



## 艺术离市场有多远? ——李小山访谈

●采访人: 刘媛 Interviewer: Liu Yuan

How Far Away Is Art from Market—Interview with Li Xiaoshan

刘媛(以下简称刘): 近几年,几乎所有的媒体都一致报道“艺术”将成为中国最具潜力的投资市场。那么,您认为那条放置四海皆准的“市场价值决定论”的标准,对“艺术”是否依然适用,在中国,艺术离市场究竟还有多远?

李小山(以下简称李): 市场价值只是衡量艺术品综合价值的其中一个指标。在市场经济条件下,好作品的价格一定不会低,但是价格高的作品不一定是好作品,因为艺术市场在运行过程中会存在大量的人为因素,不管是国内还是国际,商业操作都是不可回避的,所以,要用学术的眼光来甄别艺术品,拂去人为操作下引起的价格泡沫。而至于艺术是否“神圣”,主要是看每个人对待艺术的立场。严格来讲,中国的艺术产业,还处在萌芽状态,想要走上国际市场的舞台还有很长的路。

刘: 其实,不难看到国内目前有很多艺术家已经相当“市场化”,他们都有自己的经纪人或由各类艺术机构来进行代理,通过精心的包装,打造后再来出售。有甚者,出行前呼后拥,频繁出席各种社交场所。实际上,要市场还是要艺术,已经成为了困扰很多艺术家的两难问题。您认为这种市场化的现象对艺术家的创作而言有何利弊?

李: 当艺术变成商品的时候,就必须遵循价值规律与市场规则,艺术家的作品不能都去参加展览吧?或者积压在画室里。他们还得依靠

市场,获得生活和艺术的双丰收。有了市场之后,艺术家选择多了,自由度大了,对于艺术创作应该说是更有利的。艺术家对于市场的态度是个人化的,利弊之间的比较也是有阶段性的,往往是那些已经基本解决物质问题的艺术家最能体会到市场对于艺术创作的困扰和影响,而与市场保持合适的距离是一种修养,并不是每一个艺术家都能微妙地踏在那个临界点上,但我们需要看到的是,艺术作为一种意识形态的表达,一种精神自由的张扬,过分地市场化是会削弱自身内部力量的。

刘: 是这样的,就像现在中国艺术市场表面上看十分红火,但是很多人认为,它并不是一个理性的交易市场,譬如说艺术市场里就一定少不了内线交易,往往存在不透明的交易过程:一些“哄抬画价”、“造假画”、“画廊洗钱”等等负面传闻,在这个“卖方市场”的背后究竟是什么导致了它的不正常?

李: 在市场形成的初期,不规范的甚至少数是违法的商业行为是存在的,绝不是传闻而是事实。在国内,不仅是艺术市场,许多市场都是这样,这和中国目前所处的社会环境与经济环境是分不开的。如果只用单纯的经济动机来对待艺术,与对待股票、房地产市场一样,那么收藏行为就会转换成投机行为,目的只有一个:追求利益的最大化,于是,价值判断就会扭曲,行为就会变质。我们的艺术品市场与西方

相比,缺乏长期的沉淀和积累,因此做不到完全的规范化、公平化,而且客观上缺少监管,加上主观上动机不纯,买卖双方又是在一种信息不对称的条件完成的交易,所以就目前来看,市场肯定会不正常。

刘: 那么这种不正常现象是否也表明现实情况是“市场牵着艺术走”,被商业主宰对于艺术而言似乎是时代的进步,实际上从长远来看很可能得不偿失。毕竟艺术风光不如市场风光的现象将导致艺术最后走向畸形。你觉得这一问题该如何找到双赢的解决方案呢?

李: 没有一个一劳永逸的解决方案,特别是在针对一种社会现象的时候,因为现实的问题是复杂、琐碎与多变的。社会环境变了,人们的心态变了、艺术也变了,或许现在的人们对艺术市场更感兴趣,但我们却不能否认仍有对艺术执着热爱的人,同样,艺术家会对市场越来越感兴趣,但并不是说他们对学术的兴趣就会减弱。每个人都会用自己的方式来面对市场,各种选择在相互碰撞中达到一种平衡,这就是博弈现实中的双赢。

刘: 当代艺术的一个重要特征就是:艺术市场的活跃需要创作者与收藏家二者良好的互动,只有大笔资金的注入才能使得这个艺术市场的良好运转。而在国内,这个市场却十分不成熟。投入方还是集中在大型的官方艺术机构。私人收藏的所占比例依然比较少,那么官方机构的影响力是不是也制约着一个真正意义上的艺术市场的形成?

