

消费能不能助艺博会突出重围

宁 文

眼下又到了每年国内艺博会的“旺季”，第10届艺术北京、第8届杭州艺术博览会、第20届广州艺博会几个老牌艺博会才刚落幕，两张艺博会的新面孔——首届中国巴蜀国际艺术博览会、首届艺术厦门又相继亮相，接下来，还将有首届江苏省艺术品博览会等陆续登台亮相。

艺博会曾一度是画廊、艺术家自我推介及海内外资深藏家挖掘千里马的重要平台，然而近两年，在国内艺博会遍地开花，以及艺术品市场整体回暖艰难的大势下，艺博会的发展出路成为难题。不久前欧洲艺术博览会发布的《2015TEFAF全球艺术品市场报告》称，中国内地堪称大型艺博会的仅有几个，其余的数十个艺博会则以低端的微型展销会为主，展会成本成为艺术经销商较大的负担。重心转向中低端艺术品消费市场帮助国内艺博会突出重围、再聚人气吗？

艺博会，从大热走向鸡肋？

“以前的文化气氛、市场氛围不一样，信息也不发达，买家都是为了来‘寻宝’，找到有潜力的画家，特别是来自中国台湾地区、新加坡、马来西亚等地的画廊主，到这里找到新的作品回到当地，转手一卖就能盈利。”一位画家这样回忆十几年前国内艺博会对画家而言举足轻重的作用。他说，虽然当时艺博会的门槛较高，但画廊、画家们都非常积极，因为一场艺博会带来的可能就是一个名利双收的机会。

2008年后，随着艺术品市场的火热，国内的艺博会项目也如火如荼地铺展开来。但艺博会的扎堆，并不能说明艺术品购买需求的增加，一些艺博会的背后往往依靠的是政府的推动，有的在举办几届之后就销声匿迹了。此外，各地艺博会的品质也良莠不齐。“有些地方的艺博会好东西太少，几乎是地摊水准，已经成为鸡肋了。”有藏家这样表示。显然，艺博会数量的激增并不意味着

品质有保证。“当前国内的博览会成交都很一般，个别数据显示好的，这个数据也不见得准确、真实。”在画廊经营者李峰看来，目前国内艺博会的现状明显悲观，主要原因是展商资源稀缺，“一家好的博览会没有80至100家的优质画廊是撑不起来的，而在国内找这么多的好画廊非常困难。”

而从研究机构的研究结果来看，艺博会未来的发展之路上还横亘着另一座大山。不久前，艺术品市场研究公司Skate's公布了一份关于全球艺术品博览会的报告，数据显示，全球艺术品博览会的参展画廊数量下降，还有4个艺博会的参展画廊不足100家，其中原因之一就是画廊正在将自己的兴趣和精力投向数字化市场，因此参加艺博会的预算投入有所限制。纽约、布鲁塞尔等一些传统藏家市场已经非常成熟的艺博会，参观人数甚至出现了零增长和下滑，作为“亚洲艺术盛典”的中国香港巴塞尔艺术展，今年观展人数亦下跌了7.7%。“藏家们正在向互联网转化，达成的交易在互联网中操作更容易实现增长。”报告分析认为。

消费，艺博会的新突破口？

尽管艺博会的发展面临困境，但在上海文化艺术品研究院院长孔达达看来，艺博会的存在绝非鸡肋，其得以流行的原因在于当代艺术的潮流性使藏家更加倾向于派对式的购物体验。事实上，长期以来，艺博会也的确承担了活跃艺术品市场的重任，成为除本地画廊之外最重要的销售渠道。据《2015TEFAF全球艺术品市场报告》统计，2011年至今，全球范围内，经销商每年约有1/3的销售额来自艺术博览会，其中地方性和国内博览会的比例大概占总销售额的20%。“2013年中国艺术品市场总销售额为115亿欧元，经销商销售大约占30%的市场份额，

