

风向标

艺术品私募基金迎发展新纪元

北京文资虚苑中关村文化艺术品投资基金成立

□文苑

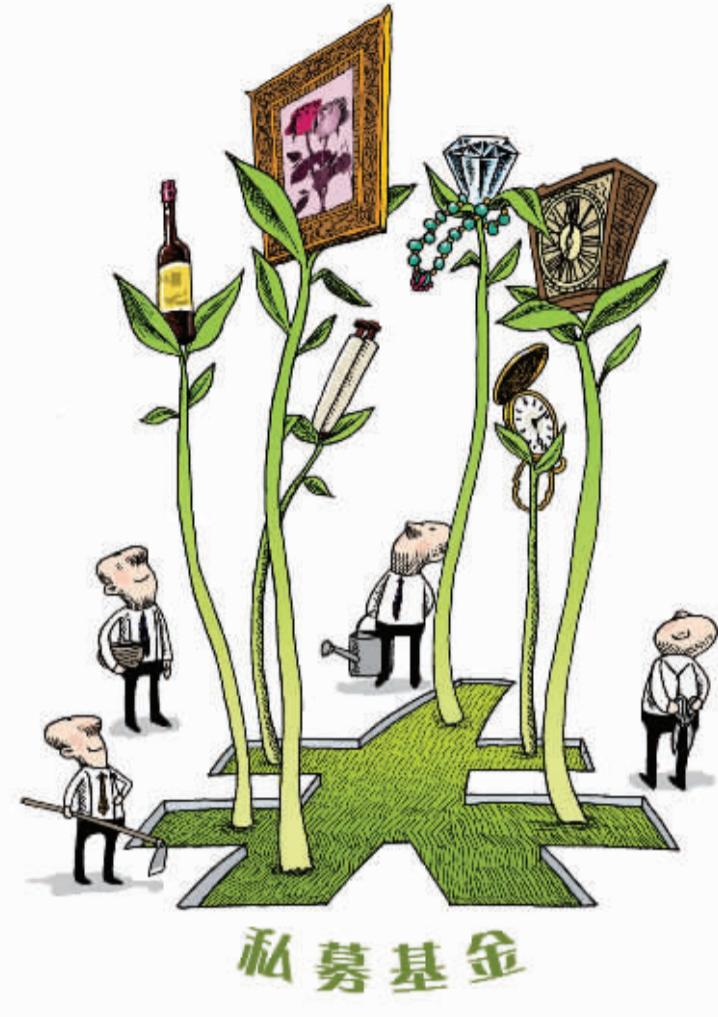
在经历2007年至2012年一轮爆发式增长后，文化艺术品类投资基金再度迎来发展契机。今年7月证监会发布《私募投资基金监督管理暂行办法（征求意见稿）》，将艺术品私募基金纳入监管，这被视为官方鼓励发展艺术品私募基金的信号，艺术品私募基金由此迎来规范发展的新纪元。

由北京市文资办、中关村发展集团等共同发起，北京文资虚苑管理的私募基金“北京文资虚苑中关村文化艺术品投资基金”近日正式对外募集。业内人士指出，在有效监管、良性发展的外部环境下，具有雄厚股东背景、专业资深投资团队操盘、规范运作的艺术品私募基金将脱颖而出。

世界级专业投资团队操盘

从国际经验来看，艺术品投资基金是证券、房地产之后的第三大投资市场。业内专家指出，从世界规律看，当人均GDP达到4000美元以上时，是艺术品市场的流行期，中国现在的人均GDP大概处于4000多美元的水平，而最新统计北京市的人均GDP已高达1.5万美元，这意味着艺术品市场将越来越受到重视。不过对于有意涉足这一领域的投资者来说，他们所面临最大问题在于缺乏专业渠道和专业知识，因此，如何打通金融和艺术品市场是这一市场发展的关键所在。

在北京文资虚苑中关村文化艺术品投资基金”的投资委员会名单上，著名古籍收藏鉴赏家韦力、法国国家文化资产总监戴浩石（Jean-Paul Desroches）、享誉欧美的收藏家冯德保（Chris-topher von der Burg）、艾思仁（J.



