

ART INVESTMENT

典藏投資

COVER ARTIST

北京保利 正宗《春蠶》出爐

追憶

Le sommeil éternel

朱德群

香港·北京·台北春拍精品全覽
 名媛赫頓傳奇翡翠 卡地亞重金買回！
 曹興誠：我看中國原創雕塑
 收藏藝術品的隱藏風險大解析
 袁遠 流轉在空景時光的藝術家

NT.180





ART FAIR

2014台北新藝術博覽會成績傲人，藝術家成交率93.21%打破全球藝博會紀錄。

藝術大千世界

2014台北新藝術博覽會

文·攝影 | 陳芳玲

圖 | 台北新藝術博覽會

藝術的世界有多大？它容得下什麼人？裝得下什麼東西？
允許哪些事情發生？有沒有例外？

有別於其他以組織性參展商為主的博覽會，台北新藝術博覽會（Art Revolution Taipei，以下簡稱「新藝博」）成軍四年以來，都以個人即主體的藝術家為對象，擘畫一次又一次大型展會，然後一次又一次地打破自我歷年的紀錄。今年第四屆於4月16日至20日在台北世貿三館登場的展會依舊如此，甚至早在20日下午3時，成交率就已打破全球藝術博覽會紀錄，來到了91.42%。雖不令人意外，畢竟今年參展藝術家與展出作品件數早在展前發給媒體的新聞稿就已告示：「共有48國280位藝術家、2千件頂尖佳作參展」，但再次刷新紀錄的結果——藝術家成交率達93.21%，加上歷屆成交率平均超越九成（2011年89.66%、2012年91.18%、2013年89.37%）；其中，今年「台灣當代藝術」展區的作品在19日已提前完售，成交率達100%。綜上所述，在在令人挑起眉毛，不禁好奇：到底怎麼辦到的？是哪些藝術家與作品成就了這項事實？

一連串的問題或許可以從2014年新藝博展會的策畫方式與實踐成果探究起。

今年的展區劃分出十個項目：經典綜合區、台灣當代藝術、中國當代藝術、國際當代藝術、紐約當代藝術基金（NYCA）、當代水墨「運水留彩」、藝企相投·藝企風發、2014國際藝術家評選賽特展、文創藝術、藝出慈悲。

買氣爆量，多位藝術家作品完售。



左 藏家駱錦明（左二）與新藏家不斷現身藝博會。
右 聯電榮譽副董事長宣明智。



左至右為台北新藝術博覽會藝術總監李善單、聯電榮譽董事長曹興誠、鳳甲美術館創辦人邱再興伉儷。



左至右為佳士得台灣分公司總經理翁曉惠、克緹集團總裁陳武剛、佳士得亞洲區總裁魏蔚。

所謂銷售盛況？

有鑑於過去部分藝術家作品過於暢銷，博覽會還沒結束，藏家到了現場才驚覺怎麼人去樓空，造成無畫可買的窘境。因此，今年主辦方要求藝術家要準備起碼「兩番」的作品量；就大會提供的資料舉例，阿方索·庫納多·羅維奎茲（Alfonso Cunado Rodriguez）和彼得·哈斯坎普（Peter H. Harskamp）作品，在VIP之夜即已銷售完畢。尤其，彼得·哈斯坎普的雕塑頗難一睹真面目，數量也相對較少，導致多位大藏家競相購藏作品。因此李善單緊急通知兩人從國外調度畫作至展場。最後，哈斯坎普雖已無雕塑作品，但調度來油畫作品仍在20日完售；羅維奎茲的狀況亦同。

相同的盛況也發生在台灣藝術家身上。瑪馨玲（MSL）為此次展覽特地繪製了四系列的作品，不僅創作量翻了四次，連倉庫預備的畫作也銷售一空。有趣的是，展場近松

智路的「道咖啡」餐飲區，飾以瑪馨玲「春風得意」系列的周邊牆面，吸引不少人合照。

經典綜合區亦然。藝術家賴雅琦的作品（包括倉庫）賣完不打緊，接續還被關在現場的倉庫趕繪新作品，而藏家僅看到草圖即毫不猶豫下訂，高買氣高人氣的情形令在場的其餘藏家嘖嘖稱奇。另一邊也令人驚嘆不已的是俞潔兒，由於作品銷售成績過好，藝術家直接辭掉了原本幼教老師的工作，未來打算專心創作。陳誼欣童話風格的作品表現，在受藏家喜愛之餘，更有人提議她直接出版童話繪本，朝繪本作家一路發展。

