

Shanghai Artist

上海艺术家

2003 4/5

上海艺术博览会画廊邀请展特辑

ISSN 0257-5639
08
9 770257 156303

Shanghai Artist 2003/4/5

Shanghai Art Exposition Special Issue of Invitational Gallery Exhibition

Sponsor · Assistor · Congratulator 3

Forward 4

Preface 5

Varied Comments about "Gallery" 6

Gallery's Culture Status and Living Space 10

A brief Talk of the Investment in Traditional Chinese Painting and the Art Market in China 13

Three Reporters Discussion 16

In the Pride of Gallery 20

Abstract Art and Gallery Trade Development 143

Retrospect and Prospect for Auction Market of Chinese Painting and Calligraphy 146

Take a View on Overseas Gallery 149

DaYu's City Sculpture 152

Copper Art Deco 154

Art Language Expoloration in Modern Weld Metal Sculpture 156

主 编 高春明

本 期 策 划 钱建群 王金海

责 任 编 辑 薛晓雁

编 辑 张 莉 吴凌云

林大明 向天观

封 面 设 计 张乐陆

装 帧 设 计 VITO 视觉设计工作室

统 筹 季玉珩 胡洪庆

编 务 顾鼎华 何双荣

广告发行经理 郭沪生

广告发行主管 朱卫嘉 吴树防

广 告 投 放 8621-64379526

广 告 证 3101044000352

主 办 上海艺术研究所

编 辑 出 版 上海艺术家杂志社

地 址 上海汾阳路112弄2号

邮 政 编 码 200031

电 话 8621-64377362

传 真 8621-64377362

E-mail shyishujia@vip.sina.com

5221/19.03

参展画廊名录

凡达利画廊
大朴堂画廊
大剧院画廊
北京世纪翰墨画廊
云峰画苑
北京艺森画廊
上海艺博画廊
上海风雅艺术
未来姿态画廊
兰莉画廊
东海堂画廊
上海申窑画廊
田青画廊
达达艺苑
华氏画廊
汲古斋画廊
北京华阳艺术
角度抽象画廊
山东沈学仁画廊
杰·画廊
广州国风堂画廊
视平线画廊
金色塔画廊
英杰画廊
河北油画家画廊
杭州金彩画廊
拉斐达画廊
苏州美术家画廊
浙江美术家画廊
海上山艺术中心
海莱画廊
望德画廊
黄来铎画廊
童心斋画廊
北京景平艺术
鼎杰画廊
韵画廊
煌杰画廊
嘉雨画廊
山东济南聚雅斋
德加画廊

Vantaly Gallery
DaPuTang Gallery
Shanghai Grand Theatre Gallery
Hanmo Gallery
WanFung Art Gallery
Beijing YiSen Gallery
Shanghai YiBo Gallery
Shanghai FengYa Art
Future Attitude Gallery
LanLi Gallery
DongHaiTang Gallery
Shanghai ShenYao Gallery
TianQin Gallery
DaDa Gallery
Hwa's Gallery
JiGuZhan Gallery
Beijing HuaYang Art
Angle Abstract Gallery
Shandong ShenXueRen Gallery
J·Gallery
Guangzhou GuoFengTang Gallery
Eye Level Gallery
Golden Tower Gallery
INKEL Gallery
Heibei Oil Painting Artist's Gallery
Hangzhou JinCai Gallery
La Vie d' Art Gallery
Suzhou Artist's Gallery
Zhejiang Artist's Gallery
HaiShangShan Art Center
Highlight Gallery
WangDe Gallery
HuangLaiDuo Gallery
TongXinZhai Gallery
Beijing JP Arts
DingJie Gallery
Yun Gallery
HuangJie Gallery
JiaYu Gallery
Shandong JiNan JuYaZhai Gallery
DEGAS Gallery

国内优秀画廊聚会 原创艺术精品荟萃

规范性 原创性 经典性 学术性

上海艺术博览会

画廊邀请展

指导单位

中华人民共和国文化部市场司

主办单位

上海文化发展基金会

协办单位

上海文广新闻传媒集团

文汇新民联合报业集团

上海宽视网络电视有限公司

本次活动由刘令华艺术专项基金资助

祝贺单位

上海东方文化发展中心

上海星期三报社

上海金门大酒店

狮王啤酒集团

上海南浦食品有限公司

中国艺术品网

上海英文星报

上海体育大厦

上海申美饮料食品有限公司

《上海艺术家》杂志社

上海艺术博览会组委会 上海市番禺路396号2楼 电话: 62838020

展出地点: 上海美术馆 展出时间: 2003年9月9日~9月14日

上海艺术博览会办公室将联合中国艺术品网在活动现场·

进行全程实况转播

欢迎登陆上海艺术博览会网站

www.sartfair.com 或中国艺术品网 www.cnarts.net

前言

FORWARD

我国的画廊业与艺博会几乎是同步发展的。于1997年创办的上海艺术博览会，至今走过七历程，目前已成为上海对外文化交流的标志性活动。上海艺博会的发展壮大，不仅生动地反映了近年来我国艺术市场的进步，同时也在艺术和广大民众之间架起了一座极具亲和力的桥梁，对城市文化底蕴的建设，普及引导艺术品购藏，提高大众艺术素养和陶冶情操起到了积极的推动作用。

本次由上海文化发展基金会主办的“上海艺术博览会画廊邀请展”，是将于今年10月28日—11月2日在上海世贸商城举行的2003（第七届）上海艺术博览会的一次预展活动。其举办宗旨是：总结回顾上海艺术博览会与画廊共同成长发展历程，检阅国内画廊阵容，繁荣艺术市场，规范市场运作，促进业行交流，展示艺术精品，引导艺术购藏。

