

艺术品估值的双重标准

对艺术品进行评估,首先需要明确估值中的价值的概念。艺术品和古董存在两种不同的价值标准,一种是以被评估对象的经济价值(即等值的货币量的多少,或称价格)为标准的估值;二是以艺术品的审美、历史、文化和社会价值等为标准的估值。经济价值是相对直观、具体、可衡量的,而审美、历史、文化、社会等价值则是一种个人或群体的主观意见的表达,难以被完全准确地量化。

在实际操作层面的艺术品评估,主要采用第一种估值标准,侧重于对艺术品的市场价值进行分析,这种评估实际上是对经济现象的一种分析。但是,在艺术品首次进入市场时,因为缺乏相应的市场价格参照标准,第二种价值评估会发挥作用。在艺术品投资项目的价值评估中,也需要参考第二种价值评估标准。

第二种价值是市场现象背后的成因,是对艺术品价值本质的一种更深入的探讨,是对艺术品在历史、文化、审美和社会价值上的一种共识,这种共识实际上是知识权力斗争的结果。在这个层面上的价值并非一种绝对价值,而是不同群体的各种观念博弈的结果,这种观念的博弈虽然会在某一时间段内达到一种稳定状态,但是,并非是一成不变的,长期来看它是处于一种动态发展的过程。

中国历史上,艺术品的审美标准和品位主要由两个社会群体所决定,一个是皇家影响下的宫廷品位,还有一个就是文人士大夫所代表的文人品位。大致上皇家品位倾向于精巧、细致、富丽堂皇,而文人士大夫为凸显其文化品位的特殊性,则更倾向于雅致、性情和品格。随着社会流动的发生,不

同群体的品位和习性,互相影响。

在现实生活中,还存在一种品位,即市场品位。市场品位是在艺术品的商品化过程中形成的,代表了收藏家和消费者的品位。在当代社会,市场品位是一种主流的品位。这种品位受到当时流行的艺术品的分级标准的影响。市场对于艺术品的分级标准与博物馆等文博机构的分级标准不同,在市场上取得最高价格的艺术品往往出于市场分类等级的顶端。而艺术品市场中价格的分层,也从另一个角度反映了当时的市场品位,是一种现实社会的写照。

通常情况下,拍卖图录中的最高和最低估价,可以一定程度上地反映作品在当时的市场价值区间。在某一时段内,国内外宏观经济背景、货币发行量,以及替代市场的景气程度



明宣德釉里红三鱼纹高足杯,估价3000—4000万港元

等都会对价格产生影响。尽管市场价格会在一段时间内产生一定程度的波动,但长期来看它比人们一般所认为的要稳定。市场价格暂时的巨幅波动,很可能是因为两个客户拍

场上激烈竞价的结果。

因此,一家专业的艺术品评估机构,不仅需要了解价格变化的经济现象,也需要深入理解价格背后的艺术品的价值本质。(孔达达)

“大尺度”雕塑何以层出不穷

近日,上海杨浦滨江上海国际时尚中心内,一座成年男子当众撒尿的雕塑作品,引发了人们的吐槽。有人表示,对一些大尺度的雕塑作品,不必大惊小怪;也有人表示,这样的雕塑不应该放在露天的公共空间里。相关学者表示,艺术欣赏还是要尊重人们普遍的审美习惯。

老实说,公共雕塑要让所有人都满意,挑不出一点毛病,那不太可能。毕竟,艺术作品的鉴赏,历来都或多或少地伴随着众口难调的问题。从这个意义上说,公共雕塑即便有争议,也应该宽容待之,不过,这里至少包含一个价值底线:主流审美!

毕竟,一件放置于公共空间里的雕塑,我们当然需要用艺术而非世俗的目光来看待,但却不能单单以艺术作品的标准和尺度来衡量,也就是说,城市公共雕塑不能过于强调艺术家的创作意图,而忽略了观众对作品的接受程度。有句话说,宝贝放错了地方就是垃圾。那些引起争议的“大尺度”公共雕塑,假如放在相对封闭的艺术区或者展览馆里,人们并不会觉得不妥,遗憾的是,近些年来,许多引起争议的公共雕塑,大都因为没有考虑观众的审美趣味,反而

成了充斥在公共空间中的视觉垃圾。

一位专家在面对这座“大尺度”雕塑时也坦言:“我在欧洲多年,走了很多地方,在一些街区等公共场所,也见过一些大尺度的雕塑,但像这样写实的赤裸裸的东西,没有见过。在上海的街头出现这样的雕塑,的确让我感到震惊。”

事实上,盲目追求“大尺度”的公共雕塑,不但不能产生积极的社会效应,反而会让公众反感。去年媒体曾报道,包括王府井商圈在内,北京多处公共场合摆放着大尺度雕塑。“大尺度”的公共雕塑何以层出不穷?我们绝不相信,那些摆放“大尺度”公共雕塑的人或者单位,对于这个社会主流审美观会一无所知,很大程



度上,他们之所以这么做,不排除就是以出位的方式博眼球、吸引越多关注越好的商业目的或利益追求,谁见过有人因为公共雕塑的“尺度大”而被追责呢?

