

艺术品电商：大而全VS小而美

据欧洲古董艺术博览会(TEFAF)报告显示,2015年世界艺术品市场规模已达638亿美元,比起10年前已增长了10倍多。与此同时,艺术品电商的增长也引起了广泛关注。据2015年德勤“艺术与金融”报告调查,收藏家中的77%、艺术从业者中的69%对线上艺术品交易的未来抱有信心。TEFAF报告预计,艺术品线上交易年增长率将达到25%,到2020年,线上艺术品交易额会超过100亿欧元。

本期艺术品电商系列报道关注两家企业:赵涌集团和文奇首艺,前者是中国艺术品电商的创始企业之一,以综合型业务为主;后者则是青年版画艺术家的“跨界”实践,主打版画营销。两家企业虽然定位各异,但都在业界积累了良好的口碑,呈现出国内艺术品市场的多元化态势。

□□ 本报记者 景晓萌

赵涌集团：打通艺术品交易的全产业链



赵涌在线邮币专家对邮票进行鉴定

赵涌在线的平台来承担这个责任。”

由平台来承担责任风险较大,但赵涌相信,大部分收藏者和买家,尤其是新进入这个行业的收藏者,都愿意为此支付一定成本。“因此,我们在2005年把平台做了一些改进,参与了物流环节,并对艺术收藏品在邮寄过程中出现的遗失、损坏及真伪争议,给予一定的担保。”赵涌在线的改变很快得到了广泛认可。

赵涌介绍,在转变为B2C模式的初始阶段,物流快递没有今天这样发达,委托人或卖家需要将物品送到物流中心,经过鉴定后再把商品信息发到平台上。交易完成后,赵涌在线负责发货给买家,来回物流往往需要近一个月的时间。当然,比起传统拍卖交易完成所需的时间,这已经快了很多,但赵涌在线也一直在尝试进行更多改善。

从C2C到B2C的角色演变

赵涌在线于2000年成立后,采用C2C(顾客对顾客)模式运作。2005年,赵涌在线改变了原有模式,转变为B2C(商户对顾客)。赵涌介绍,由于收藏品、艺术品在交易过程中存在真伪问题,而交易的各方往往都是个体而不是企业,作为收藏者的交易平台,各方之间的法律纠纷较多,且常集中在作品真伪、品相、运输过程中的损坏等方面。

赵涌认为,在互联网交易这样一个新兴事物中,诚信是至关重要的,“买家购买艺术收藏品必须有一种安全感,这不仅物品运输、购买过程的安全,更重要的是物品的保真、品相的完好。因此,必须由

在探索艺术品电商业务模式的过程中,赵涌开始试水多元化经营,“艺术品收藏的生态环境中,缺少了很多角色,使这个交易和服务链无法产生较高效益,因此,我们开始在各个方向进行探索,包括艺术品托管交易、艺术品金融服务等。”赵涌说。

从2005年到2015年,赵涌集团一直在思考如何让服务及生态更加完善。在这个过程中,赵涌发现艺术品、收藏品的交易环节中,一些特性与普通

商品不同。首先,艺术收藏品会多次进行买卖交易,除了收藏者本人,在他的下一代人,甚至几代人可以继续进行交易。因此,这种交易数据的累积就变得十分重要。其次,在多次交易后,收藏品的品相是否完好如初?因此,其流传、交易痕迹也非常重要。但最重要的一点是,收藏品要经得起检验,并有相应的专业机构愿意为其担保,这也会直接影响收藏品的市场价值。

针对这一点,2014年,赵涌集团参考国内外的行业经验,设立了邮票、钱币、艺术品业务和评级鉴定机构——源泰评级。有了这样一个独立的机构,赵涌在线不再承担对拍品的鉴定和担保。源泰评级自开设以来,发展十分迅速,目前已呈现供不应求的态势。

赵涌介绍,有了专业的鉴定评级机构后,赵涌集团在经营中又发现了新的市场需求:很多收藏者没有专业的艺术收藏品保管场所,一些艺术品由于温度、湿度等保管条件存在问题,出现了损坏。因此,赵涌集团推出了艺术收藏品托管交易平台“赵涌牛”,一方面为收藏者省去了高额的仓储成本,另一方面也让藏品得到了高品质的仓储保证。

