



艺术市场与 艺术博览会

艺术市场与 艺术博览会

第

辑

主 编 方全林

副主编 张 明

上海书画出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术市场与艺术博览会 / 方全林主编. — 上海: 上海书画出版社, 2001.11

ISBN 7-80672-138-X

I. 艺... II. 方... III. ①艺术-市场-研究-中国-文集 ②艺术-博览会-研究-中国-文集

IV. J124-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 073645 号

艺术市场与艺术博览会

上海书画出版社出版发行

(上海市钦州南路 81 号 邮编: 200235)

上海丽佳制版分色有限公司制版 上海市印刷七厂印刷

开本 890 × 1240 大 32 开 印张 9.25

2001 年 11 月第 1 版 2001 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1-2000

ISBN 7-80672-138-X/J·127

定价: 38.00 元

序

●
方
全
林
●

放在我们面前的，是第3辑艺术市场研讨文集。当代中国的艺术市场，从改革开放不断深入的20世纪90年代开始启动，已经走过了第一个10年。这3辑艺术市场研讨文集正是对这10年历程的回顾、总结和探讨，以及对艺术市场前景的预测、展望和期待。这是一件十分有意义的事。

今天，我们已经跨过了21世纪的门槛，迎来了一个全新的时代。随着中国即将加入世贸组织和申办2008年奥运会的成功，中国的艺术市场同样充满着蓬勃的生机。人们不无欣喜地看到，近年来新的画廊不断涌现，新的画家不断被推出，艺术品的收藏群体正在逐步形成，艺术市场的影响日益扩大，潜在的能量正被得到发掘和解放。

艺术博览会，作为艺术市场的重要组成部分，从它诞生的那一天起，就显示出强大的生命力，日益受到社会各界的关注，成为推动艺术市场发展的良好模式和巨大动力。尤其令人鼓舞的，是由北京、上海、广州三地艺博会所形成的品牌，已不断深入人心，成为所在城市的传统文化活动项目，每年要求参与的机构呈上升趋势，观摩人数不断增加，参展作品的水准和成交量逐年提高。在2000年上海艺博会上，罗丹的雕塑《思想者》被国内企业购藏，充分显示了我们市场所具有的雄厚的收藏实力。而且各地新的艺博会还在不断诞生，再次印证了一个规律，那就是：经济的增长必然会带动文化艺术的同步发展。任何一个地域，现在都不仅将艺术作为一个产业来发展，更重要的是他们认识到这将在城市建设中所能发挥的巨大作用，深刻地意识到文化艺术是一个城市底

蕴中不可缺少的组成部分。

当然，刚刚起步的中国艺术市场也面临着众多的困惑与选择。中国的画廊是积极地引导艺术品的消费，尽快纳入规范有序的运作轨道，还是在沿袭传统的运作方式基础上步步为营，相机前行？中国的艺术博览会是尽快地与国际艺博会运作模式接轨，还是面对目前市场尚处于萌芽状态的现实，根据本地域的文化和经济背景的特点来设计具有本土风格的艺博会，然后逐步过渡到与国际艺博会运作方式完全相同的模式上去？入世后，国际艺术市场给我们带来的是挑战的风浪，还是更宽广的机遇航道？在这本文集里，我们力求从艺术市场的大视角来分析艺博会的现状与将来，从艺博会的舞台上来研究艺术市场的某些规律和特点。我们无意在本书中所有的观点能够取得统一，只期盼能有更多的思考。本书的大多数作者，他们既是中国艺术市场的实践者，也是学术上的探索者。他们没有忘记将从运作过程中所得到的启迪提升到理论学术的高度来进行梳理，也没有放弃从理论的角度来分析研究目前的状况与所对应的措施。这是令人欣慰的。因为，如果没有认真踏实的实践与尝试来丰富我们有关艺术市场的理论，那中国艺术市场的前景是非常有限的；但如果只有空泛和不切实际的理论来指导我们的实践，那中国艺术市场的未来也是没有多少生命力的。我们应该建立起自己独特的理论体系，有借鉴，但不是照抄硬搬；有独创，但不失规范与合理。从某种程度来说，我们的艺术市场理论大厦的建设才刚刚打下桩基，更艰巨更复杂的理论工作还在等待着我们去建树。