CFP图片

Edgren）、伦敦苏富比艺术学院东亚艺术系主任龙安妮（Dr.Anne Farrer）、著名收藏家、投资家姜兴道等世界级投资收藏界的大佬们赫然在列。这一重量级的投资委员会将有助于最大限度保证基金投资的艺术品的可靠程度及升值空间。

其中，投资管理公司投资委员会主席、总经理姜兴道在

2008—2009年以3.5万/平方尺左右的平均价格大量收藏著名艺术家崔如琢的书画作品，截至2014年8月，崔如琢书画作品的均价已达56万/平方尺，5年时间上涨16倍，其鉴赏投资能力可见一斑。

而这只基金的发行机构——

北京文资虚苑艺术品投资管理有限公司的实力背景同样不容小觑。它由北京市文资办下属的北

京市文化创意产业投资基金管理中心，联合中关村发展集团以及北京虚苑文化艺术发展有限公司共同发起设立，注册资本1000万元人民币。

其中，近日因重组跨界转型“文化圈”的松辽汽车，在A股上开启连续七日一字涨停之旅，其背后大股东正是北京文资办。这家成立仅两年的政府直属机构，2013年牵头组建了北京市文创投资基金有限公司，意图通过私募股权投资的方式，实现文化产业和资本市场的有效对接。

成立于2011年1月北京虚苑文化艺术发展有限公司，在短短三年时间里已成为全球从事版画艺术原创和经营推广的最大机构；拥有世界单体面积最大的版画创作工坊、一流的合作艺术家团队和国际水准的学术委员会；配备优秀的版画技师和顶级的版画装裱工艺，控股四家公司，参股两家公司，形成了从创作、装裱、拍卖、销售等完整的产业运用模式。由其创制的独幅木版挂屏已经被选定参加2017年摩纳哥王宫展，届时将与北京故宫博物院馆藏文物一同展出，目前该件作品估价约为5000万元人民币。

而同为发起股东的中关村发展集团，其科技园区遍布北京市各区县，区内企业达2万余家，管理资产总规模逾千亿元。

项目储备丰富

和国内多数艺术品投资基金以短线操作为主，项目期限多在三年之内，且多在拍卖市场高价拿货不同，北京文资虚苑中关村文化艺术品投资基金坚持价值投资理念，深入挖掘严重低估的投资标的，坚决拒绝对艺术品采用复杂的伪市场运作手段，坚决拒绝在拍卖市场上购买价值被严重高估或风险

不可控的艺术作品。

该基金计划募集10亿元，其中相关股东认购1.5亿元，基金运行期限为7年，投资方向明确为艺术品及衍生品、以贵金属为材料的艺术品以及特定行业并购、上市公司定向增发等。其中艺术品投资具有长期性，超额收益明显，艺术品衍生品能产生良好的现金流；以贵金属为材料的艺术品流动性高、变现能力强，具备极高的艺术附加值；并购与定向增发以两年退出期限项目为主，投资风险较低。同时，这只基金邀请严格规范的法律、审计评估及风控专家，与以往艺术品基金不同的是，基金封闭两年后从第三年起向基金持有人分红。