2015年,赵涌集团开始筹备艺术品金融平台“召宝贷”。赵涌表示,集团对艺术品金融服务还处于谨慎探索阶段,对业务发展也有一定的规模控制。近几个月以来,“召宝贷”每周都会有相应的融资项目,且多是快速成功。

赵涌集团的业务“铁三角”为赵涌在线的艺术品电商交易提供了专业支持。据了解,从目前赵涌平台的销售状况看,越是容易标准化的物品,其销售就越好,比如邮票、钱币等,其发行量较大,存在较统一的标准,同时物流成本也较低。在艺术作品方面,版画销售则较为突出。

谈及未来的计划,赵涌表示:“在以后的发展中,我认为最关键的是要充分考虑消费者的需求,以及收藏者群体的变化。今天,信息、物流、资金流的速度都已得到了大幅提升,原有的电商平台和模式肯定不再适合当今的发展。我们希望建立一个符合时代发展要求的、为更多艺术收藏爱好者提供交易支持的专业服务平台。”

业务“铁三角”丰富行业生态

文奇首艺：精美艺术装点精致生活

“文奇首艺”这个充满艺术气息的名字属于一群版画“创客”,其团队成员大多具有学院版画教育背景。与综合型艺术品电商不同的是,文奇首艺专营与版画艺术相关的产业,其经营涉及版画作品销售、版画活动策划、版画收藏顾问等。

文奇首艺成立于2014年12月,CEO王觅介绍,由于团队初衷就是打造一个互联网艺术平台,所以文奇首艺从创立之初就植根于微信推广,“由于之前也没有太多类似的运营模式可以参考,所以在实践中,我们的经验是:艺术推广最重要的不是渠道,而是实打实的作品质量。”

品质为先 构筑艺术生活

近几年,艺术品电商行业渐热,王觅认为,未来艺术品电商的发展趋势应该更加细分,每个机构都应该将优势做专做深,这样也会吸引更多的专业藏家群体,增加藏家的黏性和忠诚度。

在艺术顾问、知名版画家康剑飞的指导下,文奇首艺把作品的质量放在首位。“我们始终认为作品质量是最重要的,至于所谓的好卖的作品并没有规律可循。”王觅举例说道,羊年贺卡好卖,可能是因为其精美的品质和适中的价格;张辉作品好卖,可能是因为作品的画面好看、有功夫;吴建棠的木刻版画好卖,可能是因为他2015年英国木版信托教育奖获得最高奖——艺术品市场很难用统一的规律来界定。

“把艺术还给生活”是文奇首艺的宗旨。版画从诞生之日起就与社会有着紧密联系,文奇首艺希望做“版画的搬运工”,让艺术爱好者可以从各个角度了解到一幅精美作品的艺术内涵和背后的创作故事。在每一幅版画作品中,文奇首艺都提供了详实的信息,如作品的市场价格、总版数、可售版数、纸张介绍等专业说明,甚至还为买家提供作品装裱形式的建议。



文奇首艺版画交流活动

王觅表示,作为一个开放性的艺术推广、营销平台,文奇首艺每周都会向藏家推荐兼具学术性、收藏性的青年艺术家原创版画作品,并给出具体的收藏指导及透明的作品价格,方便藏家直接、准确、快速地建立起自己的收藏体系,并将版画实际应用到生活中,体验版画式的生活方式,实现家庭博物馆概念。

与此同时,文奇首艺还在开展公共教育项目。目前文奇首艺已开设专门的线下公共教育课程,同时在展览中也把公共教育体验作为一项重要的内容。王觅介绍,文奇首艺及其合作品牌“手艺舍”的教师团队成员均来自中央美术学院等专业高校,通过一对一的方式让喜爱版画艺术的大、小朋友了解、熟悉版画艺术。此外,文奇首艺还通过与青岛美术馆、北大光华管理学院、中国版画博物馆等机构进行项目合作,深入普及版画基础美育教育。

