

谈艺录

编者按:经过多年的发展,中国艺术圈起伏跌宕,从艺术创作到商业市场,有高峰、有低潮,有认同、有争议。作为艺术品的创作者,艺术家作品及创作状态不可避免处于关注的中心,与此同时,围绕在艺术家们周围的画廊、拍卖、媒体等机构,共同勾画出当下艺术圈的生存状态。对于艺术现象,每个人角度不同、位置不同,认知也会不同。

国内艺术品市场避免两极化解读

齐建秋

文化是一个国家一个民族的灵魂,文化自信是一个国家一个民族发展中最基本、更深沉、能持久的力量。5000年的文明史,近2000年有据可查的绘画史,应该赋予我们对中国艺术品更多的自信,文化自信从来不是一句空话,要落实到具体事物的认识上,只有文化自信才是真正的自信。

近期,面对西方艺术品高价位的成交,再看国内高价位成交的艺术品可以发现社会上有着两种态度,一种是无故的横加指责,怀疑一切;另一种是无知的沾沾自喜,认为中国艺术品市场在所有方面都达到了世界第一,持一种病态的自大狂,这两个极端其实都是文化不自信的体现。

持第一种态度的人对中国艺术品,比如书画作品从古代到近现代到当代一律持怀疑态度,好像中国画就不该值那么多钱,凡是高价位成交的作品就一定有问题。这些人对高价位成交的书画作品有一种否定的偏执,古代书画必定认为有真伪问题,如苏轼《功甫帖》等等,近现代书画必有买家是否付款问

题,当代书画必是炒作等等,总之不相信中国书画的艺术魅力,不承认书画市场高价位作品成交的现实性,对于书画拍卖市场过亿元作品的成交总有片面的指责。近几年来,拍卖市场包括古代、近现代和当代一共有近80件书画作品突破亿元大关,这当然是好事,中国一批书画名家的作品可以也应该达到这样的市场价位。齐白石、徐悲鸿、张大千、黄宾虹、傅抱石、李可染、潘天寿同任何一位西方艺术大师相比都毫不逊色。他们许多过亿元的作品乍看好像并不低,其实同欧洲许多大艺术家比起来,其市场差距仍是十分明显的。

以刚刚在世界艺术品市场引起轰动的达·芬奇《救世主》为例,如果以中国画计价的观念,这不过是一幅近似4尺三开大约3平尺左右的作品,但每平尺的价值竟高达1.5亿美元,折合人民币9.8亿元。再看2017年嘉德春拍成交的黄宾虹的《黄山汤口》,这是黄宾虹晚年的绝笔巨制,以3.45亿元人民币成交,此幅作品171×96cm,大约15平尺,每平尺价值2300万元。由此可见中国近现代名家

大师顶级作品顶级价位同西方艺术家相比差距是显而易见的。

而对另一些自认为中国艺术品价位已经是世界第一的人可以唐寅为例,他与达·芬奇几乎生活在同时代,其作品《仿李唐山水》(172×89cm)是其29岁时所作,这幅作品与达·芬奇的《救世主》创作于同一时期,成交价为1.725亿元人民币。还有近代海上名家任伯年,他与梵高也差不多生活在同时代,其作品《华祝三多图》(212.5×106.5cm)是任伯年已知的单件最大尺幅、最具代表性风格的作品,被称为“任伯年之王”。这幅作品与梵高的《田野里犁地的农夫》创作时期也相近,成交价为1.667亿元人民币。当然油画不以尺幅计价,但倘若以中国画以尺计价的观念来衡量,唐寅的画作尺幅是达·芬奇作品的5倍,而任伯年画的尺幅则是梵高作品的几十倍。看到这些就可以明白,我们还缺乏自高自傲的资本。

无论是怀疑派还是自大派都不可取,对中国艺术品及其市场既不可妄自菲薄,也不可自恋自狂,要客观

公正地看待中国艺术品市场的发展,当然这个市场在发展中还存在着不少弊端而饱受诟病,但更多人希望这个市场在不断的调整中成熟更健康地发展。

20年来中国书画的价位在不断攀登新高峰,但同世界一批顶尖艺术家的市场相比,差距仍是明显的,以统计学角度看,从绝对值统计,中国书画难有过亿美元的成交,从相对值分析,盈尺之画之幅就更没有这种纪录了。

没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛就没有中华民族的伟大复兴。文化自信体现在社会生活的每一个方面,也包括对中国书画及其市场的态度,建立书画正确的价值观才能够精准地认识中国文化的价值含量。中国艺术品市场要走的路还很长,但总有一天中国艺术家的作品价值会超越达·芬奇、莫奈、梵高、莫迪利安尼、波洛克、达利、毕加索、安迪·沃霍尔等等这些在世界艺术品市场如日中天的天之骄子。当然,任重而道远。

(作者系著名艺术品市场评论家)

依托“新一代”系统 建设银行助推“快贷”产品升级

在科技金融浪潮推动下,建设银行耗时六年打造的“新一代核心系统”(以下简称“新一代”)今年6月全面竣工并成功上线。“新一代”不仅在于技术层面全面升级,也对管理模式以及服务模式进行了重新整合。建行北京市分行则依托“新一代”系统,升级“快贷”产品,实现了全流程线上信贷服务,大大提升了服务效率和贷款业务质量。

