

3.15
调查

撕开艺术品在线交易疯狂假象

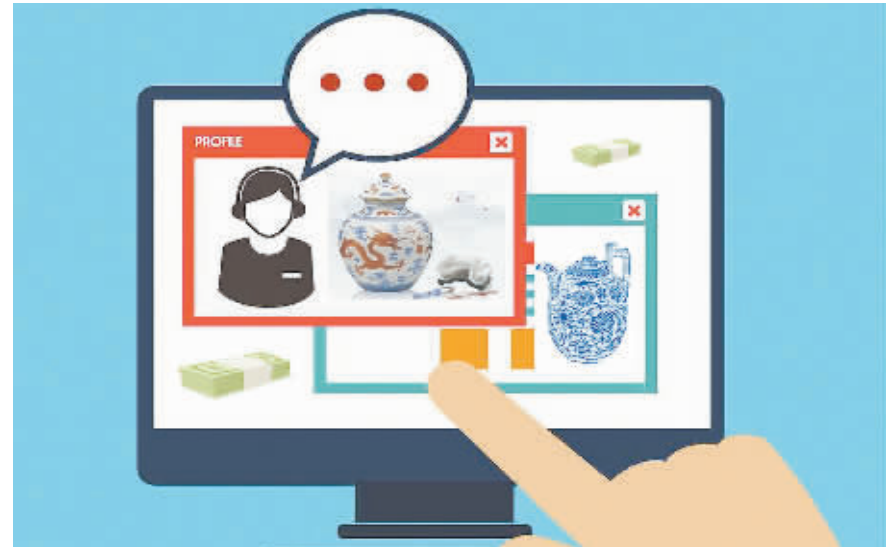
近年来,艺术品拍卖频频刷新纪录的消息不绝于耳,烘托出一片繁荣的艺术品市场,大量不懂行的投资者纷纷进入这一市场寻金,但大多没有认识到艺术品在线交易平台中暗藏的陷阱。看似高投资、高回报的在线艺术品交易实际上只是投机者的资本游戏,而造成艺术品价格背后乱象的则是艺术品价格的虚高。

标的物被炒高十倍以上

曾经制造了“天价美人枕”的琮尚文化旗下有一个名为艺投金融的机构推出“艺利宝”、“艺投宝”等金融投资业务,该产品年化收益率都在15%以上,而银行的理财产品最高也就5%左右。一个“清雍正青花淡描双勾竹纹梅瓶”估值3000万元,投资周期6个月,年化收益为18%。有知情人士指出,这些艺术品的鉴定实为与各类鉴定“砖家”串通做局。

北京商报记者向琮尚文化总部工作人员咨询其艺术品金融产品时,该工作人员表示:“多数投资者会选择10个月的理财产品,年化收益率为25%。”知情人士王先生却告诉北京商报记者,琮尚文化所谓的艺术品理财产品80%以上都是假的,投资者花血本投资的100万元藏品可能连10万元都不到。

尽管目前琮尚文化仍在正常运营,但



琮尚文化背后的大老板万丰国际却私自冻结投资者资金,据统计,涉及金额或高达70亿元,受害者总数高达几十万人。

北京商报记者经查阅公开信息发现,万丰国际的交易品种主要以墨翠、水沫玉、天珠、高古玉等为主,投资者表示,类似文交所的形式,万丰国际承诺的回报率很高,10个月的回报金额可以达到30%,甚至是高达3倍以上的收益。投资者李先生告诉北京商报记者,“万丰国际平台上的艺术品标的物上线后从1元被炒高到8—10元左右,但最后下市时就跌到2—4元”。

艺术品虚火旺由来已久

在近年来的艺术品拍卖市场上,过去原本数万元的艺术品如今动辄上千万元甚至上亿元,这样类似的“拍卖奇迹”让越来越多的投资者变得不淡定,外行人只看到艺术品能够赚大钱,却没有看到这里面的专业投资与鉴赏能力。艺术品市场的

