



艺之言

本期“艺·之言”特别精选出三篇关于艺术欣赏、艺术市场与艺术投资的评论文章，从资深业内人士的角度来谈一谈“艺术”这件事，也为对艺术投资和收藏感兴趣的读者指出了方法和捷径。

关于现代的名人字画。对艺术而言，除了艺术的质量以外，其他都没有存在的价值。有很多真正的文化名人，尤其在老一代文化名人中，书法是他们从小的日常功课，等到文化积淀到一定的厚度，讲究文化涵养的书法艺术自然承载了他们丰厚的学识。所以，他们的字写得确实好。比如，鲁迅、沈从文等，他们的书法比现在许多著名的书法协会主席、专家不知道要好多少倍。而现在的一些名人字画则是很糟糕的，糟糕的原因是他们只是名人，不是文人。现在一些演二人转起家的小品演员，说说笑笑的主持人，据说他们的娃娃字画很值钱，也能卖个几十万，这种现象在收藏界创造了中国人愚蠢的吉尼斯纪录。

因此，在现代社会以是否专业官员、名人衡量书画艺术的标准是没有学术根据的。

独家授权《艺·周刊》刊登，未经允许不得转载

1

普通观众判断现在的中国书画优劣时，常常误认为专业官员、名人的书画就是好的。

这个观点有着长远的历史原因。一、在中国书画史上，确实有许多书画大家是当官的，甚至是当大官的。如明代董其昌，官至南京礼部尚书。最大的官是宋代皇帝宋徽宗，他也是大书画家。名人也有好字好画的，如苏东坡。受此影响，就得出了这个结论。二、是国民官本位的劣根性在这个问题上的自然反映。

林逸鹏

大众审美误区五： 专业官员、名人的书画 就是好的

(著名画家，南京师范大学美术学院教授、博士生导师)



在古代历史上画好画、写好字的官员或者文人，有一个共同的地方，都是真正的文人。传统书画中所追求的思想境界也正是这些官员、名人日夜揣摩的内容，他们是传统文化真正的占有者和引领者。因此，他们写字画画与日常生活融为一体，只要解决一点技法问题，就可以轻松地登堂入室。所以，历史上的书画大师基本上被文人包揽了，其中有很多是当官的和有名的文人。

但是，随着时代的变迁，分工细化，现在的各个行业趋向职业化，官员也是如此。他们只要做好一些具体的行政事务就是一个称职的官员，包括艺术类的官员，与他们的专业、文化水平的联系是有限的。但是，这类每几年换届的芝麻官，在一片阿谀奉承声中，他们似乎感觉自己的专业也不一般了。于是乎，在展览上敢把自己的画放在前面，在开幕式、研讨会上也敢率先讲套话、外行话……何况，他们的官位，大多是凭借在一些没有多少学术内涵的全国性展览上的奖项，或者是通过复杂的人际关系获取的。而不像傅抱石、李可染这一代是水平很高，众望所归而成为专业领域的官员；现在很多是先当了专业官员，然后才有了名，更有了利。有了名和利的支撑，影响更大，这样，许多观众盲目地认为只要是专业官员字画就是好的，导致艺术类领导在位时的书画价格坚挺，一路上升，退位后就一落千丈，这是着迷官本位的必然结果。

而且，艺术家一旦从政，正如罗丹所讲的那样，“一个人不能同时兼顾两种事业。你的一切社会上的活动就是你在艺术上的损失”。所以，艺术和当官在本质上是水火不容的，虽然也有少量专业比较好的官员，这是一个正常的概率。但是，以官位来判断艺术品的好坏则是毫无根据的。

关于现代的名人字画。对艺术而言，除了艺术的质量以外，其他都没有存在的价值。有很多真正的文化名人，尤其在老一代文化名人中，书法是他们从小的日常功课，等到文化积淀到一定的厚度，讲究文化涵养的书法艺术自然承载了他们丰厚的学识。所以，他们的字写得确实好。比如，鲁迅、沈从文等，他们的书法比现在许多著名的书法协会主席、专家不知道要好多少倍。而现在的一些名人字画则是很糟糕的，糟糕的原因是他们只是名人，不是文人。现在一些演二人转起家的小品演员，说说笑笑的主持人，据说他们的娃娃字画很值钱，也能卖个几十万，这种现象在收藏界创造了中国人愚蠢的吉尼斯纪录。

因此，在现代社会以是否专业官员、名人衡量书画艺术的标准是没有学术根据的。

独家授权《艺·周刊》刊登，未经允许不得转载

2

炒作现在是一个比较流行的话题。但是，怎么炒？如何炒？画家被炒红应该具备哪些要素？哪些要素值得炒？这是大家所共同关心的话题，笔者谈谈炒作画家的几方面要素。

纪太年

画家被炒作的要素

(美术评论家、艺术市场资深研究专家、艺术推广人)



一、人生经历

一些画家有独特的人生经历，成长过程波澜壮阔，跌宕起伏。比如江苏画家傅抱石，为大画家傅抱石之长子，身残志坚，以左手作画，一生充满了传奇色彩。再如东北画家宋雨桂，“文革”期间被批跳楼自杀，此后又得过癌症，发生过车祸，九死一生。上世纪五十年代的大画家齐白石，湖南湘潭人，和毛泽东主席是同乡。他的籍贯包括一些经历、阅历，都是很好的炒作素材。

