

安徽文化地理



困境篇

中国艺术品收藏市场经过20多年的蓬勃发展,如今已经形成了一个规模不小的产业链。画廊,本是书画交易一线市场。但目前,全国画廊老板普遍反映画廊交易低迷。记者调查发现,安徽众多画廊也面临种种困惑,正期待突围。

■ 记者 张亚琴 周玉冰

起步晚,缺乏推广能力

画廊在国外是一级市场,同时也是培育市场的角色。在西方一些国家,画家只需要潜心艺术创作,然后把作品交给画廊。画廊会对自己选择看中的艺术家进行全面代理,通过出画册、办画展、艺术博览会等形式,进行宣传推介,提升艺术家的知名度。

上世纪七十年代以来,这种舶来的艺术机构模式在中国逐渐开枝散叶,为中国的书画经营开辟了一条崭新的途径。画廊,也为书画的交流交易起了非常大的作用。但经历一度繁华后的2014年,众多画廊老板在叫苦:“生意不好做。”

山东青州的画廊交易是全国的亮点。但最近,一篇《山东青州艺术市场大调查》的文章经某财经类报发出后,网络、微信以《山东书画断崖》的标题火爆转发。文章称“受行情调整的冲击,开始进入市场萧条期,将近10年来如火如荼般行情所积累的市场风险濒临爆发。”不过,随后山东著名收藏家、画廊经理人鲁清汶在接受采访时称,“断崖”说法过激,目前,全国包括青州的画廊、艺术机构都遇到一些问题,是正常的调整期。

安徽画廊情况怎样?2014年8月份,星报记者兵分几路,历时一月,对整个安徽艺术品市场进行调查,其中包括画廊。客观结论是:书画交易很活跃,但画廊的确遇冷。乃至,高调开业的安徽海上源古玩城倒闭,众多画廊关门或者转移其他古玩城所。

2014年11月份,记者在书画重镇阜阳询问画廊生意,许多回答是价格上不上去。2014年12月份,记者走访文化重镇寿县,一位女画廊老板则增加了卖百货的生意。2015年元旦期间,记者在对合肥政务区古玩城、城隍庙古玩城及安庆、黄山等地一些画廊较为集中的地方走访,发现顾客不多。安庆迎江寺边的古玩市场、画廊都很清静。一些画廊老板普遍回应:安徽的艺术消费市场起步较晚,在上个世纪90年代以前,老百姓们基本上不具备艺术消费和收藏的意识和能力。现在随着经济的发展,安徽人有收藏能力了,但与周边省份如上海、江苏、浙江一带比,仍然很微弱。比如说,一张同等水平的画在江苏能卖2万元,但是在安徽却只能卖1万元。

另一方面,在安徽,大多数画廊还是以销售中国传统书画为主,他们还停留在只是通过销售经营艺术家作品,赚取其中差价来维持生存。只有为数不多的几家“财大气粗”的画廊为艺术家提供签约、包装、推广“一条龙”服务。还有一部分画廊夹在前两种画廊中间,在推广、签约一些优秀艺术家的同时也会销售部分赚钱的市场热门艺术作品,用这种折中的方式来保证画廊运营收入。



双休日,合肥古玩城的画廊相对冷清

安徽画廊,如何突围 (上)

市民艺术品市场意识不高

“安徽人整体上厚道,重交情,书画习惯朋友间赠送,掏钱买则不习惯。”一位资深文史馆馆员告诉记者,上世纪,安徽文史研究馆老馆员画家萧龙士先生淡泊名利,自己粗茶淡饭,书画作品则是一分钱不收,都是赠送。

“著名书法家葛介屏先生也是德艺双馨,对于上门索字索画的也是尽量满足。”安徽教育出版社编审、书法家黄书权告诉记者。在市场经济时代,书画作品也是商品,许多人还不习惯。

画家们也遭遇这种情况,著名画家张平祖父张翰飞是“新安三雄”之一,父亲张君逸是安徽艺术学院教授,他的作品被一家画廊签约,按要求是不能赠送的。可是面对亲友索画,重感情的他感到无奈,“很痛苦,人生在世哪会没朋友?可是,你这样送,对签约的画廊又真不公平。”

