

典藏

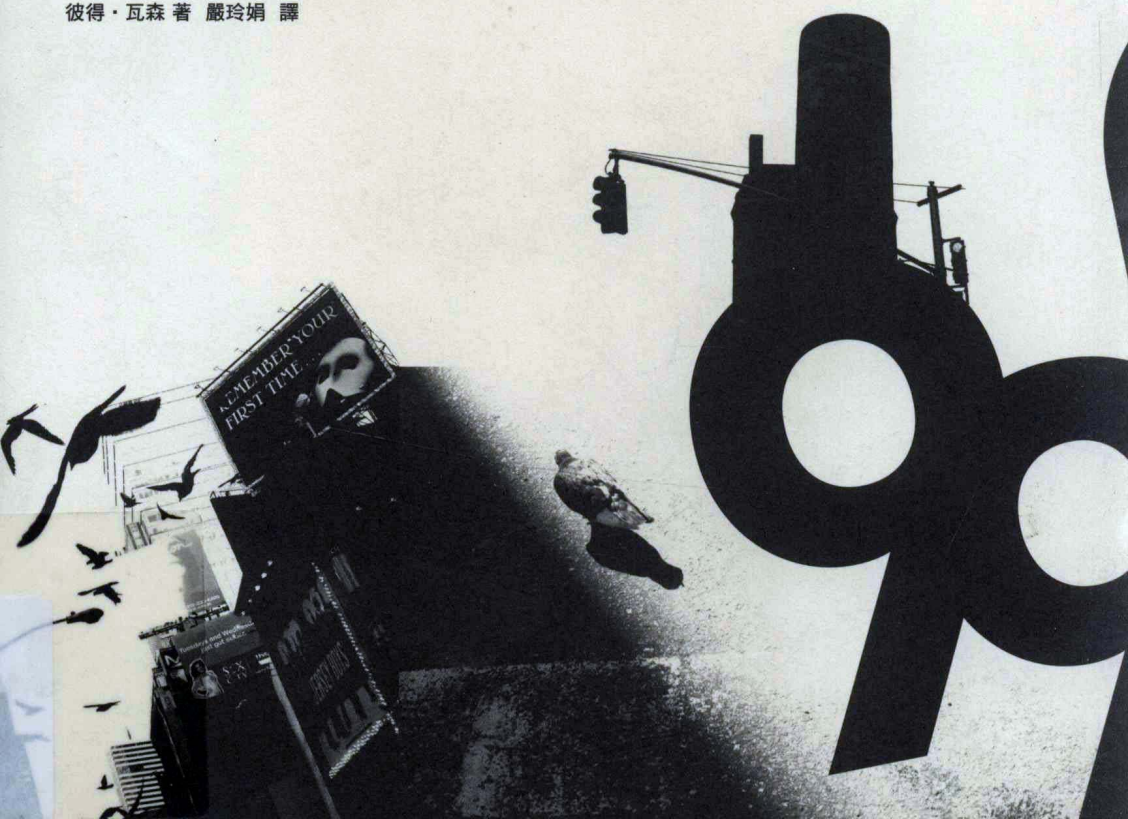
藝術價值可用金錢來衡量的嗎？
是誰來決定藝術品價值高低？
藝術買賣是一項高尚的品味追求抑或只是金錢投機手段？
想知道拍賣公司是如何在時代潮流中崛起並力圖生存的嗎？

從馬內到曼哈頓 當代藝術市場的崛起

From Manet to Manhattan

The Rise of the
Modern Art Market

彼得·瓦森 著 嚴玲娟 譯



從馬內到曼哈頓——當代藝術市場的崛起

From Manet to Manhattan - The rise of the Modern Art Market

作者／彼得·瓦森 (Peter Watson)

譯者／嚴玲娟

責任編輯／林姿君

美術設計／游筆文

協力校對／吳嘉瑄

發行人兼總編輯／簡秀枝

副總編輯／朱庭逸

總策劃／張文婷

行銷企畫／朱秋卿

出版者／典藏藝術家庭股份有限公司

地址／104台北市中山北路一段85號3、6、7樓

發行部／許銘文、劉晏辰

電話／886-2-25602220分機300

傳真／886-2-25679295

網址／www.artouch.com

戶名／典藏藝術家庭股份有限公司

劃撥帳號／19848605

總經銷／聯豐書報社

地址／103台北市重慶北路一段83巷43號

電話／886-2-25569711

排版印刷／中原造像股份有限公司

地址／235台北縣中和市建康路130號7樓之11

電話／886-2-22269120

初版印製／2007年3月

初版發行／2007年6月

ISBN／978-986-6833-06-9

定價／新台幣480元

國家圖書館出版品預行編目資料

從馬內到曼哈頓：當代藝術市場的崛起 / 彼得·瓦森 (Peter Watson) 作；嚴玲娟譯。-- 初版。-- 臺北市：典藏藝術家庭，2007[民96]

面：公分。-- (藝術市場：01)

譯自：From Manet to Manhattan: the rise of the modern art market

ISBN 978-986-6833-06-9 (平裝)

