

艺术品鉴赏平台
艺术家推介平台
声音

现代快报

A29

2013.3.16 星期六

责任编辑 徐馨儿

美编 张晓雅 组版 陈恩武

艺+之言



水墨是投资新方向？

徐家玲

“水墨评论”执行主编

2012年在艺术界最引人注目的生态现象之一便是水墨的“崛起”，无论是媒体的热捧、拍卖行的强推还是连续性的数个水墨大展，都让人萌生一阵错觉——水墨的春天来了？

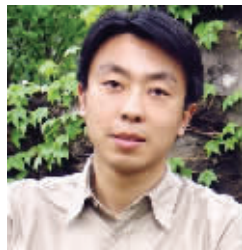
水墨热，很明显是由于中国当代艺术市场的萎靡，我们所说的水墨热，其实也仅仅是指市场关注度的提升，这与人们对水墨的认知是否有所改观毫无关系。中国当代艺术市场的萎靡不振成就了水墨跃跃欲试争当市场新宠，似乎也艺术热钱一下子找到了投资的新路径，然而事实是，水墨的投资模式基本延续了这几年中国当代艺术的投资模式，说得狠一点，当代艺术的投机

市场如何烟消云散，水墨市场的投机也将会怎样寿终正寝。

可以说，水墨本身的问题比中国当代艺术的问题要多得多，这些问题在水墨内部几乎乱成一锅粥，就连水墨本身的几种概念也没有明确的区分，这显然是理论界对于水墨认知的混乱，无论是“实验水墨”“当代水墨”“观念水墨”还是现在制造出来的“新水墨”。在价值模糊的前提下谈水墨投资显然不能成立。即便现在卖得很火的“新工笔”，那点观念也真的不高级，也许过几年，这些观念和点子一旦过时，留在投资者手上的不过只是一堆技术不错的行画，而“新水墨”的概念更加模糊，画廊里推出的

“新水墨”也多半是没有学术生命力的年轻人制作出来的小可爱小清新。

我们如果谈水墨，对于现在而言首先应该做的是阶段性的学术梳理和扎实的个案研究，而不是追捧市场，以市场作为判断艺术状态的标准本身就是一个大问题，而这样的标准既统治着当代艺术界，也统治着水墨，也统治着传统书画，整个社会除了追捧资本对于艺术而言基本处于无知的状态，在这个大环境下不可能产生真正意义上的收藏、投资，只会产生投机，所以很多媒体断言水墨是一个新的艺术投资方向，然而不幸的是，现状告诉我们，水墨只是一个新的投机方向。 来源：艺术国际



学院如何塑造策展人？

于洋

中央美术学院副教授

随着新世纪前后“策展人”职业热潮，加之国内各大城市双年展以及上海世博会的举办，策展专业越来越受到人们的关注。自上世纪90年代初期策展概念传入中国以后，策展人才的培养和评价体系一直在酝酿之中。虽然国内专业艺术院校与少数综合大学艺术院系已尝试开设艺术策展课程甚至策展专业，但终究因为缺乏相关的办学经验和高水平师资，只能长期滞于“摸着石头过河”的实验阶段。

以笔者近年来相关教学与实践经验，以下四方面应是目前艺术策展人才培养过程中的突破点。

其一，走出校园，实现学院与社会实践

操作的真正融合。带领学生观摩画廊、博物馆和各种展会，强调实践操作与美术史论知识背景的结合；同时通过分组讨论、虚拟招标的方式，培养学生的策展理念的形成。

其二，突破“纸上谈兵”的课堂教学，指导学生在艺术区画廊和博物馆实地策展实践，锻炼学生的实战能力。如指导在校本科生策划展览，是对于策展课程由学院迈向社会的尝试，在达到基本教学目的、使学生有机会初涉社会实践的同时也收获了可贵的经验。

其三，培养学术思考与社会沟通的复合能力，实现跨领域的“完形”塑造。策展人完成一个成功的展览，需要经历各项困难

而繁琐的工作，在协调全局的同时又要把握细节：从联系艺术家、协调展馆，到展览人员的统筹安排，直到布展和宣传，策展人都要有运筹帷幄的能力。这些知识涉及经济、政治、法律、管理、传媒、心理与人际关系等，任何一方面都可能决定或左右一个展览的质量，乃至是否顺利举办。

最后，通过一定步骤的课程环节，建构展览策划相对稳定的“决策模型”。这种方法可以改变以往一些展览的随意性、随机性和主观性，规范展览策划与决策的过程，从而“使展览的决策过程变得程序化、规范化和科学化，从而使展览决策上的失误也得到较好的控制。” 来源：雅昌艺术网



艺术基金不是人人能做的

赵孝萱

学者、评论人

去年所有媒体都开始关注艺术品金融化的议题，艺术基金于是成为当前市场最关注的热点。于是，周围手中只要有点钱或是本来做投资、私募的朋友都开始说：我们也来做艺术基金吧！