我们由衷高兴的是，被邀请参加本次活动的单位，是中国画廊业中的佼佼者，代表着我国画廊业的主流方向。其中，既有改革开放初期涌现的优秀画廊，又有近年来在上海、北京、广州、杭州、河北、山东等中国画廊业重镇中新诞生的高品质画廊，整体水准较为齐整。同时，这些画廊

也是上海艺术博览会的积极支持者和参与者，为打造上海艺博会的品牌作出了贡献。更值得我们赞扬的是：这些画廊虽然有着各自不同的经营理念，代理着不同风格特点的艺术家的作品，但作为艺术品市场的主体，他们在经营中旗帜鲜明地坚持规范运作，努力培育艺术市场，为广大艺术收藏者提供了众多的艺术真品与精品。他们为中国艺术品市场的开拓与发展，民族艺术的继承和弘扬，外来文化的传播和交流，作出了自己不懈的努力。

为充分体现画廊自身的品牌水准和品位追求，参加本次活动的画廊经过精心策划与准备，推出了一大批风格迥异、流派纷呈的艺术精品。参展作品中，不仅有前辈艺术大家的力作，还有杰出的中青年艺术家探索性的优秀作品，为艺术批评家和不同层面需求的艺术品收藏者提供了难得的批评参照和购藏机遇。

本次活动是国内艺博会中的首创，力图将公益性、原创性、规范性融为一体，既是一次探索与尝试，也是对艺术市场规范化程度的追求。我们希望艺术批评家、广大艺术爱好者和购藏者能从本次展览中领略到我国画廊业的风采，感受到当今艺术市场蓬勃向上的气息和所蕴藏的潜力，并能满载而归。

方增先

上海美术家协会主席

上海美术馆馆长

上海艺术博览会艺术总监



序

已有七年历史的上海艺术博览会，促进了上海艺术市场的蓬勃发展。博览会早已成了沟通艺术家、画廊和广大艺术品爱好者之间的桥梁，对提升市民的文化素质、陶冶人们的思想情操、促进城市的文明建设起到了很大的推动作用，也为规范艺术市场作出了贡献。

此次举办的“上海艺术博览会画廊邀请展”将是一次回顾、总结、展望的盛会。我相信本着公益性、学术性的宗旨，本次邀请展将开创上海艺术市场健康繁荣发展的新局面。

方增先

2003.8.

众说纷纭话“画廊”



钱建群

主持人：钱建群(上海艺术博览会办公室主任)

在我国，画廊业和艺博会的发展几乎同步而行。1993年，文化部在广州主办首届中国艺博会，点燃了我国艺术产业之星火，画廊作为艺术市场不可或缺的主体部分，从此如燎原之势，在我国沿海城市迅猛发展。而上海，经过一番苦心筹备，于1997年创办了首届上海艺博会，之后便激起上海画廊业的大发展，这是中国艺术市场成长历史中极为生动的一幕。

弹指一挥间，如今，我们共同走过了艰苦和喜悦相伴随的十年！

当我们以挑战的步伐去完成欧美国家用了百余年时间走过的发展历程时，显然有其自身的特点和由此带来的不足。然而在中国，充满潜力的艺术市场发展态势，正在进一步呼唤和推动着画廊与艺博会结成互动、互助、互补的事业发展同盟。而相信今后的发展历程，也将再次证明了这一点！

在十年后的今天，由上海艺博会组织邀请全国42家优秀画廊结集于沪上，展其雄姿，抒其宏志，壮其声势，图其发展。为此，热心于中国艺术市场发展的志愿者们，在此畅言，各抒己见，特编此辑。

中国画廊任重而道远

沈根林(上海文化发展基金会办公室副主任)

画廊，一道亮丽的文化风景线；画廊，一个魅力的窗口。

画廊的社会美育功能，在于具备带动艺术潮流的力度，将艺术家引领于大众面前。画廊的商业功能，在于把艺术家发掘出来，将艺术品引入市场。画廊是联系艺术家、收藏家和观众的纽带，在整个文化产业中，画廊

是一个重要的组成部分。

当我们看到一幢幢拔地而起的高楼大厦和一片片空白的墙壁时，就能切身感受到中国各层次艺术品的巨大需求。新兴的产业

阶层与白领阶层日益崛起，他们无论在资金能力、文化水准、审美结构上都已有了准备，乐于接受充满活力与新意、具有挑战性的当代艺术，他们的年龄与知识背景决定着他们与中国当代艺术的亲和力。中国当代艺术市场潜力巨大，中国当代艺术已成为国际艺术市场的“新大陆”。

全球经济一体化，中国加入WTO，资本流通的自由化，国际性画廊以及艺术投资机构窥视已久，跃跃欲试，没有人会放弃中国这个庞大的市场。中国画廊不积极应对，再不动，无论从商业机会的角度讲，还是从文化责任而言，我们绝没有理由错失这个历史所赋予的时机。

中国画廊任重而道远。中国画廊必须迈出更新换代的步伐，跟随时代，才能在激烈的竞争中取得真正意义上的成功。



沈根林

中国艺术投资市场一瞥

朱旭初(美术评论家)

现从全国范围来说，投入购买艺术品的总资金的绝对数已相当可观，但是这些不足以说明中国已形成艺术市场或艺术投资市场。从质量上看，这些“艺术品”绝大部分都是用于室内装饰或礼物馈赠的消费品，所以因其艺术品质的特点不具备可作为财富载体的艺术品的可靠性。

而且当前处于初级阶段的艺术市场，其价格体系相当混乱，平均价格普遍高于、有的甚至远远高于国际市场（因而导致大量已流出海外的古代艺术品重回故土）；



朱旭初

且不少藏家喜欢追逐拍卖热点，什么有名买什么，使收藏难以形成体系。

中国尚未建立真正的艺术市场的最主要原因是因为：中国的金融界与集团资本至今尚未介入艺术投资市场，而真正的艺术投资市场和金融家、实业家、财团之间有着密切的关联。世界上最大的公司或其他形式的资本集团大多不同程度地涉足其中，而且投入往往是相当巨大的。比如美国盖提石油公司，设立了三十亿美元的艺术基金；日本的“安田保险”、“奥托玻利斯”以及“大昭和制纸”共投入二亿美元购入梵高、毕加索与雷诺阿等几件作品。纵观欧美或东南亚的发达国家艺术投资市场的发展过程，几乎无不沿此路而来。

