

山东为什么吸引一线拍行

严成

不久前,荣宝斋(济南)拍卖入驻山东后的首场落地,5个专场600件书画珍品共成交4.3亿元,创造了山东艺术品拍卖市场的新纪录。在近年全国艺术品市场渐趋冷静的情势下,山东艺术品市场一直保持着相当活跃的状态,今年,这里更吸引多家国内一线拍行入驻——除荣宝斋外,北京保利在山东潍坊设立分支拍卖机构,中贸圣佳也在山东设立了一家办事处。一时间,无论是艺术机构还是收藏家都将目光聚集到山东。这里为何能吸引一线拍行纷纷竞逐?一线拍行的渐次进入又将为这里的艺术品市场带来怎样的改变?

书画重镇吸引一线大拍落户

山东收藏传统由来已久,深厚的历史文化基础造就了艺术品市场的繁荣。与北京等地一、二级市场倒挂的情形有所不同,山东的画廊、书画市场数量多、规模大,仅山东淄博就拥有多个大规模的书画交易市场及近万家大小画廊。在藏家资源方面,山东藏家也是中国书画市场上不容忽视的一股力量。曾有业内人士粗略估计,山东每年流向艺术品市场的资金达数十亿元,尤其是当代书画市场,占据全国的“半壁江山”。

“近些年来当代水墨市场的兴起,跟山东藏家对艺术品市场特别是这一板块的支持是分不开的。山东市场支撑了中国书画的半壁江山,特别是近现代书画和当代水墨画。山东兵团是战场上的主力军,所以每个拍卖公司都不敢轻视、忽视。”艺术品市场分析专家、前中茂圣佳国际拍卖总经理易苏昊在梳理中国书画市场时这样评价。来自拍卖公司的数据也显示出山东书画收藏市场在全国举足轻重的地位。据荣宝斋(济南)拍卖总经理何奇峰介绍,山东省的份额占了全国当代书画成交额近50%。“从每次荣宝斋拍卖统计的数据

中都能看出,在我们的书画买家中有近五成来自山东,高的时候甚至可以达到79%。送拍情况也是这样,除了北京、上海,第三大征集重镇就是山东。”

丰富的藏家资源和良好的市场基础是山东能够吸引一线拍行、艺术机构关注的首要因素。北京保利拍卖执行董事赵旭在接受采访时坦言,入驻山东首先是因为这里有非常大规模的书画市场,其次是保利整体规划上的需要。“在各地设立分公司,可以培育新的买家。入驻山东是我们整体策略规划的一部分,这个计划会使保利的客户更多、更好地将新的买家吸引到北京保利的拍卖大本营来。”“从全国范围看,山东的艺术品市场是比较成熟的,很少有盲目性。不像有些地方的书画市场盲目跟风,盲目炒作。这也许得益于起步和发展得比较早的缘故。荣宝斋选择山东的一个初衷正是本着把文化这块蛋糕越做越大。”荣宝斋画廊济南分店总经理杨海青也表示。

“现今我国的一线拍卖公司主营业务出现井喷式的多元化和较为完善的运营模式,发展到一定规模,有了足够的沉淀和基础之后,自然想要越做越大,各种中介业务包括私人洽购,甚至跨界发展起了一级市场的作用,对外拓展成为必然。那么在国内,除了北京、上海,无疑山东就是非常好的选择。”有业内人士分析,随着国内拍卖公司的逐渐成熟,他们会通过各种途径和有效形式实现跨越式发展,在跨地区寻找客户和征集拍品,并且已经形成了不错的市场基础,但是整个一、二级市场多数只停留于中低端的艺术品的经营上,因此要想突破藩篱获得高速发展,高端化、精品化是必须的。”

繁荣背后诸多掣肘

虽然山东藏家众多,但主要是以相对传统的当代书画为主,这导致山东艺术品市场结构比较单一,强势之下依然难掩其偏颇和局限性。“山东,特别是潍坊、淄博、胶东、临沂地区的收藏都是以

当代画家为主的,说白了有很多炒作的成分。很多人都是从投资甚至投机角度出发的。也正是因为山东推高了当代书画,才为近现代书画的市场做出了非常大的贡献。”山东籍藏家寇建军直言,山东书画市场虽然好,但缺乏大的财团,具有一定规模的收藏机构在当地也未能形成。

