

艺术市场的形势变化,呼唤业界在经营模式、从业理念上进行突破与创新。在2019艺势峰会高峰论坛环节中,多位艺术市场领域的重磅大咖从各自业态和角度客观分析并提出新市场条件下的新思考,为市场破冰提供了新的路径。

“新老对话”,指的是传统业态与新兴业态的对话,传统企业转型之后的自我对话;“因势而谋”指的是破除壁垒,引领行业走出困境。从近几年的市场形势来看,以往所提到的“触底反弹”和“回暖”等迹象迟迟未能出现。虽然偶有热点板块走出独立行情,但市场大盘的调整态势似乎已经成为市场的新常态。传统的模式、理念应该如何改变并跟上市场的步伐,这就是2019艺势峰会想要探讨的核心话题。



新老对话 因势而谋



北京拍卖行业协会会长、华辰拍卖董事长 甘学军：
传统拍卖业不细分则消亡

随着拍卖行业的迅猛发展,拍卖市场竞争日益激烈,由于受整体经济环境的影响,艺术市场本身也进入调整阶段。中国特色的艺术品拍卖模式实践了26年,在这样一个特定的历史时期形成的中国特色的艺术品拍卖模式,走到今天已经穷途末路。如何转型成了生死攸关的事情。

对拍卖行业而言,2019年是一个关键之年。艺术市场的马太效应凸显,优质的拍品资源和藏家资源在向规模大的、实力雄厚的拍卖企业聚集,而中小型拍卖企业的发展空间会进一步被挤压。对大多数传统拍卖而言,不细分就会消亡。



著名收藏家、书画鉴赏家 朱绍良：
拍卖市场的未来不能靠“专家”

未来的收藏不能靠专家,要有一个自己的定力,并去学习。很多新人入场之后伤痕累累又离场,但是拍卖行业,特别是艺术品收藏,任何一件东西一定是十个人九个意见。现在不同了,进场摔打两年都是专家,但是基本的美术常识都不知道,笔墨知识也不知道。我已经感觉到,这个市场未来的收藏不能再是靠专家,也不能听别人的,一定要有自己的定力,要去学习。

通过四年来的教书经验,市场上新人审美趋向和需求确实提高了,他们要买真品、买精品。



燕京书画社副总经理 赵青仲：
书画市场买与卖还处于失衡状态

当下拍卖遇到了很大的危机,画廊更严重。很多画廊今天开明天关,书画市场的买与卖还处于失衡状态。想真正进入当下市场,被市场接纳,就需要挤掉2011-2013年间的高价泡沫,达到一个平衡点。

作为传统画廊经营模式的燕京书画社,从1979年创办坚持到现在40年,关键在于是按照市场规律经营。踏踏实实按照传统画廊的做法走下去,只要做得精,就有市场空间。



著名收藏家、中国巨力集团副董事长 杨子：
拍品若“保真”海量需求将释放

收藏是基于家国情怀,一方面我希望人类的文明能够在自己的手上得以保护,另一方面还希望能够有艺术品作为财富传承给子子孙孙。拍卖是进入收藏最好的方式。

作为一个新藏家,时常会遇到多种困惑。比如买家拍得拍品后遭到了其他人的质疑,但投诉无门,这会让许多新藏家丧失信心。如果能够在拍卖市场中加入保险的概念,更加“保真”,中国拍卖市场将释放海量需求。



首师大客座教授、在艺App创始人 谢晓冬：
理性看待艺术电商的烧钱模式

社区电商是当下一种比较主流的模式,而艺术行业先天是一个内容产业,消费的不是一个普通商品,定价不是根据成本定价,它适宜艺术社区电商这种模式。

做好艺术品电商,要吸引优质的商家入驻,服务更好的散客消费,不停完善平台服务。虽然整体投资很大,但时间证明这个战略是对的。对互联网烧钱应该有一个比较客观的看法,看能不能烧出规模化用户,能不能烧出市场定位,烧出一个确定的盈利模式。无论做实体产业还是做互联网,烧钱就是一个前期投资,平台靠租金、广告、赞助,都是这种模式。



华谊艺术副总裁、松美术馆负责人 王端：
新老美术馆其实殊途同归

美术馆是一个向公众展开艺术之门的窗口,做好公众教育,是我们和传统博物馆、美术馆的共识。不论是线上还是线下开发,我们也脱离不开传统,一直遵循着传统美术馆的基本方式。在此基础上,借助新的手段以及介质让传播更有效,增加体验感、互动感,让我们的用户观展的感知度更佳,增强客人观展的黏性。传统或新生事物虽然走的路不太一样,但殊途同归,我们希望把最好的艺术形式以及最好的体验展示给公众。