

2024 艺术市场趋势报告

2024
Art Market Trends Report

中央美术学院
Central Academy of Fine Arts
艺术管理与教育学院
SCHOOL OF ARTS ADMINISTRATION AND EDUCATION

TIAMSA | CHINA
国际艺术市场研究学会中国分会

TSINGHUA PBCSF
清华五道口
艺术品金融研究中心

更多免费行业报告 并购家 www.ipoiipo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

中央美术学院
Central Academy of Fine Arts
艺术管理与教育学院
SCHOOL OF ARTS ADMINISTRATION AND EDUCATION

TIAMSA | CHINA
国际艺术市场研究学会中国分会

 TSINGHUA PBCSF
清华五道口
艺术品金融研究中心

联合发布：

中央美术学院艺市周刊团队
清华大学五道口金融学院艺术品金融研究中心

中央美术学院 艺术管理与教育学院

中国北京市朝阳区花家地南街 8 号
T+86-010-6477-1166
saae@cafa.edu.cn

清华大学五道口金融学院艺术品金融研究中心

北京市海淀区成府路 43 号
T+86-010-62798255
office@pbcsf.tsinghua.edu.cn

专家团：

蔡丰年、李建伟、寻婧元、赵力

主编：

刘珍伶

研究员（姓名按首字母顺序排列）：

蔡欣洁、曹博艺、郭昕彤、马艺粼、齐弘毅
杨璐铭、杨昕湉、余典而、于小桐、钟艺雯

2024
艺术市场趋势报告
Art Market Trends Report

Introduction

导论

根据对艺术市场动态的跟踪与观察，中央美术学院艺市周刊研究团队正式推出《2024 艺术市场趋势报告》。从全球艺术市场的热议话题与事件出发，基于市场主体发展、行业业态观察、区域与文化叙事三大视角，总结出 8 项艺术市场趋势。

2024 年艺术市场整体展现出缓慢复苏的态势。中国艺术品市场在全球销售回落的情况下逆势上扬，一定程度反映了行业应对策略的有效性。但市场环境仍然艰难，参与者谨慎情绪加重，各机构努力寻求破局之道。艺术机构与从业人员积极调整转型，传统产业拥抱前沿技术、加码业务创新和渠道拓展，迎合新需求。同时，机构的扩张转移与人员流动也说明了艺术市场在探索与接纳更广泛的信息与资源，谋求新的市场增长点。

随着经济环境的不稳定，艺术行业的财务与法律的危机愈加严峻。艺术机构传统经营模式局限性突显，各行业寻求开源节流举措，数字化也成为机构转型的首选路径。数字产业布局如火如荼，但市场正经历震荡，尤其 AI 技术的艺术品生成逻辑对艺术生产方式和艺术家身份确立等方面造成了巨大的冲击，市场秩序的重构无法在短期内弥合技术增长带来的制度真空，由市场不规范衍生出的争议纠纷逐渐显露，国内外艺术机构和投资者面对数字市场行情的变化愈发持审慎的态度。尽管市场反馈和发展趋势尚不明朗，但世界范围内鼓励科技与艺术相结合的战略方向没有改变，尤其是我国文化产业坚定迈向数字化、智能化的新时代。

在全球化的市场趋势方面，艺术市场格局加速变化，新的区域市场涌现，不断完善艺术生态搭建，并积极介入全球市场。同时，艺术世界依然以先锋者的态度寻求文化多样性与平等，艺术市场对边缘化的群体的关注度不断增加。后疫情时代，面对国际局势复杂变化的现实环境，国际文化交流与纷争并存，艺术市场当前正在构筑出一个错综复杂而又欣欣向荣的全球网络。

Contents

目录

1. 策略调整，稳健前行中的拍卖市场 01

- 1.1 国内外拍卖市场整体趋势放缓 Strategy Adjustment, Auction Market Steadily Moving Forward
- 1.2 高价市场回落，买卖双方更加谨慎
- 1.3 全球布局和拍卖行策略将有所调整

2. 数字化浪潮下，博物馆与美术馆的财务应对与创新建设 11

- 2.1 财务危机中的夹缝求生 Financial Response and Innovative Construction of Museums and Galleries under the Wave of Digitization
- 2.2 政策推动数字化创新
- 2.3 数字化时代下的文化资源利用与创新

3. 艺术机构人事调整与转型，角色流动趋势明确 19

- 3.1 人事调整看艺术机构战略革新 Personnel Restructuring and Transformation in Arts Organizations, with a Clear Trend Towards Role Mobility
- 3.2 风口期：拍卖行高管转型艺术顾问

4. 艺术消费、产业共生成为共识 27

- 4.1 艺术跨界 Art Consumption, Industry Symbiosis Becomes Consensus
- 4.2 艺术乡建
- 4.3 文旅消费

5. NFT 市场震荡调整，AI 技术促进新市场秩序建立

39

5.1 NFT 宏观市场：回归理性，趋于稳定

NFT Market Shocks and Adjusts, AI Promotes the
Establishment of a New Market Order

5.2 NFT 市场主体：调整试错，价值发掘

5.3 NFT 法律政策：规范整顿，积极引导

5.4 AI 宏观市场：技术革新，驱动市场新生态

5.5 AI 法律政策：出台新规、制定标准

6. 艺术市场中的性别、族裔和身份成为渐强之声

51

6.1 性别：艺术市场中的“她”力量

Gender, Ethnicity, and Identity as
Growing Forces in the Art Market

6.2 族裔：持续扩散的“黑色热潮”

6.3 身份：原住民艺术受到关注

6.4 结语：多元叙事还是市场逐浪？

7. 边缘市场持续影响全球艺术市场格局

71

7.1 议题：危机与联结

Fringe Markets Continue to Influence the
Global Art Market Landscape

7.2 生态：搭建与完善

7.3 推手：枢纽与野心

8. 后疫情时代下国际艺术品交流合作与纷争共存

01

8.1 国际艺术品交易成绩亮眼

International Art Exchange Cooperation
and Strife in the Post-Pandemic Era

8.2 国际交流展热度攀升

8.3 行业法治不断完善

8.4 文物归还成为国际议题

Sotheby's EST. 1744



Sotheby's EST. 1744

图 北京时间 2024 年 5 月 16 日，纽约苏富比现代艺术晚间拍卖

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

1

策略调整，稳健前行中的拍卖市场

**Strategy Adjustment,
Auction Market Steadily
Moving Forward**

随着疫情的阴霾逐渐散去，全球艺术品市场正展现出缓慢复苏的态势，线下展览、拍卖活动等艺术盛事也逐渐恢复了疫情前的规模 and 人气。在诸多不确定的因素下，拍卖市场整体趋势稳中上升，2024 年的拍卖市场依然面临着未知与挑战。

一、国内外拍卖市场整体趋势放缓

根据《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》显示，2023 年全球艺术品销售额放缓至约 650 亿美元，同比下降 4%。在高利率、通胀和政治不稳定的背景下，高端市场销售额下降，一些主要艺术品市场的表现出现分化。值得注意的是，全年交易量增长了 4%，总计 3940 万笔。根据 ArtTactic 数据，佳士得、苏富比和富艺斯三家国际顶尖拍卖行的拍卖成绩总体下降了近 19%，其中，佳士得年终报告显示其公开拍卖业绩下降了 22.3 亿美元，降幅达到 31%。



全球艺术品市场销售额（2009-2023 年）
（图片来源于《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》）

公开领域之外，拍卖行的私人销售逆势而上，私人洽购比例从去年的 14% 跃升至 20%，销售额增长了 2%，创下新纪录。而奢侈品类销售额突破 10 亿美元大关。这表明在公开拍卖的作品单间成交额下降的情况下，拍卖行在其他销售方式与品类上做出了相应努力，使得整体业绩仍然较为稳定。在经历了充满挑战的 2022 年之后，2023 年初被压抑的供求关系导致中国拍卖销售增长。全年国内文物艺术品拍卖如期举办，线下交易市场逐渐恢复常态并稳步前进，线上交易活动依然活跃，市场规模呈现回升之势。

据《2023 年中国文物艺术品拍卖市场报告》分析，尽管国内拍卖市场呈恢复上升态势，但下行压力较大，外部受世界及中国整体经济大环境的影响，社会流动资金减少，文物艺术品价格行情仍在下调，各拍卖公司也在根据形势调低拍品价位结构。从交易数据来看，市场交易率走低，降幅达 4.5%，同时，拍品均价也出现了 18% 的下跌，成为 2011 年以来的最低点。拍卖市场中低价作品数量增多，高端艺术品成交缩减，致使拍卖市场份额下降。

部分领先拍卖行的优异表现为市场带来了整体水平的提升，实际的市场现状和未来发展可能比数据呈现得更加艰难。对比全年拍卖数据可以发现，国内艺术品市场并没有完全恢复到疫情前的成交水准，部分企业的秋拍成交额不如各自的春拍。

中国嘉德春拍总成交 26.92 亿元，较去年同期增长 83%，是近五年以来春拍新高，秋季拍卖会总成交则为 20.31 亿元。这种秋不如春现象的发生，主要原因在于年初市场交易活跃度提高，加上不少拍企将秋拍延期至次年，从而促使上半年交易规模的提升，下半年的拍卖结果略显力不从心，一定程度上反映出市场购买力不足的现状。经济问题和需求疲软显著影响着买卖双方的情绪。

虽然国内市场有些萎靡不振，但其中仍不乏亮点和热点。随着国内市场回暖以及拍卖行策略调整，中国跃居全球第二大艺术品销售市场。拍卖市场规模在以求稳为主的基础上同比大幅上涨，上拍量和成交量分别同比增长 64.63%、57.25%；总成交额则再创新高，达到 407 亿元，增幅 31%。大部分区域市场总额也有所提升：京津冀地区发展迅速，市场份额同比增长 30.62%，长三角地区市场份额为 15.97%，增幅 18.42%。

艺术品拍卖市场依然面临下行压力，但预计拍卖市场将以稳中上升的状态持续发展。艺术拍卖市场的规模将继续扩大，市场活跃度会大幅提升，根据《2023 年巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》，54% 的收藏家计划购买艺术品，77% 对艺术市场未来六个月的表现持乐观态度；36% 的经销商预计销量将有所改善，48% 的经销商预计销量将大致相同，16% 的经销商预计销量将下降，38% 的中型企业预计销售额将有所改善。

在全球市场中，新买家和年轻买家数量增长表明藏家对艺术品和收藏品的兴趣仍然很高。佳士得年度数据表示有 35% 买家为新买家，其中亚洲藏家在全球拍卖中贡献卓著，中国内地的新买家数量逆势增长 30%。富艺斯全年拍卖的买家有近半为新客户，千禧世代与 Z 时代年轻藏家占全球拍卖买家三成。

二、高价市场回落，买卖双方更加谨慎

2023 年，拍卖会上最昂贵的艺术品与上一年相比明显不足。经济放缓的主要因素之一是拍卖会上一些最高价作品的销售萎缩，尤其是售价超过 1000 万美元的作品，该部分在 2021 年和 2022 年成为增长最快的细分市场之后，在 2023 年数量则下降了 25%，价值同比下降 40%，而 50000 美元以下的市场实现低增长。

2023 年拍卖前 100 名拍品总成交额为 24 亿美元，而 2022 年为 41 亿美元。2023 年有两件作品以超过 1 亿美元的价格售出——巴勃罗·毕加索的《蒙特的女人》（1932 年）和古斯塔夫·克里姆特的《法赫夫人》（1917 年），而 2022 年有六件作品。拍卖会上排名前 13 位的艺术品总成交额为 8.007 亿美元，低于去年拍卖会上排名前六位的艺术品的总成交额（8.096 亿美元）。弗里兹艺术博览会期间，在伦敦富艺斯、苏富比和佳士得举行的一系列晚间拍卖与去年同期相比，总销售额下降了 20%，再次证实了市场大幅下跌，而此前在苏富比开拍的“龙途：刘益谦与王薇伉俪收藏精选”专场成交额仅 6950 万美元，远低于拍前的最低估价。

各类细分市场的销售额都不太理想。战后和当代艺术是全球艺术品拍卖市场的最大板块，占全球销售额的 53%，占数量的 55%。该板块的总销售额达到 65 亿美元，比 2022 年下降 16%。当代艺术板块继 2021 年强劲复苏后，连续两年下滑，其中 2023 年下降 10% 至 22 亿美元。战后艺术也下降了 18% 至 43 亿美元。印象派和后印象派艺术占 2023 年艺术品拍卖销售额的 14%，同比下降 4%。该板块是复苏最强劲的行业之一，然而，2023 年的销售放缓，尽管拍品销量增加了 6%，但价值下降了 35% 至 17 亿美元，略低于 2019 年疫情前的水平。

另一个市场趋于谨慎的表现在于拍卖担保业务份额的扩大。随着市场不确定性加剧，拍卖行的“第三方担保”模式的吸引力变得越来越大。

作为拍卖行和卖家提供对冲赌注的有效工具，2022 年度第三方担保市场可能达到 34 亿美元之多（数据来源于 artnewspaper）。而“第三方担保”的火热甚至衍生了出担保的二级市场，即担保人在与拍卖行达成协议后，将自己的担保权益与其他人共享，由此共同承担“担保”的收益与风险。