上线“新一代核心系统” 助力金融服务改革

6月24日,建设银行耗时六年时间打造的“新一代”全面竣工并成功上线。据悉,“新一代”积累了一批拥有自主知识产权、专利授权的应用软件和核心技术,是建行金融科技的重要成果,为建行战略转型提供了强大的科技支撑,为稳健发展注入了新活力。

近年来,金融科技、大数据、人工智能快速崛起,银行原有的经营管理模式和机制也难以适应时代的发展,为此,多家银行开始发力金融科技。

建行相关负责人介绍,“新一代”建设不是简单的优化改造,也不再是单纯开发一个信息系统,而是企业级视角下,覆盖总分行、海内外和子公司,包括银行与非银行业务,涵盖业务转型、技术转型、实施转型在内的一项浩大的系统工程。

据悉,“新一代”具有多个领先优势。建行相关负责人介绍,首先,它实

现了业务与IT融合。IT架构与业务架构紧密衔接,严格继承来自企业级业务建模的成果,最大限度考虑了全行范围的共享和复用要求,消除了“竖井”,避免了条块分割和功能冗余。其次,它贯彻了以客户为中心、面向服务的架构实现了对客户的深刻洞察及灵活应变,服务流程的调整变得更加简单,可有针对性地满足客户需求。最后,它支持快速产品创新。通过组件的共享,可以达到灵活响应和快速创新的目标,使产品创新更便捷、更迅速。

升级“快贷”产品 实现全线上贷款服务

在贷款业务方面,“快贷”率先依托“新一代”实现了产品升级。所谓“快贷”,是指运用大数据分析和“互联网+”的授信模式,面向小微企业和个人的线上信贷产品。其主要特点是个人可以在网络平台自主申请,实时审批,自主支付、实时还款。和以往传统的信贷产品相比,“快贷”实现了全部流程线上操作,不需要个人到银行办理业务,不需要提供繁杂的个人资料。不仅能够节省客户大量时间和精力,还能缓解营业网点的运行压力,提高办事效率,降低运营成本,节约资源。

在具体操作上,打开手机银行客户端,客户只需登录进去点击“快贷”页面,即可看到客户可以使用的贷款额度和对应利率。申请贷款后几秒内便可到账。之后只要按照约定方式按

时足额还款即可,客户也可以选择提前还款。客户所有贷款流程都可以在手机端进行操作,无需借款人去任何营业网点办理繁杂的手续,较之传统信贷产品真是简约至极。”建行北京市分行相关负责人介绍道。

在上述相关负责人看来,支撑“快贷”产品如此高效运作的“心脏”便是应用了“新一代”的大数据信贷模式,可以针对不同客户的类型采取不同的考核维度精准高效地授信。

例如,针对北京地区的烟草经销商建行北京市分行推出了全新的“烟草快贷”产品,通过与北京烟草专卖总公司合作,利用银行“新一代”与核心企业的数据资源,建立与之相匹配的风控模型,综合分析下游商户的贷款资质,凭借“新一代”先进的数据分析能力和严谨的风控模型,将商户按资质分档,每个档位对应不同的风险系数。由风险系数和经营规模进一步计算出合理的授信额度。

而且与以往灵活的贷款发放方式不同的是,针对烟草零售商的“快贷”授信是由经销商经营需求产生的,即经销商通过核心企业的烟草销售系统进货时,在提交订单后的结算页面可以选择使用建行的“快贷”产品进行支付,贷款将直接打入核心企业的账户,这也是“快贷”的另一层风险保障。在这种支付环境下授信,保证了贷款专款专用,有效地规避了风险投资。

“建行着眼于服务实体经济,推进

金融产品和服务创新,不断扩展其金融服务的覆盖面和渗透率,使更多企业或个人享受到金融服务,充分体现金融服务实体经济的本质要求。”建行北京市分行相关负责人说道。

持续创新 推进“快贷+互联网”模式

除此之外,在针对企业的信贷领域,“快贷”也下足了功夫。小微企业缺乏有效的抵押物,银行难以甄别还款来源的问题由来已久。但“快贷”积极借助大数据和“互联网+”等新技术新手段,以小微企业纳税信息为依据,弥补小微企业财务信息不充分、不准确的缺陷。针对按时足额、诚信纳税的小微企业群体,创新推出“快贷”子产品——“云税贷”,以此不断提升服务小微企业的能力和效率,为小微企业提供更为便捷、快速和有效的金融服务。

小微企业及企业主通过建行网上银行进行相关身份认证后,即可在线申请办理“云税贷”业务,后台系统将自动审批生成贷款额度,后续支用时,只需输入支用金额,贷款即可自动存入企业账号,全流程仅需几分钟时间。

据建行北京市分行相关负责人介绍,“云税贷”产品的推出有利于建行北京市分行进一步开展银税互动,倡导诚信纳税,以税换贷,为全市小微企业提供更加优质、便捷、高效的金融服务,让更多小微企业享受建行发展普惠金融的新成果。