1. 藝術－歷史－現代(1900-) 2. 現代藝術 3. 藝術市場

909.408

96007997

©Peter Watson 1992

The right of Peter Watson to be identified as Author of this work has been asserted by Peter Watson in accordance with the Copyright, Designs and Patents Act, 1988

All rights reserved

This edition first published in 1992 by Hutchinson

法律顧問／葉潛昭律師

版權所有 翻印必究

(缺頁或破損請寄回更換)

從馬內到曼哈頓 當代藝術市場的崛起

From Manet to
Manhattan-The Rise of
the Modern Art Market

目次

作者註	004
前 言 像個商業概念般美好	012
第一章 出售嘉舍醫生	019
 第一部 1882-1929 前拉斐爾兄弟會以後	 045
第二章 「痛苦的主題——拍賣業的毀滅趨勢」	046
第三章 奧特羅平、蠟燭拍賣與柯納菲先生的招待會：早年的藝術市場	060
第四章 黃金時期的巴黎：馬內與現代主義的誕生	092
第五章 畫作街：拉菲特街與最早的印象派買賣業者	098
第六章 爆紅的巴比松畫派：百年前的品味與價位	120
第七章 賓因、馬克斯與他們的東方友人	128
第八章 遺孀們	140
第九章 杜·文、杜文、杜維恩	154
第十章 買賣書籍的匡瑞奇、霍與貝拉	170
第十一章 佛拉的巴黎，卡西雷的德國	176
第十二章 蘇富比的第一位老大師	190
第十三章 「291」與軍械庫畫展	202
第十四章 1萬英鎊的障礙：第一次世界大戰前夕的品味與價格	214
第十五章 戰爭與少校	220
第十六章 卡恩韋勒事件	236
第十七章 巴黎王朝	256
第十八章 對肖像的狂熱：大蕭條前夕的品味與價格	266
 第二部 1930-1956 樹敵的非溫和藝術	 273
第十九章 大蕭條	274
第二十章 嫌隙	286

從馬內到曼哈頓 當代藝術市場的崛起

第二十一章	數學家與殺人犯	294
第二十二章	大枯竭：二次大戰前夕的品味與價格	304
第二十三章	戰爭與元帥	308
第二十四章	彼得·威爾森向西看	326
第二十五章	自上海到蘇伊士運河，行經香港	338

第三部 1957- 印象·日出 345

第二十六章	畢卡索的事業和里歐·卡士德里的出現	346
第二十七章	蘇富比V. S.佳士得	366
第二十八章	兩百萬英鎊的門檻	378
第二十九章	曼哈頓的新繪畫街	388
第三十章	盜器與退休金	402
第三十一章	神化了的彼得·威爾森	412
第三十二章	蘇富比的衰落與艾弗列德·陶勃曼的發跡	424
第三十三章	新蘇富比與新收藏家	434
第三十四章	日本人對「物超所值」的熱情	444
第三十五章	梵谷公司與「過多的錢」	452
第三十六章	畢卡索公司與銀座的畫廊	462
第三十七章	錯誤的開始？當代藝術市場	472
第三十八章	令人喜悅的價格：藝術品投資	480
第三十九章	曼哈頓到瑪黑區：歐洲的復甦	490
第四十章	高潮：十億美元的狂熱	506
第四十一章	虎頭蛇尾：「財閥」的藝術	516

後記 「後嘉舍」世界 528

附錄A 藝術品的世界紀錄 544

附錄B 歷史上畫作的真正價值：過去與現今價值換算指數 546

參考書目 552

作者註

貝克(Russell Baker)說，沒有生命的東西可以分成三類：沒有用的，壞掉的，和不見了的。本書的主題便是沒有生命的東西，藝術品，也可以分成三種：要花很多錢的，要花巨額金錢的，還有那些金額高到讓出版商和我密商，該如何將其中一些巨額作品導引至我們的路徑來。倘若你以零售價格買了這本書，那麼我們的計謀便成功了。

除了戰爭以外——藝術市場已成為現今觀眾最多的一種運動。畢卡索(Pablo Picasso)、雷諾瓦(Pierre-Auguste Renoir)和梵谷(Vincent van Gogh)，相繼在拍賣場內猛烈出擊，他們的油畫價格簡直比他們經常畫的雜耍藝人(Saltimbanques)還要更像特技表演。1980和90年代，蘇富比和佳士得主導了整個藝術市場，它們的名字成為日常用語，至少在頗像樣的家族裡是如此。然而其英國起源卻令人心生疑竇，因為現代藝術市場的崛起故事，乃是先在美國，接著是在法國，第三才輪到英國。此乃由於相對而言，拍賣場的主導乃近期現象。現在藝術市場是三項或多或少當代發展的結果：美國內戰後的商業與工業方面的改變；法國印象派的崛起——並非其朦朧的影像那麼重要、那麼美麗，或不為人所接受，而是因為那些畫家起而反對官方沙龍，並孕育出另外一個系統來銷售其作品；以及英國在1882年和1884年通過的「處分土地法案」(Settled Lands Act)，再接下來的四分之一個世紀中，不斷讓珍寶進入市場，令佳士得隨之水漲船高，幫助蘇富比自專業的書籍拍賣行轉型至今天這規模。

