



中国艺术品市场从区域走向全球

作者: 毛木子 来源: 北京青年报

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

根据雅昌艺术网《2007年度拍卖市场调查报告》显示,2007年中国艺术品在全球拍卖市场上成交总额达到236.9亿元人民币,比2006年增长41%,已经超过法国成为世界第三大艺术品市场。为探求中国艺术品市场规模迅速增长的原因,我们走访了中央美术学院艺术市场分析中心主任赵力。作为《艺术财富丛书》的主编,赵力是中国权威的艺术市场分析专家之一。他从中国艺术品市场规模发展现状、艺术品投资以及2008年中国艺术品市场走势几个方面做了如下分析。

国际消费催发中国市场

纽约和伦敦艺术品市场虽然交易地点在纽约和伦敦,但它们代表了全球的资源,以及购买人群的汇集。和一般的区域性市场都有区域性的消费者相比,中国的市场由于有国际消费的参与发展较好,目前中国艺术品拍卖成交额首次超过法国进入前三甲,或者预示着中国有可能成为纽约和伦敦之外的又一个国际化的交易市场。这将是一件不得了的事情。

近几年,艺术品市场从收藏性市场即“圈子市场”走向共同参与和投资,国外资金开始进入,这些资金带动了市场规模发展,这是市场属性发展的一个结果,二是价格问题,资金涌向优秀艺术品,争夺稀缺性资源导致价格暴涨,价格暴涨又吸引更多的资金进入,形成了循环推动力。

股票市场是万亿级别,房地产市场估计比股票市场更大,中国艺术品市场才属于亿元级别。很多人会认为增长的前景会更好,我认为它不可能像股市和房地产市场一样巨大,因为艺术品市场是一个稀缺性的市场。它有自己的原则,规模扩大太快,增长率太大,市场就会片面追求规模,忽略质量。就会出现诸如赝品问题,真假问题,质量问题,好作品和坏作品问题等等。作为价值标准就会失准。我们希望艺术品市场中艺术品的内在价值和外在价格达成一种和谐关系。如果达不到这种和谐关系,那么这个市场就会带有很强的泡沫性。

见好就收不适合

从投资周期看,艺术品要长期持有才能获得它的收益,短期的炒作或见好就收是不太适合艺术品市场的。大家要接受这个特殊性。

从投资价值看,要找到艺术价值和投资的注点。要以艺术价值为核心,而不是指价格的本身而言的。如果按照投资角度来说,要做价值投资别搞太多的趋势投资,因为趋势投资是依据市场价格和行情来进行的,而价值投资是找到合适的目标,有正确的判断,买到合适的艺术品,以能够接受的价格成交。

从市场品种看,市场的特点是向后移的,从二十世纪艺术品到二十一世纪艺术品阶段看,最开始是关注近现代艺术作品,然后是关注现代、当代艺术作品。因为中国艺术品市场的高速增长,要有大量的资源提供,来实现所谓的增长性。艺术品市场如果没有好的艺术品买卖,价格再高也是徒劳的,所以它的趋势是越来越向后走的。当代艺术家不断地创作,从资源角度看相对充裕,所以是一个所谓“向后”的过程。

相对来说传统的艺术品如相关的书画古董等,在行情里没有得到充分的价格的肯定。从价值角度,中国活着的当代艺术家的作品卖到七八千万左右,和中国传统绘画类最贵的作品处于一个价格线,处于全球最贵的中国艺术品如瓷器、古董这些千百年来最重要的艺术品的价格三分之一以上,这样的比例是颇高的。大家可能认为中国当代艺术品价格涨得太高,另外也可以说明中国传统艺术品的价格太低。

下一个发展趋势是从“向后走”到“向前走”的过程。即从中国当代艺术品转向关注传统的中国艺术品。这个过程一方面它会形成艺术品市场内部品种的一个风险，而所谓的抗风险的方法，就是形成内部的对冲性，两边涨的关系就像扁担的两头沉的概念；另一个方面也会对后面的占有行情有一个支撑，否则大家会质疑后面的部分价格太高，所以应该关注一下传统的中国艺术品，古代书画等等。当然古董、瓷器的门槛还比较高，但我认为可以通过坚持学习、提高自身艺术素养的方法，介入一些比较便宜、大众化的品种。

艺术家创造力是市场发展关键

目前中国艺术品市场存在的主要问题是资源不够多元，比较集中，趋同性比较强，有限的资源会被无限地扩大；价格层次也不够多，艺术家的作品应该有很多层面，既有上千万也有上百万，形成多层面，不同层面才有更多的参与者作为基础，市场才会越来越稳固。这是最核心的问题。但关键问题还不能完全谈市场，一个市场能够蓬勃发展，除了外部环境、经济走向等因素影响外，最重要的还是艺术家的创造力，只有不断地创造和前进，整个行业才能向前发展。这才是最关键的。市场预期还是要看中国艺术家的水平，成功的艺术家有没有后劲，而新的艺术家能不能超越成功的艺术家，这种民族精神的作用是不可替代的。

市场和参与者都要喘息

2008年中国艺术品市场将经历一段稳定的发展期，最重要的原因是经过这几年的增长之后，市场和参与者都要喘息一下。要看看接下来的走势，包括国际经济、社会环境的变化，还有中国经济持续发展的能力，才能判断它的发展趋势。现在对近期的变化看法分歧比较多，最主要的原因是在对于现实性的增长有感同身受的把握的基础上，反而对于未来的发展产生了不同的意见。当然都期望市场行情越来越好，但经济是有周期性的变化的。在这个过程中，好的形势会对未来产生忧虑和危机感，但都是情感性的，不是现实性的。艺术品市场上信心是很重要的，2008年这个特殊的年份势必会影响到市场参与者的信心。现在参与者的信心是有点不足，主要是受到国际市场和国内其他投资市场的影响，所以会产生情绪波动。而且现在艺术品市场与其他市场的关联性越来越受到关注，所以大家都比较敏感。但总的走势还是会在稳定的发展中度过。

编辑： 靳思元 责任编辑： 王小箭

<< 首页 < 上页 1 下页 > 末页 >>

推荐网站

[雅昌艺术网](#)

[中国美术批评家网](#)

[宋庄ART](#)

[威尼斯双年展](#)

Base on PHP & MySQL
Powered by W2K3 & Apache

关于我们 | 版权声明 | 联系我们 | 邮件投稿 | 渝ICP备06000899号 | 本站LOGO下载
非赢利学术网站 执行主编：王小箭 联系电话：010-63987712（京） 023-86181955（渝）