

# 艺术圈刮起IP经济旋风 “农民毕加索”作品价值几何



熊庆华《摔跤》版画



熊庆华《网鱼》布面油画

近两年来最火热的词之一当属IP(Intellectual Property, 即知识产权),这个被互联网网捧红的词慢慢占据了我们的视线。恍然间,几乎所有我们目所能及的影视或文化或名人都能包装为“IP”。而“IP”经济的模式早在20世纪中期就已经出现。许多人把“IP”经济称作粉丝经济,这其实是有道理的。二者的核心都是通过粉丝来进行商业变现。

自去年6月以来,一篇题为《6岁涂鸦,16岁辍学,28年不务正业的农民北京开个展》的网络文章,似乎一夜之间让熊庆华成为艺术家中的热门IP。该文章被众多业内大咖和知名公众号转载后,引发媒体争相报道。在一波接一波的传播下,一位原本寂寂无名的农民画家,在媒体和商业资本的追捧下成为国内艺术品市场上炙手可热的“一线”名家。

事实上,熊庆华并不是第一个借助IP经济在艺术品市场爆红的美术创作者。在此之前,以打油诗配水墨画在微博上走红并积累起百万粉丝的老树,还有以200元一幅作品PK名家周春芽500万元大作而引发全国舆论关注的农妇王珍凤,都是网络经济时代在艺术圈迅速崛起的大IP。

不过,从专业的角度来看,这类在网络起家后进入市场的IP艺术家的作品,到底具有多大的艺术价值和投资价值?

## 熊庆华网上走红

被网评人士称为“农民毕加索”的熊庆华,1975年生于湖北仙桃市通海口镇永长河村,初中辍学后就一直在家务农,是一名地地道道的农民画家。因自幼喜欢绘画,他自学成才,并一发不可

收拾,从14岁拿起画笔开始,一画就是20多年。

不过,在34岁之前,他没有卖出过一张画,全是画来娱乐自己。因为家穷,熊庆华16岁辍学,在最艰难的日子,他利用农闲时间当过五金厂工人,还送过牛奶。用他自己的话来说,无论春夏秋冬,他生活中唯一不变的是宅在画室画画,被村里的人看作“奇葩”。

熊庆华主攻油画,作品题材多与农村生活相关,喜欢用绘画展示超现实主义的魔幻,构建乡村生活的意趣。虽未接受过专业的绘画培训,但其构图方式和色彩搭配,受到了广泛关注和喜爱。

2005年,熊庆华曾到深圳大芬村应聘当画工,被一口回绝。“我既没有专业文凭,又不愿意模仿。”他们告诉他,那里需要的是商品而不是艺术。“如果每一步都是设定好的,比起没饭吃,我更受不了这种日子。”机缘巧合之下,2009年,熊庆华的画作被其同学雷才兵拍下,并把照片在网上发布,网上反响很好,有人开始称赞他是“中国的农民毕加索”。

不过,他真正在全国获得广泛赞誉并成长为艺术圈大IP,是2016年在北京798画廊成功举办个人作品展之后。由于受到全国媒体持续关注,迅速聚焦的人气也给他带来了许多资本的关注。特别是成为画廊签约画家后,他的作品开始批量进入市场,进而被黑石集团、步步高集团的负责人以及张国立、张默、邵伟等高端人士收藏。

记者仔细看过熊庆华的几十幅作品,发现其习惯用画笔来反映农村生活的娱乐和细节,或许作为一名农民对土地的天生感情,他的作品多

采用土色系,以旋转和扩张的视觉感来增加画面的冲击力,画面复杂而有条理。

## 网上艺术圈频现大IP

熊庆华在网上走红后,有艺术圈人士认为,他的画风并没有什么稀奇,有些细节的表现甚至还暴露出他基本功的薄弱。这类作品在大众面前看起来可能很新鲜,但是在艺术上真谈不上有什么创新,并不会有多少艺术价值。

不过,上海诺亚财富管理中心总裁兼CEO汪静波认为,熊庆华最宝贵的地方,在于他的作品中有表达这个巨变的时代,他捕捉刻画了很多生活细节,是这个时代转瞬即逝的,“我想他的作品,现在看起来和几十年后重新看,都会唤起我们对这个时代的感知和记忆,所以我觉得他的作品有一种可贵的,很真实的时代性。”

