

YAO QIAN

艺术交易“新纪元”



姚 谦

音乐制作人

Music Producer

游走于两岸音乐界

似乎人们已经开始在适应 2020 年起的这个新的时代。

时代的改变原先来自于一个还无法掌握的病毒，虽然现在科学家已经越来越了解，发现它不及想象中的凶狠，但是它却出色地引发出部分人隐藏的黑暗面，借疫情的理由纷纷展现。在短短的时间里，世界演着如肥皂剧般的剧情变化；无论从人与人之间、地区与地区之间、国家与国家之间，各种计较、各种界线；人性里因为不了解而产生的恐惧与不安，已经彻底策动并完成了这一场世界变化。也许最后新冠病毒改变了人们，不只是身体，而是心理上对待人、事、物的态度。从商业、政治起，处处充满了猜测与怀疑，终于冬天已过去，疫情即将缓和之际，只见各个行业着急启动挽回颓势。

我从较熟悉的艺术市场看到，这些年多数画廊纷纷放下了作展的努力，转往奔波于各博览会招商揽客；于是习惯画廊的收藏者，顺应变化把审美角度从与艺术作品深谈，也转场到如网红名媛各种拍照蹭流量的节奏。如今一场疫情把大部分交流与交易转向网络，世界各大博览会、画廊与拍卖行也重新演练跟进，到线上去寻找生存之路；趁机发展起来的直播技术导致了流量优先的判断标准，如同直播带货的消费行为。于是我们看到艺术审美的角度也跟着改变，形成了不用见到原作只要看网上流量就可以交易的艺术新气候。事实上，这样的模式在前两年就已经酝酿中，当潮牌风的艺术家在社交平台展览作品的同时，加秀出与各国明星、网红互惠式合作，操作流量后，适时再爆拍卖高成交新闻，再把符号卷标式的美术延伸品，让粉丝与水军去转发传播，操作基本完成。这样的商业艺术模式，造就人们只需认标签不需要看原作，只需要看懂

流量不需要去思考作品。新的收藏模式这几年慢慢随网络的成熟而快速改变，去年一场疫情成了最后一根稻草，完成了艺术交易新纪元。

这样的运作已经开始解构着拍卖行固有的思维和运行模式，先不论好与不好，对我来说，过往选择信任的拍卖行所给我的图录与数据，延伸出我从网络上和实体书上搜索数据，常常是我因为艺术而发展成的阅读。如今却有了阅读上的改变，此时因为频繁多元的网拍，好奇心让我开始注意到世界上许多不熟悉的美术作品，和许多因为地缘限制不认识的艺术们，这是我去年以来

阅读上和收藏上很大的探索转变；纵然看不到展览与原作，透过网络之便，都会要求拍卖公司专家们拍摄作品各局部短的视频与照片，以及状况报告等相关的资料，供我交叉对照。这样随网拍而起的新阅读方法，除了完成我对作品了解的要求外，也让我从去年起，在收藏上多出了开阔的阅读和自我审美

检验的新领悟。

只是这样的要求不是大部分人的需要，因为当代艺术作品越来越倾向适合于拍照修图上传社交网站，这是个网上欣赏图档更甚看原作的艺术时代，网络改变了阅读艺术品的方式，改变了艺术品交易方式，也改变了艺术家和阅读者的审美，今年已经成形。不仅如此，数字兴起改变的是一场心理革命，随疫情造成的人们不安怀疑和漠视身旁，更倾向透过网络工具，安全且轻易地与远处交流求得慰藉。这样的行为变化已经成了日常行为，更进一步把人们推向网络上非实体交易和交流的文化生活状态了，过往与周边的人面对面的需求消失，消失的附近成了新时代最明显的特色，人际关系和区域关系也已走进另一个待检验的新世界。[E]

**造就人们只
需认标签不需要
看原作，只需要
看懂流量不需要
去思考作品。**