新藝博藝術總監李善單說：「經過了四年，也許旁人覺得前三屆很成功，但我覺得這一屆才做出了個結果。從『My Art, My Show』到『蛻變』，藝術家都配合大會主題提供不同以往的作品，不僅藝術家



左 威廉藝術沙龍展出多位藝術家作品。圖中的大件雕塑為彭光均的《大舞動》。(威廉藝術沙龍提供)
 右 2014國際藝術家評選賽特展一景。左至右為德國藝術家沃克 (Anne Wolk) 《露西》、俄羅斯藝術家史塔尼斯拉夫 (Krupp Stanislav) 《永恆輪迴的天使》與德威舍夫 (Igor Devishev) 《預感》。
 (攝影/陳芳玲)

下 家畫廊帶來林怡芬的陶塑與王綺穗的畫作。(攝影/陳芳玲)

依題作畫，還在市場上獲得很好的成績。彷彿雙年展的操作模式——每次都有一個主題。我觀察到的現象是『博覽會正在學術化，雙年展顯現了偏向市場性的展品需求』。延此，台北新藝博發展出來的模式為『藝術家就是演講者，作品就是他／她的論文』。第一年舉辦的時候，人家在看笑話；第二屆有點傻眼；第三屆有點驚訝，好奇著：「下一屆會做什麼？」這屆，我讓大家看到『新古典藝術超跑』的亮相，我和DiMora的汽車總裁Alfred J. DiMora一起稱呼它為『會奔馳的藝術』。為這次新藝博佐證了『印象飄到當代』的精神與成果。」

幾家歡喜幾家愁

「台灣當代藝術」展區以推出塚本智也與李惠君聯展的觀止堂來說，不僅作品早早就銷售完畢，還不斷有藏家於私下續訂。塚本智也捨棄過去人物的題材，轉以等待綻放的梅花花苞姿態，強調出任一人事物在醞釀過程中，易被忽略、即將轉變或尚未到來那一瞬間的「不在的存在」。觀止堂負責人Hank表示，藏家除了台灣本地人，尚有來自新加坡、香港、紐約的新客戶。尤其塚本智也將「梅」新系列作品置入數十個平版電腦中，與李惠君製作的「屏風」相結合，名為《梅花三弄》，一組件訂價新台幣212萬元，相當適合用來裝飾家屋。如今全進了買家的收藏口袋。

其他畫廊也都有銷售佳績傳出。懂得藝術的余連春、簡崇志與串藝術的林宗範、陳秀雯等人的作品分別吸引了藏家上門，四行倉庫甚至從飯店再搬畫作至

現場銷售。而八大畫廊的經營者兼藝術家許東榮連自己要入藏的藝術品，都被藏家說服賣出。

相對來說，以王綺穗與林怡芬做為迎戰陣勢的家畫廊，由於帶來作品的高藝術性，導致駐足關切的多是有過類似收藏品項的藏家，僅王綺穗小件的玫瑰畫作與林怡芬的三件陶塑賣出。每年皆參展的藝術總監王采玉分析，由於台北新藝博吸引的收藏族群較為不同，多傾向寫實畫作。利用記憶與影像中的光而具體再現感知的王綺穗畫作，刻意繪製模糊化的自然景象「除非藏家第一眼就喜歡，否則在這展會上，似乎無法吸引太多人來看作品」。王采玉表示：「另一個問題則在於價格，除非如趙無極、張大千這樣具知名度與藝術地位的藝術家作品，不然以首次入場收藏的買家來說，超過5萬元以上、名字卻相對陌生的作品都顯得有點不合理。當然，藝術家在場確實是個可以提高銷售量的手段。」

