

# ART ASSET 艺术资产

## 大家

### 丁乙:将冷抽象进行到底

抽象派有热抽象和冷抽象之分,代表人物分别是康定斯基和蒙德里安,他们的画面中放弃了具体的内容和情节,突出运用线、面、点、色块、构图等纯粹的绘画语言表现内心的感觉、情绪、节奏等抽象内容。热抽象是以自由的弧线为主,富有感性、神秘的浪漫感的抽象艺术。冷抽象展现的则是冷静的、规则的几何构成。著名艺术家赵无极、朱德群的作品就属于热抽象。

◎记者 邱家和 ○编辑 王晓华

1988年横空出世的“十示”系列,在著名艺术家丁乙看来是艺术与设计相结合的产物。如今,25年,整整1/4世纪过去了,艺术生产的体制无论中外都已经天翻地覆,丁乙本人也已在国际艺坛早早出了名。尽管如此,他的艺术仍然处于边缘状态:诚如批评家所指出的,25年来他的“十示”在许多人的眼里变化太大,但在许多人的眼里却没有变化。

#### 十示:反叛的宣言

25年前“十示”系列有了第一张作品,丁乙将其归纳为“三原色”。他将第二张作品称为“七色光谱”。他说:“那时的作品都是宣言性的,强调从艺术的原点出发。”

#### 为什么要“回到原点”?

丁乙回忆道,1983年赵无极作品在浙江美院做展览引发了中西融合的讨论,所以他打算走中西融合的道路。1986年起他就读上大美院国画系,到了大学二年级又觉得那条路走不通。

在丁乙看来,当时吴冠中也讲抽象,但他作品中的抽象只是意向。相比之下,赵无极有纯粹的抽象,但他为作品所起的题目却往往包含着意象。“所以我的抽象画选择十字,就是要无意向。我的核心观念就是回到最简单的元素。”

丁乙决定走一条艺术与设计结合的边缘道路:“选择十字恰恰因为它是一个泛含义的符号,在我从业经历中,十字线是无数次被用来标示多次套色的过程中必须遵循的坐标式的精确细线,它只是印刷业的技术术语与符号,没有任何用象征手法可以获得联想的空间,我要滤去所有实际性,使绘画仅仅回到形式的本质,形式即精神。”

#### 不变中的大变

“十示”问世后,“周围所有的人对我的新作都觉得很失望,说是没有绘画感,但我当时却很坚定,继续创作,每张画要花二、三个月完成。这也说明我当时的心态:我的路已经选定了。”丁乙认为,他的抽象艺术的探索过程很长,虽然只有一个“十示”系列,但实际上有许许多多的因素一会儿被吸收了,一会儿又被剔除了。“概括起来有三个阶段:一是从纯形式到有现实指向性,早期的探索有意排除任何社会性的因素。著名策展人侯瀚如说,丁乙是最意识形态的艺术家,就是指我的作品最反意识形态;二是荧光色时期,反映来自上海的刺激;三是反形式主义。”

1990年代的“十示”系列就属于上述的第一个阶段。丁乙认为,其中大致经历了4个时期:一、精确阶段:早期作品完全是以尺子、胶带和直线笔为辅助工具来完成作

品,这样做是为了斩断中国传统绘画的意义,消除自己背负的传统文化的包袱和西方现代主义初期纯绘画性的影响;二、徒手阶段:大约从1991年的下半年开始,基于对精神上的准确性的思考,因为表现手段在技术上的精确并不代表精神上的精确。丁乙就试着寻找一种“自由中的精确”。画面氛围和笔触的“口语化”让他感到了更多的自由和解放;三、材料阶段:到1993年底,进行各种试验的要求提上了日程,创作了大量的实验性的纸上作品。之后开始用粉笔和木炭及用圆珠笔和在瓦楞纸上画画。以木炭和教学用的粉笔直接在布上画,有一点直接书写的样子。这样的效果可以将传统文化“遗迹化”。这些实验差不多持续到了1998年;四、现成品阶段:对材料的试验后来扩大到了用现成的苏格兰格子布来画,利用它既有的图案样式,作品里开始有更多、更直接的社会和文化批判成分的体现。