*

*

*

沒有人能真正瞭解藝術市場的全貌，在本書裡，我把自己限制在三個部分：第一個部分，我認為是仍屬於藝術古老部分的畫作。並非僅僅因為最近梵谷和畢卡索的作品，以令銀行業者頭暈眼花的驚人高價換手，跟其他藝術品種類比較起來，畫作仍能激起較多人士的反應。不會有數十萬人遠道而

來，就為了看一個銀器或家具展覽，但是1990年在荷蘭舉辦的梵谷世紀展就是如此。當瑞典的皇家寶藏於1983年在倫敦的皇家學院（Royal Academy）展出時，僅有44,000參觀人次。但是當1990年，莫內（Claude Monet）的「系列」畫作在同一個地點展出時，參觀人次卻能超過50萬。畫作的學術背景，超過藝術圈的其他任何一種創作媒材，而且報紙對畫展的專欄報導數量，也遠多於任何其他形式的藝術。它依舊是視覺藝術中最重要的一個分支。

第二，我著重在書籍、書籍收藏和藏書家方面。收藏書籍幾乎是和收藏畫作一樣古老的活動：例如十八世紀早期的倫敦拍賣行，經營書籍業務的業者數量多於銷售畫作的。英國和美國同時在即將進入本世紀前後期間，在兩家主要拍賣行之中，以經營書籍業務為主的一家開始偷偷潛入對手的專業領域。後來當依流行來取決種類的做法行不通時，仍是書籍拍賣讓這些拍賣行維持運作。我考慮書籍的最後一個理由是它們讓畫作收藏變成一種休閒活動。它們沒有很好的展示。書籍是一種比較沉靜的愉悅；它們要求讀者付出較多的努力，並放棄一些媚惑，而以哄誘的方式慢慢釋出其吸引力。沒錯，這正是它們的引人之處。結果，書籍的收藏史便以不同的速度進展，並牽涉到一些不同人。

第三，我注意到東方藝術的市場，它與其他兩個範疇不同之處，不僅在於其律動，而是在於它的基本假說。就拿傳統的中國繪畫來說，「大師」之所以受到尊重，乃是因其能輕易完成本身的工作。然而這會造成某種影響，亦即他可以在數分鐘之內，便完成一件公認的傑作。自此便可推演出一位真正的大師，可在其正常的壽命年限中，製作出數千件傑作。這混淆了以罕見與品質有必然關係的西方觀念；這是一個美學方面的問題，但這對市場來說也有重大的言外之意。再者，納入東方市場更務實的理由為近年來，遠東的經濟是全世界最成功的，現在香港已擠下瑞士，成為排在紐約、倫敦之後的第三大藝術拍賣中心。1990年代初期，東京便開始排定定期拍賣會，所以這是個榮景可期的地區。

*

*

*

有些讀者可能會對本書的編制感到驚訝。藝術界和其他人類活動範疇不同，兩次世界大戰並未成為讓它長期改變的催化劑。在第一次大戰期間，

不僅巴黎的買賣業全盤瓦解，就算藝術本身亦如此，因為好幾位畫家（諸如布拉克〔Georges Braque〕）因參戰而受傷。倫敦也沉寂了一段時間，但是紐約卻有數家畫廊於1914和1915年間開張。巴黎於二次大戰期間再度受到重創，但是尤摩弗帕勒斯（Eumorfopoulos）的收藏品卻於倫敦最黑暗的時期進行拍賣，而且到了1945年，蘇富比的財務狀況卻反常的直接受惠於戰爭，比它在1939年的時候還要好。在紐約，歐洲的流亡人士和美國本地人一道建立起抽象表現主義運動及其周邊的商業架構。

當現代藝術市場在1880年代早期開始以後，第一個真正的方向改變是在1929年華爾街開始崩盤之後。雖然1930年代、40年代和50年代早期，都有一些很精采的拍賣會及很棒的買賣交易，但是和更早一點相比，或是1990年之前的三十年間，在1929至1957年的這段時間便顯得黯淡無光。偉大的買賣業者——杜維恩（Joseph Duveen）、佛拉（Ambroise Vollard）、金培爾（René Gimpel）、費內翁（Félix Fénéon）——去世，美國的拍賣行開始衰退，而且二次世界大戰即將開打的陰影，幾乎和戰爭本身一樣猙獰。生活一直沒有真正恢復正常，或是重現1929年之前的榮光與魅力，直到1957年，有四場重要的拍賣會開啟了我們現在所知的印象主義榮景。威爾森（Peter Wilson）接手蘇富比，瓦丁頓（Victor Waddington）自愛爾蘭搬到倫敦的柯克街（Cork Street），卡士德里（Leo Castelli）終於在曼哈頓開設自己的畫廊。當代藝術市場以我們現在所熟悉的形式出現。因此本書也規劃為三部分。