中国加入WTO以后必将导致境外金融资本、股市资本、保险业资金的逐步进入，这不排除他们与国内资本集团一起来重建中国艺术投资市场的可能性。如果这个假设成立的话，目前现存的“艺术市场”必将面临整改、转型、资金重组等一系列的挑战和机遇，原先的投资家们手中的“藏品”亦将经受新市场的考验，他们原先投入的资金非常可能将大幅度地贬值，但在同时，相信也会有一批新的艺术投资家与收藏家将会涌现。

艺术品收藏与投资一般有三要素：艺术家、收藏家（也即投资家）、艺术主持或策划专家（包括艺术家经纪人、艺术史专家、鉴定家、评论家等）。

中国目前有很多艺术家，但哪些是优秀的、有潜质的，这就需要有非常熟悉艺术史与艺术鉴赏能力的艺术策划专家来发现、包装与推介。只有能进入艺术史的艺术家、经得起时间考验的作品才有资格成为财富增长的载体，才能充当资金运作与社会财富再分配的筹码。所以找到这样的人对投资家们十分重要。德国巧克力大王彼得·路得维希，就极信任他的艺术策划专家利奥·克斯蒂里，从1964年开始，路得维希通过克斯蒂里买进大量美国现代艺术作品。虽然这些艺术家当时在美国并不起眼，甚至颇遭蔑视与误解，但他坚信总有一天美国要从德国和他手上买回这些作品。果然，大约二十年的功夫，美国人用几百倍的价格大规模地收购他的藏品。

此外，中国目前的真正的收藏家还相当少，从益处上看：正因为如此，能先走一步，也就是比较容易以较低的价格收到好作品，目前的竞争尚不激烈；缺点是：因为人少，艺术市场的格局就难以建立。所以培养与发展收藏家是一件重要工作，要有步骤地采取相应措施。

我认为最有价值的三大艺术投资方向是：一、古代艺术，二、当代名家，三、现代艺术。

古代艺术已经过历史考验，是可靠的价值载体，而且已构成成熟的价格系统。然而由于真伪问题的风险以及投资数巨大而利润空间较小。

在古代艺术与现代艺术之间有一个很大的层面，即本世纪初至今的所谓各大名家，这是目前藏家与媒体（包括拍卖行）最热衷的部分。价格昂贵，但多数名不副实；从中国艺术史的角度看，以绘画为例，传统意义上的中国画到了清中期已达到顶峰，以后便走向穷途末路。近百年来，中国艺术家们一直在传统与创新、守法与求变之中苦苦挣扎，齐白石、吴昌硕可谓是最后的回光返照，但绝大部分都不过是传统序脉下的细枝末流而已，但他们占据了学院、画院等正统地位，貌似强大，但很快就会被历史忽视与淡忘。

值得注意的是现代艺术，这是中国艺术的未来，是中国艺术近百年来苦苦挣扎开始呈现希望的一代，也是具有投资价值一代，而且目前它们在国内尚未被充分关注，有的虽已在国际上初露头角，但总的说来还是价格较低，是很有潜力的“原始股”，今后在国内国际市场上必将成为卖点。建议尽力去发现那些尚未知名或知名度尚不够的优秀画家，收藏他们的作品，有计划有步骤地去研究与包装他们，并在世界范围内将他们逐步推出。



陈强

要为艺术品市场搭一个艺术咨询平台

陈强（中国艺术品网首席执行官）

在现代社会中，信息已经渗透到了人们生活的各个方面，信息被人们公认为是一个重要的资源。艺术市场的信息包括艺术市场的组织结构、行情变化、竞争状态、市场容量、品质规格等方面的内容。获得广泛及时的信息是艺术市场良性化运作的有效保证。一般的艺术市场往往因为没有相应的信息渠道而难以获知同样对于艺术投资者而言，艺术市场没有提供全面的艺术信息，他要想依靠自身的能力来全面掌握艺术市场信息也几乎是不可能的。那么这些缺陷却可以通过艺术咨询来弥补。

艺术咨询是艺术相关领域的专门信息网络,通过这些信息网络就能够迅速而广泛地收集、掌握与艺术市场相关的各种信息,由此为艺术咨询者提供快捷的信息服务;同时由于咨询网络信息的完善,通过对大量的艺术信息作甄别与梳理工作,它所传递出的市场信息往往能够较为准确地反映艺术市场的行情、动态,为艺术咨询者的投资决策提供科学的依据。

艺术咨询能够为艺术投资者提供艺术专业化服务,使艺术市场更加规范化,艺术投资更加理性化。因此,艺术咨询中不仅要体现极强的艺术专业知识,而且对该领域的市场交易规则、法律程序和交易技巧要有相当的了解,这样才能够利用自身优势,为咨询者提供诸如市场调研、背景调查、估计评测、真伪鉴别、法规咨询等多种专业化的咨询服务,使艺术投资者在艺术市场中有效地规避风险。

艺术咨询可以为艺术市场提供客观而公正的市场投资策划。艺术咨询有它一定的规范性,它不能直接参与具体的艺术交易,也无权代理委托进行艺术交易谈判,这样一来无疑有效地保证了艺术咨询的客观性和公正性,使艺术市场和艺术投资人之间更加有透明度。艺术咨询中所提供的艺术品市场价格一般都受到国家有关部门的监督,同时对价格与艺术投资风险作预测评估,根据一定的科学与学术依据而进行有效的信息服务。