但是，别忘了，艺术基金的投资标的可是艺术品。最终能让艺术基金获利的关键因素，不是金融能力与知识，而是真正能判断艺术品价格涨跌的能力。因为国内目前艺术基金的投资期限多为两至三年而已，基金操盘者不但要能判断艺术品未来的涨跌，甚至得分辨出一件作品在短期间内是否有上涨的潜力。这种判断能力，除了得具备美术史知识，对艺术品的美学价值有独立判断外，更有可能发现艺术品潜在价值的力量，这潜在的艺术价值就是价格的未来性。

基金只有能掌握未来性才能获利。

光是这样还不够，还得人面广，人脉多，一得有多方得知市场消息面的能力，二要有掌握作品来源与去处的关系。也就是说，要有渠道能找到好作品，这好作品的价格还得相对地低，买入时间得对，才有好的获利。如果只会去拍卖会上找作品，光买方佣金就得花至少百分之十以上，会大大侵蚀收益率。买还简单，更关键的是还得卖出去，卖的价格得对、时间得对，也就是得卖个好价钱。时间得对的意思是因为每支艺术基金都有严格投资时限的要求，从两年到五年不等，所以每件艺术品的销售以及最后基金整体的退出，都得踩对时间的点。这要踩对时间的点，要十分娴熟市场的生态，能掌握随时起伏的市场动态。总之，这

需要有能估值的能力。

当然还必须具备能辨伪的能力。因为基金投资，如果一买到假的，立刻血本无归了，还谈什么收益率。所以能否判断真伪更是基金操盘者的关键能力。所以要具备这些操盘能力，至少需要七到十年以上的行业经验，而且曾有在艺术市场进出的买手经验。如果不具备这些条件与能力，只是想横向移植金融的分析模块来做艺术基金，无异痴人说梦，只是拿投资人的钱开玩笑。

我一直认为，艺术基金绝对是中国艺术品金融化的重要角色，对艺术市场未来的良性发展影响甚深。但如果一群不懂的人，带着大量的资金进来，只是搅浑了这池水，反而是艺术市场未来极大的隐患。

来源：雅昌艺术网



艺术品“防伪”可以“保真”吗？

马继东

资深艺术媒体人

最近，某文化产权交易所高调推出艺术品防伪登记服务，称艺术品只要通过“防伪登记”，今后在进行拍卖、买卖、收藏、展览、赠与、交换等流转时，可以通过司法鉴定机构出具具有法律效力的证明文件，该证明文件不但能证明此作品的“真实性”，还可以保护交易双方的合法权益。

这项新推出的艺术品防伪登记服务，看似为缺少法律监管的中国艺术品鉴定体系提供了一剂良药，事实果真如此吗？

先看该文交所的项目操作模式。据其项目负责人介绍，通过使用独有的隐形防伪技术针对书画、瓷器、印刷品、照片、家具等各种艺术品无损加入隐形防伪标签，为每个艺术品隐形防伪标签提供唯一的代码图像，并录入与之对应的艺术防伪登记中心数据库。

说白了，就是给每件艺术品配一个可以证明其“唯一性”的身份证——当然，这种方式并非首创。以最近几年欧洲普遍使用的艺术品认证系统ARTtrust为例，便是通过给艺术品贴上防伪气泡标签，来确保每件艺术品的可追溯性。那么，这类新兴的艺术品防伪认证系统又是否可以保证艺术品的“真实性”？仔细分析，这里面其实混淆了一个重要概念。

艺术品作为一种特殊商品，具有独一无二的属性——这种属性的确保并不能用针对普通商品的量化标准来衡量。通俗地讲，一件艺术品本身到底是真是假，不可能像食品、服装那样，简单地通过化学材料、配方比重等科学检测手段得出标准结论。

假设一件艺术品是真迹，及时贴上“防伪标签”，确实可以有效保证其在后续的流

通环节中，通过科技手段识别仿冒及防止调换。但如果这件艺术品的真伪还没有确切的定论，就进入所谓“防伪”程序和认证数据库，其结果则让一件有争议的作品以“合法”身份流入市场，只会令艺术品市场更加混乱。

当然，在国内艺术品鉴定体系不完善的前提下，尽管对于古代艺术品及近现代绘画作品来说，这类防伪措施不能起到辨别真伪的作用，但在某些范围内还是可以实施和推广的。比如针对当代艺术领域，如果在世的艺术家所创作的每一件作品，能够及时地采用科学防伪手段并录入标准数据库，起码，对于几十年后这一领域的收藏者而言，已毋须再将“保真”放在购买艺术品考虑的首位因素。

来源：搜狐财经

“艺+之言”是《艺+周刊》推出的特别版块，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。