*

*

*

我首先要感謝居功厥偉的紐約佳士得董事長柏格（Christopher Burge）。雖然有好幾位同僚不斷警告他，再加上對手蘇富比的混淆視聽，為了本書第一章的內容，他還是史無前例的讓我進入一場主要拍賣會的「後台」。我們所選擇的是1990年5月15日在紐約舉行的拍賣會，這場印象派與現代作品的拍賣會也囊括了梵谷的〈嘉舍醫生的肖像〉（Portrait of Dr. Gachet）。從這場拍賣的結果來看，創下一項世界紀錄的價格，無論他或是我都可以偽稱自己有遠見。但其實純粹是運氣好。

接著我要感謝的是好幾位作者，我已厚著臉皮多次引用及改述他們的

著作內容。一般而言，美國的藝術市場歷史的詮釋狀況較其他地區為佳。沙里寧（*Aline Saarinen*）在《驕傲的持有者》（*The Proud Possessors*，紐約：藍燈書屋〔Random House〕，1958）一書中，以豐富的故事，而非大量的傳聞軼事來描繪美國的重要收藏家。湯納在《高雅的拍賣官》（*The Elegant Auctioneers*，紐約：希爾與王〔Hill & Wang〕，1970）一書中，對美國藝術協會（American Art Association）、安德森畫廊（Anderson Galleries）及帕克·伯尼特（Parke-Bernet）的描述，不僅十分有趣而且很精采。雖然他並未提供出處，我也聽過一些對其正確性的抨擊，但截至目前為止，它仍是最佳的報導。（本書於湯納（Towner）先生過世後，由法柏〔Stephen Varble〕完成）。在英國方面，赫曼（Frank Herrmann）的《蘇富比：拍賣行側寫》（*Sotheby's: Portrait of an Auction House*，倫敦：夏朵與溫德斯〔Chatto & Windus〕，1980）嚴謹且無所不包；費斯（Nicholas Faith）的《出售：藝術市場的革命》（*Sold: The Revolution in the Art Market*，漢彌頓〔Hamish Hamilton〕，1985）則是對這家公司近年的歷史有出色描述。這本豐富而詳盡的書應該要更受到大家矚目，尤其是在美國，奇怪的是佳士得的歷史卻鮮少見於記載。所有二次大戰前的報導全都沉悶而不完整。赫伯特（John Herbert）的《佳士得內幕》（*Inside Christie's*，倫敦：哈德與史道敦〔Hodder & Stoughton〕，1990）是其中最佳者，但內容僅限於1958至1985年，亦即他待在這家公司期間。阿蘇林（Pierre Assouline）的《藝術人生：卡恩韋勒傳》（*An Artful Life: A Biography of D. H. Kahnweiler*），原本是以法文的《藝術之人》（*L'Homme de l'Art*）出版（巴黎：巴拉德出版社〔Éditions Balland〕，1988），這是針對單獨一位藝術買賣業者最好的一本書，雖然金培爾的《一位藝術買賣業者的日記》（*Diary of an Art Dealer*，紐約：法瑞、斯崔斯與吉羅克斯〔Farrar, Straus & Giroux〕，1966）更貼近主角本人，也更有趣。格蘭普（William Grampp）的《為無價之寶定價》（*Pricing the Priceless*）是另一本應該受到矚目的書籍，尤其是在歐洲。無論對早期的買賣業者或收藏家而言，狄斯塔（Anne Distel）的《印象主義：最早的收藏家》（*Impressionism: The First Collectors*，紐約：哈瑞·安布倫出版社〔Harry N. Abrams〕，1990）都是極其重要的一本著作。

最後，要踏入這個領域所不可獲缺的地圖則是瑞特林格（Gerald Reitlinger）的三巨冊《品味經濟學》（*The Economics of Taste*，倫敦：貝瑞

與洛克里夫〔**Barrie and Rockliff**〕，1960-70），以及呂居特（**F. Lugt**）的《藝術真品銷售目錄》（*Répertoire des catalogues des ventes publiques intéressant l'art au la curiosité*，海牙，1938）。

*

*

*

在準備本書的研究資料時，我以超過一年的時間來追蹤整個國際的藝術市場律動。我從自己居住的倫敦來到了紐約、洛杉磯、墨爾本、雪梨、香港、東京（兩次）、台北、聖摩里茲（**St. Moritz**）、蒙地卡羅、巴黎——而且當我回到倫敦時，差點就得上破產法庭。我在這些地方訪問買賣業者、收藏家和拍賣場的相關人員，而我也在文中切合重點的幾乎提到他們所有人。不過其中有些人不僅只是盡其本分而已。首先我要先感謝蘇富比負責遠東業務的執行副董，湯普森／朱湯生（**Julian Thompson**）。他為我指點了一條正確的方向，並協助安排採訪事宜。他公司的東京代表鹽見和子（**Kazuko Shiomi**）也提供我極大幫助，不僅讓我自由使用她的辦公室好幾天，還幫忙我翻譯、交通等事宜，而且讓我初次品嚐到壽司的滋味。