互联网的出现使21世纪的信息传播发生了新的变化,它带来信息传播的优势是显而易见的,随着网络的延伸到千家万户,它突破了地域的限制,超越了时间和空间,能在第一时间里出现在世界各地,它的信息拥有量是最大的,所以建立一个互联网艺术咨询平台对艺术市场和艺术投资者来说都是很有有效的,它能把艺术家和艺术市场的一切有效信息容纳在一个空间时段里,艺术投资者不用出门,通过互联网络艺术窗口就能全面了解中国乃至国际上的艺术品市场的动态,瞬间给予你有效的咨询。

加强自觉纳税的意识

余慧芳(上海市税务局第六分局二所所长)

无论是东方还是西方,文化是人类共同的财富。上海是一座美丽而现代的城市,正在一天天地繁荣和兴旺。我们期盼着上海——我们的家园,成为东方经济和文化发展

的中心。发展文化是在创造历史,也是在创造财富,这种财富不仅是物质上的,更是精神上的。文化的发展和传播是一项崇高而艰苦的事业。因为有这样的人和群体,城市的经济将会有更大的发展后劲,城市的文化也将显得更为灿烂。

多元的文化发展带来的不仅是财源,也是税源。艺术成为一种新兴产业发展和拓展着税源。规范市场运作,繁荣文化市场是文化产业化发展的必要前提。处在现代的法制社会中,依法经营、依法纳税是一个民族和一个城市进步的标志,公民自觉纳税意识的提高是现代社会文明的象征。国家税收是综合国力的经济基础,也是文化发展的坚强后盾。当前,艺术品市场存在不规范现象,必须引起全社会的关注,也必须依靠社会力量依法整治。只有这样,才能使艺术品市场健康有序的繁荣发展。

文化产业是永远的朝阳产业,随着文化产业的日新月异,经营者们将不断提高自身素质,在经营有方、生财有道的同时也应做依法经营、依法纳税的谦谦君子。

作为国家税收职能部门,应为促进文化市场的规范和优化文化产业结构提供法制保障。我们愿为文化产业的经营者们保驾护航。我们将在各自的岗位上恪尽职守,发展文化、发展税收、发展我们的城市。使我们的城市真正成为经济和文化的发展中心。



余慧芳

画廊邀请展断想

王金海

(上海艺术博览会艺术总监助理)

王金海



优胜劣汰

优胜劣汰,铁的定律,大千世界,概莫能外。

优胜劣汰,力的杠杆,胜者挺立,败者蒸发。

放眼远眺,大江南北,画廊数以万计,原以为追逐时尚,名利双收,殊不知画廊之路布满荆棘,一不留神,跌

入陷阱，直至倾家荡产。奉劝那些唯利是图的朋友，切莫轻易经营画廊，否则刚上马尚未扬鞭，便翻身落马，狼狈而逃。君不见成百上千的画廊热闹一阵之后，就关门大吉，逃之夭夭吗？圈内人有一句戏言：你想叫朋友破产，就劝他开画廊！

画廊之门为胜者洞开，开画廊其实就是打擂台。你想打擂台吗？就得先掂量自己，有没有资本跟对手比智力、比财力、比精力、比毅力？

而今，上海艺博会画廊邀请展，邀请来自北京、上海、广州、杭州、苏州、济南、石家庄等42家画廊，汇集在上海美术馆这座艺术殿堂里，这是画廊界的创举，这是一次群英会，这是胜利之师大检阅。42家画廊业主驾驭经营之舟，越过急流险滩，到达胜过的彼岸。他们每家都有一本难念的经，都有一本成功之经。他们带来了当代海内外画家的精美佳作，带来了与广大收藏爱好者切磋艺术的一片诚心。

你了解他们成功的秘诀吗？看看这次画廊邀请展，听听他们艰苦创业的故事，你就不难找到答案了。

国油版雕

画廊经营的作品种类不外乎国画、油画、版画、雕塑，简称国油版雕。

参加邀请展的三百余件作品中，中国画占19%，而油画却占了65%，显然，油画成为画廊经营的重头产品。与往年相比，中国画已失去辉煌的光环，被不少画廊业主冷落了。勿容置疑，油画的异军突起，在于它的艺术形式与现代室内空间美学的协调性，在于它的艺术创作与现代价值取向的认同性，在于它的艺术品位与现代都市时尚的从众性。

难道中国画的市场真的萎缩了？不。有识之士认为，作为东方绘画之源的中国画，注重形神，讲究笔墨，具有独特的东方审美情趣，其市场价格远远低于作品的应有价值，中国画市场的潜力大得很哪！前不久，北京、上海等地拍卖行创造了中国画拍卖成交价格的新记录，当代优秀画家的中国画价格飙升得令人咋舌，这是中国画重创辉煌的一种信号，海内外收藏家对中国画还是情有独钟啊，关键是作品本身是否属于精品。北京云峰画苑的郭浩满先生，十余年来一直坚持推介中国画，热心扶植、包装有鲜明艺术风格的中青年画家，办画展、出画册、开讲座，为经营中国画闯出一条成功之路。郭先生的做法是否可借鉴

呢？

画廊画家

画廊与画家，亲密如一家——这是良性循环。画廊业主与画家，是同事，是诤友，为了一个共同目标，彼此合作，遇事商量，同舟共济，共谋大计，力求双赢。

画廊与画家，相处如冤家——这是恶性循环。画廊业主与画家，是对手，是雇佣，为了各自的私人利益，彼此防备，锱铢必究，见异思迁，分利不均，吵骂散伙。

画廊业主对画家要包容，包容画家的古怪脾气，甚至包容画家的非分要求——只要他是颇有才华的画家，只要他能画出风格独特的艺术精品。切忌斤斤计较，勿与画家争一时长短；切忌拔苗助长，勿想从画家那里一夜挖出个金娃娃；切忌急功近利，勿使画家重复炮制某种畅销作品，作品泛滥了，市场消失了。

