

三、當代藝術初級市場的重要性一

兼論兩岸當代藝術市場隱憂

胡懿勳

上海大學藝術研究院／副教授

【摘要】

近三年大陸一波波天價藝術品成交紀錄炒熱全球藝術市場的基盤，行之有年具有規模與體制的歐美藝術市場，就要讓後起之秀的大陸牽著鼻子走的樣態。歐美當代藝術市場反應在初級市場的運作與經營，當許多藝術經紀人預測藝術市場泡沫化的趨向甚囂塵上兩年的時間裡，歐美畫廊業主在亞洲地區頻頻投資開設新畫廊並購進不動產，似乎又讓預測失準。亞洲藝術市場是近幾年全球藝術市場最佳的觀望風向指標和磁力強大的引力場域，佔有亞洲區極大成交總量的大陸藝術市場，其結構與規模與歐美、臺灣、香港等地又有明顯差異。在這種無法等類比較並進行有效預測的情況之下，當代藝術市場的結構性問題，成為核心的重點。

當代藝術的初級市場建構可信的成交紀錄檔案，以有效分析藝術消費趨勢，作為次級市場的參考架構，兩級市場彼此有所區隔，生息互通的連繫則更為密切。在全球化的浪潮之下，亞洲地區的兩岸藝術市場是否能具有互動的效應，投入這波正湧起的風頭浪尖，其關鍵應在當代藝術的初級市場是否健全。

【關鍵字】：當代藝術 初級市場 兩岸藝術市場

前言

就收藏與投資的觀點而言，一件高價格藝術作品必須有至少四種特性：眾所周知的創作者，清楚地收藏與展覽經歷，良好的作品狀態，以及具有真實性可證明的行情紀錄。四種特性是從需求面出發所做成的歸納，意即在藝術消費者的立場面對藝術品的心態，無涉於創作者對生產作品時的企圖和理念。換句話說，一位創作者無法預測他自己的作品將會如何在藝術社會流通，或者將造成怎樣的影響面積。因此，我們將創作者暫時拋出討論的範疇。然而，並不表示創作者無需負擔藝術社會的責任或者他所擔任角色在藝術社會的定位與作用。我們有時候會發現創作者針對市場需求（喜好）傾向而特製某類的藝術品，或接受消費者的訂單而有指向性的製作藝術品。我們所要探討的重點，是無論創作者在原初抱持怎樣的心態意圖，他的作品一旦進入市場機制（蒐藏和購求），便成為受追蹤的標的物，經過一段時間的篩釋，則可檢驗作品與作者是否具備上述四種特性。

我們將特別關注當代創作者的作品活動狀態，是因為他們的作品都有可能成為日後在市場長遠流傳的來源，他們的作品也可能就是若干年後美術史家所討論的內容；我們不知道美術史將如何地寫它們的內容，唯一可以確定的，是所有的歷史都是當代作品流傳之後的累積。

當代創作者的作品經過幾種訊息傳遞管道，使藝術消費者接收到這些創作者所想傳達的創作理念，以此完成藝術社會學強調的藝術社會生態的結構性意義。

可信的消費檔案與趨勢

藝術媒體Artfacts.net網站於9月15日公佈了

2006年的藝術家排名¹。Artfacts.net運用尚稱嚴謹的計分運算程式，將各項展覽的重要性和國際性數量化以作為計分標準；今年的計分資料來自於全世界102個國家、超過6100個美術機構（包括非營利的美術館及商業性畫廊）所舉辦的5萬5千個以上的個展或聯展，共有超過9萬個藝術家列入排行計分。Artfacts.net並再細分在世藝術家及過世藝術家兩種排行，使得比較得以更加明確區隔²。就區域劃分觀察，在世藝術家的排名近5年來沒有保持穩定未有大幅度變動，以美國占35%、德國20%、英國10%、法國5%為大宗，亞洲國家僅有日本的第82、83名的草間彌生、杉本博司和第93名的小野洋子等三人進榜。

