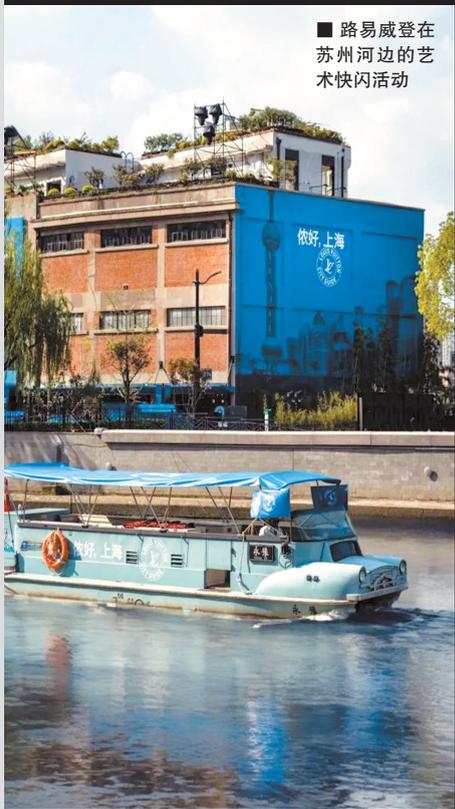


# 国家艺术杂志

■ 路易威登在苏州河边的艺术快闪活动



■ 吴南瑶

## 上海国际艺术品交易周数据的背后

1993年，当宝总们在外滩27号、黄浦路15号以及黄河路斗智斗勇，拓展事业版图的时候，上海的“老钱”同样难以遏制内心的激动，那一年，朵云轩在希尔顿酒店举办了大陆第一场艺术品拍卖会。

转瞬30年。2023年，第五届上海国际艺术品交易周举办了超百场艺术活动，包括100余场展览交易、30余场艺术拍卖，汇聚300余家中外艺术机构，货值超过100亿元。文化艺术的繁荣体现着城市的内在气质。数字背后，透露着一个重要的信息，对于上海这座国际大都市，艺术品不仅是生意，更是底气。

### 艺术青睐新势力

2023年11月9日，西岸艺术与设计博览会、ART021等艺术盛事同台竞技，全球的艺术收藏家、艺术家、行业人士、画廊纷至沓来，展厅内的型男潮女同样是一道风景线。

年轻化是交易周不容忽视的一个关键词。

ART021创立十一年来，培养了众多当代艺术的爱好者与青年收藏家。BANK画廊今年在ART021“上架”了最新代理的00后艺术家文爵的独特作品，获得了已有十余年收藏经历的青年藏家周瞳的青睐，后者表示：“我收藏最主要的标尺是作品要有超时代的纯粹美学表现。当然，收藏作品还要考虑其他综合因素，比如艺术史领域的参考、市场因素、和时代下情绪的链接等等。”

越来越多的年轻藏家开始涌入艺术品市场，已成为艺术行业最令人瞩目的趋势之一，行业的焦点从经典逐步向新生代渗透。此外，很多正在起步阶段的年轻艺术家在努力寻求突破与支持。“让青年艺术家‘被看见’，让观众能用不那么昂贵的价格买到一件入门级的艺术品，是青艺博创立的初衷。”上海青年艺术博览会总监王芳和伙伴们已坚持了8年。如今，在青年艺术家作品销售方面，上海青艺博每年的销售额大约在600万至800万元之间，其中80%的客单价集中在3万元左右。他们欣喜地看到，2023年全国投稿报名的数量突破了6700余名，这个数字比往年的平均数有了翻倍的增长。尽管今年开了两场展览，但实际评选出的参展艺术家以及最终呈现的艺术家数量仅为200名左右。由此可见，一方面，中国的年轻艺术家群体渴望与市场接触；另一方面，他们获得的市场机会依然稀缺。

为了抓住年轻人，交易周期间，市文旅局与小红书联合打造艺术地图，在小红书平台产生相关笔记超10000条。而不断内容升级的小红书不但在艺术的类目上逐步丰富完善，通过流量扶持、内容共创、行业链接等几个维度持续给艺术创作者支持，联合西岸博览会开展青年艺术家特展项目，将小红书上优秀艺术创作者和作品持续输送到行业。

同样看好年轻势力的又何必止艺术圈内的新生力量。新年伊始，百年老字号朵云轩的南京东路门店破天荒挤满了热腾腾的年轻人的面孔，他们都是古风游戏《江南百景图》的年轻人。游戏中四个主角是吴门四家：沈周、文征明、唐伯虎、仇英。朵云轩此次与游戏公司开展IP合作，为了配合快闪活动，拿出了吴门四家的四把成扇真迹，供游戏参与者们近距离观赏，也是寄寓传统文化内容能借力于创新载体，吸引更多年轻群体的目光。对于团队年轻人在传统文化与现代创意的交融，传统技艺与现代审美结合方面的努力，上海朵云轩集团有限公司总经理朱旗尤为乐见其成，他慨然表示，老品牌不能老态龙钟，就是要年轻化、国际化、生活化。老字号要舍得放下身段，更要擅于嫁接新的技术和观念。2020年是朵云轩120周岁生日，尽管当年年初突如其来的疫情给拍品征集带来前所未有的困难，但120周年庆典拍卖会在线上线下同步实时竞价。网络拍卖的开启，是传统拍卖行业在数字化时代的业态转型，更是一次重要的布局。

### 艺术在城市肌理中延伸

在这座城市，艺术与日常生活、精英艺术与大众文化之间的界限正日益模糊。大力发展文物艺术品产业，既能更好满足人民对美好生活的新需求和新期待，更有利于助推上海建设国际消费中心城市。这样一件既要、又要的大好事，正在上海如繁花般花开处处。