在发展中的二级担保市场中，通过第三方担保可以缓解部分委托人的担忧，对于担保人来说也是一个可行的解决方案。如果作品未能在拍卖会上出售，担保人要么以“保险”价格购买作品，要么在作品高于保证价格的情况下获得可观的利润分成。尽管第三方担保保证了拍品成交，但其中的风险却越来越大。根据 ArtTactic 数据，预计平均担保回报率已从 2021 年的峰值 21.8% 降至 2022 年 11.1% 的七年底点。

这种发展和情况与拍卖行规则和第三方担保人协议中的语言背道而驰，似乎违反了拍卖行的第三方担保规则。这一新现象在纽约市单方面取消拍卖法规以及随之而来的对艺术行业的任何官方监督仅一年后就出现了，并且可能蓬勃发展。在艺术行业监管松弛的场景之下，该举措加剧了艺术市场的投资化趋势，也体现了拍卖行面临市场竞争时采取的吸引委托的策略，以及在环境不稳定时市场参与者们更谨慎的权衡选择。

三、全球布局和拍卖行策略将有所调整

预计全球拍卖行业布局将更加注重亚洲市场的探索与发展，挖掘亚洲艺术品市场的活力和潜力；在此基础上于世界各地进行区域开拓，进一步促进艺术品的全球流通和文化交流。富艺斯在亚洲区内积极布局和持续拓展，位处香港西九文化区之亚洲新总部于 2023 年春季启用，成为香港首家拥有专门打造之永久展览空间及拍卖厅的国际拍卖行，进一步扩充在亚洲市场的影响力。苏富比首尔新空间于 2023 年 9 月正式启用，期待能成为韩国这个充满活力的区域的一分子，连结当地资深和年轻的藏家。这体现了苏富比对亚洲市场始终如一的重视。佩斯画廊在纽约、伦敦、香港、首尔等地都有空间，并于 2024 年在东京开设新空间，扩大其在亚洲的足迹。



富艺斯亚洲新总部

(图片来源于富艺斯官网)

个体层面，根据各业内负责人对拍卖形势的评估，未来拍卖市场将更加注重可持续性和市场的公平。苏富比拍卖行宣布近日将降低佣金费率，并根据市场风向调整策略，从追求高利润转向挖掘精品，以对抗市场低迷的影响。通过拍卖场上的表现来看，买家“恐高”心理比较普遍，出价比较克制，未来人们对待拍卖和收藏的态度会更加理性，拍卖行及藏家对市场交易都将保持谨慎的态度。如何提高拍品质量、完善筛选和估价机制以期符合藏家的心理预期标准，并促进消费的发生、保证拍卖市场的公平、透明，会成为拍卖行在新的一年里思考完善的方向。在回归理性的必然趋势中，也意味着市场沉淀后未来更多惊喜的可能。



雅昌 3D 预展产品“首秀”北京保利秋拍预展现场
(图片来源于雅昌艺术网)

当前，拍卖行加码业务转型和渠道拓展，在线拍卖平台的兴起为收藏家提供了更多的参与机会，同时也降低了拍卖的门槛；数字化趋势将更广泛的展现在艺术品交易的各个环节。富艺斯正式推出电商平台 Dropshop，提供世界各地藏家及艺术爱

好者实时购藏限量版作品的体验。“苏富比 Buy Now 即时收藏”平台将引进中国市场，并配有实时中文同步讲解，进一步拓宽客户资源和拍卖新形式，将这一便捷的全新收藏形式触达更多收藏群体；即时收藏也将成为继现场拍卖、线上拍卖、私洽后的第四种主要收藏形式。保利 2023 秋拍现场应用到雅昌 3D 预展产品，覆盖线上、线下预展场景，极大限度地展现出拍品的细节魅力，有效解决了传统展览中拍品相关知识获取、细节观察方面的痛点。

在数字化全面普及的今天和未来，科技的发展将继续影响艺术品拍卖市场，带来新的运行模式。随着艺术市场逐渐恢复正常秩序和理性，2024 年艺术品拍卖将呈现多元化、科技化和全球化的发展趋势。



图 三星堆博物馆新馆时空螺旋序厅·四川广汉·2023年7月28日正式开放

2

数字化浪潮下，博物馆与美术馆
的财务应对与创新建设

Financial Response and
Innovative Construction
of Museums and
Galleries under the
Wave of Digitization

博物馆和美术馆面临着愈加严峻的财务挑战。随着经济环境的不稳定，传统的资金来源变得不可靠，政府拨款受限，赞助商支持减少，门票销售也受到观众消费行为转变的影响。在全球范围内，美术馆纷纷宣布裁员，突显了财务危机的严重性。艺术机构深谙传统模式的局限性，积极寻求变革之道。随着科技的快速发展，数字化技术为文化机构提供了全新的展示和互动方式，更好地迎合了现代观众的需求。博物馆和美术馆不仅在应对财务压力，更在为未来发展做准备，以适应时代变迁和观众需求。这种与现实实际紧密联系的思路将使博物馆和美术馆在数字化转型的道路上走得更为稳健。

一、财务危机中的夹缝求生

相较于西方模式，我国的民营美术馆因缺乏社会支持和政府资助，难以实现商业化盈利。这使得传统发展模式捉襟见肘，亟待探索新的生存之道。然而，公立美术馆也并非免于这些挑战。尽管公立美术馆通常享受政府资助，但由于政府拨款有限以及赞助商支持的不稳定，它们同样承受着财务压力。作为全球规模最大的文化项目之一，香港的西九文化区集合了香港的三大文化地标：M+ 博物馆、香港故宫文化博物馆和戏曲中心。而西九文化区面临巨额赤字，管理局行政总裁冯程淑仪表示项目的现金储备预计将于 2025 年耗尽，正呼吁政府尽快批准财务建议方案以获取额外贷款。

面对这些挑战，博物馆和美术馆努力寻求破局之道，开始积极探索创新的财务模式。包括与各类企业建立合作关系，以获取更多的资金支持。在寻求财务创新的同时，一些博物馆和美术馆也不得不采取紧缩措施，如裁员和关闭部分展厅，以削减开支。2023 年，美国多个知名美术馆相继宣布裁员。其中，达拉斯美术馆（Dallas Museum of Art）裁员 8%，美国旧金山现代艺术博物馆（SFMOMA）裁退 20 名员工，古根海姆美术馆（Solomon R. Guggenheim Museum）裁退 10 名员工，包括两名副馆长。



香港西九文化区
(图片来源于西九文化区官网)

目前，多数民营美术馆和公立美术馆都依赖某种形式的后援，难以独立维系。然而，环境状况并不稳定，美术馆更需要灵活应变，积极探寻自我发展的路径。此外，民营美术馆和公立美术馆还需拓展其他收入来源，这需要创新思维与经营模式，或寻求与其他行业的合作实现共赢。在“后疫情时代”，美术馆运营面临严峻的不确定性，观众对艺术的需求也在发生变化。因此，美术馆积极调整工作策略，及时完善了线上和线下的导览系统，拓展了新媒体矩阵，并开始扮演更广泛的角色，不仅是展示艺术作品的场所，更成为了社交平台，强调艺术与不同领域的连接与融合。

二、高价市场回落，买卖双方更加谨慎

我国积极提倡数字化转型，并在此领域发布了多项关键政策。

近年来发布有《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，旨在构建文化数字化基础设施和服务平台，最终形成国家文化大数据体系；《数字中国建设整体布局规划》进一步指导并推动文化数字化发展，要求深入实施国家文化数字化战略，形成中华文化数据库。

这些顶层设计为文化产业数字化指明了科学、可持续的方向。此外，我国对元宇宙及其相关产业的发展持积极态度。为构建工业元宇宙并赋能制造业，发布了《元宇宙产业创新发展三年行动计划》。该计划致力于推动新型工业化建设，并认为元宇宙作为一种新兴技术和产业，具有巨大的发展潜力。为进一步推动文旅元宇宙的发展，上海市文化和旅游局发布了《上海市打造文旅元宇宙新赛道行动方案（2023-2025年）》。该方案明确了到2025年文旅元宇宙新赛道建设的主要目标，即初步打响上海“文旅元宇宙”品牌。方案还提出了未来要集中发力的五个领域，包括“数字文旅新基建”、“技术工具新突破”、“文旅元宇宙新场景”、“数字艺术品新赛道”和“沉浸互动新内容”等五大专项行动。在福建博物院举行的国际博物馆日中国主会场活动开幕式上，由国家文物局指导，腾讯集团和中国文物报社联合发起的中小博物馆数字助力“繁星计划”正式启动。该计划旨在通过整合中小博物馆的馆藏资源和腾讯平台的技术优势，推动博物馆与现代技术的深度融合，从而推出更多具有可视化呈现、互动化传播和沉浸式体验的博物馆产品和服务。

中国文化产业数字化正处于政策引导和技术挑战的双重影响下。政府的政策支持为文化产业数字化提供了坚实基础，而面对元宇宙等新兴技术的挑战，中国正努力应对，以推动文化产业迈向数字化、智能化的新时代。



《元宇宙产业创新发展三年行动计划（2023—2025年）》图示
(图片来源于文化和旅游部官网)

三、数字化时代下的文化资源利用与创新

在数字化浪潮中，博物馆与美术馆积极应对挑战，采取了一系列切实有效的措施。它们利用数字技术，将文物、艺术品等珍贵资源数字化，构建了在线展览、数字博物馆等创新平台，为公众提供了更为便捷的文化体验渠道。特别是在中国，虚拟博物馆、数字藏品等已成为新趋势。这些创新举措不仅保护了文化资源，也为博物馆和美术馆带来了新的发展路径和收入来源。

大英博物馆计划将全部藏品数字化，使其宝贵的文化遗产更加容易访问和分享，让更多人能够从中受益；三星堆博物馆新馆正式开放，通过数智惠文博、科技助管理，实现了数字化与科技在博物馆管理中的深度融合，不仅提高了博物馆的管理效率，还为观众提供了更丰富、更有趣的参观体验；南京博物院携手腾讯云，打造数字化“金名片”，充分发挥了数字化技术在文化宣传和推广中的作用。

除了藏品数字化，游戏也成为文博机构数字化的有效途径之一。例如，艺术家KAWS 在游戏《堡垒之夜》中举办虚拟艺术展，以伦敦蛇形画廊为原型，通过游戏平台向全球玩家展示其作品；卢浮宫与任天堂推出 3DS 语音导览游戏，通过游戏形式向观众介绍博物馆内的艺术品和历史故事；敦煌莫高窟率先开创超时空参与式博物馆——“数字藏经洞”，利用虚拟现实技术，将莫高窟壁画呈现在人们面前，让观众能够身临其境地感受到敦煌艺术的魅力。

虚拟数字人的运用是机构数字化的重要手段之一。湾区民间博物馆的数智人“岭梅香”、中国国家博物馆的数智人讲解员艾雯雯与仝古今博士、敦煌莫高窟的数字人“伽瑶”、陕西博物馆的“周知礼”、“秦威武”、“汉英俊”、“唐美丽”，这些数字人不仅可以模拟真人讲解员的工作，实现更加个性化、互动化的服务，还可以为机构节约人力开支。



中国国家博物馆中华文明云展试点上线，数智人“艾雯雯”担纲导览
(图片来源于国家博物馆)

在数字化浪潮中，博物馆与美术馆以创新为驱动，勇敢迎接挑战，实施了一系列积极有效的举措。从大英博物馆到敦煌莫高窟，从游戏平台到虚拟数字人，各种创新形式无不展现着文博机构的智慧与勇气。展望未来，随着科技的日新月异，有理由相信，数字化将引领博物馆与美术馆迈向更加光明的前景。



图 豪瑟沃斯香港新址，中环皇后大道中8号

3

艺术机构人事调整与转型，
角色流动趋势明确

Personnel Restructuring
and Transformation in
Arts Organizations, with
a Clear Trend Towards
Role Mobility

一、人事调整看艺术机构战略革新

当前大量艺术商业机构都经历了重要岗位的人事变动。经营困境已是不可否认的现实，机构和个人如果能借助裁撤解雇、新任或离任等不同的人事变动，积极转型，也许能解当前之困。

在艰难的市场环境中，有些机构为了谋求新的增长点，选择将触角伸向了不同的地区，希望通过人事任命找到新的资源，找到更活跃更广阔的艺术市场，扩张自己的版图。

佩斯画廊 (Pace Gallery) 自 2022 年开始持续展开高层人事调整计划，成立新的柏林办事处，任命劳拉·阿塔纳西奥 (Laura Attanasio) 为该办事处的领导人，担任高级总监。阿塔纳西奥曾经于 2014 年首次任职佩斯画廊，2022 年又成为柏林国王画廊 (König Galerie) 的合伙人。

**Pace
Welcomes
Laura
Attanasio as
Senior
Director**
**to Helm a New Office
for Pace Gallery in
Berlin**

Published Tuesday, Jun 6, 2023



佩斯画廊任命劳拉·阿塔纳西奥为高级总监
(图片来源于佩斯画廊官网)

国王画廊于 2002 年在柏林成立，作为这家德国著名画廊曾经的合伙人，阿塔纳西奥在德国、奥地利等地区都有着丰富的资源。欧洲市场是成熟的重要艺术品市场，有着相对健全的艺术品交易体系和艺术品交易法律体系。此次对于阿塔纳西奥的任命，无疑是佩斯对这位老友能力的认可，更是看中她在欧洲德语区的资源。

