

当代艺术商机

現代アートビジネス

Business Opportunity for Contemporary Art

「日」小山登美夫◎著
蔡青雯◎译



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Company

当代艺术商机

Business Opportunity for
Contemporary Art

「日」小山登美夫◎著
蔡青雯◎译



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

当代艺术商机 / (日) 小山登美夫著 ; 蔡青雯译
— 北京 : 北京联合出版公司, 2013. 9
ISBN 978-7-5502-1888-8

I. ①当… II. ①小… ②蔡… III. ①艺术市场—研究 IV. ①J114

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第215227号

版权登记号 图字: 01-2013-6290

GENDAI ART BUSINESS

©2008 Tomio Koyama All rights reserved

First published in Japan in 2008 by ASCII MEDIA WORKS Inc.

Simplified Chinese translation rights arranged with KADOKAWA CORPORATION
through Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo in association with
Beijing Kareka Consultation Center., Beijing

当代艺术商机

作 者: (日) 小山登美夫

翻 译: 蔡青雯

选题策划: 北京磨铁图书有限公司

责任编辑: 王 巍

装帧设计: 唐 旭 xtangs@foxmail.com

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

廊坊市兰新雅彩印有限公司印刷 新华书店经销

字数122千字 880毫米×1230毫米 1/32 6.75印张

2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-1888-8

定价: 35.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-82069336

目 录

Contents

01 / 前言

05 / 中文版序

1

发现璞石的价值 / 07

08 / 出生于日本桥的小酒铺之子，醉心于贾斯培·琼斯

11 / 身穿学生服、骑着自行车四处参观艺术作品于20世纪70-80年代

14 / 不想埋头苦干而选择漂亮的工作

17 / 晚上当酒保，白天在画廊勤勉工作的每一天

20 / 画商和画廊经营者的不同

22 / 企业文艺赞助最盛行的美术馆事业

- 26 / 年轻艺术家的作品卖不掉吗？
- 29 / 越不景气越有机会
- 31 / 在美国练功而幻灭的梦想
- 33 / 凭着一只皮箱闯荡独立艺术市集
- 36 / 日本的当代艺术，可在海外一决胜负！
- 39 / 画廊经营者的三样神器——空间、艺术家、宣传活动
- 41 / 艺术家都是自由契约
- 44 / 基本上，价钱不是想卖多少，而是要能够卖出，卖给喜欢的人
- 46 / 档案资料库产生的价值——宣传的新可能性
- 48 / 提高作品的商品价值是画廊经营者的使命
- 50 / 专栏：创造时代的画廊经营者

2

村上隆和奈良美智，哪里有艺术家 / 54

54 / 不准模仿村上隆！

56 / 认识机遇是“请介绍媒体给我吧”

59 / 描绘当代日本社会的日本画家

61 / 美术界的怪胎，DOB君诞生

63 / 以世界的艺术巡回赛为目标

65 / 海外大获好评，日本冷眼否定

67 / 艺术作品能够承受版权化吗？

70 / 村上隆是克林姆特，奈良美智就是席勒

72 / “奈良美智的画作和插画有什么不同呢？”

74 / 完全逆风，仍旧坚持举办个展

77 / 在“当代艺术”脉络中引进奈良美智

79 / 左右艺术价值的展示方式

81 / 和商业主义保持距离，还是携手合作？

83 / 奈良美智和村上隆开拓的酷日本

85 / 对谁而言是“佳作”呢？

87 / 艺术家需要退一步，客观审视自己

89 / 过度炒作的艺术家认购

92 / 毕业之后就进入画廊——这就是他们的目标？

94 / GEISAI出身的年轻艺术家

96 / 新人艺术家成长时

98 / 拥有宽广的美术“幅度”

