

國際藝術品市場:據2004年統計,美國藝術品成交額為600多億美元。歐洲國家達到300多億歐元。日本交易額為300多億美元。

國內藝術品商場:2005年中國的藝術品市場交易額已突破150多億人民幣,並擁有7000萬收藏者和喜愛者。是全球擁有收藏人數最多、發展速度最快的國家。

中國現有200多家藝術品拍賣公司,全國大大小小畫廊10萬餘家。從事藝術品交易企業3000多家。

從2002年以來。藝術品投資市場就一直走在上升通道中。並保持着良好的發展態勢,藝術品市場火爆,成交量和成交記錄不斷被刷新。2003年全國內地74家拍賣行舉辦569場藝術品拍賣會,成交額121億元。

2005年拍賣成交價超1000萬藝術作品達30件之多,交易額已突破150多億元人民幣。2006年全國拍賣684場成交額150億人民幣。

中國有上千萬藝術工作者,7000萬收藏者和喜愛者,目前還在以10—20%的速度發展。藝術品收藏購買的群眾基礎空前的拓展。然而真正收藏者直接從藝術家手中或通過畫廊購買。具體成交額很難估算。如果上千萬藝術工作者出售自己的藝術品向國家報稅。這個數據成交額一定突破上千萬人民幣。

國外市場

第一階段:

從70年代到1983年。這個階段,中國美術作品以極低的價格流入海外市場。畫家的貧窮使他們急于出售作品,而作品又缺乏市場認可度,再加上是“私下”交易,導致作品價格非常低廉。這批作品是畫家的真品,也是其代表性作品。但大部分作品已被港台華人買走,使大量名家作品離開中國。

第二階段:

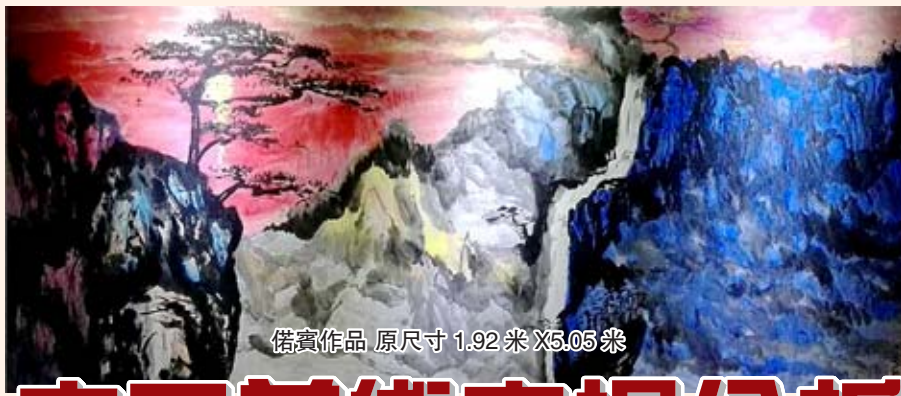
1983年到1990年,中國改革開放創造了寬鬆環境,畫家開始紛紛聯繫海外,去日本、香港、新加坡、北美、歐洲舉辦個人畫展公開銷售自己的作品。畫家海外歸來,加上媒體的宣傳,能在“一夜間”成名,用海外的知名度讓國內畫家和收藏家認可,當時國內的“炒家”、“畫商”在80年代極少,只有一小部分中間人在買家和賣家之間搭線銷售作品。

第三階段:

1991年至2001年。中國市場經濟活躍,有錢人越來越多,推動了畫家的創作激情。相當多的畫家經歷了30年以上的筆墨生涯,窮了幾十年,終於鐵樹開花,鋪天蓋地的畫家、美術作品在海外市場遍地開花。海外收藏家遭遇“假畫、贗品”的困惑。假畫模仿者看誰出名,價位高,就模仿誰,甚至模仿齊白石、張大千、吳昌碩等現代大師的作品都隨處可拾。海外收藏家在第一階段已將該收藏的名家作品買盡了,對這個階段的作品失去了興趣。主要原因是價格高、贗品多,大師級的作品反而難於出手。接着,湧現出一批中青年實力派畫家。作品好但名氣不夠,而亞洲、北美、歐洲等地的畫廊卻看好他們的作品,紛紛舉辦展覽,中青年實力派畫家擁有國外市場空間,作品交易價格上也讓畫家們比較滿意。國內市場出現一批畫家筆會現象,尤其是92年至2000年間。隨着中國經濟市場的日趨成熟,有錢企業家也開始積極收藏書畫。認為其能夠保值及增值。在這段時間,全國上下邀請畫家筆會。通過邀請畫家筆會,很多企業家、中間商把一批畫家炒成名,甚至其作品價格在短短幾年內炒的過高。

