

2017年春拍：

艺术品回暖趋势能否延续

友 夏



《五王醉归图卷》局部

每年的2月中下旬都是各大拍卖公司进行春拍拍品征集和举办拍卖预展的重要时间段。日前,中国嘉德、北京匡时、北京保利、中贸圣佳等拍卖公司的2017年春拍拍品征集活动已陆续开启,从拍品征集的重点方向和各大拍行提供的预展品来看,2017年春拍仍围绕着减量提质、跨界融合、拍卖结构优化等关键词开展,呈现出较为平稳的发展趋势。

调整期 减量提质仍是发展路径

自2012年拍卖市场进入深度调整以来,各大拍行的上拍场次、拍品数量都有所下降,艺术品的成交额出现了一定的波动,呈现下降趋势,不过由于艺术品市场自身具有较强的修复和自我维稳的能力,并未出现大起大落的现象。

这种不温不火的态势在2016年有了改善,最直接的表现是顶级拍品数量有所增加:2013年和2014年超亿元拍品仅为1件,到了2015年超亿元拍品达到5件,而2016年则出现了9件超亿元拍品。超亿元拍品数量的直线上升被业内看做是艺术品市场回暖的迹象。

回暖迹象的出现主要是由于近两年各大拍卖行纷纷采取了“减量提质”的策略,这给略显疲态的艺术市场注入了一些活力。其中,古代书画门类在提质方面表现最为亮眼。以2016年秋拍为例,元代任仁发的《五王醉归图卷》经147次竞价,最终以

3.036亿元成交,这不仅刷新了任仁发的个人作品拍卖纪录,也创下了2016年度全球中国艺术品的成交纪录。任仁发作品存世极少,这件《五王醉归图卷》历经明代以来朱宪宏、王麟郭、王永吉、梁清标等人收藏,传世清晰、来源可靠。2007年,收藏此画的旅美德裔收藏家沃尔特·侯士泰去世后,其家族于2009年将藏品送往香港佳士得进行拍卖,当时成交价为4658万港元。

《五王醉归图卷》成功拍卖展现的是艺术品市场追逐“真、精、稀”高标准艺术珍品的热情,这也是拍卖行采取“减量提质”策略的动力所在。由此可见,2017年春拍,像齐白石、张大千、潘天寿、李可染、傅抱石等这些名家的作品和其他领域的艺术精品依旧会成大家关注的焦点,引领着2017年春拍的风尚。

新投资者进入艺术品市场

2016年,企业或企业家收藏成为艺术品拍卖市场一道亮丽的风景线,苏宁集团、万达集团、龙美术馆、华谊兄弟等企业都是艺术品拍卖市场的常客。比如,除了苏宁集团以3.036亿元成交《五王醉归图卷》、创造去年拍卖纪录之外,宝龙集团以1.96亿元竞得齐白石的《咫尺天涯—山水册》、三胞集团以1.73亿元竞得吴镇的《山窗听雨图》……因为实力雄厚,这些企业购买收藏的都是精品。

这些企业或企业家在购买收藏



《咫尺天涯—山水册》

精品的同时,还在规划建设自己的画廊或美术馆,打造全方位、多层次的艺术产业链。龙集团旗下设有美术馆、宝龙拍卖、言午画廊、宝龙艺术中心,苏宁集团也已经在南京和上海两地建设苏宁博物馆,去年大手笔购藏任仁发的《五王醉归图卷》,正是为了完善苏宁博物馆的藏品体系。企业和企业家的介入在影响中国艺术品市场的同时也影响着中国收藏格局。2017年这些企业或企业家是否将继续拍下重量级拍品,也是当前拍行业格外关注的动态之一。

除了引入新投资者进入艺术品市场之外,艺术品市场还有其他也许将有所体现,这在2017年春拍中或许将有所体现。“目前的市场结构是‘美人腰’,低端价位和高端价位的拍品成交相对较好,中间价位,尤其是500万元左右的拍品成交相对较少。随着市场的回升和企业策略的变化,再加之政府的支持,2017年拍卖市场仍然有很大的成长空间。”中国拍卖行业协会副秘书长欧阳树英在接受媒体采访时表示。

