

投资潮流

# 艺术品市场遭遇寒流

## 秋拍行情前途未卜

□本报记者 陈莹莹

“哎，怎么今年看预展的人这么少？”平时对艺术品投资收藏颇感兴趣的老常很是纳闷。而这，也许是多数艺术品投资收藏爱好者在今年艺术品春拍市场上发出的共同疑问。

投资者和收藏人士的疑问得到了数据的佐证。中国拍卖行业协会(以下简称中拍协)最新发布的上半年全国拍卖业经营统计显示,今年1至6月全国拍卖累计成交额为323.20亿元,较2011年同期减少了43.1%;主营业务收入41.83亿元,同比减少23%。

多位专家和业内人士告诉中国证券报记者,2012年艺术品春拍的结果表明,国内艺术品投资市场确实到了调整期。

### 艺术品投资市场降温

每年各大拍卖公司的春拍、秋拍以及预展,老常几乎从不缺席。老常说,艺术品投资收藏“水很深”,哪怕十几年的资深爱好者也不敢说自己行家,收藏一件艺术品简直慎之又慎。但是2010年、2011年,中国内地的艺术品投资市场的“爆棚”,让“老常们”咋舌,“几乎走到哪个展厅,都是钱的花不出去的新面孔”。

老常说,到今年春拍,这种情况就少得多了,那些出手阔绰的大买家好像一下冷静下来了。”

中国证券报记者发现,今年春拍主题是伴随“降温”、“疲态”、“调整”等关键词语,与2011年的“高歌猛进”、“全线飘红”等豪言壮语相比,形成巨大反差。

中拍协表示,上半年以来,行业总成交额同比下降将近一半,其中数量占全行业4.5%的拍卖企



新华社图片

业营业收入约占全行业总收入的近七成,加之去年下半年以来企业经营持续下滑,因此预计业内目前近半企业存在经营困难,企业层面整体生存状态并不乐观。

雅昌艺术市场监测中心公布的数据显示,2012年春拍成交率排名前10名的拍卖公司,其最高成交率为88%,最低成交率为69.33%,总体成交率一般保持在70%-80%之间。

业内人士指出,去年下半年以来,市场上的流动性持续紧张,是导致艺术品投资市场急速降温的重要原因。

### 天价拍品数量锐减

老常说,虽然自己不可能涉猎那些动辄过亿元的天价拍品,但是自己去年可是亲眼见过几个天价拍品的诞生。“大买家一般都是通过电话竞拍,最后几轮竞价的时候,简直是砸钱不眨眼啊。可是今年,大买家们不知道是太冷了,还是手里也没钱了。”

根据中拍协统计,2011年是我国文物艺术品拍卖市场发展19年来高端艺术品数量最多的一年,天价拍品层出不穷。10家拍卖公司春秋大拍中,单件拍品成交额超过亿元的达13件。另外,单件成交额超过百万元的有5726件,超过1000万元的有554件,超过5000万元的有46件。

值得注意的是,不仅是天价拍品行踪难觅,且各大拍卖公司为了吸引更多人气,纷纷推出无底价拍品。比如,此前中国嘉德第30期四季拍卖中上拍了大量无底价拍品,书画、玉器、瓷器杂项中比比皆是,其中明清家具专场80%的家具都是无底价;保利19期季拍也大手笔推出了近两千件无底价拍品,如此大规模的无底价拍品齐整亮相实属罕见。

业内人士表示,从拍卖公司的角度来说,无底价拍卖的拍品基本上都能成交,会有效地提高成交率,但征集拍品时比较困难,要花很多时间来说服卖家。

就投资者和买家来说,买方将会有更多的选择空间,并能更大幅度地掌握主动权、定价权。

中国证券报记者还发现,除了过亿的天价拍品锐减,拍卖行天价成交拍品迟付拒付情况也比往年要多、要严重。如以4.368亿元成交的《砥柱铭》不但有作价的嫌疑,甚至有做局的阴影,其价格与真实数据相差甚为悬殊。以传统的交易常识来看,这种天价拍品除了其特殊的金融因素,很难在合法合规的正常市场上套现获利。

