

## 2018 艺术市场的七大疑问

近期,一组统计数据让我们重新回顾2017年的艺术市场:全球范围内,以人民币为单位计算,共有42件拍品超亿元成交,其中也包括3件在中国境内拍卖的珠宝。这态势的出现是建立在市场信心回升基础上的,但表象之下,中国艺术市场仍然有其纷繁复杂的一面。2018年的艺术市场令人期待,但仍有七个问题萦绕在我们心头。

哪些板块会脱离低谷?如果珍贵藏品被猛烈地追逐,必定会有某些板块受到了冷落,“二八现象”在2017年的艺术市场中实实在在地凸显了出来。仔细观察,虽然影像艺术等新兴当代艺术品类并无起色,但寿山石、印玺等板块的行情不断提升。当一块材质并不出众,但题款优美、传承清晰的赵之谦刻青田石自用印章以1207.5万元成交,那么我们便可以期待更多的藏家和资金踏入这片投资蓝海。而在古代书画、青铜器等板块,虽然拍品数量少,征集难度大,但还是有很多行家愿意在古代书画板块寻寻觅觅。毕竟,如果能够找到珍贵的名人手迹,所获利润将会非常大。

艺博会热潮陷入停滞?2012年以来,大部分中等规模的画廊的经销状况不够理想,这也导致艺博会市场失去了它们最大的金主。业内预测,在未来的12个月内,新一轮的一级市场洗牌或将开始,5到10个中等规模的国际性艺博会将会消失。而在国内,艺术北京等艺博会的经营状况尚且说得过去,上海、广州、成都等各地的艺博会都得到了政府部门的大力支持,尤其是ART021上海廿一当代艺术博览会还入选了国家艺术基金2017年度资助项目立项名单。国内的艺博会市场回暖也许才刚刚开始。

营利性艺术机构会减少网络交易平台建设投入吗?功能性网站仍具备超强的行业竞争优势,但网络交易却无法涉及艺术市场最核心的区域。“互联网+艺术市场”的口号喊了许久,网络艺术品经营历史也有十余年了,但大多数交易平台本身并无大的发展,可能与收藏者的消费习惯(现场购买或委托购买)有关。目前,在网络平台开发新的艺术项目,应该值得每一个艺术品经销商思索。如果影像艺术或多媒体艺术真正大规模走入市场,网络

媒介的价值会得到进一步认可。

文物市场是否会有起色?随着一系列法律法规的出台,中国文物市场正在经历一次变革。曾几何时,发育不良的中国文物市场近乎失控。但经过了市场泡沫期,中国文物市场正在逐步走向秩序化。从宏观视角上看,市场对高端拍品的关注更加集中,佛教艺术、紫砂茗具等有较大幅度增长。从行业建设上看,文物拍卖管理、象牙文物拍卖、进口关税等法规政策取得重要突破。

外资画廊是否会继续进入中国?2017年10月,豪瑟&沃斯画廊在北京与上海设立了办事处,并于12月21日宣布其在香港的新空间将于2018年3月26日开幕。除了香格纳、佩斯等早先进入中国的画廊,单独在中国开设分部的例子仍属于少数,但如列维·戈尔韦画廊等机构通过基金会形式投资中国艺术品的事件却非常频繁。随着中国藏家对欧美当代艺术的兴趣与日俱增,炒作中国艺术品的外资画廊已无出路,但这并不代表外资画廊在中国完全失去了生存空间。

企业收藏是否会止于竞



赵之谦刻青田石自用印章

拍?企业收藏的历史由来已久,据《中国机构收藏调查报告》显示,自2012年以来,国内企业的收藏资金增幅较大,企业的收藏已成为艺术品市场的中坚力量。大型企业拥有雄厚的资金支持,目光多聚焦于流传有序的名家名作。但艺术品收藏作为投资手段还未形成一定的规模。对于企业来说,收藏更大的意义在于让拍得的藏品面向公众开放,使个人收藏变成一种公共服务行为。不知在2018年,在宝龙美术馆、龙美术馆之外,会不会有更多的企业参与美术馆的创办。

艺术和时尚真的混为一谈了?杰夫·昆斯联手路易威登推出一系列世界名画手包,着实让很多艺术界人士大跌眼镜。当杰夫·昆斯再次开始挑战人们的审美习性,大家的反应显得异常激烈,这可能因为杰夫·昆斯日益损坏的名声。2017年,他的凝视球系列作品涉嫌版本造假,巨大的舞蹈女人形象作品也被指出是赤裸裸的抄袭。当商业巨头们像打造一个流行明星那样簇拥着杰夫·昆斯,大家恐慌地认为这是商业全面掌控艺术的先兆。

(路雪)

## 不要把红木文化弄得“低俗化”

红木家具是中国传统家具的代表,承载着中国古典文化和东方特有的审美,不仅在中国,在国际上都具有重要的影响力。今天的红木家具,虽然已经大量走进了普通百姓家庭,但是总体来说,红木家具代表的还是一种高雅文化。但是,在红木家具市场,却出现了一种和红木家具高雅文化很不协调的“低俗化”营销。“带我玩”“贵不贵”,这样的名称,乍一看,还以为是个小饭馆或两元店、五元店的名字,可实际