“虽然艺术爱好者众多,但大部分的藏家只是关注中低档次的艺术品,在真正重量级的作品上,山东并不占优势。”在山东天承拍卖公司董事长荆延亮看来,“低端化”大大局限了山东艺术品市场的发展。据了解,山东有百余家公司艺术品拍卖行,但其中知名的寥寥无几。“这—是因为在山东,无论是画廊还是拍卖行都处于各自为政的状态,艺术家和经营者缺乏足够的市场号召力;其次,山东的画廊和拍卖行缺少经营意识和手段;山东藏家更习惯于利用关系来购买书画的做法也大大影响了山东艺术品市场的发展。”有业内人士指出。

此外,尽管山东书画市场在全国首屈一指,但长期以来山东艺术品拍卖市场却逊色得多,在不少业内人士看来,这也成为山东艺术品市场进一步发展壮大的掣肘。对此,何奇峰表示,山东本地的拍卖行业经营得确比较一般,但这并不能成为拍行对山东市场担忧的理由,反而提供了一个机会。“这里还缺乏竞争机制,正好成为一个好的发展机遇和空间。山东目前虽然拥有了很好的艺术收藏氛围,并且已经形成了不错的市场基础,但是整个一、二级市场多数只停留于中低端的艺术品的经营上,因此要想突破藩篱获得高速发展,高端化、精品化是必须的。”

“一线拍行更应该引领和指导市场,带领山东艺术品市场走向更高端、更全面。”随着保利、荣宝斋等一线拍行的入驻,不少山东藏家表示了对未来这里的艺术品市场的希冀——希望这些

拍行能够为山东的二级市场做出表率,提振整个市场。

期望一线拍行带来下一个出口

表面上看,山东艺术品市场业绩骄人,实际上,在品牌建设上却存在硬伤,不少山东艺术品从业者也意识到,本地艺术品经营的品牌建设尚处萌芽状态。山东翰德拍卖有限公司董事长宗佩山曾表示希望山东的艺术家和收藏家们能抱团取暖,“山东的艺术家和收藏家都应该端正心态,多沟通多交流,这样才能进一步扩大山东艺术品市场在全国乃至全世界的影响。”

正因如此,对于此番具有品牌效应的一线拍行的入驻,大部分当地藏家和艺术机构都寄予厚望。“山东的书画市场曾经有过比较高涨和繁荣的时期,但今天因为市场低迷,画廊生意也并不好做,当代画家高价位的作品很难流通。山东原有的拍卖公司总体来说规模较小,很难对市场起到提振作用。希望品牌拍行的介入能够开辟市场,挖掘出更多本地优秀艺术家,并将原来活跃于市场的本地艺术家带向全国。”一位山东藏家如是表示。

而在业内人士看来,一线拍行在从山东收获艺术品、收获藏家的同时,也带去了全国化和国际化资源,以及更规范的经营模式。“我们的入驻就是希望搭建一道桥梁,把山东好的艺术作品输送到全国去,同时我们还可以把全国各地乃至全球好的艺术作品征集回来,输送给山东的藏家。统计资料已经显示,北京、上海拍行的很多客户来自山东,原因就是山东缺少好的拍行,只能去北京、上海这些地方购买。”何奇峰表示,业界对山东拍卖业的关注可能会带动这里的二级市场迅速崛起,而一线拍行带去的规范化职业操守和操作方法,可以促进当地二级市场走上一个新台阶。

微看台

上海自贸区将搭建艺术品退出机制——

在日前举行的上海自贸区文化授权交易会“艺术品金融日”论坛上,一些业内人士指出,只有开展有效的评估鉴定、完善税收机制、搭建有效的退出机制,才能让国内艺术品市场有序“生长”。

面对国内艺术品市场水涨船高、乱象频出的现象,中国人民大学艺术品金融研究所所长陆华强认为,没有确立有效的艺术品评估机制是导致国内艺术品市场混乱的主要原因之一。对此,上海国际艺术品交易中心总经理胡环在接受采访时表示,目前中心正在与画廊、拍卖行、金融机构等洽谈在上海自贸区构建完善的艺术品退出机制,涉及机构可能超过几百家。与此同时,中心将与金融机构对接,成立艺术品基金,将有品质的艺术品导入上海自贸区,并将在中后期与金融机构合作发行相关金融产品。

(来源:《浦东时报》)

年轻人迷上小额艺术品投资——

眼下,参与艺术品收藏投资的人群年龄正逐渐年轻化。最近很痴迷小额艺术品投资的“85后”白领Bowen表示,开始接触艺术品投资纯属巧合,他和朋友在某艺术空间的咖啡馆内聊天,朋友看中了咖啡馆内的一幅装饰油画,当时两人凑钱将油画买了下来。“买完后画一直由我朋友保管,我也没在意。没想到大概一年半以后,他告诉我这幅画卖了,并且增值了近40%。”在Bowen看来,小额艺术品投资可选项非常多,包括金银饰品、陶器玉器、油画水彩画、珠宝、酒类,甚至珍贵木材。有些品因为价格较低不太受投资者关注,所以往往可以挖到好货。