### 市场未来方向不明

对于今年下半年的行业经营走势,老常坦言“看不明白”,但是他自己已在出手购买前一定会反复考虑,谨慎为先。“我身边的一些朋友也都说了今年会谨慎出手,大家理性、冷静多了。”

中拍协方面发布报告指出,尽管上半年以来行业成交额持续了自2011年下半年以来的同比下

降趋势,但与2011年上半年“V”字形波动走势相比,今年上半年上半年的拍卖成交额没有出现较大幅度波动,整体表现相对温和,保持了“低开高走”的温和爬升势头。可以预计,随着二季度宏观经济走势见底,进入下半年后,拍卖行业经营状况将继续保持稳中趋稳的缓慢增长态势,全年不会出现成交额较大幅度的波动。

雅昌艺术市场监测中心顾问龚继遂表示,尽管上半年的艺术品投资市场已经出现了深幅的调整,但行情调整仍然前途不明。龚继遂指出,未来有三个问题困扰市场,而且都并非艺术市场本身的因素。首先,宏观经济形势尤其是流动性过剩的问题,前两年艺术市场的高度繁荣完全靠流动性过剩推动,这是不能持续的,而一度阻碍市场发展的流动性枯竭虽然因宏观经济政策调整而得到缓解,但其未来走向仍不明朗。

其次,查税风波突现艺术品关税高税率问题,目前拍卖场上各大板块的优质拍品来源是海外回流,环顾周边市场,与中国大陆艺术品进口的高税率相比,新加坡为7%,中国台湾地区为8%,中国香港地区为0。最后,投资主导的艺术市场面临如何变现的问题,明年套现回笼的时候到了,主导艺术市场的资产配置的观念要得到落实,这将考验艺术市场的价格,考验操盘手的价格判断的准确性,考验市场交易的诚信度,让资本回报率得到验证。他认为这三个方面都有不确定性。

多位业内人士表示,艺术市场的情景不确定性因素很多,目前的一些动向表明,行情调整的趋势不会有大的扭转,除非有大的资金动向。

上在300美元到1000美元之间。

业内人士认为,老海报特殊的工艺成就了它的高贵身价。大部分1880年至1930年间的艺术海报都是采用一种难度很高的彩色石印平版印刷术。这种印刷是将所用颜色的酸性厚漆料手绘在一块独立的透气厚石板上,然后将纸按压在石头上,待干燥后再着其他颜色。由于工艺复杂,这些海报产量很少,印刷出来的图案的质感和色彩鲜艳更是现代技术难以达到。

随着印刷技术的进步和人们商业意识的增强,市场上出现了一些以艺术微喷技术复制的早期奥运海报。这类海报一般都装帧在相框中。相比原先的奥运海报,这些海报的还原技术非常到位,但其毕竟是仿制品,其收藏价值与老海报不可同日而语。

专家提醒,即使是同一届奥运会的海报,也有珍品和普通品之分,价值并不相同。例如1912年斯德哥尔摩奥运会海报,8000美元只是一般品的市场价格,其中的一些特殊品种,价格远高于此价。中国的奥运纪念品收藏者可以关注其中的中文版。据称,1912年奥运会海报共印制了16种语言,中文版印制数量最少,只有350张。

多了解奥运历史,对于奥运海报的收藏也大有用处。战争时期,原本计划于1916年举办的柏林奥运会,1940年举办的东京或赫尔辛基奥运会,以及1944年举办的伦敦奥运会都被取消或者延期,其中1940年赫尔辛基奥运会的海报已经印出来,由于战争没有发行,到1952年赫尔辛基奥运会举行时,组委会重新拿出了原先的版本印制海报,只更换了原版的日期,下面印有1940年标志的奥运会海报由此即成珍品。

