

2014 艺术品拍卖市场的反思与回味

北京保利 2014 年秋季拍卖会古画夜场拍卖中,经《石渠宝笈》著录的乾隆帝御笔手卷《白塔山记》,以人民币 1.01 亿元落槌,加佣金成交价为 1.1615 亿元,创造 2014 年全球年度中国书画拍卖价格最高纪录,成为全年内地拍卖市场上唯一过亿作品,也刷新乾隆帝个人作品拍卖纪录。

2014 中国艺术品市场,话题与关注从未间断,无论是线上还是线下,更大范围的艺术市场布局持续铺开,艺术家、策展人、画廊与拍卖行都在调整着各自征战艺术市场的招式。那么,2014 年这些值得反思与回味的艺术事件背后究竟表证出怎样的市场形态?

匆匆至年关,自是少不得总结盘点。2014 中国艺术品市场,话题与关注从未间断,颇具争议的艺术品打假事件、逐渐升温的微信拍卖、保利文化公司香港上市、千年国宝回归湘土、7 单位获文物鉴定资质、“有钱任性”的天价艺术品拍出、中国买家在国际拍卖市场的出彩表现等等,无论是线上还是线下,更大范围的艺术市场布局持续铺开,艺术家、策展人、画廊与拍卖行都在调整着各自征战艺术市场的招式。那么,2014 年这些值得反思与回味的艺术事件背后究竟表证出怎样的市场形态?

拍卖市场平中见奇

2014 年各大拍卖行呈现的交易数据显示,2014 年的拍卖市场仍是深度调整的一年。自 2011 年市场进入新一轮调整期,经过 2012 年的“遇冷”,2013 年市场稳中回升,让大众充满期待的 2014 年市场的“春天”却没有出现。

据全国拍卖行业管理信息系统的统计,2014 年 1 至 6 月,文物艺术品拍卖市场运行平稳,成交额同比增长 1.9%。然而,受宏观经济大势的影响,刚刚陆续收官的 2014 年秋拍成交情况却不乐观,高价位拍品(主要指千万级以上的拍品)的数量与成交量双双下降。除了翰海和西泠两家拍卖公司因大型周年庆典而“逆市上扬”外,其他拍卖公司交易均明显下滑。以北京嘉德、保利两大拍卖行 2013 年、2014 年春、秋两季拍卖会成交额为例,2013 年北京嘉德、保利春、秋两季分别以 25.71 亿元、23.48 亿元和 28.7 亿元、28.7 亿元收官,而 2014 年两家两季的成绩分别为 22.2 亿元、16.75 亿元和 27.8 亿元、24.9 亿元。市场从 2009 年秋拍开始出现“破亿”拍品



后,2010 年至 2014 年破亿拍品分别拍出 11 件、7 件、4 件、1 件、1 件,这些数据都是市场显现疲软状态、转入持续调整期的佐证。

相比内地不温不火的市场表现,2014 年,内地买家在海外拍卖场上则亮点频出。4 月 8 日,上海收藏家刘益谦在香港苏富比春拍,以 2.8 亿港元夺得“明成化斗彩鸡缸杯”,刷新了中国瓷器的世界拍卖纪录;11 月 4 日,华谊兄弟传媒股份有限公司董事长在纽约苏富比的拍卖会上,以 3.77 亿元夺得梵高静物油画《雏菊与罂粟花》;11 月 26 日,“任性哥”刘益谦再次出手,以 3.48 亿港元竞得史上最贵唐卡“永乐御制红阁摩敌刺绣唐卡”,创下了中国文物艺术品在国际拍卖行拍卖的最高历史纪录。

2014 年的拍卖市场虽偶有“任性”的高价成交,但正如刘益谦本人所言,大家应该看到任性背后的理性是常态。由于市场运作及珍稀文物的收藏周期性特征,拍品征集变得相对困难。越来越多的拍卖行寻找精品的同时,开启了“文献模式”——通过挖掘拍品背后的文化及历史价值,吸引藏家的眼光,以文化助推市场,且成效显著。