第四階段:

2001年至2005年。這個階段是中國美術作品在國際市場上最悲觀的時期。不管是大師級作品,還是實力派畫家作品,都無法得到收藏者的喜愛。畫家們主要以組團出國、自費旅遊等方式去海外華人圈子里搞畫展,只有極少數人的作品被洋人選中。華人辦畫展完全是為搞活動,湊熱鬧,出風頭,和畫家們所追求的名和利不搭界,最多是免費享受海外風光,作品銷售則基本不可能。海外華人中的真正收藏家對這階段的中國畫,中國畫家吃不準,輕易不敢收藏。原因一是價格貴,二是流派多,各類風格都有,同類作品成千上萬,不知誰好誰壞,誰會出名,誰的作品將來會受到追捧。華人收藏家望畫興嘆,望畫生畏,洋人更對中國畫失去了收藏興趣,也搞不懂中國畫的真正藝術價值。此時,以30至40歲為主體的新一代畫家誕生,創作出來的油畫、版畫、水粉、丙烯、水彩、抽象畫,五花八門,怪誕另類。這些“新人類”畫派的作品,受到海外藝術品市場的關注。一旦被西方人發現認可,畫家就會被邀請到海外舉辦展覽。作品被收藏。原因是西方人買畫首先是看畫,欣賞畫,看價格來收藏,而不是先看名氣。中國人是世界上最聰明的民族,也最具創造力,只要



僑賓作品 原尺寸 1.92米 X3.05米

# 中國美術市場分析

作者:僑賓 原文作于2004年,後有修改

從2014年習近平總書記十一·五文藝座談會講話後,僑賓預測中國書畫市場交易將下降70%,尤其是名人字畫。而真藝術,實力派藝術則在市場上繼續受到青睞,讓買家去收藏有藝術價值的作品。當今中國書畫市場的發展亦證明僑賓的預測。

有市場,定準位,會一夜間產生上萬幅迎合西方人口味的作品。沒有名氣的畫家也憑藉西方的手打倒名家在海外取而代之,追回20年的損失。

國內市場

目前中國美術作品在國內市場比國外市場好,已經到了“瘋狂”狀態。畫的收藏熱超過股票、珠寶金銀手飾。畫的升值潛力比較穩,升值空間很大,如果買對作品,可以成百上千倍升值。

去年僅山東省統計,該省公開在美術市場交易額在67億人民幣左右。山東各市各縣全民皆兵,幾乎家家戶戶只要有錢就買畫。買家之間開始“倒畫”、“炒畫”,送禮更不用說,求人辦事都要送畫,不管是幾千元還是上百萬元,大家都用畫來疏通各種人際關係。因為把畫做為禮品贈送,收畫人高興,送畫人更滿意,既非行賄,也無壓力,不違反國家法律。國家法律明文規定,送畫行為不屬於行賄受賄。沒有金額限制,而這種風氣只有在中國社會廣泛流傳,在西方是根本行不通的。

公開饋贈是書畫市場的主流,真正用來收藏的約佔市場的30%左右。收藏家只有兩種選擇,一是名家作品,二是有潛力的實力派畫家作品,從長遠利益考慮,實力派畫家的作品因升值空間大,對藏家更有吸引力。

美術作品市場的好與壞,直接與經濟發展水平有關。以中國現有的經濟增長速度,無疑將對美術作品市場產生巨大的推動作用。另外,人們普遍認為,美術作品是最具升值潛力的“貨幣”,也是可隨身攜帶的最佳流通“貨幣”。這種認識進一步刺激了人們投身美術作品收藏市場的慾望,形成壯觀的藏畫景象。