杨浦区规划和土地管理局建管科相关负责人接受媒体采访时,就表示是“开发商自己擅自放进去的,不知道需要走审批程序”,“我们几次进去查看,也没有发现它”。看来,不但审批程序形同虚设,实地监管也流于形式,而在媒体曝光后,处理结果是“已经通知开发商,赶紧把这个东西收起来,换一件放上去。”看看,“视觉垃圾”就是这样产生的。也许,我们应该能从这里找到“大尺度”雕塑层出不穷的一个原因了吧?(杨鹏)

有人说,作品尺寸“小”了,难与大画幅在同一展厅一决高下,甚至有被“吞掉”之虞,这多少看出画家对由作品尺寸引起的视觉反差的顾虑和担心。

究其因,是否与社会普遍存在一种视“小”为不入时流情结有关?或对“小”的不屑一顾?从孔夫子起,就有“惟小人与女人难养”“小不忍则乱大谋”等意识。一般,会把那些出身卑微或愚钝之人皆作“小”看,把一时不得志的弱势者作“小”瞧,就诗圣杜甫“会当凌绝顶,一览众山小”的状景佳句,也道出在观物或登高者的眼里,再壮阔巍峨的自然也是渺小的,作者心雄气傲,要以心理上的“大”压过面前一座座山峰。一些描写江湖社会争强好斗的影视剧,为坐上“老大之席”,彼此间非搞得你死我活不可,实不甘为“小”的心态所致。

一个由特定主题设置的画展,从视觉效果上,小尺寸确实难与大篇幅作品抗衡,而退之入展外围,实属无奈。当然,社会是由各式各样的人组成的群体,必然也有看好“小”的。“由小观大”或“四两拨千斤”之理由。

20世纪30年代,身为国立艺专校长的林风眠,曾用大尺寸画幅表现时局风云,不料遭当局者冷嘲热讽,遂淡化巨幅创作激情直至辞世。中年晚年,皆以四尺大小作小品状,倘若其一生续

艺术性无关画幅尺寸

以大尺寸画幅,我就看不到那四尺斗方大小,却勾勒出将艺术个性和心灵融为一体,一展时代气息的水墨小品。在《秋水飞鹭》《渔舟唱晚》等别致空灵、令人耳目一新的画面背后,可窥见一位终身徜徉于水墨天地的智者——林风眠先生。

还是将时光倒回到800年前。一个在风雨中摇摇欲坠的大厦——南宋朝廷,面对金人的铁蹄,柔弱的社会却拥有一大批艺术家选择另一种视觉表现形式,将中国画发挥得如此极致完好,借以发出对外族践踏大好河山的不平之气。不同于北宋巨作《秋山问道图》《早春图》的崇高壮美,这些小扇面却

以另一种观赏性,即别致雅趣杂以穿插变化的折枝,包括由水墨氤氲构成的“马一边,夏半角”,一同展示南宋时期的绘画风骨,不少作品如《落花》《寒禽图》《风蝶图》《枇杷小鸟》以及山水画《风雨归舟》《斜风细雨》等,都能够与之前无数的巨型画幅,一同呈现大宋260多年的风风雨雨。那画面中既饱含世事沧桑,也浸透人世温情,让人为之动容。

当下,总有那么一些人好大喜功,巨幅画面愈演愈烈,以势夺人。应当说,只有让人过眼不忘的佳作,才是艺术欣赏的希望所在,至于尺寸大小皆无关紧要。(潘丰泉)

欢迎广大藏友 刊登交流信息

转让信息 收费标准

100字以内收费100元;超过100字的,每字加收1元;标题每字2元;连续刊登5次以上者,送1次,连续刊登10次以上者,送3次。图片每张收费150元(9-12cm²)。本栏目刊登个人藏品交流内容,凡有虚假、夸大、不实信息,一律不予刊登。
友情提醒:交易有风险 藏友须谨慎
邮编:362700 汇款地址:福建省石狮市学府路1188号《收藏快报》“交流信息”栏目

珍品保真转让

明宣德官窑青花缠枝莲纹扁壶;明嘉靖官窑五彩牡丹纹花瓶;清康熙官窑五彩戏剧人物纹棒槌瓶一对60万元。以上价可议。欢迎藏友联系,也欢迎国内外大型拍卖公司惠助。
电话:18233657938,河北沧州周景怀

藏品低价转让

官窑瓷器:清乾隆掐丝珐琅鎏金开光西洋人物山水纹梅瓶一对,高43厘米,底“大清乾隆年制”款,掐丝珐琅工艺中西合璧,鎏金工艺需要用大量的黄金,为皇家独享之物;斗彩属名贵品种,成化传世整器绝少。
联系人:喻先生
电话:13698372415
价格电话内议



转让

御制黄地青花正龙捧寿纹六棱瓶,大清乾隆年制六字篆书款,高60厘米。另家中收藏唐宋元明清民窑官瓷器、玉器、翡翠、青铜器、木器、银币、银锭等,可开博物馆、珍宝馆。
齐齐哈尔刘先生,
联系电话:13846291851