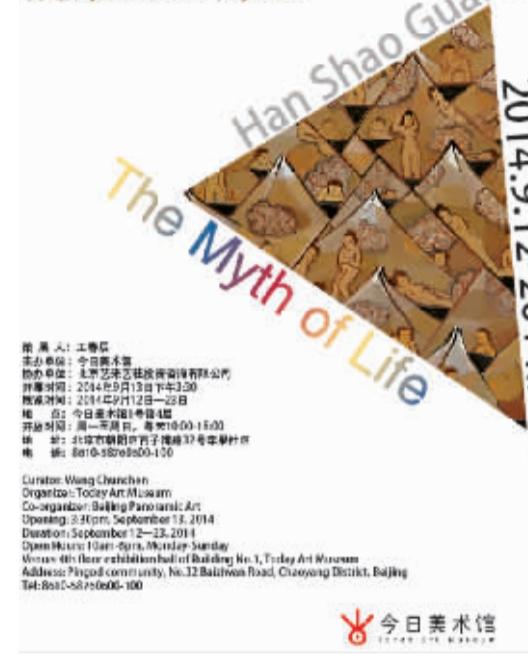
目前该基金的项目储备丰富，主要包括投资方召磨、邵飞、王家增、周兴等作品优秀、价值被低估的著名艺术家的书画艺术；投资刘国松、李少文、李津、邱志杰等著名艺术家的版画作品；深入挖掘徐匡、阿鸽、朱汉云、曹明凤、王超、范敏等优秀版画家的巨大市场潜力；独幅大型木刻原版及虚苑笺谱的研发、创制及推广；充分运用“雅昌艺术网—虚苑版画频道”的垄断优势，做足线上线下交易；建设青年版画家版画艺术品交易中心，储备艺术家及其作品资源；相关原创艺术衍生品的投入、开发与推广；贵金属艺术品、贵金属工艺品及由艺术家参与的贵金属珠宝首饰；文化艺术及科技类上市、非上市公司企业股权并购；上市公司定向增发等再融资项目。

上述投资组合兼顾了短、中、长期，关注资金周转率及现金流稳定性，通过严格的投资决策机制和风险管理手段，灵活调整投资组合，多渠道退出，实现长期显著和稳定的投资增值。

速递

生命的神话——韩绍光个展

生命的神话
The Myth of Life
韩绍光个展
开幕式2014.9.13 下午3:30



今日美术馆

这是一个关于绘画语言探索、展示人性精神变革以及个人观念变化的展览。

这次展览展出的50余幅油画和纸上作品，力图探讨艺术在走向当代人性中所涉及的宗教、哲学、艺术本质和日常文化。本次展览，韩绍光也希望邀请大家一起去观察、思考由人与自然组成的这幕以绘画的名义构筑的对话。

韩绍光使用油彩和丙烯创作作品，他的创作一直处在一种自由、边缘化的境界里。这在一个倡导主流的社会里似乎无足轻重，然而就是这种状态，却形成了画家的独特视角。韩绍光的作品具有一种迷离、奇异而又神秘的气质。作品元素包括重复出现的山、水、云和人物，以及直接的引用或者间接的隐喻。追求画面的陌生感，分解、打碎、重置、再组并且以破碎和不确定感远离中心，远离权威。画家似乎在寻找一种途径，穿梭于文化的明处和暗处，感悟着传统与当代人性之间的仪式。开幕时间：9月13日（周六）下午2:30 展览时间：2014年9月13日—9月24日 展览地点：北京市朝阳区百子湾路32号苹果社区今日美术馆（1号馆4层）

传承开拓 当代岭南中国画大展

2014年8月22日—27日，“传承开拓·当代岭南中国画大展”，在中国国家画院美术馆（北京市西三环北路54号）举办，并于22日下午3:30在中国国家画院美术馆1层开幕。

这次展览以“传承开拓”为学术主题，意在探讨当代岭南中国画的文脉传承、画学渊源及趣味、图式和价值，是对“当代岭南”这一概念及创作群体的一次强有力地阐述，也充分体现了“当代岭南中国画”之现实价值和学术意义。

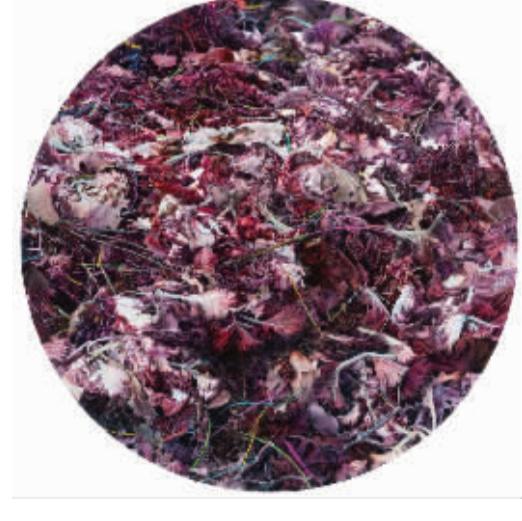
这次展览由广东省美术家协会、广州美术学院、当代岭南艺术研究院共同主办，广东省美术家协会中国画艺委会、安徽美术出版社、北京保利国际拍卖有限公司、当代岭南艺术中心共同协办的。

