

风向标

从“国际化”到“本土化” 艺博会三大变化引领风潮

□李坤凝

经历2013年沉寂后,10月9日第十届中国艺博国际画廊博览会(CIGE2014)于北京国家会议中心再次拉开帷幕。

伴随中国当代艺术市场起伏,中艺博国际画廊博览会(CIGE)已走过十个年头,期间内外环境发生巨大变化,博览会与参展商、画廊之间也在不断进行调整。本届艺博会除时间和地点有所调整外,其三大变化引人关注。

从“国际化”到“本土化”

国内艺博会大多在举办之初就将向西方看齐作为目标,CIGE从一开始便主打国际牌,纽约高古轩等老牌画廊都曾参加过这一艺博会,一直到2009年的第六届CIGE,国际与本土参展画廊的比例仍为7:3。对此,中艺博国际画廊博览会总监王一涵表示,“从我创办博览会开始,我一直强调艺博会当代的、国际的、未来的这个特点,这就决定了它的国际化与专业度。在CIGE筹备的2003年,整个大陆都没有博览会,很多海外画廊通过CIGE进入中国,而且那个时候国内的专业性画廊资源比较缺乏,所以CIGE前几年70%的客户是海外的,30%是国内的。”

然而,国际化之路并不好走,高额关税、审查制度等使国内艺博会的国际化道路一路坎坷。随着亚洲其他艺博会的不断兴起,尤其是2008年香港艺博会的创立,打破了CIGE的国际化格局,而此时,国内的专业性画廊也有了长足发展,回归本土的多元化经营成为国内艺博会的现实选择。今年的CIGE转变策略,主要由本土画廊撑场面,参加



CIGE的画廊中近七成成为本土画廊。谈到这一变化,王一涵表示:“我们一直都是采取国际化的运作方式,但与香港相比内地艺术品关税较高,导致海外画廊参展积极性不高。我们目前主要立足亚洲,更多还是给中国本土画廊和艺术家提供好的展示平台。但我们也一直坚持对国外优秀参展商的招商工作,今年国际参展商的比例虽然不及最初,但A区的国际画廊也占到50%左右,加上C区的参展商,基本保持约30%的国际画廊。”

水墨风头盖过当代艺术

从以往的展示记录上看,CIGE艺博会是主要专注于当代艺术市场

的艺博会。今年的CIGE艺博会水墨艺术的作品明显增加,除画廊带来的水墨作品外,特别增设了C区板块,其设置的44个展位皆为当代水墨。在艺博会现场,当代艺术门类罗雀,水墨艺术却水泄不通,两者反差鲜明。韩国一家画廊表示,今年当代艺术的销售状况不佳,看得多买得少。与之形成鲜明对比的是,上舍空间展出的赵露水墨作品几乎被抢购一空。

王一涵认为,水墨的生态已经成为市场不容忽视的一个层面,作为艺术市场晴雨表的艺博会,增设这一板块十分重要,而在其中或许也能期待某些藏家资源的交叉。“拿出1/4的面积做水墨,许多人认为CIGE变得保守与落后了,但对我们

来说,这是一个全新概念。其中也有我们比较深入的思考。十年前,我们的博览会强调当代概念,因为那个时候国内的专业画廊并不多,市场比较弱,对许多人来说,当代艺术是一个很新奇的东西,在当时的背景下强调当代艺术是有价值的。”

王一涵说:“今天再回头看,随着时代发展,传统艺术或者说水墨自身出现的变化和发展,是一个不容忽视的现象。一来这两年水墨市场比较热;二来我们看到许多当代画廊也同时在做当代水墨展览;另外,艺术家们也有许多新的尝试,比如有有的艺术家转向对水墨的探索、在纸上绘画等。所以,今天在中国做艺术博览会,要很客观地看待

艺术市场的现状。”

青年艺术家成为主打牌

CIGE举办的十年间,一直有青年艺术家推广单元。今年CIGE着重策划了“知名艺术家提名展”、“青年艺术家个展”、“AAC获奖青年艺术家联展”几个项目,为青年创作者提供推广平台,同时作品价值合理化也吸引了大批入门藏家。

其中“青年艺术家个展”项目中,“隔·寂之境——赵露水墨作品展”不仅受到业内专家的肯定,每平方尺8000元的亲民价格,也受到不少藏家追捧。王一涵表示“青年艺术家一直都是我们关注的对象,因为他们代表着艺术的未来,作为艺博会,关注的不只是现在,还有未来。”

相比往年,今年的CIGE很多画廊也都带来了青年艺术家的作品。三湘画廊负责人表示:“在本次艺博会上我们感受到,越来越多的年轻藏家参与其中,这为艺博会乃至整个艺术市场的发展提供新的活力,市场也到了新老交替的时间。”