「國際當代藝術」展區，帶來朱德群、杜溪、黃鋼、金藝晉、劉其偉、彭光均、薛松、草間彌生等藝術家作品的威廉藝術沙龍，比起去年僅打平的成績，今年則創造小賺的局面，分別賣出杜溪、彭光均、薛松、草間彌生等人作品。其中，又以彭光均作品銷售狀況為佳，中型作品《徽》與《凌》各以57萬元與43萬元的價格進入藏家家中；展區奪人目光的大型雕塑《大舞動》則吸引了建設公司的關注，展會結束後，兩方仍在洽談中。

叫好叫座？

2014國際藝術家評選賽特展篩選了來自七十個國家的3017件藝術品，呈現脫穎而出的60件，一如其他展區多



左上 塚本智也「梅」系列新作，左為與李惠君合作的屏風裝置《梅花三弄》。
(攝影/陳芳玲)

左下 紐約當代藝術基金的展出作品由該單位自己選件，並不受新藝博主辦方限制。
(攝影/陳芳玲)

右 彼得·哈斯坎普的畫作，左為《女人與肥貓》，右為《斜臥女人與石榴》。
(攝影/陳芳玲)

元風格的作品集結，無論中西，無論傳統當代，無論抽象具象……觀眾都能從中尋獲所愛。有趣的是，多件被此屆藝術顧問點名的藝術家作品，在筆者20日下午3時到訪時，仍未見藏家出手。比如黃子佼、陳武剛推薦的黃慶芳2013年新作《潮濕天使No.1》，縱然訂價僅新台幣6萬6576元，卻是乏人問津。俄羅斯藝術家瑞涅夫（Andrey Remnev）兩件都獲評審肯定的《溫床》與《第三道防線》，少見地於此展區並置在同一面展牆，對比隔壁展牆三位藝術家各供一件的布置，加乘效果顯著，尤《溫床》以對比色紅綠油彩的繪製，幾乎讓經過的觀眾無法不停留目光，但依然叫好不叫座。相較於此，多數未被評審貼以大紅圓點的作品則一下就被買家帶走。

該區負責的相關人員周慶徽說明：「出現在這裡的藏家有兩種，一是為了尋找可以掛在居家牆壁的裝飾性作品，二是針對特殊技巧、藝術家背景有興趣。以獲最大肯定的波蘭藝術家玻羅維茲（Maja Borowicz）《渴望》來說，細節處理得相當仔細，圖象富含魔幻寫實的存在式象徵，詢問度相當高，卻還未見民眾下單。可能展會還沒結束吧！」不過，像是鄭雪香《月語》、李春榮《家園23》等形式傳統、意境易懂、構圖常見的作品，輕易地就取得買家購藏的意願。「或許，金額是個很關鍵的因素。《月語》和《家園23》訂價都在10萬元左右，買家都是中上等級的收藏者。我覺得新藝博展出的若是10萬左右的作品，都有機會賣掉。但還是以5萬元以下的最受歡迎。」

對此，李善單回應：「戰術考量上，我讓10萬元以下

的作品占三分之一，10萬到30萬的也是三分之一，30萬到100萬間的則占25%，百萬以上的作品只占8%。新藝博主打的還是親民收藏，但其實全世界的博覽會與拍賣都一樣，1萬美元是大家比較能接受的數字，10萬美元則是大藏家不用考慮也會接受的。這是歐美運行了五、六十年以來的數據資料。」

一個思考何謂藝術的場域

經過四天展期加上VIP之夜，2014新藝博在世貿三館累積了2萬5762人次的參觀量。一般觀眾走入其中，面對2千多件（加上展覽期間後續追加的作品）風貌不一的作品、近300個上一秒還記得下一秒卻與作品連不在一塊兒的藝術家名字，自然產生「不同其他所熟悉的博覽會的展演形式與面貌」的感覺。

況且，李善單為開拓市場，創造了新的供需關係——「引領那90%沒有畫廊代理而難以展現自己作品的藝術家」與「不要緊抓老藏家，要賣新藏家」，確實培養出一批新藏家，包括年輕夫妻、藏家第二代，以及第一次出手購買藝術品的人。如此以不同的口味和操作所建構的另一種藝術生態，對於想問「這個世界有多少藝術家？可以容納多少種藝術表現？」的人而言，這或許就是一個答案。

