

浅谈中国当代雕塑、装置艺术品投资

A FEW WORDS ON THE INVESTMENT OF CHINA CONTEMPORARY SCULPTURE AND INSTALLATION

文 / 田华丰

By Tian Huafeng

众所周知，证券、房地产、艺术品已经成为世界的三大主流投资品种。随着中国财富人群的不断增大，越来越多的中国投资者进入到艺术品投资领域，在获得优化资产配置组合、抗通胀、合理避税以及投资升值等收益的同时，投资者还可以一同分享艺术的盛宴。通过不断的艺术沙龙、鉴赏、展览等活动，提高投资者的文化视野和艺术品位，丰富精神生活，塑造一种新的价值观和生活方式，同时又扩大了个人的交际及朋友圈。根据胡润百富调查统计，中国高收入阶层中有超过 20% 的人群有收藏艺术品的习惯。其中收藏品价值大约平均相当于其全部资产的 5%。据雅昌艺术市场监测中心统计，2009 年中国艺术品拍卖市场全年总成交额达到 212.5 亿元人民币，市场整体表现明显优于全球市场。2010 年中国艺术品拍卖市场全年总成交额达到 573 亿元人民币，较 2009 年市场成交额上涨幅度超过 150%，6 家拍卖公司均取得了成立以来拍卖的最好成绩，中国艺术品市场实现了实质性的复苏，成为全球市场中最强劲的增长点。

现在，中国艺术品市场主要分为中国书画、中国古玩瓷杂、中国油画及当代艺术三大板块。而每一板块都有相应的投资机遇和收益空间，投资领域的不同，资本规模的大小不一使得投资方式也截然不同。这里简单就中国当代雕塑与装置艺术品领域谈一些相关情况。

中国当代雕塑、装置艺术品市场的现状及问题

当代雕塑、装置艺术品在投资分类上属于艺术品市场中的“油画及当代艺术”板块。从国际角度来看，尤其在欧美和东南亚一些地区，雕塑作品是众多实力藏家追捧的对象。近年来，在欧美市场上，拍卖价在 2000 万美元以上的雕塑已屡见不鲜。在 2010 年 2 月 3 日的苏富比拍卖中，贾科梅蒂的雕塑作品《行走的人》更是以 1.04327006 亿美元的单件成交价，刷新了毕加索的名画《拿着烟斗的男孩》在 2004 年创下的 1.042 亿美元的拍卖纪录，成为世界上最贵的拍卖艺术品。然而中国雕塑、装置艺术品拍卖市场起步较晚，表现冷清，所占市场份额微小，作品价格也一直在低位徘徊，有的甚至有价无市，即使是名家作品，绝大部分的单价区间也只有百万甚至几十万元人民币。这即使与国内市场相邻的其他板块相比也很不协调——如今中国近现代、当代油画的单价都在“千万俱乐部”积蓄已久，并即将迎来“亿元时代”（RMB）。那么，到底是什么原因导致了如此悬殊的差异？我觉得问题主要有以下几个方面：

起步晚，认知少

在中国，雕塑艺术虽然历史悠久，但由于中国传统文化的欣赏习

惯以及中式家居庭院中摆设装置的协调性选择，导致国内人们对雕塑艺术的认识和需求不足，雕塑走进家庭充其量是近十年的事情，而装置被认知的时间就更短了。据估算，目前国内的个人收藏的架上雕塑与城市雕塑比例仅为 2:8，而在西方国家，这个比例要高达 8:2。所以在收藏市场中，雕塑、装置艺术品一直未得到重视。

发展速度慢，缺乏投资吸引力

中国当代雕塑、装置艺术品市场发展相对较慢，受短期逐利的现实思维方式以及对雕塑作品获利渠道了解较少的影响，国内多数投资者更愿意集中资金去买进那些诸如书画瓷器等市场已经启动的艺术品，而无暇光顾雕塑、装置这样的冷门。