香格纳画廊负责人也表达了同样的观念。“这次参加CIGE的以年轻艺术家为主,比如孙逸、申凡等我们合作的艺术家。想借艺博会这个平台让大家知道这些艺术家,另外还有一些我们没有展出过的新作品也拿出来晒一晒,亮亮相。”

蜂巢当代艺术中心负责人夏季风也认为,年轻艺术家和年轻藏家已在市场上形成一个良好的对应关系,“85新潮的一拨儿艺术家已经很有名,而70、80艺术家到了崭露头角的时候,甚至正在成为市场的核心,年轻藏家也因为具有良好的教育积累和资本积累,收藏习惯正在养成。”

圈点

微信朋友圈里的那些艺术事

艺博会的前世今生

□毕武英

10月9日晚,第10届中艺博国际画廊博览会(CIGE2014)在北京国家会议中心开幕,百家画廊携5000余件作品亮相。和以往不同的是,今年的CIGE从国贸搬到了国家会议中心,场地宽了不少,宣传手段也在先前的传统媒体中多了新媒体的分支。展览开幕的前天晚上就有不少艺术圈的人在朋友圈中分享CIGE的各种“剧透”,但在艺术市场整体不景气的环境下,人气并不十分高涨。

开幕当天晚上,人们看到了久未露面的CIGE掌舵人王一涵,这位圈内有名的才貌双全的女人和以往一样带着温雅的笑容站在媒体镁光灯前。如果不是场地的变化和去年停办一年给公众留下的些许记忆缺失,从2004年开始几乎每年一届的CIGE,经历初创时的兴奋、艺术热度焦灼等一系列演变后,已经成为一种“存在”,适时地在一年中的某个时段出现,只不过,以往通常是春季,今年改在秋季。

曾经有一段时间,CIGE常常被拿来和另一个知名的博览会——“艺术北京”相比较,那时,他们旗鼓相当,前者强调国际化,后者重视本土化,两者分占了艺术品博览会的春秋两季市场,一年当中,“你方唱罢我登场”,将内地艺术品市场烘托地异常热烈。媒体也将他们放入两个模板中,像小孩子的“找不同”游戏一样,从掌舵人、场地、时间、风格等将两者对比了一轮又一轮,最后发现,两个博览会其实出于同一条“根系”,这条根的最初祈愿是将中国艺术品市场带入国际化,可一路走来,遇到了“艺术品关税”这个瓶颈后,各自分道扬镳。

其实,CIGE的创办人并不是王一涵,而是“艺术北京”的董梦阳,2002年董梦阳就开始了首届CIGE的筹备工作,那时北京798内的画廊屈指可数,因此从画廊成员看,首届CIGE人们看到一个极具亚洲味道的艺术博览会,参展的62家画廊中,只有21家中国画廊,2/3主要来自于韩国和日本,另外各有一家画廊分别来自美国和意大利。而这种画廊的分配格局也成为CIGE在之后的发展中极力维系的。董梦阳主持的CIGE在举办两年之后,由于和主办方之间的体制原因,前者出走后组建了“艺术北京”,并开始思考中国艺术博览会是否真的可以做到国际化。

笔者曾采访过董梦阳,他说2005年他还在CIGE,那时组委会请来了

世界顶级画廊——美国高古轩,并带来12幅美国波普艺术运动发起人和主要倡导者安迪·沃霍尔的作品。原本他们为能请到如此重量级的画廊而感到兴奋,希冀通过高古轩的参加提升博览会的品质,号召更多的国际优秀画廊入场。而高古轩画廊也对刚刚萌芽的中国当代艺术充满兴趣,他们在展览前对媒体表示“中国CIGE就像一个BABY,但很高兴看到中国已经出现这样与国际水平同步、如此关注当代艺术的博览会,我们对它充满信心。”

可是,展览结束后,双方都陷入意想不到的尴尬。中国买家很多并不了解高古轩在画廊界占有的重要地位,更对其带来的艺术家作品一无所知。结果,整整一个展期,高古轩没有卖出一幅作品。当时负责招商工作的负责人每当谈起这段经历至今仍心不甘,希望我帮助他们找买家,哪怕卖出一幅作品也好。”该负责人表示“不能说中国藏家没有经济能力购买,在高古轩的斜后方,一家画廊推出的刘小东作品被买家以50万人民币购得。但高古轩的作品就是没人买。”

高古轩的经历,使董梦阳不再对中国艺博会走向国际化报以盲目乐观。随着高古轩来了,但由于中国买家刚刚起步,艺博会并没有给高古轩带来任何经济效益,到了下一届,不但自己不会再来,而且还会告诉其他画廊“等十年后再来中国吧”,反而起到一个反面的消极作用。”