画家对画廊业主要理解，理解画廊业主的经营理念、经营策略、经营风格，理解他们对作品严格要求的一片苦心，理解他们在竞争激流中搏击奋进的一番艰辛。只要认定你的合作伙伴有能力、毅力、财力将你送进崭新的艺术宫殿，你就要义无反顾地跟他经过风风雨雨，走过坑坑洼洼，切莫半途而废。

开画廊是一门学问，业主不懂些艺术史、心理学、管理学、营销学能行吗？

真假之分

人们惊呼：假画充斥市场！

假画是一锅鲜汤里的老鼠屎，令人恶心，叫人痛心！

三百六十行里，制假者总要被绳之以法，情节严重者要杀头，唯独书画制假者逍遥法外，岂不怪哉！难道对假画真的束手无策？偷盗、贪污几千上万的要坐牢，兜售假画所得几万、几十万，为何半夜无人敲门呢？有关职能部门，不能再等待了，快拿出杀手锏，将这些过街老鼠杀得个落花流水！

参加邀请展的42家画廊都有一个共同特点：向每一位顾客承诺，经营书画均为真迹，假一罚十。真，是画廊赖以生存的生命线。对顾客要真诚，卖书画要真迹。不要耍滑头，搞什么假画院院长、假画家简历，不要哗众取宠，故意将名家作品的拍卖起拍价压低到令人啼笑皆非的程度。制假、卖假能蒙骗一时，但不会长期得逞的，一旦西洋镜被戳穿，落得身败名裂的下场，你还能在这个行当里混吗？



东海堂画廊主持

画廊的文化身份与生存空间

■ 徐龙森

● 美术的缺席和画廊的生态环境

画廊在某种意义上与生意及管理无关。作为文化产业的从业者,关键的问题是画廊业主是否具备对艺术的感悟能力、评判能力、鉴赏能力、发现能力和推广能力,这些能力确定了画廊业主的综合艺术素质。在这个基础上,一个画廊业主还应该具备经营管理者和社会活动家的能力。如果说必备的艺术素质是“1”,那么其他素质应该是“1”后面的“0”。如果必备的艺术素质都不具有,那经营和活跃手段再多也都没有意义,充其量只是个难以形成气候的小商贩,而当今有些画廊业主在艺术能力上的欠缺就显得尤为突出。

很多公众和艺术家,他们还没有意识到画廊业和艺术之间的密切关联,只认为二者之间惟一的关联点是买卖。而且谈到买卖就想到商人,随之会联想到“无商不奸,重利轻义,惟利是图”等对商人的评价。自然而然地缺少对画廊的信任。这就是当前画廊面对的社会文化环境。也是画廊急需加强自身建设的第一个重要因素。

● 画廊的生存空间日趋狭隘,市场资源不断流失

西方艺术市场的成熟,关键在于画廊业的成熟。中国的艺术市场本来就十分幼小和脆弱,在艺术与市场发生关系的环节中,种种不规范和遵守游戏规则的运用,已经使画廊沦落成了一个“弱势群体”,原本就十分逼仄的生存空间日趋狭窄,原本就十分稀少的市场资源不断流失。综观当前,种种不规范的行为在严重妨碍、制约着画廊业的发展:

一些企业在所谓策展人的煽动下,纷纷举办各种展览。这本来是好现象,是推进中国当代艺术发展的重要手段,但它却以此途径,取代画廊职能直接收画,抢占了画廊生存的空间。

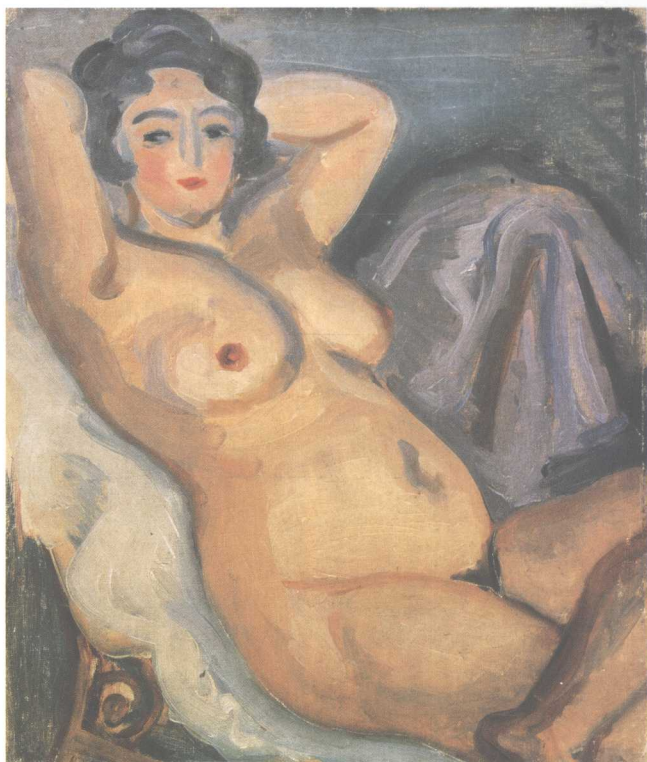
赝品的存在继续困扰着画廊,在一些登入艺术圣殿的活动中,在参展的作品能不能过关、能不能面对公众的问题上,虽有着行政为主导的审查制度,但却没有专家为主导的学术审查制度。赝品的充斥,导致了艺术市场各方信心的下降,这和目前审查制度上的缺陷不无关



关良 渔父图



关紫兰 花样年华



陈抱一 女人体

系。有些机构举办展览时无视画廊的存在，他们只向画家个人征购作品。殊不知，如果是较为成功的艺术家，他们的很多作品其实都在画廊手中，画廊其实是非常愿意将自己手中最优秀的作品提供出来作为展品收藏。