成本高、普及难

雕塑、装置作品形体较大、成本较高等各方面的特性，导致它不太可能成为走进千家万户的艺术收藏品。雕塑、装置作为三维空间艺术，不仅对材料、创意与环境，乃至对其所耗时力、完成工序等，都比绘画要求高。雕塑作品无论是铜还是汉白玉，其成本都不低，而且雕塑创作过程需要多个程序，每一步都需要不同的专业人才配合，至于多为综合材料的装置作品有些甚至会声光电并用，所耗更是不菲。此外，时间成本也同样较高，一般来说，从创作构思到完成一件雕塑、装置作品的时间至少为数月甚至更长的时间。

文化艺术赞助机制长期不健全

在国内，如基金会、美术馆等艺术赞助相关机构的数量和资金仍然相对较少。以基金会为例，截至 2008 年，中国大陆的基金会只有 1000 多家（有涉及文化艺术赞助方面的 115 家），中国台湾地区有 4000 多家，而美国已逾 10 万家，仅 2006 年度，美国的基金会用于赞助文化艺术方面的资金就超过了 2.3 亿美元。国内较弱的艺术赞助实力使得众多中国雕塑、装置艺术家高额的创作经费来源得不到保证，尤其对青年艺术家而言，在经济压力面前很难进行大量的创作，不少人把大部分的精力放在了“活儿”上，导致其作品缺少艺术上的突破和创新。

市场缺乏监管机制

之前中国艺术品一、二级市场的混乱状况也影响到了立体艺术品市场。市场中也不时有鱼目混珠、缺乏诚信的现象。而铸铜等材料的雕塑具有可复制性这一特点：按照国际惯例，每一件雕塑作品被视为原作的复制上限是 8-10 件。虽然艺术家通常为了自己的声誉会严格控制作品的量并进行编号，但由于国内市场缺乏较为公信的监督体制和机构，往往令投资者疑虑重重。

然而，尽管中国雕塑、装置市场中存在诸多困难与挑战，但并不妨碍它在国际艺术投资界、尤其在中国成为一支备受瞩目的“蓝筹股”。相反，更多的人从东西方雕塑市场悬殊的差距中看到了其非凡而巨大的价值评估潜力。在最近的几年中，中国政府加大了对文化艺术事业的扶植力度，出台了一系列相关的优惠政策，一批民营美术馆和非公募艺术基金如雨后春笋般蓬勃发展起来，从 2009 年到 2010 年 10 月不到两年的时间里，仅北京市就成立了北京华亚艺术基金会、北京民生文化艺术基金会等 5 家赞助文化艺术事业的基金机构。此外，由非营利艺术机构和美术馆主导的大型雕塑展览日渐



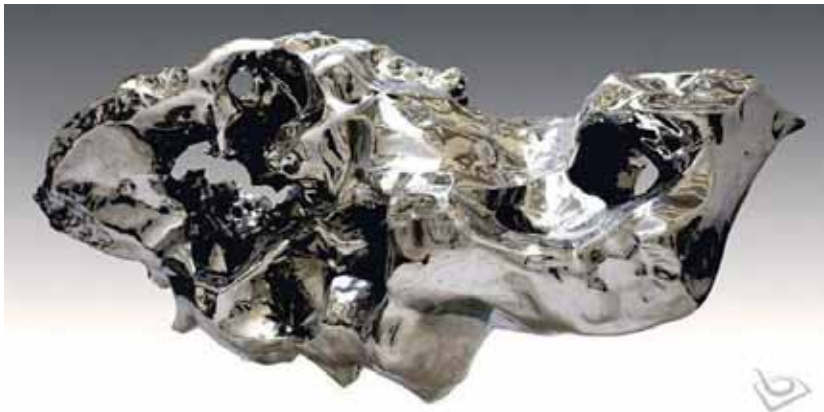
贾科梅蒂《行走的人》
伦敦苏富比 2010年
1.04亿美元

增多，展览学术性和整体质量也得以提升。时下，很多中国当代雕塑和装置作品的艺术语言也越来越多元化、国际化，甚至不时有创新的理念和具有影响力的作品诞生，使得业内的价值认同不断提高，是公认的一支正在迅速崛起的新兴力量。