畫家狀態

目前,中國畫家一級、二級,甚至是連三、四流畫家的日子都非常好過。作品能夠受到市場追捧的名家,大家只有幾百人,而沒有名氣或名氣不大的畫家有上百萬人。俗話說“貓有貓道,狗有狗道”。名家有名家的價格和銷售渠道,甚至是人們上門求購,排隊等畫。相當多的名家、畫家是在為金錢而畫,是地地道道的畫“錢”,而不是為了創造藝術作品,所以使得作品粗制濫造,依靠名氣賣畫掙錢,成為新的富翁一族。其他畫家不分水平高低,也都有自己的賣畫渠道,買的人多,賣的人也多,形成一股畫熱的潮流。這股收藏畫的潮流近幾年不會衰退,而且有大發展的趨勢,因為有錢人越來越多,炒畫的人也越來越多。全國至少有10萬畫販子在書畫市場上“炒畫”,只要是畫家和作品被炒熱,畫價就能飆升,畫家和畫販子都能獲得巨大利益。

很多沒有名氣的畫家都有一種心態,你畫了幾十年,我也畫了幾十年,你無非是靠地位、權利帶來的名氣賣畫掙大錢,我無權、無名,但不見得沒你畫的好,錢不能讓你一個人掙。結果大家誰也不服誰,形成東西南北各省市的“幫派”,最大的是“京派”畫家。每一個畫家周圍都有自己的一個小圈子,十幾個人在一起互相幫襯,出外筆會賺錢,寫生,出玩。其實冷眼觀看,每一個畫家都是一個載體,都是獨立生存賺錢。

中國畫家存在“臟”、“差”、“亂”的局面。中國沒有真正的經紀人,畫家很少與畫廊簽約合作,更談不上長期合作。畫家缺乏誠信,“畫販子”更難保證不出賣畫家。當畫家的作品賣出好價後,“畫販子”就會請人照手裏的真品去仿去賣,這種互相之間存在的“恩怨”已經

形成十幾年,誰也不相信誰,只能繼續維持賣一把賺一把的局面。

買家、畫廊、畫販子、收藏家,購買畫家作品只僅有幾個渠道:在畫展現場收購;通過關係從畫販子手里買;直接到畫家家里收購;舉辦筆會大批收購,請畫家在飯店創作收購。

然而真正買家非常為難。想收購真品沒有把握,想按合理價位收購更不可能,因為中間環節太多,一般不可能直接從畫家手里收購,如果直接找上門去收購,畫價一下子抬高幾倍,因此讓買家心里沒底,無從“下注”。

畫家也為難。有名的不愁賣,每天有人拿錢排長隊等畫。名家日子好過,但心里壓力過重。畫賣多了泛濫,畫販子、畫廊、無名畫家造假畫出售,影響他自身的作品升值及質量。更令他憤怒的是,有些高仿畫的水平比他本人畫的還好,不管是用筆用墨畫境畫意,都超越了他本人水準,買家反而把畫家的真作品定為假畫。名家作品售出一幅,也許會在市場上出現十幾幅一模一樣的作品,令人難辨真假。有點小名氣的畫家,畫的好的實力派畫家,正在往有名發展的畫家,日子更為艱難。當然錢手里都有,只得絞盡腦汁,保證作品的質量,為不被人模仿,作品基本不敢送人,以防止假畫衝擊自己的市場。只能把作品的價格抬的高高的,賣一幅是一幅,尋找名家拜師傅,跟隨名家一同去賣畫,這樣把自己名氣、價格迅速抬高。多創作真畫,自己存畫,只等將來一旦夠名氣,一口吃一堆黃金。

無名畫家上百萬,中國畫市場这么好,比黃金還貴的美術作品受富人青睞,爭先搶購。百萬大軍開始行動,誰賣的火就去仿誰,賣一幅賺一筆。自己的畫想方設法去推銷,絞盡腦汁出畫冊,編造簡歷,不管是中國美協、地方畫院,凡是對自己名頭有好處的就往自己頭上戴“帽子”。把畫冊直接送給買畫人,讓他們看自己名頭有多大,70%的買家不懂畫,有很多人為了送禮,裝飾家居及辦公室,以為價格合適,有欣賞價值,幾年後會升值多少倍,這為無名畫家提供了市場。不管是學院派、師從派、自創派等等,中國畫家處於一種無休止拼命畫

