

SOTHEBY'S
Founded 1744

BY'S

艺术财富1

编著：中央美术学院艺术市场分析研究中心

1.603 100
Art Fortune



SOTHEBY'S

湖南美术出版社



ISBN 7-5356-2563-0

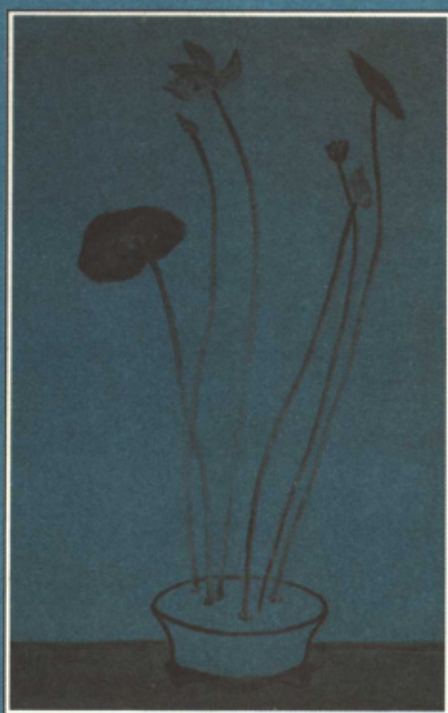


9 787535 625632 >

ISBN 7-5356-2563-0/J · 2361

定 价：35.00元

艺术财富 Art Fortune (一)



编 著：中央美术学院艺术市场分析研究中心

湖南美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术财富(一)/中央美术学院艺术市场分析研究中心编著. —长沙:湖南美术出版社, 2006. 10

ISBN 7-5356-2563-0

I. 艺... II. 中... III. 艺术-市场-研究-中国
IV. J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第124727号

艺术财富

Art Fortune (一)

编 著: 中央美术学院艺术市场分析研究中心
责任编辑: 郭 煦
责任校对: 张家玲 徐 盾
装帧设计: 吕榛章 赵 象
出版发行: 湖南美术出版社(长沙市东二环一段622号)
经 销: 湖南省新华书店
排 版: 北京天润运通企业形象策划有限公司
印 刷: 湖南东方速印科技股份有限公司 (0731-8807850)
开 本: 787×1092 1/16
印 张: 10
印 数: 1-3000册
版 次: 2006年12月第1版 2006年12月第1次印刷
书 号: ISBN 7-5356-2563-0/J·2361
定 价: 35.00元

(版权所有, 请勿翻印、转载)

邮购联系: 0731-4787105

邮编: 410016

网址: www.arts-press.com

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

前言

Foreword

在加拿大，即便当地的艺术市场和欧美中心艺术市场相较之下仍较难接受观念性的作品，或者基本上仍然倾向于支持当地的艺术家的支持，但是中国当代艺术已经开始获得当地藏家的支持。譬如温哥华精艺轩的客户中，不仅有来自美国的收藏家，也有一定数量的当地买家，而开设在克伦威尔街上的哈兹那（Jacana Contemporary Art）则是北京艺术家刘澎和几位当地的加拿大人共同成立的画廊。2005年年底已经决定调整画廊的经营方向，将画廊所有空间和力量转向经营中国的当代艺术。2005年11月的第6届多伦多艺术博览会（TIAF, Toronto International Art Fair），更推出了一项名为“Art Rising”的特展，其内容即为中国当代艺术特展，策划人为旅加的郑胜天，展品包括王广义、隋建国等知名中国当代艺术家的作品，因此也在一定程度上抬升了中国当代艺术在加拿大的热潮。

在近几年来经济发展趋于稳定乐观并期待产业结构改变的澳大利亚，在针对国际艺术市场的营销方面可谓积极主动。澳大利亚的相关文化单位早在多年前便开始提出所谓的“亚洲概念”，并通过设立亚澳艺术中心（Asia-Australia Arts Centre）主动和亚洲区的各个国家建立合作展览的崭新机制。在对当代艺术的吸纳方面，澳大利亚也显得包容而急迫。于此背景之下，澳大利亚的一级市场画廊也开始经纪代理中国当代艺术家及其作品，譬如说旅居悉尼的中国艺术家关伟，收藏其作品的人群近期发展得很快，随之而来的则是价格的走高，已经从前几年的两千美金左右的价位迅急跃升到两万美金的水平。而据最新的消息，包括中国更年轻画家如季大纯等，“他们的作品在澳大利亚变得好销多了！”

