



引用格式:赵平垣,张秀娟.市场细分理论视角下红色经典油画的创作与收藏[J].郑州轻工业学院学报(社会科学版),2019,20(3):93-99.

中图分类号:J22 文献标识码:A

DOI:10.3969/j.issn.1009-3729.2019.03.013

文章编号:1009-3729(2019)03-0093-07

市场细分理论视角下 红色经典油画的创作与收藏

Creation and collection of red classic oil painting from the perspective of market segmentation

赵平垣, 张秀娟

ZHAO Pingyuan, ZHANG Xiujuan

集美大学 美术学院, 福建 厦门 361021

摘要:红色经典油画是中国特殊历史时期的艺术作品,具有审美价值和历史资料价值,是国家意志的体现和强化,具有恒久的生命力和无形的象征意义。目前我国的艺术品市场对其关注度不够及其市场导向不够精细,导致市场认可和收藏的潮涨潮落。市场细分有助于确立红色经典油画在艺术品市场中的坐标,有助于建立红色经典油画的收藏朋友圈,有助于建立较为完整的红色油画经典市场信息体系,从而促进红色文化产业发展,更好地发挥红色经典油画在全球范围内的媒介传播力。

关键词:

红色经典油画;
市场细分;
红色文化;
国家形象

[收稿日期]2019-04-19

[作者简介]赵平垣(1970—),男,甘肃省泾川县人,集美大学副教授,博士,主要研究方向:设计批评与设计理论;张秀娟(1977—),女,安徽省蚌埠市人,集美大学副教授,博士,主要研究方向:艺术史与艺术管理。

红色是一种鲜艳的颜色,从物理属性上来说,它是光的三原色和心理原色之一,常常与情绪、直觉、感情、生命力紧密相连。在我国,红色更是被赋予特殊意义,成为百年来中国革命与发展洪流的精神底色。近年来,在建党、建军、建国等重大纪念活动的推动下,红色文化、红色记忆、红色经典等词频频见诸于各种媒体,全国红色产业的创收已过万亿规模,已成为真正意义上的产业。^[1]在此背景下,关注红色文化的内涵发展与未来拓展意义重大。目前学界主要从政治、经济、文化等视角研究红色文化的价值并取得一定的成绩,然而存在的问题也是显而易见的。总体来说,当前理论界和学术界对红色文化价值的深层次内涵、运行机理、客观规律、时代转化等重要问题尚未给予足够的重视,整体上还存在着较大的学术空白地带。此外,由于研究视角单一,红色文化的价值内涵显得不够深刻,理论挖掘更是乏力,学术共识和学术争鸣的现象也尚未形成。^[2]文化传播离不开具体的媒介,将研究视角拓展至市场领域,我们不难发现:红色经典油画可运用独特的艺术语言和视觉传播方式参与红色文化体系的建构。2009年北京保利推出“红色经典及当代艺术”专场拍卖,总成交额达到3237.36万元;2015年嘉德拍卖中,李可染的《万山红遍》以1.84亿元被新疆广汇集团买走,成为当年内地秋拍首件突破亿元大关的拍品。以上诸种现象引发了海内外藏家对于红色文化的关注,文化影响力日益扩大。鉴于此,本文拟从市场细分视角,对红色经典油画进行深入挖掘,以拓展红色文化的深层内蕴和发展空间。