探讨中国艺术市场的文集已经出版了三辑，这个工作我们还会坚持不懈地做下去。因为我们所从事的并非仅仅是单一的市场行为，而是肩负着向人民传播文化精神与生活理念的重任，点燃人们心中向往美好生活的希望火炬，为中华民族的复兴作出应有的贡献，这是我们所从事的事业中最大的意义所在。

是为序。

目录

序 方全林

艺术与市场的构成关系	周韶华	1
中国艺术市场现状透析	马琳	6
中国艺术市场的基本景观及其他 ——写给关心中国艺术市场的同仁	谢海	16
当代艺术切莫失之交臂 ——对中国的艺术市场进一言	顾丞峰	28
21 世纪国际经济新变局与中国艺 术家的海外市场	赵力	34
艺术博览会发展空间刍议	张明	44
走向规范的艺术博览会	章利国	52
艺术博览会四题	龚云表	61
艺术博览会与中国文化战略 ——关于艺术博览会的文化定位	高天民	72
关于艺术博览会的几点思考	李锡田	88
艺博会应成为画廊交易的最大市场	俞璟璐	97
从艺术博览会看市场 ——2000 年中国三大艺术博览会述评	余丁	104
中国艺术博览会散记	杨悦浦	112

目录

面向新世纪 构建新产业

——对上海艺术博览会的实践与 探索的思考

钱建群 133

灿若星汉 各擅胜场

——世界各国艺术博览会概览

龚云表 143

加入 WTO 对上海画廊业的影响

朱国荣 158

从艺术博览会看中国画廊

王安桅 163

上海画廊的经营之道

——上海画廊采访录

尤 永 176

略谈中国油画艺术市场

林 松 219

艺术品网上拍卖：冷暖自知

顾惟洁 231

艺术生态新格局的显现

——从“产业论坛”到“精英年会”