在更邻近中国大陆的以新加坡为中心的东南亚区域艺术市场中，中国当代艺术品也成为了“香饽饽”，来自印尼、马来西亚、泰国的富豪们正成为最新的介入力量，“而他们的收藏资金级别从来就

前言

Foreword

是惊人的，即便这些资金带有一定的投机性，但在市场的拓展期内，这些钱是我们所渴望的。”来自泰国唐人画廊的负责人如是说。以泰国的这家画廊为例，近几年来所举办的中国当代艺术展览总是取得非常好的销售业绩，譬如说2005年下半年举办的章剑画展，2006年年初举办的刘小东画展取得了空前的成功，而“我们一直着力推广的中国摄影图片作品，现在也到了供不应求的地步”。

在东亚区域，上个世纪90年代的日本是“中国热”最高涨的时期，随之则逐步降温，目前有“回暖”的迹象。譬如在日本艺术市场中举足轻重的“东京画廊”、“小山画廊”、“BASE画廊”，不仅已经开始大量经纪代理中国当代艺术家的作品，而且像日本的“小山画廊”还计划逐步将自己经纪代理的中国艺术家推向国际性的市场。如确定在今年下半年于纽约举办的“刘野画展”即是一次有益的尝试。在东亚，目前韩国国内对中国当代艺术品的热衷要远远超过日本，其中的参与力量是全方位的，包括韩国的美术馆、博物馆的收藏力度，画廊机构的积极营销等等。目前韩国国内的代表性画廊，皆以举办中国知名当代艺术家展览为荣耀，这些展览基本涵盖了在中国当代艺术创作群体中的一线与部分二线艺术家。据来自韩国画廊界的最新消息，不仅是原作，甚至是由韩国画廊与中国当代艺术家合力推出的艺术衍生品，如签名原作版画，“都非常的热销”。韩国画廊界资深人士认为，中国当代艺术品在2006年韩国艺术市场中的前景仍将是一片光明，而目前最让他们忧心忡忡的“不再是韩国市场的接受度，而是因行情太好所引发的如何获取中国当代‘优质’艺术资源的空前激烈的竞争压力”。

目录

Contents



前言

第一章 市场现状

财富专题：中国艺术在海外市场

001 从中心到边缘：

中国当代艺术海外扩展的最新版图

003 21世纪世界经济的新变局与

中国当代艺术的国际市场

004 中国——当代艺术新的前线

006 苏富比的中国策略：展开强烈攻势

007 苏富比的“中国概念”

008 中国热蔓延韩国国际艺术博览会

009 亚洲当代艺术风潮再续：

宝龙首拍亚洲当代艺术

010 热点追踪：华人艺术家的市场生存之道

市场动态

011 2005中国艺术品市场之变

014 当代艺术的回流：市场之功

015 艺术市场上演乾坤大挪移

016 艺术博览会进入战国时代

017 新一轮投资机会——文化创意产业

国际看点

018 2006全球艺术热潮不断

022 新买家：中国、俄罗斯、中东

023 纽约，仍然是艺术投资的中心

025 六月巴塞尔

027 全球艺术博览会扫描

031 亚洲艺术市场专题

市场盘点

039 今春艺术市场两头热中间冷

041 买“对”的，还是买“贵”的？

043 2006年春拍各板块分析

050 国内主要拍卖公司春拍分析

059 佳士得、苏富比 伦敦争锋

第二章 市场趋势

财富观点

061 增长不是我们的唯一

064 中国艺术品市场泡沫化了吗？

065 “老钱”，当代艺术市场的长线支持

066 艺术品拍卖是否需要市场前瞻性

067 资金疯狂入市挤破艺术品市场

068 谁来为拍卖买单？

069 京沪两地艺术品市场的未来地位

070 学术支持机制与中国当代艺术品市场

071 中国当代艺术为何受国际追捧

072 期待救赎的中国当代艺术

业内论市

073 冯博一：独立策展人催生艺术新资源

074 谢素贞：市场过热，要当心文化“发炎”

075 石隆盛：台湾画廊走进更广阔的艺术市场

076 叶振元：投机资金进入艺术市场未必是福音

077 中村守孝：我买不起中国当代艺术品

投资热点

079 当代艺术：全球私人收藏的共识



- 080 印象派：国际艺术品市场中的磐石
- 081 写实油画：谁在画？谁在买？
- 082 摄影潜力无限：国际卖场新引擎

第三章 财富策略

财富大家：艺术收藏专辑

- 083 海外收藏家的经营理念与收藏策略
- 084 收藏家应该承受市场的反作用
- 085 国际大收藏家扫描
- 086 国内企业的艺术收藏
- 088 国际IT巨头的艺术收藏
- 090 银行的艺术品收藏