2014 秋拍中,不少特色专场如嘉德“明式家具专场”、西泠“青铜器专场”、银座秋拍的“孟小冬故物专场”等,均顺利斩获白手套。这种以学术赢得交易的模式,逐渐改变了过往以投资性宣传为主的营销策略,也成为 2014 年拍卖市场值得关注的一个变化。

12 月 21 日晚,嘉德第四季第 40 期拍卖会落下帷幕,5 个专场总成交额 7016 万元。至此,嘉德第四季 10 年总成交额逾 76 亿元,刷新了中国中型拍卖会成交额纪录。可以预见,未来,随着更多中国城市家庭步入中产阶级和富裕阶层,艺术品消费的市场潜力巨大,中高端

拍品以及类似四季拍、小拍等艺术消费活动将会越来越普及,也更符合大众消费艺术品的需求。

新业态“触电”不断

虽然拍卖市场仍处于深度调整期,但多元化经营模式的推陈出新,使得艺术品市场亦有不少惊喜呈现,艺术电商异军突起,艺术品交易频频“触电”。

随着微信日益成为目前最重要的网络用户交流平台,2014 年微信拍卖大行其道。2014 年初,“周周拍”宣告正式上线,并成功启动首场拍卖。随后“阿特姐夫日夜场”“薇薇拍卖”“大咖拍卖”“扬子微拍”等微信拍卖群相继问世。拍卖方将拍品的图片和介绍等信息上传到微信公共平台或朋友圈里,所有关注拍卖平台的人,都可以参与竞拍。这一新鲜拍卖模式具有无底价、小名家等特点,低价是微拍最诱人之处,因而受到一些年轻藏友的追求。

5 月 21 日,淘宝网发出了一条震撼消息:淘宝网 1 元起拍加索真迹!同时拍卖的还有达利的青铜雕塑。最终两件首次入驻淘宝网拍卖的西方经典艺术作品:毕加索的作品《脸》和达利作品《时间的轮廓》在“淘宝春季拍卖会”上 1 元起拍,分别以 115 万元和 35.7 万元成交。

从 2011 年 10 月淘宝网首次试水艺术品拍卖到 2012 年 6 月司法拍卖在淘宝网上线,再到如今淘宝网组织全球慈善拍卖会,淘宝网推动网络拍卖平台的触角不断延伸。根据淘宝方面近日发布的统计,截至目前,已经有超过 500 家法院、10 余家产权交易所、200 家国内外著名的拍卖机构、画廊、艺术商店入驻淘宝拍卖会。2013 年中国拍卖业年拍卖成

交金额首次突破 7000 亿元,其中网络拍卖成交金额超过 200 亿元,2014 年淘宝拍卖会的成交金额预计超过网络拍卖的半壁江山,成为中国最大的在线拍卖平台。

艺术品电商市场逐步走向高速轨道,连传统巨头也感受到了压力。最近两年苏富比的在线业务急速扩张。2014 年 7 月 15 日,苏富比拍卖行携手全球最大网络购物平台易贝(eBay)共同开创可以令全球百万人更加轻松地发现、浏览、购买艺术品、古董以及其他收藏品的网络平台。该平台与苏富比纽约总部举行的相关拍卖活动实现完全同步,为世界各地的消费者参与拍卖提供了更快捷的方式。

虽有少数业内人士认为,类似微信拍卖这种新型拍卖方式仅是“小圈子游戏”,难成气候,拍品质量和能吸引到的参与者实力均有限,不会对艺术品拍卖市场产生实质影响。但从 2014 年的市场交易情况来看,过去拼规模和“高大上”的传统拍卖企业似乎也要分一杯羹给花样迭出的中小型市场。艺术品“触电”更多体现的是大众生活的改善、审美的提升。艺术品在线竞拍(微拍、手机移动端客户端拍卖)和传统拍卖,应该代表了金字塔式的不同价格结构指向。中低价位拍品所占份额大,高价位的拍品所占份额小,这一市场趋势会随市场发展逐渐呈现出其合理性。规范化运作及作品保真仍将是整个行业一直需要攻克