约为34.5亿欧元。如果按照国际水平，经销商20%的销售额产生于本地艺术博览会，可以推算出中国艺术博览会的市场潜力大约为6.9亿欧元。”孔达达认为，中国现有的艺博会规模远未能满足这样的市场需求。

在此背景下，国内艺博会也在不断探索新的突破口。“随着艺博会数量的不断增长以及大众消费水平的不断提高，艺博会若想在众多展会中分得一杯羹，在坚持自身独有特色的情况下走向细分化是其最大的突破口。”广州国际艺术博览会艺术总监彭文斌在谈及广州艺博会未来的发展定位时表示。广州艺博会探索出的发展之路是全面整合国际、国内和岭南艺术品资源，将本土与全球化全面进行。国内其他艺博会也在不断探索，由此也形成了一些地区特色，比如上海的艺博会更看重国际性以及商业品牌与博览会的结合，即将举行的首届艺术厦门则将着重推荐闽籍艺术家，突出两岸特色。

另外，国内艺博会越来越贴近生活、贴近消费的策略也十分明显。以走过近20年的上海艺术博览会为例，从其口号便可窥探出其举办理念的变化——从以鼓励收藏为主的“收藏艺术，享受财富”“投资艺术就是储蓄未来”，到注重精神追求的“收藏艺术，点亮心灵”，再到让艺术走向大众、引导艺术消费的“让消费爱上艺术”“收藏就是时尚”。不久前结束的艺术北京、杭州艺博会、艺术厦门等也清晰地传递出中低端艺术品及相关消费品市场正升温的信号。“今年艺术北京少了一些业内的大牌藏家，以新晋的消费型藏家为主。”多家参展画廊反映，今年艺术北京，年轻艺术家的、小幅的、具有装饰性和时尚感的作品，吸引了不少逛艺博会的购买者，甚至有些人就是看好就买走的即兴消费。

别忽视了艺博会的教育功能

中国拍卖业协会公布的《2014年中国拍卖行业经营状况分析及2015年展望》

报告显示，2014年抽样全国10家拍卖行统计获悉，成交100万元以下的拍品件数达49735件，占比93.5%，国内艺术品消费需求的增长已是不争的事实，以消费欣赏为主的群体越来越大。因此，国内艺博会把消费作为突破口也在情理之中。然而，也有业内人士担忧这样的定位会让艺博会陷入低门槛的恶性循环。

经营画廊多年的周先生，参加过全国各地不少艺博会，他直言99%的艺博会就是展销会。“这些艺博会没有太多像样的艺术画廊参加，往往聚集了来自全国各地的小有名气或者名不见经传的画家。”他认为，这些艺博会呈现了当下中低端艺术品市场的现状，不讲究参展机构、展示效果、艺术品水平。这样的博览会充斥着整个市场，而主办方的盈利手段就是向画家、机构伸手，卖展位，而不顾展会的宣传效果。据了解，这些艺博会的特点是主办方不权威、展会规模大、展位面积大，但是没有人气。“什么品质的艺博会决定什么样的参展商，什么样的参展商决定来什么客户，要么良性循环，要么恶性循环。”李峰直言。

此外，不少业内人士还表示，不能仅从市场反应来判断一个艺博会是否有价值，因为艺博会除了是一个商业活动外，还承载了社会责任、教育的功能，在提高群众文化品位的同时，艺博会往往还能展现一个城市的文化、艺术形象。“经济上，艺博会能很大程度上提升居民参与公共生活的热情，继而推动该城市的积极发展；文化上，艺博会会彻底改变一座城市的生活和公共文化氛围，重构一座城市的面貌，为城市带来源源不断的新鲜血液，同时也为城市打造一张极具吸引力的城市新名片。”彭文斌这样形容艺博会之于城市的意义。艺术北京掌门人董梦阳则表示，在市场先行和教育严重滞后的情况下，艺博会承担起了一部分教育的义务，交易指标不应是衡量博览会成功与否的单一标准。