投资经营

- 091 2006年，中国的艺术基金元年
- 092 与金融发生关系：艺术投资的公共性系统
- 093 新兴艺术投资基金一览
- 095 另一种标度：公共收藏
- 096 放长线，钓大鱼？
- 097 非盈利运作对话商业体制

第四章 收藏指南

收藏之道

- 099 如何投资艺术品
- 100 “望、闻、问、切”玩转艺术品投资
- 102 当代艺术收藏为哪般？
- 103 艺术品价格分析策略
- 104 艺术品投资获利三大策略

- 105 艺术品投资还看中长线
- 106 艺术收藏品可以帮你做什么？

收藏实务

- 107 如何收藏影像作品
- 108 老照片收藏连连看
- 108 摄影作品保存须知

第五章 经营之道

画廊人语

- 109 李敦朗：画廊只有品质好的才会长久
- 110 黄燎原：我这个人有点拧
- 111 尹在甲：中国目前没有真正的画廊
- 112 田源：打造国际化、专业化品牌画廊
- 114 华莱士：重要的是建立自己的品牌
- 115 李国胜：占领长期资源才是画廊制胜关键
- 116 马芝安：从“四合院”到“北京艺门”
- 117 劳伦斯：收藏家须尽早确立自己的收藏系统

拍卖者说

- 118 郭倩如：收藏家入门法则
- 119 寇勤：市场不变法则——诚信

第六章 财富资源

- 121 2005年度中国艺术家作品收益率排名
- 129 2005年度拍卖公司排名
- 130 2005年度国内重要画廊排名
- 143 2005年度国内博览会综合排名
- 147 2006年度全球收藏家名录

从中心到边缘： 中国当代艺术海外扩展的最新版图

近几年来国际艺术品市场中刮起了一阵关于中国当代艺术的旋风，专家们称之为国际市场中的“中国热”。毋庸置疑的是在2005年“中国热”仍在不断升温加热。具体表现在，无论是在西方艺术市场两大中心的纽约、伦敦，还是在以瑞士为中心的欧洲大陆，中国当代艺术品正越来越吸引着国际级的私人藏家、艺术投资基金，以及公共收藏机构如美术馆、博物馆的大量介入。而正是在大量资金入场的背景下，中国当代艺术品的价格得到了不断的攀升。

最新的趋势则是这股中国当代艺术的旋风正从国际性公认的艺术市场中心向各个区域性艺术市场蔓延开来，由此构成了中国当代艺术扩展的最新版图。

在加拿大，即便当地的艺术市场和欧美中心艺术市场相较之下仍较难接受观念性的作品，或者基本上仍然倾向于支持当地的艺术家，但是中国当代艺术已经开始获得当地藏家的支持。譬如温哥华精艺轩的客户中，不仅有来自美国的收藏家，也有一定数量的当地买家。而开设在克伦威尔街上的哈兹那（Jacana Contemporary Art）则是北京艺术家刘澎和几位当地的加拿大人共同成立的画廊，2005年年底已经决定调整画廊的经营方向，将画廊所有空间和力量转向经营中国的当代艺术。2005年11月的第6届多伦多艺术博览会（TIAF, Toronto International Art Fair），更推出了一项名为“Art Rising”的特展，其内容即为中国当代艺术特展，策划人为旅加的郑胜天，展品包括王广义、隋建国等知名中国当代艺术家的作品，因此也在一定程度上抬升了中国当代艺术在加拿大的热潮。

在近几年来经济发展趋于稳定乐观并期待产业结构改变的澳大利亚，在针对国际艺术市场的营销方面可谓积极主动。澳大利亚的相关文化单位早在多年前便开始提出所谓的“亚洲概念”，并通过设立亚澳艺术中心（Asia-Australia Arts Centre）主动和亚洲区的各个国家建立合作展览的崭新机制。在对当代艺术的吸纳方面，澳大利亚也显得包容而急迫。于此背景之下，澳大利亚的一级市场画廊也开始经纪代理中国当代艺术家及其作品，譬如说旅居悉尼的中国艺术家关伟，收藏其作品的人群近期发展得很