值得一提的是,近两年互联网众筹模式从影视作品一路火到艺术品收藏。眼下艺术众筹项目几乎都有两个特点:一是众筹作品价格要低于艺术家作品市场价格,所以规模都不大、资金门槛也低;二是项目互动性强,能够让项目购买者体会到参与感。但互联网模式的众筹风险不小,一旦发现问题,由谁来承担责任、解决问题则是眼下投资者们最担心的问题。

(来源:东方网)

江西打造工艺美术产业集群——

江西省工信委日前下发实施意见,推进工艺美术行业发展。江西计划到2020年底培育和认定10个以上工艺美术特色产业集群,建立100个省级工艺美术大师工作室,力争全省工艺美术产业销售收入超过1000亿元。

江西将重点支持行业龙头企业延伸产业链,实现由单一的原料生产加工向文化创意、工艺研发、推广营销、进出口贸易等方向发展,推动大中型工艺美术企业开展跨地区、跨行业合作。据悉,江西将以传统工艺美术技艺为核心,着力挖掘具有地方文化特色和人文传统的手工艺和特色品种,打造一批工艺美术特色小镇,引导工艺美术企业、大师及民间艺人在特色村镇建立展示和销售门店,形成“前店后厂”和“体验式”的生产经营模式,带动文化旅游、休闲观光等相关产业发展。(来源:《经济日报》)

(金子 整理)

资讯

中华文促会艺术品鉴定与评估委员会成立

本报讯(记者陈瑞旭)日前,由中华文化促进会发起成立,全国上百名专家和学者组成的中华文化促进会艺术品鉴定与评估委员会在北京人民大会堂宣告正式挂牌成立。

据悉,该委员会是对文化艺术品进行鉴定、评估、研究、咨询服务的常设机构,也是具有权威性的艺术品市场专业机构。机构由文化、公安、工商、科技、海关、司法行政机关、国家科技机构、文化艺术机构、高等院校及艺术品领域的专家和艺术品市场专业人士、民间收藏人士等共同组成,内设9个专业工作委员会,并已完成了系列组织机构的管理规章制度订立工作。据了解,该机构将在为全国艺术品市场提供非营利性的权威指导

基础上,通过引入司法公正程序,加快推进传统艺术品鉴定与科技检测相结合的鉴定评估体系的建设。近年来,我国艺术品市场已经进入了快速发展时期,但艺术品市场的经营和消费环境却不乐观,因为制假、售假和拍假而产生的纠纷逐年增加,严重损害了艺术品市场的信誉和广大收藏投资者的利益,制约了艺术品市场的健康发展。为此,中华文化促进会经过4年多的筹备,通过对全国艺术品市场的调研分析和对全国性的专业队伍的考察,整合了多个部门、多个领域的专家资源,组成了涵盖多个专业领域的鉴定和评估委员会。据悉,该委员会官方网站目前已正式开通。

北京匡时2014秋拍将扬槌

本报讯(记者蔡萌)11月29日,北京匡时2014秋拍拉开帷幕,其中11月29日至12月1日为预展,12月2日举槌开拍,拍卖为期3天。

今年匡时秋拍重磅专场首推“澄道”中国书画夜场和“畅怀”中国书画夜场。时值黄宾虹诞辰150周年,为缅怀大师并传承虹霞的艺术精神,匡时准备了“冰上鸿飞”——纪念黄宾虹诞辰150周年作品专场。同时还从艺术史和文化史的角度推出了20世纪人物画、金石派书画家作品、清宫藏

画、何海霞作品、百年遗墨等诸多特色专场。油画雕塑部分,20世纪早期油画、当代中坚、新生代艺术以及首届广州双年展获奖作品等专题模块都将有重要作品上拍。瓷器杂项板块整合紫砂及茶道具专场资源,集中优势打造“大味——茶文化主题拍卖”。北京匡时“艺术体验季·第五季”也同时展开,包括“博物志”“匡时汇”“雅集/赏鉴”等系列活动,让藏家在切身的艺术体验情境中感悟艺术与文化。