微看点

上海自贸区扩容激活艺术品市场——

日前，中国(上海)自由贸易试验区正式宣布扩容，范围从原先的约27平方公里扩大至约120平方公里。业内人士纷纷表示，扩容后的自贸区，将首先体现在业务范围、影响区域、政策试行、金融配套四大领域，将真正激活上海艺术品市场。

多名上海自贸区艺术机构的负责人表示，之所以自贸区一年多来的工作对于艺术品领域没产生太大影响，除政策方面因素外，很重要的一点还是因为区域的限制。原先的自贸区不足30平方公里，范围涵盖上海市外高桥、洋山保税港区和上海浦东机场综合保税区等海关特殊监管区域。这些区域离市中心较远，从原先的属性来说，基本上都是以仓储以及来料加工为主，几乎没有艺术品交易的背景。而此次自贸区扩容的启动，包括陆家嘴金融片区、世博园区、中华艺术宫、震旦美术馆以及张江美术馆等上海乃至全国的重点文化单位。这必然也会促进这些区域的艺术品交易活动，加快这些地区利用政策扩大自身在中国艺术版图的影响力。

此外，还有业界专家指出，虽然自贸区的区域扩大了，但是新扩容后的自贸区依然遵循有《文物法》规定，不允许带有外资成分的拍卖行从事文物艺术品的拍卖，未能实现“文物拍卖”在自贸区拍卖的重大突破。(来源：《上海证券报》)

艺术品经纪人影射林风眠画作造假被判侵权——

因认为艺术品经纪人伍劲发表的文章《林风眠30年假画局》，指责林风眠弟子潘其葵及其子潘文伪造林风眠画作，潘其葵夫妇及潘文以名誉权被侵犯为由，将伍劲告上法庭。日前，北京市朝阳区人民法院一审认定文章侵犯了三人的名誉权。

潘其葵等三人起诉称，潘其葵是林风眠的弟子，林风眠赠送了大批画作、文史资料给潘家。2009年6月，伍劲在《HiArt》杂志发表文章，指责潘其葵、潘文造假，称出自潘家的林风眠作品是假画。该文发表后被多家网络媒体转载，导致买家竞拍后拒绝付款等。伍劲认为，其所发表的文章是学术研究型文章，仅以陈述性和中立评论的方式引用各方表述，其中没有侮辱性语言，也没有损毁潘家的名誉。伍劲称其通过大量调查、阅读、研究采写了该篇文章，内容基本真实。

法院审理后认为，伍劲有义务证明其文章所写的内容是真实的，他提交的部分证据形成时间晚于其文章发表的时间，且媒体报道也不足以证明潘家藏有的林风眠作品为伪作。法院同时指出，潘家所提交的经济损失证据，不能证明林风眠画作贬值是因该文发表直接造成。因此，法院一审判决伍劲向潘其葵等三人赔礼道歉、消除影响、恢复名誉。(来源：《北京晨报》)

苏富比拍卖行推出网上竞拍——

为抓住网络拍卖崛起的机会，苏富比拍卖行日前在日场拍卖中使用了新式的网上竞拍方式，而在夜场中，观众则可以在线观看实时竞拍过程。

去年，苏富比宣布与电商平台eBay建立合作关系。今年4月，苏富比在eBay举办了首场在线实时拍卖，在几场特定的日场拍卖会上，eBay的注册用户可以在线参与竞拍。为了让在线竞拍者有参与感，这几场拍卖会都经过特别设计——1/4的屏幕上显示着纽约拍卖的实时信息，用户可以点击屏幕上的艺术品，通过缩放功能查看细节以及不同环境下的效果。eBay北美地区在线实时拍卖业务主管福特认为，这种拍卖会提供了一种定制的体验，有许多独特的功能。拍卖会提供了动画、文章和视频，所以整个体验是沉浸式的。据悉，苏富比在日前举行的夜场拍卖会上还邀请观众在家在线观看实时竞拍过程，但是由于夜场拍卖的艺术品大多价值不菲，这些观众还无法实时在线出价。(来源：环球网)