快，随之而来的则是价格的走高，已经从前几年的两千美金左右的价位迅急跃升到两万美金的水平。而据最新的消息，包括中国更年轻画家如季大纯等，“他们的作品在澳大利亚变得好销多了！”

在更邻近中国大陆的以新加坡为中心的东南亚区域艺术市场中，中国当代艺术品也成为了“香馍馍”，来自印尼、马来西亚、泰国的富豪们正成为最新的介入力量，“而他们的收藏资金级别从来就是惊人的，即便这些资金带有一定的投机性，但在市场的拓展期内，这些钱是我们所渴望的。”来自泰国唐人画廊的负责人如是说。以泰国的这家画廊为例，近几年来所举办的中国当代艺术展览总是取得非常好的销售业绩，譬如说2005年下半年举办的章剑画展、2006年年初举办的刘小东画展取得了空前的成功，而“我们一直着力推广的中国摄影图片作品，现在也到了供不应求的地步”。

在东亚区域，上个世纪90年代的日本是“中国热”最高涨的时期，随之则逐步降温，目前有“回暖”的迹象。譬如在日本艺术市场中举足轻重的“东京画廊”、“小山画廊”、“BASE画廊”，不仅已经开始大量经纪代理中国当代艺术家的作品，而且像日本的“小山画廊”还计划逐步将自己经纪代理的中国艺术家推向国际性的市场，如确定在今年下半年于纽约举办的“刘野画展”即是一次有益的尝试。在东亚，目前韩国国内对中国当代艺术品的热衷要远远超过日本，其中的参与力量是全方位的，包括韩国的美术馆、博物馆的收藏力度，画廊机构的积极营销等等。目前韩国国内的代表性画廊，皆以举办中国知名当代艺术家展览为荣耀，这些展览基本涵盖了当代中国艺术创作群体中的一线与部分二线艺术家。据来自韩国画廊界的最新消息，不仅是原作，甚至是由韩国画廊与中国当代艺术家合力推出的艺术衍生品，如签名原作版画，“都非常的热销”。韩国画廊界资深人士认为，中国当代艺术品在2006年韩国艺术市场中的前景仍将是一片光明，而目前最让他们忧心忡忡的“不再是韩国市场的接受度，而是因行情太好所引发的如何获取中国当代‘优质’艺术资源的空前激烈的竞争压力”。[丁绍麟]

21世纪世界经济的新变局 与中国当代艺术的国际市场

21世纪的国际艺术品市场格局伴随着世界经济的变迁而改变，而全球化的步伐也在加速着此一改变。

众所周知，美国目前仍是世界经济增长的引擎，欧洲仍是世界上经济发达的地区之一。但是长久以来，亚洲尤其是东亚地区的经济发展成果尤其让欧美人艳羡。很多数据已经表明，东亚地区的富裕程度不亚于欧美，一些对于西方人士而言极为奢侈的享受正成为这个地区日常的必需。

艺术品无疑是顶级的奢侈品，它不仅代表着荣耀、成功、实力与地位，更等同于文化性的标志、格调或品质。尤其是当代艺术品，它往往更容易与形形色色的时尚潮流彼此合流，甚至时刻关涉着人们的日常生活。事实是在国际艺术品交易中，当代艺术已经成为最大宗的买卖品类。以我从业30多年的苏富比拍卖公司为例，当代艺术及雕塑拍卖专场的成交额提升得最快，已有超过“印象派”交易市场的端倪。

中国当代艺术在西方人眼中是一个相对狭义的概念，指的是中国的“前卫艺术”部分。虽则这种认识的本身值得商榷，但毋庸置疑的是中国当代艺术的确已经具有了国际市场。上个世纪90年代收藏这部分艺术品的人员人数少，力量尚且单薄，但是随着90年代中后期在威尼斯双年展等国际重大艺术活动里中国当代艺术家的积极参与，目前专业性、高层次的国际顶级收藏家已经开始介入其中，他们的介入无疑会进一步加速中国当代艺术国际化的进程。

对于国际性的拍卖行而言，对于每一个新拍卖项目的推出总是要论证再三。而一旦项目启动，即意味着市场需求的根本存在。2006年3月苏富比拍卖公司在纽约举办亚洲当代艺术的拍卖专场，其中绝大部分是由中国当代艺术家创制的作品。这应该是一个值得重视的信号，可以作为中国当代艺术具有国际市场的结论注脚。

