器成为此次艺术周的主角,市场对古代青铜器的兴趣不断升温,使得古代青铜器专场拍得佳绩。苏富比“金石斯文:重要中国古代青铜器暨吴大澂《吉金图》”专场中12件拍品有11件成交,仅一件流标。吴大澂《吉金图》具有极高的文史价值,最终以50万美元被上海行家收入囊中。而拓录在《吉金图》中的商晚期己祖乙尊,则以超出估价3倍多的126万美元成交。

在佳士得,青铜仿古兽面觥估价8000美元至1.2万美元,最终以44.3万美元成交,高价成交的背后,也许是因为在乾隆时期宫廷编纂的《西清古鉴》中,收录了类似的器物。在梁晓新看来:“中国高古艺术的魅力正通过历代文人雅士们的传承著录散发出来,尊崇学术考证,回归艺术收藏鉴赏的本质。”

不过,令人惋惜的是坂本五郎珍藏的青铜鸮壶流拍,该件青铜器估价400万美元至600万美元,在叫价至370万美元时因无人加价而流拍。梁晓新和北京盛世瑰宝总经理、瓷器专家陈连勇均表示,流拍的原因在于:一是相对而言,该件青铜器估价过高;二是这件青铜尊放在了众人期待的皿天全方罍之前拍卖,造成很多买家关注力与资金安排的困扰。在陈连勇看来,坂本五郎收藏的这件青铜器流拍非常可惜。

吴大澂旧藏《吉金图》及相关青铜器

市场吸金力——满堂红的成功所在

除了青铜器专场,受到关注的当属佳士得的“般若妙相:虔诚信仰艺术精品”专场,32件来自亚洲各地的佛像艺术品总成交额高达1898.5万美元。其中,明永乐铜鎏金药师佛坐像以554.1万美元的高价成交。陈连勇介绍:“佳士得佛像专场作品征集于不同藏家,不同材质、时期、风格的拍品各有特点,虽估价不低,但成交率较高。”

在亚洲艺术周举行期间,纽约五大拍卖公司参与其中,其中,佳士得在4天内举行8场拍卖,总成交额达7211.4万美元,苏富比在3天内举行5场拍卖,总成交额达5614.5万美元。

“市场的多元化、多样性是纽约拍卖会一直以来吸引大量买家的主要原因,这次精心而专业的规划与包装,再次凸显了专业学术的重要性,同时也体现出苏富比与佳士得团队对于拍卖市场的前瞻性。市场的细分在所难免,如何定位并开辟新领域,这一场纽约的青铜和佛像盛宴给国内同行很大启发。”梁晓新表示:“拍品把关严格、传承著录清晰可靠,再加上翔实、专业的学术考证,是这一次青铜器与佛像卖得满堂红的成功因素。”

据陈连勇观察,在今年亚洲艺术周上,行家的眼光和资金承受能力比以往明显提高,精品成为市场的支撑,拍品的估价反而不重要。比如,纽约拍卖公司Doyle征集的收藏家Baron Pierre DeMenasce的几件玉器,其中的一件白玉的提梁壶估价50万美元至70万美元,最终成交价高达509.3万美元;而另一件估价为20万美元至30万美元的白玉壶,成交价为296.5万美元。

陈连勇参与竞拍的苏富比“中国瓷器及工艺品”拍卖专场的封面作品——元青花如意印花缠枝牡丹纹菱口盘,是具有典型伊斯兰纹饰、尺寸较大、保存品相较好的元青花瓷。该件作品拍卖估价20万美元至30万美元,最终被一位伦敦藏家以419.7万美元的价格买走。

“相对很多西方在世画家动辄天价和国内过亿元的中国近现代书画而言,具有几百年,甚至几千年的中国古代艺术品,尤其是青铜器、瓷器、玉器的价格还处于低位。”陈连勇表示:“中国古代艺术品在市场流通不多,出现的精品取得高价,是文物价值和市场价值回归的必然。”

交易之外——多元化的艺术生态

此次纽约亚洲艺术周汇集了全球47家著名古董商行及众多亚洲艺术专家,还有19 家世界著名博物馆以及亚洲文化机构参与其中,并着重加强了媒体与学术的参与,使整个亚洲艺术周焕然一新。