在这一段探索中,丁乙遇到一位“贵人”。他回忆道:“1996年在和香港画廊签约之前,我跟一个中文名叫戴汉志的荷兰人合作过很长一段时间。我们都叫他老汉斯,早期中国当代艺术的展览很多都是他策划的。”丁乙表示:“当时中国的当代艺术还处于非主流状态,得不到政府和学术层面的支持,更没有人欣赏,没有经验可以借鉴。当时我的作品在同学和老师的层面得不到呼应,这种呼应却来自这个荷兰人。老汉斯在一个展览上看到我的作品后来拜访我,我把所有作品都给他看,他很快理出一条线索。实际上从来没有一个老师告诉过我这个经验,即艺术家创作是需要主线的,不是想画什么就画什么。这是来自西方的理性经验,也是一种基本的经验。这种经验我在1987年就获得了,这帮我从思想上和工作方法上通向国际。”

#### 城市变革成为动力

1998年后,“十示”有了新面貌:作品里的色彩和构图都较以前有了很大的改观。有了大量的荧光色出现在画面上,而且画面的层次变得更丰富了。形态不规则的“主体”出现在十字构成的层次更多的画面里。丁乙说:“我的作品开始与周围的环境、外部的人和事情有了越来越多的互动。我想在作品里反映出这个城市的喧哗和刺激。荧光色和金属色折射了物质化的时尚和繁荣,但十字背后也可以看到混沌与虚无。”丁乙将整个阶段概括为“荧光10年”。他说:“这是我思考新的问题的契机。我思考个人创作与时代背景的关系,先是城市化而欣喜,到最后又为其而反思,到了2008年后对城市化失去了新鲜感,不再是欢呼的心态。”丁乙还透露,其中一部分原因是荧光颜料对眼睛的损伤。

“我就回到黑白,这个阶段好比一个停留,一个过渡期,眼睛也调节一下”。这个过渡,在2011年上海民生现代美术馆举办的个展中得到了最有力的表达:在展览大厅

的后部,以菱形分布的4面展墙构成了相对封闭的展览空间,展墙上是4幅巨幅黑白作品。丁乙说:“这4张大画有点像我个人阶段化的反思的写照,也是对荧光色10年创作的总结,但还是有城市的影子。”荧光色和黑色相比,在丁乙看来最大的不同是颜色会跳出来而非吸进去,所以没有黑白作品的透视感。其色阶也少,常用的差不多只有荧光绿、荧光黄、荧光橙、荧光红这4种颜色。丁乙强调,当年威尼斯双年展的参展作品就是黑白的,网格状的,透视呈现微弱的波动;而现在,黑白的画面上是大的散乱的结构,荧光色虽然看不到了,但其实还在用,只是用在最底层,被黑色覆盖了。而展场设计使这最后4幅画带有仪式感。那只是“此时此刻”的反思,未来会怎样?是继续黑白呢还是继续荧光色?丁乙还没有给出答案。

有趣的是,在这个阶段中,他再度

遇到了“贵人”。不过这一次是机构了,那就是知名品牌“爱马仕”。2006年他受邀为这个欧洲的老牌子设计丝巾。丁乙回忆道:“当时这种合作还比较少,我也是比较茫然地接受的。”丁乙并不简单地认为这种合作看品牌的生意经。他从美术史背后的“赞助人”角色去把握,指出“品牌对艺术的赞助是现在出现的新趋向”:“现在随着商业的普及,越来越多的品牌加入到对传统文化的保护事业上来。同时,品牌也讲究前卫性,为了满足顾客求新求变的愿望,就需要新的活力,而艺术就能够提供这种活力,我觉得这种合作是一种趋势。”

据悉,丁乙在跨界从事丝巾设计后,又受邀参与了别墅、桥梁的设计,今年他又参与了上海设计大展的策展人团队。可见丁乙与品牌的合作,也为其打开了另一个天地。

爱马仕丝巾——中国韵味

#### 市场分析

### 价值标准与市场标准

◎记者 邱家和 ○编辑 王晓华

丁乙属于智慧型的艺术家,喜欢谋定而后动,因此在许多专家都避之唯恐不及的抽象艺术领域能一举成名,成为中国当代艺术中最早走向国际舞台的抽象画家。尽管如此,其市场却并不红火,而恰恰是这种不温不火,有许多耐人寻味之处。