事实上，中国的当代艺术应该是一个宽泛的概念，它不是一个风格或者小群体的相关描述，而是一个能够囊括各种艺术创造的时间性概念。但是，正如日本商品进入欧美市场一样，总是要有“先头部队”如“丰田”汽车，中国当代艺术进入国际市场也存在着排序性的问题、时间性的问题。但是随着世界经济新变局的形成，中国当代艺术市场的国际化进程只会加快，甚至存在着进一步“硬通货化”的可能性。[文/唐冠科 (John Tancock)]



中国——当代艺术新的前线

2006年3月31日清晨，在苏富比国际拍卖公司纽约York 大道“亚洲当代艺术拍卖专场” 容纳400人的拍卖大厅中，坐在最后一排的一位不愿意透露姓名的新加坡收藏家以近100万美金的成交额购买了一幅眼神迷离的画像。作品就是著名中国当代艺术家张晓刚的《大家庭》系列中的《同志120号》（1998年作），创下了纽约亚洲当代艺术拍卖史上成交价最高的纪录。

“我认为这个市场的出现是迟早的事。” Henry Howard-Sneyd，苏富比负责亚洲和澳大利亚事务的执行总管，此次拍卖的主持，在第一场拍卖结束后这样点评道，“那种全球各地的收藏家同一时间参与拍卖的场面真是令人惊异。”

虽然《同志120号》的买家始终不透露姓名，但97.92万美元的成交额是苏富比估价35万美元的两倍多，无疑让张晓刚成为当代艺术市场最“火”的艺术家。

经过一整天的拍卖，苏富比的总成交额以1300万美元告终，远远超出预计的800万美元。参加拍卖的作品中只有25件未能成功售出。245件作品大部分都以高于估价的价格出售。（成交价包括苏富比的分成额，即：成交价的第一个20万的20%加上剩余部分的12%。估价不能反映分成额。）

拍卖现场一直维持着紧张状态。共计约25名苏富比的国际工作人员同时代替150名通过电话竞

拍的收藏家进行竞拍。在拍卖进行到一半时，居然还出现了电话不够用的情况。收藏家们也纷纷抢购拍卖会画册，使得共4500本画册转眼间全部售空。观众席聚集着来自亚洲、美国以及欧洲的收藏家和画商，其中还有许多纽约拍卖会上的新面孔。

“当代艺术的前线是无边界的。”一位来自迈阿密州名叫Mera Rubell的收藏家在现场这样说，“真是激动人心啊！”





Rubell女士和她的丈夫Donald 可以被称为当代艺术收藏界的先锋人物。他们曾经在艺术家Maurizio Cattelan, Richard Prince, Elizabeth Peyton 以及 Thomas Struth成名之前就开始收藏他们的作品。这些年来,为了透彻地了解中国艺术家和艺术市场,Rubell女士还在2002年与著名概念性艺术家张洄一道,通过六周的时间走遍中国各地。

张洄的作品也包括在这次拍卖中。由他在2001年创作的装置艺术,《和平》,被一位不知姓名的竞拍者通过电话以40.8万美金购买,比20万美金的估价超出两倍以上。作品是一座裹有金箔的青铜铸钟和一个平行悬挂在空中的铅制人体。作者用人体撞击钟时发出的钟声提示人们“铸就于生命”般的艰辛。《和平》也曾在2003年展出于曼哈顿下城的Ritz-Carlton广场。

同时参加竞拍的还有张洄在1997年创作的摄影及行为艺术作品《为鱼塘的水增加高度》。作品是几名站在水里的工人,表现他们对水位的极小影响。与其他几件高价出售的作品一样,《为鱼塘的水增加高度》7.8万美元的成交价也是原来预测价位的两倍。

正如张洄的作品一样,大部分参加拍卖的作品政治色彩浓重,主要以毛泽东像、天安门、全球化和消费者文化为参考题材。

六位竞拍者同时在现场对中国画家岳敏君的《狮子》进行竞拍。作品是表情夸张、露出

大牙并大笑着的五个岳敏君自画像跪在地上。这个具有岳敏君作品代表性的表情象征着消费至上的社会。作品最终被一位电话竞拍者以56.48万美元购买,远远超出15万的估价。

Michael Goedhuis,一位在伦敦和纽约都拥有画廊的资深中国当代艺术画商,在拍卖会上又为自己的收藏成功地增添了一件作品。那就是此次专场的主角之一,徐冰的《会飞的鸟》。这件被印在拍卖画册封面上的装置艺术作品估价为25万到30万美元。Goedhuis 先生则是以40.8万美元的成交额购买的。“这次拍卖着实证明了纽约是中国当代艺术活跃而宝贵的平台。”他说,“同时这也体现出艺术市场已经扩展到不再被主流艺术家独占,促使这些作品在以后的十年里都有增值空间。”

