

# 高估价徐悲鸿巨制为何尴尬流拍

5月24日晚间举行的佳士得香港春拍上演了戏剧性一幕。佳士得本季春拍最大王牌、史上估价最高的亚洲油画徐悲鸿《奴隶与狮》因不足拍卖估价3.5亿港元的底线，被当场宣布流拍。消息一出，引起业内人士的热议，多方声音猜测，估价过高、收藏群体不够广泛、大师认知度不够国际化、作品技法争议等因素都是造成流拍的原因。谈及此次流拍，佳士得拍卖方面回应北京商报记者称：巨作吸引多方买家强烈兴趣，但遗憾未能于竞拍中觅得新主；现已收到其他潜在买家咨询并会继续探索更多途径，以促成这一旷世巨作成交。

## “高调”遇挫

现当代艺术板块，佳士得以估值超13.6亿港元的拍品加入春拍战团。据介绍，该艺术类别本季拍前总估价史上最高，也是佳士得亚洲任何晚间系列拍卖的拍前最高估价。

5月24日晚，佳士得香港“二十世纪及当代艺术晚间拍卖”和“国之瑰宝：徐悲鸿不朽杰作”相继开槌，两个专场共75件作品上拍，72件易手，3件过亿，成交率达96%，共斩获15.85亿港元，成绩为去年秋拍之后，再度刷新佳士得香港晚拍史上最高成交额。

板块新纪录之下，却现冰火两重天。4月中旬，佳士得就官宣了徐悲鸿《奴隶与狮》为本季王牌拍品，以3.5亿港元的亚洲油画史上最高估价，在近一个月的宣传期里不断占据各类新闻的篇幅。据报道，当晚该作从2.6亿港元起拍，在3个电话委托的竞争中一步步升至3.2亿港元，就在观者觉得将会稳步上升超越估价时，众买家却突然长考，现场直播镜头对准佳士得当代艺术部主席的电话委托，经过他与买家约5分钟的沟通，最终未果，遭遇流拍。

据了解，2006年《奴隶与狮》曾在香港佳士得以5603.5万港元成交，创下了当时中国油画的拍卖纪录。时隔15年后，该作又被赋予了冲击中国油画拍卖纪录的使命，但最终未能如愿。

能如愿。

对于此次流拍，佳士得拍卖相关负责人以邮件方式回应北京商报记者：今季有幸于晚间拍卖中呈献徐悲鸿史诗级重磅杰作《奴隶与狮》。此幅国之瑰宝巨作吸引多方买家强烈兴趣，但遗憾未能于竞拍中觅得新主。我们现已收到其他潜在买家咨询并会继续探索更多途径，以促成这一旷世巨作成交。

## 众说纷纭的意外

拍卖资料显示，这幅高1.23米、宽1.53米的《奴隶与狮》创作于1924年，是目前所见徐悲鸿最早的主题性油画创作，也是私人藏家手中尺幅最大的徐悲鸿油画。徐悲鸿主题性油画极为罕见稀缺，市场上有史以来出现不超过6件。

如此巨制在拍场上的“高调”遇挫，业内人士也众说纷纭。

在中央财经大学拍卖研究中心研究员季涛等多位业内人士看来，高估价或是造成流拍的主要原因。季涛表示：在上拍之前，看到超3亿港元的估价就觉得或许不好出手，个人认为两亿港元可能比较合理。”对于作品本身的技法表现，季涛也认为存在争议之处：整体来说，徐悲鸿是一位保守的写实画家。而这幅作品的画面中，有些笔触比较粗放，与



《奴隶与狮》拍卖过程

作品目前由私人收藏，2006年11月购自佳士得香港拍卖，成交金额为5388万港元，刷新当时中国油画作品世界拍卖纪录。时隔将近15年后，这幅画重返同一个拍卖场求售。估价3.5亿港元至4.5亿港元，成为迄今估价最高的亚洲艺术品。

## 《奴隶与狮》专场拍卖

- 1 在香港时间将近晚10:00开始从2.6亿港元起拍
- 2 3个电话委托的竞争中一步步升至3.2亿港元
- 3 约5分钟之后拍卖师宣布流拍

他平时的作品风格、艺术理念不大相同。对于这种创新或争议，可能正是引起买家犹豫的原因。”

