

市场从业理念和管理运营模式有待深度挖掘——

艺术品拍卖如何走出寒冬

本报记者 李哲



①图为两名观众在日前北京举行的一场艺术品拍卖会预展现场欣赏部分拍卖佳作。本报记者 赵晶摄

②图为日前举办的西泠印社秋季拍卖会预展展出的陈逸飞油画作品《透视装女》。新华社记者 韩晓明摄



今年1月18日,中国拍卖行业协会发布了“2015年全国10家文物艺术品拍卖公司述评”,其以北京保利、中国嘉德、北京匡时等10家拍卖公司为样本,对2015年文物艺术品拍卖市场情况进行分析。截至2015年12月底,我国文物拍卖企业达436家,从业人员6000多人,年成交额300余亿元。从拍卖成交额、成交率等指标来看,持续数年的调整仍然没能走出困境,大型拍卖公司的成交率都有所下降,而中小型的拍卖公司则出现了亏损甚至停拍。从市场结构上看,近现代和当代书画的缩水直接拉动了整体市场的下滑,中国书画成为整体市场下滑的主要因素,对总成交额的影响高达90.55%。

上述分析体现了我国拍卖市场的宏观现状,这也从2015年末举行的西泠秋拍略见一斑。这季秋拍尽管出现了4件超过亿元的拍品,也有超过15个拍品在专场凭借100%的成交率获得了“白手套”的殊荣,拍卖市场却依然低迷。甚至可以说,艺术品拍卖市场在2011年达到极盛之后一路下行,遭遇了最冷的寒冬。

寒冬,既是冷酷的,同时也孕育着春的希望。各个拍卖行在“苦熬”之余,不得不冷静下来,好好思索,哪些行为应该规范,哪些宗旨应该秉承,哪些形式亟待完善。而这些变化,在2015年的秋拍中也已有所体现。

精品意识永远有市场

业界在深刻反思,内地市场是否因为过多的重复拍卖而让人审美疲劳

记者了解到,拔得这季秋拍头筹的是李可染的《万山红遍》,以1.84亿元在嘉德“大观之夜”成交,让业界沸腾。以毛泽东《沁园春·长沙》“看万山红遍,层林尽染;漫江碧透,百舸争流”意境为题创作的《万山红遍》,是李可染创作生涯的巅峰之作,也是新中国美术史上里程碑式的作品。

据悉,从1962年到1964年之间,李可染先后共创作了7幅《万山红遍》,其中4幅现存于国家美术馆,其余3幅均曾有过上拍经历。此次成交的《万山红遍》原是北京荣宝斋的旧

藏,在2000年由北京荣宝斋拍卖拍出,当年曾以501.6万元的成交价创下李可染单幅作品的拍卖纪录。

在这季秋拍的“大观之夜”现场,李可染《万山红遍》以5800万元起拍后,很快便轻松过亿,叫价至1.27亿时杀入一位新买家。经过20多分钟的竞争后,最终由场外买家以1.84亿元收入囊中。首件过亿元拍品的成交拨动了业界的神经,不少人直呼“暖冬”来了。

不久之后,齐白石“叶隐闻声”花卉工笔草虫册、十四世纪释迦牟尼佛两件拍品又先后破亿,分别在保利夜场中以1.15亿元、1.035亿元成交。而上海嘉禾拍卖上拍的潘天寿《鹰石图》最终以1.15亿元成交,成为上海拍卖第一件破亿作品。

事实上,天价拍品的出现,无关寒冬、暖冬,精品永远都有市场。中国嘉德董事总裁兼CEO胡妍妍认为,未来五年是艺术品拍卖业结构性调整的关键时期,野蛮生长的时代正渐渐远去,精耕细作的慢生活即将开始。

谈到这季秋拍,还有件拍品不得不提,即莫迪里阿尼创作于1917年至1918年的油画《侧卧的裸女》。2015年11月在美国洛克菲勒中心举行的“画家与缪斯晚间特拍”上,著名藏家刘益谦以10亿元将这幅明星标的收入囊中,不少媒体戏称这是“世界上最贵的女人”。

不过,这并非中国藏家在海外豪购艺术品的首例,2013年万达集团在纽约佳士得以1.72亿元购得毕加索的《两个小孩》;2014年华谊兄弟传媒股份有限公司董事长王中军在纽约苏富比印象派及现代艺术晚间拍卖上以3.77亿元买下梵高的《静物,插满雏菊和罂粟花的花瓶》;2015年5月大连万达集团股份有限公司董事长王健林再度在苏富比以1.27亿元买下莫奈的佳作《睡莲池与玫瑰》……在感叹国内藏家品味不断国际化的同时,业界也在深刻反思,内地市场是否因为过多的重复拍卖而让人审美疲劳?