99 / 专栏：引领当代艺术的海外个性派画廊

3

艺术的价值如何决定 / 105

105 / 一幅画作近4000万美元是昂贵，还是便宜？

107 / “欣赏”的耐久消费年数

109 / 当代艺术的销售，都是产地直送，价格合理

111 / 奈良美智作品的赝品，竟然出现在拍卖会上

114 / 原始价格和二次价格

116 / 专栏：版画和价格

118 / 在画廊还是拍卖会购买呢？

120 / 作品价格如何水涨船高——以刘野为例

122 / 拍卖会成交价格，成为市场的基准

124 / 新兴经济国家的钱潮，逐渐改变艺术市场的未来

- 126 / “亚洲限定市场”并非世界基准
- 128 / 价格越高越容易卖出，投资家争相竞购的艺术作品是什么？
- 131 / 专栏：当代艺术盛况空前的拍卖公司
- 133 / “艺术的品牌化”所隐藏的问题
- 135 / 20世纪80年代，艺术泡沫狂响曲
- 138 / 泡沫经济瓦解，日本人的艺术恐惧症的原因为何？
- 140 / 教训——购买时需掌握最新第一线资讯
- 142 / 不失败的投资秘诀——在成熟的市场进行销售
- 145 / “作品”也是“商品”，对投资艺术时的期待
- 147 / 专栏：“艺术基金”是什么呢？

4

左右市场的是收藏者 / 150

150 / 艺术只能在美术馆观看吗？

153 / 为了发掘潜在的市场

155 / 开始备受瞩目的艺术网络购物

157 / 当代艺术以团体战一决胜负

159 / 日本艺术博览会兴亡记，“日本国际当代艺术祭”的始末

161 / 重新展开的“东京艺术节”

163 / 美术领域的综合格斗技

- 165 / 附属企划也陆续登场，年轻画廊经营者的活跃
- 167 / 东京的艺术现况热烈，但仍旧朝海外寻求销售管道的理由
- 169 / 人外有人，天外有天——瑞士的巴塞爾艺术节
- 172 / 海外艺术节的预备知识——伦敦、纽约篇
- 174 / 造访天王收藏家的宅邸，众所瞩目的迈阿密
- 177 / 欣赏艺术之人更应该成为收藏家
- 179 / 一度卖出的作品，画廊重新买回

5

艺术经济的展望 / 181

182 / 日本是全球屈指可数的艺术需求国家

185 / 给媒体相关的人——批评所掌控的金钱和权力

188 / 给财经界的人——全球的资金聚集艺术

190 / 不仅是投机，企业和艺术循环财富的方法

192 / 专栏：艺术的税制

194 / 给政治家——艺术是本国最强而有力的广告招牌

197 / 日本美术馆中没有奈良美智、村上隆作品的理由

199 / 销售作品是“留存”艺术

201 / 后记

前 言

总而言之，关于艺术业界的误解真是不胜枚举

艺术赚不了大钱。

艺术家都穷困潦倒。

画廊或画商令人敬而远之。

当代艺术根本不知所云。

正在阅读本书的各位读者，或多或少都曾经这么想过吧！

身在艺术业界之中的我，只觉得悲从中来，却也了解这是无法避免的事情。因为这些误解的产生，根源于这个业界过于封闭。

艺术原本应该是自由不受限制的，但是这个业界却越来越冥顽固执，觉得懂者自懂，拒人于千里之外。如此一来，艺术被大众认为是“反正看不懂，而且也不容易亲近”，也是无可奈何的事。

的确，艺术曾经是专为国王、贵族、家财万贯的财阀等特权阶级而存在。可是近代以后，封建社会瓦解，新兴中产阶级抬头，一般市民成为肩负文化的舵手。民主主义和资本主义经济逐渐普及渗透，加速文化的大众化，艺术领域的拓展达到前所未有的境界。