過世的畫家中，六年來一直以畢卡索為全球藝術家排名第一，2006年依然未曾改變這個事實，第二名則是在現代藝術史定位明確的普普大師安迪·沃荷（Andy Warhol, 1928-1987）；其他名列前10名耳熟能詳的創作者還有排名第五的波依斯（Joseph Beuys, 1921-1986）、排名第六的克利（Paul Klee, 1879-1940）、以及第七的馬諦斯（Henri Matisse, 1869-1954）等。在所有藝術家排名中當代藝術家的前進較為明顯，也顯示了全世界展覽的趨勢，朝向操作當代藝術家的獲利空間將大於過世藝術家的飽和狀態。在MOMA展覽受到好評的Douglas Gordon及在國際博覽會備受關注的當代藝術家們的作品持續攀升的趨勢，也激勵藝術中介機制的前進動機。此外，因作品失竊後追回的孟克則

¹ 詳見<http://www.artfacts.net/index.php/pageType/newsInfo/newsID/3055/lang/1>

² 除上述來源外，也包含拍賣結果、傳記、展覽目錄以及統計圖表，排名的計分將展覽地點的知名度作為重要依據。詳見<http://www.artfacts.net/index.php/pageType/artistInfo/artist/11426/lang/1>

以第89名首次進榜，我們相信失竊事件受媒體傳播，提醒消費市場他的重要性，是讓孟克進榜的關鍵因素之一。總體而言，美國以29%的比例依舊是進榜最多的國家，德國則佔有20%。

Artfacts.net所做的藝術家排名是以策展人、經紀人觀點反映學術性、參考性的指標，以此評價一位藝術家在區域發展和藝術生態中的角色和定位，「儘管排名和市場性無直接關係，但是排名的升降可看出年輕藝術家的活動力及其未來性—很多原本未進入拍賣市場的新興藝術家往往在其排名持續上升同時開始受到拍賣市場的注意……³」這樣排名除可作為收藏家建立個人收藏時的參考資訊之外，也透露更多的關於市場結構性的關鍵問題。

「很多原本未進入拍賣市場的新興藝術家往往在其排名持續上升同時開始受到拍賣市場的注意」即在說明初級市場與次級市場的結構關係。年輕藝術家需要經過展覽的歷練（其中包含被淘汰的風險）就其為藝術消費者的接受程度而被動地成為進入次級市場的門票。取得進入次級市場的資格，與市場銷售紀錄並無直接關係，因而使展覽的地點成為重要的排名參數；展覽地點的營運歷史、專業度、知名度指數越高，越能保障參展者的排名提升，也越能受到收藏家、經紀人、拍賣公司的注意。當代藝術家藉由參加展覽達到與社會受眾溝通的目的，在畫廊、美術館等展覽會中，逐漸累積創作資歷和成交紀錄。具有成交紀錄的創作者成為藝術市場中的生產者，作品和他自己也有了各自的檔案。

就國際藝術市場觀察，不少收藏家開始注意如中國、印度、波蘭等非收藏主流的藝術品，甚至在美國、大陸地區，連學生的作品都成為蒐藏的目標。這種現象說明投入戰場的買家必然是未曾經歷

³ 參見畫廊協會電子報第06023期 2006年09月26日。

1989年開始兩年之間藝術市場迅速出現泡沫化危機的初生之犢一類，也表示藝術市場全球化的步伐加劇。

藝術市場持續全球化是必然發生的事實，但問題是這並不能保證整體市場的穩定成長，難道每一個收藏家都會「只進不出」收藏作品建立自己的美術館嗎？我們將追問這個更具有社會責任與藝術保存的問題。顯然，這個問題的思考方向並不是單純地收藏家為提升社會地位，以及追求個人藝術品味可以解釋的。根據《ART news》公佈2006年全球200位收藏家排行，排行中有20名新進榜的收藏家，而相較於1996年的排行，則有61%（122位）的收藏家已經不在今年的排行當中，收藏家在購藏的新陳代謝速度遠遠大過我們的想像。《ART news》的排行經過4名觀察家的推測，全球約有1500位到3000位的收藏家願意每年花費100萬美金在藝術品上，而有10到20位收藏家每年約花費一億美金。在200名排行中，亞洲有3位收藏家入榜，其中包括日本直島美術館的創辦人福武總一郎（印象派作品、當代藝術），韓國阿拉里奧畫廊創辦人金昌一（當代藝術），以及臺灣收藏家Frank Huang（中國瓷器、印象派作品、現代藝術）⁴。