“水墨新精神 传统文化的当代裂变”

作为中国国际青年艺术周的重要组成部分，以“水墨新精神——传统文化的当代裂变”为主题的青年艺术水墨展，于8月10日至9月1日在石家庄美术馆隆重呈现。21位70后水墨艺术家展示了传统水墨艺术发展到当下所体现的新精神，激发的新思考。本届主题展由中国对外文化交流协会主办，中展德美（北京）展览有限责任公司和石家庄美术馆联合承办，北京德美嘉文化产业有限公司协办。

水墨作为中国传统绘画的重要表现形式，如何在当代延续，进而反映时代变迁？此次参展的水墨艺术家给出了思考的方向和尝试。观众们可以欣赏到青年水墨艺术家在当代语境下的自我反省、厚积薄发，也能看到新时代下的水墨新精神。

“史国威个人作品展”开幕



在今年的香港巴塞尔艺博会上，年轻艺术家史国威备受VIP客户关注。作为瑞银集团近年的收藏名单中最年轻的中国艺术家，史国威一直在拓展其创作的维度。“史国威善于使用拼贴技巧和现成图像的方式，一直在波普艺术发展史中反复出现，其作品意在探求西方艺术史与当代中国的对话。”瑞银集团的艺术藏品亚太区策展人史蒂芬·麦卡布雷（Stephen McCoubrey）如此评价史国威早期的黑白照片手工上色作品。而此次香港巴塞尔展出的则是其转型之后的新作。“史国威个人作品展”8月23日在798圣之空间开幕，则将是首次较为全面地呈现史国威的创作。

■圈点

微信朋友圈里那些艺术事

艺术传媒春天还远吗

□毕武英

8月18日，微信朋友圈因为开盘后股市中文化传媒板块的普遍涨停而热闹非凡。

当天，该板块的整体涨幅达4%。早盘时便有浙报传媒、粤传媒冲高涨停，午后更添人民网、华谊嘉信及天舟文化。截至收盘，前述五只个股均报收涨停板；光线传媒、中文传媒涨逾6%，出版传媒、新文化、中南传媒等多股涨逾5%。

无论是艺术圈还是媒体圈，很多人的另一个身份是“被套牢多年的中国股民”，因此如此涨势，无疑是一剂“强心针”，令在股市中沉溺许久的意志找到了又一块可以抓牢的“浮木”。

于是，涨停的捷报先是在各圈刷屏，之后便有人开始猜测，究竟是怎样样的助力使得这个板块出现明显异动？

谜底在当日下午晚些时候揭晓。很多人转发了来自新华网的一条消息——高层关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的讲话。

无论是否持有文化传媒股，对于媒体人来说，这都是春天的希望。而艺术圈中，这种希望靠得最近也最迫切的是艺术圈媒体。

艺术无论从创作还是消费群体来说，都是小众，因此，为小众服务的艺术媒体，长期以来都与主流媒体保持着相敬如宾的距离。它们中的很大部分，和艺术家一样，生存艰难却从未失去信仰。

中国的艺术品市场启动于上世纪90年代，当时的艺术媒体还是以官方为主。进入21世纪，艺术品市场发展迅猛，一些民间资本进入艺术品市场，另一些资本则注入艺术媒体。但受政策限制，这些民间资本很难获得有限的刊号资源，因此一些采用租用刊号的形式挂靠在有正规刊号的媒体之下，一些则选择

“直投”。因为，对于这些直投媒体来说，被官方认可固然重要，但在无法逾越刊号这道“高墙”的时候，被艺术家认可就成为他们的生存之道。

为此，这些媒体选择了不同的“取悦”之路。有的关注于学术——因为学院派艺术家总带着些许“学术地位”的精神；有的关注于市场——因为再好的艺术家也是需要将自己的作品变现的；有的改媒体常有的“一本正经”——因为艺术家的生活离不开另类和调侃。