有统计数据显示，徐悲鸿一生作品约3000幅，但油画却仅有100余幅。而在近20年间，能够释出市场且来源清晰、保存状况良好的作品仅在20幅左右。在收藏圈人士李军看来，受众群体不够广泛、国际认知度不够或是导致巨制流拍的原因所在：徐悲鸿的油画

作品较少，专业藏家关注的并不多。伴随着国内当代艺术以及海外华人艺术市场的蓬勃兴起，徐悲鸿的油画作品近年来有些淡出人们的视野了；且徐悲鸿在国际市场上的认知度也不及其他近现代人物。”

在徐悲鸿作品遭遇流拍之际，同晚法国华裔画家常玉和中国水墨画大师张大千的作品分别以1.19亿港元和2.09亿港元高价成交。有公开报道称，目前华人油画最高纪录为已

故法国画家赵无极的作品《1985年6月至10月》(Juin-October 1985)，该画作于2018年9月在苏富比拍卖行香港拍卖中连佣金以5.1亿港元成交。

## 复杂的市场信号

据北京商报记者了解，徐悲鸿巨制流拍并非首次。同为主题性油画作品的《愚公移山》此前也经历过戏剧性的拍卖过程。

在2018年中国嘉德春拍的拍场上，徐悲鸿《愚公移山》也是备受关注的“明星”拍品。拍卖当晚，该作以1.2亿元起拍，经过十余次叫价后，停止在1.89亿元关口。就在所有人等待落槌的时候，拍卖师宣布该作品因未达到买家约定的最低成交价而流拍。

6个月后，深圳证券交易所公布了《湖南电广传媒股份有限公司关于出售艺术品的公告》，公告显示，早前遭遇流拍的徐悲鸿油画《愚公移山》，被湖南广播电视台以2.088亿元(含税)的价格私洽买下。价格甚至还超过了此前的“最低成交价”1.9亿元。而卖方是湖南电广传媒股份有限公司的子公司湖南省有线电视网络(集团)股份有限公司。

流拍与私洽的背后暗藏玄机——转手《愚公移山》，电广传媒一买一卖背后的差价达到1.808亿元，已覆盖当年前三季度的亏损。

对于此次《奴隶与狮》的流拍，佳士得方面也提出了通过私洽寻找新的可能性——“现已收到其他潜在买家咨询并会继续探索更多途径，以促成这一旷世巨作成交”。

在寄希望于峰回路转的同时，业界人士普遍以理性的态度着眼于当下的艺术市场。有业界人士指出：近期的拍卖不断传达出复杂的信号，虽然从一些高价作品中能看到恢复的底气，但是许多竞标过程胶着，成绩不及预期，传达着买家的疑虑。”

北京商报记者 胡晓钰

# 最严直播监管来袭“6·18”见分晓

## 给直播行为划红线

有人火出圈，有人被封禁630天。野蛮生长过后直播营销终将被套上“紧箍”。5月25日，《办法》的正式实施时间，《办法》是国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局七部门在2021年4月23日联合发布的。

在对直播营销平台的要求方面《办法》明确直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。

根据《办法》，直播营销平台应当根据直播间运营者账号合规情况、关注和访问量、交易量和金额及其他指标维度，建立分级管理制度，根据级别确定服务范围及功能，对重点直播间运营者采取安排专人实时巡查、延长直播内容保存时间等措施。

《办法》还对主播们的年龄提出了明确限制：直播营销人员或者直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的，应当经监护人同意。”

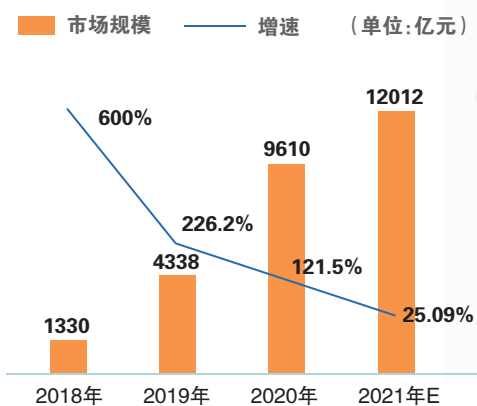
细化到直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动不得有的行为《办法》罗列了八条，包括不得发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户，不得营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品等”。

《办法》还提出直播营销平台应当建立黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员及因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，并向有关主管部门报告。