伍 劲 241

透过“刘令华现象”看企业文化产业

战略——访上海宽视总裁朱建民

邓 明 251

对话：《思想者》边走边想

程昕东 龚云表 261

批评在艺术市场中的位置

易 英 273

新闻媒体与艺术市场建设

章利国 282

后 记

艺术与市场

周
韶
华

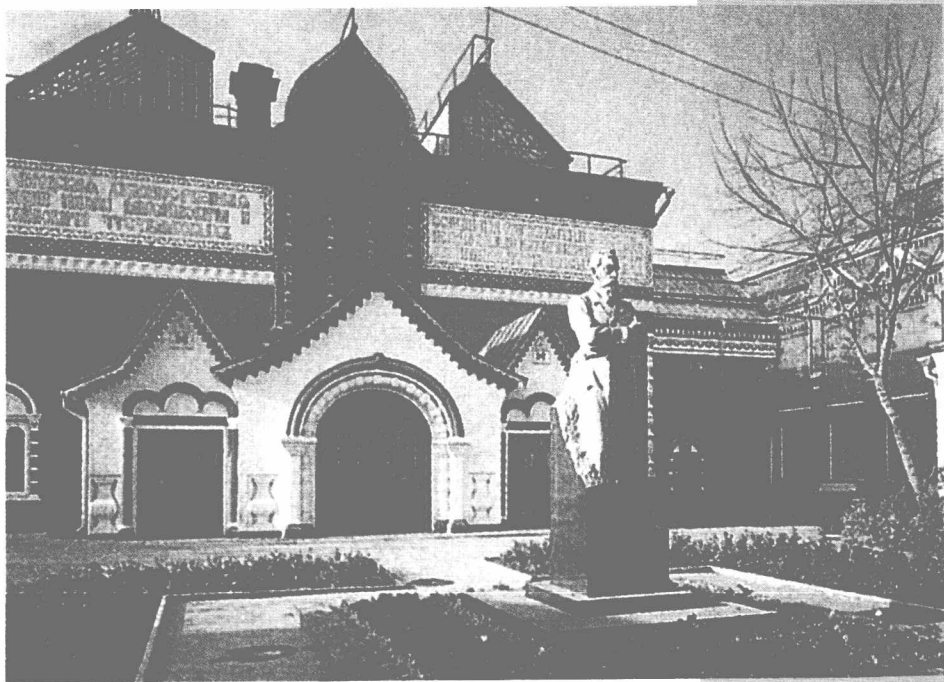
构成关系

随着市场经济登上历史舞台,艺术与市场的构成关系也逐渐生发形成。与初级阶段的经济形态相比,艺术市场还处在发育不健全的状态。尽管还不尽人意,毕竟使一部分人先富起来了,并且有少数佼佼者是在市场的“炒”作声中名声大振的,让大家看到了市场的直接效应,但其负面效应也是暴露无遗。最直接、最明显的是真伪混杂,鱼目混珠,无章可循,无序操作,买方市场与卖方市场的不规范行为对诸多消极因素起了推波助澜的作用。因此,呼唤建立一个规范有序的艺术市场已成为普遍要求。除了健全的法治必须出台外,还要梳理出市场自身构成关系的配套到位,才能建立起规范有序的艺术市场。

一个规范有序、能够良性循环的艺术市场的主要构成关系是:一、艺术家的历史责任感和精品意识;二、规范操作、善于经营的经纪人行业的兴起;三、多层次收藏家群的形成,特别是典藏家的出现;四、拍卖行业的成熟;五、美术批评家与鉴赏家的参与和传媒的权威性、公正性的舆论导向。现就这五点分述于后。

一、构成艺术市场卖方成员的画家在进入市场时,既有画家主动选择市场的问题,也有市场选择画家的问题。是画家营造市场,还是市场

塑造画家，确实存在着主动选择和被动选择的问题。正如为追求艺术而生存还是为赚钱而从事艺术的道理一样。画家要给自己定位，要有自我控制能力，要有主心骨，既利用市场发展自己，又不被市场所吞没。我们不能指望每一个画家都载入历史，但能做到塑造自己的人格风骨；不可能做到每一幅作品都具有文化保存价值，但可以做到不欺世盗名。既不被画商牵着鼻子走，去迁就媚俗，也不欺负外行，敷衍客户。树立精品意识，对自己的作品负责，是艺术家应有的职业道德。现在市场上流行的大量作品，从一个侧面反映出这个时代的文化素质和道德风气，影响着这代人的审美风尚，反映出这个时期画家内在的心理素质，不能不说是一个社会责任感的问题。如果作一全面的调查分析，作为一种社会



俄罗斯特列奇亚科夫美术馆。



提高中国经典艺术品在国际艺术市场的地位,是中国艺术经纪人义不容辞的责任。

文化现象,就会看出一些深层次的问题,不能不使人产生一种忧患意识,因而对艺术市场的现状触发一种“未可乐观”之感。本文不想深入涉及这些问题,只希望引起人们的思考,多多自律,对自己负责,对社会负责,在市场中注意树立自己的文化形象,塑造自己的人格魅力,这才会有真正意义上的艺术市场繁荣,东方的艺术复兴。

二、艺术品进入市场,需要经纪人或中介机构的参与。艺术家选择好经纪人是事业成功的一半。艺术经纪人是一种专门的行业,他们不仅要持有合法的营业执照,还要有一定的投资。从包装艺术家到代理其进入艺术市场,不仅有一整套学问,而且有一套规范的运行机制,与画家共守诺言,相互配合。画家选择经纪人,经纪人选择画家,是一种优化选择,体现相互依存的生存关系。实质上经纪人是一种非常特殊的行

业,是由素质很高的人来担任的,他们具有卓越机灵的操作智慧,与收藏圈有着相互信任的亲 and 联系,近乎运筹战略战术的头脑。国际上一些大名鼎鼎的画家被公众所认可,其中有经纪人不可埋没的功劳。市场经济越发展,这个行业会显得越重要。艺术价值与商业价值的互动关系就是由这个中介环节来启动的。同时,够水准的代理操作也有助于公众对艺术品价值的认识。

从目前状况看,演艺界已有少数称职的经纪人,但也有坑害演员的个别事例发生。美术界则刚刚起步,多数还处在原始市场状态,是一块没有被开垦的处女地。从宏观上说,国家对经纪人这一行业的法规尚未出台,在市场经纪人领域,艺术品还不成比例,大的经济气候还有制约,所以美术市场发育还不很完善。从发展远景看,真正的艺术繁荣,不能没有经纪人行业的健全发展。

