

藝術收藏入門概念

新時代畫廊

相信選擇收藏年輕藝術家，很多人都有相同的感受，就是既期待又怕受傷害，期待的是從歷史經驗中發現從歐洲的塞尚、莫內、梵高、馬諦斯、畢加索、米羅…到美洲的帕洛克、蒙德里安、羅斯柯、安迪沃夫、巴斯比亞……再到亞洲的村上隆、奈良美智、張曉剛、蔡國強、曾梵志等等，如果早知道在他們青壯年時期就買入他們的作品，到現在最少都從萬倍起跳，而怕受傷害的是，不知如何才能選對藝術家？當然要選擇一個當初還沒有什麼資歷，媒體知名度也不高，市場也都還未能普遍認同的藝術家，要讓一般藏家做出選擇，確實有一定的疑慮存在，如要消除這種困惑，最好的方法就是擁有預判的能力，而能力的強弱又取決於基本知識，其基本知識的高低將攸關你選擇的準確率，以下是在討論如何選擇藝術家前必須先釐清的幾個概念問題：

- 第一、要成為一個世界藝術主流重鎮，必須具備各國畫廊進駐或有意進駐設點，因為他們不只能帶來有利的經驗，讓此區域快速進步外，更能將此區域的藝術家推展到世界各地，使此區域的藝術家容受量增加，並使市場更大，更國際化，當然國力強盛與資本實力，是不可或缺的基本條件，如果沒有國力，收藏家就會缺乏信賴感，如果沒有經濟實力，收藏家會缺乏期待感，現今歐洲各國整體經濟力處於衰退期，美國已邁入成熟期，而亞洲正處於成長期階段，尤其以中國為代表，每年保持經濟成長率百分之九以上，又具備世界各國競相投入設點的條件，依現況分析中國的藝術家最具潛力，而為什麼資本實力如此重要，因為沒有資本實力做為推動力，就會像第三世界的國家，他們也有很多藝術家，可是他們只有藝術價值，卻沒什麼藝術價格，沒有價格就會缺乏誘因動力。註：(日本、韓國、印尼、新加坡等都沒有什麼國際畫廊進駐)
- 第二、選對藝術家的普通作品，比選到錯的藝術家的好作品更重要，就如你選到畢加索、張曉剛等的普通作品，其價值、價格都還是很可觀，但如果你選錯了藝術家，就算你選到了他的精品，其價值還是很有限，甚至於很難換手，所以選藝術家比選作品重要，看看拍賣市場為什麼很多不錯的作品都流標了，而一些名家的普通作品也還能成交。
- 第三、一些市場上的明星價位已高，買不下手不用過於擔心，因為這班車座不上，下一班車提早入座就好，藝術史告訴我們，每個世代都會出現一批新明星，畢竟藝術不會只寫到現在，未來就沒有了，就如第一代的

明星，有徐悲鴻、林風眠、常玉、劉海粟、吳大羽等。第二代有吳冠中、趙無極、朱德群等。第三代有王懷慶、李山、陳逸飛等。第四代有張曉剛、方力均、曾梵志等。現今還有第五代李暉、管勇、李松松等等。

第四、每個時代藝術家的成長過程，都會經歷期待期、萌芽期、成長期、成熟期、轉型期的循環過程，就如張曉剛、曾梵志目前皆屬轉型期階段，其轉型是否成功，關係到藏家繼續支持的力道，而岳敏君的轉型過於多樣，藏家可能搞不清楚他的核心思想是什麼？目前看起來藏家對於他的多樣風格並不買單，又如許多新藝術家現正處於期待期，等待被發覺，有些則是已被發掘推出市場，等待有人認同的萌芽階段，而成長期則是已被市場認同，而且越來越多人認同，連媒體、策展人、畫廊等，都開始非常關注，此時期形成高速成長現象，最後甚至連美術館都一同加入邀約展覽，此時期為藝術家的黃金時期。