当今各地争相举办向画家个人开放的艺术博览会，又占据了相当的市场份额。画家自己租了摊位卖画，自产自销，博览会等于给他们发了一张合法逃税的临时交易执照。艺术博览会一定要建立在画廊基础上，由画廊统一代理画家作品的推广、宣传和销售，这样才能保证艺术市场的规范运作和有序竞争。

当前艺术市场中亟需解决的顽症，就是画家与买画者私下交易，它占据了艺术市场中原本属于画廊的很大的一块市场份额。国外的艺术品交易大多是通过中介机构来完成的，艺术家不与收藏家发生联系。但现在是有的是艺术家即便与画廊签约，也不遵守协定，仍许诺收藏家以低于画廊的价格出售，越过画廊直接交易。

中国目前的艺术市场主要还停留在架上绘画领域，雕塑及其他艺术样式很少涉及。画廊业对于装置、行为、录像、多媒体等新兴艺术形态很难做出自己的贡献，更无法占领这块艺术市场。

资金的压力也制约着画廊的成长。当前画廊很难获得银行的支持。画廊的发展全部靠自有资金，所以一家画廊的定位和运作模式从起步时就被自己的资金规模约束和限定了。而分析我国台湾地区的画廊，他们背后因为有收藏家的经济支撑，所以常常是收藏家出钱，画廊

业主操盘，但在大陆，我们很难说服收藏家为画廊投资。画廊成了被银行遗忘的角落。往深层追究，关键还是在于画廊的个体户身份，以及没有相应的权威评估机构在艺术市场中的参与。

随着时间的推移，已经加入WTO的中国必须开放艺术品市场。这是中国画廊蓬勃发展的大好时机，但是无论资金、规模、专业眼光、画廊经验，还较难与国际画廊相比。如果国内画廊在这样严峻形势下找不到出路，等待着我们的，可能就是去吃海外画廊大举抢滩后余下的残羹剩饭了。优秀的艺术品与艺术家将存在被海外画廊垄断的可能性，以致于存在中国油画市场将被国际艺术品机构垄断的可能性。

上述种种令人担忧的现状，对艺术市场和画廊的影响甚至是打击无疑是沉重的。生存空间的逼仄和市场资源的流失可能随时会造成画廊业这个脆弱幼小生命的夭折。夭折的方式并不是说画廊都全部关闭，而是画廊会逐步缩小规模并异化到它的原始状态——画店。

为艺术史选择画家

● 作为一家画廊，选择代理画家时，必须要考虑的一个问题是：万一卖不出去我要这个作品干什么？选择的标准是：即使它卖不出去也仍然有它的潜在价值，如果作品有意义，压手里也没关系。从这点上来说，画廊不是在为市场选作品，而是在为艺术史选择画家。

关良、沙耆、关紫兰、徐悲鸿、李青萍、潘玉良、费以复都是他们的作品本身打动了我。沙耆的被发现普遍认定是对中国油画史的一个重要补充。当时我通过多方打听，终于在宁波韩岭见到沙耆的时候，站在我面前的是一个无法进行理性对话的老人。但这一切并没有影响我对沙耆作品的价值判断，而在今后的两年时间里，在不断购买他的作品过程中，更坚定了我对沙耆在艺术史上重要性的认识。而恰恰在此时并没有收藏家和海外画廊认同我的看法。此时，唯有老画家闵希文、王流秋认定我的发现是重要的，并不断给予鼓励。日后由于资金不足等诸多因素，只得将沙耆拱手相让，直至后继者的努力使得沙耆改写了中国美术史。因此看一个画家对其未来性的估算要五到十年，甚至要更远，否则眼前的这一步是不可能迈出的。

对作品感悟能力并不是天生的。米芾也有所谓“耳鉴者”和“目鉴者”之说，用眼睛看而不是用耳朵听，综合艺术素质和眼光的积累提高，这才是画廊业的根本。

● 确立画廊的艺术史观和文化身份

从上海这一国内起步较早和最具有规模的画廊业重镇来看，可以将画廊大致划分成几种形式：

“学术型”具有一定的前瞻性目光，基本上能站在美术史的角度来落实自己的市场运作行为，为画廊业的开拓、发展产生过一定的影响。

“名品店型”看名气、看作品，没有自己的审美定向，但是也为当代艺术的普及推广起到了相当作用。

“买办型”拥有的市场完全在海外，以种种形式和渠道进入世界“艺术工业”的大循环，实质却是充斥着为情势所逼的弱势心理。

“杂货店型”本身缺乏价值判断的体系，完全被动地跟着市场走。

还有一些画廊是以亏本为前提经营的，从推动艺术传播来讲可敬可佩，但画廊还是要通过买卖而非赞助来解决自己的生存之道。一家具有国际地位、能够代表中国当代文化形象的画廊，必须有自己的艺术史观作为支撑，有自己的价值判断体系。唯有如此，才能进一步确立画廊的文化身份。

画廊业是文化产业，要有文化上的定位。在我这些年的实践中，我觉得挖掘中国早期油画的工作也许比只关注这十几年的画家更有意义。一方面中国早期油画由于历史的原因急待抢救、梳理；另一方面，中国早期油画家们，他们既是中国油画事业的开拓者，也是中国各类艺术教育的建立者、创始人。重新审视他们的历史功绩和他们如何将西方艺术样式做出了东方式的诠释是极具有人文价值的。而第二代油画家的作品不能和前辈混为一谈，也许他们不那么成熟，但有文化上的意义。他

们是承上启下的一代，解放后大多担任了各大艺术院校的系主任，是一大批现在中坚力量的老师。他们的作品较为纯粹，并具有文化使命感，在文化使命感的感召下他们做出了许多有意义的工作和艺术上的探索。我们现在从事的工作是让他们的价值在艺术史上能够得到恰如其分的回归和体现。这也是思考本土文化和西方文化的一个切入点，把这步做好了才是最当代、最前卫、最现代、也是最民族的，对当代艺术也是最有启示的。