上,这是北京某大型红木家具商场的品牌。不知道一个卖高端红木家具的商场,起这样一些透着低俗和怪异的名字出于什么心思,但是给人的感觉,这样的企业和品牌,肯定没有什么文化,其生产、销售的红木家具品质,也就可想而知。

与此相对应的,是那些散发着中国博大精深传统文化的名字和品牌,比如元亨利,出自《易经》:“乾:元亨利贞。坤:元亨利牝马之贞。君子有攸往,先迷后得主,利西南得朋,东北

丧朋。安贞,吉。”元亨利不但是一个吉运、高雅、蕴含深厚中国文化的名字,而且,承载中国传统文化的红木家具,配上体现中国传统文化的名字,相得益彰,尽显品牌的雅致和品位。此外,红古轩、奇典居、年年红、国风等,这些名字,或雅致,或吉祥,都能体现红木家具的内涵,相比于“带我玩”“贵不贵”这样的名称,真的是有云泥之别。

诚然,对于商家来说,起一些奇特、易记的名字,更能够在消费者心中留下印象,提高品

牌记忆和提升销售。但是也要适可而止,不能把奇特弄成了“奇葩”。特别是对于一些特殊的产品来说,名字就不能乱取。“带我玩”“贵不贵”这样的名字,用在玩具、小商品市场之类的地方是可以的,还能给人留下较深的印象。但是用在红木家具或者珠宝、汽车等高雅、高档产品上,立刻就显出商家的低俗甚至粗鄙,而绝大部分的消费者和红木爱好者,都是有着相当的品位和修养的,见到这样的品牌、名字,相信也不

会对其产品有兴趣或购买欲望。也就是说,想取一些奇特、奇葩的名字来吸引消费者眼球的做法,不但不会产生营销效果,反而是弄巧成拙,丢人现眼。

事实上,笔者就走进过这些使用“低俗”名字的红木家具商场,发现里面冷冷清清,门可罗雀。销售的产品也没有几个知名品牌,而且大部分的红木家具都堆挤在一起,看起来倒像是个批发市场或仓库。可见,消费者对于这样的名字噱头营销,是根本不会认可的。(陆俊)

### 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(9-12cm<sup>2</sup>)。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

#### 转让

王步青花鸟纹扁瓶:高15厘米,包浆自然。外形复杂,但烧成形状极为端正。青花色调惟妙难仿。中国古陶瓷学会有关专家确认其为民国工艺大师王步制作的真品,出鉴定证书。想转让,价格面议。

林先生:  
18089763946



#### 转让

有青铜器三百多件,古玉器一百多件,漆器几十件,大部分为汉代;多时期多窑口陶瓷一百多件,其中有洪武釉里红玉壶春瓶、成化斗彩石榴尊。非诚勿扰。

厦门汉堂苑艺术馆:  
15306928658

#### 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



## 艺术创作是否该被艺术家名誉连累

国家美术馆原计划举办的克洛斯个展中包含了30件馆藏作品,而最近,克洛斯却爆出负面消息,被控骚扰。最初爆出克洛斯丑闻的是《赫芬顿邮报》,去年12月开始,先后有多名女性声称遭到了克洛斯的骚扰。但据克洛斯的律师Lance Gotko表示,克洛斯否认这些指控。由于查克·克洛斯在艺术界的声望颇高,所以此次在艺术界的影响范围非常广。西雅图大学原本公开展示的克洛斯创作于2000年的自画像被移除。

查克·克洛斯被控骚扰,他的作品应该因此被打上标签吗?

在艺术史中,与这种争议相关的议题并不少见,几个世纪以来,诸如毕加索和席勒等艺术大师,也曾发生过对女性行为不当的事情,但是他们的作品在全球各地顶级博物馆展出,从未被打上任何特殊“标签”。

如今,国家美术馆取消克洛斯的展览,其实在某种意义上会衍生出很多其他问题,例如,以后克洛斯的作

品应该被如何对待呢?那些馆藏有克洛斯作品的博物馆,比如大都会、泰特和蓬皮杜,那些花大价钱收藏克洛斯作品的藏家们,他们该作何反应?

这是一个很容易被撩拨的时代,像娱乐圈的热搜一样。但在艺术界,艺术作品应该因为艺术家个人行为而被“连坐”吗?

收藏有大量克洛斯作品的肖像美术馆馆长Kim Sajet提出:“现在,我们都应该自省,‘我们需要如何对待查克·克洛斯?’”,“谈到美国肖像艺术,就不能绕过查克·克洛斯。有很多伟大的艺术家,他们也许并不是值得赞扬的人。”

此外,还有很多策展人和博物馆馆长认为,基于艺术家个人行为而做出美学判断是一个危险的信号。所以目前还是有不少博物馆一如往常,并没有对克洛斯的作品或者展览作出一些消极的措施,一方面也是因为克洛斯的事件目前并没有受到任何法律判决。

(张天宇)