就這個觀察分析，亞洲地區目前藝術品交易最火熱的大陸沒有收藏家進榜，顯示出兩個癥結問題，第一，除了大陸出手闊綽的買家多數集中在古文物、中國古代藝術品市場之外，新興崛起的買家視野未曾關注歐美當代藝術收藏；第二，中國當代藝術品多由國外買家所購藏⁵。可是，我們看不到大陸的初級市場有任何資料可資證明當代藝術

⁴ 參見ART news Summer2006 (Volume 105/Number 7) http://www.artnews.com/issues/article.asp?art_id=2088

⁵ 大陸新起買家未注意中國當代藝術品，也涉及個人對藝術的品味差異問題。

的蓬勃發展其來有自，我們也不只一次地懷疑大陸各種藝術博覽會公布的成交紀錄，若沒有展覽紀錄和可信的初級市場的歷年成交行情，又怎麼會受到歐美收藏家的青睞，願意承擔悖反藝術投資規律的風險。試想，如果按照十年內平均每年約6%收藏家的汰換比例，導致歐美頂級收藏家漸次退出或轉換投資標的，如中國、印度等新興國家的收藏家能夠接替並帶動這全球龐大的藝術市場不致使它停滯嗎？

投入藝術市場的新興買家究竟是炒作短線的投機者，還是具有藝術眼光的收藏家，在短暫的幾個月之內不容易做出正確觀察與判斷，唯一可以確定的是，新興買家的藝術投資與個人理財和企業整體經濟效益的動向有直接關係。新興的藝術消費者的眼光投向正處於混亂草莽的亞洲地區，以獲得未有完善法令規章限制，而能取得超出合理收益，似乎成為同理心的必然趨勢。

初級市場傾斜的危險

臺灣1990年代末期藝術市場正值高峰時期，國際兩大拍賣會密集在臺北舉行至少春秋兩次拍賣，繼之幾家本土拍賣會不斷竄起也加入搶攻次級市場行列，更甚者，破壞兩級市場應有的區隔及混淆消費者對市場的認知。不到十年的光景，臺灣的藝術市場開始嚴重萎縮，諸如藝術品交易、稅務及市場秩序正在產官學界討論階段，便已經接近夭折，成了一場「自己偷著樂」的誤會。此即為初級市場的發展步伐無法與次級市場協同進行的結果。在拍賣會中各路人馬搶標、競標大名家作品的盛況誘惑之下，商業畫廊幾乎一面倒地成為與拍賣會爭奪地盤的對手，而不是支撐次級市場的基礎；商業畫廊業者不願意再花心思發掘新的創作新血，耗費時間培養年輕創作者累積市場資歷和成交紀錄，這樣做

一點也不符合成本效益。初級市場必須與次級市場有所區隔，有次級市場就一定要有初級市場，當初級市場架空或者向次級市場嚴重傾斜，會造成怎樣的結果呢？有沒有例外的可能性的呢？答案是否定的，但卻又有例外的現象正在進行。