這次錯過了嗎？沒關係，下次已經快來了；畢竟，新藝博官網連2016年的大會主題都已經公布了。■

東西美學 公路狂飆

DiMora Vicci 6.2與李善單

文 | 吳樹安 圖 | 台北新藝術博覽會

月前在「台北新藝術博覽會」的展覽現場中，最為引人注目的活動重點，毋庸置疑的是展示於場地入口處，由超跑車廠DiMora與身兼藝術家與博覽會總監的李善單共同完成——限量25台且全車皆由純手工打造的限量超跑DiMora Vicci 6.2了。

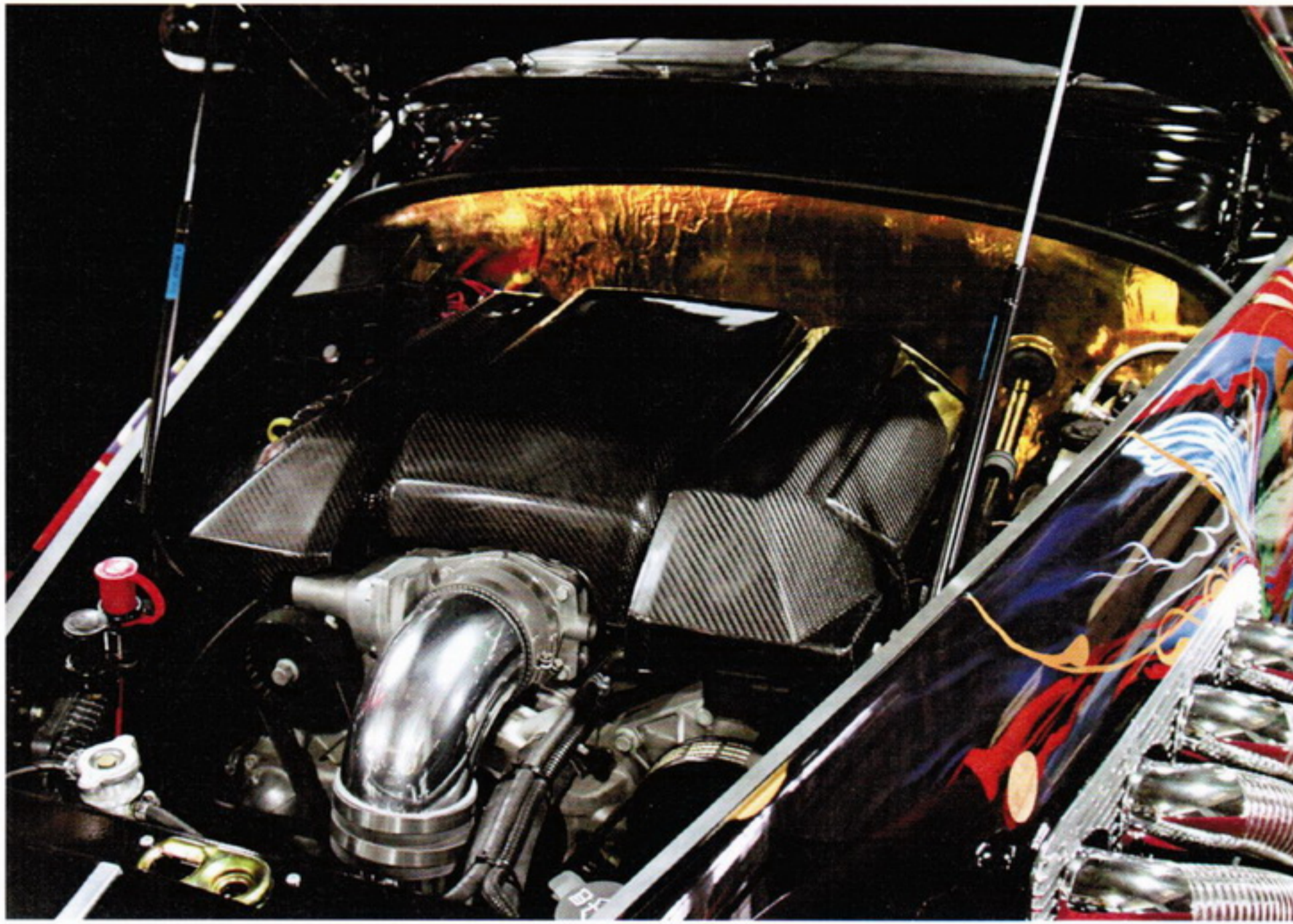
對於台灣讀者而言，DiMora或許是個十分陌生的名字，但這家位於美國的純手工超跑品牌，不僅早已擁有獨特且稀有的品牌歷史，且在1986年完成的經典車款「Clenet」不僅曾被選為美國百年汽車代表，經由《美國財富雜誌》（Fortune）形容為「美國的勞斯萊斯」，更曾被《美國汽車時代雜誌》（Automotive Age）讚譽為「行駛中的藝術」（Drive Art）。

