

一、 計畫摘要及關鍵詞

計畫摘要

西方藝術市場運作模式與機制，在東亞落地發展至今將近滿六十年。自1960年起首先在台灣萌芽成長，1980年代後期起，隨著中國政治開放以及香港有利的財稅制度，逐漸擴散並帶動香港與中國的藝術市場興起，今天，上海、北京、香港與臺灣成為國際藝術市場關注的焦點。千禧年後，國際拍賣市場屢創新高的消息，大型地景藝術引進好萊塢式的明星藝術家，國際拍賣行屢屢傳出的奇聞，各個國際型藝術博覽會強力造勢如Art Basel的名牌效應，到流行影視明星也晉升藝術藏家階級，時尚雜誌開始積極介紹每月與每季的藝術展覽訊息報導，我們可以發現：藝術儼然成為 21 世紀媒體與時尚潮流的寵兒，這種適應消費社會型態的需求所產生的藝術市場機制與模式，帶動藝術的熱潮，似乎巧妙地把藝術的角色地位，從藝術市場的主體，轉換成創造現代社會階級的必備精品——獨一、無可比擬、充滿文化與知識的表徵。面對如此複雜因素的藝術市場，本研究計畫以媒介與中介為主要探究主軸，探討的是藝術美學(學術厚度)如何以精品行銷策略方式，以展覽/展示作為發展藝術市場的中介機制。研究取樣以上海與臺北兩地的藝博會與畫廊為主要對象，以文獻研究與多重個案分析方式，加上實地田野調查方式，來比對文獻研究資料。本研究初步結果為：東亞華人新興的藝術市場，出現兩種現象：上海是以高端精品行銷的概念進行，而藝術美學是展覽的包裝策略，商業運作與政治支持才是主掌藝術市場的重要機制，而臺北因為政府與學界的參與，學術與美學尚未淪陷為商業操作策略。

關鍵詞：藝術市場、中介機制、媒介儀式、精品策略

二、 計畫內容說明

(一)、研究背景——亞洲華人藝術市場的狂熱

2015年11月，亞美迪歐·莫迪里安尼(Amedeo Modigliani)的畫作《斜躺的裸女》在佳士得拍賣公司以1.7億美元(約合人民幣10.73億元)的天價成交，買家是上海商人劉益謙，這個拍賣新聞可被視為開啟廣大華人公眾對藝術市場的熱切關注。緊接著2017年，臺灣聯電董事長曹興誠在香港蘇富比與佳士得兩家國際知名拍賣行，連續兩件瓷器「北宋汝窯天青釉洗」與「明嘉靖五彩魚藻紋蓋罐」分別以億為單位的價格，高價拍賣出¹，在經濟不景氣的環境下，藝術市場的奇蹟與高價利潤，持續加熱亞洲華人對藝術市場的狂熱。我們可以探究：由拍賣價格飆漲所驅動金融、媒體與公眾對藝術關注與宣傳，這個現象說明了什麼？

1. 全球文化貿易的中國實力

在過去十多年間，我們不難發現，原本屬於少數人愛好以及學院獨特發展的藝術，忽然變得流行起來。聯合國2016年公布，依據教科文組織(UNESCO)從2004到2013年對全球的文化商品貿易，進行統計與分析，研究結果發現，2013年文化貿易全球總額是2128億美金，是2004年的2倍，由此可以確定的是：文化產業在21世紀是重要的貿易。不僅如此，全球文貿易的版圖已經開始轉移，向來文化商品貿易佔有絕對強勢的北美與歐洲地區，從2004年起已經逐步下降，在2012年時，竟然與東亞及南亞國家的文化商品貿易值相當接近，主要原因是中國在文化商品貿易的強勢影響力²。讓專家注意的是：儘管2012年中國的經濟發展趨緩，但是在文化貿易上，並沒有因此減少。令人關注的是中國在2013年時成為文化貿易出口的主導國家，而且土耳其與印度等新興國家也進入文化貿易出口前10名的國家³。

這個現象也反映在過去十多年來大型新興私人美術館在中國迅速增長，跨國畫廊以及國際藝術博覽會逐步在香港、上海與北京等地熱烈舉行，而中國購買國際高端價格的藝術品，每年都會出現在新聞媒體重要版面，全球化藝術市場操作機制，已然在東亞華人區佔有一席之地。