不仅是画廊，拍卖行也在试图通过人事委任，拓展新版图。佳士得发布公告宣布任命程寿康为亚洲区主席。而程寿康任苏富比亚洲区行政总裁 15 年，主力为其策划及拓展亚洲区内业务，重点开发中国大陆市场，此次加盟佳士得，对佳士得在亚洲区业务和资源的拓展，或将带来巨大的助力。同时，佳士得也积极筹备 2024 年亚太区总部搬迁，一系列举措，都直指亚太区的布局。



佳士得亚洲区主席程寿康（左）及佳士得亚太区总裁庞智锋先生（右）
（图片来源于佳士得）

不论是画廊还是拍卖行，都在这动荡的环境中艰难向前。原有的市场已经相对成熟，再想取得跨越式的增长，摆脱后疫情时代久久不能结束的阴霾，实在不易。

德国和亚洲市场，一个是成熟市场中的分支，另一个则是活跃的新兴势力；一个拥有传统、健全的交易和法律体系，另一个则拥有庞大的市场规模。两家机构不同的调整策略也说明一、二级市场主力参与者的不同需求，二者关注的两个区域各有优势，或可解目前的困境，也很有可能在未来很长一段时间里提供更强劲的能量。

但是拓展新市场并不是一件容易的事，选择一个合适的带路人并不比选择这个地区本身容易，需要一个熟悉当地市场、了解机构业务，又具有丰富资源的人和团队，这两位人选则正是如此。借助艺术市场高层人员与资源的流动，行业机构或可从新地区找到新生机，大有可为。

新领域不仅是地理上的，也存在于业务板块上。一部分艺术机构借助人事调整的手段，调整业务权重，开源节流，将更多目光落在艺术品金融、艺术品电商等行业新领域。以国内重要拍卖行华艺国际为例，拍卖行宣布了新的领导团队，由盈峰集团董事长兼副总裁魏霆担任副董事长。华艺国际在 2016 年就已经加入盈峰集团，盈峰集团的金融、零售、制造三大主业也在多年前成熟。从这项任命看，不难看出盈峰集团对于整个文化业务板块的重视。另一方面，也体现着华艺国际在艺术品金融、电商等艺术市场新模块的战略布局。作为国内行业非头部的机构，拓展其他新兴领域业务，背靠集团资源，将自己打造成一个综合性艺术品服务企业，则更有可能帮助自己找到更适合的定位，找到新的增长点。

开源不易，节流有时也是调整业务的一种方式。2023 年，国际拍卖巨头苏富比和在线艺术公司 Artsy 都进行了重要的人员裁撤。Artsy 裁员是因为艺术市场长期持续的不景气，藏家的投资越来越谨慎，对公司的盈利能力造成的严重威胁，在寻找更具盈利能力的市场策略和解决方案之际，不得不裁撤员工，节约成本，已保公司的经营。



华艺国际文化艺术中心
(图片来源于华艺国际)

而苏富比也面临与 Artsy 类似的困境，公司代表证实，出现了与成本管理相关的离职。但相比 Artsy，苏富比的裁员更具针对性，不仅为了控制成本，更是旨在业务调整——大规模的裁撤了 NFT 相关的员工，其中不乏长期受雇于苏富比的老员工和苏富比元宇宙、NFT 专家等。在 NFT 技术和元宇宙这个概念刚刚抬头的阶段，不仅是科技公司，艺术机构也展现出对这个市场强烈的看好，纷纷加大对这个业务板块的投入。但是 NFT 市场的大幅度波动却给了这些机构沉重一击，这其中也包括像苏富比这样的行业巨擘。大量裁撤 NFT 板块员工，将专门的 NFT 支持功能再度整合回更大的业务中，这无疑是苏富比意图缩减这一板块的重要信号。

无论是开源还是节流，都是在困难经营中寻找解决之道，扩张更有盈利能力的业务，缩减高成本低收益的业务，尽快整合业务，降低沉没成本，是机构艰难求存的新尝试。

二、风口期：拍卖行高管转型艺术顾问

市场的阴霾不仅仅对机构的业务带来冲击，同时也直接影响着艺术市场的从业者，一些人将目光聚焦在了高端艺术资讯和洽购业务，尝试角色转型。

黄林诗韵（Patti Wong）和尤西·皮尔卡宁（Jussi Pylkkänen）陆续离任苏富比和佳士得，但是二人都计划继续深耕艺术品收藏市场，探路艺术咨询。

2023年初，艺术咨询公司Patti Wong & Associates（简称PW&A）宣布正式成立，是一家扎根亚洲的精品艺术咨询公司，由黄林诗韵及戴炜彤（Daryl Wickstrom）共同创立，致力为亚洲高端藏家提供顶尖艺术咨询服务，满足区内新旧藏家的多元化收藏需求。在佳士得效力了38年的全球总裁皮尔卡宁，也在年末离职，转型独立艺术顾问。



PW&A 联合创办人黄林诗韵（左）及戴炜彤（右）
（图片来源于 PW&A）

艺术顾问这一角色像是一个桥梁，将需求与供给链接起来，为艺术品找到理想的归宿，为资本找到有发展潜能的作品和艺术家，为藏家找到最合心意的藏品。一位优秀的艺术顾问需要拥有独特的艺术品味、广泛的艺术资源和丰富的行业经验。而顶尖的拍卖行从业人员就具备这样的扎实的专业能力和珍贵的客户资源，黄林诗韵和皮尔卡宁无疑就是这样的代表。高端艺术品本身就是优质的投资品，而这种投资属性也说明，即使是当下阴霾笼罩的高端艺术品市场，其背后仍然具有广阔的发展空间。只要资本还在，优秀的艺术品还在，那么这个市场就不会消失。这两位高管从顶尖拍卖行抽身而出，站在拍卖行以外的立场再观高端艺术市场，也为其他机构高管提供一个思路。艺术顾问和艺术咨询的助推，帮助艺术市场重新盘活资本，为艺术市场的复苏推波助澜。艺术咨询这一行业也不失为发展的新方向，也有潜力成为艺术市场的重要参与成员。

不论是机构还是从业者都在经历这场久久不去的阴霾，不论是地理和业务的拓展，还是“节衣缩食”，亦或是完美转身，人的变动都牵连出机构和行业的变化与摸索。所谓“人挪活”，人的流动不一定是资本流动的结果，也有可能带领资本流向新的方向。不论是德国、亚洲，还是艺术品金融、艺术品电商、艺术咨询，都可能成为资本新的目的地。



图 艺术旌阳“新花路放——公共艺术展”·库德尔《点石成金》

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

4

艺术消费、产业共生成为共识

Art Consumption,
Industry Symbiosis
Becomes Consensus

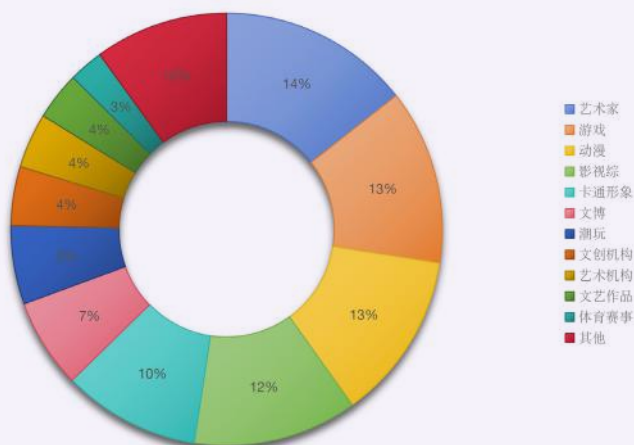
快消品与艺术品的联名一向是艺术商业的热门趋势，无论是艺术借助产业的东风还是产业凭借艺术品的光环，通过将艺术品带入快消品的语境，艺术消费成为新的时尚，艺术与商业并驾齐驱。另一方面，艺术融入街道，介入乡村，艺术加旅游成为关键词，艺术在大街小巷、城市或乡村焕发出新的活力和商业价值。

小众的艺术变成了大众的艺术，小众的创作变成了大众的创作成为明显的趋势，艺术品和艺术家进入大众社交的场合和语境，艺术品质和人文精神为布局未来产业注入持续动力。

一、艺术跨界

跨界联名依然是行之有效的商业策略，其中又可以细分为 IP 联名和品牌联名两大类。SocialBeta 发布的《2023 跨界联名营销趋势报告》指出，在 IP 联名中品牌选择“艺术家联名”占比最高。2023 年 8 月，全球授权行业的领先协会——国际授权业协会（Licensing International）正式发布《2023 全球授权市场报告》，全球授权商品和服务销售额在 2022 年突破性地达到 3408 亿美元，较 2021 年的 3155 亿美元继续稳定增长 8%，在零售、娱乐、体育等多个类别中，授权商品的全球销售额持续增长。

各类型IP在「品牌×IP」相关案例中的占比



(数据来源于“SocialBeta”2023 跨界联名营销趋势报告)

尽管受 2022 年前三季度因疫情封控以及消费大环境因素的影响，中国地区授权商品和服务销售总额为 125 亿美元，同比增长 5.2% (119 亿美元)，整体保持韧性增长，是全球第五大授权市场，也是亚洲第二大授权市场，仅次于日本。

品牌 IP 合作屡见不鲜，文旅、集市、餐饮等越来越多的项目都在尝试从 IP 借力。随着市场竞争加剧和消费者需求升级，未来商业品牌在选择 IP 上也愈发精准。当前 IP 授权产业主要面临三个主要的挑战，其一是 IP 产品品类趋于饱和，活力下降；其二是价格竞争，附加值空间缩小；其三是授权商和品牌商都希望能够通过 IP 授权真正实现一加一大于二的效果。

基于以上三个问题，目前 IP 授权行业更加关注授权产品的可塑性、设计性、转化性；关注授权过程的推广性、营销性、话题性。可塑性强的产品能与授权 IP 紧密结合得到的来自 IP 的助力也比较大，IP 本身的知名度、话题性，以及市场推广规划，此外还有品牌与 IP 调性的吻合度，拿到 IP 以后再设计，设计和广告上投入的越多，越能带来共赢的局面。营销工作也是公司提供服务的重点，倾向于直接销售转化，比如直播、返采；四是审核流程及图库素材支持。除了更关注 IP 产生的实际作用，在 IP 授权的过程中注重转化效果，强调 IP 与品牌的适配度、营销推广服务等。在授权方面从关注产品转向关注流程。

在制作产品、设计新品包装时，与品牌文化同频共振的艺术家联手，成为艺术跨界联名的重要策略。一方面，高颜值已成为市场普遍需求，和艺术家联名，不仅能以生动视觉语言讲述品牌美学故事，扩大消费场景，也能促进品牌内涵升级。另一方面，知名艺术家都有自己独特的受众，他们或拥有极佳的艺术品位，或是高净值人群，与艺术家携手能够助力品牌进一步打开消费者市场。这种跨界更加侧重于依靠消费者高频次和重复的使用与消耗，通过规模的市场量来获得利润和价值的实现快消品行业，突破了以往艺术家与奢侈品品牌、珠宝首饰等联名的局限。

以近年来关注度较高的新式茶饮与艺术家的跨界联名为例。在近乎于饱和的新式茶饮市场中对于口味的营销不再成为主要的卖点，各大品牌更加注重营销造势，打造富有个性的品牌形象，与艺术家（艺术作品）的联名成为重要的营销策略。从两方面来说，一方面联名是品牌推陈出新，吸引本品牌爱好者的新鲜感；二是吸引联名爱好者收集周边。



瑞幸咖啡联名韩美林推出新年限定周边物料

(图片来源于瑞幸咖啡微信公众号)

随着消费升级以及消费者品牌意识的崛起，IP 联名风潮日盛。IP 联名自带流量，吸引了目前中国新消费市场的主力军——Z 世代的偏爱与关注。众多品牌选择与 IP 授权合作，为产品带来更多的话题和曝光度，提升品牌宣传效应与品牌价值。

二、艺术乡建

聚焦当下最热门的艺术赋能乡村与文旅消费，文旅融合已成为传统乡村振兴发展的新趋势，文化振兴是乡村振兴的灵魂，文化艺术介入是手段。两会期间，十四届全国政协委员、中央美术学院院长林茂提交了“关于推动美术与现代化产业体系相融合的提案”。其中提到：用美术赋能新增长点，助力新兴产业培育壮大；用艺术品质和人文精神为布局未来产业注入持续动力；加强美术与乡村振兴、城市发展的深度融合。其中人文精神的布局、乡村振兴、新产业增长点都关照到了新时期文旅融和艺术赋能的可能性。深入挖掘乡村环境文化价值和美学价值、创新弘扬中国乡土文化以及促进传统村落可持续发展传承的重要发展方向。

艺术乡村需要在中国实现发展，在吸取各种经验的同时，也要注重本土性，不能脱离当地的特色和习俗，而是讲究乡村场景和艺术之间的融合，既达到艺术宣传的目的，也促进本土的文旅发展。山东省青州市邵庄镇山头村，利用自然优势打“民宿艺术村”，按照原始村庄的肌理和风貌，打造 46 套艺术民宿院落。四川宁海、普格两地携手构建“文化搭台+旅游唱戏”发展体系，推进德育村 6 组乡村振兴示范点农文旅融合发展，开发彝族乐器馆、非遗工坊和常态化民族音乐演出等。2023 艺术旌阳以“‘去有花开的地方’城乡生长计划”为主题，该主题在旌阳区新城乡场景下提出，以艺术疗愈为宗旨，延续了艺术疗愈公益计划“Hope Flower”对美好与希望的追求，引导参与其中的城乡居民和游人观众实现自我和他者的情感疗愈。



