

您现在的位置是 > 首页 > 最新推荐

批评快讯

艺术前沿

批评与自省

问题讨论

策展人专线

批评家档案

批评家访谈

批评家自述

学院在线

新人文选

艺术市场研究

史论研究

最新推荐

more

2005中国艺术品市场之变

<http://www.msppj.com> 作者: 中国美术批评家网 专稿 时间: 2006-6-2 02:31:00

来源: 东方艺术·财经2

文/赵力

中国艺术品市场已经跨入了一个崭新而关键的时代。如果要归纳出这个时代最显著的特征,那就是改变。而这种改变太巨大,也太迅速,以至于有太多的不确定性。虽然无力掌握改变,然而我们必须、也有责任去尽力了解这一时代。即便在重重的谜幕中,想要穿透光怪陆离的视象与浮夸不实的说辞,而最终看清事情的真相已非易事,然而我们别无选择。

回顾过去的一年,2005年的中国艺术品市场的确给予了我们太多的惊诧,甚至带有些许“神话”般的色彩。

一、中国艺术品市场规模的迅猛扩展

在中国艺术品一级市场方面,画廊的数量激增,不仅在经纪代理中国当代艺术领域占据了市场的优势地位,而且已经一改长久以来的颓势而全面进入了所谓的“赢利时代”。

在二级市场的拍卖行界,根据公开的统计数据,全年有接近80个拍卖公司参与组织了艺术品拍卖活动,而2004年的相关数据则为50家左右。拍卖机构数量的激增,一方面导致了全年拍卖场次的大幅增长,另一方面也进一步推高了拍卖活动的成交总额。2004年全国拍卖公司共进行了300场次的拍卖活动,印制拍卖图录400余本,上拍数量超过20万件,成交总金额近60亿元人民币,其中书画类拍卖成交总金额为48亿元人民币;在2005全年,全国拍卖公司共组织举办了800场次的拍卖活动,平均每天约有2.2个拍卖专场,印制拍卖图录逾800本,上拍数量超过38万件,拍卖成交总额的增长也十分显著,全年接近100亿元大关。

以内地艺术品拍卖业巨头中国嘉德为例，2005年全年的成交总额达17.7亿元，而2004年的成交总额为10.67亿元。而以国内六大艺术品拍卖公司中国嘉德、中贸圣佳、北京翰海、北京荣宝、北京保利、杭州西泠为例，则共成交文物艺术品20323件，成交总金额达到52.5亿元，比2004年提高了52%。

而处于大中华区域的香港地区，香港苏富比拍卖公司与香港佳士得拍卖公司也取得了同样不俗的业绩。2005年香港苏富比拍卖公司全年拍卖总成交金额为12.35亿港元，而2004年度的拍卖总成交金额为6.48亿港元，增长率达到91%；2005年香港佳士得拍卖公司拍卖总金额为14.47亿港元，而2004年的相关数据为8.45亿港元，增长率为71%。因此，这两个国际性拍卖公司的总部皆不约而同地调整经营策略，加大对香港分支机构的支持力度，并将亚洲市场视为公司未来拓展的重点以及公司利润新的增长点。

二、中国艺术品市场结构的加速成型

以艺术市场相对成熟的欧美地区为例，目前皆以艺术品交易为主轴，形成一级市场画廊业与二级市场拍卖业既分层经营又彼此扭合的有机的市场结构，此外作为“一级半市场”的艺术品博览业亦作为其中的重要一环，发挥着越来越重要的市场作用。

在国内，自20世纪90年代国内拍卖业发端以来，“拍卖强而画廊弱”的情况似乎是积重难返。然而到了2005年，这种情形得到了初步扭转。2005年国内画廊业发展神速。根据初步调研的数据，在国内的主要都会城市，画廊数量的增幅很快，尤其是在北京、上海等地，甚至形成了若干个影响本地并辐射全国乃至世界的画廊集聚区，如北京的798艺术区、酒厂艺术区、索家村艺术区、宋庄艺术区、草场地艺术东区以及正在筹建中的观音堂画廊街区，上海的泰康路艺术区、莫干山艺术区等。而从新近成立的画廊来看，这些画廊的投资人或主持人由于具有金融、投资、贸易等行业背景与专业知识，因此其影响力以及具体操作的层面，皆能够打破旧有的条条框框，而取得较好的效果。在另一方面，随着21世纪以来国家文化政策的逐步调整，海外资金进入中国画廊界已经蔚然成风。而在北京，较早的案例有澳大利亚人布朗创办的“红门画廊”，已经历时10年有余；上海则有“香格纳画廊”，由瑞士人劳伦斯主持，创办也有了近10年的时间。早期的外资画廊常常受制于当时国内政策的模糊性或不确定性，甚至是画廊选址的过程也令他们大费周折。如今，“红门画廊”以颇具中国特色的东便门角楼作为固定经营的地点，而“香格纳画廊”不仅有了较为宽敞的本馆，还在上海苏州河文化创意产业园区创设了空间更大的别馆。近几年来，外资画廊大多以北京为廊址的首选，而投资国别或地区则更为广泛，包括了德国、意大利、美国、日本、韩国、新加坡以及中国的台湾地区、香港地区。从目前的趋向而言，中国大陆地区的画廊已经形成了多元竞走的活跃场景。所谓多元，不仅指的是画廊所经营作品的风格或定位的多元，还涵盖了经营者的背景、操作的手段、公关的策略等诸方面的多元。但是关心中国当代艺术创作，强调中外艺术的互通交流，注重对亚太地区艺术的推荐阐发，似乎越来越成为中国大陆画廊界的基本认识与共同愿景。

