



艺术品鉴赏平台
艺术家推介平台
声音

现代快报

A30

2013.7.6 星期六

责任编辑 刘一诺
美编 王莺燕 组版 黄伟

艺+之言

“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。

宋永进： 传统写意观念需当代性转化

(美术评论家)



最近一段时期，绘画的写意风格日渐流行，无论中国画或油画，还是版画或水彩画，都趋向写意性。顾名思义，“写”强调的是一种书写性，即绘画性，“意”指的是画家胸中之情思，“写”是方法手段，“意”是目标指向。然而，当代画家在研究或探索写意绘画的过程中，常常舍本逐末，停留于方法手段，线条的运用、色彩的搭配、点线面的构成等等，表面看画面或现代、或优雅、或逸笔草草、或潇潇洒洒，似乎很有意境，而实质上画家所试图传达的“意”却往往被传统绘画大师“写”的丰富内涵所遮蔽。长此以往，画家传达“意”的冲动也在日益消退，乃至完全丧失。写意画，是传统中国画的一种，与工笔画相对应，不求工整细致，而主张形简意丰，注重物象神韵和个人心声的表达。而今天的中国画画家，大多以专业画家姿态出现，缺乏文

人画家应有的基本素养和精神姿态，却同样以文人画的方式进行创作，往往有“写”而无“意”，常常误将古人的笔墨程式当作自己心中的“意境”了。写意之法并非一成不变，写意之内涵更因时、因地、因人而变。现实生活和文化环境的日新月异，改变着当代画家的思维和审美。画家的思维和审美既变，所要表达的“意”必然随之而变，“意”既变，“写”的方法自然就不同。因此，当代画家既应该深入理解并传承中国传统“写意”的精神内涵，同时吸纳西方现代绘画的写意性元素，又不局限于中西传统写意的具体形式手段和程式规范，然后，立足当下，直面当代现实，注重画家主体的个性体验，以当代人的审美视角去捕捉当代人的生活印迹，从而表达属于当代画家自己的独特审美和发现。

摘自雅昌艺术网

@微声音

@沈爱其
(画家):

画家画偏于自然的陶承与赞美，文人画偏重于情意宣泄，哲人画更强调人与大自然与万物，与宇宙、时空的密切深索，表达一种时空的思维，宇宙思维，大自然思维，万物思维思维的深化与意念，以及生命的总体神态和运动演化的遗迹，注重生命的无限发展性与爆发的伟力。

@徐子林不加V
(叮咚当代艺术工作室项目主管):

从2014年的秋拍开始，中国艺术品的拍卖市场必然一路下行，最终滑入白菜价。我和众多藏家沟通，他们说会保留作品，进入暂时既不购进也不出货的僵持状态……当然，这是理想的状态。假如，有人不断低价抛货呢？也不购进吗？……显然，大家心里已经想明白，未来5到10年的日子，并不会好过！那你怎么办？

艺术市场的下滑是好事，活在泡沫中的人不会有幸福感！收藏也不该是只有少数人才能玩的特殊游戏。艺术更不是少数人的宠物，否则本身就违背了艺术创作的初衷！

@刘淳1957
(黄河杂志编辑、艺术批评家):

中国当代艺术在新世纪这十几年为什么没有进步？因为艺术家们在创作的时候没有真正的心灵自由。不是他们不懂得该干什么，而是他们太知道自己该干什么。

@黄洋
(中央美术学院造型学院版画系专业教师):

版画家画油画是专业态度的体现。基于油画原作的复制版画，其实已经具备了取信功能，但要符合原作价高难售、版画低价代售的情境。买家得到的不仅有原作的副本，也包括一份对油画原作的想象。这份想象由于艺术家的亲笔签名和酷似原作的画面而显得正当、合法。为了营造版画取信的语境，版画家画油画就不但不奇怪，甚至是专业态度的体现。

@赵子龙ART
(艺术经纪人、艺术品分析师):

为什么大众对艺术问题不感兴趣？为什么艺术推广特别难？因为对于大家关注的问题，艺术表现了不屑。这种不屑并不能让艺术自己更高贵，而是让它自己更掉队。

西沐： 要关注机构预期主导市场行情

(中国艺术品市场研究院副院长)