长三角地区成长态势良好

从2016年整体发展态势来看,艺术品拍卖仍以京津、香港的拍行为主要支撑,南方拍卖行的主力集中在上海、浙江、广东等地。雅昌艺术市场监测中心推出的《中国艺术品拍卖市场调查报告(2016秋)》显示,2016年秋拍,京津地区成交量和成交额在全国占有相当高的

比重。京津地区作为中国艺术品拍卖市场的高度繁荣地区,其每一季的表现足可以影响整个市场走向。长三角地区近几年在努力发展中国艺术品拍卖,成长速度也是有目共睹的。

值得注意的是,长三角地区现在所呈现出的状态是高成交量、低成交额,这一状态与早期的京津地区类似。拍卖市场需要一个从萌芽到成熟的过程,长三角地区现在处于发展初期,高成交量、低成交额反映出了该地区对拍品精品率的把控问题,这与香港地区形成了较为鲜明的对比。不过,随着京津和香港两大拍卖主力区域发展趋向于成熟,相对来说,长三角地区更具成长潜力,2017年春拍可能会有较为亮眼的表现。

与区域发展的宏观态势相对应的是行业内部的融合与结构调整。2016年北京保利与华谊兄弟实现跨界联合,成立了保利华谊(上海)拍卖有限公司,共同开拓新领域、新市场。此外,拍卖行业的发展愈来愈受到资本市场的关注,2016年上市公司宏图高科以22亿元收购北京匡时鲜明地显示了这种迹象。同时,其他一些社会资本也在不断投资或参股拍卖企业,这使得行业资本结构发生了变化。例如,与中国嘉德关联的泰康人寿先后斥资2亿多美元增持苏富比股份,并成为其第一大股东。这些行业内部的调整和改变也将给2017年春拍带来新的活力。

从假收视率、假票房,再到假网络播放量,影视圈造假给谁看?

假数据可换不来真品质

素 淡

近日,根据优酷、爱奇艺、腾讯等8家视频网站数据统计发布的《电视剧网络播放量排行榜》中,《三生三世十里桃花》单日全网播放量已破15亿次。尽管《三生三世十里桃花》是近期热播的一部大剧,但这一数据还是引发了诸多行业内外人士的质疑。众所周知,目前中国互联网用户规模在7亿左右,仅这一部剧,单日全网就有超15亿次的播放量,这个数据意味着,不仅是互联网用户,甚至全中国人民都在网上观看《三生三世十里桃花》。

近年来,关于某网络大电影、某网剧、某网络综艺一经上线,播放量便过亿次乃至突破百亿次的宣传不绝于耳。作为外行,多数观众自然不懂数据如何统计而来,但随着数据越来越夸张,在动辄数亿的“大”数据面前,网络播放量数据常常被人们质疑,甚至有网友调侃,中国7亿网民已经不够用了。

频繁出现收视率造假、电影票房注水的影视圈,早已留给大众“不真实”“不纯粹”的印象。现如今,网络播放量造假无疑又为其增加了一丝灰色,如此这般欺骗大众,到底为了什么?

数据成为判断指标

正如电影票房是监测电影市场

的晴雨表,播放量则成为检验视频内容是否在网络平台受欢迎的核心指标。

对于片方而言,之所以看重播放量数据,原因在于高播放量首先利于宣传,扩大影响,能够带动真实用户的关注;其次,高播放量有助于片方完成与平台方之间的对赌协议,拿到完整的购片款;再者,高播放量往往意味着内容的高质量和高水平,片方希望以此来抬高自身估值,获取外部融资。

