



艺术品鉴赏平台  
艺术家推介平台  
声音

现代快报

A26

2012.12.1 星期六

责任编辑 刘一诺  
美编 时芸 组版 竺巍

# 艺+之言

## 当代艺术， 投还是不投？

刘尚勇

北京荣宝拍卖有限公司总经理



无激进，不当代。以怀疑和批判为特色的当代艺术，容易吸引人，却缺乏建设性。建设性需要时间的检验和过程的积累，一般来讲，传统的、经典的、许多艺术家为之努力的，都是有建设性的。而批判性，只在一时一地吸引人。当今这一浮躁社会，人人愿意做批判，不愿做建设。当代艺术的批判性，在短时间内很讨巧，但会随着批判、质疑的被纠正，而失去吸引点，不再被关注。当代艺术，通常又与时尚相关，时尚是潮流，但同时有“时效性”这一致命缺点。这意味着如果当代艺术不关注人类根本话题、不提出建设性的话语，就无法成为经典，就很容易失去市场。

有些画家，为了短时出位，吸引眼球，可能需要出手这一类型的作品，然而也不能保证其效果，因为这一路数很容易被其他画家以更出位的方式超越。出位不能成为经典。想要做一个建设性的画家，除了长时期地往一个方向、一个目标行进外，别无其他。

投资的目的是赚钱，那么为了最大效果地实现这一目标，投资物必须是稳定的、不断增值的，而不是瞬息万变的、不稳定的。当代艺术、时尚艺术，时效性强，不稳定，都决定了其投资兑现的时间较短，一过了时效期，就很难兑现投资。因此，投资一定要选择经典。同时，投资一定要选择市场中有其不同阶段作品，能够全方面展示其艺术过程的作家，比如齐白石。就怕有些画家偶有创作，过后又了无踪迹，投资这一类画家就存在风险。

有人可能会有疑问，那么当代艺术就没有大师吗？所有历史大师在当时不都是当代吗？这个我不敢定论，也许会有，比如毕加索在当时就不被经典认可，但这毕竟凤毛麟角。要说当代艺术的意义，或许在公共收藏领域，可作为当代艺术博物馆的一件展品为后人记录历史等。我记得，多年以前，美国一个展览上，一个装满了电视机、时尚杂志、假发等生活垃圾的杂物桶卖了30万美元。这个垃圾桶有艺术性吗？我们看不出来。值得投资吗？我们也看不出来。它的意义可能在于向后人记录、展示了一个曾经只有享受、消费的时代。

当代艺术的投资指数不大，但当今，拍卖行还会不断推出一些年轻画家的原因是考虑到刚性需求、文化消费。如今，艺术原作进入家庭已成为一个趋势，年轻画家的作品与时代贴近，其审美心理也比较接近等先天条件，决定了其有一定的需求市场，但不是投资市场，这个需特别分清。

摘自《艺术品鉴》

## 当代水墨是 未来艺术投资的潜力股

贾廷峰

艺术经纪人、自由撰稿人、艺术策展人。

喧嚣褪尽，水落石出。2011年秋拍至今，各大拍卖行的成交额和成交率均大不如前，短期资本投机盲目进入，人为炒作的虚幻泡沫伴随艺术的真相及艺术市场的自身规律逐渐消散，这一局面令越来越多的艺术投机者开始停止盲目跟风的步伐，转而归功于反躬自省，在理性克制中更加谨慎地投资艺术。

当下艺术品交易市场中占据主要份额的大致为古代绘画、近现代绘画、当代书画、当代油画雕塑四大板块。较之上述热门的艺术品交易四大板块，笔者更为看重的投资方向却是目前尚显小众的当代水墨领域，无论是发自我民族情感、社会责任的倡导还是基于学术价值、商业受益的考量，我们都有理由相信当代水墨是未来艺术投资的潜力股。

有别于传统绘画，当代水墨更为贴近这个时代，有着对艺术更为深入的思考，当代水墨艺术家更注重反映当下人的生存状态和精神指向，他们既了悟中国传统文化艺术灵蕴，又深谙西方先锋艺术语言，同时兼具人文关怀和独立品格，其作品往往能够从传统中抽离精华，又能在西方美学中吸收养分，进而创造出一种新的当代语言，形成自己特有的笔墨方式来表达艺术理想，具有鲜活的时代特征和生命力量。历经30余载的不断尝试与探索，当代水墨也涌现出了一批在此领域作出卓越贡献的优秀艺术家。

当代水墨作为中国艺术市场的新生力量，较之其他艺术领域的投资，有以下几方面优势：一：很少有大量资本的介入和恶意炒作，投资环境较好；二：当代水墨目前的国民受众面相对较小，收藏群体偏少，很多优秀作品因缺乏关注价格低廉，投资门槛低；三：当代水墨的真伪鉴定因创作者大多健在也变得相对简单，投资风险小；四：投资收益高，十年前，四尺整张的作品，田黎明一万一张，李津五千一张，十年后，同样的四尺整张作品，田黎明高达百万一张，李津也已经四五十万一张了，十年的周期，近百倍的涨幅。