三、买方市场形成的关键,是各个层面的收藏家的涌现。他们把艺术收藏视为投资热点之一,认为收藏艺术品是最无风险的和稳中升值的投资。虽然升值周期长,但利润大,只要选准了投资对象,可稳操胜券。我认为,美术市场成熟的重要标志是典藏家的出现。他们是收藏家队伍中最具眼力、最有实力的精英。他们最有文化保存意识和鉴赏水平,具有推出艺术大师的能量。经过他们的推崇,一代大师的形象便会站在公众面前。历史上最有名的典藏家我国的项子京、俄罗斯的特列季亚柯夫,都是功高千古的典藏家。他们的收藏属经典收藏,为保存民族文化遗产,弘扬民族文化做出了宝贵贡献。我们期待着有这种气魄的典藏家早日在我们这个时代出现。收藏家也是经过培养兴趣、使其不走误区而培养出来的。

四、如果说都市中的一些画廊是适应大众美术消费的需要,那么,我国几家有名的艺术品拍卖行则是典藏家和艺术品投资者看好的热门。它们是有比较规范的艺术市场运作形式。艺术品拍卖行在我国开办时间不长,但在提升中国经典艺术品的价位、提升已故中国著名画家的艺术价位上,打破了西方文化中心主义对中国艺术的歧视,或者说是针对他

们对中国艺术的不理解给提了个醒。这有特殊历史意义的拍卖活动,是我国艺术市场发展的一个亮点。同时,艺术品拍卖行有待提高,有待清理,以防把新生市场搞乱。我相信,在那些有事业心、有智慧的行家们操持下,中国艺术品拍卖行业与国际接轨不会是遥远的事。拍卖行跨出国界,融入国际艺术拍卖的主流将指日可待。

五、为推动艺术市场有较高的文化品位,需要美术批评家和鉴赏家的参与,包括传媒专栏作家的参与,这是艺术市场健康发育的重要环节。这个环节的重要性是由于商业性和艺术价值很易倒挂,极其需要在舆论导向上能作出权威性、公正性且合乎尺度的评价。而艺术批评家和鉴赏家正是在这个方面能从学术的角度作出适当的回答。他们在公众心目中的学术地位就像一杆秤上的定盘星和秤砣,能对艺术的真伪优劣做出恰如其分的评估。否则就会让那些“虾王”、“蟹王”混杂于荧屏或报纸杂志之间,搅乱新生的艺术市场,造成“文化污染”。

根据市场发展的需要,可能会有一些批评家、鉴赏家将与进入市场的画家、经纪人、拍卖行经理为伍,成为这个市场中的一员,成为自由职业者或独立撰稿人。大家会充分尊重他们的独立劳动,并给予这种劳动以应得的回报。

综上所述,艺术市场是个多种因素相互依存、互相促动的结构关系。实质上是逐渐脱离供给制体制的新的生产力关系,引起原有职业归属的改变,从“吃皇粮”到自食其力,成为新形势下互相联动的自由职业者。所以需要文化部门、工商管理部门和行业协会予以协调管理,依法推进艺术市场的良性运作。

(作者 湖北省文联主席,画家)

中国艺术市场 现状透析

马
琳

——

艺术市场的形成和兴起，构成了20世纪80年代中后期直至今日的一个最重要的艺术现象。其实，中国的艺术市场，早在唐代就已形成，在清代还开拓了中国艺术品的国外市场。但由于社会发展原因，中国艺术市场在20世纪很长一段时间内消失了。然而，自20世纪80年代中国实行改革开放以来，中国艺术品的流通交易便又逐渐兴盛起来了。随之一些有识之士便开始呼吁迅速有效地建立中国的艺术市场。经过艺术界的多方努力，到了20世纪90年代，中国艺术市场有了迅猛的发展。这主要表现在三个方面：