事实上,某些收藏家已经被Goedhuis 先生言中了。Sue Stoffel,一位曼哈顿收藏家,从1990年至今一直收藏中国当代艺术作品。她说这次拍卖会让她亲眼目睹了自己的藏品增值一百倍。“一定会继续上涨的!”她兴奋地说。 [作者_Carol Vogel 《纽约时报》2006年4月1日] [编译_侯雪嵐]

苏富比的中国策略：展开强烈攻势

——访苏富比欧洲及亚洲区副主席司徒河伟



7月13日，伦敦苏富比的英国文学及历史拍卖会上，将拍卖当今英国文学史上最重要的文献——《莎士比亚特装剧本集》首版（1623），而在5月20日，伦敦苏富比公司携这一重要拍卖标的到北京举行了预展。在这一拍品全球巡展的四个目的地中，北京是第三站，对于苏富比而言，将如此重要的拍品带到北京预展还是首次。

预展现场，笔者如约见到了原为苏富比亚洲和澳大利亚区执行董事的司徒河伟先生（Henry Howard-Sneyd）。如今，司徒河伟先生的新头衔是苏富比欧洲及亚洲区副主席。因为在他的领导下，苏富比香港公司的业绩连年攀升，总营业额达18亿3600多万港币，增长率达到了94%，更缘于3月底4月初，纽约苏富比和香港苏富比在亚洲当代艺术项目的出色表现，令苏富比高层看到了亚洲市场未来

的巨大潜力和强大的购买力，也据此对亚洲管理层进行了新的部署。

升职后的司徒河伟除继续履行原来的职责外，他的新职务将更着重于推动亚洲区业务的国际化，将亚洲艺术的影响力推广到全世界，同时在苏富比内部给予亚洲业务更大的支持。新官上任的三把火该如何烧？莎翁特装剧本集的北京巡展，即清楚地表明司徒河伟已将他在苏富比的影响力带到了亚洲。司徒河伟先生解释说：“苏富比公司早年以经营书籍拍卖起家，这次将估价250—350万英镑（约合3600万至5000万人民币）的重要拍品带到北京进行预展，出发点希望中国的顾客能够对苏富比的历史和活动有更深入的了解。”莎翁的这一唯一保存完整的特装剧本集或许无法在中国找到买家，但司徒河伟率领下的香港苏富比显然是从春拍的中国当代艺术大捷中尝到了甜头，站稳香港的据点后，接连不断地北上中国内地展开宣传攻势，如此珍贵的拍品来北京预展，对于苏富比在中国内地的宣传无疑是最好的噱头。

司徒河伟任职的香港苏富比，其直接的上层主管便是伦敦苏富比公司，面对营业额节节攀升的有利局面，增强亚洲艺术市场与全球艺术市场的互动，将是司徒河伟升任欧洲及亚洲区副主席后面临的新挑战。此前，苏富比全球范围内的重要拍品都会在香港进行预展，司徒河伟表示，今后将有更多国际级的重要拍品选择在中国内地展示，苏富比也会有更多的活动选择在亚洲地区举行，当然同时会考虑到中国及其他亚洲地区买家的文化趋向和收藏趣味。在司徒河伟获委任的同时，原为香港著名高级品牌——迪生创建（国际）有限公司执行董事的程寿康先生，被委任为苏富比亚洲区行政总裁，将于7月正式上任，主要职务为扩展苏富比在亚洲区内的业务，当中以中国内地为主，这也是苏富比加强亚洲区管理层力量的重要举动。

世界艺术品拍卖行业的竞争，毋庸置疑首先是佳士得与苏富比的较量。在2005年两个拍卖季结束后，佳士得占有了57%的亚洲市场份额，无论他们的竞争如何白热化，对市场来说，更在乎的是全球最具实力的两大拍卖行对亚洲业务的竞争可能给中国的艺术市场带来怎样的局面。而另据悉，对于持续热闹的印象派市场，苏富比内部同样有将其引入中国的兴趣，苏富比方面渴望中国的买家群体尽快成熟起来。而中国艺术可以搭上苏富比这艘航船，加速国际化的进程，对我们来说，也是不错的结果。[王 静]

苏富比的“中国概念”