与此同时，国内投资者和专业收藏家们也开始越来越多地关注这一板块，2010 年秋拍中，中国雕塑拍卖市场有了明显的升温，中国嘉德推出了“中国雕塑系列专场——京津雕塑”专场，其中滑田友的人民英雄纪念碑浮雕《五四运动》创作稿（共十九件）以 896 万元的高价落槌。展望的《假山石 No. 131》在香港佳士得以 548.68 万元成交，刷新了他的个人拍卖纪录。他的另一件作品《坐着的女孩》估价为 55 万到 65 万元，最终以 235.2 万元的高价在瀚海拍出。向京的《暗示——为了无双》也在翰海以 103 万元拍出，而她的《空



滑田友 人民英雄纪念碑浮雕《五四运动》创作稿 2010 年 中国嘉德 896 万元（RMB）



展望《假山石 No. 131》2010年
香港佳士得 548.68 万元 (RMB)

镜子》则以 84 万元在嘉德成交。

2011 年 Artprice 公布的前 10 名当代雕塑艺术家拍卖排名, 排名如下:

1. 杰夫·昆斯 (Jeff Koons), 美国, 1160 万欧元
2. 安尼施·卡普尔 (Anish Kapoor), 英国 / 印度, 690 万欧元
3. 胡安·姆诺斯 (Juan Muñoz), 西班牙, 460 万欧元
4. 安东尼·格姆雷 (Antony Gormley), 英国, 230 万欧元
5. 莫瑞吉奥·卡特兰 (Maurizio Cattelan), 意大利, 170 万欧元
6. 陈真, 中国台湾, 140 万欧元
7. 展望, 中国, 130 万欧元
8. 马修·戴·杰克逊 (Matthew Day Jackson), 美国, 108 万欧元
9. 巴哈提·科尔 (Bharti Kher), 印度, 103 万欧元
10. 苏伯德·古普塔 (Subodh Gupta), 印度, 85.5 万欧元

根据中华人民共和国文化部文化市场司《2009 中国艺术品市场年度报告》显示, 自 2009 年, 中国当代雕塑、装置艺术品的成交量一路上涨, 并占到当年油画及当代艺术板块成交总量的 9.55%, 不仅如此, 在 2008 年的“艺术市场寒冬”中, 雕塑、装置艺术品的保值性与稳定性明显优于油画等平面艺术品 (超过其 4 倍), 这也是由立体艺术品的特殊性质所决定的, 从而使其具有更加强大的抗风险属性。

以下介绍一些投资当代雕塑、装置艺术品的主要收益渠道:

1. 投资标的增值收益

艺术品投资的主要收益来自于作品的增值, 即买入艺术品之后, 通过宣传、推广运作, 使其价值不断上升, 在转让或出手时获利。

从投资方式上来讲, 这属于一种以预期艺术品板块的“α”(“α”投资是以预测艺术家的认可度将出现提升为基点的投资理念, 其三个决定性因素即: 艺术认可、学术认可、社会认可) 将会出现提升为基点, 同时结合了预期艺术品价格将会随着时间“t”(判断艺术品之“t”的价值密度对于投资者具有不言而喻的重要参考意义, 因为只有“t”的价值密度越高, 才可获得可观的投资收益。与其相反的

是, 艺术作品的价格被大大透支, 这将增加投资的风险性) 的推移而不断增长的投资方式, 即“α”、“t”粘连投资。

2. 版权收益

艺术授权, 即买入艺术品之后获得一定比例的版权, 通过与美术馆商店、设计公司进行合作, 联合开发艺术衍生产品、大型复制品等, 或将其开发权授权其他机构, 获得收益。