(金子 整理)

资讯

三件宋代书画现身匡时春拍

本报讯 北京匡时2015年春季艺术品拍卖会将于6月6日拉开帷幕，本次春拍将重磅推出三件宋代书画巨献《宋人摹郭忠恕四猎骑图》、《司马偃告身》和《吕祖谦告身》，匡时董事长董国强介绍，这三件作品均被北京市文物局定为国家一级文物。日前，匡时举办了“南宋吕祖谦、司马偃告身学术研讨会”，来自中国宋史学会、北京大学等10余家研究机构的专家学者济济一堂，对两卷告身给予肯定。

文书在中国历史上具有极其重要的地位，研讨会上，专家们一致表示，现存古代中央机构的文书非常少见，此次发现的两件宋代著名官员的官告，书以格式保存完好，对学术界、文化界研究探讨宋代官制及其运行提供了宝贵的第一手文献。浙江大学人文学院古籍研究所教授龚延明对两件告身的格式、签发官员的官职和一些详细情况对比文献记载进行了深入的论证，认为这两件告身的面世对于研究宋代官职任命程序有十分重要的意义。“宋代历史不如唐代历史有很多的出土文物资料可以用来研究，相比之下，宋代涉及官文书的文物太少。在看到图片后，我花了几天时间根据相关文献进行了对照和研究，把告身中涉及的相关问题进行了考证，得出肯定的结论。”上海师范大学人文学院古籍研究所教授虞云国也表示。书画修复装裱专家陆宗润则从书画修复、绫子、墨和印泥的角度对两件告身做了详细的说明和分析。据悉，宋代书画传世罕见，大部分已被博物馆收藏，能在市场上流通的精品更是凤毛麟角。(苏丹丹)

“招隐：中国当代水墨学术邀请展”开幕

本报讯 5月18日，“招隐：中国当代水墨学术邀请展”在江苏省常州市大川当代艺术中心开幕，此次展览邀请了阿海、李津、沈勤、王劲松、王天德、朱建忠6位中国当代水墨代表性艺术家，展出了他们近几年极具代表性的精品力作。

尘出踟蹰、俗归豪野，6位画者笔起落墨间，带领观众行走古今千年，尽数山林老巷五光十色。李津极具笔墨情趣的革命样板

戏、阿海古风雅晋的造梦者世界、王劲松大象无形的水墨风景、王天德类浮雕的水墨山水世界、沈勤寂静深远的墨隐田园、朱建忠禅意盎然的松林，“招隐”为观众营造了一场亦梦亦幻的水墨盛宴。据悉，本次展览是常州首个当代水墨学术精品展，也是大川当代艺术中心的首展，奠定了该艺术中心策展基调。展览将持续至6月3日。(苏丹丹)



《水墨风景》王劲松



中国嘉德2015春拍日前举槌，中国书画、陶瓷、家具工艺品三大板块7个专场先后亮相。从拍卖现场反馈看，学术性、收藏性强的特色专场和特色拍品最受藏家追捧。其中，备受关注的“大观之夜”专场总成交额9.54亿元。潘天寿代表作《鹰石山花图》以2.79亿元创潘天寿画作拍卖价格纪录，李可染革命圣地山水巨制《井冈山》以1.265亿元成交，创出近两年国内艺拍市场罕见高价。中国嘉德总裁助理兼中国书画部总经理郭彤在接受媒体采访时表示，《鹰石山花图》、《井冈山》的高价成交，证明了市场对高端艺术品的认可和需求；张大千专场取得的佳绩，提振了张大千书画市场的信心；金农隶书《华山庙碑》、王铎书法册页、《吴门名士手柬》等作品的广受欢迎，表明中国古代书法正在被越来越多的藏家所接受。左图为潘天寿《鹰石山花图》，右图为“大观之夜”拍卖现场。本报记者 蔡 萌 报道