——访苏富比亚洲专家张晓明

2006年3月底，苏富比拍卖公司在纽约亚洲艺术周上成功上演了中国当代艺术领衔的拍卖大戏，全部245件拍品有180余件来自中国。中国当代艺术一夜间在世界范围内变得炙手可热，同时，人们也注意到一位华人专家的名字——张晓明，多年担任纽约古根海姆博物馆的中国当代艺术专家，对中国当代艺术的精深研究为她铺平了进入苏富比的道路。

张晓明说，在纽约的亚洲当代艺术专场拍卖中涌现了许多新客户。据她统计，买家中有52%来自美国，34%来自亚洲，中国当代艺术产生的国际性关注，令苏富比专家们吃惊。在30多年的发展中，中国当代艺术产生了惊人的变化，已不再是地区性的而跃升为国际化市场。甚至苏富比过去成交率不高的装置艺术也拍出了不错的成绩。对此变化苏富比专家同样需要一个认识过程。在张晓明和她的团队看来，这场拍卖给她们带来了希望，她们有责任把优秀的中国当代艺术引领到国际舞台。

虽然在对中国当代艺术的选择上不排除某些藏家的猎奇心理，张晓明对此也并不否认，但仍有绝大多数的藏家被中国艺术的文化性和本土的特征所吸引，中国艺术越来越多地表现出了独立创新的姿态。许多客户喜欢中国的新水墨画，喜欢陈逸飞等写实画派画家的作品，抱着欣赏中国艺术的心态，对中国文化和历史的迷恋日益引导着他们的收藏，这是一位华人专家带给我们的自信。

面对当代艺术的爆炸性膨胀，冷静对待的态度是避免泡沫麻烦的最好方式。中国艺术市场曾一度缺失，艺术品被私下交易或相互馈赠，因此，今天的火爆是一种正常现象。中国的艺术拍卖与国外不同，艺术家某种程度上扮演了原属于画廊的角色，张晓明更多的是用一种豁达的心态看待这个问题：“市场近几年才刚刚成形，火爆才刚刚开始，市场的发展与机制相关，未来作品的价格和定位会通过市场自发表现出来，大浪淘沙始见金同样是艺术市场的规律。但中国的拍卖市场的确存在一些微弱的泡沫，每年几百场的拍卖活动良莠混杂，一定时间内的暴涨后可能会出现一些调整。”

美国已经有越来越多的画廊开始经营中国当代艺术，Ethancohen Fine Art画廊、Michael Goedhuis画廊、Chambers Fine Art画廊、Mary Boone Gallery画廊、Mox Profece Gallery画廊、China:2000画廊、Marlborough画廊，张晓明随口可以说出数家，市场已经打开，只等好作品涌出来。2006年纽约苏富比的第二场亚洲当代艺术品拍卖已经定在9月份举槌，接下来的演出是否精彩，就要看今天的准备了。[王 静]



中国热蔓延韩国国际艺术博览会

第五届韩国国际艺术博览会 (KIAF2006) 于5月30日在韩国首尔COEX中心落幕。短短5年之内, 韩国国际艺术博览会已经打下了大型国际艺术博览会的基础, 并开始在亚洲的艺术市场中扮演起自己的角色。

据统计, 2005年的KIAF共有126家画廊参展, 其中有40家国外画廊; 本届的KIAF共有150家画廊参加, 其中有51家国外画廊。韩国画廊协会表示, 明年的KIAF2007预计将会有200家画廊参展。规模越来越大的韩国国际艺术博览会, 在注重成交结果的基础上, 不仅努力挖掘新的艺术趋势和市场, 也继续寻求其在亚洲艺术市场中的位置。依循主题国展览的概念, 今年的KIAF还举办了法国巴黎 (Paris-Seoul) 特展以庆祝韩国与法国120周年的友好关系。

大部分的画廊在博览会中都取得了好成绩, 尤其是Gallery Sun Contemporary, Gallery Godo, Kukje Gallery等韩国当代艺术画廊人气颇旺。表画廊代理的韩国当代艺术家李容德、朴成泰仍然是展场明星。韩国国际画廊博览会在短期之内快速成长的原因, 除了策略性的成功之外, 政府对于艺术品市场的政策性支持也有相当的关系。在专门为艺术家服务的艺术银行、国家美术馆的购藏计划之外, 韩国还制定并实施了艺术配置百分比的规定, 要求新建政府项目的投资中要保持0.7%到1%的比例作为艺术方面的预算。这些举措无疑促进了韩国文化艺术的发展及市场的繁荣。与此同时, 很多业内人士认为这种繁荣很大程度上受到中国当代艺术的火热的带动。