長久以來大陸藝術市場的形成是在官方參與和掌控之下建立的，這種特質迥異於自由經濟制度下的藝術商品化過程。經過十餘年的變遷，最近五年大陸當代藝術市場成為國際買家炙手可熱的求利區域，使得部分大陸的藝術市場觀察者認為，中國市場不必像西方一樣，靠建立畫廊來培養藝術家，使藝術的發展由畫廊經營者主導。目前，中國許多四十多歲脫離前一個畫院供養階段的當代創作者，都由自己作自己的經紀人，他們不願接受畫廊的經紀合約束縛的原因，當然是因為自己的作品非常搶手；他們可以遊走在各個國內或國外的捐客、經紀商、畫廊業主，甚至是朋友的人情。在經過長期的缺乏自由的狀態之後，他們似乎把獨立在市場運作等同於掌握創作的自主權；這也使得大陸的當代藝術生態具有「中國特質」而不同於歐美的當代藝術市場結構。專注收藏中國當代藝術的藏家瑞士籍的烏利·希格（Uli Sigg）評論大陸現況時說：「中國市場還有很多不規範的地方，比如給官員送禮，請朋友抬價等等，我去北京、上海和廣州的時候發現很多這樣的藝術家受到熱捧。但是如果繼續這樣，那麼藝術家們就必須在全球化和只考慮中國市場之間做選擇了。」⁶

經過十餘年的變動，而今許多上海、北京的創作者幾乎沒有經過初級市場的歷練，他們的作品便能夠懸掛在國內外收藏家的客廳裡，或者，他們

⁶ 徐徐〈中國當代藝術有多熱？〉FT中文網<http://www.ftchinese.com/> 2007年4月13日星期五

可以對外宣稱自己的作品已經累積夠多的收藏族群，卻在次級市場中找不到任何公開交易紀錄。這種現象看起來十分的詭異，值得我們深思其中的理路何在。

兩級市場的結構性關聯

一個沒有經歷畫廊、美術館公開舉行展覽的創作者，也就沒有在藝術社會檔案中留存可資查詢檢證的資訊，近兩年的狀況卻與正常藝術市場發展觀點背道而馳。在幾場國際性的藝術博覽會上，例如2006年3月底結束的Armory Show入場券銷售一空，搶購熱潮像是大型賣場的折扣大戰，成交總額創下較2005年成長37%的美金六千二百萬。年輕藝術家的作品可以輕易地具有和市場資歷頗深的中青輩藝術家不相上下的價格，無法觀察清晰創作歷程的藝術作品也能動輒以創新的高價落得買家青睞。

若深入分析現象本身的不合理發展情勢，當前的藝術市場是集合許多偏差的資訊建構起來的：擁有投機投資激情的買家批發式地大量收購作品，在擁擠的藝術博覽會中從呢喃耳語得來的小道情報做為搜購作品依據，而不再運用與藝術相關的論述去評鑑作品基礎價值，借鑒於股票市場量價齊揚的幻想，擺脫藝術史建立的評價標準，可預期會有一個偏離正常運作軌道的結果。如果我們不正視這種現象，任由錯誤的購藏情報、以及用偏離事實的高價購買藝術品的炒作買家所建構的藝術市場，即便是看似興盛繁榮的市場擴張，也無法保證市場體質的健康而能穩定運作。

初級市場負責將生產者的作品分類建立可信的檔案資料，也是專業和業餘的評量機制，具有淘汰玩票、業餘的作用。在初級市場的流通的產品數量不容易具體管控，相應的作品價格也只能出現初步的參考數據，也因此需要次級市場的整理更形重

要。次級市場基本的功能在於產品數量的量化和價格的統計作用；無論在世或者過世的生產者，其作品一旦進入次級市場，即表示同一類型、同一風格、同一形式的、同一時期的作品已經停止生產，不再有數量的增加⁷。

就市場互動的動態分析，2006年藝術品價格在近幾個月來的狂飆，不外乎是受到美國、巴西、俄國、印度、中國買家的不斷抬哄，但是在Art Tactic針對150位收藏家和參與藝術交易相關人士的訪談歸納，有74%的比例認為儘管過去6個月中頻頻創新高的藝術品價格平均已經上漲15%⁸，但是接下來可能發生的全球經濟趨緩，將是國際藝術市場的潛在危機。根據Art Market Research公司的數據顯示，藝術品的價格自1995年來不斷竄升，當代藝術品的價格漲幅更已達4倍以上；近幾年來部分新興國家的富有階層開始投入大量資金購買自己國家的藝術品，尤其是已經將藝術品推到空前高價的俄國、印度和中國，但是，部分藝術市場專家認為，這些國家的經濟市場最近已經顯現出了不穩定的跡象，這將會連帶影響當地以及全球的藝術市場運作。