当代艺术是“活在当代、属于我们的艺术”。

我们日常接触的社会、政治、经济等世界构成要素，其实和艺术紧密联结。看似“莫名其妙”的当代艺术，其实存在于我们日常生活的延长线上。

所以，当代艺术并非“与我毫不相干”，请各位了解，只要生活在同一时代，这是任何人都能享受的共同财产。当然，每个人在培育这些财产时，会产生疲劳弊病，也可能造成负担。既有享受的权利，也有承担的责任。

我撰写本书的理由，正是希望“疏通封闭的日本艺术业界”。

这个业界看似狭窄，其实藏龙卧虎，人才济济；其中领域繁多，有古代美术、日本画、西洋画、当代艺术等。本书是我作为一位画廊经营者，在专门经营当代艺术时的经验之谈，所以不否认内容或许有所偏颇。在此恳请各位海涵，我会尽力简洁说明艺术业界的架构和系统。

我希望通过本书，增加对当代艺术改变看法、并产生兴趣

的人，如此一来，就是最佳回报；无论是简单疑问，例如“为什么这件作品会变成1亿日元呢？”或是经营方法“艺术真的能够赚钱吗？”等，希望能够借着本书为各位的疑问提供解答或提示。

本书准备五道入口，提供不同的立场和目的，方便各位阅读。

第一章是关于画廊经营者的工作，也顺便介绍我自己。

虽然我打算拭去业界的不透明性，不过没有先报上自己来历，总觉得没头没脑的。所以，我将介绍自己作为画廊经营者的独立过程，以及艺术市场的历史背景。

第二章是关于如何培养艺术家。

每当媒体介绍我时，开场白几乎都是“将奈良美智、村上隆介绍给世人的男人”。即使各位不知道我是何方人物，但是许多人一定认识艺术家奈良美智和村上隆。因此，本章描述我作为画廊经营者，如何看待村上隆和奈良美智的一路成长历程；以及下一代的艺术家，如何才能成为世界级的艺术家。

第三章和第四章是关于金钱和艺术。

对于打算投资艺术或购买艺术作品的人，我将具体介绍艺术市场的结构、艺术展览会、收藏家。我想说明艺术商业作为世界经济的一环，其中的运作方式，让各位可以掌握概要。

第五章则是我自己感受到的问题和展望，叙述应该如何在

日本建立艺术市场，打造繁盛的商业模式。

俗话说“百闻不如一见”，如果大家对当代艺术有兴趣，最佳方式就是尽量亲自前往画廊。不过，并非人人都能够亲自造访画廊。我希望本书能够提供给各位：发现适合自己的艺术接触方法；年轻读者如果能够因此立志透过艺术商业，肩负日本的未来文化责任，当然是我最欣慰和最乐见的。

我成为画廊经营者，从没有想过要离开。其间，当然曾经遭遇过困境；不过，遭遇困境不是这项职业的专利，其他职业一定也多少有之。反而，正因为这项职业充满着超越困境的乐趣，所以，我从来不曾想要放弃。

这个世界乐趣无穷，请大家接触看看，如果享受其中乐趣，则觉甚幸。

中文版序

本书出版于2008年4月，主要是针对当时的日本艺术市场，而当时尚未发生雷曼兄弟倒闭的金融冲击事件。阅读本书的读者，一定会认为这是过于单纯的思考艺术，或是批评艺术应该更为商业化，才能够创造利益。可是，长期观察亚洲的市场后，认为画廊应该真诚纯粹地经营管理作品，才能发挥真正的商品功能，作品才得以名留青史，这种想法心情，至今丝毫未变。艺术家绝对不能以制造商品的心情来创作作品；画廊为了让艺术家能够名传后世，除了作品之外，更必须将艺术家的活动传达给社会大众，这是非常重要的。

我现在身在香港参加香港艺术博览会，与此同时，还有许多拍卖会同步举办。在亚洲，许多艺术家的资讯都来自拍卖会。目前，相较于美术馆或画廊，拍卖会的资讯更为庞大有力。可是，在艺术博览会中，能够欣赏到更多未参加过拍卖会