画家做起了“直销商”



以经营本土画家作品为主的“大家画廊”

这些年,进入书画领域的自然收藏家很多,但大多数不是从画廊去购买,而是以各种办法找到书画家本人。

“画廊、拍卖行总感觉不放心。”收藏家蔡克勤告诉记者,他一般找最可靠的朋友或者从书画家手里购买。

“很多藏家认为从书画家那里直接购买的作品,不经过中间商的过程价格是最理想的。外行人也认为,书画家作为其作品流向市场的源头,减少了中间环节价格就自然

“2014年,安徽省文联主办,市场星报协办的艺术平价月活动,很有意义,既让百姓分享文化惠民成果,也提升了大众艺术品是商品意识。”书画家陶天月、陈建国、王道良、陈廷友、石海松都曾这样评价。

记者还调查发现,对于省内的普通消费者而言,他们认为书画只是一张纸,可以用来当家庭装饰使用。在合肥古玩城,记者遇到了一位前来看书画的顾客李先生,他说明了来意,可在上下三层楼逛了半个小时后,空手而归,问及原因,直言是因为价格与他的预想有出入。

以合肥为例,大大小小的画廊几百家,又靠什么赢利呢?墨润山房的老总张书龙说:“都是圈内的朋友或藏家。”同样,开画廊的吴东方也告诉记者,他画廊的作品都是固定客户。

更为实惠,而且直接面对作者本人,保真防假更有保障。”城隍庙古玩城的一位从事五年画廊业的人说道。

他的话,道出了许多收藏人的真实感受。

在安徽,因上门买画的人络绎不绝,书画家也充当起了“直销商”的角色。这对于画廊来说,无疑是个很无奈的事。“这应该也是中国书画的经营特色吧!大部分的画家或因亲朋好友,或因工作关系,都会这样做。但这是购买收藏的误区。”经营“大家画廊”二十年的负责人周玲峰明白其中利害。在他看来,真正健康的市场应该把作品交给画廊,对于上门购买的,即使买到价格也不会低,因为画家本人要配合签约的画廊,画廊因为买的多,画家会给画廊让利,价格自然会低。但许多画家认识不到行业发展的重要性,只顾眼前利益,种瓜又卖瓜。

画廊从业者层次参差不齐

在一些著名书画家、业内人士眼中,时下合肥乃至安徽的一些画廊尚称不上是真正意义上的画廊,它们没有专业从业者,没有固定的旗下艺术家群体,更没有全面代理的市场化运作,而这些正是不可或缺的画廊要素。更多意义上,它们也就仅仅算是家画店,有些甚至就是在做裱画生意,兼营字画。

“不仅安徽是这种情况,整个中国都是。”“雅德馨香”画廊的总经理何朝云摇摇头,面对安徽整个书画从业人员的整体,他觉得有话要说。“他们销售的作品以行画为主,也就是低端作品,甚至是赝品,不能称之为艺术作品。这种现状甚至会影响公众整体的审美教育导向。我认为,画廊从业人员要具有一定的素养和水平,有相当的鉴赏和鉴定能力,在分辨作品真伪的同时,也要有独到的眼光,能够发掘有潜力的画家。而且,画廊就像娱乐产业中的经纪人,画家与画廊的关系,就像明星与经纪人的关系。签约画家只负责创作,画廊负责给画家办画展,出书,写评论,做推广……画家和市场没有直接接触。”

“他们营销手法传统落后。”安徽几位著名书画家面对记者抛出的话题如此回答。作为艺术品“一级市场”核心的画廊,不再去发现和培养艺术家了,而渐渐变成了艺术品商人和营销人员,自然吸引不了画家。

在采访的合肥画廊里,大多经营理念、经营模式比较落后,其运作机制和行业规范亦都不成熟。他们的销售方式还处于推销的原始阶段。

相比之下,国内一些重大拍卖行业运作得更为成熟、更加透明,吸引了大量资金涌入,使得中国艺术品二级市场拍卖市场迅速成长起来,并且充当着一级市场的角色,争夺本属于一级市场——画廊的市场,令包括安徽在内的画廊都被迫沦为投机倒把的“二道贩子”,在夹缝中生存。