一、红色经典油画市场的形成有助于中国红色文化传播

红色经典油画是艺术家们利用现实主义手法创作,反映中国革命历史和中华人民共和国成立初期社会主义建设宏伟画卷的绘画作品的

统称。这类作品基于中国革命历史实践,具有鲜明的红色年代特征。作为红色经典艺术的重要组成部分,红色经典油画在当前艺术品市场中的出色表现,带动了红色收藏文化产业的勃兴,甚至在全球范围内引起了对中国红色经典油画的关注。红色经典油画具有审美价值、历史资料价值,是国家意志的体现和强化,具有恒久的生命力和无形的象征意义,具有联通政治的稳定性与不可撼动性。诞生于“文革”期间的样板油画《毛主席去安源》在1976年展出后便引起了极大的关注,单品印刷就高达9亿之多,创下了世界油画复制数量之最,具有不可估量的文化影响力,铸就了统领时代的精神信仰。红色经典油画在更大层面上承接传统,开创时代价值,承载着人类追求自身解放的公共价值观和人民对美好生活的向往,以及中华民族伟大复兴的中国梦等理想信念。习近平总书记在文艺工作座谈会上发表的重要讲话指出:“优秀的文艺作品,最好是既能在思想上、艺术上取得成功,又能在市场上受到欢迎。”^[3]这为红色经典油画的未来发展指明了方向。红色文化是坚定文化自信的底色,是夯实国家文化软实力的重要内容之一。“提高国家文化软实力要‘形于中’而‘发于外’”^[4],它具有一般意义上文化所具有的普适价值,能够通过意识形态的渗透对人们的价值观和认知方式产生影响。凭借艺术语言的优势,红色经典油画在西方文化体系中传播红色文化更为便利,这对于在全球范围内提升中国国家形象、传播社会主义核心价值观、形成文化共同体而言,都具有重要的战略意义。

二、我国红色经典油画集中创作的历史回顾与收藏情况

中华人民共和国成立之初,百废待兴,随着国家各项事业步入正轨,美术界关于革命历史题材的创作探索也逐步展开。中国国家博物馆

以1951年3月筹备“中国共产党三十周年纪念展览”为缘起,组织了中华人民共和国历史上第一次革命历史题材美术创作活动,筹备处第一次会议上提出了“初步展开雕塑、绘画、照相等工作,绘画以油画为主,在开馆以前,应有油画一百件,雕塑一百件”的构想。^[5]此后,还于1958年、1965年、1970年三次组织大规模革命历史题材美术创作,有组织有规模地持续开展工作,这一延续近20年的专题性创作取得了斐然的成就,产生和保存了大批在中国现代美术史上具有重要地位的作品,促成了中国红色经典美术作品的形成。特殊的创作背景和创作过程,使得这些美术作品必然担负着鲜明的政治功能,清晰地带有红色年代的艺术特征。可以说,红色题材油画作品的大规模出现,是国家意志作用的结果,是特定历史时期中国社会风貌的集中展现,具有不可替代的史料价值。

谈及具体的创作过程,“马训班”的作用不容小觑。1949年之后,中国的艺术领域受苏联意识形态的影响,以展览、派出留学生、举办训练班的形式推行“社会主义现实主义”的艺术思想。具体内容可以阐述为:学习苏联文学与苏联文学批评的基本方法,艺术家要从现实的革命发展中真实地、历史地和具体地去描写现实。同时艺术描写的真实性和历史具体性必须与用社会主义精神从思想上改造和教育劳动人民的任务结合起来。^{[6]451}这种创作宗旨包含着建设崭新社会的热情和积极、健康的乐观精神,使得那个特殊时代的艺术彰显了鲜明的“党性”原则和社会主义阵营艺术家作品特有的审美特性,其构图原则、人物性格刻画、情节的合理安排,尤其思想主题的健康和崇高性,构成了红色油画创作遵循的普遍原则。苏联艺术家马克西莫夫在中央美术学院举办的油画进修班,为红色经典油画创作提供了理论和实践层面的指导。参加进修班的学员有侯一名、靳尚谊、任梦璋、王流秋、俞云阶、秦征、王德威、高虹等。

1957年进修班结束后,马克西莫夫给中国画家留下了契斯恰可夫油画教学体系的总结文献,该文献对中国油画的未来发展产生了深远影响。正如有学者所指出的,中国画家学习苏联油画艺术——无论他们是在列宾美术学院学习还是接受马克西莫夫的指导——成为1950—1970年代中国艺术历史中的重要部分,并在中国主要美术学院的教学建设中形成了程度不同的苏式教育体系。^{[6]459}这个时期创作的重要作品有王流秋的《转移》、王德威的《英雄的姐妹们》、秦征的《家》、侯一民的《青年地下工作者》、冯法祀的《刘胡兰》等,这些作品构成了中国红色经典油画市场的早期阵容。与法国新古典主义时期的油画相比,这一时期我国的油画作品塑造了理想化的人物形象,紧密结合新中国成立初期新的社会政治环境,在理性的创作中宣扬了爱国主义激情和社会道德典范,收到了直接的政治宣传和艺术感化效果。