丁乙是中国当代艺术中硕果仅存的用“冷抽象”方法创作的艺术家之一,更是名声在外,国际大展中1993年、1995年的第一、第二波“中国热”,他就一个没落下。

拍卖场上,他的作品直到2000年的中国嘉德春拍才有首次拍卖;而其第一个成交纪录则出现在2006年3月纽约苏富比的亚洲现代艺术专场首拍,他1997年创作的《十字》以2.64万美元成交;到2008年春拍,其2007年作《十示》在北京保利以112万元成交,成为其第一件百万

元级的作品;在2011年春拍的香港苏富比尤伦斯收藏专场中,其参加过“后89”大展的1990年作《十示》则拍出1746万港元的个人纪录。

2006年3月纽约苏富比的专拍,引发了中国当代艺术市场的第一波热潮;而难得的是,像其他参与第45届威尼斯双年展的艺术家一样,他的行情在2009年之后新一轮繁荣周期中继续飙升。由此可见,丁乙所看重的艺术价值市场一开始并不看重,反而去追逐“政治波普”与“玩世现实主义”等流行品种;直到更大的资金、更专业的买家进入,丁乙作品的艺术价值才等到充分认识,转换成市场价值。

如今,那届威尼斯双年展也过去20年了,丁乙的“十示”系列创作一直没有中断,他2000年之后的作品艺术价值与市场价值如何判断,在考验今天与未来的买家。

#### 丁乙作品成交排行榜(单位:万港元)

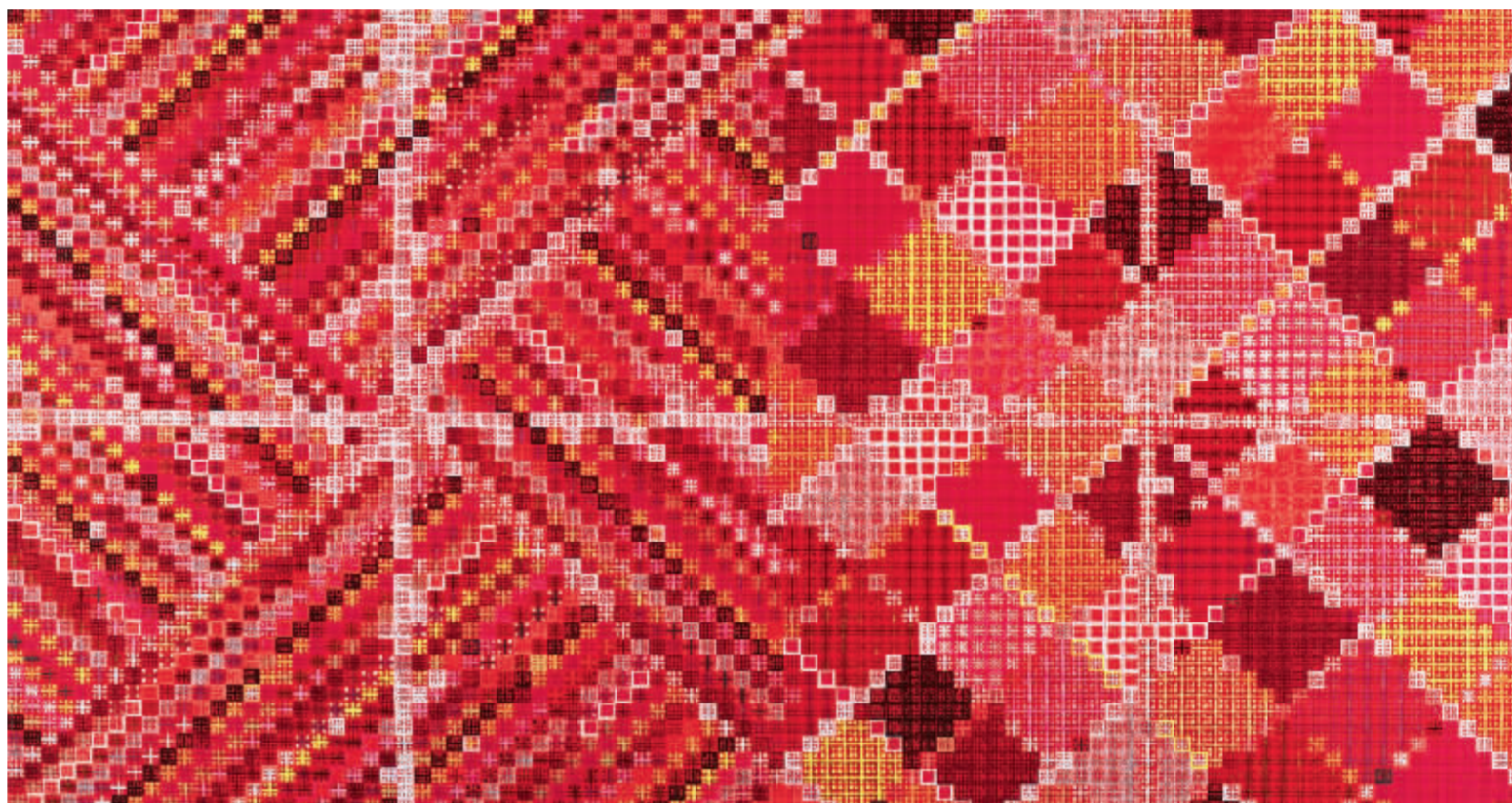
序号	拍品名称	估价	成交价	拍卖公司	拍卖日期
1	1990年作十示之90-6	60-70	1746	香港苏富比	2011-04-03
2	2005年作十示之六(六张一组)	150-250	842	香港苏富比	2010-10-04
3	1997年作十示97-40和97-41	450-650	517.5	中国嘉德	2011-11-16
4	2001年作十示之2001.8(三联作)	120-180	542	香港苏富比	2011-10-02
5	1990年代十字	40-60	410	香港佳士得	2010-05-30