在紐約，我要感謝羅素（**Mimi Russell**）、傑克森（**Barbara Jacobson**）、卡士德里（**Leo Castelli**）、尤金·曹（**Eugene Thaw**，他指引我找到好幾項重要的資料來源）、布恩（**Mary Boone**）、艾蒙里奇（**André Emmerich**）、奧斯汀（**Gabriel Austin**）、史東（**Allan Stone**）、帝奇（**Jeffrey Deitch**）、蓋葛遜（**Larry Gagosian**）、寇蒂斯（**Jeannie Curtis**）、卡普（**Ivan Karp**），還有佳士得的全部員工。來自蘇富比的則有菲利浦（**Diana Phillips**）、韋格曼（**Matthew Weigman**）、布魯克斯（**Diana D. Brooks**）、馬瑞昂（**John Marion**）、阿斯利（**Michael Ainslie**）、陶勃曼（**Alfred Taubman**）、納許（**David Nash**）。我還要感謝柯馬斯基（**Werner Kramarsky**）、米勒（**Robert Miller**）、休斯（**Fred Hughes**）、庫柏（**Paula Cooper**）、布魯克斯（**Richard Brown Brooks**）、史瓦茲（**Estelle Schwarts**）、法林頓（**Andrea Farrington**）、魯賓（**Lawrence Rubin**）、黑格爾（**Inge Heckel**）、希爾（**Fred Hill**）。尤其得謝謝我在藍燈書屋的編輯。

至於協助我在澳洲研究計畫人士，我要感謝費婁斯（**Phyllida Fellowes**）、查爾斯與卡洛琳·班遜（**Charles and Caroline Benson**），以及

葛蘭特與迪·賈傑曼 (Grant and Di Jagelman)。還有蘇珊和羅伯特·桑斯特 (Susan and Robert Sangster)、艾爾文 (Rex Irwin)、麥克葛拉斯 (Sandra McGrath)、普伍司 (Anne Purves)、迪金斯 (Lauraine Diggins)、溫澤爾 (Tony Wenzel)、莫拉 (Georges Mora)、布朗 (Joseph Brown)、李維斯 (Ann Lewis)、安德森 (Warren Anderson)、布里克利 (Robert Bleakley)、塞德勒 (Penelope Seidler)、奧克斯利 (Tony Oxley)。香港的羅啟妍 (Kai-Yin Lo)、埃斯坎納茨 (Giuseppe Eskenazi)、鍾立郎 (Chung Lee-Ron)、T. T. 崔 (T. T. Tsui)、加弗瑞 (Gerald Godfrey)、金 (Warren King)、莫斯 (Hugh Moss)、約瑟夫·陳 (Joseph Chan)、金斯利·劉 (Kingsley Liu)、安德魯·賴 (Andrew Lai)、羅伯特·張 (Robert Chang)、歐百齡 (Au Bak Ling)。東京則有藤井一雄 (Kazuo Fujii)、世津悅子 (Etsuya Sasazu)、巖攝 (Iwao Setsu)、長谷川德七 (Tokushichi Hasegawa)、石黑次郎 (Kojiro Ishiguro)、小林秀人 (Hideto Kobayashi)、歐登睦美 (Mutsumi Odan)、多田紗希子 (Sakiko Tada)、赤荻綾子 (Ayako Akaogi)、莫瑞與珍妮·賽爾 (Murray and Jenny Sayle)、山本進 (Susumu Yamamoto)、平野正紀 (Masanori Hirano)、下瀨規嗣 (Noritsugui Shimose)、藤井芳子 (Yoshiko Fujii)、石川洋 (Hiroshi Ishikawa)、矢野純一 (Junichi Yano)、馬克·蒂皮茨 (Mark Tippetts)、小林康弘 (Yasuhiro Kobayashi)、兒玉有希子 (Yukiko Kodama) 與鈴木紀夫 (Norio Suzuki)。瑞士則為庫利艾爾 (François Curiel)、法蘭克 (Inez Franck)、阿曼 (Thomas Ammann)、瑞納 (Nicholas Rayner)、班奈特 (David Bennett)、馬希 (George Marci)、斐痕菲德特 (Walter Feilchenfeldt)。在巴黎則有勞德莫 (Guy Loudmer)、馬塞提 (Marzina Marzetti)、特爾昆 (Eric Turquin)、納宏 (Marianne Nahon)、德費 (Alan De Fay)、朗薩德 (Mari Lanxade)、馬馬尼 (Brigitte Mamani)、皮卡德 (Thierry Picard)、羅伯特 (Vivienne Roberts)。

在英國，我特別感謝依莉莎白和安東尼·史坦貝利 (Elisabeth and Anthony Stanbury)，以及下列幫助過我的英國業界人士：瓦丁頓 (Leslie Wadington)、納鴻 (Peter Nahum)、歐斯普 (Charles Allsopp)、福特 (Fiona Ford)、桑馬斯 (Martin Summers)、科科倫 (Desmond Corchoran)、梅林頓 (Rodney Merrington)、瓊斯 (Derek Johns)、波斯奈