“有故事”才有好人气

艺术品市场逐步回归理性,拍卖行必须要从挖掘整理上下功夫

“白手套”意味着100%的成交率,

也就意味着该专场超高的人气。这季秋拍中,有一个特别的专场被津津乐道,虽然只是几十封书信,却以2043.1万元的总价悉数成交,令人咋舌。

这就是保利推出的《情愫东瀛——山田家藏大千遗墨》专场,该专场84件拍品中有79件是时年62岁的张大千写给日本女朋友山田喜美子的情书,拍卖现场火爆的人气让人出乎意料。不少买家几经争夺才拍得了一两件标的,其中有两封估价仅一万元的情书分别以86.25万元和80.5万元成交。

为什么会出现这样的状况?“有故事”是最好的诠释。艺术品拍卖,本就是关乎情趣的一件事。喜欢,就有人买,喜欢的人多了,成交价自然就高。因此,拍卖行挖掘故事,整理学术线索的能力就显得至关重要。

“有故事”才有好人气的状态在其他的“白手套”专场同样存在。对于保利秋拍而言,最受瞩目的当属2015年12月7日的超级夜场。其中,“过去佛,现在佛,未来佛——Speelman秘藏梵像聚珍”专场全部成交,十四世纪释迦牟尼佛突破亿元,这一专场之所以受到藏家追捧,主要由于拍品均为英国传奇收藏家Speelman的藏品,有多次出版著录和清晰的拍卖收藏记录。可以说,是收藏家Speelman为这些拍品作了背书,他的故事广为流传,从他手中流出的藏品被打上“好东西”的烙印。

有故事,并非指攀附、生搬硬造的“小道消息”,而是需要拍卖行深入挖掘拍品背后的文化价值和学术研究。尤其在当下,艺术品的价格逐步回归,艺术市场越来越理性,藏家的品位越来越高,拍卖行必须要从挖掘整理上下大功夫,凸显拍品的价值。

拍卖行业需要规范化

将中低档的拍卖活动经常化和普及化,培育出大范围的藏家意识,高价拍卖才立得住

如果去掉各场拍卖的“最高分”,人们就会清醒地看到艺术品“跌价”的现实。“数一数二的标的没有出现流拍,一般面貌的、价格虚高的就不好出手了。”翰海拍卖的一位工作人员说道。也有不少拍卖行选择停拍,或把一

年两季改为一季。

在流动性资金短缺、供需市场都很萎靡的情况下,近年来全国各地倒下了一批拍卖公司,其中也不乏北京永乐这样的知名拍卖行。2013年永乐的关张让不少业界人士扼腕,其规模虽非一数二,但其品牌知名度和美誉度却站在行业前列。有人甚至感慨地说:“永乐是因为太守规矩而导致客户流失。”

然而,在行业大洗牌的趋势下,劣币驱逐良币的现象终不得长久,市场初期野蛮生长起来的公司终要回到规范的轨道上来。“诚信应作为一切工作的准则。”诚轩拍卖董事长左京华说道,就买家而言,应以最严格的态度确保每件拍品的真实性,绝不允许委托方作弊等假拍行为。对于卖方,应努力查找拍品的背景资料,挖掘拍品的收藏价值,在拍卖图录编写的诸多细节上精益求精。

在规范经营的前提下,传统一年两季大型拍卖(春拍、秋拍)的形式也可以作一些改进。目前,为了盘活市场,不少拍卖行在尝试推出特色专场的途径,取得了一些成效。此外,也有不少拍卖行借助互联网的大趋势,利用网络拍卖吸引部分藏家参与。

而面对拍卖行业未来发展的趋势,不少业内人士也纷纷提出质疑。“我们的从业理念、管理运营的模式是不是遇到了瓶颈?对于拍卖这种交易方式,我们是否真正认识到了本质?”北京拍卖行业协会会长甘学军提出,传统的“春秋拍”模式有些单一,应该丰富和改变,走多元化的道路。“擅长什么就做什么,有些项目该小则小。为什么一定要到五星级饭店去拍卖?为什么不能在办公室拍卖?一场拍卖会有几十个人到场的状况并不丢人。”甘学军举例说道,巴黎有一个地方叫“天天拍”,在市中心的一栋楼里,有15个房间每天都有拍卖,有同时的,也有不同时的,五花八门什么都有,就在那些房间里进行。“我国拍卖市场的普遍心态亟需改变。”甘学军说。