錢的時代,把繪畫比作高科技產業,大量創新、生產、銷售。近年來,西畫逐漸受寵,得益於其色彩和完美裝飾,中國冒出幾十萬西方派畫家,也就是傳統畫家眼里的另類畫家。這些人有好聽的名詞“新人類畫家”。這批人作品不管是用油畫還是國畫顏料,各種題材體現出的作品,的確有創意,有意思。畫有內容,筆法創新,欣賞價值高,年輕,作品受到西方人青睞收藏,到國外搞展覽、銷售,價位也不高。“新人類畫家派”在國際市場佔主導作用。國內酒店、寫字樓、大公司牆面。為了裝飾效果。也收購他們大量作品。這類畫家作品尺寸合理,迎合市場需求。

畫廊書畫網站狀態

中國畫廊10萬家,書畫網站有上千多家。畫廊在中國生存和賺錢有一定難度,基本在維持現狀。規模不大。大畫廊的老闆都是大公司老闆做後台,根本不指望畫賺錢,而是作為一種高雅社交場所。一般畫廊抱着三年不開張,開張吃三年的狀態。畫廊是讓收藏家能買到真畫的一個渠道,每家畫廊都有十幾個畫家朋友。隨着市場競爭激烈,畫廊也開始造假畫,不但買家懷疑,畫家也擔心畫廊的中間商不起好作用。尤其是私人畫廊,沒有實力的畫廊很難舉辦名家畫展。目前畫廊的發展在中國處於生存掙扎階段。也許頭一天100家畫廊倒閉,第二天又誕生200家畫廊。然而有一些畫廊,出售的完全是年輕人畫的裝飾味道很濃的畫,這些畫價格不貴,有欣賞價值,底價出售,靠量維持。規模不大,反而賺錢。

書畫網站基本是省、市美協、畫院辦的網站居多,它僅是畫家介紹自己作品的一個平台,不是電子商務平台。在網上銷售美術作品,讓買家上網購畫,就目前市場觀察,還沒有一家真正的網站能夠做到每天在網上成交美術作品。當然有些畫網也出售美術作品,但是效果不佳。只是偶爾賣幾幅作品,還需要現場鑒定、收購,起不到真正網上售畫的價值意義。

畫廊、畫網銷售畫有一定的局限性,主要原因是誠信和作品的真偽問題,以及數量規模達不到,加上實力不夠。還有一個關鍵問題,缺乏新意,沒有利用互聯網平台做到真正的網上售畫。畫廊、畫網缺乏自身的經營策略和經營手段。宣傳力度也跟不上,只是一個窗口,形不成真正的交易平台。

需求和市場分析

目前,國內還沒有一個好的專業平台可以使收藏者、買畫人足不出戶,簡單、便捷的尋找購買到比較理想的美術作品,尤其是選購到國外藝術家創作的藝術作品。中國很多作者創作的大部分優秀的美術作品沒有一個好的展示、銷售平台可以讓國外的收藏家及藝術愛好者進行欣賞選購。作者雖然擁有自己的博客和網站,但卻難以被搜索尋找到,很難實現國際化的美術作品交易。

一是隨着國民經濟的快速增長,國民文化需求大幅度增長,越來越多的人對美術作品的購買收藏具有濃厚的興趣,一方面可以體現他的文化內涵,一方面可以提煉他的生活品味,最主要的是美術作品可以作為高級禮品贈送,既體現價值又富有文化底蘊。

二是每年有上百萬成功人士入住高檔公寓、別墅、寫字樓,需要各種類別、價位的美術作品作為室內欣賞裝飾品。同時,收藏美術作品也已成爲成功人士資產保值、增值的重要手段。

上接 P9 藝術家更不能用金錢去衡量藝術的價值標準。你的作品在拍賣行拍上天價,保持十年拍賣紀錄,你的藝術就是最好嗎?