1949年之后,我国画家受“俄罗斯巡回展览画派”的影响,普遍采用写实主义的方法表现现实,回顾中国革命的历史进程与中国共产党人的丰功伟绩。1950年1月17日,南京成立革命历史创作委员会,同年就完成了文化部下达的绘制革命历史画的任务,主要作品有徐悲鸿的《人民慰问红军》、王式廓的《参军》、董希文的《抢渡大渡河》、艾中信的《1920年毛主席组织的马克思小组》、夏同光的《南昌起义》、周令钊的《鸦片战争》等。1951年,中国革命历史博物馆也组织了历史画的创作。时代呼唤歌颂新政权、新历史的艺术作品的出现。这一时期的作品有1951年罗工柳的《地道战》、1953年董希文的《开国大典》、1959年詹建俊的《狼牙山五壮士》、1961年侯一民的《刘少奇同志和安源矿工》、1961年艾中信的《夜渡黄河》等。

1957年由中国人民解放军总政治部组织的“中国人民解放军建军三十周年纪念美术展览”,参加展览的是由400多位画家在18个月

内完成的关于中国共产党领导武装斗争的历史绘画,其中有王式廓的《井冈山会师》、宗其香的《强渡大渡河》、高虹的《毛主席在陕北》、艾中信的《红军过雪山》、董希文的《红军不怕远征难》等。这些作品在“现实的真实”和“历史的真实”之间寻找微妙的平衡,并据此对作品内容 and 表现手法进行了取舍,展现出革命现实主义和革命浪漫主义的双重光辉。这一时期的红色油画作品共同构成了我国特定时期的历史绘画文献。

1951年7月至1958年8月,“中国共产党三十周年纪念展览”历经多次内部试展和修改,相应地,美术作品的创作和征集也一直在延续,博物馆的美术收藏得到了扩充。值得关注的是,在作品征集过程中,同一或同类作品题材邀请不同人员进行创作,最后最能表现中国共产党30年奋斗历史进程、最具代表性意义的重大事件并适合展览要求的作品被选中。1951年6月完成作品112件,经审查评选,其中的40件作品选用展览,另有48件作品需继续修改。到1956年12月,征集的美术作品已达290件。

我国红色经典油画创作的集中性和定向性,使得大部分作品被博物馆永久收藏,因此进入市场流通的作品数量十分有限。如何利用市场的作用,充分挖掘红色经典油画的价值,最大限度地发挥红色经典油画的文化影响力,是我们应该思考的一个重要课题。而市场细分理论的引入,可为红色经典油画更好地发展另辟蹊径。

三、市场细分对红色经典油画市场的作用分析

市场细分理论隶属营销领域,由细分市场、产品定位、选择目标市场三个部分组成。1956年,美国学者温德尔·史密斯首次提出“市场细分”概念,此后随着市场经济的不断发展其内涵不断完善。市场细分的本质是将趋同消费

者在市场环境中进行聚合,明确目标消费人群。该理论提出的目的在于:根据市场细分的结果,构建现代营销体系,以求企业在市场竞争中占据有利地位。未来的艺术品市场,细分与差别是大势所趋。拍卖行不断开发新的品种作为专场即是最好的证明。例如,2004年,中国嘉德“中国西画及雕塑”专场的推出,开启了中国红色经典艺术品市场的序幕。2005年,北京华辰秋拍中“1938—1991:历史的主题”专场,成交额达2313.3万元,带来了红色经典的旋风效应。2015年嘉德、保利重点推出汇集早期油画精英的作品专场;苏富比北京春拍首推“二十世纪大师精品”专场,总成交额达4048万元,成交率达到90%以上。个人或产品的成功并非取决于机遇或运气,而是取决于正确的定位。这不仅意味着物理定位和同国际当代艺术的地理中心保持联系的能力,而且意味着价格的定位,这关系到市场细分的成功与否。^{[7]54}市场细分对红色经典油画市场的重要作用,主要体现在以下三个方面。