丁乙



丁乙的工作室



《十示2008-1》

#### 对话

### “今天的艺术就是商业!”

——丁乙答记者问

在丁乙工作室进行的访谈中有一个绕不开的话题,就是中国当代艺术发展中的“国际性”。不过这国际性曾经两度成为当代艺术发展的课题:首先是1990年代席卷全球当代艺术殿堂的“中国热”;其次是2000年代出现的国际品牌的“中国热”。前者是中国当代艺术走向世界,后者是国际品牌进入中国,丁乙指出,从这种双向的运动中可以窥见当代艺术发展历程背后的全球社会、文化发展的趋势。

问:除了第45届威尼斯双年展,当年还有几个国际大展,你参加了吗?

答:当年可谓中国当代艺术家在西方的最早曝光。我一共参加了4个国际性展览:除了威尼斯双年展外,另外3个展览分别是:最早的柏林世界文化宫的展览“中国前卫艺术展”。我国香港的“后89中国新艺术展”也有国际巡回展。还有一个展览是在澳大利亚布里斯班举办的首届“亚太三年展”。

问:这些展览的主调是什么?在西方的反响如何?

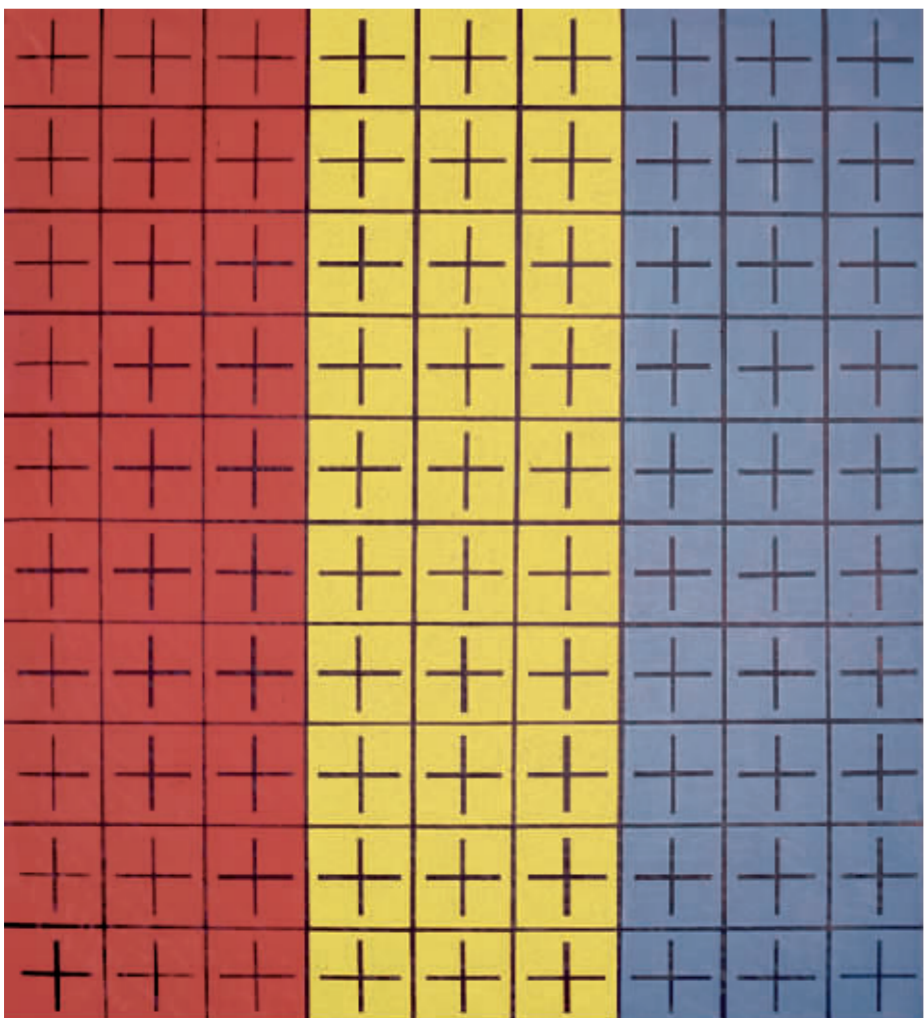
答:这些展览结构多元,虽然主流是波普艺术、玩世现实主义,但一般都有装置,如柏林的展览有黄永砅那件著名的作品——洗衣机的艺术史。我是作为唯一一个抽象画家参展的。我意识到这一波中国热的主流是政治波普,所以就给自己制定了长跑的对策。

问:2000年代后,你又与国际著名品牌有了合作,对此你怎么看?