特 (David Posnett)、凡赫夫特 (Johnny van Haften)、瓦爾斯 (Raphael Vals)、凱弗恩 (Roger Keverne)、安斯利 (Noel Annesley)、戴維斯 (Roy Davids)、弗里曼 (Arthur Freeman)、埃斯坎納茨 (Giuseppe Eskenazi)、斯塔克 (Julian Stock)、山葛里 (Franco Zangrilli)、龐德 (D'Esté Bond)、米歇爾 (Peter Mitchell)、華特森 (Gordon Watson)、吉布森 (Thomas Gibson)、基廷 (Billy Keating)、奈維爾 (Angela Neville)、彌爾頓 (Giles Milton)、梅鐸 (Arabella Murdoch) 與傑 (Julia Jay)。兩位在倫敦《觀察家》(Observer) 工作的同僚，馬可斯 (Melvyn Marckus) 和蘇利文 (Loranna Sullivan) 非常幫忙。我也要特別謝謝我在倫敦的編輯柯翰 (Richard Cohen) 和雪梨 (Paul Sidney)。視覺藝術圖書館 (Visual Arts Library) 的工作人員則是在圖片研究方面提供協助，尤其是達斯 (Celestine Dars) 和格林 (Susan Green)。

上述任何一位人士皆無須為本書任何錯誤負責。我一直利用維多利亞和亞伯特博物館 (Victoria and Albert Museum) 的國家藝術圖書館 (National Art Library)，還有依舊是個舊式珍寶的倫敦圖書館 (London Library)，我對這兩家圖書館內的工作人員也滿懷感謝。

我也很感激劍橋三一學院 (Trinity College) 的米歇爾博士 (Dr. Brian Mitchell)。歷史統計權威米歇爾博士很好心的準備了附錄B的對照表，好讓我們將過去的價格換算成現在的價值。並將表格的基本要點列在附錄內。

當我開始為本書進行研究工作時，1英鎊大約相當於美元1.70元。當我著手著述時，有時匯率甚至會高達£1=\$1.97，幾乎是不到幾個小時，便有一分錢的變動。因此為了將過去的價格換算為現今的英鎊價值，我則是取中間值的一個整數作為換算匯率，£1=\$1.85。這些換算值都是大約的數字，為方便讀者瞭解這些東西過去的價值，所有的案例都是取最接近的整數，而不是專業經濟學家所希望的那種精確計算。

*

*

最後，我要特別感謝數位學者與買賣業者，以及幾本早期著作的作者，他們皆協助審閱部分或全部手稿，以校正錯誤並提出改進意見：英國藝術市

場歷史權威赫曼（**Frank Herrmann**）給予我極大協助，一如他過去幫助其他作者一般；湯金斯（**Calvin Tomkins**）、瑞夫（**Theodore Reff**）、狄斯塔（**Anne Distel**）、陶勃曼（**Alfred Taubman**）、杜希（**Robin Duthy**）、辛浦森（**Colin Simpson**）、費斯（**Nicholas Faith**）。他們任何一位皆無須為本書任何錯誤負責。

*

*

*

我的目的是製作出第一份現代藝術市場發展的整合紀錄，或許這相當令人意外。值此同時，我亦努力仿效上述美國作者的風格，寫一本有許多好故事的書籍，而非僅是些趣聞軼事而已。雖然拍賣場佔據了現今新聞媒體與電視的注意力，但是最有趣和最具影響力的人物，無論是在智識上或所謂的品味方面，幾乎總是些買賣業者或收藏家。或許藝術品買賣業者是最自我矛盾的人物。他們是最誇張的業務人員、挑剔的學者、迷人的騙子，本書中有足夠說明這一切的故事。對我來說，足以總結藝術市場的無盡張力，並能夠捕捉到哀婉動人的藝術家與這崩索舉動間的平衡點，大概非藝術品買賣莫屬，希特威爾（**Osbert Sitwell**）所講述的希克特（**Walter Sickert**）的故事，便是讓這個行業極具吸引力的典型特色。希克特去游泳，當他碰到某人時已離開海岸有段距離，而水深已開始讓那個人感到不安。希克特一看到那個人便立刻認出他是位藝術品買賣業者，而且他在數月之前曾承諾要買數幅畫作，但卻未兌現。於是這位藝術家便深深吸了口氣，潛進水中游到那個人旁邊。他還選在一個浪頭打來的時刻踢出水面。希克特像一條自深處躍出的大蛇般出現在他面前，並像一頭憤怒的怪獸大吼著，「現在你要買我的畫作了嗎？」