多样经营 做“互联网+”画廊

作为扎根于微信平台的艺术品电商,文奇首艺从产品结构、平台建立到运营模式都不同于其他艺术品电商或是传统的画廊,因此,缺少同行业运营经验的借鉴是他们遇到的较大困难。

“我们不怕‘试错’,翻看微信信号的内容可以看到,我们几乎没有做过任何其他尝试,微信公众号是唯一的出口,变化的只是推送的作品。”

王觅强调,销售情况从来不是文奇首艺挑选作品的标准,对文奇首艺来说,对优秀艺术创作的推广更为重要。“未来我们会更多地致力于原创艺术品的推广、经营,并将重点放在对青年艺术家的帮扶计划上。”2015年,在中国版画学会(筹)的指导下,文奇首艺联合中国版画博物馆及常青藤计划在第三届中国青年版画邀请展上联合设立了10万元“文奇——中国青年版画大奖”加上3年驻地创作计划,并赞助“2015常青藤计划青年艺术家年展”开幕晚宴,意在鼓励、支持优秀的青年艺术家坚持艺术梦想,并使之变为现实。

今年5月,由文奇首艺策划执行的首届中国版画艺术节在深圳观澜中国版画博物馆开幕。艺术节为国内外的版画机构、版画工坊、艺术家、藏家、爱好者之间打造了一个属于他们自己的版画交流和交易平台。现在,文奇首艺不仅成为观澜国际版画基地全球销售代理,还在深圳开办了实体画廊。“在新媒体逐渐代替传统媒体的年代,我们迈出了‘线上画廊’的大跨步。”王觅说。

藏品大观

文人扇“稀缺”潜力待挖掘

□□ 静涵

扇子本是寻常物,却因蕴含其中的文化积淀变得不寻常。如果说扇子最早是一种仪仗或纳凉工具,纨扇、羽扇是结合了手工艺的工艺品,那么当扇子与书画、雕刻,特别是名人书画结合在一起之后,则是从工艺品到文化的演变,也是从这之后才有“文人扇”的称谓。

中国历代文人都喜欢在扇上舞文弄墨,使扇面书画艺术在中国大放异彩,题材广泛,风格多样。书画扇面虽幅不盈尺,但花鸟虫鱼、山水仕女、人物故事千姿百态,成为中国绘画中的一个专门艺术品种。书画扇面小巧玲珑,具有独特的装饰性和艺术魅力,可以装裱成立轴、册页,也可作为镜心装于镜框内,悬挂于居室内,成为别具一格的欣赏样式。

书画扇工艺要求高

扇子最早称“箴”,也叫扇汗,在中国已有几千年历史。商代的一些史料中可以看到,权贵之人的马车上有一种类似

大篷子的仪仗之物,也有说是利用其引来之风给马解暑。出土文物中与现在的扇子形制最为相似的是一种竹扇,扇面是梯形的竹编,叫做“箴”。现在多见的折扇,是从日本传入中国的。在宋、元时代,团扇画广为流行。明代以后,折扇画渐渐成为主流。

历代书画名家和扇骨工匠将扇子制作发扬到了极致的艺术状态,尺寸、工艺、材质等各方面都非常考究。专家介绍,一把扇子从扇骨到扇面可涉及十几种工艺,比如扇骨鍍金银丝、胎脂雕漆、竹骨浅浮雕等,基本上能用于器物的中国传统手工艺都可以在扇骨上体现。在晚清到民国的交际场合,扇子就像是一个人的名片,绘画、书法、扇骨的作者都是持扇者身份的象征。

书画扇集实用、工艺与艺术于一体。上至帝王仕宦、下至庶民百姓,都可拥有不同水平的书画扇,是欣赏层面最为广泛的艺术品之一。有画家表示,扇画要求一次性完成,中间不能停笔;由于尺幅限制,在扇上绘画要求画家对线条、墨色和构图进行精心设计,胸有成竹时,方能落笔;再加上有的材料如色纸、金笺