在董梦阳看来,过分追求国际化而不考虑本土因素制约,就好比将“时尚秀”放在农村一样。因此,后来当他创办“艺术北京”时,区别于CIGE的一个明显标志就是“本土化”。

另一方面,董梦阳之所以将自己的博览会脱下“国际化”外衣,很重要的一个原因是中国艺术品市场久未解决的艺术品关税问题。虽然艺术界不断呼吁采纳发达国家艺术品行业经验,降低国外艺术品进口关税,但30%的艺术品进口关税仍长期居高不下。相比之下,由于香港艺术品交易免税能够自由进出,使画廊与藏家间的交易能够即时完成。这一先天优势,对内地艺术博览会来说,几乎是致命打击。

“艺术北京”本土化了,CIGE却始终坚持“国际化”标识,但有人心发现,想要真正“国际化”并不容易。好在,CIGE和“艺术北京”还在。存在,就有希望。

红木难言“见底”

疲软格局将持续

□本报记者 陈莹莹

“国庆长假前后,本来是红木家具销售的黄金时间,但是今年客流少了一大半,一整天下来也见不到几个人。”小王是北京市一家红木家具店的工作人员,尽管如此,他所在的家具店目前的情况已经算是“比较好的了”,因为记者发现家具城里的其他红木家具店已经关闭了不少。

业内人士透露,相比于前几年的火热,近两年的红木市场显得极为萧条,而预计这个疲软的格局还将延续几年。因此,投资者在考虑投资收藏红木家具、红木工艺品时,一定要慎之又慎,切勿盲目跟风投资。

市场难言“见底”

“外人眼中的红木市场很难捉摸,但其实这个市场及其敏感。房地产限购、八项规定、宏观经济下行等一些看似不相关的因素,却着实让这个市场“降了温。”小王告诉记者,红木家具价格的快速下跌可追溯到2004年,彼时只要是海南黄花梨、小叶紫檀等名贵木材制作的家具,价格都是成倍上涨,价格上涨十倍甚至十几倍的也比皆是。

然而,从今年上半年开始,一路看涨的花梨木家具身价暴跌,各路投资者在近5个月时间里,经历了“从天堂到地狱”。多位红木业内人士透露,虽然目前红木家具半成品价格大幅下跌,但是市场的出货量反而比去年同期下降了30%。而红木原材料的价格却不降反升,市场上出现了诡异的“价格倒挂现象”。

目前市场上比较热门的大红酸枝、白酸枝、花酸枝等酸枝类木材和缅甸花梨等花梨类木材,大部分都是从越南进口,即使是老挝、柬埔寨产的原料也基本要经过越南走海路入关,今年大批中国红木商出于安全考虑从越南撤回,资源供应链的紧张引起部分原料价格上涨。

鱼珠·中国木材价格指数网数据显示,9月鱼珠·中国红木分类指数继续下探盘整,月指数经历了惨烈的五连阴行情,从4月的278.37



新华社图片

持续阴跌至9月的206.62点,累计下跌超过71.75点,跌幅达28.75%,进入10月,红木市场的整体复苏依然不明显。

业内人士预计,红木市场目前难言“见底”,这种疲软格局料将持续。广州新中泰木材交易中心董事长徐长宇指出,“在游资撤场之后,红木市场将会变得更加成熟,市场调节杠杆将重新发挥应有作用,市场重回正轨。以行业自然增长和货币贬值速度计算,红木产业平均每年取得20%左右的增长是正常的,所以红木市场今年只是回到了它应该在的位置。”

不过也有人认为目前是“入市”的好时机。在云南瑞丽,由于地理位置和材料等优势,大大小小的红木家具店、家具城林立。记者发现,在家具店“关张”的同时,当地几个大型红木家具城正在建设中。

投资收藏需谨慎

业内人士提醒,红木投资、收藏的门槛较高,且风险极大,建议普通投资者谨慎考虑资产配置。

Union Life
合众人寿保险股份有限公司

合众生存保险金累积利率公布

公布日期:2014.10.01

产品名称	生存保险金累积利率(年利率)
合众福来宝年金保险	4.00%
合众贵族世家终身年金保险	4.00%
合众富贵年年年金保险	4.00%
合众乐享/颐享老年生活年金保险 A/B	4.00%
合众优年养老定投两全保险(分红型)	4.00%
合众稳赢一生两全保险(分红型)	4.00%
合众财富年年年金保险(分红型)(A)款	4.00%
合众养老定投年金保险(分红型)	4.00%
合众聚富定投两全保险(分红型)	4.00%

选择合众优质产品,享受幸福美满生活!
(合众生存保险金累积账户的累积利率由合众人寿确定并定期公布。详情请咨询您身边的合众服务人员。)