流光溢彩——刘云生水彩画开展展

本报讯(记者周志军)11月30日,由四川省美术家协会主办、北京天时代美术馆有限公司承办的流光溢彩——刘云生水彩画展在中国美术馆开展。

刘云生生于上世纪50年代末,其作品主要通过水彩这一媒介,来传达一种特殊的观看方式,这种观看方式在当代艺术语境内看起来是对写实主义的回应,实则是年长一代人对家园的缅怀与追忆。长期生活在藏区的刘云生擅长将追忆的细节定格在人物与景物上,通过扎实的造型功底、娴熟的水彩画技术,刻画人物心理反映在脸上的悲悯与生活的重量;在风景中则营造了自然环境中气势磅礴的景观与藏区的日常生活场景。业界认为,在刘云生的水彩肖像画中,人物在画面中体现的不仅仅是形貌特征的简单记录,而是一种迥异于现代消费社会



一家之言

书画创作勿走入标签式怪圈

江粤军

近日,有艺术评论家指出,当下美术界创作的标签化倾向严重。“如画人物,你将脑袋画成没有额头的,我画的都是鼻孔朝天的;画山水,你来个无勾无皴,一路染到底,我来个纯圆点,凡线皆似蚯蚓……”专家表示,标签化只是画家为迎合市场刻意为之,而标签类作品的泛滥,则意味着这些作品已经走进了死胡同,有今天没明天。

中国国家画院副院长张江舟认为,标签化往往是为了迎合市场刻意为之。“一位画家,一旦他的审美感觉、审美追求达到一定的高度,通常会形成审美的一贯性,画风也会趋于稳定,由此形成比较鲜明的个人风格,观众一眼就能辨认出他的作品。这是一个水到渠成的过程,和画家的个性特征、文化积累及人生阅历紧密相关。只有画家的个人修养达到某种高度后,才会形成自己非常突出的个人风格,代表了他的基本审美追求和判断。而所谓的标签化,则是这样一种情况:作品呈现的面貌未

必是画家长期积累所形成的主动性审美追求,而仅仅是为了引发人们的关注度而制造的一种奇怪的、貌似个性的画面特征,以为这样就能增加自己的辨识度。这恐怕和当前整个艺术品市场的繁荣有关,很多画家都想分一杯羹,唯恐别人不认识自己,因此有意识地弄一张标签化的面孔,以迎合市场。”

美术界有一个值得深入思考的问题:有一些相对年轻的作者,由于天分比较高,很早就形成了自己的个人风格,这不能简单地归结为标签化,但此后他的创作便固化了,10年、20年都一成不变或者不敢改变。对此,有专家分析认为,一位画家的风格早早定型固化的原因可能有二:一是画家的天分不够,后劲不足,因此停滞不前;二是画家的这种风格类型被市场接受、被学术界认可,从此他不敢再变了,怕市场翻脸不认人,作品价格下跌,因此只能不停地重复自己。而后一种因素的干扰,恐怕是最主要的。

收藏家郭庆祥认为,导致艺术创作标签化愈演愈烈的原因有二:一是对中国画创作和传统继承的误解;有的画家把个人风格当成了“商标设计”,一辈子就重复这样的表现样式,这其实是艺术创作,仅仅是一名熟练工而已。二是作品被市场和金钱所绑架。当一种艺术表现方式受到前期市场认可后,因为作品好卖就被无限复制,从而形成了自己的标签样式。

因此,标签化的作品,其实只是商业产品,而非真正的艺术创造。标签类作品的泛滥,意味着这些作品已经走进了死胡同,有今天没明天。标签式的国画创作,也难以在国际上获得影响。

艺术评论家、画家梁江则直言,反复强调标签的画家是在“忽悠”。“画家的风格化、符号化表达如果是在艺术的本体逻辑里进行的,应该得到鼓励和张扬,如果变成外加的标签,那就只是一种市场营销的策略,一种忽悠的工具,观众和藏家都要当心了。”梁江表示,画

家追求个性风格,是必然和必须的,否则作品没有创造力,毫无新意可言。但画家追求个人风格,就牵涉了一个艺术的符号化问题。一些艺术家为了提炼自己的艺术语言,彰显自己的艺术风格,在某些方面有所强化,譬如岳敏君作品中的大头,就是符号化的表达。符号化如果用得适度、合理,自然是艺术创造的一种方式,但如果符号变成了一种标签,就有害无益了。

“艺术创作很多时候是众里寻她千百度。事实上,能够获得理论界认可、经得起历史的检验、具有真正个性的画家,是很少的;创造了崭新符号、在艺术史上形成了某种突破性语言的画家,更是少之又少。因此,在当下整个社会都比较功利化、真正纯粹的艺术家越来越少的情况下,我们千万不能被蒙蔽,以为一个艺术家不停地重复某种画面,强化某种样式,就是风格和符号。很多时候,那不过是营销策略,以此掩盖自己创作上的贫弱。”梁江说。