

中国富豪组团“淘宝”迪拜艺术展

文/李静



艺术光芒照耀下的迪拜

3月19日至21日,近70家精选画廊将聚集豪华的朱美古拉酒店,参加2009年第三届迪拜艺术博览会。每年一次的迪拜博览会可以说是亚洲最为年轻的艺术博览会之一,因为在这个以超豪华七星级帆船形酒店著称的地方,参展画廊数量和艺术品的质量等似乎已经不是最为重要的因素,而以石油富豪为后盾的买气和奢侈的艺术之旅,才是全世界艺术市场聚焦迪拜的原因。

3月15日,由艺术联谊团体崇源雅集

(Nobility Art Society)组织的华人收藏家团体将抵达迪拜,开始为期一周的中东艺术之行。这个团体中的大部分为上海藏家,少量来自香港,也包括美籍华人。迪拜艺术展(Art Dubai)国际组委会向崇源雅集国际事务部负责人Rory Gill发来邀请,并为其藏家会员安排了此次迪拜艺术展VIP特别活动的行程。

中国画廊无一参展

这个年轻的展会今年刚刚三周岁,整体而

言,此次迪拜艺术博览会仍然是中东和南亚的一次艺术聚会,来自欧洲和美国的画廊数量超过三分之一,韩国和日本分别有画廊参展。北京和上海具有较强实力的画廊原本有着参加迪拜艺术展的计划,但在经济环境并不理想的情况下均已放弃,在主办方提供的画廊名单中并未出现。

作为阿联酋的7个酋长国之一,迪拜可以说是中东最为开放的城市。这里的免税政策和精简的政府管理,吸引了全球的金融和投资机构。富有的精英中很大一部分人着迷并愿意投资艺术,这是令西方艺术经营者们跃跃欲试的重要原因。而即便他们并没有开始购买任何艺术品,单纯是口袋里的金钱就足以吸引信心百倍的欧洲画廊了。佳士得、苏富比和英国宝龙拍卖(Bonhams)等均将对中东的关注聚集在迪拜。

但对于中国画廊而言,虽然对于巴塞尔艺博会(Art Basel)的认知已经不再是单纯的“朝圣”,但对历史悠久、成熟运作的艺博会具有更强烈的吸引力。在经济环境不好的背景下,陌生的迪拜即便遍地是黄金也很难令他们下定决心。从这个角度来说,国内画廊和拍卖公司的工作人员以私人身份参加迪拜艺术展,更多是为了寻找新的机会,向中东买家推广中国艺术的工作还未展开。

事实上,中东买家对于西方艺术也并不“感冒”,有着相同或相似文化背景的中东和南亚艺术才能最早吸引他们。迪拜的皇室和显贵掌控了大部分社会财富,但相当比例的艺术品收藏家则是外国人。再加上迪拜艺术创作的薄弱等客观因素,迪拜又给来自全世界的艺术留下想像空间。

“淘宝团”成员不懂中东艺术

中国的艺术经营者们在向全世界展示中国艺术的过程中,也不忘抓住有升值潜力的艺术门类,转而将其推销给中国买家。经营者对于中东的“旁观”态度也影响着中国买家。参团的中国富豪们而言,并不确定自己是否会在迪拜博览会上一掷千金,一位成员甚至坦诚地表示,自己对于中东艺术并不了解,他更多地此次迪拜之行视作旅行。

虽然仅有不到20个成员,但此次的“富豪淘宝团”却有着令人瞩目的实力,他们要么是上市公司的老板,要么具有较强的融资能力。一位上海的藏家表示,以组团的方式前往迪拜,更多是出于安全方面的考虑,也希望和其他收藏家及艺术投资者就艺术博览会中的“实例”做进一步的交流。

即便如此,这也是东道主所想要的——阿联酋七个酋长国都想吃艺术旅游的大餐,离迪拜半小时的沙迦市有自己的国际双年展,而两小时车程外的阿布扎比市则邀请古根海姆、卢浮宫来修建分馆,正如一位迪拜的文化官员所强调的,这几个城市有不同的发展策略,不是竞争的关系,而是形成一个大的文化艺术区域。在“淘宝团”的行程中,3月17日有半天安排参观“刚好”同期举行的沙迦双年展,3月20日还有房产开发公司组织的迪拜建筑之旅。当以七星级酒店为代表的奢侈生活不足以吸引来自全世界的消费时,艺术或许可以。