當2006年「5月31日蘇富比倫敦的俄羅斯藝術專拍中，一幅Ivan Aivazovsky的作品拍出330萬美金的同時，俄國股市正面臨著他們兩年來最嚴重的月跌幅；同樣的，印度現代繪畫大師Francis Newton Souza的作品在5月23日蘇富比的拍賣會中以美金120萬成交時，印度股市的跌幅達2001年以

⁷ 對一位藝術生產者而言，同一種風格的作品如果生產的年份不同，其作品的價值也不相同。我們未曾見到畢卡索「藍色時期」作品有重複出現的狀況，即是最直接的說明。

⁸ 2006年上半年的Art Tactic的當代藝術信心指數為93點，比去年下半年的87點持續上升。

來最大一天之內跌了10個百分點。⁹」拍賣市場和股市的連動關係一直是市場觀察家關注的焦點，股票與藝術品資金的流動，牽引總體藝術市場的規模和藝術中介者對作品風險的管控，股票投資的失利會造成在藝術市場抽回資金的效應¹⁰。看準藝術市場投資報酬獲利率的投機者，大量投入資金產生藝術品需求量增加的假象，經紀商、畫廊、拍賣公司從要求生產者超量生產的結果，致使作品行情崩盤危機提高到臨界點。這也是許多中介者不斷提出居安思危的警語和作好撞擊準備的預言，他們認為，今年這樣一再加碼的行動，讓現在的情況不比1990年代藝術市場泡沫前險峻；根據針對紐約的統計顯示，2006年上半年紐約的拍賣公司的藝術品成交平均價格已經比1990年泡沫時高出56%。而如今一些與當年相類似的經濟現狀，則讓藝術市場專家們更擔心泡沫的來臨。

就前述的觀點申論，初級市場的健全保障次級市場的投資者（或收藏家）不受價格崩盤的威脅；初級市場的正常運作，保障次級市場可以排除大多數的投機客，將藝術品作為另一種形式的股票炒作。就今年藝術家排行榜分析，以美國佔有最多比例，顯示美國的展覽會場次也佔有最多的數量，商業畫廊、美術館、博物館的展覽的確能保障初級市場的正常運轉。紐約的觀察家從許多畫廊在世界各地投資房地產興建更有跨國連鎖效果的商業畫廊，樂觀的判斷也許泡沫化只是危言聳聽的謠言而已。我們當然可以謹慎地看待目前這樣的熱潮是否只是假象？或者的確顯現出一片榮景。無論如何，可以預知的，美國的藝術市場危機必然將聯動世界性的災難；因為，他們的藝術市場尚稱健全，卻也躲不

⁹ 參見畫廊協會電子報第06023期 2006年09月26日。

¹⁰ 股票、房地產、期貨等投資項目的資金流動均對藝術市場有或強或弱的影響。

過來自不同區域投機客的炒作。

兩岸當代藝術市場的牽扯

2006年10月9日蘇富比香港的秋季拍賣會雕塑大師朱銘的銅雕《太極系列·單鞭下勢》被一位美國私人收藏家拍下，三千五百八十九萬新臺幣。國巨電子董事長陳泰銘收藏，日據時代畫家陳澄波的油畫《淡水》以一億四千四百萬新臺幣拍出，是拍賣前估價的三·五倍。這也是臺灣藝術品首度破「億」的成交紀錄。

香港佳士得2006年11月27日在會議展覽中心舉行的「中國古代書畫」拍賣會上，清朝八大山人的「花鳥魚石」四屏立軸，以九百萬港元（約新臺幣三千七百八十萬元）成交，這幅水墨紙本是拍賣史上八大山人最大幅的作品。