评论家郭宇宽也认为,熊庆华是一个没有受过学院美术教育的传奇的艺术家,他的经历的传奇性既有好处,也有劣势,很多人一上来就把他的归为“农民画家”,把他的作品当作传统的“农民画”,有评论家还说熊庆华的农村题材创作没有什么新鲜的,甚至看了作品第一印象是“他画得一点都不好,结构造型都缺乏基本功”。但熊庆华确实不是一个简单的“农民画家”,大家也都看过很多农村题材和农民画家的作品,熊庆华的作品给人一种不一样的视觉体验,非常有冲击力。

无论外界评论如何,都没有影响到这位农民画家的作品在当前国内艺术品市场的大卖。晨画廊创始人和总经理周晨说,每次展览,都会有很多被熊老师的故事和

作品感动的人从四面八方过来求购他的作品。与其他被资本捧红的当代艺术家有所不同的是,熊庆华的画作甚少在拍卖行上拍,而大多数在一级市场上流通交易。根据NO装艺术网提供的交易信息,其单幅画的最高价格已达72000元。

事实上,熊庆华并不是第一位网络上走红的非科班画家。几乎与熊庆华同一时间成名的王珍凤,就是来自山东平度市万家镇马二丘村一位地地道道的普通农民,家里有十几亩农田,王珍凤本人则在附近一个小型制鞋厂里打工。2016年,《农妇200元一幅作品PK名家周春芽500万+大作,竟引起艺术圈激烈争论!》一文在微信朋友圈疯转,文章将王珍凤和国内知名的学院派艺术家周春芽的作品放在一起对比。尽管马上有著名艺术评论家跳出来指称,反对这种将王珍凤和周春芽进行简单粗暴地对比的做法,类型模仿与原创是不可同日而语的。除了这两位农民画家之外,另一位靠微博走红的

老树,则是一位专门画中国画、以打油诗配水墨的文人表达方式而受到网友广泛关注的艺术家大IP。

非科班艺术的市场价值那么,作为收藏者和投资者,应该如何来看待这类画家的作品的艺术价值和投资价值呢?

在美术批评家栗宪庭看来,市场的创造首先面对的是价值标准,而价值标准作为评判艺术好坏的尺度并不就是艺术作者的社会地位、名气、学历等这些外在的面貌,更不是买卖和收藏者的口味,而是把是否反映特定时代的精神、心理气氛以及从艺术史角度看它所具有的语言创造性作为尺度的。

而画廊作为一个商业部门,确定作品价格有自己的一套体系。周晨就认为,当代艺术市场有这样一个链条:艺术家创作出画作、评论家对画作进行评论、经纪人帮助画作进入艺术市场。艺术家的作品定价是画廊通过展览和合理宣传逐步确定和缓慢上升的。他并不认为熊庆华的作品

价格是商业炒作的结果,其乡村题材的创作弥补了艺术市场的空白。比起科班出身的专业画家,熊庆华有其创新性和创造力,他的构图并不是普通的平视构图,因为没有接受科班训练,他的构图和色彩是不拘一格的。周晨强调了当代艺术讲究艺术家内心的情绪,而情绪恰好反映了社会状态,而熊庆华的乡野真情恰好符合了这一点,这也是熊庆华作品的收藏价值所在,也是他作为艺术家的价值所在。“未来的艺术市场肯定是属于那些忠于自己内心的创作,(艺术家的)情绪和经历打动与艺术家共同经历的一帮人。”

收藏家高鹏飞则认为,目前的熊庆华还属于墙内开花墙外香,国内一些职业画家都属于这种情况,熊庆华若有捧红“四大天王”的尤伦斯那样的国外大投资者作推手,很可能会真正在艺术圈火起来。若没有的话,就得按国内艺术品增值规律来分析,有资本推手会火得快,没有的话就只能静悄悄地一枝独放,增长缓慢或慢性地被市场主流边缘化。

有观点认为,当下中国已经有了一个由院校、画廊、艺博会、拍卖等等各种元素组成的非常牢固的艺术体制,里边的人想要成功都非常困难,更何况圈外数量庞大的创作者。像熊庆华、王珍凤和老树这类社会画家,其作品本身表现出来的创新和真实情绪,使得他们潜在的市场价值非常大。但是非科班艺术在市场上的关注度以及市场价值往往需要经学院派标准的度量,否则就常常会被归结为商业炒作的结果。

(冯善书 胡心童)



王珍凤人物作品



王珍凤桃花系列作品之一