于是，定位不同的艺术媒体，运作方式也不同。有的媒体本身就具有艺术投资的专业性，其创办杂志的目的很大程度是为了以比市场低的价格换取所选取的艺术家作品。因此，为艺术家策划选题、进行专访、刊登画作都是免费的，艺术家只需用约定好数量或者内容的画作予以交换即可。这种方式在一段时间内是艺术杂志最常见的运作方式。

还有一些艺术杂志，不具备将艺术品变现的运作通道，而且它们逐渐发现艺术家已经不像最初那样“实诚”，与杂志交换版面的作品往往是些小品之作，因此采用向艺术家收取“真金白银”的宣传费用。当时的艺术环境，市场很好的艺术家不需要宣传，需要宣传的艺术家又没有太多资金。很多艺术杂志往往印刷精美，但印数不多，大多只印两三千册，更有无良者，说是给艺术家做一个特辑，其实就印几百本，全部都送到艺术家家里，但对外都号称印有几万甚至十几万之多。因此看似“高大上”的艺术媒体其实制作成本并不高，因此他们给那些资金并不雄厚却迫切需要宣传的艺术家开出的价码远远低于发行量庞大、成本高的主流艺术媒体。久而久之，这样的低印量、低广告价格成为整个艺术媒体的行规。

之后，随着国家对艺术品市场的进一步支持，主流媒体纷纷创办艺术周刊，比如《中国证券报》旗下的《收藏投资导刊》、《中国文化报》旗下的《艺术品市场》等，它们成为目前艺术媒体的主力军。

对于艺术家来说，很多也从之前艺术杂志的“高大上”迷局中醒悟过来，上述主流媒体成为艺术家们为自己宣传的选择渠道。然而，此时媒体和艺术家之间有了利益分歧。主流媒体的艺术刊物由于印量大成本高，给予艺术家的广告价格不可能像之前那些艺术类杂志那么低，但后者所遗留下

的低价行业规则，成为艺术家根深蒂固、不可逆转的媒体印象，双方常常由于价格谈不拢而彼此僵持。另一方面，艺术家有时也提出用画作置换版面宣传，这也是主流媒体所不能接受的。因此，主流媒体的艺术刊物，一进入艺术市场，就步履艰难，很多只能依靠自己的主报或者传媒集团生存。

艺术媒体怎样从围困中挣脱出来？既然传媒的春天来了，艺术传媒的春天还会远吗？我们拭目以待。

年轻力量——新的艺术信仰

□王宁

作为国内最具品牌价值的年轻艺术家扶持、推广、展示平台，已进入第四个成长年头的“青年艺术100”项目，在展示空间上完成了从地坛、798艺术区再到北京农展馆三级跳的同时，也真正坐实了“青年艺术第一推广品牌”的头把交椅。

2014年8月15日，2014年度“青年艺术100”北京启动展于北京农展馆1号馆正式拉开帷幕。来自中国大陆、港澳台、韩国、意大利、美国、肯尼亚、希腊、泰国等亚洲、欧洲、中东、非洲、北美国家和地区的130余名当代青年艺术家的500余件作品，在北京农展馆与798圣之空间两个场地同时展出。展览期间，15场不同主题的艺术教育、论坛讲座等公益活动也在两个场地同期举办，开启本年度最盛大的当代青年艺术季。

“不同凡响”的年轻力量

本届“青年艺术100”启动展在展场设置和分区上进行了精心策划，两个场地分别展示了2014年度“青年艺术100”入围艺术家的作品以及“不同凡响”项目10人的微个展和十位韩国青年艺术家、十位意大利拉古纳艺术奖推荐的影像艺术家的作品。整个项目所展出的艺术作品涉及油画、国画、雕塑、版画、装置、影像等，以丰富的形式呈现全球当代青年艺术家不同的异域风貌。

2014年度“青年艺术100”北京启动展同期推出针对十个艺术家的新项目——“不同凡响”，这是由莱维国际集团特别支持的微个展爱心计划，以展示青年艺术家的综合艺术素养。组委会将邀请赵力、向京、刘礼宾、孙国胜等组成评委团，从历届参展艺术家中遴选出十位艺术家，给予一定的展示空间，呈现十个与众不同的艺术方案，打造十个独具特色的“艺术盒子”，穿插于农展馆的主题展厅中，与2014年度“青年艺术100”整体展览遥相呼应。