答:2006年我与爱马仕合作,一开始并没有意识到这种合作有什么价值。品牌与当代艺术家合作,是LV和村上隆合作后的一股潮流。是品牌首先意识到与当代艺术互动的重要性,他们已经意识到,品牌在中国内地的推广,需要中国当代艺术家来扩展品牌的界限与号召力。那是“借脑”:首先听品牌讲故事,当代艺术家的介入可以丰富这个故事的脉络。而品牌的扩张也是史无前例的。回顾中外美术史,艺术的发展离不开艺术赞助人,从古代的贵族、王室、教会到现代社会的政府,艺术赞助人的角色一直在演变。到了全球化的今天,国际品牌成了主角,而这背后,则是品牌的消费群体在变化。因此,这已经不是商业的问题,而是这个时代的社会发展趋势了。

问:这对艺术本身产生了怎样的影响?

答:首先是“流派”没了。直到1980年代,纽约还有涂鸦艺术,巴黎还有新形象,德国还有新表现,但这个美术史上延续千百年的概念到今天都结束了。在今天的艺术圈,所有的人都在找新的方向。原来的体制,是艺术家创作作品,被经纪人、策展人挖掘,从画廊到地区性的艺术中心再到国际性的美术馆,走向国际舞台。今天这个体制已经土崩瓦解了:美术馆没钱了,全球最具权威的威尼斯双年展等三大展览已风光不再。因为双年展太多了,如今展览最好看的可能是巴塞尔艺博会。如果说1990年是双年展时代,那么2000年后则是博览会时代。今天的艺术就是商业,而2000年则是分水岭。所以,当代艺术未来的走向许多人会看不清。不过在纷乱万象中我们还是可以看出来一些线索,比如艺术家与商业的关系已经变了。



《十示1》