1. 市场细分有助于确立红色经典油画在艺术品市场中的坐标

在商品经济的个案史上,艺术品拥有诸多特质,红色经典油画也不例外。其一,艺术品可以多次使用且可长年存放。其二,作为一种价值贮藏方式,艺术品适用于非生产性投资,在通货膨胀中可充当保值品。这是因为艺术品的价值不仅仅体现为自身的价值,更由于其具有不可复制性、稀缺性,在市场中具有垄断商品地位,从而使自身具有保值或升值的功能。其三,艺术品作为一种奢侈品,能够体现购买其他商品无法表达的高雅品位与文化精英归属,是社会声望的来源之一。红色经典油画在兼具以上特质的同时,更多地凸显出烙上时代印记的无形价值。红色经典油画具有无可比拟的图像记载功能,它能以其逼真的艺术表现方式折射出特定历史时期的时代风貌和社会风情,成为

记载特殊历史时期的重要媒介,能让欣赏者在红色文化氛围中汲取曾经滋养过几代人的精神食粮。如果将红色经典油画提升至中华民族特殊文化记忆和民族情感的高度,那么红色经典油画所蕴含的无形价值不可估量。置身于艺术品市场中的红色经典油画源于商业价值和精神价值的共融,更多的则是体现为满足某种特殊需求的价值,这些事关艺术品的无形价值,是确立红色经典油画在艺术品市场中坐标的前提。

从水平市场角度看,艺术品市场可细分为一级市场和二级市场。一级市场以画廊为主,艺术品一般为初次进入市场。当已面世的艺术品再次进行交换时,以拍卖为主的二级市场便开始形成,而红色经典油画市场交易以二级市场为主。红色经典油画市场的建立依托于国内艺术品市场的平台搭建。目前,国内艺术品市场的发展最为突出的问题当属一、二级市场的不平衡与位置的倒错。健康成熟的艺术品市场,其交易规律往往是一级市场中收藏者或经销商直接向艺术家购买艺术品,二级市场中个体通过拍卖行的中介进行艺术品交易,在从一级市场向二级市场跨越的过程中,艺术家的声誉和艺术品的价值往往会随之提升。如果忽视了这样的交易规律,会生出各种隐患。从宏观层面来说,拍卖行作为二级市场的主力难以承担一人独大的角色,消化不良会随时影响整个艺术品的生态系统;从微观层面来说,拍卖行作为艺术品供给市场的核心主力,无法满足整个市场庞大身躯运动所需的能量,常常导致艺术品市场中其他成员的营养不良,从而影响整体前行的节奏。从垂直市场角度看,根据提供产品的性质、市场的地理范围和价格幅度等,艺术品市场可细分为当代经典市场、先锋市场、另类市场和旧货市场。在以瓷器和中国书画为主导的我国艺术品市场中,红色经典油画往往以小众面目出现,但由于其具有无形价值的特质,我们将红色经典油画置于当代经典市场和另类市

场的双重分类之中。这种分类一方面兼顾艺术品市场的高度集中,另一方面也不排斥试图表现国家民族文化身份的年轻艺术家的作品,因此从一定程度上能够缓解红色经典油画市场的结构失衡问题。法国学者埃米尔·涂尔干在其论著《社会分工论》中指出,“社会容量和社会密度是分工变化的直接原因,在社会发展的过程中,分工之所以能够不断进步,是因为社会密度的恒定增加和社会容量的普遍扩大”^[8]。对红色经典油画进行市场细分,是确立红色经典油画在艺术品市场中坐标的重要前提。