近期，殷世航快手被封、直播打赏乱象等频受争议……直播行业经历了几年的发展，诞生了李佳琦、薇娅等“正规军”，同时也不断滋生各类问题，引发社会关注。这背后折射出直播平台模式的弊端所在，也反映了监管层面的疏忽。5月25日，《网络直播营销管理办法(试行)》(以下简称《办法》)正式施行。一边是电商平台刚刚启动的“6·18”直播，一边是相关部门开始实施具有强制约束力的直播类规范性文件，即将到来的电商促销季注定成为直播规范化的试验场。

## 中国直播电商平台发展——市场发展概况

### 2018-2021年中国直播电商市场规模及增速



## 官方企业同行

在保护消费者方面《办法》提出直播营销平台应当及时处理公众对于违法违规信息内容、营销行为投诉举报。消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务，发生争议时，相关直播营销平台应当积极协助消费者维护合法权益，提供必要的证据等支持。直播间运营者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求”。

此前，国家互联网信息办公室有关负责

人表示《办法》对规范网络市场秩序，维护人民群众合法权益，促进新业态健康有序发展，营造清朗网络空间具有重要现实意义。

北京云嘉律师事务所律师赵占领告诉北京商报记者：5月25日正式实施的《办法》不属于法律、行政法规，属于规范性文件，但也有强制约束力”。

其实，相关部门针对直播行业已经发布多项通知和指导意见，比如2020年11月国家广电总局曾发布关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知，同月国家市场监督管理总局发布过关于加强网络直播营销活动监管的指导意见。

除了国家层面，不少相关企业也闻风而

动，紧跟监管步伐。近日，据国家标准化管理委员会企业标准信息公共服务平台信息公示，美腕(上海)网络科技有限公司(以下简称“美ONE”)发布了《直播电商商品质量与合规管理规范》。据了解，这也是直播电商行业的首个企业标准，网红美妆主播李佳琦则为美ONE合伙人。

美ONE所公布的企业标准中，参考涉及19份相关法律法规文件，并同时在多个方面设立了极高的标准。比如，在部门机构设置方面，将覆盖包括选品、合规、舆情监控、法务、客服等部门，管理流程清晰，并实行动态优化，持续改进流程及相应的部门设置、职责分工和部门协同机制。

## “6·18”直播可检验执行力度

对比上述办法和其他部门发布的通知和指导意见，赵占领认为：5月25日实施的《办法》应该是最细致、最全面的，操作性也比较强，但最关键可能还在于后续的执行”。

谈到执行，电商平台开启的“6·18”直播就是最好的试验田。据了解，目前天猫已经启动“6·18”直播，诸如刘涛618预售直播，直播人数高达200万“618预售提前开启李佳琦、薇娅直播间首日场观众均破亿”等报道均反映了“6·18”直播的热度。

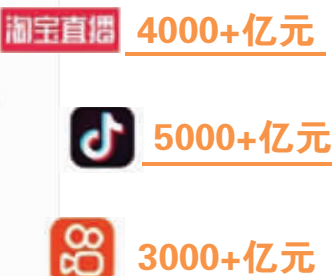
“除了双11、双12，每年的‘6·18’也是电商平台的重要促销季。近几年每逢促销季，直播就成为吸引用户的主要手段，单场直播销售额不断刷新纪录。除了电商平台，不少泛娱乐直播类平台同样把电商作为一种商业化手段，比如快手、抖音。5月25日实施的《办法》在“6·18”直播中的作用，将是一面镜子，让相关部门、用户等来观察《办法》的执行情况。”赵占领说。

站在平台的角度，相关部门对网络直播的监管则是一个契机，有助于加速平台规范化管理、变现，这对行业长远发展有益无害。

值得一提的是，作为一种新兴商业模式，直播带货虽然存在诸多问题，但在促进就业、提振经济方面也发挥了积极的作用。近日发布的《2020年中国网络表演(直播)行业发展报告》显示，截至2020年底，我国直播用户规模已达6.17亿，网络直播从业人员也飞速增长，全行业网络主播账号累计超过1.3亿。除了人数的增长，在规模上，2020年我国网络直播行业市场规模达到1930.3亿元，约有1500余家直播电商相关企业、近2.8万家网络直播营销相关企业。

北京商报记者 魏蔚

## 2020年中国主要直播电商平台商品成交总额



数据来源：艾媒数据中心