跨界，藝企合作

成立於1981年，標榜所有車款皆為限量生產且全車手工製作，即便DiMora沒有百年歷史背書，但精湛工藝與卓越的駕馭性能，絕對是其做為當代經典的具體保證。即便產量稀少且極少主動爭取媒體關注，DiMora卻早已有如影星席維斯·史特龍（Sylvester Stallone）、歌手洛·史都華（Rod Stewart），甚至是約旦國王胡笙（Hussein bin Talal）等人的收藏肯定。

DiMora Vicci 6.2車身外觀。





DiMora Vicci 6.2車內搭載的LS-A
汽油6.2升V8機械增壓引擎。

雖然品牌位置早已受到全球跑車收藏者的集體關注，但車廠總裁阿爾弗雷德·迪摩拉（Alfred J. DiMora）對其最新產品——Vicci 6.2，卻始終覺得「少了些什麼」。以至於當迪摩拉在比佛利山莊的寶勝畫廊中遇見李善單教授的「大將門」系列繪畫，才終於讓他找到了產品的關鍵靈感；進而邀請李善單教授創作總數高達25件的「大將門」系列繪畫，再透過精密的3D掃描與列印技術，將之以汽車烤漆顏料精準地輸出於鈹金上做為車款的視覺重點。而其中原畫作中的金色顏料部分，車廠甚至大手筆的採取24K金做為汽車烤漆金油的底層漆料，除了企圖更加貼近「大將門」系列本身的美學形式與作品本質，亦為DiMora Vicci 6.2展現出更加華貴的造型與品牌氣勢。

合作方案內容中的為每一台DiMora Vicci 6.2，都對應著一件出自李善單教授之手的繪畫原作，也因此強化車體與藝術間的緊密關係。這25件繪畫作品與其所對應的25台DiMora Vicci 6.2亦將以不可拆分的方式進行共同販售（也就是說購車的同時也包含了繪畫作品的典藏），在此商業策略的設計下，不僅使DiMora Vicci 6.2成為了真實意義下「行駛中的藝術」，更讓李善單教授的「大將門」系列不再受限於靜態的展覽現場，而是成為能在公路上狂嘯奔馳的另一種藝術樣態。當然如此的合作方案在實踐層面並非輕易可及，也因此即便早已開始商榷，但此一聯繫著汽車產業與藝術創作的合作成果，卻也通過整整兩年的考驗；終於在密集努力與磨合後，於「2014台北新藝術博覽會」的展覽現場，將實車展示與李善單教授的25件繪畫作品齊聚一堂，實現

DiMora Vicci 6.2系列的全球首發。

純手工打造公路藝術

做為一個以超跑為核心的汽車研發與生產廠商，DiMora為了實現最佳的駕駛性能，努力地將Vicci 6.2的車體設計為難能可貴的中置引擎後輪驅動之「MR」配置。且在動力輸出方面，選擇搭載與美國通用汽車（GM）合作製成的6.2升V8機械增壓引擎，對稱造型的V型氣缸與齒輪帶動機械增壓系統，不僅大幅降低引擎噪音與震動，且藉由大排氣量引擎與增壓系統逼出556hp/6100rpm最大馬力的同時，亦避免了傳統渦輪增壓系統中的「渦輪遲滯」（Turbo-Lag），使得Vicci 6.2能在3800的低轉速中，隨即發出高達81.9kgm的扭力巔峰值。且因全車鈹金皆採用了由DiMora自行研發的特殊碳纖維（DFD），精心設計的碳纖與金屬合金比例，除以其特殊的鈹金韌性與彈力保障了駕駛者的安全，更讓全車體的總重量減低至如同都會型汽車（City Car）般的車體重量（1279公斤）。