的难题。回顾 2014 年的市场趋势,由经济环境的下行、下半年交易额整体收缩等多方面因素来看,艺术市场调整的势头仍将延续,而网络技术应用的持续深入,以及拍卖行业和市场国际化等,将成为拍卖业 2015 年发展的重要挑战。艺术品市场的风向究竟如何,还需且行且观。

(胡立辉)

中国已成全球电影票房增长主引擎

■ 周琦

2014 年,全球电影票房 375 亿美元,美国占 27%,中国占 13%;全球票房增长 16 亿美元,中国贡献 75%;北美票房下降 6%,中国票房却增长 36%……艺恩咨询 6 日发布的《2014 年中国电影市场影响力研究报告》指出,中国已成全球票房增长主引擎。

报告指出,在全球电影增长停滞和放缓

的背景下,中国电影正在以令全世界震惊的速度快速增长:2014 年中国电影总票房 47 亿美元,增长率 36%。北美电影市场全年票房为 103 亿美元,与 2013 年相比下降 6%。

事实上,除印度、韩国和法国外,这种下降趋势还发生在日本、英国、德国、俄罗斯、澳大利亚等大多数国家。

报告梳理 2014 年国产片票房前 30 部后指出,爱情、喜剧和动作三种类型共同撑起了

国产片的近 70% 票房,其他如武侠类、惊悚类、魔幻类等类型齐发展,可以说国产电影在多元化类型探索上的效力渐现。

报告指出,从近两年中国电影观众看,19 岁至 40 岁观众占到总观影人次的 87%,其中 19 岁至 30 岁观影人群占比超过五成;从学历看,大学本专科占到八成。由此可见,年轻高知白领已经成为中国核心电影观众,其对中国电影的消费和鉴赏代表了

中国主体电影

观众的意见。报告指出,国产片与进口片贡献看,国产片 308 部产生票房 161.55 元,占总票房的 54.51%;进口片 80 部,票房 134.84 亿。而“电影先驱”法国及其他欧洲国家,国产片市场份额均不足一半。

报告认为,中国在经历了 2012 年“中美电影新政”快速调整后,面对《变形金刚 4》这样超级大片的挤压下,依旧快速扳回局面,可以说中国国产电影增长处于世界领先地位。

东风德纳车桥十堰部件厂发布六项优秀改善成果

12 月 30 日,东风德纳车桥十堰部件厂召开 2014 年下半年 QCD 成果发表会。6 项优秀改善课题成果在会上发表。厂长助理章登峰和来自工厂主要职能科室的科长、车间主任、车间改善员、质量员、部分班组长共 30 余人参加了发表会。

评委组依据课题选择、目标设定、活动开展、课题成果和发表效果等方面内容对发表者进行现场提问、打分评比。最终,五车间王铁群发表的《实践拉床上料自动化》课题获得一等奖,三车间张宏、曾虎发表的《提升 3501ZAS03 系列底板 JPH》和《改进可涨芯轴锁紧方式降低芯轴消耗》课题获得二等奖,二车间顾卫、装备科谢忠军和六车间历洪发表的《提升 3.6T 前轮毂线 JPMH 改善》、《凸缘外圆磨床夹具改善》和《降低支架三线 60 序劳动强度》课题获得三等奖。

2014 年,十堰部件厂围绕企业生产经营中心,把方针管理、现场管理、QCD 改善等先进管理方式渗透到工厂生产经营的各个环节,在制造、物流、质量、成本等方面开展全价值链过程改善活动,通过强化工厂 QCD 改善课题的管理,发到全员立足现场、立足岗位寻找改善课题。1-12 月,共完成各项改善 801 项。(计德锐)