如今, 通过知识产权保护体系、艺术授权以及媒介的宣传引导, 艺术衍生产品逐渐被大众接受, 立体艺术的衍生品大可以作为建筑、景观设计, 小可以与礼品、玩具结合, 当下一些更加商业、多元的装置艺术品甚至还可以与娱乐业、展示业相结合, 例如由德



曾成钢《梁山好汉系列》2008年6月 西泠印社 128.8 万元 (RMB)



隋建国《中国制造》（艺术衍生品）

国米拉联合设计策划公司制作的上海世博德国馆中的“金属球”。

3. 出借或租赁艺术品收益

将优秀的当代雕塑、装置艺术品出借或租赁，收取借展费用，也成为创造利润的一种方式。通过此种方式提高艺术家和艺术品的曝光度，从而进一步提升其价值和认可度的同时，也为社会公众提供了更多共同分享艺术作品的机会。

近年来，当代艺术、前卫文化、流行元素与时尚商品之间呈现出相互跨圈综合的趋势。例如2009年Unmask小组与宝马，岳敏君与马爹利的成功合作，就是商业、社会活动与立体艺术品互动结合的典型代表。

新的投资方式：

在当下的中国，画廊业、拍卖业、艺术品博览会三位一体的市场经营主体结构已经初步建立并趋于成熟，艺术品的资产属性也渐次显现，国内银行、信托机构、私募基金开始积极关注艺术品市场，诸多金融机构分别从各个角度进行探索，广泛学习国外经验，结合国情，循序渐进，艺术品市场的规范化、金融化将成为一种趋势，集中体现在以下四个方面：

1. 艺术资本化

新世纪以来，各大艺术品拍卖场几乎成为国内外保险界、证券界和银行界等金融领域人士的聚会，艺术品逐步上演与资本共舞的火热局面。

2. 艺术品投资机构化

艺术品投资的财富效应吸引了越来越多的国内外大型机构的介入，许多银行、信托、私募基金等金融机构都不同程度地参与到艺术品投资领域。

3. 艺术品投资基金专业化、阳光化

目前各种各样的艺术基金不断浮出水面，其普遍的资金存续期也由原来的18~24个月延长至现在的3~5年，这在体现行业专业化进程的同时，也反映出了投资者对于艺术品不断增长的信心。此外，

由于受艺术品市场有关法规的限制，它们大多依托有限合伙制或信托平台不断地向阳光化方向发展。

4. 艺术品证券化

2009年以来，深圳、上海、成都等地文化产权交易所相继挂牌成立，文化产权交易所将通过架构文化与资本的对接服务平台，为文化产业发展提供更多便捷、规范、有效的服务和支撑，从而促进艺术品流通，进一步规范市场。作为艺术品投资证券化试点单位，深圳文化产权交易所顺势推出了中国首个艺术品资产包“深圳文化产权交易所1号艺术品资产包——杨培江美术作品”，并已成功发售。

小结：

20世纪90年代中后期以来中国艺术品市场的调整，尤其是2004年、2005年之后的调整，重点表现在市场的重新洗牌，是一次结构性的调整。随着相关部门一系列政策法规的出台，进一步引导和规范了中国艺术品市场的健康有序发展，鱼目混珠的市场秩序得到了改善，风险逐步降低。调整后的艺术品市场将更具投资价值。从整体上看，中国当代雕塑、装置艺术的买卖价格总的来说还处在一个较低的区域。而随着其社会影响和学术认可度的迅速上升，艺术品投资的资本运作形式和运作服务形式的不断创新，楼市、股市热钱的涌入，以及艺术品市场板块间资本的调整转移，我们不难预见，以当代雕塑、装置艺术为代表的立体艺术品，在未来数年中必将具有极大的发展空间和价格想象力，并成为下一次艺术品市场“井喷”的重要动力。 □

（田华丰 青年策展人）

向京作品