香港佳士得27日在會議展覽中心舉行的拍賣會上，張曉剛油畫作品「天安門」以一千八百四十萬港元（約新臺幣七千七百萬元）成交，打破張曉剛油畫世界拍賣最高紀錄。

徐悲鴻作〈奴隸與獅〉2006年11月26日經過十幾次叫價之後以天價成交。佳士德表示，投得該畫的買家，是用電話透過拍賣公司職員投標。佳士德拒絕透露買家身分，但在該畫拍賣前，佳士得曾接獲不少臺灣和大陸收藏家的查詢。徐悲鴻的另一油畫〈愚公移山〉，2006年在北京翰海春拍中以三千三百萬元人民幣（新臺幣一億三千八百萬元）成交，創下中國油畫拍賣的世界紀錄。由於〈奴隸與獅〉是徐氏創作人物畫的開端，在藝術史上比〈愚公移山〉重要，佳士德當初估計成交價會超過三千二百萬港元，現在成交價比估價高出二千多萬港元，再創中國油畫的世界拍賣紀錄，專家認為對整體中國油畫市場有刺激作用。「奴隸與獅」是徐悲鴻1924年留學歐洲期間的少數創作之一，融合西

方寫實主義和古典主義，畫長接近153公分、高逾123公分，是目前私人收藏中最大尺幅的徐悲鴻油畫。

上述的實況可以約略分析兩岸藝術市場趨勢性的兩種動向。其一，以臺灣當代創作者與前輩畫家作品（停產）在大陸市場接受程度與相同階層作品相比較，可以得知仍然以大陸作品受歡迎程度高，並且大陸作品更爲學術性地進行市場、美術史評價方面的論述，以加深作品的歷史價值，對臺灣創作者的認識仍然僅止於媒體的宣傳。其二，臺灣當代作家的作品目前僅能占有次級市場，初級市場的占有率、曝光率極爲稀少；大陸當代創作者的市場價值已經超越古代以稀有、具歷史價值的大名家作品，以此顯現大陸藝術市場非關市場機制的人爲操作因素過於濃厚。臺灣畫家于彭、黃銘哲、洪東祿、鄭在東目前都在大陸生活與創作，也在商業畫廊舉辦個展，創造個人的銷售成績。我們從臺灣畫廊業者與臺灣創作者進軍大陸市場的比例關係中，發現臺灣業者並未交焦點集中在推薦臺灣創作者進入大陸市場（參見附表）。持平而論，無法引進臺灣當代創作者，其中也涉及畫廊經營成本的現實問題，大陸方面一般畫廊出售一張畫的利潤在15%到20%，進口一件作品，大陸海關則要課35%的稅，對畫廊業者而言是頗爲沉重的負擔。

臺灣畫家的作品在九〇年代中期之後，兩岸臺面上開放後才正式進入大陸，但是這種交流只能止於官式的聯合展覽。例如，兩岸合辦的畫家聯展，臺灣一批畫家作品運到上海和當地畫家作品展出，舉行一些官式拜訪和參觀活動，算是達到目的；如果說進一步的將臺灣畫家的作品在大陸市場公開買賣，則只能隨緣而已。這其中最大因素自然牽涉大陸藝術市場規模與結構並未完整地成形，大陸地區二十年前所謂的收藏大部分是指官方單位的購藏

，一般私人收藏則只在少數經濟改革先進的沿海城市或國際港都市中有所聽聞，現階段則由私人企業家更積極地介入收藏，然而，我們要仔細觀察分析，這些出手闊綽的企業家老闆的背景，往往多具有國營大股東的背景；似乎並未脫離十多年前的情況。臺灣藝術業者自九四年開始盛傳上海、北京、廣州等地區的藝術市場擴大，私人收藏的吸收量十分驚人，甚至有臺灣的業者回銷當初購自大陸的貨源，但是這些現象都是指一些骨董器物、家具或古字畫而言。至於當代畫家的作品，無論是水墨或油畫仍是以大陸畫家爲主。