一家之言

中国藏家为何热衷西方艺术品

蔡 萌

在不久前举行的纽约苏富比“印象派及现代艺术”晚间拍卖会上，多幅西方艺术家的重要作品现身其中。这场拍卖成交前5位的拍品中有3件其买家都来自中国内地——排名第一以6633万美元成交的梵高作品《阿里斯康道路》(买家信息未透露)，排名第三的以2993万美元成交的毕加索的《盘发女子肖像》(买家为华谊兄弟董事长王中军)，以及排名第五的以2041万美元成交的莫奈的《睡莲池与玫瑰》(买家为万达集团)。

近两年，中国藏家在全球购藏西方经典艺术品似乎已经成为了家常便饭。2013年11月，万达集团在纽约佳士得以1.72亿元人民币的价格拍到毕加索作品《两个小孩》；去年5月，中国买家以2700万美元夺得法国印象派大师莫奈作品《睡莲》；随后，中国女商人张兰在

纽约佳士得以1050万美元的价格拍下一件安迪·沃霍尔的作品，以1860万美元的价格竞得一件马丁·基彭伯格的作品；去年底，王中军以约3.77亿元的高价在苏富比拍下了梵高油画《雏菊与罂粟花》……这些被媒体热议的“大手笔”露出的也仅是冰山一角。据统计，从2010年至2014年，在苏富比拍卖会竞拍海外艺术品的中国内地买家数量翻了一番，数量约为660人。

这些数据充分说明了中国藏家对于西方艺术大师作品的强烈需求，他们的购藏计划几乎不受外部环境和市场调整的影响，他们在按照自己的收藏体系、审美兴趣果断出手。中国藏家为何青睐西方艺术精品？对此，很多分析认为，中国藏家高价竞拍背后蕴藏着有实力的藏家更加国际化的收藏视野和雄心，一些艺术品领域的大玩家，在近两年已完成了

个人藏家到机构收藏的华丽转身。

“我并不懂艺术品，开始收藏计划的时候，向多位专家请教过，得到的答案是只要认准了那些经典的就不会有错。”在不久前北京举行的一场发布会上，一位靠房地产起家的藏家曾毫不讳言地谈及自己选购西方艺术品的标准。事实上，观察近年来的竞拍结果，大多数中国藏家在国外购买的都是毕加索、梵高、莫奈等在国际上具有极高认可度的西方绘画大师的经典作品。这些作品在艺术史上的地位和价值已有定论，其市场价格也经历了百余年的积累和沉淀，不会像某些短期价格暴涨的当代作品那样存在较大泡沫，这或许也是中国藏家热衷购藏西方艺术品的重要原因。

中国藏家在全球拍场频频举牌竞拍西方艺术品也让人不由联想起30年前的日本。业内人士普遍认为，当初日

本艺术品市场之所以崩盘，首先在于忽视了本国艺术品消费市场的吸纳能力，具有“风向标”意义的高端市场被打开之后，没有促成购藏布局和价值合理的中端市场。其次，艺术品价格的瞬间暴涨与大批跟风者的蓄意哄抬，形成愈演愈烈的恶性循环，导致大批中低档的西方艺术品也蜂拥而入，价格雪球越滚越大，以致至今无人接手。

而与西方经典艺术品受中国藏家热捧形成鲜明对比的是，不久前结束的伦敦苏富比中国艺术品专场总成交额不到800万英镑，这也应当引起中国艺术圈反思：中国艺术品何时才能在国际上被广泛接受？虽然国内艺术家的作品价格早已步入了亿元时代，但是还没有谁能像毕加索、梵高、莫奈一样在世界范围内产生比较大的影响，获得那么高的公众认可度。