2023 艺术旌阳主题海报
(图片来源于青年艺术 100)

在乡村振兴的路上高校也发挥了重要的作用，以中央美术学院为例，乡村振兴项目已成为常态化项目。“乡村振兴·卓越艺行”云南省剑川县帮扶项目对口帮扶，助力当地青年创业协会发展；红色美丽村庄建设试点项目通过设计介入乡村，针对密云区古北口村的红色历史记忆进行文化旅游方面的创作与设计，结合当地第三产业发展规划，进行艺术服务定向帮扶等。

推进新型城镇化与乡村振兴协同发展，更需使得城乡之间的空间资源相互建构、流动，互为前提。通过艺术手段融合特色人文景观与自然景观是城乡富有活力的关键，促进经济效益与社会效益的双向发展，达到空间互联、新业态的发育、产业升级的目的。

三、文旅消费

在推动文化旅游发展的目标下，我国发布了《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》，聚焦文化和旅游深度融合发展，不断丰富旅游的文化内涵、提升旅游的文化品位，引导艺术节、艺术展览、文旅展会等业态健康发展。以文旅消费牵动餐饮、购物、体育等服务消费稳步增长，既可有效促进国民经济企稳回暖，也能更好满足人民生活需要。今年的政府工作报告中也提及“培育壮大新型消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点”。在对文旅消费的大力提倡之下，未来文旅项目将更加聚焦新内容、新模式，展现个性，激发公共艺术新活力。

2023 年 12 月至 2024 年 3 月，首届 798 广场艺术节于北京 798 艺术区举办。艺术冰场、潮流运动、民俗文化三大主题，结合四位当代艺术家的作品，以公共艺术为媒，以在地性为落脚点，点亮寒冷的北京冬日，为城市带来一场公共艺术盛宴。2023 三亚艺术盒子旅游文化周集结美术馆联盟单位及全市十余家旅游企业，以三亚美术馆联盟艺术联展为活动核心，打包各展馆周边旅游资源。以文化、美育为主线，观光游赏、城市休闲为辅线，打造艺术型城市文旅空间，盘活艺术机构，挖掘艺术资源。



2023 三亚艺术盒子旅游文化周
(图片来源于三亚市旅游发展局)

当前，Z世代和千禧一代已逐渐成为新兴的消费主力军，更多人对旅游的关注转向历史、文化、艺术等方面的探索 and 体验。艺术消费的意愿也更加强烈，愿意为个性化、多元化和创意化的文旅产品和服务买单。新建的苏州·湾艺术馆位于东太湖旅游度假区，把握“艺术 × 旅行，悠游远方”的概念，紧握当代青年人生活休闲体验，以自然风貌 + 现代艺术的新休闲模式，抓住了我国年轻群体的消费偏好。

四、结语

在 2023 年，艺术跨界成为一种共识也成为一种生产力，艺术家（艺术作品）与产品互相借用对方积累的品牌资产对自己的品牌调性带来新的元素。借用双方的渠道资源覆盖到更多的目标人群，在短期内引爆市场声量，引发观众。在当下的产品消费过程中，产品的消费场景成为公众普遍关注的重要环节，消费者希望能够在消费场景中获得愉悦的、个性化的消费体验。艺术家（艺术作品）的跨界联名丰富了品牌内涵，抢占用户的使用场景，进一步争夺用户的注意力。艺术跨界联名的热潮与当下的社会的文化环境与艺术氛围密不可分，艺术与产品的相互作用使得艺术逐渐融入生活方式与潮流。

艺术乡建和文旅消费反映了艺术的社会效益和经济效益协同发展的特点，乡村为空间的艺术介入从根本上看是乡村振兴认识的变化，艺术的介入带给当地居民文化认识上的革新和主人翁身份的认同，在改变乡村面貌的同时，改变村民的心态。

乡村振兴乡村的方式正在进一步发展成熟，逐渐摆脱肤浅的模式化和套路，转而从深层次的需求出发，深入和持久的进行乡村建设。旅游成为热门，文旅融合成为趋向，以文塑旅丰富文化产品的内涵，国潮国风成为年轻人的新时尚。将文化艺术融入城市的开放空间中，活化文化资源的同时更是在用公开透明的方式引导全社会保护文化遗产。



图 使用 Midjourney 制作的人工智能图像《Théâtre D'opéra Spatial》

5

**NFT 市场震荡调整，
AI 技术促进新市场秩序建立**

**NFT Market Shocks
and Adjusts, AI
Promotes the
Establishment of a New
Market Order**

NFT 艺术市场延续低迷趋势，一级和转售市场的销售额具有不同程度的缩水。国内外艺术机构和投资者在面对 NFT 市场行情的变化时多持审慎的态度进行战略收缩；围绕 NFT 艺术的法律纠纷频频浮现，释放了市场震荡的信号。随着 NFT 市场的底层逻辑愈加明晰，加之监管力度的提升，传统公司与品牌纷纷涌入市场。区块链技术的广泛应用、跨链技术的发展，与 AI 技术的结合为 NFT 市场注入了新的活力，其市场体量和价格也在一定程度上回归稳定。

此外，数字艺术领域涌现出了一系列创新性的算法和模型，AI 技术对图像的处理能力从根本上改变了艺术生态中的各个环节，尤其对艺术生产方式和艺术家身份确立等方面造成了巨大的冲击。AI 技术的革新也推动了艺术产业的数字化转型，艺术市场上的机构和个人乘着技术发展的东风加紧进行产业布局。然而市场秩序的重构无法在短期内弥合技术增长带来的制度真空，AI 技术对艺术家权益的侵害和对其生存空间的挤压等问题亟待解决。

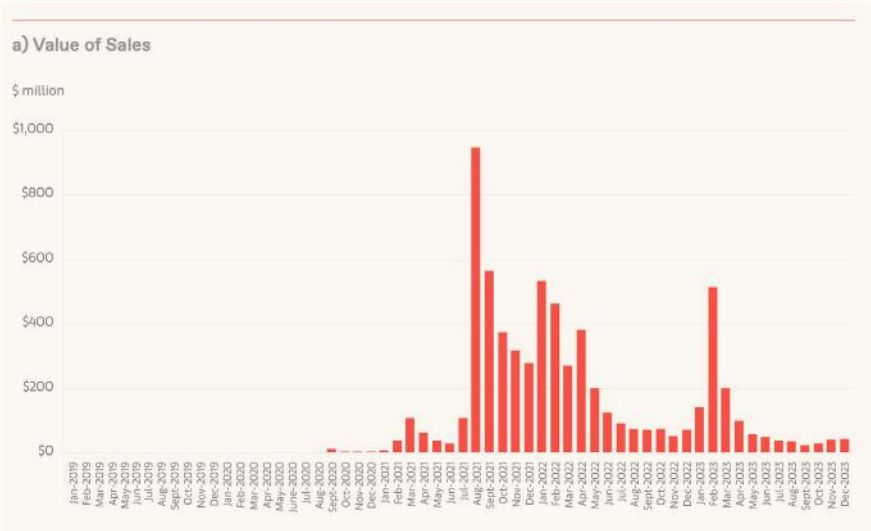
尽管市场反馈和发展趋势尚不明朗，但世界范围内鼓励科技与艺术相结合的战略方向并没有改变。国内外为了规范 NFT 和 AI 技术在艺术领域的应用出台了多项政策和发展规划，面临技术可能带来的产业变革，艺术行业须始终把握时代的脉搏，做技术发展的试验田和市场变动的风向标。

一、NFT 宏观市场：回归理性，趋于稳定

从宏观市场层面来看，根据《2024 年巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》，对于高净值藏家来说，外部线上平台的受欢迎程度大幅下降。NFT18.com 网站跟踪了以太坊 Ethereum、Polygon 和其他四个网络平台上所有 NFT 的销售数据，显示了 NFT 市场的涨落变化，这些平台的整体市场体量处在较低水平。

艺术品相关的 NFT 市场价值在 2023 年进一步下降了 51% 至 12 亿美元，在平台月活量趋于稳定的前提下，市场价格总体上回归理性。值得注意的是，在市场整体收缩的大环境下，某些关键艺术项目的价值仍在飙升，包括杰克·布彻（Jack Butcher）开放式的 NFT 系列，与其他两个项目一起，在 2023 年的第一季度将销售额抬升至 3.5 亿美元以上，然而在此之后市场进行了震荡调整，仍然保持了平稳下跌的趋势。

这一信号表明近两年内在艺术相关的 NFT 市场上占据主导地位的纯粹投机活动正在失去动力，持续低迷的市场使大多数投机性的买家停滞不前，许多人选择持有观望，而非在熊市期间亏本转售，这导致市场流动性进一步降低。



2019-2023 年艺术相关 NFT 的销售额（单位：百万美元）
（图片来源于《2024 年巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》）

二、NFT 市场主体：调整试错，价值发掘

尽管当前 NFT 艺术品市场前景不甚明朗，然而艺术市场上的机构和个人并没有放弃在这一赛道上的布局，大公司的发展动态为投资者提供了市场风向。苏富比宣布旗下“苏富比元宇宙”（Sotheby's Metaverse）的二级 NFT 市场平台正式上链以太坊和 Polygon，此举使得苏富比扩大了其 NFT 产品的范围，并实现了完整的链上点对点二级交易，标志着苏富比进一步押注数字资产领域。然而随之而来的苏富比“圣杯”拍卖会上，约 40 件 3AC 公司持有的 NFT 数字艺术品被破产清算，虽然拍卖结果超出预估价格，但仍向 NFT 市场释放了消极信号。在苏富比拍卖行工作的 NFT 专家布莱恩·贝卡菲科（Brian Beccafico）宣布将离开公司。苏富比逐步将一些专门的 NFT 支持功能整合到更大的业务板块中，这体现了随着 NFT 市场运作模式的清晰化和市场体量的收缩，大公司为了降低管理成本，逐渐将这一新兴业务划归进原有的管理结构中。此外，全球最大的 NFT 平台 OpenSea 宣布将暂停强制收取在 NFT 二次销售中创作者的版税费用，此举体现了 NFT 数字平台更新迭代的压力，面对 Blur 等平台的挑战，OpenSea 采取降低版税费用的措施以保持竞争力，

当炒作的浪潮逐渐褪去，NFT 市场运作的底层逻辑愈加清晰化，艺术家、工作室、艺术机构等市场参与者能够更加合理地挖掘艺术相关 NFT 的实用功能和市场价值。

科林·约翰逊（Colin Johnson）初创的公司自由港（Freeport）在纽约成立，计划使用 NFT 技术交易安迪·沃霍尔四幅版画作品的部分所有权，这一举措利用 NFT 技术在版权界定等方面的优势，使“出售蓝筹艺术品股份”的构想得以落地，为艺术品份额化交易的实践提供了新的途径。随后，杰克逊·波洛克工作室（Jackson Pollock Studio）和数字艺术平台 Iconic 推出了“超越边缘：杰克逊·波洛克工作室系列”（Beyond the Edge: The Jackson Pollock Studio Collection）的限量版印刷品和 NFT，125 幅作品每件售价为 0.8ETH（1500 美元），作品在数小时内售罄，共筹得 10 万美元，此举为艺术家遗产价值的合理开发提供了新的可能性。8 月 12 日，列奥纳多·达·芬奇（Leonardo da Vinci）

的作品的 NFT 形式由数字资产平台 ElmonX 与国际图像授权公司 Bridgeman Images 合作制作并发售。这并不是 Bridgeman Images 第一次同数字平台合作发售名家作品的 NFT，在市场不景气的大环境下，利用名家作品为 NFT 进行价值背书不失为一种求稳的选择。



超越边缘：杰克逊·波洛克工作室系列 "4 幅作品
(图片来源于 ICONIC)

三、NFT 法律政策：规范整顿，积极引导

近两年数字艺术品、艺术品数字版权、元宇宙等新兴市场热度不断提高，其政策合规性及相关法律法规的健全问题成为了业内关注的焦点。随着市场参与者的不断调整和试错，由市场不规范衍生出的法律纠纷也随之浮现。在版权方面，数字艺术品的相关案件备受关注。其中包括数字艺术家曼森·罗斯柴尔德(Mason Rothschild)发行的“元铂金”(MetaBirkins) NFT 侵犯著名品牌爱马仕的商标权、Ripps 和 Cahen 以其 RR/BAYC NFT 系列侵犯了 Yuga Labs 的商标并进行了域名抢注，此类纠纷的法律判定为 NFT 相关的知识产权纠纷做出了指引，为 NFT 的版权和商标保护提供了重要的法律先例。在交易过程中，数字艺术品的监管问题也考验着这一新兴市场。老牌拍卖行苏富比也被起诉涉嫌虚假宣传，投资者认为苏富比在推销 Web3 公司 Yuga Labs 的无聊猿 (Bored Ape Yacht Club, BAYC) NFT 藏品时存在误导宣传和价格操控的行为。如果该项指控属实，那就说明尽管区块链技术在理论上能保证 NFT 交易信息的透明性和可追溯性，但在相关法律法规尚未健全的市场环境下，这种隐秘的关联交易仍然可能侵害投资者的权益。全球领先的 NFT 交易平台 OpenSea 的前产品经理纳撒尼尔·查斯顿(Nathaniel Chastain)则被控进行数字资产的内幕交易，在热门 NFT 藏品上架前将其买下，再高价售出。