可见,过于同质化的竞争其实是一种资源浪费,尤其对于小型拍卖行而言。经常性的拍卖需要增多,要做出有层次的拍卖。只有将中低档的拍卖活动经常化、普及化,才能做好大市场的基础,培育出大范围的藏家意识,高价拍卖才会立得住。

让艺术品回归美的本质

敦临

结果。艺术品的享受将不再是金字塔尖上的几个人的事情,艺术品消费的力量正在显现。在今后相当长的历史时期,艺术品消费或许会支撑中国艺术品市场未来的转型和结构,改变过去以收藏市场或投资市场为主要属性的状况。面对广阔的蓝海,如何培育一个具有广泛参与度的大众性市场,需要各层次艺术机构的共同努力。正如收藏家朱绍良所说,市场不能竭泽而渔,希望更多人进入艺术品市场。如果只靠忽悠,拉帮结派、抱团取暖只能一时不能一世。拍卖公司、画廊、艺术院校、收藏家,要更多地去做一些艺术文化的普及工作。

其次,走国际化的路子,向外拓展“疆土”。艺术往往是没有国界的,在市场低迷的2015年,依然有不少的外国藏家在购买中国新生代艺术家的作品,而

国内的收藏家也纷纷斥巨资到国外参加竞拍。中国藏家全球化的收藏正成为一个新的趋势,而全球藏家和艺术市场对中国艺术品也有持续的关注度与兴趣。作为中介机构的拍卖行不可避免地开始有了国际化的发展探索,例如保利拍卖就十分注重海外市场,近三年来陆续开辟了保利香港、保利澳门,逐渐形成了当地的本土化经营。

第三,试水互联网+,带来新的体验。在传统市场上,拍卖公司一年能吸引上千客人就已非常不错了,可在互联网条件下,几万人、几十万人甚至上百万人都可以同时来参与交易。基于此,产生了电商平台、网上画廊集群、网上拍卖集群、网上艺术家集群,以及各种各样的微拍,这些新兴业态为艺术品市场带来了新鲜血液。不少业内人士认

为,艺术品电商是艺术品交易的空白及未来,互联网+的出现将冲破传统的购藏体验。然而,也有不少人觉得某些电商平台搅乱了艺术品市场的正常秩序。新事物总是从无序中蓬勃发展起来的,无论爱与恨,它都为我们揭示了一条可能的道路。

艺术,本是美的享受,如果过分强调其投资属性、保值价值,敏感的艺术品市场将不可避免地随着经济环境的微调而剧烈波动。无论是培育艺术消费、向国际拓展,还是试水互联网+,都在为艺术品市场寻找新的买家,以及新的供应品种。在这个过程中,让艺术品更多地回归到美、回归到文化内涵本身,多做一些艺术品教育的工作,才能开辟出稳定而长远的市场,培养出忠实而坚定的客户群体。

业内观察

北京市“文化进万家”:

凸显惠民和暖心

新华社记者 闫祥岭

元旦春节期间,北京市发挥文化优势,广泛开展“我们的中国梦”——文化进万家活动,以送演出、送电影到基层,举办各类群众性文化活动等方式,提供多样化公共文化服务,丰富首都市民的节日文化生活。

据了解,北京市将以文化惠民为重点,开展各类文化活动410余项,呈现多重特色。

一是“年味儿”足。各项文化活动突出传统节庆文化特色,积极融入时尚元素。除举办各具特色的年夜文艺演出外,地坛庙会、龙潭庙会、厂甸庙会、东岳庙庙会、大观园红楼庙会、莲花池庙会等传统庙会,延续了鲜明的文化特色。

二是以群众为主体。各类传统秧歌、花会表演继续开展,丰台区长辛店“闹新春”秧歌巡游、石景山区金顶街庆新春花会表演、顺义区“赵全营杯”民间花会大赛、密云区大城子镇“扭秧歌、唱大戏”等活动都将逐一登场。

三是突出文化惠民。北京图书馆联盟、各级图书馆继续面向社会免费开放,举办专题性展览、公益性讲座,放映公益性电影,并开展“猴年话猴成语接龙”、猜灯谜、贺岁电影展播、创意课堂、亲子阅读等群众喜爱的文化活动。