对于今年的春拍市场虽然有不少说法，但有一点是肯定的，那就是从2011年秋拍以来，中国艺术品拍卖市场就开始进入了一个调整期。2012年，这种调整更为有力度，所以，人们更多地在观望2013年的走势。对中国艺术品市场来讲，2013年更是一个市场调整的窗口期，表现在：一方面，在世界范围内，特别是金融危机后，显示出人们对艺术品资产的关注，启发并鼓励了中国艺术品市场的一些预期；另一方面，由于国内形势与政策的变化，艺术品资产化时代也正在到来，市场对艺术品资产的前景看好，传递到拍卖市场中就是，市场预期在提升，特别是机构对市场的预期在提高，但市场的信心恢复似乎还没有与机构对市场的预期形成正效应，进场资金谨慎保守与避险的基本调子未变。中国艺术品市场还在调整中，调整也是新生力量的聚合，今年春拍可以看作是调整中新生力量的聚合过程，不应过高预估今年艺术品市场的回调能力与回调水平，特别是不能让机构对市场的预期主导甚至绑架市场应有的发展轨迹。

今年春拍市场没有出现亿元天价拍品，一些高标的拍品或撤拍或流拍，最主要的原因有三个：第一个是市场行情低迷的大势未根本改写，第二个是市场资金支撑不足，第三个是市场避险情绪浓厚。高标的拍品或撤拍或流拍与市场信心直接相关，从某种角度讲，市场信心已成为中国艺术品市场调整的主导性因素。晃动的信心引发了本来就不是很巩固的中国艺术品收藏投资市场的迟疑，最直接的表现就是人气不足，成交不活跃，高标的拍品或撤拍或流拍，真正的成交规模并不理想。

当然，从中国艺术品市场发展大的趋势来讲，拍卖市场再超越2011年的状态是没有任何异议的。当前，我们看到拍卖业主要有三种基本状况：一是大的龙头性拍卖企业的拍卖总成交额虽有回升，但热点散乱；二是高估价拍品的成交率下滑；三是人气聚集似乎在提升，但市场情绪保守，进场资金支撑不足。在这种情况下，拍卖市场要达到一个新的巅峰状态，可能还需要2~3年的培育与酝酿。

摘自雅昌艺术网

刘双舟： 不应禁止在拍卖活动中设置 委托竞买席

(中央财经大学法学院副院长)



在国外拍卖中，在拍卖会现场设置委托竞买席是非常平常的事儿。通过委托竞买席上的电话进行竞买的人通常比在现场竞买的人还要多。但是在2005年之前，我国有些工商部门依据拍卖法第二十二条规定，笼统地将委托竞买席看作是违法的，并由此导致了不少冲突与纠纷

一、委托竞买席不是拍卖法第二十二条规范的问题。拍卖法第二十二条规定：“拍卖人及其工作人员不得以竞买人的身份参与自己组织的拍卖活动，并不得委托他人代为竞买”。笔者认为这一规定的内容包含几种含义：第一，拍卖人不得以竞买人的身份参加自己组织的拍卖活动；第二，拍卖人不得委托他人代表拍卖企业参加竞买；第三，拍卖企业的工作人员不得以自己名义参加竞买；第四，拍卖企业的工作人员不得委托他人代为参加竞买；第五，禁止参加的拍卖活动限于拍卖人自己组织的拍卖活动；第六，禁止竞买的范围限于以拍卖人的名义或拍卖人工作人员的名义，为拍卖人的利益或为拍卖人工作人员的利益而从事的竞买活动。

二、委托竞买席上拍卖人代竞买人做了些什么？一般买卖中，买方只需要向卖方做要约表示即可，不需要同时向卖方以外的第三人做要约表示。而在拍卖中，每一个竞买人除了向拍卖人做出“应价”(要约)表示外，还必须将自己的“应价”传达给其他参加拍卖会的所有竞买人才行。这就是拍卖中竞买人要约的最大特征。在拍卖中未到场的竞买人还必须将其要约在拍卖会上适时地传达给其他参与竞买的竞买人，其要约行为才有效。这正是未到场的竞买人委托拍卖人“代为举牌”要完成的内容，即将其“应价”(要约)在拍卖会现场传达给其他竞买人。2005年1月1日商务部出台的《拍卖管理办法》(商务部令2004年第24号)正式生效，该《办法》第三十九条明确规定：“拍卖企业可以在拍卖会现场设立委托竞买席，并在拍卖会开始时对全体竞买人作出说明”。至此，关于拍卖企业能否设立委托竞买席已经不再是一个法律问题，为了行政管理方便，对委托竞买席采取一禁了之的做法是不可取的。

摘自雅昌艺术网