首先是拍卖业的兴起。有人说拍卖行的出现是标志着一个国家和地区经济发展的进步，这或许有一定的道理。中国的拍卖业正是随着中国经济的起步和提高而产生的。在中国近代史中，拍卖业并非是一个新鲜的事物，解放前的上海就出现过几十家拍卖行并存的现象。80年代后，由于改革开放的深入，经济步伐的加快，中国的拍卖行业开始复苏，一些专业性的拍卖机构开始产生。而真正的艺术品拍卖行的出现，还是在90年代以后。自1992年深圳举办中国首届艺术品拍卖会以来，短短的几



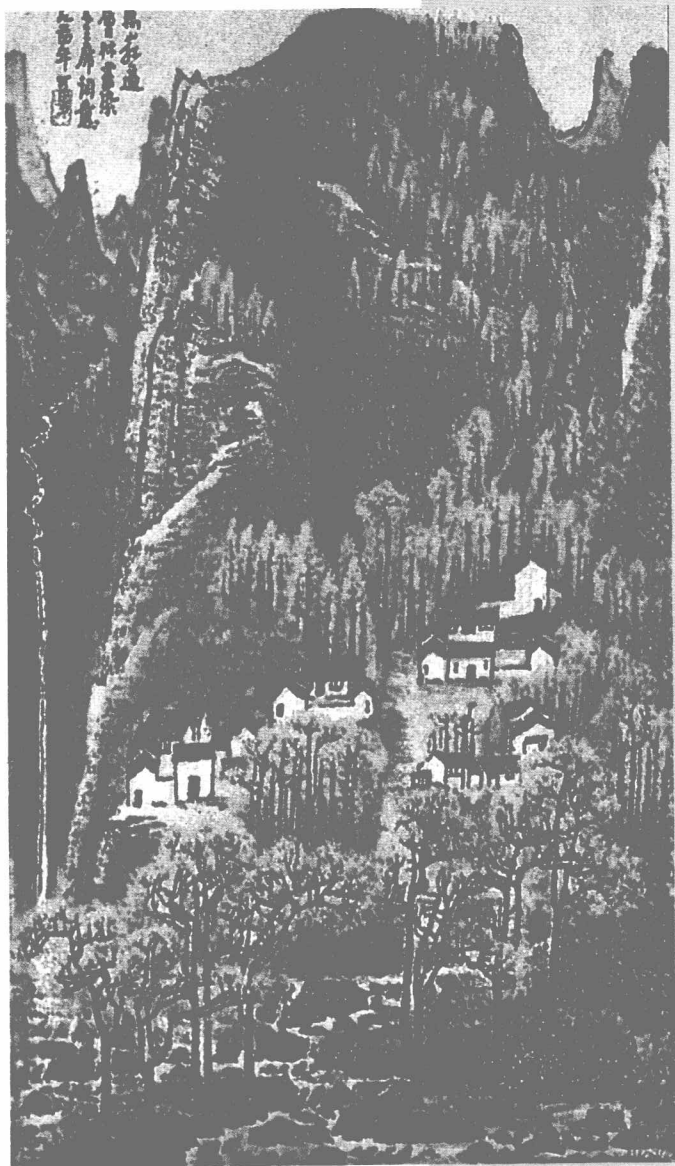
新成立的上海敬华艺术品拍卖公司举办2001年春季拍品预展。

年间在全国各大城市中，涌现出了一批各种形式的艺术品拍卖行业。截至1996年底，全国各地拍卖行已达300多家，其中最知名的有中国嘉德国际拍卖有限公司、上海朵云轩拍卖公司和北京瀚海艺术品拍卖公司等。一时间，中国由南至北拍卖锤敲声不断。拍卖业的兴起，是中国艺术品真正进入流通领域的标志。

其次是艺术博览会的产生。在西方，艺术博览会已有很长的历史。作为艺术品交易的一种重要形式，艺术博览会能将世界上不同地区的画廊、不同风格画家的作品，浓缩到一个空间场地中展示，使人们在几天中，就能领略到世界上不同文化背景中的作品，能及时了解当代艺术发展趋势，提供充分选择自己喜欢的艺术品的机会。在20世纪80年代中期，艺术博览会这种形式得到飞跃发展，成为国际艺术市场中成长最快的行业之一。受国际艺术市场的影响，1993年11月，由政府资助的中国艺术博览会在广州开幕。这是中国艺术史上的第一次博览盛会，因此吸引了众多海内外艺术家、画商、评论家和收藏家的注意。随后，艺术博览会蓬勃