大陸藝術市場的非正規化，肇因於實行社會主義經濟體制的因素，在集中領導的經濟體制之下，使得官方介入大陸藝術市場極深。九〇年代初期在臺灣曝光率高的大陸畫家的背景，絕大部分是由國家供給的職業畫家（師），而他們的作品也多爲官方文化藝術單位收藏，並且作爲在國際或臺灣市場上宣傳的一項重要的資歷，這說明這些畫家一直在大陸官方美術體系中靠領薪水過生活，即便說大陸畫院畫家私下賣畫從李可染時代就開始，但是對具有國際知名度的大名家的作品購藏者卻多是海外人士而非大陸本地藏家，也就是說，大陸畫家的作品以外銷爲主，幾乎與中共「爭取外匯」的經濟政策並行不悖。2004年之後在大陸初級市場活躍的創作者，已經是「個體戶」單打獨鬥式的遊走在國際拍賣會與大陸企業老闆私人收藏之間。長久以來大陸藝術市場的形成是在官方參與和掌控之下建立的，這種特質迥異於自由經濟制度下的藝術商品化過程。

反觀臺灣畫家已經習以爲常地接受藝術市場上商業因素的考驗，他們對於藝術商品化過程的了解程度遠高過彼岸的創作者；他們意識到一個初探藝術市場新鮮人所必須具備的條件是先累積足夠的

學、資歷，對於展覽的宣傳和作品需具有的賣相也能有相當程度的認知。最重要的，臺灣的創作者面對更多的私人商業畫廊的篩選以及自己對畫廊的選擇，如果一檔展出有不錯的銷售成績，這個創作者會繼續受到支持與歡迎，否則就極有可能遭到藝術市場的淘汰。

因此，臺灣的畫家並不一定要靠官方的展覽做為自己在藝術市場上的重要資歷，事實上，目前臺灣繪畫界的現象顯示，二十幾年前舉足輕重的省展和國展在今天已經成為美術院校學生晉身藝術市場成為專業畫家的踏腳石。而真正在市場上行情頗佳的創作者也不再注意官辦的美術競賽，他們會十分挑剔展出的空間、時間和地點甚至畫廊知名度以及財力等條件。臺灣中堅輩以下到少壯輩的畫家，如果市場性穩定幾乎都與某些商業畫廊有相當默契。雖然並不完全是如國外的經紀合約，但在口頭上或長期配合上都能合作愉快，這種狀況是目前大陸地區所無法比擬的。

臺灣畫家是否有可能進軍大陸市場，是跟隨著大陸畫家已經成功登陸臺灣藝術市場這個事實所產生的相對反思議題。九〇年代初期臺灣即已經有十家畫廊業者成立軟性的俱樂部組織，有計畫地在臺灣正熱絡的初級市場，聯手經營大陸畫家的作品。這個訊息透露出臺灣畫廊業者從更早之前以跑單幫式打帶跑轉而成為組織性積極的運作。我們甚至可以說，早在兩岸政府公開交流之前，大陸畫家的作品就已經悄悄地開始在臺灣搶灘，而這種登陸臺灣的行動卻是臺灣畫商或單幫客全力促成的。如今，臺灣業者進軍大陸，卻未有計畫將臺灣當代創作者帶進大陸，他們在大陸「就地取材」的運作模式，是已經發覺大陸買家的品味與喜好，還是經營大陸創作者才能保障市場需求。

臺灣畫廊前進大陸略表

名	稱	負責人	時間	展出畫家	地點	備註
帝門藝術中心		張志成	2004		北京	
大未來畫廊		林天民 耿桂英	2004		北京	
家畫廊			2004		北京	
協民國際藝術中心			2004		北京	
山藝術林正藝術空間		林正	2004	吳冠中、何多苓等	北京	林明哲
上海昇藝術空間		吳盈璋	2004	沈小彤	北京	
亞洲藝術中心		李宜霖	2004		北京	李敦朗
傳承畫廊		張逸群	2004	卓鶴君、韓黎坤、陳向迅、顧迎慶、朱紅、鄭力、張銓、馬小娟、張見、高茜	北京	
八大畫廊		許東榮	2005	劉玉君、張學海、鈔子偉、許東榮、李小鏡、劉純海	北京	
索卡藝術中心		蕭富元	2001 2006	洪凌、俞曉夫、楊劍平、顧黎明、王向明、季大純、尹齊、屠宏濤	北京 上海	
上海五角場800號藝術空間		洪平濤	2004	上海、重慶等地畫家	上海	五角場800號
悠閒藝術中心		黃清泉	2005		上海	五角場800號
歌德畫廊			2005		上海	五角場800號
天地龍門		李亞俐	2006		上海	
Jeff Hsu's Art 觀想藝術公司		徐政夫	2006	丁雄泉、莊喆、鄭麗雲、傅慶豐、葉子奇、王玉平、申玲、徐曉燕、苗景昌、李義弘、呂淑珍、李光裕、吳昊、袁金塔、黃光男、蔣勳、羅青	上海	
新墨色畫廊				毛焰、許江、羅爾純		