**传统艺术品市场的交易问题也在数字交易中逐渐暴露，
即便在以高透明度为特点的区块链交易中，艺术品市场也应
落实监管。**



美国司法部首次披露 NFT 内幕交易案
(图片来源于网络)

就目前的法律实践来看, NFT 在法律上的定性尚属模糊, 不同国家对 NFT 的态度和监管力度也不尽相同。美国监管机构和司法实践针对 NFT 所链接的不同资产的性质, 将其划分为可投资性与非投资性, 并进一步定性为数字资产或证券资产。相比之下, 目前欧盟和英国虽然尚未制定专门针对 NFT 的法律, 但也试图将其纳入现有的虚拟资产的监管框架之内。欧洲监管机构 (ESA) 通过《加密资产市场条例》(Markets in Crypto-assets, “MiCA”), 适用于欧盟境内提供加密资产服务或发行加密资产的任何人和机构。英国知识产权局发布了《实践修正通知 (PAN) 2/23》, 旨在向申请人告知知识产权局对元宇宙中的 NFT、虚拟商品和服务所采取的商标分类方式。当前国内政策不支持对 NFT 的金融化, 并禁止将虚拟货币作为结算工具, 更加偏向 NFT 在推动文化产业数字化方面的作用。《艺术品市场法治发展年度报告 (2022)》对市场总体趋势和热点、国内外艺术品市场政策法规动态及市场典型案例进行了详细梳理, 其中覆盖了包括国内外 NFT 市场合规变化的内容。同月, 浙江省杭州市中级人民法院审结的“全国首例 NFT 数字作品著作权纠纷案”维持了一审判决, 而值得注意的是, 一审和二审法院在 NFT 数字藏品的购买者是享有物权还是财产权的判断方面存在分歧, 由此可见目前我国关于 NFT 相关的法律属性的界定尚不清晰, 还有待进一步的法律实践为未来的政策制定指明方向。

可以看到各国对 NFT 的政策思路都是基于其本质特征和功能用途来进行价值判断和分类,而不是笼统地将所有 NFT 视为同一种法律对象。这样做既可以对 NFT 市场的创新和发展形成积极引导,又可以防范 NFT 市场的风险,规范不良行为,实现监管目标 and 市场收益的平衡。

四、AI 宏观市场：技术革新，驱动市场新生态

ChatGPT 的推出无疑为市场注入了一股强大的活力，引领了新一轮的人工智能热潮。活跃的开源环境和多模态模型一同推动了 AI 研究的进步，2024 年的人工智能发展趋势无疑将延续热潮，并在多个方面实现新的突破。人工智能步入模型驱动的新纪元，大型模型为内容供给开创了全新范式。人工智能与产业元宇宙融合发展，展现出广阔的应用前景。AI 技术和 Web3 的融合也在改变数字艺术和 NFT，为创作者带来新的可能性，改变数字资产的交互方式，并塑造数字艺术创作的未来。2024 年 2 月 16 日，OpenAI 推出的人工智能模型 Sora 震撼全球，继文本、图像之后，Sora 在理解自然语言的基础上创建了更复杂的视频内容，将人工智能技术从静态到动态、从平面到多维地进阶到难度更大的视频领域。



Sora 生成视频截图
(图像来源于 OpenAI 官网)

AI 艺术生成平台的数量远远超过追踪范围，越来越多的艺术家选择使用人工智能工具进行艺术作品的创作。

数字艺术领域涌现出了一系列创新性的算法和模型，AI 技术对图像的处理能力从根本上改变了艺术生态中的各个环节，尤其对艺术生产方式和艺术家身份确立等方面造成了巨大的冲击，艺术品智能生成的技术逻辑成为市场关注的重点。Stability AI、Midjourney 等图像 AI 工具均受到艺术家起诉，称其作品在未被同意的情况下被抓取使用。在这样充满争议的艺术产业转型时期，艺术市场上的机构和个人正乘着技术发展的东风加紧进行产业布局。

芝加哥大学教授赵燕斌 (Ben Zhao) 等人研究出数据投毒工具: Nightshade, 通过此工具可以使艺术家在上传作品时添加不可见像素, 而 AI 一旦抓取到这些像素, 就会“中毒”产生逻辑崩溃, 或者无法分辨指令中所提到的艺术流派, 生成错误图像。这种通过破坏训练数据来攻击 AI 模型的做法, 成为艺术家反击侵犯版权的有力武器。与此同时, AI 的用途已延伸到艺术史、艺术作品鉴定的领域。2024 年 1 月, 数学家兼计算机科学家哈桑·乌盖尔及其研究团队利用分析发现拉斐尔经典作品《玫瑰圣母》或有代笔, 虽然这一鉴定结果受到争议, 但 AI 也有可能成为未来文物艺术品科学鉴定的手段之一。



AI 工具 Nightshade
(图像来源于 MIT Technology Review)

五、AI 法律政策：出台新规、制定标准

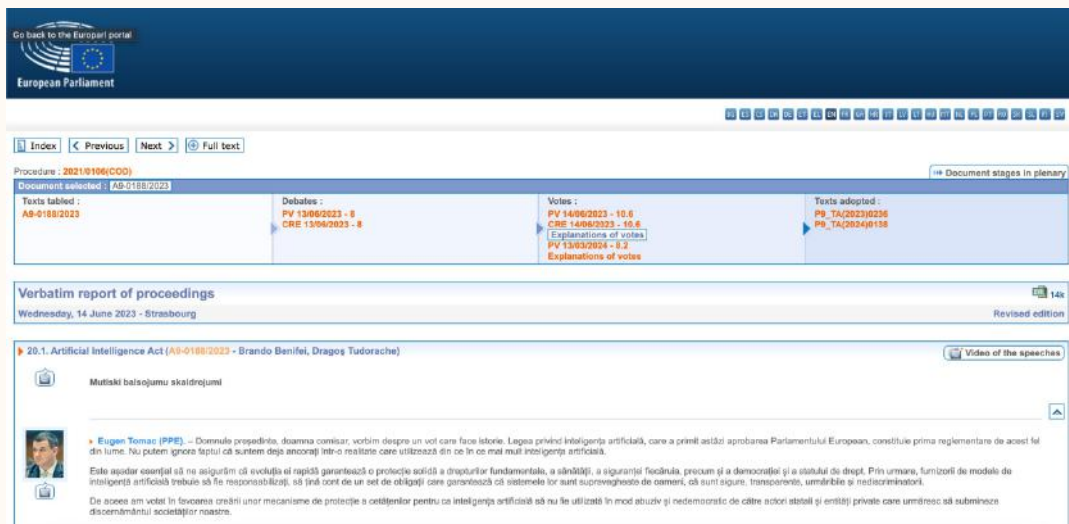
由于 AI 技术的复杂性和创新性，现有的法律体系还难以完全适应新兴市场的需求，从而迎来了许多挑战。AI 技术的快速发展引发了关于数据隐私和保护、版权和知识产权问题、就业和劳动力市场、技术误用和滥用的关注，对传统的合理使用制度提出了挑战。缺少相关的法律约束，从业者的利益受到损害，如何维护从业者们的权益、普通人隐私保护等问题亟待解决。

人类又站在了选择的十字路口，技术迅速地跑在了所有人的面前。各国对人工智能治理紧迫性的认识在深化，都陆续出台了一些 AI 相关的法律，但大多止步于单一条例。

我国于 2023 年 7 月发布《生成式人工智能管理暂行办法》，国家采取有效措施鼓励生成式人工智能创新发展，对生成式人工智能服务实行包容审慎和分类分级监管。

2023 年 10 月，国内首个专门面向生成式人工智能安全领域的规范意见稿——《生成式人工智能服务安全基本要求》（征求意见稿）发布，给出包括语料安全在内的生成式人工智能服务在安全方面的基本要求。这既是促进生成式人工智能健康发展的重要要求，也是防范生成式人工智能服务风险的现实需要。

2024 年 3 月 13 日首部 AI 法出台，欧洲议会通过了《人工智能法》，以确保这项强大的新技术能够造福所有国家、尊重人权，并且是“安全的、可靠的和值得信赖的”。欧盟的《人工智能法》被认为是目前全球最全面的监管框架，但它的通过同时引发了公司和监管机构的担忧：一方面，部分公司认为这项法案可能过于严格，担心会限制技术创新和商业发展；另一方面，一些立法者认为其未能全面应对 AI 带来的挑战与风险。但可以肯定的是，《人工智能法》将成为全球人工智能监管的一个重要里程碑，并可能为其他国家效仿对 AI 的监管铺平道路。



《人工智能法》议事程序记录截图
(图像来源于 European Parliament 官网)

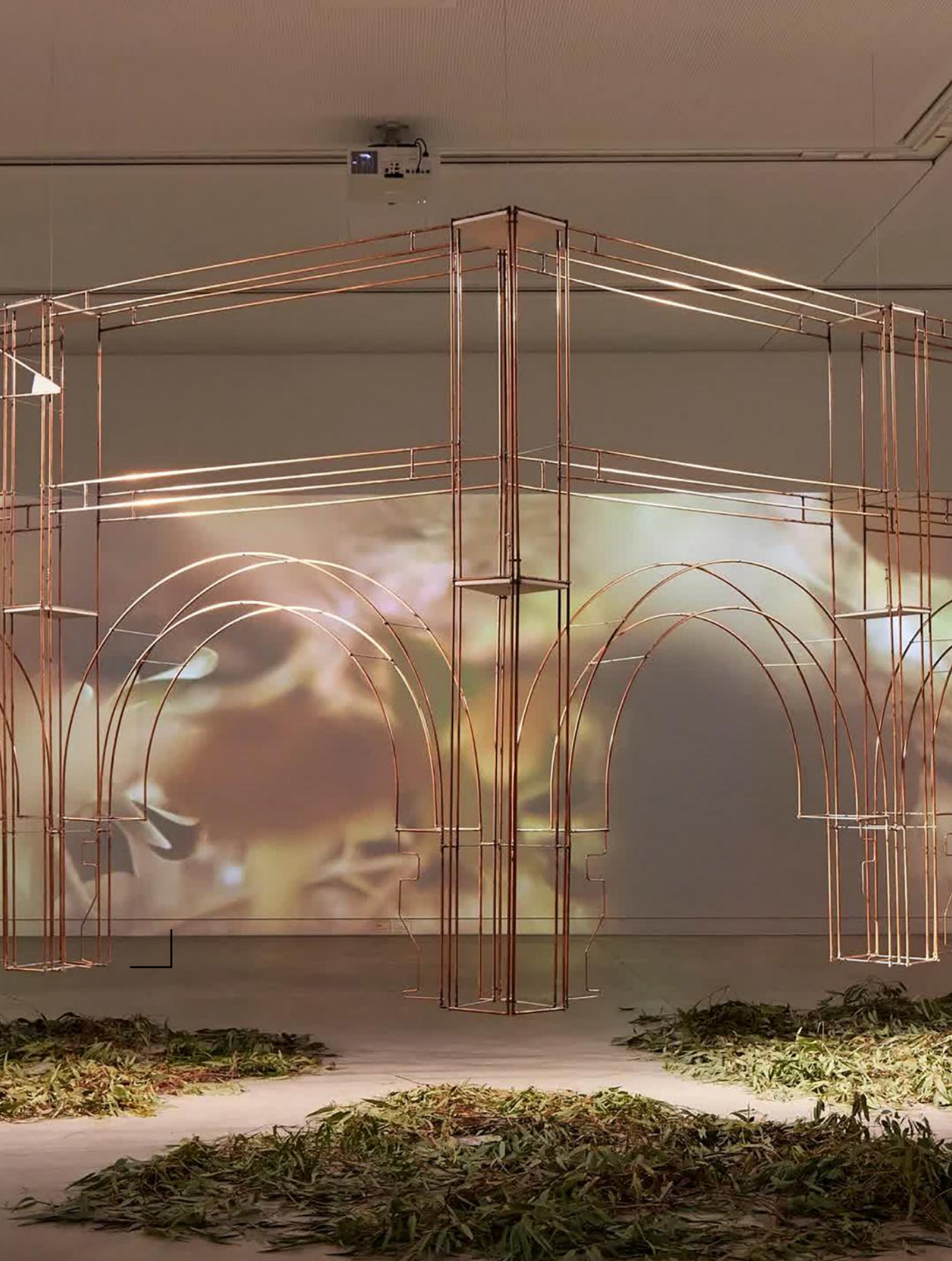


图 2024 第 60 届威尼斯双年展·澳大利亚馆·金狮奖最佳国家馆

6

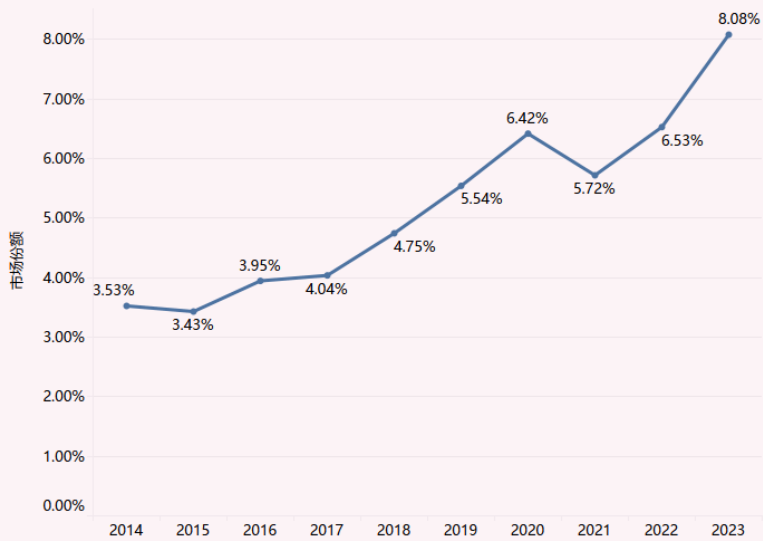
艺术市场中的性别、族裔和身份
成为渐强之声

Gender, Ethnicity, and
Identity as Growing
Forces in the Art Market

从国际领域到中国本土市场，全球艺术市场仍在寻求文化多样性和平等，艺术市场对女性艺术家、黑人艺术家和少数族裔、原住民艺术家等相对边缘化的群体的关注度也不断增加，市场表现亮眼。