价格炒作、价格虚高由来已久,定价难一直是行业共性,即使是最透明、公开的拍卖数据也存在人为操作的空间,更何况并不是所有的艺术品都有大的升值空间,物以稀为贵,也不是所有的“齐白石真迹”、“宋代官窑”都是真品。

投资者向北京商报记者透露,交易平台上各种艺术品估价有上亿的,最少也是几千万。艺术品按每份1元标准进行份额化发售,但上市后产品被背后操控者天天拉涨停,散户根本买不到,这时入仓的散户都在高位接盘,但最终没人接盘后,投资者账户中被套牢的资金却被万丰国际私自冻结,而万国国际的操控者却拿这笔资金又发起另一个艺术品交易平台——南宁大宗商品交易所。

与正规文交所以及A股交易不同的是,大量不规范的艺术品在线交易平台上的标的物价值远远低于其显示的价格,甚至1/10都不到,不乏以次充好、以假冒真

的标的。在艺术市场评论家江因风看来,“这些原本不值钱的标的物在盘面上经过一翻炒作,最后价值被抬高几十倍,10元产品翻高100倍,最终发行资产包的人把钱捞走了,投资者的钱就被骗了,其实是间接诈骗行为,但这类跨境电商很难控制”。

《办法》严厉打击市场乱象

被爆炒到离谱的艺术品资产包就成了“定时炸弹”,无人接盘就会直接导致大量投资者血本无归。“文化公司推行艺术品产品理财,不在证监会的监管范围内,而工商局也只是负责公司营业执照的管理,没有相关机构的监督是造成艺术品非法集资事件层出不穷的主要原因。”中央财经大学拍卖研究中心研究员季涛表示。

国家出台艺术品交易规定是解决根本,国际版权交易中心艺术家业务中心副总经理徐联军认为:“鉴定和评估体系的混乱、艺术品交易不透明、消费者的鉴赏能力有限、艺术品行业缺乏相关机构的约束等原因导致艺术品价格混乱。”

让业界充满期待的是,针对艺术品市场存在的制假售假、虚假鉴定、虚高评估、交易不透明等问题以及近年来艺术品网络化、金融化趋势明显,文化部修订的《艺术品经营管理办法》(以下简称《办法》)将于3月15日起施行。此次《办法》调整了监管范围,对艺术品市场实行全方位内容监管,将网络艺术品、投融资标的物艺术品、鉴定评估等纳入监管领域。

《办法》强调,艺术品经营单位不得以集资为目的或者以非法传销为手段进行经营;未经批准,不得将艺术品权益拆分为均等份额公开发售,以集中竞价、做市商等集中交易方式进行交易等。此外,《办法》还明确了鉴定评估机构及从业人员的责任及有关程序。

北京商报记者 卢扬 陈丽君/文
宋媛媛/制图

· 资讯 ·

聚焦

动漫《龙心战纪》爱奇艺首播

动漫《龙心战纪》将比日本提前一个月,于3月11日在爱奇艺全球独家首播。该动漫由爱奇艺动漫创投事业部和游戏事业部操盘,共同主导日本行业精英组建动漫制作委员会,其原作为《CERBERUS》,是日本游戏公司聚逸出品的经典卡牌游戏。

据悉,中方从2014年底就开始策划该作品,并在角色设定、情节设计、人物对白等方面融入了东方色彩,还邀请到当红韩国女团T-ara的成员咸恩晶演唱同名主题曲,力求展现亚洲力量,同时收获亚洲粉丝的认可。与此同时,爱奇艺还联手移动游戏发行商楚枫网络为《龙心战纪》量身打造了正版手机网游,计划通过“漫游互动”的全新模式,从动画和游戏两大领域联合创造《龙心战纪》IP,为漫迷提供更多元立体的娱乐体验。

2016酷音乐亚洲盛典正式启动

全国首家数字音乐服务与互动平台酷狗音乐联合酷我音乐与湖北卫视,昨日在北京“来福house”召开“2016第二届酷音乐亚洲盛典”全球启动仪式,正式公布了3月29日将在广州体育演艺中心举行音乐盛典的消息。