茶座

## 谁来接班?

□郭文婧

上海交通大学一项最新调查显示,82%的“富二代”不愿意接班或者非主动接班,换句话说就是没办法才去接班。他们做了182个样本,全部是中国最好的民营企业。其中核心样本是54个,这54个样本全部是中国各个行业中排名前三位的企业。

孩子不仅是父母血缘的延续,更承载着继承和超越父母事业的期望。曾几何时,“守承父业”,被当作天经地义。但这一传统正受到现实的严峻挑战。不仅是超过八成的“富二代”不愿接班或者是非主动接班,另一项调查显示,超过六成的民营企业老板担心孩子能力不足以

未来5-10年我国将进入企业接班的高潮,如果接班人的题解决不好,中国的第一代企业民将何去何从?

实际上,家族企业的接班难题,并非中国独有。美国布鲁克林家族企业学院的研究发现,70%的家族企业没有能够传到下一代,80%的不能够传到第三代,只有3%的家族企业的第四代还在经营。但美国人的创业激情并没有因此受到抑制,美国的经济也并没有因此受到影响。相反,二代不愿接班,让该死的家族企业死掉,对社会经济发展倒是一件好事。我国正处于调结构转业的传统产业,顺应家族企业的规律,未必是件好事。

换一种思维,父母是父母,孩子是孩子,每个人都拥有自己独立的思想,都有权做出自己的选择。作为父母,“守承父业”的用心可以理解,但父母代替不了孩子,做不了孩子的领航员,只能做孩子成长路上的协助者。

其实,不少不愿意接班的“富二代”,并非真的不愿意接班,而是因为他们还没有尝试够,不愿意承受父母光环背后的巨大压力,他们需要一点自我发

展的空间,需要真切的自我体验。进一步海阔天空,在这个事必强调创新的时代,我们为什么就不能抛弃于承父业的传统思维呢?为什么就不能尊重一下“富二代”的意愿呢?

巴菲特尊重他的儿子,让他民营企业。其中核心样本是54个,这54个样本全部是中国各个行业中排名前三位的企业。孩子不仅是父母血缘的延续,更承载着继承和超越父母事业的期望。曾几何时,“守承父业”,被当作天经地义。但这一传统正受到现实的严峻挑战。不仅是超过八成的“富二代”不愿接班或者是非主动接班,另一项调查显示,超过六成的民营企业老板担心孩子能力不足以

数据显示,美国80%的CEO都是从公司内部提升上去的,而中国家族企业接班人有60%是直接来自市场挖过来的,这样的做法,导致中国企业比美国企业普遍短命。

富二代不愿意接班,并不是因为他们没有事业心,而是因为他们有他们自己的兴趣、爱好和理想,如果我们能够因势利导,给予他们展翅高飞的空间,给予他们必要的帮助,也许就会成就他们另一番精彩人生。或许,自己创业的企业是死掉了,但一个新的更有生命力的企业却诞生了。小企业变成大企业,大企业变成伟大企业,伟大企业变成长寿企业。世界企业的发展规律,就是打破“代际锁定”,实行所有权和经营权分离,引入职业经理人制度。

实际上,强迫“守承父业”,在一定程度上,代表了一种狭隘的世界观,将企业单纯看作了自己财富积累和人生价值实现的工具。而实际上,企业的成长是一个创造社会财富和福利的过程,更是一个分享快乐的过程。

子承父业,是一种选择,但不是唯一选择。江山代有才人出,各领风骚数百年,我们的富二代不应该是“接班二代”,更应该是“创二代”。



收藏

# 奥运海报收藏“马拉松”

□黄小凤

2012年伦敦奥运会虽已闭幕,“伦敦2012——奥运海报展”在中国国内城市的巡展热力依然不减。这次展览展出了伦敦奥组委委托12位当代英国顶尖艺术家为2012年伦敦奥运会和残奥会创作的海报。随着奥林匹克运动对人类的影响越来越大,奥运会海报历久弥新。