一、性别：艺术市场中的“她”力量

女性艺术家在全球艺术市场上备受关注。2024 年 3 月，ArtPro 推出了新一版《全球女性艺术家市场报告》，其中深入研究了过去十年间（2014-2023 年）全球女性艺术家的整体市场表现，观察了全球在世前 100 位女性艺术家的年度市场变化，并特别聚焦于中国女性艺术家的发展情况。



2014-2023 年全球女性艺术家市场份额

从所公开的数据来看，女性艺术家市场于 2023 年在全球艺术品市场数据回落的背景下逆势增长，总成交额 11.42 亿美元，占据全球市场份额 8.08%，增长幅度超过一倍，达十年来峰值。

具有全球范围知名度和影响力的女性艺术家的作品在拍卖市场上获得了较之以往更好的热度。报告数据显示, 2023 年, 女性艺术家高端市场的艺术品成交量和成交总额都实现了显著的增长, 超过 1000 万美元的拍品数量共 11 件、成交总额达 2.03 亿美元, 同比增长 60%。2023 年 5 月, 路易斯·布尔乔亚 (Louise Bourgeois) 的《蜘蛛》(Spider) 于纽约苏富比以 3280.45 万美元成交, 刷新女性艺术家雕塑作品成交记录, 成为拍卖史上第三高之女性艺术家作品。诸多艺术家, 如琼·米切尔 (Joan Mitchell)、卡洛琳·沃克 (Caroline Walker) 等也纷纷创下个人新高。

而全球在世女性艺术家榜单中, 草间弥生 (Yayoi Kusama) 连续十年居首。2023 年, 她所上拍的 497 件作品成交总额达到 1.73 亿美元, 同比增长了 18%, 反映了以亚洲为代表的地区艺术市场对这位当代艺术标志性艺术家的高度认可。2023 年前 1-10 位在世女性艺术家整体上拍量 738 件、成交总额 3.3 亿美元, 同比 2022 年上拍量增加了 32%、成交总额减少了 43%。这一数据不难推断出她们的作品在二级市场上拍卖质量的增加, 或许也说明了艺术市场和收藏家对她们作品评价的走高。

2023在世TOP10女艺术家			2022在世TOP10女艺术家		
艺术家	生年	成交总额usd	艺术家	生年	成交总额usd
草间弥生	1929	173,222,126	草间弥生	1929	147,307,979
塞西丽·布朗	1969	46,671,789	塞西丽·布朗	1969	32,903,709
茱丽·米若图	1970	26,052,105	莎拉·休斯	1981	28,371,524
珍妮·萨维尔	1970	20,431,068	布丽奇·莱利	1931	26,545,453
玛琳·杜马斯	1953	14,351,680	六角彩子	1982	20,215,728
贾德·法多朱蒂米	1993	12,170,557	艾美瑞·辛格	1987	16,113,958
卡罗琳·沃克	1982	9,957,417	弗洛拉·尤赫诺维奇	1990	14,552,503
伊莉莎白·佩顿	1965	9,621,847	玛丽亚·贝里奥	1982	13,232,620
利内特·艾亚多姆-博普	1977	9,244,155	茱丽·米若图	1970	11,776,244
洛伊·霍洛韦尔	1983	8,522,407	克里斯蒂娜·夸尔斯	1985	11,346,350

2022-2023 年 TOP1-10 在世女性艺术家榜单

(图片来源于 ArtPro)

此外，纽约苏富比于 2023 年 11 月推出的艾米莉·费雪·兰多（Emily Fisher Landau）珍藏晚拍斩获佳绩，成交总额逾 4.06 亿美元，成交率 100%，成为史上最贵女收藏家拍卖专场。女性收藏家对艺术市场的贡献令人瞩目。

在艺术博览会和美术馆、画廊的展览中，女性艺术家的能见度和活跃度同样显著提升。诸多重要艺术机构在重新发现女性艺术家价值的同时，也关注全球范围内女性艺术家所面临的问题和情境，呈现不同代际的女性艺术家创作。泰特不列颠美术馆（Tate Britain）十年来首次重新布置藏品展陈，将女性艺术家作为新的叙事中心，反映了女性在艺术界所受关注的增加，并有助于激发更多女性创作者的创造力。伦敦白教堂美术馆（Whitechapel Gallery）推出展览“行动、姿态、绘画：1940-70 年女性艺术家和抽象主义的全球叙事”（Action, Gesture, Paint: A Global Story of Women and Abstraction 1940-70），将二战后女性艺术家称为“被忽视的一代人”。

以女性艺术为主题的展览较之以往更频繁地出现在大众视野，曾被艺术史低估或边缘化地的女性艺术家重新走入全球艺术生态叙事的视野之下，这对于一个长期以男性为中心的艺术市场来说，象征着更丰富多元的改变。

二、族裔：持续扩散的“黑色热潮”

随着后殖民理论的兴起和美国近年来掀起的种族平权活动的推进，欧美主导的艺术市场中涌起“非裔热”并显著升温，主流艺术市场中以种族议题为背景的艺术家和艺术作品尤其受到关注，非裔或非洲艺术家似乎不再寂寥无声。

全球重要艺术机构和艺术活动纷纷对热点议题做出反馈。本年度，第12届利物浦双年展中多数作品即由非裔、亚裔和印第安土著艺术家创作，以回应展览主题背后的奴隶贸易和殖民主义议题；第18届威尼斯建筑双年展中，不仅策展人莱斯利·洛克 (Lesley Lokko) 为第一位领导该活动的黑人建筑师，参与者中更有超过半数为非裔或非洲艺术家。

一级市场上，国际性顶尖画廊纷纷签约非裔或非洲艺术家，例如高古轩代理德里克·亚当斯 (Derrick Adams)，里森代理奥托邦戈·恩坎加 (Otobong Nkanga)，豪瑟沃斯代理芭芭拉·蔡斯-吕布 (Barbara Chase-Riboud)、索尼娅·博伊斯 (Sonia Boyce) 并联合代理温弗雷德·伦伯特 (Winfred Rembert) 艺术资产。随着黑人艺术家与国际顶尖画廊的合作不断展开，这给藏家们带来了良好的市场信号，这些艺术家的身价得以上涨。艺博会上，非裔或非洲艺术家也逐渐被重新纳入聚光灯下。数据显示，非洲本土最大的当代艺术博览会——开普敦艺术博览会，即聚集了来自世界各地的106家顶尖画廊，参展商交易额达1.8亿兰特，成为新的区域艺术市场热点。2023年香港巴塞尔艺术展的177家参展画廊中，非洲画廊及非洲艺术家的作品存在感也比以往更高。

二级市场同样涌现出许多成绩亮眼的非裔或非洲艺术家。其中最受瞩目的是非裔美国艺术家让·米歇尔·巴斯奎特 (Jean-Michel Basquiat)。他的画作《黑人历史(尼罗河)》(Espectaculo - The Nile) 强势领衔2023年5月佳士得纽约“二十一世纪艺术晚拍”，成交额达6710万美元，占拍卖期间9,820万美元总成交额的三分之二以上，成为艺术家拍卖第四高价，跻身本年度顶级艺术品前列。他的另一幅作品《《反派自画像 ii》(self-portrait as a heel (part two)) 11月在纽约苏富比则以4200万美元成交。西蒙娜·李 (Simone Leigh)、马克·布拉德福德 (Mark Bradford)、艾尔·安纳祖 (El Anatsui)、

勒内特·亚多姆-博克耶 (Lynette Yiadom-Boakye)、拉希德·约翰逊 (Rashid Johnson) 等非裔艺术家也纷纷在重要拍场取得喜人佳绩。



让·米歇尔·巴斯奎特《黑人历史（尼罗河）》
(图片来源于佳士得)

三、身份：原住民艺术受到关注

同时，相较于此前，全球艺术品市场也表现出对边缘群体更明确的关怀，原住民艺术家、酷儿艺术家等此前一度被忽视的少数群体热度持续跃升。标志性的艺术活动是 2024 年第 60 届威尼斯双年展，主题为“处处是外人”（Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere），尤其关注边缘艺术家、酷儿艺术家、移民艺术家等主体，探索全球化视野下的离散、认同与危机。策展人阿德里亚诺·佩德罗萨（Adriano Pedrosa）来自巴西，这也是威尼斯双年展 128 年历史以来首次由来自拉丁美洲国家的策展人主持。或许可以发现，从 2015 年奥奎·恩威佐（Okwui Enwezor）作为首位该展非洲裔策展人起，至 2022 年塞西莉亚·阿莱玛尼（Cecilia Alemani）对于女性的关注，再到此次“处处是外人”的主题和第一位来自南半球的策展人，无疑象征着对主导权固化趋向的纠偏。这将很大程度上为全球艺术生态带来新的亮点，填补在原先以欧美为中心的语境下所形成的关联、矛盾与空白。

如同对女性、非裔艺术家等少数群体的关注一般，此前无论是在欧美、大洋洲还是亚洲，原住民群体的声音都被或多或少地压抑，现在似乎成为了新的市场风口。杰弗里·吉布森（Jeffrey Gibson）被选为第一位代表美国参加威尼斯双年展的原住民艺术家。纽约军械库艺术展于 2023 年 9 月举办，其中，原住民艺术家不仅在“聚焦”单元中获得突破性的集中展示，在“画廊”板块也亮点重重，柯芮斯画廊、Tandem Press、CLEARING、布鲁斯·西尔弗斯坦画廊等纷纷以原住民艺术作为推介重点。来自一级市场的关注对于拍卖行来说是个良好的讯号。此后，富艺斯于 2023 年 10 月即宣布将于次年年初推出聚焦当代美洲原住民艺术作品的展售会，也说明了富艺斯对原住民艺术之于纽约市场的信心。

本土市场同样为这一趋势推波助澜。2023 年初，澳大利亚政府公布了新的文化政策“复兴”，以振兴疫情后的艺术行业，重点关注原住民艺术家和艺术作品。2023 年 8 月，达尔文原住民艺术博览会（DAAF）共有 78 个艺术机构参展以推介来自澳大利亚各地的超 1600 名艺术家，共计创造了近 3 万人参观的流量，带来达 440 万美元的销售额收益。此类艺博会的出现将当地最负盛名、最具活力的原住民艺术

家和设计师带到国家及全球舞台上，直接带动了他们的市场声誉和影响力提升。



2023 年达尔文原住民艺术博览会现场
(图片来源于 DAAF 官网)

四、结语：多元叙事还是市场逐浪？

全球艺术市场中性别、族裔和身份议题的升温，其原因是多方面且多层次的。无疑，对于边缘群体的关注正使全球艺术市场变得更加多元，也更加包容。一二级市场在种族、性别、身份等的话题上作出回应，传递出某种乐观的市场信心，这些曾经或仍处于边缘群体的艺术家们在全球艺术市场上逐渐拥有更多认同和机会，发出渐强之声。

但是，一方面，在市场的逐利性特质之下，这些由画廊与拍卖行主导的边缘艺术群体作品价格一路上升，或许仍存在着投机的因素。即这些（尤其是活跃于欧美市场的）边缘艺术家作品价格在性别主义、身份政治等环境风向的簇拥下走高，凭借可能的投资空间，吸引市场投机，作为备受关注的价值洼地而受到市场进一步追捧。

另一方面，或许这些“可观”的改变也恰恰说明此前全球艺术市场中边缘艺术家的角色存在着如此严重的缺位。例如，女性艺术品市场所占的全球 8.08% 份额虽然比之十年前有着较大的增长幅度，但在持以乐观态度的同时，需要注意到该变化实际上仍然并未撼动传统意义上男性于艺术市场上的绝对中心地位，女性艺术家依然面临着性别平等的焦虑。黑人艺术家、原住民艺术家等边缘群体也正经历同样的困境，未来还存在较大的发展空间。



图 迪拜艺术博览会 (Art Dubai)

7

边缘市场持续影响全球艺术市场格局

**Fringe Markets
Continue to Influence
the Global Art Market
Landscape**

作为经济与文化的交汇领域，艺术市场中的“全球化”被重点提及。艺术世界更加关注文化间性、文化多样性、文化平等与跨文明对话。“新兴国家”在这一进程中至关重要，来自这些国家的在地经验将为现有全球化框架提供更丰富的内容。