中国特色的新型智库建设任重道远

不同的智库特色鲜明,资金来源也不尽相同。比如国际知名的布鲁金斯智库,每年费用支出巨大,它的资金来源相对多元,经过多年的发展建立丰厚的基金,每年的资金收益基本覆盖了大部分支出。同时,随着知名度的增加,它获得的捐助收入和咨询业务收入同样丰厚,这就形成了良性循环。此外,这里政学关系密切,其公开、透明、合法的“旋转门”制度,让学者和官员能够不断流动,即保证研究贴近实际,又保证政府能够及时接收前沿思想。

同样知名的兰德公司定位于咨询行业,主要资金来源是美国政府和军方的项目费用。而美国传统基金会则是鲜明的新右派智库,资金主要来自美国保守财团的支持,代表出资人的利益行事。因此,衡量一个智库,关键是看它的定位,为什么样的人服务,研究水平是不是足够高,生产出的产品是否具有足够价值。

要保证智库研究具备足够的公信力和研究水平,最本质的要求是研究者和出资者关系平等。研究者只有秉承独立、客观的立场,才能够进行高水平的研究。在这方面,美国为研究人员创造了一个更合适的氛围。学术研究无禁区,出资方要保持一个开放的心态,研究者需保持一个独立的人格。即使是很多立场鲜明的智库,都不能随意影响学者的独立研究成果。

“智慧产业”在中国还是一个新兴的词语,它主要是指一些靠思想、知识创造价值的软行业,按照国际通行分类,它主要包括咨询公司、公关公司、游说公司、智库。智库的稳定发展,离不开长期而稳定的资金支持。就全球来看,良好的智库,其品牌和影响力都是通过慢慢积累获得,但始终需要稳定的资金支持。

习近平总书记关于“中国特色新型智库建设”的讲话,在我国掀起了一股智库热。国内智库主要分为三部分:一部分是诸如社科院、国家研究中心以及各个部委下属的研究机构,它们依靠财政拨款,很多职员基本有事业单位或者公务员编制,这些机构是目前中国智库的主流;第二类是依托于各大高校的智库(研究院),影响力在不断扩大;第三类是一些企业内部的研究院所、战略研究部门、博士后工作站等等。实质性的民间智库其实并不多,很多所谓的“民间智库”,尽管注册的是民间社会团体,但基本都有着非常深厚的政府背景或者外资背景。除此之外,更多自力更生的智库,基本办成了咨询公司的模式。所以,要想真正探索出一条中国本土智库的独立化筹资运营之路,任重而道远。

中国的智库想要做大、做强,可以向美国借鉴以下几点:

第一,政府应该给予智库明确的社会定



位和严格的财务监管。所谓明确的社会定位,指政府应该明确智库是社会组织的一部分,在智库的社会组织注册和非营利性组织的认定上拿出明确的政策,适度放开智库注册社会组织的限制,简化审批程序。当然,事前审批的放开,必须伴随着事中监管的加强,政府必须加强对社会组织的财务监管,明确规定非营利性组织的支出方向和财务情况公开方式,其监管力度应该不低于对上市企业的监管程度。只有这样,才能给社会公众以信任,帮助社会组织树立良好的公信力。

第二,政府在推进决策科学化的过程中,是智库天然的服务购买者。要保证智库研究的客观独立性,需要摆脱政府办智库的模式,但这并不意味着智库不能花政府一分钱。政府可以通过公共服务采购的方式,与智库进行课题合作,解决自己在决策过程中面对的实际问题。这样能够保证政府和智库在一个平等的条件下研究问题,智库获得了资金收

年度文化创意创意人才扶持计划开始征集作品

文化部、财政部联手的 2014—2015 年度文化产业创业创意人才扶持计划日前启幕,委托中国(义乌)文化产品交易会组委会、中国苏州文化创意设计产业交易博览会面向全国征集青年优秀创意设计作品。