中国绘画需要寻找属于自己的道路，中国传统文化范畴的艺术家们也必然向着现代知识分子转型，发展当代水墨，树立起民族文化的自尊，超越形式，保留文化根性，把意蕴丰厚的中国水墨艺术的博大精深推向世界文化的大舞台。这是一种义务，一种文化自觉。

摘自雅昌艺术网



## “全国九城艺术联展” 意义和展望

冯斌

四川美术学院美术馆馆长、重庆市美术家协会副主席



始于2011年9月的“全国九城艺术联展”，是由较早介入艺术活动的《成都商报》倡议发起，南京的《现代快报》、广州的《南方都市报》、西安的《华商报》、上海的《新闻晨报》、山东济南的《山东商报》、武汉的《楚天都市报》、沈阳的《华商晨报》、杭州的《都市快报》等城市的都市报系共同参与主办的书画展事，各媒体推荐所在城市的艺术家汇聚起书画作品，相继在各自的城市展示。因此，一方面，这是一个松散的联展形式，参展艺术家的推选依各个城市的媒体的资源及介入艺术圈人脉的深度广度而各有千秋，且不乏名家大腕，展览作品所呈现的类型、风格和水平也因而各不相同。另一方面，它们又有着强烈的共性，它们以都市类纸媒为依托，凭借其强大的宣传优势和话语力量，跳出艺术专业的小圈子，直接面对公众，同时将市场因素引入展览，第一届联展即创造了数百万元的市场回报，由此也开创了都市类纸媒介入艺术展览和艺术市场的先例。

2011年的第一届“全国九城艺术联展”无论是社会影响还是市场反馈都取得了良好的效果，所以筹备2012年的展览时，主办媒体虽然又增加了北京的《京华时报》，但还是继续冠之以“全国九城艺术联展”。并希望本届展览能够在专业性和学术性的把握上更上一层楼，邀约了殷双喜、赵力和我出任展览的学术主持，为此次联展尽点各自的绵力。

在我看来，“全国九城艺术联展”这个展览模式自有其意义和力量，是一个非常值得观察和探索的新鲜事物。中国的都市类纸媒在蓬勃发展的现况下，介入和扩展相关的文化产业，其实有许多选择，但“全国九城艺术联展”的主办者们却志同道合地倾心于艺术，为自身的资源平台寻找到了一个与文化建设和合时宜的结合点，为推动文化发展、扩展文化产业起到了积极的示范作用。

再之，都市类纸媒的职责之一在于引导读者趣味、提升公众生活品质。一份报纸品质的好坏反映的是整个城市的涵养。不同于以往媒体简单地介入艺术展览的模式，“全国九城艺术联展”的主办者从场地、策划到最终的销售都前所未有地直接介入操作。这样做的底气在于都市媒体对自己城市的读者长期而深入的了解，以及对读者艺术兴趣和品位的信赖。媒体强大的传播功能，使展览信息不仅仅停留在艺术爱好者那里，更向普通读者渗透，从而达到满足公众精神需求，引导公众审美趣味的目的。反过来，公众也将向媒体提出更高的要求，从而促进媒体自身在文化产业方面的提高和发展。长期下来，会形成一种良性循环，一个城市的文化内涵将得到不断改善和提升。在物质至上，精神稀缺的今天，这些都市媒体的做法正乃有所担当。

相较专业媒体，都市媒体的优势在于其广大的受众。专业的艺术展览，常被诟病为小圈子的自娱自乐和自言自语，常因此而将普通观众拒于千里之外。都市媒体则以简洁明了的叙述，或以生动有趣的故事，更为有效地传播艺术，使艺术走出庙堂，成为寻常百姓也可以亲近把玩的事物。更因为“全国九城艺术联展”对艺术市场的关注和投入，“买艺术品”将不再是少数人的行为。如此，艺术家和他们的作品的观众群得以扩展，认知度也将逐步得以提高，随着市场的回报，艺术家的创作积极性和持续性将得到实质性的提高。

如此看来，“全国九城艺术联展”的模式将会形成一个多赢的局面，媒体、观众和艺术家各有受益。在2011年“首届全国九城艺术联展”的基础上，本届联展的主办者们更注重展品的质量，对参展作品的专业性和学术性提出了更高的要求，使我们看到联展在实际操作过程中的自我修正和不断进步。希望这一展览在未来有更好的表现，能够成为一种新的艺术展览、艺术市场和艺术收藏的力量。

“艺+之言”是《艺+周刊》最新推出的板块，在这里，有一家之言，有针锋相对，有对艺术市场的最新解读，有对艺术事件的深度剖析，有对艺术热点的及时追踪。不同的观念在此激起新的火花。

展评人、美术批评家、策展人、艺术家、画商……“声音”是窗口，看艺术圈内人士在此发声、碰撞。