95515
客户服务热线

速递

孙佩苍及其收藏展

“青青子佩——民国美术史的再发现:孙佩苍及其收藏”展10月11日起在中国油画院陈列馆开幕。据主办方介绍,此次展览旨在通过历史追踪探讨孙佩苍传奇及其中西、古今藏品文脉的延续。

此次展览将分为文献与藏品两大部分。其中,文献部分将以孙佩苍之孙孙元先生所著《寻找孙佩苍》一书为内在脉络,汇聚其历经五载、走访各地所收集的有关孙佩苍的历史文献,以及在诸多专家学者帮助下拼凑复原的历史片段,逐渐还原在民国美术史中极为重要而又并非清晰的“孙佩苍”形象。从有限的文献资料和留存藏品来看,孙佩苍及其收藏已经成为民国艺术史、艺术收藏和艺术教育等方面极具研究价值的历史个案,而此次展览将为今后的学术研究和市场提供更多参照。

国石心印

当代篆刻名家叶林心作品鉴藏展

2014年10月15日,《国石心印——当代篆刻名家叶林心作品鉴藏展》于一房山——翰墨金石艺术馆(北京分馆)隆重举行。此展是翰墨金石艺术馆(一房山)在推广和宣传中国寿山石、寿山石篆刻艺术的宗旨上精心打造的“当代篆刻名家作品鉴藏展”系列的第一回展。此次展览共展出叶林心先生从艺三十年来八十余件篆刻精品以及部分书法作品。展览将持续到10月25日。

观叶林心先生作品,恰似穿越千百年历史、与古人进行一次和谐美好的对话。无论是战国古玺的高古精微,还是鸟虫印的典雅华美,抑或满白文的精工朴茂,都体现了叶林心对篆刻艺术的独特领悟与把握。而细赏印文,吉语印与人共期美好,箴言名句又带人感悟古老先民的无上智慧。

花影动京城·柳学健花鸟画展



2014年10月12日,“花影动京城·柳学健花鸟画展”在北京九千堂美术馆开幕,本次展览还展示了柳学健其他创作题材的作品,如经典“盆栽”系列以及尺幅不一的小写意精品。

柳学健的花鸟画以气韵生动的笔墨语言、强烈丰满的色彩点染、充满活力的画面、灵性通达的艺术效果,传承了古典文人诗书画印相互融合的传统,同时又展现了当代花鸟画的精髓。通过此次展览,观众可以领略到柳学健鲜活的艺术追求和广阔的当代情怀。该展是柳学健继今年8月“荣宝斋柳学健画展”之后的又一次个展。

庆祝建国65周年老甲水墨画陈列展

为庆祝建国65周年,老甲艺术馆组织了老甲陈列展,本次展览展出贾浩义老师的水墨力作,包括大型作品《巴特尔》、《草地上》,以及颇受广大艺术家和观众喜欢的人之初系列等50余幅作品。

走进老甲艺术馆,一片宽阔的草地,天然的怪石伴着鸟语花香,向人昭示这是一片艺术的净土,馆外以及展厅前的大型浮雕更透着浓浓的大写意味道,再往里是颇有气势的石柱、直来直去的几条分割线、高高的墙壁,400平米的展厅与老甲的大写意作品相映成趣,有一种既现代又中国的感觉,就像德国美术评论家费蒂纳所说,“老甲是一位深深植根于古典传统,把握传统手法同时又十分现代的画家,一位知道如何表现力量与运动、对峙与静止、欢乐与痛苦、胁迫与震惊的画家。”如今他又成功地将他的气势赋予了他的艺术馆。

2014典藏·书法、花鸟作品联展

作为国内书画界的一大盛事,“中国国家画院国展美术中心 2014典藏·书法、花鸟作品联展”10月11日在中国国家画院国展美术中心正式揭幕,展期两周。本次展览由中国国家画院研究员,他们向社会各界献上了300余幅书法及花鸟精品。

本次展览有两大亮点。首先是国家画院书法篆刻院排出了23名研究员的完美阵容,其中不乏像欧阳中石、李铎、沈鹏、张海这样的老一辈泰斗级人物,也有申万胜、胡抗美、曾来德、陈洪武、王家新等举足轻重的业界栋梁;其次是为了配合花鸟画的形式特点,由国家画院美术馆在迎宾馆大厅打造的精品扇面鉴赏区,集结了8位艺术家、超过60幅作品。

中国广告博物馆开馆

近日,中国广告博物馆开馆暨新馆落成仪式在中国传媒大学举行。博物馆专注于广告历史、广告艺术、广告科学等见证物的搜集、保存、研究和展览。中国广告博物馆馆长丁俊杰表示,广告是人类智慧的结晶,广告作品是最形象的诠释时代的方法,也是记录历史和文明的方式之一。广告博物馆将碎片化的创意永久地凝固下来,让后人能够直观地了解不同历史时期的社会生活图景。