本次作品征集活动自即日起启动,截至 2015 年 2 月 15 日,年龄在 45 周岁以下,具有独立或主创设计能力的中国公民,可登录全国文化产业项目服务平台(<http://www.ccipp.org>)“文化部文化产业创业创意人才扶持计划作品申报通道”提交作品。文化创意设计、民族工艺品创意设计以及文化创意与信息产业、建筑业、旅游业、体育产业、特色农业、先进制造业融合类创意设计作品均可参加申报。

据悉,主办方将邀请著名创意企业主要负责人、创意园区基地主要负责人、知名投资机构代表组成专家组,各遴选出 200 件左右优秀青年创意设计作品,于 2015 年 4 月 10 日至 12 日在中国苏州文化创意设计产业交易博览会和 4 月 27 日至 30 日在第 10 届中国(义乌)文化产品交易会展览期间分别免费展出,其作者进入文化部文化产业创业创意人才库。

在此基础上,还将遴选出 100 件优秀作品在第 11 届中国(深圳)国际文化产业博览交易会展出,其作者进入文化部文化产业创业创意重点人才库。对进入人才库的创意人才,主办方将给予荣誉证书和研讨机会,向社会重点宣传推介,联合基金、文化产业基地园区等机构以及部分龙头企业开展创业帮扶,邀请参加培训交流。

(周琦)

我国首部《校车安全》系列电影科教片拍摄完成

2014 年 12 月 28 日,我国首部《校车安全》系列电影科教片在北京举行首映式暨座谈会,国务院教育督导委员会办公室,教育部、公安部等 20 个部委联合成立了“校车安全管理部际联席会议”办公室。

该片由河南省公安厅交警总队、河南省任翔影视文化公司、郑州宇通客车股份有限公司等单位联合摄制。

该片制片人、河南省任翔影视文化公司总经理李建民告诉记者,近年来,我国校车安全事故时有发生。为了保障学生乘车安全,国务院于 2012 年颁布了《校车安全管理条例》,填补了校车安全方面法律法规的空白。为了加强校车安全管理,保障乘坐校车学生的人身安全,积极配合《校车安全管理条例》的实施,河南省任翔影视文化公司联合有关单位拍摄了《校车安全》系列电影科教片,该片包括《乘坐篇》、《使用篇》、《管理篇》三部。

司法部法制宣传司副司长李志路表示,《校车安全》系列电影科教片,以青少年喜闻乐见的形式讲解法律法规和安全知识,是开展青少年法治教育的积极探索和有益尝试,对于提高青少年交通安全意识和自我保护能力,提高全社会保护青少年健康成长的法治意识,营造关注校车安全、平安出行、文明出行的良好社会氛围具有十分积极的意义。

(本报记者 李代广)

入,又保证了研究的独立性;而政府不仅能解决实际问题,还精简了人员编制。

第三,营造一个有利于社会组织发展的氛围。社会组织的发展,归根到底还是要依靠社会的力量。随着经济的不断发展,中国逐渐涌现出了一批愿意为“价值观”买单的社会活动家、慈善家、企业家。我们应该为这些人营造一个良好的社会环境和社会制度,最大程度地凝聚共识,促进社会组织的发展。每个人行为的背后都会有个人动机,在社会组织的建设过程中,我们不应该在不违背社会公德和公共利益的情况下,要名的给他名,要利的给他利,无所图者给他安静的敬意,这样才能把回馈社会和自我实现有机结合在一起,促进社会组织不断地良性发展。

第四,加强对捐助人的社会回馈。和美国相比,我国对捐助人的社会回馈相对较少。在美国,一定限度内的对非营利机构或慈善机构的捐款,可以算作营业费用在应纳税额之中扣除,有些甚至会直接给予一定的税收优惠。同时,社会组织对于捐赠人的回馈也是直接的,不存在任何道德批判性。在这方面,我们应该更加宽容和理性。在我们指责很多中国企业家、慈善家去美国捐款的时候,能不能静下心来思考一下,他们为什么要去国外捐款?我们应该做什么才能把这些捐款留在中国?

(思睿)