



中国艺术品市场泡沫化了吗?

作者: 赵力 来源: 东方视觉

本站公告

1、网络传媒的优势之一是可以在线播放音像混成的动态画面,因此本站将尝试把过去需要录音后整理成文的访谈,用视频记录并在“本站专稿”栏在线播放。由于这些视频文件都是先传到优酷网再用外部连接的方式链接到本站,因此无法避免优酷网的网络商业行为。本站“视频下载”栏将改成“视频专栏”,也采取把视频文件传到优酷网再链接到本站的方法。如果您想避免成为优酷网在线商业宣传的对象,请不要点击本站视频文件。

2、本站免费刊登展览信息和个人作品。展览信息包括电子海报、简讯文档、参展作品与展览场景,作品要求表明尺寸、材料和创作年代,如果是展览预告,参展作品与展览场景的图片可以在开展之后补发给我们,否则我们将不保留该展览信息。个人作品要求有个人风格,并为具有探索与创新的风格,数量在4件以上,艺术市场上热销套路风格,本站一概不与刊登,展览信息除外。这是本站鼓励创新和尊重创作自由的学术定位所决定的。所有图片请把像素调到800X600,高宽相加等于1400

3、本站“视频下载”栏目欢迎40MB以下的avi格式的压缩文件,内容可以是video作品、访谈录像、名人生平录像、行为艺术录像、重大展览与学术会议录像。超过40MB以上的稿件,请分成上下集或多集,我们将采取连载的方式予以发表,连载最多不超过400MB。其他内容的avi稿件,请通过电子邮件与我们联系,我们将尽量考虑发表。本站工作邮箱: art-here@163.com

与其他市场的情况大致相同,一旦中国艺术品市场出现了异常发展,“泡沫化”的论调就会不绝于耳。事实上,伴随着2003年以来中国艺术品市场的“井喷”行情,坊间关于“泡沫化”的声音更是甚嚣尘上。

然而“市场泡沫化”与“市场中存在泡沫”是截然不同的概念。“市场泡沫化”是指一个市场因过度的人为因素而出现的背离市场规律或市场真实的危机性;而“市场中存在泡沫”则为局部存在的“价格虚化”的问题,但尚无碍于市场整体性的健康与良性。那么,目前中国艺术品市场泡沫化了吗?

正如笔者在“中国艺术品市场的‘后非典时代’”一文中所强调的,宏观经济的持续向好是中国艺术品市场新一轮跨越式发展的基础。然而在专业化的市场中,“供求关系”是决定市场走向的基本规律。艺术品从本质上而言隶属于稀缺性的资源,但在20世纪的大部分时期中,由于社会不安定、经济发展滞后等历史原因,艺术品供求关系间的矛盾并不显得十分突出,甚至出现了因供大于求而造成中国艺术品价格长期低位徘徊的情形。但随着20世纪80年代台湾、香港区域经济的腾飞,尤其是自改革开放以来中国大陆地区社会、经济的急速发展,对中国艺术品的旺盛需求已经极大地扭转了先前的局面。80年代中期至90年代在全球艺术品市场中由香港、台湾收藏群体联合主导的“中国旋风”,以及近期大陆艺术品市场中愈演愈烈的“海外回流”,无不反映了立足于旺盛需求之上的中国艺术品资源的新一轮整合过程。再以民国“海派”书画作品为例,在90年代仍被普遍认为是数量充足而非珍稀的部分,但自2003年春夏之交以来,仅仅经过大约三个拍卖季的轮替,精品佳作已然不足。目前我们对于“大中华经济圈”内吸纳艺术品的规模与容量仍难以做出某种精确到量的评估,但就当下而言其发展潜力仍是巨大的。而只要其发展潜力尚存,则“市场泡沫化”的论断即为不成立。

“市场泡沫化”的显著特征之一是严重背离原本市场价值的价格飙升。近期中国艺术品价格的飙升是一个不争的事实,但合理性的因素仍是主要的。从基本面来看,价格的飙升仍是市场的旺盛需求所致,而非基于人为的恶意炒作,因此交易的真实性仍毋庸置疑。在另一方面,中国艺术品价格的起点普遍很低,有些领域甚至处于“拓荒”阶段,即便价格已经急剧抬升,但因为起点的原因,中国艺术品整体价格的重心依旧不高。个别书画家作品的价格在2004年上半年迭创新高,而以1650万元成交的吴昌硕《花卉屏风》、以4620万元成交的鲜于枢《石鼓歌卷》、以6930万元成交的陆俨少《杜甫诗意图》,这些在短期内不断被刷新价格纪录更令人振奋,然而与5月5日纽约苏富比1.04亿美元拍卖成交的毕加索《拿烟斗的男孩》相较,则中国艺术品的价格想像空间无疑又被进一步地打开了,而我们也有理由来期待中国艺术品价格的更多奇迹。

人为的恶意炒作是导致“市场泡沫化”的原因之一。炒作是投机行为,与一般意义上的艺术品投资大相径庭。目前中国艺术品市场中的购买者仍以个人收藏为主,机构收藏为辅。艺术行业、艺术中介人才稀缺、力量薄弱,艺术投资基金及其介入市场未见端倪,而社会性游资亦因艺术品市场的专业性和特殊性而望而却步。而一旦艺术品市场的资源与资金的整合出现异动,则应充分给与关注。

编辑: 林琳 责任编辑: 林琳

<< 首页 < 上页 1 下页 > 末页 >>