此次2016酷音乐亚洲盛典不仅延续了上一届华丽炫目的舞台表现力,还将会有更大的突破。以“全体验”式的舞台效果,利用3D投影技术体现出最具创意的裸眼3D视感,并且使用了当下最高端的虚拟实境(VR)录制,将电影中的特效应用到盛典的拍摄制作当中。

2015年酷音乐亚洲盛典创造了34组艺人与2100万网友在线观看直播的好成绩,今年的盛典不仅会延续去年所创造的纪录,更要不断地开发和进步,新添置台前幕后“最直接最私密”的360度无死角机位为粉丝们曝光喜爱的明星偶像,近距离地感受歌手艺人们真实的一面。

北京商报记者 郑蕊/整理

全国影视基地数量破千家

日前举办的首届烽火文论论坛上,象山影视城管委会主任陈建瑜透露,截至目前国内影视基地有128家,而从民间统计数量来看,目前国内已经有1000多家影视基地。

尽管影视基地数量众多,但发展情况却并不相同。而通过观察可以发现,发展较好的影视基地较多集中在长三角地区。在陈建瑜看来,影视基地若要实现较好的经营,一方面要有符合剧组需求的场景,另一方面具备配套设施也是关键因素之一。由于部分影视基地虽然提供

拍摄场地,但却没有提供如住宿、餐饮、群众演员等一系列配套服务设施,导致剧组无法获得生活日常所需,削弱剧组的选择意愿。

目前无论是电影亦或是电视剧、网络剧,均受到市场的极大关注,票房和点击量也持续增加,而这些影视产品背后都离不开影视基地。陈建瑜表示,目前我国影视基地主要分为三类:第一类是仅提供给剧组拍摄的,不提供给游客旅游;第二类则是拍摄跟旅游兼顾,也是1000多家影视基地中绝大多数所采

取的方式;第三类是把影视作为元素进行植入,专门给游客提供作为旅游景区使用,但不提供剧组拍摄。

影视基地所处地区的气候也会影响剧组的选择。影视基地更多的是提供古装戏的拍摄场景,但在北方,由于冬季气温较冷,草木凋零、景观萧条,一年可提供剧组拍摄的可能只有180天。而南方虽然冬季相对较为温暖,但在夏季气温能达到40多度,同时古装戏服装如盔甲较厚,容易造成中暑,也影响到剧组的选择。

北京商报记者 郑蕊

北影节牵手微影时代发力线上售票

第六届北京国际电影节“格瓦拉+微票儿”·北京展映冠名暨独家售票平台战略合作签约仪式日前在京举行,按照协议内容,“格瓦拉+微票儿”将成为北京国际电影节未来三年的独家售票平台,并冠名第六届北京国际电影节“北京展映”。

北京国际电影节组委会办公室成员崔岩介绍道:“去年北影节‘北京展映’,共收到103个国家和地区的1524部报名影片。从中遴选360部优秀影片设置19个单元,在23家商业影院、艺术影院和8所高校集中展

映,放映800余场次。格瓦拉售票平台开票15分钟销售额破百万,销售额2小时已过200万元,多部影片全线售罄。”

本届电影节深度植入了更多互联网元素,这次微影时代在与北影节的战略合作中,将凭借“格瓦拉+微票儿”的双引擎驱动,实现全民便捷参与、全网平台互动,同时会结合摇一摇、扫一扫等微信独有功能,呈现全方位的观影指南。

微影时代高级副总裁杨丹指出,“北影节已经举办了六届,它已

经变成了影迷的狂欢季,和专业人士的重要交流平台。我们希望发扬社交平台优势,借助移动互联的便捷体验,为北京国际电影节做好服务,将优秀展映内容和好导演与观众、市场相连接”。

格瓦拉CEO刘勇介绍说,未来“格瓦拉+微票儿”将充分调动双平台优势资源,提升电影节运营方式,释放电影节能量。集中搭建集售票服务、观影指南为一体的新型平台,为电影节和观众创造新的价值与体验。

北京商报记者 陈丽君