发展,北京、上海、大连、杭州等城市也相继举办了艺术博览会,其中以北京、上海、广州三地规模为最大。尽管这些艺术博览会遭到了部分批评家的批评,但它们对中国艺术市场建立的影响是深远的。

再次是画廊业的崛起。虽说自70年代末以来,作为以陈列、销售美术作品为主的画廊在中国已有所发展,并在沿海城市、旅游城市率先出现。到了90年代,一批富有活力、经营规范、注重学术的画廊才开始出现。伴随着艺术市场的发展,中国的画廊业还在逐年增多。在北京、上海、广州、南京……似乎每一天都有新的画廊即将开张的传闻。作为艺术家展示其作品的窗口,



2000年北京荣宝艺术品拍卖公司秋拍会上,李可染《万山红遍层林尽染》,以501万元人民币成交。



上海敬华艺术品拍卖公司，在2001年首次拍卖会上，总成交额人民币5454万元，取得巨大成功。其中，明代永乐《青花折枝花纹八方烛台》以人民币968万元成交。

画廊对艺术家而言具有至关重要的地位。在西方国家，对一个画家来说，其作品进入画廊就标志着社会对他职业及作品的承认，因此画家之间的竞争非常激烈。在中国，画家的竞争虽然不如西方的激烈，但如能在众多的画廊中，尤其是在知名画廊中形成自己的行情，无疑有利于提高画家的地位及其作品的身价。

二

随着拍卖行、艺术博览会及画廊业的同时兴起与发展，在1992年至1996年，形成了中国艺术品市场的第一个繁荣期。但是这个所谓的繁荣期带有很强的泡沫性，主要表现为投资者对艺术品过度狂热的购买，艺术家对艺术品价格的过高期待，以及艺术品市场操作的不规范。到了1997年，受东南亚金融危机的影响，中国艺术品市场繁荣的神话不可避免地破灭了。一度以昂贵价格购入的艺术品纷纷贬值，缺乏艺术品知识、对艺术市场规律不

够尊重的投资者们，为自己的盲目投资付出了昂贵的学费。

1997年至1998年，是中国艺术市场的低迷时期。到了1999年，出现了复苏的迹象。进入2000年，艺术市场渐趋于活跃。其主要特征为：

艺术品拍卖的成交率升高，成交量增大。这一点可以从上海艺术博览会、各拍卖公司、各个画廊的业绩上看出。如中国嘉德秋拍会上总成交额为人民币8556万元，是嘉德公司有史以来最好的拍卖成绩；上海朵云轩秋拍会，领牌参加拍卖的人数达174人，是1993年开拍以来人数最多的一次。

艺术品的风格类型增多。过去艺术品成交率的主流是传统大家的传统性作品，而近一二年来，现代性的、年轻一代的艺术家的作品成交量呈直线上升的趋势。

价格稳中有升。1992年开始的价格飙升现象已经消失，无论是成名大家还是年轻一代艺术家的作品，其价格都表现出稳中有升的态势。

各类商业化的艺术活动增多。如“上海双年展”、“上海艺术博览会”以及各类名目繁多的展览都取得了很大的成功。

艺术市场再度繁荣的原因很多。首先，得益于国内经济持续高速的发展。中国经济已摆脱东南亚金融危机的影响，已走出了持续七年的下降通道进入了新的经济增长点。其次，由于投资艺术品的利润空间较大，投资者的投资力度增长较快。再次，适宜于消费群体绝对人口的增加以及消费群体类型的多元化。

由上可知，中国当代艺术市场是在国内经济的不断发展，国民生活水平不断提高，国际艺术市场的不断影响的大环境下开始形成和运转的。但是，当下的中国艺术市场由于是在仓促中萌生的，因此，许多评论家都认为一个有秩序、有规则的艺术市场在我国并未建立起来。纵观世界发达国家的艺术市场发展历史，组成艺术市场形式的主要是拍卖行、画廊业和艺术博览会三大形态。在艺术博览会这个新兴行业出现之前，画廊业与拍卖业已经建立了相对稳定的艺术市场机制。他们有固定的销售地点和稳



著名书画鉴定家徐邦达先生正在传授鉴定经验。