二、艺坛佳话

如1959年，傅抱石和关山月联袂为人民大会堂创作一幅以毛主席诗词为题材的巨幅国画《江山如此多娇》。关于这幅画创作过程的相关传闻，比如合作问题，画面大小问题，太阳问题，风格问题，工具问题，领导关心问题等等，成为一个圈内外共同关心的话题。再如，1956年张大千与毕加索的会晤。毕加索对张大干说：“我最不懂的，就是你们中国人。何以要跑到巴黎来学习艺术！这个世界上谈到艺术，首先是你们中国人有艺术，其次是日本的艺术，当然，日本的艺术又是源自于你们中国。第三是非洲的黑种人有艺术，除此之外，白种人根本无艺术。所以我最莫名其妙的事，就是何以有那么多的中国人、东方人要到巴黎来学艺术。”类似于这种艺坛佳话，特别引人注目，这也是炒作的很好题材。

三、独特个性

有的画家个性特别。行为上、言语上都不愿意流于俗态，表现出更加张扬的一面，率真随性。例如范曾先生，显得十分霸气，是非也很多。前些年流水线作画问题，范曾先生对此不屑一顾，显得霸气十足。再如吴冠中先生，经常有一些过激言论，比如：“一百个齐白石也抵不上一个鲁迅”，“笔墨等于零”，“画院美协养了一群不下蛋的鸡”等等。

四、学术表现

你得过多少重要奖项？有多少大藏家对你的作品表现出兴趣？有哪些重要场合悬挂了你的作品？哪些重要博物馆、美术馆等权威机构收藏了你的作品？在哪些重要殿堂举办过画展？哪些权威的出版社出版过你的作品专著？这些学术方面的内容，常常会引起人们的兴趣，也是炒作的一个重要素材。那些获奖专业户现在广受欢迎，就是这方面的道理。

五、群众基础

这一类画家在群众中间有足够的影响力，有庞大的群众基础，大家都很喜欢。他们的作品往往雅俗共赏，是出版界的宠儿，数十年出版物畅销不衰。大家有兴趣可以到各大新华书店看看，哪些画家的书好卖，心里就明白了。例如十几年前，天津杨柳青画社出版过一套大四开的画册，作者分别是何家英先生、喻继高先生、范曾先生和冯大中先生。这一套大四开画册出版之后，很快就销售一空，以至于二版、三版、四版、五版，可见群众对他们作品表现出的空前热情。

独家授权《艺·周刊》刊登，未经允许不得转载

3

艺术品市场里潮起潮落，最牵动人神经的，莫过于价格了。什么因素决定了艺术品的价格？其价格又是依据什么标准来制定的呢？其实，书画作品最基本的价值是其本身所具有的文化内涵，包括艺术价值、历史价值和审美价值，以及由其所体现的艺术传承、历史变迁和审美体验。这是艺术的本体价值，它是通过对艺术创作的研习、对自然美的发现、对艺术理念的钻研、对传统文化的汲取以及对表达语言的探索、对相关技艺的磨炼而创造出来的。但是，书画作品往往还具有多种附加值，由于它是特殊的、非标准化的商品，所以很难用经济学原理上的“劳动价值论”来衡量其价格，更由于书画价值主要体现在虚幻的精神层面，而非材质的物质层面，因此也很难用成本加利润的方式来简单加以判定。

刘尚勇

书画作品价格的决定因素

(北京荣宝拍卖有限公司总经理)



我在工作时经常会遇到书画名家前来咨询，希望能对自己的作品定价。分析起来，画家定价大致依据两点：一是自我评价，因为书画创作多为个体劳动，只有自己最了解投入的劳动量；二是比价类推，如同行、同事及同类水准作品在市场中的价格，但这一点往往使艺术家备受打击，因为在现实中很难实现“同工同酬”，以至很多人要么坚决不卖画，不与市场打交道，要么紧盯目标画家的画价，不肯降低，以免伤害自尊。

我见过很多画家，一张口就是“我的画某平尺”，他的参照对象可能正是他的同学，更或者是他的学生。有很多画家很纳闷：为什么我的画还卖不过我学生？也有画家很生气，某某的画那么恶俗，怎么还有人买单？更有藏家们不解：某些画家的画“批量复制”，怎么还那么受欢迎？这些疑问，同样也是很多市场从业人员和收藏投资者不能理解的问题。不能理解的关键，是我们始终纠结于艺术的本体价值，而忽视了更为重要的“传播价值”。当下，在世画家的作品已日益成为一种与艺术审美本身无关的财富筹码，谁能积极配合市场、为市场提供优质服务，谁的作品就会成为市场中受人热捧的“硬通货”，随着市场占有面的扩充，价格的提升空间也就越大。

但是，价格的提升既不是想当然为之，也不是一蹴而就。就像目前书画价格已经很高的史国良、何家英等，他们很早就进入市场，当时也是从很低的价格一步步往上走过来的，经历了播种、成长和扎根的过程。同时，他们也配合着市场进行宣传推介，并以足够的量来维护市场的周转。更为突出的一点是，他们很清楚如何服务于市场。所以，如果艺术家没有散落于市场各处的便宜筹码，一张口就是“某平尺”，那无疑是空中楼阁。老师的画卖不过学生，诚然有市场认识偏差的原因，但如果你拒绝服务于市场，那市场自然也不会去理会你。至于“批量复制”，那应看作是精力旺盛、能力超强的艺术家满足市场的需要。当然，如果看到当代画家的作品比已故大师齐白石还卖得高，也不必惊诧和怀疑，在某一瞬间所出现的奇特现象，终究是有它一定的原因，但这毕竟是特殊情况，不代表市场的整体走向。

来源：美术网