2. 兩岸藝術市場的更迭

過去中文的文獻研究，對於台灣與大陸藝術市場機制，特別是視覺藝術交易市場的研究，數量有限，對兩岸的藝術市場生態進行完整調查，首推學者胡懿勳在2011年出版的《兩岸視野——大陸當代藝術市場態勢》。這本著作是以藝術史發展為背景，從上個世紀70年代起，藝術商品化開始的時期，進行到2010年為止的調查，著作詳細說明西方藝術史與市場運作機制如何影響台灣的藝術市場發展，同時這套華語區運作機制又如何流傳到對岸，影響到大陸的藝術市

¹ 請見：詔藝，2018。〈2017年度藝術界風雲人物——曹興誠〉，2018年01月5日，《非池中藝術》。取自：<https://artemperor.tw/focus/1900>

² 詳見原文：The Globalisation of Cultural Trade: A Shift in Cultural Consumption—International flows of cultural goods and services 2004-2013, pp. 16-17. Retrieved from: <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/international-flows-cultural-goods-report-en.pdf>

³ 詳見原文：Cultural goods remain economic driver in digital age – UNESCO report. (March, 2016). UN News. Retrieved from: <https://news.un.org/en/story/2016/03/523992-cultural-goods-remain-economic-driver-digital-age-unesco-report>

場。然而，本計畫研究者發現：這套機制在 2013 年，也就是香港巴塞爾(Art Basel HK)第一屆國際藝術博覽會開始，出現明顯的不同機制與衝撞。

台灣因為政治比較開放，經濟起飛比中國早，人民教育水準高，接受西方文化程度遠高於中國，因此這套以歐洲為主要模式的藝術市場機制——一級市場與二級市場運作，成功地在台灣本地落地生根。藝術市場興盛於台灣上個世紀 80 至 90 年代，90 年代後畫廊組成的畫廊協會也在開始試圖把台灣的視覺藝術市場轉型成為國際化平台，因此自 1995 年起，每年秋天舉辦台北藝術博覽會(Art Taipei，簡稱台北藝博)是亞洲第一個辦理的國際藝博會。當時台灣市場的藝術購買力，相當興旺，台北藝博吸引東亞華人藏家與買家來到台北，這股熱潮引動當時尋求突破、轉戰東亞市場的 2 家著名國際拍賣行蘇富比與佳士得進駐台北，然而因高稅制與政策關係，兩家拍賣行又相繼於 2000 年與 2001 年離開台灣，轉駐低稅制的香港。他們的離去，並不表示台灣本地的藝術交易能有獨佔性的利益，相反地，凸顯稅制問題帶來更嚴峻的難題——台灣視覺藝術市場被國際市場邊陲化⁴，同時面臨市場衰退的危機。相比較香港的稅制，價格差距過大，(舊制台灣是 6,75%，香港是 0.5%，大陸是 3%)⁵，因此兩家國際級拍賣行相繼出走，轉駐香港，把國際拍賣機制帶入香港，扶植當地的藝術市場，台灣則走入衰退期。

台灣藝術品拍賣稅率新舊制比較			
	2015.12.31 前	2016.01.01 後	扣繳方式
臺灣	0.75%~6.75%	0.3%~2.7%	自行申報
香港	0.5%	0.5%	拍賣公司代繳
中國	3%	3%	拍賣公司代繳

資料來源：非池中藝術網 <https://artemperor.tw/focus/1218>

3. 中國走向藝術市場的歷程

中國的藝術界與藝術市場發展的歷程，跟台灣很不相同。中國當代藝術與藝術市場發展，始自於 80 年代後期，改革開放後，外國的畫商、收藏家，先行收購藝術品，接著透過展覽與西方藝術評論人，直接引介到西方藝術產業，開啟中國藝術家國際藝術市場知名度⁶。儘管在 1992 年廣州第一個推動中國藝術市場的雙年展《廣州首屆 90 年代藝術推動雙年展》，為中國藝術市場開啟新的機制——非官方機制、引入企業贊助，採用策展人機制，雖然它標誌由中國本土推動的一個畫時代的里程碑，但是影響力的深度與廣度，不及外來機制，而這個

⁴ 詳見：林紘甄(2013/06/03)。台藝術品市場式微專家憂課稅拖累。旺報。取自：

<https://www.chinatimes.com/newspapers/20130603000870-260306?chdtv>

⁵ 詳見：王士源(2016/01/06)。藝術產業界奔走十餘年 2016 年拍賣稅率調降。非池中藝術網。取自：<https://artemperor.tw/focus/1218>。

⁶ 詳見：武文龍(2016)。獨家訪談：國際畫廊北京成長記。《藝術市場》2016 年第 4 期中旬刊，頁 P22—35。取自：<http://www.yssc2002.com/zt/ztshow1.aspx?cod=145>