参加此次迪拜艺术之行的一位美籍华人说,看得多了才更加清楚收藏的方向,自己此次应该不会空手而归。

(上接 P10)

记者:目前,当代艺术成交额集体缩水,在这种情况下,亲和拍卖在当代艺术上会有哪些调整? 仓田阳一郎:亚洲的艺术市场在过去的几年热得过度了,但在日本,艺术品价格的波动并不是很明显。

当代艺术在我们公司所占的拍卖份额本来就不是很大,最好的一次拍卖是2007年11月,当时成交额是4.8亿,现在经济不景气,在今年能有1亿到2亿的成交额,我们就非常满意了。当代艺术在日本的市场是非常小的,上世纪九十年代在日本几乎没有市场。日本的很多当代艺术家,像村上隆、奈良美智、草间弥生等,他们并不是在日本成名的,而是先在欧美成名,然后介绍到国内来的。我们在看待他们的时候,就当作为发源于欧美,并非日本。

最近两三年,日本的当代艺术市场才引起人们的关注。今后日本的艺术家的不必先去欧美,而是在亚洲就可以先打出自己的名声,培养出真正发源于日本或者亚洲的艺术家。21世纪,北京可能会产生很多艺术家的流派,这些艺术家可能来自全世界各地,北京也正在成为世界

艺术品的中心,世界各地的艺术家只有到中国来才会享誉世界。在这个过程中,我们可以把日本的艺术家的介绍到亚洲去,我希望将来不仅能介绍日本的艺术家的,还能介绍全世界的艺术家。

记者:为什么这次合作内容没涉及当代艺术?

仓田阳一郎:我们希望今后在当代艺术方面能和北京匡时合作,但是这次签署的合作内容只有中国书画和中国古董。因为在当代艺术方面,去年我们和北京保利还有台湾的公司达成了协议,有一些合作。当代艺术有很多合作项目,在单个的合作项目中我们会选择不同的公司合作,而在中国书画和中国古董方面,除了北京匡时,我们不会与其他任何公司合作了。

记者:您觉得日本拍卖公司和中国拍卖公司最大的不同点和相同点都在哪儿?

仓田阳一郎:中日双方的拍卖公司成长历史是不一样的,中国大部分的拍卖公司都是成立于九十年代或者2000年之后的,是在中国的经济

快速发展的情况下诞生的。在这个过程中,有些因为经济富裕而有收藏的需要,有些收藏家有把自己东西变现的需要,所以中国的拍卖公司数量和规模越来越大。日本的拍卖公司是在九十年代泡沫经济前后成立的,这时日本的经济渐渐处于泡沫紧缩的阶段,长期处于不景气的状态,在这种情况下,日本的一些收藏家就想赶快把东西出手。日本的拍卖公司是在这种情况下发展起来的,所以他的规模就不可能扩大。

中日双方拍卖公司的性质、风格和文化有很多不同之处,中国的市场非常大,所以中国的拍卖公司在自己国内就可以生存和发展,但日本的国内市场比较小,只靠国内市场是无法生存和发展的,所以日本要追求全球化,要跟中国和其他国家的拍卖公司合作,这样才能维持今后的生存和发展。

记者:从客户服务方面来看,亲和拍卖有什么样的优势值得中国拍卖公司借鉴?

仓田阳一郎:在客户服务方面,我们还不能为中国拍卖公司提供借鉴,一般来说拍卖的商业循环

是三十年到四十年。而我们公司成立到今年才二十年,公司的历史还比较短。

记者:亲和的成交额每年有多少?曾经创纪录达到多少?

仓田阳一郎:最高的成交额是2007年,达到88亿日元,2008年是40亿左右,今年可能会更少。

记者:亲和的佣金一般收多少?

仓田阳一郎:收取委托方10%的手续费。如果拍品价格在300万日元之内,收取买方21%的手续费,如果拍品价格在300万日元到5000万日元之间,收取买方12%的手续费。

记者:您个人收藏吗?

仓田阳一郎:我个人收藏的东西很多。我很喜欢欧美的油画,数字化多媒体艺术也很喜欢。日本当代艺术价格比较低,我收藏了很多日本当代艺术。除此之外,我还喜欢摄影作品,但是就目前亚洲摄影作品市场而言,在流通方面还没有确立起来。