对于投资方来说,播放量是评估内容是否成功的核心部分,超高的播放量更利于片方在资本市场讲出一个好“故事”,而不明真相的虚假繁荣也会吸引更多资金入局。

对于视频平台来说,播放量的数值越高,平台越有“面子”,随之带来的是更多的广告投放量。

多方利益之下,片方、平台方都有可能参与播放量的造假之中,且随着资本的增多、市场的扩大,泡沫也越吹越大。

另外一方面,笔者了解到,点击量造假几乎不存在技术门槛。如果在淘宝输入“视频点击”等关键词,带有“全网视频推广”“上首页”“高效推广”等字样的商品服务到处可见。这些代刷网络播放量的服务可以针对不同平台,1元就能刷出约1万次

的播放量。可以说,任何网络用户都能搜到大量提供代刷播放量、视频推广或数据营销服务的信息,只需很低的费用,便能刷出高播放量,并且快捷有效,“立竿见影”。

如此轻松就能获得网络播放量,甚至不用考虑播放内容究竟是什么,质量怎么样,这也难怪行业内外都在质疑——那些上亿、上百亿的数据里有多少是真实的?

造假终要由行业买单

看起来,片方或是平台方出钱刷播放量、抬高数据也无伤大雅,但从近年来行业的整体情况来看,花出去的钱反而带来了更大的危机。

从去年至今,不断有网络“大剧”和“爆款”伴随着超高网络播放量出现在大众面前,然而从业内反馈来看,片方能赚到大钱的不多,很多视频网站也有亏损,虚假的播放量虽然令行业看起来十分火爆,但实际上,在面对市场时,片方和视频网站仍没有太多的议价空间;热钱的确在不断涌入,而真正涌进片方和视频网站腰包的有限,相反,更多资本贴补到了明星的天价片酬上了,这也在一定程度上造成了行业的混乱。

曾有业内人士坦言,一个明星

年初参演一部剧的播放量是20亿次,年底另外一部剧的播放量就上升为50亿次,那么,在出演下一部剧时,该明星的片酬为何不能提升2倍呢?虚假的网络播放量没能让行业的创作生产力提升,却给了演员漫天要价的自信心,由此催生的天价IP、天价片酬,不但挤占了制作空间,同时还要让片方和视频网站背负高额的成本。

并且,在一些创作者看来,既然播放量是判断作品优劣、把握受众喜好的重要标尺,那么虚假数据必然会导致判断的失衡,长此以往,创作者的创作方向也会出现偏差,容易导致精品内容缺失,劣币驱逐良币。有学者就明确指出:“点击量造假,看似皆大欢喜,实则满盘皆输。”

作家冯骥才曾写道:“不能为了畅销、热销、票房、上座率和收视率成倍增长,为了市场人气攀升,为了利润的最大化和疯狂的GDP,而放弃文化固有的精神准则。”以此来警示行业数据造假不为过。在笔者看来,从业者不会不明白,再漂亮的假数据,依然换不来高质的作品和真诚的回馈。相信在市场激烈疯狂的竞争中,各方终会公平、理性地面对市场,而非通过数据造假,本末倒置。

产业聚集

“万亿俱乐部”的文化相关性

林 楠

近日,随着各地两会陆续发布2016年相关统计数据,一则关于城市GDP数字的新闻引起了广泛关注:1月,南京、青岛两市先后宣布其2016年GDP突破一万亿元,从而使得进入中国GDP“万亿俱乐部”的城市增至12个(按照GDP数字由高到低排序依次是上海、北京、广州、深圳、天津、重庆、苏州、成都、武汉、杭州、南京、青岛)。

正如开头所言,这是一则很“硬”的经济新闻,近些天以来有关这则新闻的讨论也大都围绕这些城市的发展亮点和经济结构调整等方面进行。不过,作为一个文化产业的从业者,笔者看到“万亿俱乐部”的名单时,马上映射入脑海的倒是这个名单和文化产业发展显而易见的关联性。在这里,在不进行最精确的数理统计分析的基础上,仅利用最基本的宏观数据对这一文化关联性做一个粗浅的发掘,以期抛砖引玉,引发人们对于经济发展和文化产业发展水平之间普遍联系思考。