古根海姆美术馆馆长曾说，如果我们以为今天的美术仅仅以法国和美国为代表，那么和中国五千年的文明史比起来，这些又算得了什么。放宽历史的视界，确立画廊的艺术史观，才是有抱负画廊的所为。

画廊也要撰写美术史！黄专在文章中敏感地提到：“艺术家和艺术品以商业化的方式进入历史正是我们这个时代艺术史的最基本方式。”

谁能抓住未来的机遇，就能成为世界一流的画廊，就能成为20年以后的文化英雄。



钱鼎 浦江帆影



杨秋人 港内

浅谈中国画投资与中国艺术市场

■ 郭浩满

在二十多年前，一位日本的资深学者曾对我说：“中国绘画是东方最有价值的艺术资产，是五千年中华文化的产物，在世界上是无可取代的。假如我有一亿港元，现在已可把你们近百年的艺术精品收购得七七八八了。”事实上，在70年代至80年代初，一台日本电冰箱或电视机已可换走一幅齐白石或张大千的佳作，若是中青现代名家的作品，则足可换走一百幅。

1987年，荷兰画家凡高的一幅作品《向日葵》以三亿多港元拍卖成交的新闻才真正引起了世界人士的注意，一幅曾无人问津的作品，竟以如此高价成交。这一方面说明了优秀的艺术作品具有极大的升值潜力；另一方面，当时以这三亿多港元已可买下中国近百年全部大师的精品，这令人吃惊的事实说明了中国画市值严重偏低，亦向世人启示了投资中国画的巨大商机。部分反应敏锐的港台投资人士首先把握了契机，于是一个以港台资金带动的中国画投资热潮迅速掀起，从1988年起，中国画价格节节上升，拍卖行情屡创新高，至1990年达到第一个高峰。在短短几年间，中国画价格普遍有十多倍至数十倍的升幅。投资中国画亦一度成为海外投资者的热门话题。

然而，由于当时海外中国艺术品市场属刚刚起步阶段，并不成熟，人们的艺术品投资知识较贫乏，失误率偏高。故在1991年后，港台中国画投资热渐渐降温，继而被金融、地产投资热潮所掩盖。直至1998年亚洲发生了金融风暴，当人们渐渐地冷静下来，才发现在近年间，中国画市场价格不仅没有因经济起伏而波动，相反却随着中国大陆经济的上升而稳步上升，尤其是中国画精品，价格更是节节上升。本年度香港苏富比、佳士得以及北京嘉德、翰海等春季拍卖的佳绩再次提供了有力的证明。而在近十年来，中国画的流向形态亦从过去的外流形渐渐转变为回流形。二十一世纪新纪元的开始，随着中国经济进一步强劲发展，国内对中国画精品需求持续上升，更导致精品市值呈现继续大幅上升的势头。

然而，尽管中国画二十年来价格上升惊人，但由于市场价格起点极低，至目前为止，与西方绘画市场价格水平相比，尚有过百倍的差距。如果告诉你一个事实：按照目前市值，现在把近百年来中国老、中、青



郭浩满

最优秀画家现存可供收藏的精品全部收购，仅需十亿港元而已，这相当于三架波音客机的价格、香港市中心一栋普通商厦的市值、香港三万多亿元银行存款的一个小零头。十亿元便可买下中国百年的绘画艺术精华的珍贵资产，相信聪明的投资者定会明白当中巨大的商机，一个亟待开发的宝藏正在眼前。

事实上，艺术品投资是世界上效益最好的三大投资产业项目（金融、房地产、艺术品投资）之一，这已经是世界投资者的共识。其中金融投资主要指股票等投资，优点可较短线套现及回报，缺点是风险大，不明朗因素高，若以投机心态投入股市，则与赌博无异，随时有覆舟之险；地产投资属中线投资，优点是实物投资，具有实用价值，若能把握发展走势，获利往往丰厚，缺点是投资金额较大，价值是否上升受周边环境、社会变化以及同类竞争等影响，有资产不可转移性之弱点；艺术品投资属中长线投资，由于艺术精品具有超地域的征服性和流通性，且具有不可取代之唯一性和限量性，当随着社会经济上升和推广持续，需求将远超过所供，价格必然上升，其增值功能最终超过金融及地产投资。

任何成功的投资，准确性一向是最重要的因素。对于投资中国画，亦必须具有判断画作投资价值的能力，才能无往而不利。

投资画作只要掌握如下三大要点，则不仅没有风险，且必有丰盛的回报。三大要点：其一，作品必须有鲜明而独特的风格，即无须看名字便知是谁家的作品（如齐白石画的虾，徐悲鸿画的马都具有鲜明的特

色)，因真正的艺术品必须具有创造性，有独特创意的作品在历史上才能占有一席之地；其二，作品必须有高难度的技巧。难度越高，无法取代的唯一性则越高；其三，投资画作须有精品意识，宁付略高代价选择画家认真而严谨的作品，亦不要因价格便宜而取泛泛应酬之作，因两者的含金量和投资价值有天壤之别。上述三项要点经过多年反复考证实践，证实符合客观的规律，并获得了中外收藏界人士的广泛认同，成为投资艺术品的最重要准则。事实上，当我们总结香港佳士德、苏富比两大国际拍卖行近十年来的字画拍卖，市价一直坚稳向上并受追捧的作品，基本上都具有以上的元素；相反，另一些曾经被人抬捧炒高的“名家、大师”，由于其作品风格不鲜明，功力及难度都不高，作品价格最终不可避免地从中高位下跌。

在这里必须指出，艺术作品的价值取决于作品的特色、水准和难度，与作者的年龄、辈份和职位没有必然的关系。不可盲目迷信名气和地位，否则很容易踏

入误区而受到不必要的损失。

总之，中国绘画是中华民族无数卓越艺术家的智慧和心血结成的硕果，她作为东方民族特有的文化和审美意识的产物，自有一套完整的艺术体系去支持其数千年的传承和发展。故她不仅是中华民族最重要的文化资产，亦是全人类共有的珍贵财富。目前以偏低的价格去分享具有高度价值的中国艺术资产无疑是当代投资者难得的重大机遇。