附註：1992年9月，臺灣山藝術文教基金會在重慶設立「羅中立油畫獎學金」，資助高等藝術院校油畫專業優秀學生，以「培育未來中國油畫人才為宗旨」。1996年11月，「羅中立油畫獎學金」獲獎學生作品展在北京中國美術館舉行，展出自該獎學金設立四年以來17名獲獎青年油畫家的油畫作品。

結語：全球藝術市場真的擴大嗎？

一般咸認，現在的藝術市場比以前大多了。這的確是一個事實，就全球的經濟而言，全球的整體市場已經比1990年代擴張約20倍，而原本預估會在兩年前進入緊縮期的藝術市場，至今仍在它的擴張的階段，不少藝術經紀人開始認為這是因為整體經濟擴大、藝術市場擴大的結果，但是，有必要進一步分析其中實質的因素。交通、資訊發達，藝術品展示管道及媒體傳播效果增加，是藝術市場擴大及全球化的基礎，全球化市場中的區域市場發展依然表現出頗不均衡的態勢。

在中國和印度等高成長經濟體的帶動下，亞洲地區近年儼然已成為全球最紅火的投資市場。根據紐約時報的報導，近來因石油致富的中東政府和私人投資人也相當熱中亞洲市場的投資，亞洲國家

也紛紛擬定吸引中東投資人的戰略。根據國際投資銀行的預估，2007年中東地區投資人購買亞洲資產的金額將可能達到二百億到三百億美元之間。而隨著中東與遠東之間金融關係往來日趨密切，昔日中東資金集中注入的歐美市場可能開始面臨資金流入量減少的情況。

區域市場的不平衡發展既使得評論者所憂心的泡沫化和市場危機一再拖延，同時，這些看似失準的判斷，將引發市場畸形化的外一章討論；或許我們沒有看到泡沫化危機，卻引來了市場嚴重畸形的後遺症。歐洲共同市場、中美洲、亞洲大區域藝術市場，以亞洲的騷動最為明顯，市場需求擴大的結果，使得亞洲新興買家產生溢出效應，往歷史淵源深厚的歐亞和跟隨風潮的歐美市場撒錢。一批批法國、英國、荷蘭、美國的藝術經紀商，伴隨各國商業貿易的潮流，進入中國、印度等地區尋找便宜的批發貨源；尤其以中國為甚。這種現象類近清末中國受外國軍事、政治力壓迫，開放沿海通商口岸之後，外國買辦（俗稱大班）在中國搜購外銷畫貨源，將中國風格的商品畫帶進歐美消費市場，甚至外國商賈干脆在中國建立製造作坊回銷歐美市場。類似清末外銷藝術商品的現象，中國當代藝術市場也無形之中擴大它原本只有兩級市場的範圍。

在歐美投資者概念裡「中國藝術風格」的商品或者廉價的當代藝術品，納入藝術創作的範疇進入歐美消費市場，造成初級市場範圍更加模糊，而我們唯一能檢視的標準，即是這些受歐美市場歡迎的便宜中國藝術風格作品，是否曾經有展覽或在初級市場具有成交紀錄，如此我們便知道，為何《ART news》和Art Market Research公司所作的量化調查益形重要。回歸兩級市場的健全似乎是目前可以有效觀察與控管市場機制和發展的方法之一，也是基礎的守門法則。