除了交易之外,纽约艺术周还举办了风格迥异的中国艺术展。比如,老牌纽约古董商蓝捷里推出了丹尼尔夏普罗藏商代青铜器及重要中国古代雕塑展;布鲁塞尔画廊主Gisele Croes在纽约高古轩画廊举办一场有关中国文物的展览;苏富比举办了“抱古融今:洁蕊堂藏康熙瓷器展”等。

梁晓新表示,这届纽约亚洲艺术周较以往更加专业的艺术周主题明确,兼顾商业买卖与学术交流。“艺术周的成功策划和运作,已经超出了商业买卖和拍卖,进入了多元化艺术生态的格局。”梁晓新如此总结,“其模式效应和影响已远远超越了单纯的古董交易买卖,其国际化的文化大视野与商业运作手法值得所有国内同行学习。”

湖南收藏家群体联合洽购的皿天全方罍

藏家对话——回归收藏鉴赏的本质

佳士得亚洲艺术部主席石俊生表示,来自世界各地的藏家表现出了极高的热情,亚洲市场的强劲优势再次凸显,一半左右的藏家来自中国。

上世纪70年代以前,中国古代青铜器与喜马拉雅艺术都是欧美收藏家们的收藏主线,欧美顶级收藏家、博物馆与学者们共同建成了稳固的收藏传统与规模。从上世纪90年代开始转向明清宫廷艺术品,而后逐渐萎缩停顿,但在近几年又开始柳暗花明。

陈连勇认为,“欧美藏家将中国艺术品置身于世界范围进行研究,用世界的眼光看待中国艺术品,分析其价值,这也是青铜器、佛像、瓷器等中国艺术品深受西方藏家追捧的原因。”

梁晓新曾表示,皿天全方罍、北宋汝窑盘和成化鸡缸杯这些古代艺术精品出现在市场上,从某种程度上体现了西方中国古代艺术收藏时代的结束。不过,陈连勇表示,藏家的换代还需要时间,“不管青铜器还是老窑瓷器,重心还是以国外为主,大部分精品还是在国外藏家手上。”在他看来,“虽然国内参与者人数众多,但毕竟收藏重心不同,经济实力有限,大多以中低档艺术品居多。”

全球化背景下的中国艺术品市场

□□ 马学东

3月13日,中国拍卖行业协会与美国Artnet公司联合举办的“中国艺术市场:现实与未来”国际高峰论坛在纽约举行。论坛邀请了全球艺术品市场中重要的机构组织、拍卖公司、艺术品收藏、艺术品金融等各行业的领军人物,就中国艺术品市场的现状及未来进行探讨。通过来自不同专业领域内人士的讨论分享20年来中国艺术品市场所取得的辉煌成果,探讨全球化背景下中国艺术品市场发展所面临的新机遇和新挑战,更重要的是推进西方对于中国艺术品市场发展历史与发展现状的深入了解,共同探寻未来中国艺术品市场新的发展策略。

一件估价50万美元至70万美元的白玉提梁壶,在纽约Doyle拍卖公司以509.3万美元成交。

新兴经济体下的中国艺术品市场

“新兴经济体下的中国艺术市场”为此次论坛第一单元主题,参与讨论的中国拍卖行业艺术委员会顾问孙秋霞表示,中国艺术品市场近年来的快速发展和中国宏观经济的增长关系密切,中国政府正在出台多项针对促进国内文化创意产业发展的利好政策。2013年中国艺术品市场的交易额会在2300亿元左右,与2012年相比增长9%,虽然也存在一些问题,但孙秋霞依旧看好中国艺术品市场未来的发展。

北京荣宝拍卖公司总经理刘尚勇认为,中国艺术品市场是一个结构清晰的市场,市场中各个层级如画廊、拍卖公司、博览会都有很快发展。同时,他认为艺术品消费是个趋势,中国藏家对于艺术品的需求是多元的,促进了新的交易业态的出现和快速发展,比如,网上艺术品交易发展的活跃就与艺术品消费关系密切。谈到国内艺术品金融化做出的尝试,刘尚勇认为,尽管之前不少文交所的尝试大多失败了,但这也从侧面说明中国艺术品市场是很活跃的。

北京画廊协会会长程昕东认为,画廊更重要的功能在于对艺术的推广。国内艺术品市场发展的原因是多方面的,比如,中国人口结构的变化、经济的快速发展、市场的流动性充裕等。他认为,尽管目前艺术品在国内缺少相应环节的链条基础,但可以借助人们对文化消费的自觉来带动国内画廊行业的发展。随着这种发展,国内会有更专业的画廊从业者出现,加上国内艺术品市场一二级市场结构的变化,国内一级市场未来的发展是很有潜力的。