2. 市场细分有助于建立红色经典油画的收藏朋友圈

红色经典油画目前的收藏情况大致分为两类:一类是收藏者自身纯粹出于对艺术品本身的热爱。这类藏家往往具有较高的知识水平和鉴赏水平,喜好购买和收藏,但不愿出售。究其原因,一方面在于红色经典油画作品自身具有较高的艺术价值,另一方面在于特殊年代诞生的艺术品承载着特有的成长记忆和情感皈依。加之大部分作品被国内博物馆收藏,流入市场的数量不多,因此这类收藏家一旦拥有作品,都不愿再次出售。另一类是出于彰显身份或追求升值回报的收藏者,他们的目的是利用藏品获得投资利润。出于对升值空间和利益回报的追求,在市场价格攀升的诱惑下,转入红色经典油画收藏行列的藏家对藏品回报率的期待较高。目前全球当代艺术品市场中油画作品始终是其最重要的组成部分。油画市场的持续性与活跃性可以根据拍卖总收益来衡量。近年来,伴随中国艺术品市场的异军突起,全球实力雄厚的收藏者,开始将兴趣从欧洲艺术品转向美国或中国的写实油画,对中国红色经典油画更是情有独钟。尽管有学者^[9]撰文指出,中国艺术品市场进入红色狂欢时代,但总体而言,我国红色经典油画的上拍量和成交额都不高,这与其历史地位和价值并不相称。

目前,我国艺术品的消费潜力主要集中在高净值人群中。高净值人群是当代艺术品市场的潜在客户。从数量和整体财富上分析高净值人群的演变,对于评估艺术品市场的消费潜能至关重要。从招商银行联手贝恩公司发布的《2017中国私人财富报告》中可以看出,虽然“创富一代”仍是高净值人群的主要来源,但比例已经从2009年的70%降为41%;而职业金领已成为高净值人群的第二大来源,比例从2009年的12%提升到2017年的29%。《诺亚2017高端财富白皮书》中的数据显示,30岁以下的高净值人士已占到8%,45岁以下的高净值人士占比超过50%。因此,提升高净值人群对红色经典油画的认知和审美需求,是确立红色经典油画目标定位的内在诉求。以中国上海龙美术馆馆长王薇为例,她是高净值人群的代表,同时也是国内红色经典油画收藏的重量级人物。2003年,她拍下了吴冠中1970年代的作品《爱晚亭》和张洪祥的作品《艰苦岁月》。2009年,在北京保利的尤伦斯夫妇收藏专场,王薇以4043万元争得陈逸飞的作品《踱步》,创造了陈逸飞作品当年的成交纪录,成为她个人收藏中最贵重的一幅红色经典油画。另外,她以795万元在中国嘉德拍卖购入沈嘉蔚的作品《为我们伟大祖国站岗》,亦属红色经典油画精品。同年年底,王薇将她的近100件红色经典收藏拿出,在上海美术馆举办“革命的时代:延安以来的主题创作展”。目前,上海浦东馆的第二、第三展厅的“红色经典”、“1949—2019:新中国成立70周年红色经典馆藏展”均为常设展。2019年伊始,中国上海龙美术馆对外免费开放。王薇希望以此吸引更多的观众能走进美术馆看展,将艺术融入到每一个人的日常生活之中。目前,中国上海龙美术馆在精准定位的前提下,协同社会各方力量已形成了立体的收藏体系,致力于将中国文化推向世界,不断扩大红色经典油画收藏的朋友圈。

3. 市场细分有助于建立较为完整的红色油画经典市场信息体系

考察一般艺术家进入市场的途径,通常是经过艺术品经销商、代理商、拍卖行,市场的供给从区域市场到国内市场再到国际市场这样一个不断拓展的层级递增轨迹,收藏的层次从小型收藏到国家博物馆再到拍卖行与知名博物馆不断提升。而与国际当代艺术地理中心保持紧密联系,会使得艺术品的经济价值得到较大提升。在Artprice(2011—2012)公布的拍卖成交额位居前十位的当代油画家中,有5名中国画家位列其中,他们分别是陈逸飞、曾梵志、周春芽、何家英、张晓刚。以陈逸飞为例,他被美国艺术品市场选中,作为国际当代艺术品市场推崇和支持的对象,被重要的文化机构赏识并获得认同,其作品《黄河颂》2007年在中国嘉德的拍卖会上以4032万元的天价成交,而在1995年香港苏富比拍卖会上的成交价仅为128万港元,两相对比,价格上涨30多倍,这让多数藏家热血沸腾。而陈逸飞红色经典绘画价格的狂飙,也带来了国内艺术品市场出现以价格作为品质风向标的收藏导向。之所以会出现这种情况,主要原因在于潜在买家不具备或是缺乏相关知识的认知,对相关信息储备呈匮乏状态。在信息不完全的情况下,收藏者往往会以价格作为替代信息来完成对艺术品品质的合理估算。这样一来,收藏者的行为从起点上就违背了经济学理论中的需求定律,也即是说当买家以价格来判断艺术品的品质时,其所得出的供求情况并不可靠。如果艺术品的价格下降,那么他就会决定减少需求量,因为预期品质的损失无法用强烈的购买动机来弥补。因此,收藏者的反常行为给中国红色油画市场带来的影响,可能会阻碍市场机制作用的正常发挥。正像有学者^{[7]76}所指出的,在信息不完全的情况下,反常的需求行为可能会完全排除稳定均衡和稳定失衡的可能性。而市场细分对于红色经