苏州河，上海最古老的水道，承载着历史，更见证着新生。艺术周期间，路易威登在苏州河边新落成的Fotografiska影像艺术中心的外墙上打出了醒目的“依好上海”的标识广告，包括码头游轮、快闪空间、书店、夜市，这个来自法国的知名品牌用各种公共文化活动“承包”了苏州河一个月，希望以此展现其对于上海百多年来海纳百川、东西融合的双向文化交流的致敬与推崇。

路威酩轩集团大中华区总裁吴越近年来以“城市观察者”的身份不断分享着自己对于上海城市更新的解读。中国近现代第一所美术专科学校、第一所音乐学院、第一家电影院都在上海，上海这座现代城市天

然有着艺术的基因，也有着欣赏艺术的土壤……出生在上海，吴越难掩对这座城市的深厚感情，在他看来，随着政策的导向和城市升级发展的新诉求，艺术正在提升上海城市品质、促进社会融合、塑造城市魅力方面显现出巨大的作用。“商业品牌在美术馆等艺术空间举办商业活动，也是一种非常自然的共享和结合。当我们在学习很多国际品牌的经验的时候，要注意艺术与商业的关系并不是简单地贴标签，而是情感价值的创造和链接。”

黄浦江边有油罐艺术公园、西岸美术馆、龙美术馆（西岸馆）、复星艺术中心、久事国际艺术空间等一连串艺术场馆，作为后起之秀的苏州河毫不示弱，以老牌艺术园区M50为起点，往东走到苏河湾，UCCA Edge静安尤伦斯美术馆、Fotografiska影像艺术中心、苏河皓司、没顶画廊等艺术空间组成了一处当代艺术群落。上海着力打造的“一江一河”公共空间已显现出规模效应。越来越多复合了自然、社群、商业与艺术的上海街区，为公共艺术的生发和艺术家的创作提供了足够的想象空间。“艺术西岸”“艺术外滩”“艺术苏河”“艺术自贸”打造着“全球艺场”的“上海地标”。

艺术让人们相遇，艺术和文化则塑造社群。年度大展早已不再是青艺博每年唯一的工作重心，那些没有画廊代理的年轻艺术家的作品被重组到各种社会空间中，形成具有更大曝光量的特色展、小型展和商业展等。王芳正在和伙伴们一起推进一个名为“一间美术馆”的社区艺术提升项目，计划将青艺博近年入选的作品全部都植入到100个社区空间里。艺术品不再是独立于社会的，将艺术家、观众和品牌联系在一起。

### 艺术需要被呵护

2021年，迄今为止全球体量最大的艺术品保税仓库启动运行，总建筑面积达6.8万平方米，承重量达9吨的专业货梯，几乎可以容纳任何体积和重量的艺术品。2022年，上海文物艺术品市场交易规模达128.53亿元，比2019年的89亿元增长44%；文物艺术品进出口总额102.76亿元，比2019年的63.93亿元增长61%。“2013年刚刚起步的时候，文物艺术品进出口的货值只有35亿元，从2013年到今年上半年已经累计超过了800亿元。很多国际知名的艺术机构如佳士得、苏富比等都已经成了我们的合作伙伴和供应商。发展是非常迅速的，挑战也是非常巨大的。”上海自贸文投总经理谭翼表示。

硬件提升的同时，更多“无形的手”也助推着文化艺术产业发展加速跑。艺术品“先进区后报关”、美术品进境备案环节批文取消、保税展示审批缩短为5日，国家文物局进出境审核上海管理处上海自贸区服务点的设立、艺术品进出境无纸化申报等一系列自贸区文化板块发展的重大举措突破，以及国家层面社会文物改革试点的实践创新与文物艺术品浦东立法的制度创新叠加联动效应，更是加速推进国际艺术品市场向上海集聚。上海已锚定了“国际重要艺术品交易中心”建设目标，上海究竟还需要补些啥，做些啥。

身为全国政协委员的朱旗，曾经在两会上提交了减免回流文物艺术品进口（境）税收、重视艺术品产业人才培养的相关提案。相较于国际艺术品市场，上海市场规模有待拓展、鉴定评估体系、法律法规尚有待完善等问题，在朱旗看来，目标的达成首先离不开人才的支撑：“海外有苏富比艺术学院，上海有理由也应该有这样一所具有行业标杆意义的艺术学院：课程设置既要拥有国际视野，同时需要深入研究中国传统艺术品市场运行规律，重新梳理中国传统文化对世界文明进步的影响和贡献，更加‘艺术’地讲好中国故事。让中国传统艺术品更好地融入国际艺术品大市场。”

文化艺术是一座城市的灵魂。值得所有热爱上海的人们欣慰的是，艺术赋予这座城市的远不止这些不断增长的数字。吴越与ART021创始人之一应青兰有共识——艺术品绝不同于消费主义。应青兰表示，ART021素来重视社会大美育，让更多人了解与欣赏艺术，是交易之外更重要的事情。吴越则充满热情地呼吁要借全世界之力，借年轻人之力来向世界展现艺术上海，“因为艺术也好，时尚也好，未来是由年轻人来决定的，所以我们要牢牢地抓住年轻人的情感落脚点”。总之，艺术不仅是作品，也是事件、展演、计划、节日，是城市文化精神的催生剂，而上海之所以是上海，也因为艺术之花在这座城市日日盛开。



■ 2023 ART021 王凯 摄