北京农展馆在艺术品展览展示领域所扮演的重要角色实际始于2006年的首届“艺

“青年艺术100”一直努力为当代青年艺术家提供国际交流与合作的机会，本届“青年艺术100”北京启动展与“意大利拉古纳艺术奖”合作，在圣之空间特别推出了10名获奖影像艺术家们的展览。

意大利拉古纳艺术大奖推荐的十位参展艺术家分别来自亚、非、拉、欧各个大洲的不同国家，为观众呈现本届展览的国际化视野。

同时，“青年艺术100”与国际顶级艺术水晶品牌LALIQUE莱俪首度合作并推出了“莱俪青年艺术奖”。特邀评委将从历届“青年艺术100”参展艺术家家中评出“莱俪青年艺术奖”的获奖艺术家，并在活动闭幕时公布，获奖者将有机会前往法国驻留。

入驻北京农业展览馆

将展出场地固定为北京农展馆是“青年艺术100”项目在2014年度当中所呈现出的首个变化，这一变化在某种程度上也可以看作是“青年艺术100”真正走向成熟的一个象征。

作为一项长期的艺术项目，每年更换一次展示空间的做法总会给人一种“尚在摸索，还未成熟稳定”的感觉。或许，固定后的展出场地在一些人看来也并非理想，尤其是将场地定位农业展览馆这一与艺术品交易市场有着千丝万缕联系的地方。农展馆是什么地方？“艺术北京”呢！那么“艺术北京”又是什么呢？博览会呢！

博览会加拍卖公司是目前北京农展馆在艺术品展示领域中最大的客户群体，而“青年艺术100”项目作为推荐、扶持年轻艺术家的综合平台，选择这样一个充满“铜臭味儿”的地方作为自己今后主要展示空间，是否多少有些“欠学术性”呢？这也难怪在本次展览期间，就会有业内人士站出来吐槽：今年的“青年艺术100”整个就是一场年轻艺术家的博览会。

北京农展馆在艺术品展览展示领域所扮演的重要角色实际始于2006年的首届“艺

术北京”博览会，在此之前，虽然北京农展馆有着不错的展示空间，但与艺术的距离稍远。

“艺术北京”博览会入驻北京农展馆之后，这座古老的庄重的苏式建筑才开始有了与艺术以及当代艺术有关的故事。除了“艺术北京”旗下的两个重要的博览会项目——“艺术北京·当代艺术博览会”和“经典北京”之外，随着艺术市场的逐年火爆，原本并未将北京农展馆视作展示场地的拍卖公司也开始进驻。先是以外博览合作机构的身份出席，随后，北京保利拍卖公司在2012年春拍期间首度将北京农展馆作为其预展举办场地，并一直沿用至今。

沦为“博览会”想必是“青年艺术100”怎么都不会想到的吐槽点。或许，这正是将展馆选择在农业展览馆后的必然反应吧。

个人化的情绪表达

“小清新”的创作手法是继“卡通一代”之后对于年轻艺术家创作群体的又一个笼统式的界定与归纳。这或许是基于画面呈现方式的简单化的处理，但不可否认的是，在2014年度“青年艺术100”当中确实有着大量此类创作形式的艺术作品呈现，这也难怪会有人将“小清新”一词用到当前的年轻艺术家创作群体当中。

表面化的“小清新”正如其表象中的色彩斑斓和简洁形象一样只是一层外衣，而包裹在这层清新面孔下的是艺术家极具个人化的语言表达。灰色童话、机械哲学、线性几何、浪漫美学、动漫卡通甚至是现实调侃，这些充满严肃、残酷甚至是晦涩的话题正是掩藏于“小清新”唯美纯净表象下的艺术诉求，而这些艺术诉求的唯美式传递恰恰是当下年轻艺术家有别于以往的创作方式。

这个时代的年轻艺术家已经不再被流派、主义、风格甚至是形式所束缚，唯有个人化的创作才是他们共同的信仰。