四是强化送温暖主题。朝阳区将举办“打工春晚”,这一历时5届的全国劳动者春节联欢晚会将以“劳动·互助·生态”为主题,真实反映当下中国打工群体的所思所感。

五是文化志愿服务广泛开展。由多个部门共同主办的“美丽乡村 筑梦有我”百名主持人牵手美丽乡村大型年度公益活动,将继续助力乡村建设,推出以“讲村史·知乡情·爱家乡”为主题的活动和大型公益收官活动。

春节期间,国家大剧院将组织《龙凤呈祥——全球华人新春音乐盛典2016》《了不起的盖茨比》《一千零一夜》《冰山上的来客》《歌女乔康达》等重点演出。北京人艺、北京京剧院、北方昆曲剧院以及北京演艺集团旗下北京歌剧舞剧院、北京市曲剧团等市属院团也将推出一系列精彩演出。

北京市新闻出版广电局将开展“公益电影乐民心”电影主题放映活动,利用全市农村数字放映影厅播放优秀影片。中国电影博物馆将举办纪念中国电影诞生110周年电影展映之戏曲影片展,展映20余部戏曲影片,包括传统京剧电影《铁弓缘》《宋士杰》《借东风》,现代京剧《沙家浜》《智取威虎山》《奇袭白虎团》等经典曲目。

此外,元旦及春节期间,北京各博物馆还将以“我们的中国梦”为主题,推出“博物馆过大年”等几十项特色活动。“近藏集萃——中国国家博物馆新入藏文物特展”将精选出百余件(套)近年来新入藏的代表性文物进行展示;首都博物馆将举行生肖系列展览,通过馆藏猴形象的文物、图片、文字、多媒体等形式,展示中国生肖猴文化的发展脉络。

载道文化推陈出新——

打造国学古籍精品

本报讯 日前,北京出版发行产业促进交易会暨出版物订货会(文史类会场)在北京举行。由中国出版协会和中国书刊发行业协会主办的第二十九届北京图书订货会也相继举行。在这两场出版发行盛会中,载道文化发展(北京)有限公司从3000余家参展单位中脱颖而出,吸引了众多目光。有的书商朋友甚至用“最令人难忘的出版物”表达他们对这家公司的认可与肯定。

了解到,载道文化是一家专业从事国学古籍书籍开发、制作、出版、平台展示和电子商务服务的文化创意科技公司,创立至今已有8年。载道文化创始人、董事长赵朝霞向记者表示:“坚持‘国学文化修身立志’精粹,坚持‘国学就是最美艺术’的原则,实现国学产品‘如诗如画’的唯美境界和至高文化品位,建设本土民族文化精品品牌,是载道不懈的追求与前进方向。”

展会上,载道文化以精巧细腻的现场布展与热情洋溢的讲解介绍,吸引了无数书商与展商驻足流连。《大唐三藏圣教序》《九成宫醴泉铭》《怀素草书法帖》等经典碑帖藏书,以其版本珍稀、精良的制作工艺、高度的还原让众多参观者惊叹不已;以创新形式面世的《中国碑帖珍品留真集》《中国宋画珍品留真集》汇集众家精粹,得古典文化艺术之大成;《黄庭坚行书青衣江题名卷》《唐仪风元年金刚经》《王羲之十七帖》等国宝级手卷,形式罕见、工艺精湛,获得了众多参展宾朋的青睐。记者了解到,2013年至今,载道文化已连续两次荣获有着全球印刷界“奥斯卡”之称的美国班尼金奖;2014年,载道藏书分别获得美国普林斯顿大学、哥伦比亚大学永久性收藏;2015年,载道藏书入选中国教育部文创产品出口行列……短短数年间,凭借对高端古籍碑帖出版物的领先策划能力、对产品艺术品质的极致追求、多面的销售渠道与优质的相关体验服务,载道文化获得了古籍再造和文化艺术产业诸多同仁的称赞。

业内人士认为,在新形势下,我国社会发展处于不断发展中与调整之中。而经济和文化之间存在着相互影响、相互促进的密切关系。人民群众的文化消费伴随着社会经济的日益增长而不断迈向高端层面。作为中国文化发展创新产业中的重要一员,古典文化精品或将成为文化产业新的增长点。“在全民阅读的时代,文化产业不断推陈出新、绽放光彩,像载道文化这样的精品国学古籍出版公司有可能在今后很长一段时间里得到更为广阔的市场前景。”赵朝霞说。

(肖亮)