前言

像個商業概念般美好

對某些人來說，在同一本書裡談論到藝術與金錢，便已是大逆不道，該判絞刑了，更不用說將它們相提並論。對他們而言，金錢就好似某種財政脫葉劑；把它放進藝術界的脆弱花朵裡，不一會兒就會變成一片荒地。或許我們也不用過於訝異。正如幾乎任何一位能夠操作文字處理機的人都曾在其書中指出，美術館已成為現代城市生活的新教堂。所有宗教皆有其基本教義派人士，一場備受好評的晚間拍賣會對他們來說，絕對像是一場擺上所有裝飾品的安魂彌撒。他們可以援引的案例不勝枚舉。最著名的便是杜象（**Marcel Duchamp**）鋒利的言辭——尤其他形容藝術買賣業者是「藝術家背上的蝨子」，他還說是必要的蝨子，但蝨子畢竟是蝨子。另一位批評者布雷克（**William Blake**）抱怨道：「只要看得到金錢的地方，藝術便無法繼續。」顯然這是英國浪漫主義派人士的普遍想法，因為沃茲華斯（**Williams Wordsworth**）也有這種觀念。「上天反對這種智識。仔細計較盈虧。」即便是身為小說家，德瑞弗斯（**Alfred Dreyfus**）擁護者暨藝評家的左拉（**Émile Zola**），也對買賣業者心存疑慮。他在描繪馬內（**Edouard Manet**）與印象派人士世界的《作品集》（*L'Oeuvre*）中，貶損買賣業者梅格拉斯老爹（**Père Malgras**），這個虛構的角色是以真人湯吉老爹（**Père Tanguy**）為範本，小說中的旁白說道：「身為一個超級騙子，他可謂無人能出其右。」

這種態度的起源極早。一幅十七世紀的版畫內容為一名拍賣官正拍一幅風車的畫作。不過當時那些挑剔的鑑賞家們——拍賣官、買賣業者和收藏家之輩——都沒人注意到那座風車上下顛倒。事實上當時的鑑賞家們不像現在這樣備受尊重。另外有一幅1770年代的版畫，則是一群收藏家一派嚴肅地檢視一個夜壺，旁邊還有一隻狗在象徵學習的一堆書籍上尿尿，其他人卻都對此視而不見。當年就和現在一樣，傳遞出同樣的訊息：藝術市場很腐敗。

本書中倒沒有這種胡扯。藝術向來是可以買賣的，至少古代的羅馬就是如此，朱利亞（**Saepta Julia**）就是當時於龐德街（**Bond Street**）或麥迪遜大道（**Madison Avenue**），為了要把希臘老傑作賣給羅馬新貴而破產前的丹馬希普斯（**Damasippus**），在他的世界裡就跟卡士德里（**Leo Castelli**）一樣傑出。就每一個布雷克或杜象來說，另外一邊都有一位同樣卓越的藝術家。雷諾瓦（**Pierre-Auguste Renoir**）就是其中之一。他告訴一位仰慕者，「只有一項指標可以說明畫作的價值，那就是拍賣場。」我們也曉得林布蘭（**Rembrandt Harmenszoon van Rijn**）熱愛「他的自由、藝術和金錢」，而且恐怕尤以金錢為甚。他學會了保持其版畫的價格，而在拍賣會上向上出價，其學生也會在地板上畫些錢幣，試試他是否會彎下腰來撿錢。瓦薩利（**Giorgio Vasari**）在其《美術家列傳》（**Lives of the Artists**）中，便是一位早期的寫實主義者。「索多瑪（**Sodoma**）說他的畫筆是隨著金錢的旋律而舞」。而佩魯吉諾（**Perugino**）「為了錢，什麼都肯做」。雷諾茲（**Sir Joshua Reynolds**）則是將他的藝術和收入緊密的結合起來：整幅都由他完成的肖像，其索費為僅由他繪製頭部作品的四倍。

藝術與金錢之間的關聯既緊密又長遠。藝術品買賣雖不是最古老的行業，但也是存在已久。但這不只是年代或長壽的問題。正如藝術市場史所顯示的一樣，買賣業、經濟、政治和法律，全在品味發展中扮演著重要的角色——至少和收藏家所扮演的角色同等重要，他們畢竟是經濟和政治事件的主體。誠如何納（**Richard Hermer**）（當時是在柯納菲（**Colnaghi**）公司）所指出，買賣業者處於取得貝倫森（**Bernard Berenson**）所鍾愛的「有形價值」的最佳位置。而且：「所有以前的偉大藝術史學家幾乎都與商業的藝術世界有密切關聯，也不是沒有原因的。這為他們的工作注入一股實用以及經濟方面的活力。」雖然有關收藏方面的歷史比買賣方面多上許多，實際上這樣的歷史卻漏了一個主要的元素。本書意在補足這一部分。藝術品的價格並非其中最重要的項目，也不是這方面歷史上最重要的面向，但卻是一個不可忽略的環節。

不過，面對眼前的藝術與金錢的問題是一回事；接受藝術市場——買賣業者、收藏家、拍賣場——本身的價值又完全是另外一回事。藝術世界極其勢利；更確切的說，在智識方面的勢利眼更是無出其右者。

那麼讓我們從頭開始娓娓道來。一家「藝廊」，亦即「藝術畫廊」，並非一個學習的避靜之所，而是一個炫耀顯貴氣息的地方。一家畫廊便是一家店鋪。或許在巴黎，或是倫敦的聖詹姆斯區（St. James's area），它可能會襯上錦緞，倘若它是在曼哈頓的蘇活區或倫敦的寇克街（Cork Street），它可能就有白色塗料，它那純樸、雪白的牆面，就像珊列丹（Pieter Saenredam）的斯巴達式教堂的十七世紀內裝，但無論是何種教派，這些小教堂仍舊是商業的後宮。