业内人士认为,奥运会海报的收藏,有如名酒收藏,是一次马拉松赛,需要参与者足够的耐心和坚持。

### 价值源自奥运文化具象

上溯百年,奥运会和残奥会的海报已成为人类将艺术与体育完美融合的一种文化具象产物,呈现出艺术家们对奥运会或残奥会的独特诠释,展现奥林匹克运动变迁。

首届奥运会1896年在雅典举办,当时还没有供宣传的官方海报,第一张奥运会官方海报在1912年斯德哥尔摩奥运会首创。从此以后,历届奥运会主办城市都会委托艺术家创作一幅或多幅海报,自第一届残奥会于斯托克曼德维尔举办以来,也秉承了这一传统。20世纪60年代以来,海报逐渐成为奥运会宣传推广的重要方式,成为奥运会的“品牌”要素。

奥运会海报以独特的角度展现了不同时代的艺术风格和价值观念,见证了世界的沧桑巨变。人体艺术是许多早期奥运海报设计的主题,1912年的奥运会首张海报,画面是一个肌肉发达的运动员自豪地挥动国旗,其他人均身体匀称,表情肃穆,体现出当时人们对完美体格的理解。用象形符号象征奥运会的做法始于1924年巴黎奥运会。象形符号自此成为海报内容的主要元素。

1956年墨尔本奥运会——首次在南半球举办的奥运会其海报采用了大胆的现代设计,奥运海报从此脱离了早期官方海报的说明性传统。从1964年东京奥运会起,海报开始运用



新华社图片

摄影技术记录当代运动员的完美和力量。20世纪70年代以后,大卫·霍克尼和安迪·沃霍尔等艺术家赋予了海报新的含义,他们把人体描绘成人类进取精神的象征,而不仅仅表面化地表现人体。

作为时代变迁的见证,1936年柏林奥运会的主题海报最为典型。这幅海报采用了希特勒批准的英雄现实主义的形式,预示人类历史上一场浩劫的开始。

1948年伦敦奥运会是二战后的第一届奥运会,在极为艰苦的条件下举行,当时这座城市大部分地区还是一片废墟,但这届奥运会使很多饱受战争摧残的国家聚集在一起,海报也表现出同样的乐观精神。

海报之于奥运的价值,慕尼黑奥运会是一个典型案例。承诺将体育和艺术结合起来,是慕尼黑成功获得1972年奥运会举办权的重要因素。慕尼黑奥组委将海报列入其重要议程。慕尼黑奥组委主持发行的《奥林匹亚1972》系列出版物包括35幅海报,均是委托世界著名的当代艺

术家设计,艺术家各自自由地选择主题表现对奥林匹克精神的不同理解。海报有用高级纸张印制,有设计师签名且限量发行的原版画,也有印制在海报纸上的便宜的商业画。

### 价格因会徽有霄壤之别

从1900年的巴黎奥运会到1920年的比利时安特卫普奥运会,这五届奥运会的会徽都以海报形式出现,海报和会徽融为一体,海报张贴后大都损坏,很少保存下来。这些会徽的设计,体现了当时最杰出的平面设计水平,艺术价值极高。由于印量少,1900年巴黎奥运会、1904年美国圣路易斯奥运会、1908年伦敦奥运会这三届奥运会会徽海报的存世量非常罕见,只有两三张曾出现在拍卖会上,拍卖价格根据品相的不同在200万美元至1000万美元之间。1900年奥运会会徽海报的设计师手绘原图曾经拍到1000万美元,印刷版拍卖价超过500万美元。1912年瑞典斯德哥尔摩奥运会的会徽画面里有裸体的男运动员,一些没有被张贴出去,存世量相对多一点,这张海报目前的市场价格多在8000美元。