中國做拍賣花錢炒天價藝術,在藝術圈衆人皆知。

中國人喜歡開起籠子“打狗”‘自己熱鬧,互相殘殺,爭名奪利。

所謂名人字畫,有名才能賣錢,所以中國畫家全是大師,能賣錢,賣錢多的畫家就是大師。

畫家的作品,首先是藝術。藝術的水平高低怎么去評判?不是名人的吹捧賣出多少錢?要用作品去說話。

畫家要自信,走出中國到歐洲去辦展覽,讓世界去承認你的藝術,讓世界去收藏。

作品不能千篇一律,更不能重複創作,甚至工廠化成批生產。自己的每一幅作品,從構圖、筆墨、意境,尺寸千變萬化,不能雷同,要讓觀衆耳目一新,給收藏者安慰:買了一副精品,孤品,而不是一幅畫而已。不能只圖畫家的名,不看藝術本身存在的藝術價值。

## 藝術要說真話講實情

大師的作品,每一件都不會重複創作,甚至自己的作品,自己本身都無法重複創作,同樣,在社會上更沒有人去模仿。模仿創作出只是表面現象,沒有神韻,缺乏味道,一眼看上去就是仿品。

真藝術作品是無法模仿的,藝術是有靈魂的,是創作者用生命和熱血完成的。

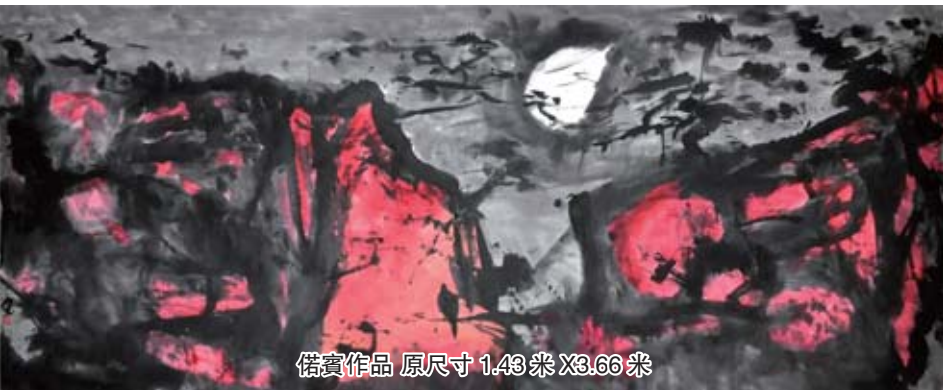
一些中國畫家創作,只有給錢才畫,為辦畫展出畫冊去畫,沒有把創作當成一件工作,當成一件高尚而偉大的職業。

藝術大師不是你光讀懂藝術,精通中外藝術史就是藝術大師。

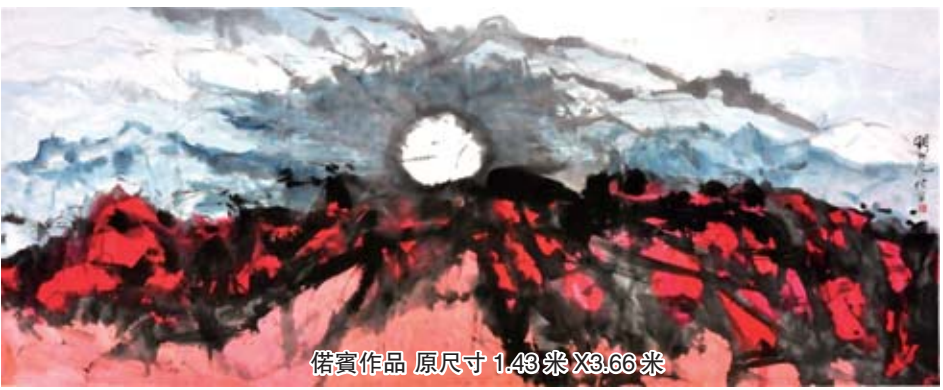
藝術大師自己的人格修養、個性、藝術手法,都要獨一無二,有強烈的洞察能力,敢於對任何事任何人講真話,有一種不知死的精神。

藝術大師要懂哲學、音樂、政治、經濟、影視等等,要不斷觀察任何事情的存在,要分析世界每天的新生物,善於思考,不能閉門造車,更不能到戶外對景宣洩,造景取圖。

所以從事藝術工作者,不管是畫家、畫匠,大家,藝術家,大師都要講真話說實情,聽真話表實情。在自身的藝術作品要展示人格的魅力。 僑賓 2016年3月



僑賓作品 原尺寸 1.43米 X3.66米



僑賓作品 原尺寸 1.43米 X3.66米