北京匡时拍卖公司董事长董国强认为,现在国际拍卖公司如苏富比和佳士得等在中国的发展更值得关注,国际艺术品交易中心开始向中国转移。在美国,藏家最关心的是中国艺术品的赝品问题,他认为目前传媒业的发达,导致很多负面新闻传播速度更快,其实很多人了解的信息是片面的,甚至有些是错误的,这也影响了中国艺术品拍卖业、中国的艺术品拍卖公司在国际上的形象。

聚焦中国艺术品市场金融化与年轻化

在“中国艺术品需求和艺术品金融化趋势”的论坛上,上海朵云轩集团董事长张晓敏介绍了国内艺术品市场的收藏、投资等趋势。北京翰海拍卖公司高级顾问穆文斌认为,现阶段是国内艺术品市场发展的黄金时期,艺术品的经营资源出现匮乏的迹象,艺术品拍卖机构已进入兼并淘汰的调整阶段。

纽约苏富比高级董事及中国艺术部主管汪涛着重谈了中国人对财富的态度、全球化市场对世界的影响,他强调了中国人做艺术品收藏其实是中国人表达自己和与文化艺术沟通的一种方式,这种对于文化的热情有别于西方收藏家。《巴伦周刊》PENTA资深编辑理查德·莫瑞斯认为金融危机后,财富人群更关注资产市场,以实现财富转移和稳定回报,但随着利率和经济回升,会有热钱逐渐离场退出,艺术品市场会进入衰退期,但也不要忽略收藏家。摩帝富艺术集团副总裁兼亚洲区总经理黄文叡强调了中国人投资风险的问题:投资渠道狭窄、投资产品缺失,造成热钱涌入艺术品市场,但艺术投资风险会加大。

此外,《艺术新闻》杂志特约编辑芭芭拉·波拉克认为,中国新一代的年轻艺术家已不用“我是中国艺术家”来设定自己的身份,而定位自己是“世界的艺术家”。《艺术新闻》杂志主编理查德·韦恩认为,中国当代艺术有三种类型:一种是商业的,一种是保守的,还有一种是前卫的。他们都十分看好中国的年轻艺术家。

中央美术学院教授赵力回应了芭芭拉和理查德对于中国年轻一代艺术家发展的认识和观点。他认为,对于中国当代艺术如何取得话语权的问题,这需要得到国内和国际的广泛认同,要多交流,才能有获得共识的可能。

《当代中国艺术学刊》主编郑胜天认为,艺术品市场近年来成为了当代艺术的“领养人”。谈到目前国内私人美术馆的问题,他引述朋友的观点认为,这是美术馆的“大跃进时代”,是比较危险的现象。私人美术馆可以兴建,但建了之后运营能力的缺乏会导致美术馆的长期发展受到影响。相比国内艺术品市场的蓬勃发展,他认为建立一个完整的艺术生态体系更为重要。

国际视野下的中国拍卖市场

在主题为“国际视野下中国拍卖市场的展望”的讨论中。北京华辰拍卖公司董事长甘学军认为,国内艺术品拍卖公司未来应该会更好。“大公司的发展方向是国际化,而中小拍卖公司做好分内的事情最重要,另外国内的艺术品相关政策和法律应该更健全。”他认为,中国的拍卖公司做好自己的事情就相当于在做国际市场。

中国拍卖行业协会秘书长李卫东在谈到目前艺术品市场国际化问题时表示,不同国家拍卖规则、方式都不一样,因此中国拍卖行业协会准备倡导成立国际拍卖行业联盟。他的这个倡议得到美国国家拍卖师协会和法国拍卖公会的积极响应。成立国际拍卖行业联盟,搭建各个国家拍卖行业协会组织的交流沟通和协作是联盟成立的意义所在。

纵观这次论坛,不仅宣传了中国艺术品拍卖市场的发展历史及现状,也让西方,尤其是美国的拍卖行业、美国的媒体和艺术圈内的业内人士更加深入地了解中国艺术品市场,通过与会嘉宾从各自角度的讨论和交流让中国艺术品市场的形象逐渐清晰。这对于中国艺术品拍卖市场、拍卖行业在国际上的形象起到了正面的宣传介绍作用。(作者系中央美院艺术市场研究中心执行总监)

袁耀《蜀栈行旅》设色绢本