等对落墨、设色要求较高。因此,同一位画家,同样是花鸟画,一张扇面通常比一开册页的价格要高一倍以上。

扇子收藏仍有空间

尽管创作要求较高,但扇面长久以来处于传统书画的配角地位,在收藏界有这样的说法:一手卷,二册页,三中堂,四条屏,五楹联,六扇面。上世纪90年代初以来,借国内艺术品市场复苏之势,越来越多的藏家将目光转向了扇面这一具备升值潜力、且未被充分关注的门类,使扇面收藏逐渐浮出水面。此后,不仅在常规拍卖会上多了扇面的身影,且京、沪众多拍卖公司在春秋两大拍中还推出了扇面专场。而扇面画的“稀缺”潜力,使得这一独特的艺术品种在近几年的一些拍卖会上拍出了高价。

2004年,唐寅、文徵明等8位名家的《书画合璧》扇面在中国嘉德以101.2万元成交,是历史上首批成交价逾百万元的扇面拍品。到了2007年,扇面拍品已突破千万元级别,清代画家

恽寿平作《山水、花卉扇面》,拍出了1232万元高价。在2011年北京荣宝春拍中,唐寅《听瀑图》扇面以1680万元再创拍卖价格新高。

就扇画而言,明代扇面的市场价格较高,但近几年宋代团扇的风头也愈发强劲,如南宋夏圭的《寻梅访友图》团扇面在2012年春拍成交价高达1012万元。而近代齐白石和赵叔孺合作的《贝叶鸣蝉·隶书》扇面在2011年成交价也达到了448.5万元。

除了扇面之外,扇骨也逐渐受到收藏者青睐。其中较受藏家追捧的是湘妃竹制成的扇骨,直径3厘米的湘妃竹折扇市场价多在万元以上。2011年,一把明代腊地紫花湘妃竹扇骨拍出了100.8万元高价。

有行家认为,扇面远未达到其应有的价值。明代之前的扇面,由于其留存于世的数量稀少,无论作者名头大小都非常珍贵。至于明代的扇子,现在市场上已很难看到,清代中晚期的扇子也是少之又少。目前能够在市场上见到的老扇子以民国时期的居多。也正是基于这个原因,民国时期

的扇子不仅较易收藏,其市场潜力和升值空间也相对较大。此外,扇子是一门综合艺术,衡量一把扇子的价值除了时间以外,还有各项制扇工艺。

比如扇面,名家画的扇面,就往往具有较高的收藏价值。同时,扇骨的材质、制式以及雕刻、烫法,这些工艺也都是选购扇子时需要考量的。

铜版画《平定回部得胜图》亮相宁波

本报讯 (记者马震)为迎接我国第11个“中国文化遗产日”的到来,浙江省宁波市天一阁博物馆于6月9日至7月4日,推出建阁450周年系列特展“天章特奖图书富——天一阁藏御赐《平定回部得胜图》特展”,首次完整展示这套18世纪的皇家巨制。

该展览以16幅乾隆御赐铜版画《平定回部得胜图》为核心展品,辅以明清珍稀古籍和图文版面,从“四库修书得嘉奖”“御笔题诗咏战事”“中西合璧绘新风”3个方面进行解读。

《平定回部得胜图》由在清朝宫廷中供职的欧洲画家郎世宁、王致诚、艾启蒙、安德义等绘图,后送往法国雕刻铜版,再经刷印而成,总历时11年。天一

阁博物馆保存的这套铜版画共计19幅,由题名、序跋和16幅黑白铜版画组成,其中16幅图版每页上方均有乾隆所题御制诗文及钤印,是目前较好的原版初印本。画作采用全景式构图,场面辽阔,结构复杂,无论是构图方法、人物造型、景色描写还是明暗凹凸、投影透视等技法,都反映出当时欧洲铜版版画制作的最高水平,是中西文化融汇交流的杰作。

据悉,为丰富展览内容,天一阁博物馆还展出了《古今图书集成》、《钦定四库全书》、《乐善堂全集定本》等10余种明清珍贵古籍。此外,还有明刻本《武经总要》、《武备志》等古代军事著作,让观展者从不同角度全面了解铜版画背后的故事。