曾经被认为是边缘或半边缘、在主导叙事中被边缘化的国家和地区，代表了在地理、文化和政治意义上的某种现实。全球艺术市场的格局发生了重大变化，新的区域市场不断涌现，挑战着西欧和北美的传统主导地位。

一、议题：危机与联结

国际艺术界正持续重建互动与发展,世界各地迎来双、三年展及艺术节的活跃与回归,艺术品交易、人才流动、设施兴建、国际活动意味着全球艺术生态的蓬勃发展态势。国际重要展会的议题,不仅寓示着社会和文化层面的国际性关注点,也是全球艺术市场格局变动的表露与外显,边缘区域的发声不再淹没于主流之中。



第 35 届圣保罗双年展“不可能的编舞”展览现场，2023 年
(图片来源于圣保罗双年展)

对技术演变、经济动荡、政治冲突的关注，串联了人类对问题与危机的重申与探讨、对历史的反思和对宇宙、自然、地球生活与未来发展可能性的想象。生态、后殖民、种族等议题从边缘逐渐进入中心舞台，经由全球性的视角的关联与观察，通过历史性的框架被探讨。

第18届威尼斯建筑双年展和沙迦双年展关注去殖民化、去碳化、经济动荡、人工智能崛起；历经山火与洪水的南加州沙漠中，Desert X国际艺术展探讨极端环境、气候变化及其社会适应；圣保罗双年展迎来迄今为止最多元化的一届，90%以上的艺术家都是非白人，关注全球的离散群体与原住民，并“围绕对政治制度的重新构想，引发批判性对话”；第14届光州双年展将我们共同的星球想象成一个抵抗、共存、团结和关爱的场所；第14届上海双年展展览容纳了各式未来主义(futurisms)，想象与宇宙的新关系以颠覆地球上现有的社会关系。融合非裔流散文化与技术幻想的非洲未来主义(Afrofuturism)也是近年的新热点，为人类提供了展望未来流动与共生状态的新视角。

从西欧、北美到拉丁美洲、非洲、东亚，在全球性的政治、经济、环境危机背景下，蔓延的社会情绪需要文化、艺术的积极回应，对过去和未来、中心和边缘、主流和非主流的关切背后，是艺术世界多元格局的嬗变与思潮涌动。



坎努帕·汉斯卡·鲁格 (Cannupa Hanska Luger) ,
《未来祖先技术：长久幸存》 (Future Ancestral Technologies: New Myth) , 2021 年
(图片来源于上海双年展)

二、生态：搭建与完善

近年来，海湾地区的艺术与文化发展如火如荼，可谓全球艺术市场边缘板块中，具备发展基础和完善动力、升值势头迅猛的代表性地区之一。

沙特阿拉伯在吉达推出了首届伊斯兰艺术双年展 (Islamic Arts Biennale)，其主办方迪里耶双年展基金会 (Diriyah Biennale Foundation) 曾在 2021 年开启沙特的首个当代艺术双年展——迪里耶双年展 (Diriyah Contemporary art biennale)。2022 年因世界杯广受关注的卡塔尔曾一度是全球现当代艺术最大的买家。2010 年开馆的阿拉伯现代艺术博物馆 (Mathaf) 与 2019 年开馆的卡塔尔国家博物馆 (NMoQ) 是其首都多哈的艺术双璧。2017 年开馆的阿布扎比卢浮宫已成为萨迪亚特岛上的文化地标，与之毗邻的阿布扎比古根海姆美术馆 (Guggenheim Abu Dhabi) 和扎耶德国家博物馆 (Zayed National Museum) 正在兴建。2007 年创立的迪拜艺博会 (Art Dubai) 与阿萨卡大道 (Alserkal Avenue) 的画廊区推动着当地艺术市场的繁荣。2018 年开馆的贾米尔艺术中心 (Jameel Arts Center) 致力呈现中东、南亚乃至全球当代艺术的活跃面貌。2022 年开馆的未来博物馆 (Museum of the Future) 则以近乎科幻的前沿科技预示人类可能的未来。



迪拜阿尔塞卡尔大道 (Alserkal Avenue)
(图片来源于迪拜艺术博览会 Art Dubai 官网)

另一方面，阿联酋的艺术市场发展集中于三大城市，地区辐射力度和国际影响力还有较大发展空间；虽然其艺术生态较为齐全，但是由于发展时间短，且是在西方体制的深刻影响下建立当代艺术体系，因此想要在世界艺术生态中建立稳固的话语权，不仅需要持续的经济支撑，还需要历史和文化的积淀、输出。艺术市场的发展，取决于国家和地区在全球范围内的经济影响力和抗压能力。

三、推手：枢纽与野心

与艺术世界的本土化趋势相呼应，近年来，曾经位于话语权低位的亚洲、中东和南半球国家和地区艺术品市场出现了明显的积极变化，例如中国内地、香港、台湾、葡萄牙、巴西、迪拜、新加坡等，促进了在地艺术市场发展及其研究。

迪拜、新加坡和香港等地区已成为新型艺术市场基础设施的主要建设地，全球拍卖行、雄心勃勃的新博物馆，以及博览会和双年展等大型地区和国际艺术活动层出不穷。部分非中心艺术市场独具发展势头，同时不同地区之间也在不断的建立新的联系。从本土和全球的视角同时观察正在出现的转型，全球艺术市场新兴枢纽的野心与成长初现端倪。



第二届 ART SG 新加坡艺博会现场
(图片来源于 ART SG 新加坡艺博会)

亚洲地区，香港、上海、首尔、新加坡、东京等多个新生亚洲艺博会成为新的焦点，亚洲艺术实力正蔓延壮大。《2023 年巴塞尔艺术展与瑞银集团环球收藏调查报告》显示，亚洲地区高净值人群的占比已超越

欧洲，成为仅次于美国的第二大财富中心。世界边缘市场当中，迪拜、香港、首尔向具备形成艺术品交易中心的背景、动力以及机制靠近，藏家的购买力和基础设施建设都在为一个新的艺术市场中心的形成铺陈实力。

2023年，首届新加坡艺博会(ART SG)由瑞银集团和The Art Assembly合作举办，规模庞大，2024年第二届新加坡艺博会标志着亚洲艺坛的再次演进。新加坡的重要地位不仅体现在地缘政治及地缘经济层面，作为亚洲的科技与生物科技中心，未来经济发展具备高预期。根据投资移民咨询公司Henley&Partners的数据显示，2022年，新加坡成为世界第五富裕的城市、亚洲第二富裕城市，仅次于日本东京，艺术经济潜力无限。

2023年香港巴塞尔艺术展恢复自2019年以来的最大规模，活跃在东南亚的艺术群体和艺术家、中国南方和全球新兴的华人艺术家以及被重新发掘的韩国、日本的艺术先驱成为香港艺术景观的重要组成部分。香港作为亚洲与整个亚太地区的关键战略文化中心，与粤港澳大湾区各政府、学术和艺文机构联动，与亚洲周边区域及欧美亦存在良好的互动和贸易关系。



2024 巴塞尔艺术展香港展会现场
(图片来源于巴塞尔艺术展)

中国香港具有丰富的艺术生态、国际化的市场、政府的支持以及与中国内地这一强大经济体紧密联系，形成了从一级市场的画廊到二级市场到艺博会完整生态，市场化的机构和非营利性机构相互促进，相互融合，相得益彰。新加坡政府非常重视文化艺术建设和艺术市场的发展，但仍存在市场需求不足、配套机构缺乏、关税增长等不利的艺术生态限制，其中心市场的形成仍需要多重因素的长期作用和助推。

在中东地区，阿联酋迪拜、沙迦和阿布扎比三个城市艺术生态的迅速发展及其国际影响力的增长不容小觑。2023 年迪拜艺博会扩大的教育和思想领导力计划使其成为迄今为止最大、最全面的博览会，今年大量的参展方和艺术项目仍然来自全球南方，这凸显了人们对收集非西方艺术的兴趣和胃口的增加，艺术界传统中心之外的画廊场景的加强，以及迪拜艺术作为国际收藏中代表性不足的地区平台所发挥的作用。沙迦艺术基金会创始人暨总监、沙迦酋长国公主胡尔·卡西米（Hoor Al Qasimi）担任本届艺博会的策展人，其对策划一场“多中心”、“复调”的双年展的期望，与 Art Dubai 致力于使沙迦成为在西方中心话语之外“后殖民星群”的知识生产与思想交流的中心方向一致。

全球南方地区，葡萄牙艺术市场的转型也展现出对国际市场和影响力的野心。近年来葡萄牙画廊频繁参与国际艺博会，提高声望，从而推广艺术家和作品、吸引藏家关注。里斯本艺博会（ARCO Lisboa）、艺术和古董博览会（Arte & Antiguidades）的举办逐渐加大了国际画廊的参与比例，艺术中心和边缘市场之间的艺术对话不断增加。

作为各地艺术市场发展背后的推手，政府、赞助方、合作关系、国际互动产生重要作用。

艺术市场发展和交易中心的建立需要具备交通、城市文化、人群消费能力、资源吸纳能力、综合性以及开放度方面的优势和活跃性。尽管全球化和文化

平等趋势在艺术前沿不断被讨论和追求，地区性艺术市场很大程度上仍然受到政治权力、文化政策的限制和约束，本土经济发展和人才吸引力亦息息相关。



2023 迪拜艺术博览会

图片来源于 ARTMAJEUR

从公开数据和学术成果中，我们逐步构筑出一个错综复杂而又欣欣向荣的全球艺术网络。区域艺术市场在塑造全球审美价值的同时，也推动着艺术生态的蓬勃发展。随着艺术博览会作为艺术市场平台的不断发展和拓张，对其未来的发展前景，我们感到兴奋和期待。

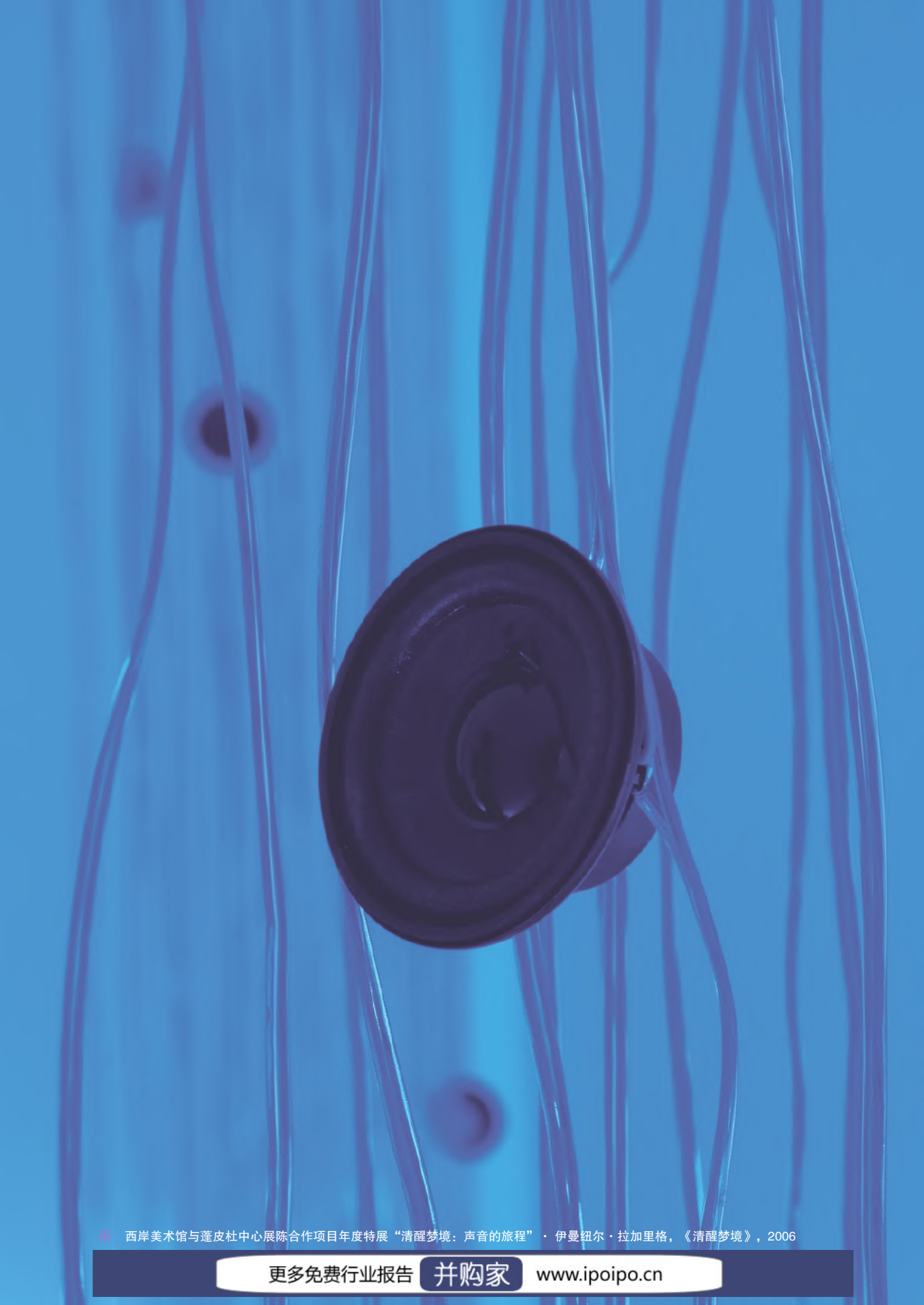


图 西岸美术馆与蓬皮杜中心展陈合作项目年度特展“清醒梦境：声音的旅程”·伊曼纽尔·拉加里格，《清醒梦境》，2006

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

8

后疫情时代下国际艺术品交流
合作与纷争共存

International Art
Exchange Cooperation
and Strife in the
Post-Pandemic Era

随着国际间的旅行与贸易逐渐复苏，艺术品市场内部的沟通、跨境贸易、国际交流都有所增加，“无形的手”也助推着艺术品进出口发展加速，相关制度更加规范。在交流恢复的同时，国际上关于文物归还与保护等问题频频出现争议，在广泛的交流与合作之外仍有矛盾和阻碍。