第五、流行性的藝術家，與可長可久的藝術家，最大的差別是跟隨流行，雖然較容易被普羅大眾接受，但流行過後可能就煙銷雲散了，就像前幾年的攝影大家一窩蜂都去攝影，又像之前的卡漫跟隨日本的卡漫風潮，現在又變成了票房毒藥了，切忌與眾人反向而行需要勇氣，而事實上這個世界，從來不曾有哪個人是只靠“從眾”而成功的。

第六、不要過於主觀認定作品的好與壞、美與醜、或對與不對、學不學術，從經驗法則裡告訴我們，包括許多評論家策展人與畫廊經理人，說得口沫橫飛，似乎學不學術、作品好不好，是他可以決定的，在歷史的經驗裡，證據顯示大部分的評論家是錯的比較多呢！舉凡歷史上的那些藝術大師，在初期有獨創性的作品，出現時都被批評的一文不值不是嗎？像梵高、高更、莫內、畢加索等等太多實例了。我們現在談學術也只是一個很抽象的概念而已，學術是什麼？你又如何去定義一個藝術家有沒有學術，如果有辦法將學不學術定義出來的話，那作為一個藝術家就太容易了，大家都朝定義好的方法去做就好了，這不就大家都有學術了，又如果有辦法將藝術是什麼？給定義出來的話，那藝術也就玩完了，因為大家都依據一定的模式去創作，那還有什麼價值可言嗎？何況現今全世界還沒有一位美學家或哲學家，有能力將藝術定義後不受到反駁的。

第七、藝術品的價值與藝術品的價格是兩種不同的概念，大家很習慣用價格高低來判斷一位藝術家作品的價值，這種判斷不是很準確的，例如2010年春拍中有一件陳逸飛的作品，成交價好幾千萬，價格是比林風眠、

吳冠中、張曉剛等還高，但這並不代表他的作品價值比他們還高，不過就購買者來講可能是的，或者說蘋果的價格比西紅柿高，或比其他水果高，但是不代表蘋果的內在價值或營養價值就比較高，故水果在市場的價格變動，是以現實供需為主要因素，所以藝術品的價值是屬於美學的範疇，而美學的價值是很難將它量化的，就如道德有價值、倫理有價值、美有價值，但你很難估計它的價格，而藝術品的價格是較屬於經濟學的領域，一般價格的高低取決於供需的關係，所以才會有所謂的物以稀為貴的緣由。

第八、 了解拍賣行與畫廊各自扮演的角色，首先我們須先將畫廊與拍賣公司的定位做出區隔，拍賣行與畫廊在整個藝術市場的整體架構當中各自有不同的定位，所以對於市場的功能性也不相同。簡單的區分就是拍賣公司的經營重心是著重在當下的市場現況，也就是市場導向；重點在於目前市場需要什麼作品，他們就盡可能的開發什麼作品來拍賣，否則結果可能就是流拍；至於未來會如何並不是他們的重點，所以當季的市場調查是他們比較關心的課題。而畫廊與拍賣行是有很大的不同點，畫廊有第一市場與第二市場之分；第二市場畫廊其營運重點與拍賣公司近似。第一市場畫廊又分為邀約展覽與經紀代理畫廊兩種；個案邀約展覽一般是以一次性展售完後就結束合作關係，對畫廊的壓力較輕；而經紀代理畫廊因有其遠期合約，必須與畫家繼續合作關係，所以除了畫廊的利益問題外，還需對藝術家與藏家雙方負起成敗責任，所以此類畫廊必須要具備深厚的經驗與很強的專業素養，更需要對藝術市場的未來趨勢與脈動動見觀瞻，才不至於賠了藝術家又折損了藏家。

第九、 以藝術投資的角度來講，每位藝術家的作品最少應買 2 件以上，因為待以後行情走高時，如果你只有一件作品，到時賣與不賣會照成你的困擾，賣了怕繼續漲，不賣又怕回跌。

第十、 藝術家的創作首重在形式風格，而非內容主題，舉凡世界上的所有大師級人物其作品都有明確的個人風格語言，而幾乎沒有任何一位是因為內容主題而被定位的，而且其形式風格也不能與其他人重複或相類似，才是你選擇藝術家的首要條件。