畫廊的客戶事實上就是顧客。「收藏家」只是一個比「客戶」更有錢的字眼。收藏家在歷史上向來被視為是一種優秀人士，值得尊重，有教養，是品味的領導者暨頗具資產的人士，但也不要過分誇張這樣的情況。過去和現代的藝術品客戶中，有許多人確實很有教養，有時甚至是品味的領導者，但時下「收藏家」這個字眼已被貶低為一個笑話。收購曾經屬於戴假髮男人的餅乾罐並非一種收藏；一堆有著考古學家那種嚴肅特質的搖滾樂紀念專輯並非什麼收藏；聽信拍賣行的意見而儲存Swatch手錶也不是收藏，這些舉動純粹是一種購物形式，就算花費大筆金額也不會變成一種收藏。假使你在位於曼哈頓、墨爾本或米蘭的公寓裡，擺滿了雷諾瓦、畢沙羅（Camille Pissarro）、烏拉曼克（Maurice de Vlaminck）和尤特里羅（Maurice Utrillo）的作品，只因為其他和你一起喝香檳的人都這麼做，這也不會讓你成為一個收藏家；只會讓你變成一個盲從者。收藏家和購物者的差異——確實存在的——是個極為重大的歧異，這會隨著本書的鋪陳而逐漸浮現出來。

但毫無疑問地，依據藝術市場準則，比「畫廊」或「收藏家」更受到濫用的兩個最變幻莫測的字眼便是「美」與「獨特」。不過有一點很重要，那就是得瞭解這兩者皆為商業概念，非關哲學或美學。我早在數年前就完全體悟到這一點，那天下午我人在倫敦聖詹姆斯區的一家小畫廊裡。當時我站在一位買賣業者身旁，而我們正在看一幅波隆納畫派（Bolognese school）的油畫。這幅畫中有幾位裸女，而且最主要那一位的手指形狀像香蕉，臀部和水牛相較也毫不遜色，還有一個鮮紅色的鼻子。那位買賣業者轉向我，並以敬畏的語氣小聲說道：「那不是很美嗎？」我實在很慚愧，只能嘟囔幾句不著邊際的話便逃之夭夭了。那個有著紅色鼻子和香蕉手指的輕佻女子，實在不比一場路邊的車禍更美麗。不過，她卻讓我開始深思。商業上的美麗概念的

彈性還真大啊。繼佛洛伊德(Sigmund Freud)之後的科學革命,已極盡全力灌輸我們一個觀念,那就是世上沒有真正的客觀這回事,一切有關詮釋、瞭解之類的事實,端賴觀察者個人的歷史背景;所謂的美乃存在於當事人眼中。近期的藝術史顯然支持這種看法。一開始,印象主義、野獸派和立體主義都是些藉以嘲弄的名辭,就像辱罵的髒話一樣。但是歷史卻又轉身攻擊那些嘲弄者。某個世代認為醜陋或荒謬的事物,下一個世代卻認為很美麗。近期的歷史不僅非常重要,而且也被買賣業誤用。一般的客戶往往因誘導而相信他所認為醜陋至極的東西,其實是一種被自己忽略了的微妙暨美好形式。他還會受誘使而認為只要假以時日,自己和其他每個人都會看到被鎖在那個即將出售的醜陋物件裡的美麗。

當然,知識和美學確實相關,而且還非常緊密,任何一個因瞭解而學會喜愛歌劇的人,都能證實這一點。但是這絕非買賣業者經常說的那樣,現在看起來醜陋的東西,明天就不會醜了。買賣業者當然是在努力營造一個市場,為他們能夠提供的作品創造需求。在這個遊戲裡,越是無法量化和無法具體化的美麗就越好。

事實上大家對於美這個主題的觀感算是相當一致,而且其程度也超出許多人的認知。本書中還有一個同樣重要的主題,那就是被視為偉大藝術與昂貴藝術之間的關聯。任何對此抱持懷疑的人都應該讀一讀鮑尼斯爵士(Sir Alan Bowness)的「紐拉斯」(Walter Neurath)講座內容《成功的條件:現代藝術家的成名之道》(*The Conditions of Success: How the Modern Artist rises to Fame*),1989年出版。倫敦泰德藝廊(Tate Gallery)前館長鮑尼斯概括論述了四個藝術學派的成名過程:亦即前拉斐爾兄弟會(Pre-Raphaelite Brotherhood)、印象派與後印象派、抽象表現主義,以及聚集在霍克尼(David Hockney)周圍的倫敦學派(London School)畫家。鮑尼斯列舉出每個案例步向成功的四個階段過程。第一個為同儕的認同,其他藝術家將某位同僚視為重要人物;第二階段則是嚴厲藝評家的認同;第三階段是受到收藏家和買賣業者的認同;最後才是一般民眾的認同。

鮑尼斯的演講描繪出一個理論過程的輪廓,但文中卻顯然暗示著某種爭論:亦即美學、美和價格多少有著攜手並進的關係。受到尊重和被視為重要的藝術家,亦即其作品以創新和美麗而備受推崇,便會成為最昂貴的。更