与2005年中国画廊业发展相互动的是中国艺术博览业的提升步伐与升级换代。由于中国画廊业的长期萎靡不振，因此中国艺术博览业的发展基础先天不足，后继更是乏力，长期以来给人良莠不齐的观感。但进入2005年以来，不仅老牌的艺术博览会如上海

艺术博览会、广州艺术博览会焕发了青春，更催生出了中国国际画廊博览会的全新型态与运营模式，由此既修正了人们对艺术博览会的长期诟病与非议，同时也成为了推动中国艺术市场发展的进步力量。在2005年5月的中国国际画廊博览会上，成交金额已经突破了5000万元人民币，并创造了1.2亿人民币的边际效应；2005年11月的第九届上海艺术博览会，观众人数和成交金额双双创出历届之最，全部观众人次超过5.5万，根据不完全统计其成交额也达到了5200万元人民币左右，观众人数比上届增加了约7000人次，成交额也比起去年几乎整整翻了1倍。

虽然中国艺术品市场结构真正的完善与成熟仍有待时日，但毋庸置疑的是2005年已经成为了中国艺术品市场结构性发展的关键节点和成效显著的年份。

三、中国艺术品市场属性的激变转折

在中国传统的意识形态中，艺术品与经籍同功，因此艺术欣赏当然也成为了一项神圣而严肃的伦理活动，而起初的艺术品收藏即是为了便于这一活动开展的手段方式。在中国，皇室的书画收藏活动出现很早，对赋予表彰、劝谏等形而上学意义的艺术品的品鉴与收藏无疑带有浓厚的伦理色彩。然而随着在思想领域儒、道、释的相互竞走，艺术创作自身的不断完善，尤其是文人画兴起之后在艺术形式与价值观的多元化发展以及皇室与民间的并行互动，艺术品收藏、艺术品欣赏与艺术品品鉴的活动越来越成为一种关涉理想、价值、情感、身份、趣味的生存方式，一种值得肯定与宣扬的生活态度。由此，在对艺术品的鉴藏活动中，陶冶情操、愉悦身心等审美性的功能得到了空前地提升；与此同时，对某些“高雅”艺术品的鉴藏，甚至如同“试剂”一样成为了衡量知识、门第、人格的标尺，成为了关乎地位、阶层的象征。进入新中国，虽则在艺术收藏的宗旨和意义上发生了一定的变化与调整，但实质性的精神仍未有任何地移转。在将古代艺术品视为全人类的文化遗产而加以精心保护的同时，与时俱进的收藏者也将目光转向新的艺术创造，并通过收藏活动认可、证实与回应着这些新的艺术风格与艺术形式。正是由于新时期艺术收藏对艺术品的关爱与注视，使得中国艺术品具有了非凡的生命与力量，具有了延续存在的可能；而鉴藏者更可以通过这些作品，得以穿过漫长的时间隧道，与古代精神遥遥相接，又可以借助这些作品，达成时空间的转承，与后来者彼此生命流注，无有阻隔。通过对历史的梳理，我们既可以看到艺术收藏在中国的悠久传统，更可以看到艺术收藏的无限魅力。而事实上建立在如此基础上的中国艺术品市场，也必定带有了更多的精神属性和文化色彩。

然而进入21世纪以来，中国艺术品市场的属性开始发生根本性的变化。在日渐强化投资主旨的当下社会背景中，艺术投资的理念已经从意识启蒙迅急地成为人们普遍的共识与行为实践。在这样的激变过程中，中国艺术品市场的发展方向出现了明显地转折，即从收藏性市场向投资性市场疾步迈进。而当中国艺术品市场越来越从收藏性市场转向投资性市场之后，无论是在资金来源与运用方面，抑或是具体操作手段方面，也越来越等同于一般意义上的投资领域。毋庸置疑，这种变化是根本性的，它不仅正在极大地改变着中国艺术品市场的外观形态，同时也在侵蚀着中国艺术品市场的原有内涵。

通过对金融投资市场的长期研究，经济学家大致定性出三种不同的市场型态，即“理性型的投资市场”、“感性型的投资市场”、“无法确定的投资市场”。海内外经济专家普遍认为，目前的中国投资市场仍处于发展的初级阶段。譬如股票市场、期货市

场基本还处于“感性型的投资市场”的阶段，其特征为投资人对投资风险极为敏感，但又受困于市场主流信息渠道的不畅通，其投资的依据更多地来源于各种消息面，因此市场往往因投资者情绪变化的牵动而大起大落。而其它领域的新兴投资市场包括艺术投资，则显得更不成熟，应该归属于“无法确定的投资市场”类型，目前的基本特征是这些市场由众多的需求不同、思想迥异而万众一心、纯然以收益为先的投资者组成，换句话说，他们的目标即便一致但行动不一，缺乏应有的分析与判断能力，投资方向杂乱不清，操作并不规范。因此，当金融投资领域各种正面因素与中国艺术市场积极结合的同时，负面因素也被带入中国艺术市场之中，而浮躁不安的气氛与急功近利的目标更催动了负面因素的滋生蔓延。

• 网友评论

注：网友发表的任何文字只代表个人观点，不代表本网站立场！ 用户名：

确定