“万亿俱乐部”名单几乎也是我国城市文化产业发展水平的排序名单。在“万亿俱乐部”中排在前四位的城市上海、北京、广州、深圳,不仅是我国的四个“超一线”城市,而且也是四个早已实现了文化产业成为支柱性产业的都市。其中,GDP已经进入“两万亿”的上海和北京,文化产业增加值占GDP比重都达到了10%以上,而紧随其后也即将突破“两万亿”的广州和深圳除了GDP占比较高之外,还素有汇集大量文化方面的创新、创意、创业企业

的鲜明特点。除了这四个城市之外,排在其后的城市文化产业发展也都具有较高水平,而且其排序也与文化产业发展水平具有较高的相关性。可以用来作为比较的一个数据是中国人民大学发布的“中国省市文化产业发展指数(2016)”,其结果表明,在省市文化产业发展综合指数排名中,位列前八的省市依次是北京、上海、江苏、浙江、广东、山东、四川、天津。对比两份名单,可以发现除中部地区的武汉市之外,其余的排序均具有高度相关性。

数据的高度相关性说明了什么?笔者以为,可以认为城市经济发展水平与其文化产业发展水平之间存在一个互荣共生的关系。首先,从“万亿俱乐部”的排名和文化产业发展的关系来看,城市经济发展水平对文化产业发展的影响很大,这可以认为是由文化产业所具有的资本、技术、创意、智力高度密集的特点所决定的。与此同时,事情的另一面则是,“万亿俱乐部”城市的一个共同点是高端服务业和消费的繁荣发展为其增长提供了长期动力,这是否可以说明,经过一个时期的发展积累,以文化产业等为代表的新兴产业对这些城市的经济发展的转型升级和后续发展起到了积极的作用?

当然,GDP数字绝不是衡量城市发展水平的唯一指标,一万亿也仅仅是一个整数标准,但不论从现在还是未来发展的角度来看,可以肯定的是,“万亿俱乐部”里具有不少的“文化成色”。



音乐好听,但版权意识不能忘

于 帆

近几年,随着音乐类综艺节目的走红,一批参赛歌手在节目中翻唱或改编的竞演歌曲令观众耳目一新,大呼好评。然而这些歌曲背后所涉及的版权问题,却常常被节目制作方忽略。近来,湖南卫视推出的综艺节目《歌手》屡屡陷入侵权风波:先是俄罗斯歌星维塔斯发布声明,称迪玛希演唱的《歌剧2》侵权;随后高晓松发微博称,张杰演唱的歌曲《默》未经授权;赵雷演唱的《月亮把把》也遭到《弯弯的月亮》的词曲作者李海鹰的指责,认为有关方面不尊重音乐版权。值得注意的是,这并非今年首次出现类似的侵权事件,逃跑计划乐队就曾于1月1日在其官方微博上指出,某明星在跨年演唱会上表演了乐队的《夜空中最亮的星》,却未有任何人因歌曲版权与其商讨。

从频繁发生的侵权事件不难看出当下国内音乐版权背后的乱象与监管的空白,甚至一些网友通过此类侵权事件才明白,原来翻唱歌曲也要支付版权费用。然而对于业界来说,具备版权保护意识本应是分内之事,为何《歌手》作为一档专业类的音乐节目,维护音乐版权的意识却如此之差?歌曲侵权又为何屡屡发生?

笔者了解到,在此前爆出的歌曲版权侵权案例中,居然还存在着节目组、电视台对版权方“看人下菜碟”的现象——对于名人,积极沟通寻求授权;对于默默无闻的著作权人,大多视而不见,不了了之。这些侵权赔偿对于电视台来说,只是九牛一毛,当然也有著作权人维权成功,但是这样一来,就可能得罪某些电视台和节目制作方,影响日后新作品的宣传和发展,实乃得不偿失。因此,版权方常常会放弃维权。由此不得不令人感慨:版权保护这一正当且必要的法律意识,竟然在如此无奈的“中国式尴尬”中。

不可否认,音乐被大众认可并广泛传播对于音乐创作者来说十分重要。而对于音乐使用者而言,对音乐版权的保护应该成为一种共识,尊重版权也是尊重自己。