一、国际艺术品交易成绩亮眼

艺术品销售发生在一个日益多样化的全球市场，跨境贸易将世界各地的买家和卖家联系在一起，而国际间交流沟通是否顺畅对艺术品进出口具有重大影响。据《2023 年环球艺术收藏调查报告》分析，艺术品跨境流动保持了持续增长，国际艺术交流的各大展会恢复，艺术品市场中的跨境贸易与进出口反弹，全球销售不断扩散。数据表明，艺术品的交易仍然活跃，尤其是强劲资金正流入主要市场。

首次以“全球艺场·艺术上海”为主题的第五届上海国际艺术品交易周举办了包括 100 余场展览交易、30 余场艺术拍卖，货值超过 100 亿元。交易周期间，海外参展画廊超过 50%，创历史新高。ART021 开幕当天即有几十家画廊售出了 90% 的作品，四天展期，总成交额高达 12 亿到 14 亿元。一系列政策的推出使得上海艺术市场的链条更加完整，贸易不断便利化，市场蓬勃发展。同时，“5 件免税”政策的执行，促进了进博会文物艺术品交易量的逐年攀升。今年的进博会上，最终有 17 家境外展商的 59 件文物艺术品达成了购买意向，总成交额超过 5 亿元。上海还有自贸区发展十年来一系列先行先试的制度优势，从 2013 年至今，上海自贸区年文化贸易额已由最初的 5 亿元增长至 350 亿元；单年总件数也从 2013 年的不到百件发展至 2022 年的 6320 件（套）。交易周的活跃同时大大拉动了上海本地消费需求，拓展了艺术交易周的溢出效应。如今，上海国际艺术品交易周已成为继纽约、伦敦、巴黎等全球艺术品交易排期的重要节点，成功跨越百亿级交易规模，凸显着上海作为国内国际双循环战略链接的城市功能。

此外, 艺术品跨境交易的重新活跃也为国内艺术品产业的发展提供了机会。因艺术从业者、藏家等整个行业及群体的发展和壮大, 艺术品交易需求的增加, 深圳国际艺术品拍卖中心也在深圳当代艺术馆挂牌运营。成为深圳首个综合性的艺术品全产业链服务与交易场所, 通过提供专业化、一站式艺术品交易服务, 打造艺术品市场主体培育、交易机制完善、交易管理与服务、国内外行业交流的综合平台, 聚集国内外优质艺术品资源, 加快建设适用国际通用规则的艺术品拍卖中心, 推动深圳艺术品产业发展。

二、国际交流展热度攀升

国际间往来沟通的恢复使得国内各大美术馆与博物馆的国际交流展质量和数量都呈上升趋势。其中既有点对点直接引入的大量优秀特展，也包含强调不同文化背景之间差异和共鸣的中外对话展，中法两国间的交流与合作尤为突出。第 17 届中法文化之春开幕式在红砖美术馆举行，法兰西共和国总统埃马纽埃尔·马克龙 (Emmanuel Macron) 亲临现场为活动揭幕，并参观中法文化之春开幕展 “趣时” (Bon moment)。此后，“中法文化之春”在国内 20 多座城市开展了超过 65 个项目，反响不俗。《中华人民共和国国家文物局局长和法兰西共和国文化部长 2023-2025 年文化遗产领域合作路线图》、《中华人民共和国和法兰西共和国联合声明》的发布继续强调重启中法人文交流，支持两国合作举办文化、艺术、数字等交流项目，为两国全方位开展艺术领域深度合作开辟全新局面。

上海西岸美术馆与法国乔治蓬皮杜国家艺术文化中心达成新一轮五年展陈合作关系 (2024-2029)。2024 年将迎来中法建交 60 周年，同时也是中法文化旅游年，这些项目将继续强化中法文化交流纽带，在合作中稳步升级运营模式和专业度，深入探索两国文化生态，为全球都市提供更具前瞻性的文化艺术样本。



马克龙总统为第 17 届中法文化之春开幕致辞

(图片来源于红砖美术馆)

此外，故宫博物院与巴基斯坦国家遗产与文化署考古与博物馆局及各界展博物馆的通力合作下，举办了国内规模最大的犍陀罗艺术展；2024年，故宫博物院还将推出“埃尔奥拉——阿拉伯半岛的奇迹绿洲”“历史之遇——中国与西亚古代文明交流展”和“璀璨波斯——伊朗文物精华展”三大展览，直观展示中国与西亚古代文明间的交流互鉴。上海博物馆首个收费特展“从波提切利到梵高：英国国家美术馆珍藏展”共吸引42万人次观展，创中国博物馆收费展览的新纪录。“中博热搜榜”第一季度“热搜百强博物馆”中，上海博物馆位列第一，珍藏展居“十大热搜展览”首位。线下文创产品销售额超2400万元，拉动城市综合消费超过1:15，创下了中国博物馆界展览的多项新纪录；2024年，上博计划在馆内、境外举办“对话达·芬奇：文艺复兴与东方美学艺术特展”、“金字塔之巅古埃及文明大展”等18个国际交流展，并将在东馆开放后，把人民广场馆的展览重心转移至国际对话，打造我国首个常态化展示“世界文明类型”的博物馆。



《从波提切利到梵高：英国国家美术馆珍藏展》展览现场
(图片来源于上海博物馆)

经过短暂的停滞期后开展国际交流与合作又将成为国内美术馆与博物馆的展览重心。各个现象级引进展的诞生佐证了公众对不同文化历史背景下创作出的艺术珍品的观赏需求，但类似展览的轰动效应是否能够长久仍值得商榷。

在文旅复苏的后疫情时代，举办国际交流展览除引进海外馆藏之外，更应多将重心放在基于深度研究和挖掘自有的馆藏资源之后，找到不同艺术表现形式间的共鸣和契合点，与西方艺术展开对话而不仅是复现，促进中外之间的跨文化理解 and 交流，实现博物馆、美术馆对更广泛公众的教育功能，同时成为拉动都市文化消费的重要贡献力量。

此外，艺术展览作为构建国家文化形象、彰显中国理念的重要载体，各大机构也应思考如何让世界看到中国，促使国内展览“走出去”，在海外传播我们自己的故事。

三、行业法治不断完善

艺术品的全球传播和交易一直备受关注，随着艺术品的国际贸易愈加频繁，相关法律法规也在不断完善、更新。两会期间，上海朵云轩集团总经理朱旗建议“减免回流文物艺术品进口（境）税收”，对“原产于中国的艺术品、收藏品及古物”免征增值税，并在国家增值税法中予以明确；进口关税方面，建议调整现行进出口税则，对“原产于中国的”予以零税率；此外，建议回流文物艺术品事先通过线上报我国文物进出境审核部门进行认定，凭借认定证明向海关办理免税进口（境）手续。

2023年5月5日，国家文物局修订发布了1911年后已故书画类作品限制出境名家名单，研究制定了1911年后已故陶瓷、雕塑、扇子、织绣、玺印、烟壶、漆器等7类作品限制出境名家名单。相较过去的“限制出境鉴定标准”，新规解释更为精确、覆盖面更加完善、更加符合实务情况，将对中国艺术市场的海外拓展形成更为具体的指导与管理。12月，《北京市着力打造国际文物艺术品交易展示中心的若干措施》发布，提出推动文物艺术品交易中的流通、交易和配套改革；搭建文物艺术品保税服务、鉴定评估、跨境交易等综合性服务平台；促进人才、资金、空间等关键要素集聚，推动行业发展等措施。意味着北京将更加注重市场和内外贸的视角，为整合国内外两个市场带来更大的推动力度。

● 依托高能级主体深化国际交流合作

- ▶ 鼓励各区积极引入国际头部艺术机构、知名艺术博览会、艺术画廊、艺术家工作室等各类市场主体。
- ▶ 支持在京各类艺术机构与海外知名博物馆、美术馆合作，创新海外展览、借展、巡展、讲坛等形式促进境内外文物艺术品交流。

《北京市着力打造国际文物艺术品交易展示中心的若干措施》的通知

（图片来源于北京商务局）

国际上，意大利也准备将艺术品进口增值税税率下调至 5.5%，以加大该国全球艺术品市场竞争力。这一减税提议是在 2006 年欧盟委员会一项旨在更好地协调成员国增值税制度的指令修订之后提出的。符合减免增值税条件的商业类别包括“艺术品、收藏品和古董”。除艺术品进口外，增值税减免还适用于整个艺术市场，包括欧盟境内艺术家和画廊在一级和二级市场销售的艺术品。各成员国被要求在 2025 年 1 月 1 日之前落实这一政策。意大利政府已经表示打算采用欧盟指令，将艺术品进口的增值税降低到 5.5%。

艺术品国际贸易在国际货物贸易中属于一个较为特殊的领域，各国对艺术品进出口贸易的管理所采取的态度与政策也多有不同，降低税率、加强对艺术品的登记管理、完善艺术品国际贸易进出口管理相关立法等行为有助于国际社会对重要的国家级艺术品进行监督，优化文物艺术品的展示交易流程，保障跨境贸易的安全性，进而不断推进艺术品国际贸易的深度双边与多边合作。

四、文物归还成为国际议题

在艺术品国际交流与合作恢复的过程中,也不乏历史问题导致的冲突与争端。当大英博物馆被曝丢失约 2000 件馆藏文物后,文物归还再次成为国际重点关注的话题,呼吁向西方国家追索殖民时代被掠夺文物的声音此起彼伏。英国长期以来一直以保护文物安全为由拒绝各国的追索要求,而事件发生后,舆论不仅质疑博物馆对馆藏的保护水平,更是对大英博物馆存在的历史问题多有声讨,不再信赖其具备文物保管的能力。多方指控使得博物馆信誉受损,管理层地位也受到影响,时任大英博物馆馆长哈特维希·菲舍尔(Hartwig Fischer)宣布辞职。大英博物馆面临多国主张文物归还和当局安全审查的挑战,希腊也表示将向英国提出“大英博物馆归还希腊帕特农神庙大理石雕塑”的问题。此话题在网络上反响尤为强烈,我国视频博主拍摄的《逃出大英博物馆》短剧,表达了对文物归国的期盼,截至撰文时已收获了近5亿的总播放量,此类短剧宣传能获得如此高的话题度和一致好评,更印证了当下社会公众对于文物保护、文化传承等问题的关注与深度共情。



《逃出大英博物馆》在短视频平台上的播放界面
(图片来源于抖音)

**在文物保护和归还的议题中，国际合作与交流至关重要。
来自国际社会的多方压力和各国政府的不断奔走已经使得多
国对待殖民背景文物的态度发生了明显转变。**

墨西哥政府在过去五年中同样一直在努力遣返墨西哥文物。自总统洛佩斯·奥布拉多尔 (Andres López Obrador) 2018 年上任以来，已有数千件物品被归还给该国。2022 年，荷兰通过政府合作向墨西哥归还了 223 件前哥伦布时期的文物，美国也在 2023 年向包括中国在内的秘鲁、黎巴嫩、柬埔寨等多国返还了多件珍贵文物。近年来，我国持续加大文物追索返还力度，多件流失海外中国文物回归祖国。2023 年 8 月，瑞士向我方归还了近 2 年的 4 起刑事案件中，查获并没收的 5 件中国文物；10 月 25 日，澳大利亚向我国返还共 4 件流失文物艺术品与 1 件古生物化石。

在如今的后疫情时代，逆全球化对全球经济与贸易活动的影响显著。然而文化、艺术的保护与传承是一个长期而复杂的过程，文物归还的话题也并不轻松，需要政府、民众和社会的多方参与。为此更应在国际间扩大交流和对话，尽力避免纷争，积极解决问题、缓和矛盾。各国对文物归国的呼吁表达了对国际通力合作的期待，然而文物追索涉及复杂的国际协作与法律适用问题，仍需要政府、民众和国际社会多方共同努力。

综上，国际艺术品交流过程中既有友好建交，也有无可避免的纷争。当前地缘政治冲突加剧、国际局势复杂变化，而艺术作为能沟通各方的文化语言，在此时更应加强国际间的交流合作，营造和谐稳定的可持续发展环境，共同保障艺术市场回温。

中央美术学院
Central Academy of Fine Arts
艺术管理与教育学院
SCHOOL OF ARTS ADMINISTRATION AND EDUCATION

TIAMSA | CHINA
国际艺术市场研究学会中国分会

 TSINGHUA PBCSF
清华五道口
艺术品金融研究中心