而做為一款由DiMora獨立操刀的超跑產品，車體底盤也加入了DiMora的獨特設計。除將前後防撞保險桿與底盤連接，更於其中加裝了額外的避震裝置；而後方的底盤懸吊系統採取的三角四連桿，亦設計為可讓排氣管尾段與驅動軸從中通過的形式，藉此將車身重心大幅低於一般車款，以實現更加貼近地面的靈活操駕手感與過彎反應。而強大馬力與重量超輕的攜手合作，除了造就出從時速0km/h加速至100km/h只要4.0秒的驚人成績，更將奔馳極速直接拉到了300Km/h的公路怪獸水平。

延續著DiMora車廠一貫的專業堅持——DiMora Vicci 6.2全車所有零件皆由手工打造，但顧及後續維修的便利性，與通用汽車的技術合作生產的引擎與變速箱，讓這台全手工超跑的后續維修與保固並不困難；藉由通用汽車在全球各地的密集布點，造就出Vicci 6.2在持有極佳性能與稀有性的同時，也保障了後續維修便利性與安全保證。即便在Vicci 6.2車輛在硬體設計上，搭載著最新的工業技術與猛獸般的動力輸出。但在車廠總裁迪摩拉獨特的美學品味的規畫下，Vicci 6.2卻仍保有承襲自歐美新古典（Neoclassic）與新藝術（Art Nouveau）美學般的優雅身形。為求盡善盡美，車廠甚至為呼應「大將門」系列的形式美學與車體的一致性，而在手工製作的輪匡蓋與加油蓋上，也同樣採用了24K金的高成本設計。正如每輛出自DiMora的車款皆被賦予女性名稱，Vicci 6.2做為一台2014年才面世的當代超

跑，不僅充滿了早期汽車工業特有的工藝／藝術氣息；且在與李善單教授的合作計畫中，透過以「大將門」系列做為車體主視覺，也更加強化了這份出自於機械駕馭與藝術工藝間的實踐意圖。

取材歷史文物的當代繪畫

做為一次汽車工業與藝術創作的徹底合作，附著在Vicci 6.2外觀，由李善單教授創作的「大將門」系列，起源於1989年藝術家旅經北京時所見，即將被以廢棄物姿態遭到丟棄，卻歷經明清時期的古董門環。而這批為數不少的門環，不僅走過了百年歷史，其中以龍、虎為造型的銅質鑄造，更帶有鎮煞辟邪的傳統意義，更是當年唯有皇族與貴族才能享有的身份象徵。早從1990年以30元人民幣就能購得，乃至兩千年後即便喊出3萬人民幣的高價也難得其一；李善單早從九〇年代就已經關注到這批當時



左 台北新藝術博覽會現場，藝術總監李善單與DiMora總裁Alfred J. DiMora於全球首展「新古典藝術超跑」前合影。

右 李善單《大將門2014／帝王大將》，複合媒材，200×200cm，2014。





DiMora Vicci 6.2車身外觀。



李善單於DiMora車廠中的創作過程現場一景。

在中國都市更新工程中被遺棄的珍貴歷史文物，並從中國南方開始一路北上搜集門環，進而在千禧年間開始將之化為創作材料。而在歷經四年後的今日正式發表的「大將門」系列創作，除維持藝術家一貫的圖騰能量繪畫形式，李善單教授更將這批努力搜購而來的古董門環直接鑲嵌於畫布之上，成為顏料覆蓋下的基底材料。

因此，「大將門」系列的美學意義早已不僅僅是一般意義下的繪畫，而是結合了繪畫與貨真價實的古董門環，既擁有形式層面的美學價值，又內嵌了一份歷史文物的人文價值。與此同時，李善單教授亦在此系列創作中，採取汽車工業漆料做為繪畫媒材，藉由顏料本身在厚度、肌理與質感上的特殊性，賦予了「大將門」更為豐富的美學層次，同時牽起了一段橫跨百年歷史的古今藝術對話。延續著李善單教授在藝術創作上的一貫堅持——實現「光明、圓滿、善」，畫中的圖騰不僅如經文般，嚴謹地傳遞著諸多關於生命哲學的思維與寓言；且強烈