从1924年的巴黎奥运会开始,会徽和海报正式分家,海报的价格产生了霄壤之别。其后年代的奥运会海报,除了1948年伦敦奥运会和1956年的墨尔本奥运会的身价在30万美元,目前为止价格最高的一张是1928年第九届阿姆斯特丹奥运会海报,全品相曾经以15000美元的价格成交。二战之后举行的奥运会海报价格基本

## 保险资产管理公司独立董事任职声明

本人受聘担任光大永明资产管理股份有限公司独立董事。根据中国保监会《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》的规定,作如下声明:

- 一、本人身份符合《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》关于独立董事独立性的规定,不存在任何可能影响对公司事务进行独立客观判断的情形。
- 二、本人完全清楚独立董事的职责及其法律责任。本人郑重承诺,本人将保证足够的时间和精力,诚信、勤勉、独立履行职责,切实维护保险资产管理公司和股东的合法权益。
- 三、本人保证上述声明真实、准确,并愿承担因不实声明导致的一切法律责任。

声明人:白元勤  
二〇一二年八月十三日

## 保险资产管理公司独立董事任职声明

本人受聘担任光大永明资产管理股份有限公司独立董事。根据中国保监会《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》的规定,作如下声明:

- 一、本人身份符合《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》关于独立董事独立性的规定,不存在任何可能影响对公司事务进行独立客观判断的情形。
- 二、本人完全清楚独立董事的职责及其法律责任。本人郑重承诺,本人将保证足够的时间和精力,诚信、勤勉、独立履行职责,切实维护保险资产管理公司和股东的合法权益。
- 三、本人保证上述声明真实、准确,并愿承担因不实声明导致的一切法律责任。

声明人:韩诚(Francis Hawke)  
二〇一二年八月十三日

## 保险资产管理公司独立董事任职声明

本人受聘担任光大永明资产管理股份有限公司独立董事。根据中国保监会《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》的规定,作如下声明:

- 一、本人身份符合《保险资产管理公司独立董事管理暂行办法》关于独立董事独立性的规定,不存在任何可能影响对公司事务进行独立客观判断的情形。
- 二、本人完全清楚独立董事的职责及其法律责任。本人郑重承诺,本人将保证足够的时间和精力,诚信、勤勉、独立履行职责,切实维护保险资产管理公司和股东的合法权益。
- 三、本人保证上述声明真实、准确,并愿承担因不实声明导致的一切法律责任。

声明人:李彤  
二〇一二年八月十三日

征稿

俗话说“人不理财,财不理我”。如果你在理财方面有什么绝门秘笈或奇思妙想,无论买金炒汇、收藏投资、银行理财、邮币卡,只要是钱生钱的故事,我们一概欢迎。

本版邮箱:liaow66@gmail.com

## 合众生存保险金累积利率公布

公布日期:2012.08.01

产品名称	生存保险金累积利率(年利率)
合众稳赢一生两全保险(分红型)	4.00%
合众财富年年金保险(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。)

## 光大永明投资连结保险 投资单位价格公告

本次评估日期:2012年8月9日至2012年8月15日

投资账户名称	8月9日		8月10日		8月13日		8月14日		8月15日	
	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价
稳健型投资账户	1.9378	1.8998	1.9320	1.8942	1.9033	1.8660	1.9039	1.8666	1.8899	1.8528
平衡型投资账户	1.9048	1.8675	1.8980	1.8608	1.8676	1.8309	1.8702	1.8335	1.8555	1.8191
进取型投资账户	2.3954	2.3485	2.3840	2.3372	2.3268	2.2812	2.3367	2.2909	2.3221	2.2766
指数型投资账户	0.9006	0.8830	0.8966	0.8790	0.8802	0.8629	0.8816	0.8644	0.8757	0.8586
货币市场投资账户	1.1377	1.1154	1.1379	1.1156	1.1382	1.1159	1.1381	1.1158	1.1382	1.1159

光大永明人寿保险有限公司 全国统一咨询热线:95105698  
Sun Life Everbright Life Insurance Co., Ltd. www.sunlife-everbright.com