李: 民间资金有利于推动中国当代艺术的发展。每隔几年操办大型学术展览的资金投入才是官方艺术机构的最大投入,展览会涉及到收藏问题,但收藏价格往往会低于市场价格很多。如果职业艺术家依靠官方艺术机构的投入来生活,肯定是不行的,正是那些分散的民间资金才是他们的沃土,只是目前的民间资金还不够强大,特别是缺少基金会性质的机构。至于官方艺术机构的影响力更多地表现在主流舆论上,这是历史形成的,它们向中国当代艺术转向是会起到积极作用的,但对艺术市场本身的影响力并不大。

刘: 您现在担任南京一家民间美术馆的馆长,之所以选择民营企业,是不是因为这样更能够行之有效地实现市场化的运作模式,而不会受到过多的干扰。同时,它的运营模式与官方的艺术机构主要有哪些不同点,你能结合其具体情况谈谈像博物馆、美术馆一类的精英化的艺术机构如何有效地与市场相结合?

李: 其实,随着我国近二十年的高速的发展,私人的经济实力大幅度地增强,现在我们国家在政策上也鼓励民间资金参与艺术品的收藏。因此,民营性质的美术馆与博物馆在最近几年多了起来。与官方的艺术机构相比,民间美术馆的运作会更讲究与市场的结合,我们的优势在于在资金的使用上更为灵活,在学术上更加敏感,运作上更讲效率,展览主题与收藏更开放与多元,尤其是在收藏经费这方面,毫无疑问并不处下风,相反力度更大效率更高。当然,在收藏和经营方面会考虑更多的市场因素,民间美术馆毕竟没有国家的专门拨款,同时,美术馆的社会福利因素也要求我们要与市场保持恰当的距离。

不过有一点还是要强调的:不管是民营还是官方,其实面对的压力都是共同的,就拿组织与承办当代艺术大型展览来说,政府美术馆的资金压力也是巨大的,国家拨款毕竟有限,还是要通过各种渠道筹集资金,也引入了很多私人性质的资金。所以说,身份的差异并不是主要的,没必要将其对立起来看,只要是我们把目光投向促进中国当



- 1、陕北高秋图(立轴) 设色纸本 石鲁
- 2、杜陵诗意 设色纸本 陆俨少
- 3、朱竹映霞 设色纸本 启功
- 4、湘西不二门 设色纸本 何海霞

代艺术的发展和改善当代艺术在中国的生存状态上,那么优势都是可以互补的,经验也是可以借鉴的,差异终究也是会缩小的。所以,我想重申,两者之间并不是竞争而是一种互补的关系,是共同在建构中国当代艺术合理的生态系统。

刘: 在今天,媒体的参与也成为影响艺术市场的重要因素。作为所谓具有“话语权”的学术平台,媒体常常被冠以“无冕之王”的称号,那么请您谈一谈艺术媒体在艺术市场中究竟应发挥怎样的作用?

李: 我们需要更多具有独立意识和专业知识的媒体,这样的媒体才能用“无冕之王”的称号,其实就几个字,但做起来很难。目前情况是:媒体与艺术市场结合形式主要是传统的,面对面的直观地报道,这并不是真正有效的方式,作为艺术产业的一部分,媒体与艺术市场应该产生积极的互动,而不仅仅是表面的进行一下报道。正如默多克说的:“一个好新闻并不是报道事件本身的经过,而是挖掘这件事发生的背景及原因。”

刘: 在市场火爆的今天,人们往往关注的是价格的起伏变化,是切实的利益,而对学术的探讨似乎已经不再像前些年那样热衷,甚至艺术批评也跟着价格在走。对此,您怎么看待学术与市场的关系?学术怎样在艺术市场里来最大化实现自己的价值?

李: 学术与市场两者之间发生关系的其实是人。学术圈子里的人可能有学识,有眼光,有阅读市场的能力,可以为他人提供专业意见,帮助他人甄别、收藏。但有一个很重要的前提:独立性,只有人格上的独立,你的价值判断才会公正,你的意见才是专业价值的意见,你的学术力量才会变得强大起来。

刘: 最后,您能对当代艺术市场该如何来进行规范提一些建议吗?

李: 正如我前面提到的:中国的当代艺术市场是一个初级阶段的市场,一方面需要通过立法的形式来规范市场中的各种行为,同时行业内部也要树立一个长期经营的理念与视野,如果市场行为总是短平快,那么虚火过后就是冰冷。我想,中国艺术市场该出现的是区域性特色,而不是齐头并进、共同发展的格局。所以,要为它们提供一个灵活变动的机制,因地制宜,这样才会更有利于全国艺术市场的和谐发展。