如果仅从参展的数量上来看, 中国似乎并不占优势, 在116家亚洲地区画廊中只有北京的索卡画廊一家参展; 但如果从中国当代艺术的影响方面来看, 不管是韩国的画廊也好, 德国或法国的画廊也好, 它们带来的中国当代艺术品都卖相不错。一直致力于在韩国推出中国当代艺术家的韩国Gallery ArtSide 在此次展览中带来了张晓明、岳敏君、方力钧的油画或版画, 几乎销售一空。韩国画廊Art Park代理的画家Kim Dong yoo的作品中多带有中国当代艺术的符号, 当他的那幅《梦露与毛主席》在香港佳士得以260万港币的高价卖出之后, 他的作品一出现在博览会上就被订购一空。

中国热潮仍然影响着亚洲甚至世界的艺术市场。中国当代艺术在纽约的点火, 让许多犹豫不决的外国藏家开始收藏中国当代艺术, 伴随着的是整个亚洲艺术的兴起, 中国也逐渐成为亚洲艺术市场的主角。而近年来中韩两国艺术交流的日益频繁, 韩国画廊对中国当代艺术的推动作用, 都让两国在亚洲热的背景下, 在亚洲艺术圈发展进程中同舟共济。[葛 颐]



亚洲当代艺术风潮再续： 宝龙首拍亚洲当代艺术

近几年来，由于中国和印度艺术市场的跳跃式发展带动了亚洲艺术市场的全面复苏，并一定程度上影响了全球艺术市场格局。在全球的目光纷纷投向亚洲的时候，亚洲当代艺术尤其是中国当代艺术异军突起，在西方世界刮起了一阵东方艺术风潮。6月20日英国老牌拍卖公司宝龙（Bonhams）拍卖行也首次进行了亚洲当代艺术专场的拍卖，将这股风潮延续至2006年的后半年。

2006年6月20日，在纽约苏富比、香港佳士得举办亚洲当代艺术拍卖专场成功后，宝龙拍卖公司推出了自己的首场亚洲当代艺术专拍。宝龙拍卖行成立于1793年，是世界上最古老、规模最大的艺术品及古董拍卖行之一。在全球20多个国家都设有拍卖业务网络。此次专场仍以中国艺术家作品为主，规模不是很大，共有170余件艺术作品参拍，但是涵盖了王广义、邱志杰、隋建国、曾浩、叶永青、张洹，日本艺术家Yayoi Kusuma (b.1929)及韩国的艺术名家。

此次宝龙在伦敦新邦德大街举行的这场拍卖会，吸引了来自美国、欧洲、韩国、日本及中国的竞拍者150余位。从成交结果来看，全场170件作品共成交53件，拍出高价的作品不多。全场成交的最高价是日本艺术家Yayoi Kusuma的作品《Accreations I Overall》，以218,400英镑成交，王广义《CHANL》

（图一）以100,800英镑成交，为全场第二高价。其余没有成交价超过10万英镑的作品。另外邱志杰（图二）及曾浩的几件作品也拍出了3~5万英镑的价格。虽然成交情况不是很理想，但是号称全球第三大艺术品拍卖公司的宝龙能首次拍卖亚洲当代艺术，还是显示了亚洲当代艺术与中国当代艺术在世界艺术市场中的活力。

宝龙公司主管当代艺术的霍华德·鲁特克斯奇说：“亚洲当代艺术在伦敦的成功拍卖，使其突破了边缘化状态。”如今许多亚洲的艺术家在创作手法上都接纳了西方当代艺术语言，使得他们的作品在认知度上在世界范围大大提高。今年3月底苏富比首次开设亚洲艺术专场，作为全球拍卖业的旗舰，它的这一举动无疑带有风向标的作用。在其取得巨大成功后，5月底香港佳士得春拍又推出“20世纪中国艺术”和“亚洲当代艺术”两个专场，两专场成交率都达到了90%以上；时隔不到一个月，宝龙的这次拍卖将往这把火里加柴续薪，而且苏富比也定于今年9月份再拍亚洲东方当代艺术，使得整个2006年成为“亚洲当代艺术年”。

苏富比、佳士得、宝龙等世界拍卖巨头纷纷调整业务结构，加大对亚洲当代艺术的重视，这是市场的一个讯号，相信这股亚洲艺术热并非昙花一现。[孙国胜]