投资中国画现已成为目前世界艺术品投资中最有增值空间的项目，因中国国力日益强大的利好因素足以令优质中国画具有美好的前景，若把未来海外华人及西方艺术收藏力量因进一步认识中国画而加入收藏行列的因素计算入内，则中国画精品的增值空间将无法估量。

目前中国艺术市场正呈现出一片欣欣向荣的景象，但总体仍处于初级发展阶段，道路亦非一帆风顺。尽管艺术市场越来越向好，但仍有许多画廊感到经营困难，



程十发 文姬归汉图



吴昌硕 错落珊瑚图



傅抱石 观瀑图

前途迷茫；在中国庞大的艺术家队伍中，虽有部分意气风发，但大多数仍感到艺术道路不易走，甚至看不清前景和方向；至于中国新一代艺术投资者和消费者，由于经验不足，失误率仍高，往往付出了重大代价而得不到应有回报，因而意兴阑珊。

以上情况是任何新兴艺术市场都会发生的现象，只有争取做到画廊、市场、画家三赢，才能真正形成良性循环的局面。

画廊是艺术作品与客户的桥梁，亦是艺术市场的最重要的角色。画廊要同时承担推广和中介的功能。画廊要获得长期良好发展的动力，必须具有良好的诚信和准确推介的专业水准，否则迟早会面临被淘汰的境地。目前，由于上一代艺术家精品之供应已近枯竭，当今中国画除了可扮演一定的中介角色，最大的发展空间莫过于发掘和推出现代艺术家的作品，至于成功的关键必须是选择准确以及对艺术家真诚的爱护支持，并与艺术家分享持续推广所获的成果。中国画家群是全世界最庞大的艺术队伍，中国画廊可从中发现大量的优秀人才，扶持和推出现代艺术家是中国画廊最重要的商机，亦是一项重大的历史使命。

客户是艺术市场的经济支柱，他们从画廊中获得与艺术品接触的机遇，并可从中获得大量的知识和市场信息；他们可从容地在画廊中选择自己的心头所好，并享受画廊提供的一系列专业跟进服务。当画廊具有诚信以及准确推介的水准，客户、画廊两者就会结下良性互动的不解之缘，客户成为画廊长期的中坚支持力量，同时亦会获得高度回报（包括准确投资带来的经济上丰厚收益和精神上的高度满足感）。

中国画家的前途，乃系于自己对艺术的虔诚和追求。由于艺术市场的前景一片亮丽，精品的国内外需求与日俱增。关键是画家必须创造出具有个人艺术风格并有技法难度的作品，只有高水平的作品才能为画家树碑立传，并经得起时间考验。要做到这一点，艺术家必须有平静的心态，耐得住寂寞与清苦，坚持不断地提升个人艺术修养和水平，并以创造现代国宝的态度投入创作，则一定会取得丰硕的艺术成果，并获得中外艺术界和市场的敬重拥护。

在此，谨让我们各界人士共同努力，为优秀中华文化的发扬光大推波助澜，并为中国艺术市场的繁荣兴盛作出历史的贡献。

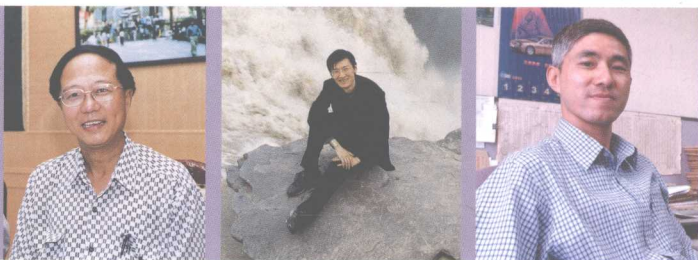


虚谷 松鹤长春图



陶冷月 松溪冷月图

记者三人谈



储有明 柯保 张立行

规范艺术市场 评选星级画廊

储有明 (新闻晚报资深记者)

画廊是现代化国际大都市中一道亮丽的风景线。法国的巴黎和美国的纽约,一旦没有了那些遍布街衢的画廊,其迷人的风姿或许会减却几分。

上海作为太平洋西海岸的现代化国际大都市,各种名目的画廊星罗棋布,少说也有数千家,但大都是行画充斥的画店,严格意义上的画廊恐怕只有数十家。

艺术市场起步较早的海外,严格意义上的画廊不仅拥有签约画家,还往往都有美术评论家的介入,从而形成评论家、画廊和收藏家构成的美术市场链。其中,画家作为艺术创作的主体,以个性鲜明的优秀作品创造理念;评论家作为架设在画家和收藏家之间的桥梁,从美学理论的高度阐述生产和消费之间的关

系,以独特的艺术眼光和商业经营意识审视艺术市场理念;收藏家作为审美主体,在对美术作品的鉴赏过程中接受和传递理念。海外美术发展的历史证明,这种由画家、评论家、画廊和收藏家构成的美术市场链,还能对美术思潮的变革、美术流派的形成和发展,起到一定的推进作用。

上海在上世纪八九十年代,一度出现了各行各业办画廊的热潮,连外贸、旅游、饭店、书店等也都先后挂出了画廊的店招。实际上不少经营者根本不懂美术,只知道画也是一种商品,可以卖钱,开画廊能够赚钱。有的经营者甚至还将薄利多销的原则移用到美术市场,为了尽可能多地获取较大利润,一方面通过削价销售来抢占市场,另一方面拼命压低进价。结果造成不少并不具备美术家资格的画手也纷纷将自己的产品推向市场,甚至一些地方画院的一级美术师,也开始为自己划出一片“商品画”的天地。在这种情况下,无怪乎粗制滥造的仿作流行,乃至几可乱真的名