



艺博会开战 京沪市场争夺白热化

近日,ART021上海廿一当代艺术博览会、西岸艺术与设计博览会、Hi21新锐市集等陆续在上海开幕。有业内人士表示,上海聚集了多家本土和国际化的顶级艺术博览会,体现出极大的社会影响力和凝聚力,超过北京市场的广泛热议正在或已经成为现实。



配的服务”。

北京市场谋突围

如今,除了北京和上海两地外,艺博会也早已不再是一线城市专属,越来越多的二三线城市也加紧了艺博会的布局,一时间,艺术广东、艺术南昌、艺术厦门、艺术深圳等艺博会都成井喷之势陆续登场,并取得了不俗的市场表现。但对于艺术机构来说,需要在众多艺博会中挑选品质高、符合自身定位的艺博会参与,这就势必会对北京市场带来资源的分流。

面对多家同质化艺术品超级卖场竞争和冲击,各大艺博会纷纷调整策略,以便更好地满足市场和藏家的需求。重压之下,今年的艺术北京也出现了一些新的变化。就艺术北京而言,今年无论是从作品的成交额统计还是新增设的Hi21青年艺术市集中都难看出艺术北京未来在大众消费品方面的布局,这个已经举办了13届的老牌艺博会显然已经将目光转向了艺博会艺术教育的功能,而作为ART021的延伸,艺览北京JINGART也首度来到京城,虽然北京并非是ART021团队的主战场,但他们似乎期待借此将国际化带入北京市场。

此外,同样在今年落地北京的艺博会“北京当代·艺术展”致力于中国当代艺术价值的推广,旨在打造一个与当下艺术生态及社会各层级密切相关的艺术交易、展示、交流的顶层平台,而另一场在今年打入北京市场的北京城市艺术博览会则将目光瞄准酒店,在五星级酒店内举办的模式将日常生活体验与艺术品相融合,让消费者在生活化的场景里感受艺术。

在林松看来,各大城市之间的艺博会竞争或许不是坏事,北京有着政治文化中心以及艺术家、画廊聚集的先天优势,相信任何一家艺博会都不会忽视北京市场的地位。但北京市场缺乏的是更多跨界人才的介入和国际大牌艺术机构的参与。

“今年以来,已经能够看到北京艺博会市场的重新布局,从艺术北京大众消费路线的调整到初到北京的JINGART、当代艺术博览展的参与,甚至包括拍卖行与艺博会强强联合的嘉德典亚都呈现出各自的特色,将来也许会有新模式出现,我认为这是新格局的开始,也是各大艺博会都会面临着强劲升级和挑战的开始。”林松补充道。

北京本报记者 徐磊 宗泳杉

多场艺博会同期登陆

近期的上海可谓热闹非凡,同期举行的ART021和西岸艺博会刚好遇上首届进博会,不少从进博会出来的嘉宾都纷纷赶赴艺术品的“超级卖场”。良好的销售量和细致周到的服务一直都是ART021的招牌,在整体市场难掩疲态的形势之下,今年ART021上的藏家热情依然不减。据相关报道显示,全球知名的高古轩画廊在ART021首日就已经有70%的作品售出,价格区间在几万美元至30多万美元之间。

不难看出,已经六周岁的ART021如今更具国际化视野,来自全球18个国家及地区、30个城市,共计103家顶级画廊聚集在上海会展中心1.2万平方米的展示空间内,虽然来自中国本土的参展商比例仍在五成以上,但参展商也不再拘泥于传统的亚洲画廊和欧美画廊,还延伸到第三世界国家,体现出更为丰富的多样性。

而另一边,有着“小巴塞尔艺博会”之称的西岸艺博会也不甘示弱,作为艺博会最重要的筹码,进行到第五届的西岸艺博会汇集了亚洲、欧洲以及北美洲的110家画廊,高古轩、白立方、佩斯等全球顶级的画廊都悉数到场。同时,为了完整的呈现艺术家理念,不少参展商

都选择将全部的空间仅呈现单个艺术家的作品。

此次ART021的参展商ArtDepot艺术仓库创始人赵倩颖告诉北京商报记者:“两家艺博会都各具优势和特色,已经进行到第六届的ART021以其超高的人气和极具优势的地理位置吸引了大批年轻一代的藏家在此聚集,能够感受到现场的买气十足。而西岸艺博会此次的亮点在于开设了一个新馆,无论是室内花园的设计还是展区的布局和层高都更接近国际标准,使观者有良好的空间体验感”。

上海市场优势凸显

其实,早在几年前,随着ART021、西岸艺博会的快速发展,以及龙美术馆、余德耀美术馆等私人美术馆落户上海,上海无疑早已成为国内当代艺术板块成长最快的城市。再加之上海保税区的优惠和更为开放的文化氛围,使得更多国际画廊青睐上海的艺博会,而北京艺博会市场则以本土艺术机构和经典书画、古董为主。

赵倩颖表示,从我们参展的经历来看,上海的整体消费倾向和艺术认知更偏西方一些,而中国传统艺术品和央美体系的作品在北京市场的认知度会更高。有一年我们曾在艺术北京上出售央

美一位老师的版画作品,几天的展期就获得了近50万元的销售额,但同样的作品带到上海区参加艺博会却是零销量,由此可见京沪两地的藏家审美存在着极大的差异性。

对于参加了多届北京地区艺博会和上海地区艺博会的赵倩颖来说,对京沪两地艺博会市场的差异有着最为直接的感触。在她看来:“上海的艺博会在服务和运营上周到很多,甚至细致到会为布展到很晚的展商们提供像小笼包之类的茶点,其实也是通过这种模式来推广上海文化。但这些细节却是北京市场的弱项,甚至一些艺博会未能达成前期承诺的服务,后续延伸运营也不到位,对于艺术机构来说,参加艺博会需要考虑到交易和新客户,不能每次都以人情来参与”。

可以看到的是,目前京沪两地艺博会市场已经显现出了明显的“南北差异”,上海具有更为浓厚的当代艺术元素,而北京侧重于经典艺术和古董杂项。北京画廊协会监事林松表示:“上海几家艺博会在整体运营和服务上都比北京略胜一筹,这与沪上几家艺博会创始人公关公司股东的背景和奢侈品行业的从业经历有关。这就便于把更多其他行业的优质资源带入艺博会,这不仅使艺博会突破了原有的艺术小圈子,也使得艺博会有了与高端参展机构相匹