與高對比的構圖與設色，亦鮮明的藉由畫面本身，讓觀眾明白所謂的「光明、圓滿、善」，絕不僅僅是和諧而平滑的陰陽調和；而是與其所對立黑暗反面激烈對抗著，迸發強大的能量。

當新古典與東方當代美學在賽道相遇

即便DiMora Vicci 6.2與「大將門」的結合，起源於比佛利山莊的一場巧遇，但此一巧合卻創造了令所有人都感到驚訝的獨特價值。車體帶著鮮明的西方新古典造型的DiMora Vicci 6.2固然牽涉著一段屬於西方的美學歷史，與此相對地，李善單教授的「大將門」系列繪畫，則緊扣著東方美學的歷史脈絡。但正因後者乃是透過藝術家重新繪製過後的當代創作，而前者則期待著汽車工業與當代藝術的美學碰撞。也因此此一合作下的產物，一方面聯繫了東西兩方的獨特文化脈絡，同時也是兩種歷史板塊與當代美學的跨時代交融。而對於這次合作的現前成果，無論是李善單教授或是車廠總裁迪摩拉都

「新古典藝術超跑」保有DiMora的經典復古車型，車身上繪製藝術家李善單作品「大將門系列」，展現「新古典」藝術大師風範。



共同表示「比原先預想的更令人滿意」，以致在博覽會現場的車款首發後，展示中的實車——「DiMora Vicci 6.2 帝王I」才剛曝光，便立刻收到了一位美國藏家的實體訂單。

當然，車商與藝術家的合作在過去也並不鮮見，許多知名車廠皆曾經邀請藝術家於自家實車上進行創作（但通常僅有一台）。

但將整個車款系列都與藝術家的創作緊密結合，並將藝術品收藏與車款設計與銷售，在車款規畫、設計與生產之初就連為一氣，進而以「系列」方式全面執行，對於全球藝術與汽車產業而言，恐怕都是前無古人的空前創意。在此之前，全世界從來沒有任何一家車廠，曾經將一位藝術家的創作作為一整個車款系列的主要視覺意向，更遑論如此的合作方式被具體以產業模式化為現實。也因此這全球限量25台的擁有「大將門」繪畫外觀的Vicci 6.2，不僅是為一種「藝企合作」（Arts & Business）的嶄新方法與案例，也是深切地實踐了藝術與文化創意產業的另一面貌。

對應近年在全球發燒中的文化創意產業與跨領域口號，李善單教授表示，文化創意產業的真實價值，絕非僅止於開發設計產品、紀念性商品，或是藝術周邊衍生性商品的簡單操作；而是必須更深切地思考如何透過文化與藝術的創造性思維，以創意與藝術方法為既有的物件創造其在文化、藝術乃至經濟層面的利益最大值——正如同一位藝術家僅需透

過顏料、畫布、木材、石膏或底片等相對低廉的材料，就能夠創造出價值不可限量的藝術成就與產業價值。當然，才剛展開全球首發的DiMora Vicci 6.2與此合作方案，處於當下的我們還無法預測其確切的成果與效能，以及其可能在未來創造出的藝術與商業可能。但做為全球第一個藝術與車廠如此密切的計畫性合作，李善單教授與車廠總裁迪摩拉，或許都將成為未來藝企合作的歷史書寫中，不容忽視的關鍵人物。同時，開創此一合作方法的藝術家，也終於不再是來自其它國家或文化脈絡的人物；而是一位土生土長的台灣藝術家，正因如此對李善單教授而言，此合作模式無論未來是否能持續延展或有更多可能，都已經成功地為台灣的藝術與文化層面，寫下了一個值得被未來歷史中所銘記的註腳。

即便未來成效尚不可知，但若將目光放回到博覽會的現場當下，環繞在DiMora Vicci 6.2與「大將門」系列繪畫周邊的大量媒體、藏家與觀眾，無疑可以被視為本次合作的成果與品質的證明；值得後續期待。■