典油画的市场发展可起到精微而有效的导引作用。

以市场有效调节为前提,建立红色油画经典的市场信息体系,我们需要关注艺术工作的地理区域与艺术研究的历史时期两个因素。红色经典油画创作的地理区域以前主要集中在中央美院、现在主要集中在中央美术学院华东分院和浙江美术学院。红色经典油画创作的时间跨度很大,其中部分创作主力在作品集中出现之后的创作亦未停止,如用一生画长征的沈尧伊。诸如此类情况也需考虑在内。例如,鲁迅艺术学院自1980年代进行的同类题材的创作扩充了红色经典系列的阵容。基于扩大外延的需要,艺术家要做的是坚持创作的可持续性、艺术品管理的正规性、工作室报价的合理性,坚持出席国内外展览。

艺术品保真是定义这一细分市场的另一重保证。只有当经销商从审美的角度评介一件艺术品时,才能获得符合相应阶层需求的艺术品价格。在这一细分市场中,艺术品经销商拥有获取信息的能力,在购买艺术品时会首先考虑产品本身所包含的信息内容,因为这些内容会受到潜在买家的评估与鉴定,这是艺术品自身价值的一部分,对市场风向起着重要的导向作用。建立市场信息体系,对信息分布与整体结构进行及时调整和准确把握,对艺术品交易梯度的形成具有重要影响。从理论上来说,艺术品数量的扩大与个人收藏能力的提升,是社会综合因素作用的结果,但拥有相对明确的分工和市场目标后,艺术生产者和艺术消费者便可在微观和宏观共同作用的市场环境中进行资源配置,并以专业化、职业化的价值追求作为最终目标,从而避免过多人为因素对其发展状态的

干涉。

综上所述,对红色经典油画进行市场细分,对于促进红色文化产业发展,提升中国文化影响力,均具有重要意义:其一,它将对艺术市场起到精细化的规范和导向作用,为从深层次探索红色文化的运行机制、客观规律与时代意义提供一种可资考察的经济范本;其二,借助规范的市场运作机制能促进红色文化产业的全面升级,从而更好地发挥红色经典油画在全球范围内的媒介传播力,助力中国国家形象与文化软实力的提升。

参考文献:

- [1] 李光. 解密大陆红色文化产业链[J]. 凤凰周刊,2013(6):20.
- [2] 欧阳秀敏. 红色文化价值的研究综述及展望[J]. 长沙理工大学学报,2017(6):72.
- [3] 习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[EB/OL]. (2015-10-14)[2019-04- -08]. http://www.xinhuanet.com/politics/2015-10/14/c_1116825558.htm.
- [3] 中共中央宣传部. 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 北京:人民出版社,2016:207.
- [4] 国立革命博物馆筹备处第一次会议记录[D]. 档案号1950036008040001,中国国家博物馆藏.
- [5] 吕澎. 20世纪中国艺术史[M]. 北京:北京大学出版社,2002.
- [6] 左罗妮. 当代艺术经济学:市场、策略与参与[M]. 管理,译. 大连:东北财经大学出版社,2016.
- [7] 涂尔干. 社会分工论[M]. 渠东,译. 北京:生活·读书·新知三联书店,2000:219.
- [8] 杨育谋. 中国油画的红色狂欢[J]. 民族论坛,2011(5):66