

随手一扫
了解更多

ART ASSET 艺术资产

徐震“变形记”： 个人、公司、品牌三合一



徐震

◎记者 邱家和 ○编辑 陈羽

1977年出生的徐震，说起来还是个年轻艺术家，日前却在北京尤伦斯艺术中心（UCCA）举办了名为《徐震：没顶公司出品》的“中期回顾性个展”。

担任策展人的是该艺术中心的馆长田霏宇，他在向观众介绍展览时，不厌其烦地指出了徐震的“三重身份”：该展览“展出的作品来自徐震、没顶公司、和没顶公司新推出的品牌‘徐震’，涉及从绘画到行为等几乎所有媒介，浓缩了近20年的实践成果。”在接受记者专访时，他又强调：“艺术家从事创作不仅可以个人的身份去做，也可以作为一个平台去做。”

“没顶公司”横空出世

“徐震结束，没顶开始”——那是徐震决定开办“没顶公司”（MadeIn Company）时使用的“广告语”，简洁扼要地说明了徐震身份的转变，当时正是2009年，徐震刚过“而立之年”，而中国艺术市场则进入了第三个繁荣周期，媒体称为“亿元时代”。

在田霏宇看来，徐震这么做是“失望于艺术家在文化生产和流通的庞大系统内部处处受限的现实”，他因此改变思路，创立了没顶公司，并将个人创作绑定在这个制造当代艺术的集体名下。他如此描述“由没顶公司出品的多种多样的产物——从类似于挂毯的政治卡通，到以所谓的‘全球灵性’为原型编出的一套文化健美操，再到一个充斥着虚构的中东艺术家作品的假‘群展’——最显而易见时代符号成了笑话，被新的、荒谬的可能性再度消费。”

为此，田霏宇决定 UCCA 的徐震个展虽然涉及各个时期的作品，但不采用时间顺序，而是做一个“联合现场”。他和徐震一起设定了别出心裁的展览结构：整个展览的空间呈现设置中轴线，展品陈列左右对称，展览空间类似宗教建筑，也像人体，像北京的四合院。在这个展览空间里，“那些人们所熟知的话语和二分化被粗劣地并置，如同展览中最核心的大型雕塑所展现的那样：无头的天龙山石窟菩萨像和萨莫特拉斯的胜利女神颈项对颈地组装在一起，喻示着东西方相遇的实质。”

徐震对记者简要介绍了“没顶公司”的做法：其一，以公司的形式运作：公司创办人采用合伙人制；而公司员工则拿工资与奖金。尽管徐震不愿意透露具体数据，但他声称收入水平高于行业水平。其二，创作过程则团队化，与各种类型的艺术家合作创作作品，以公司的名义“生产”。其三，每年都会有基本计划，但因为变化比计划快，每年这个计划都会被打破。一年做二三十个大小不等的项目，包括用作品或用展览策划等方式，参与多种机构的各种活动，5年来做了100多个项目。比如尤伦斯的这个展览，包括制作费、运输费、布展费与宣传费，费用超过1000万元。尽管如此，“没顶公司”已进入良性循环，每年都有盈利。

之所以会这样，徐震认为与艺术市场的兴起有关，创作环境变得好多了；画廊多了，项目比预期的多了，展览和活动也多了。他指出：“在今天，艺术家创作艺术品去展览是为了买卖，因此，艺术展览成了销售环节，展览展示的其实是商品，而我们则让‘产品’艺术化。”他认为，在承认现实的基础上，就看你怎么做“艺术”。

轨迹：与艺术市场发展同步

值得注意的是，与作为徐震个人创作的作品一样，作为没顶公司创作的作品，也是通过代理机构——上海香格纳画廊与北京长征空间销售的。由此可见，到今天为止，没顶公司还是一种艺术作品生产以及相应的劳动报酬分配的机制，还没有涉及艺术作品

的市场交易领域。

之所以能实现从徐震个人到没顶公司的身份转变，与他本人的艺术追求和艺术生涯有关。徐震从1990年代后期起在当代艺术圈崭露头角。借助田霏宇的描述，我们可以大致了解他的发展线索：“从一开始，他的作品就显露出鲜明的幽默感，引人发笑、进而震惊于当代社会的异化，充满了心照不宣的世故、所剩无几的安全感和刻意的视而不见。如，在他早期的行为录像《喊》（1998）中，徐震在拥挤的城市街头突发性地喊叫，捕捉数百名路人在瞬间的惊惶回头和各种反应；几年后的上海双年展（2004）期间，他将美术馆顶层钟楼的时钟指针调快了十倍，追赶着这个度时如梭的城市。”

在田霏宇看来，徐震创作道路第二个重要的节点是2005年。他指出：“之后，徐震在创作体系中不断完成新陈代谢，他迅速从个体艺术实践者演化为多重角色：策展人、组织者、发言人和网站站长等。在北京奥运会之前的几年时间里，中国的艺术系统和市场正经历着最令人眼花缭乱的膨胀期，徐震的一系列项目也变得更像一个个辉煌闪烁的当代幻象，如：‘锯掉’等与自己身高的珠穆朗玛峰顶（作品名《8848-》），并运到美术馆参加展览；原比例在博览会现场复制一个超市（又名香格纳超市），货架上售卖的是被抽空的外包装；或将备受争议的新闻摄影《饥饿的苏丹》中的场景在展厅内真实还原。”

质疑中挑战游戏规则

到2013年，没顶公司又有新举措：推出了“徐震”品牌。对此他表示，在今天这个品牌时代，每个艺术家都是品牌，因此没顶公司需要“徐震”这个品牌。他透露，这个新品牌的第一个作品，就是2013年5月在长征空间的展览《运动场》。而整个2013年，除了《运动场》，接着就做 UCCA 的这个展览。

徐震在向记者谈起没顶公司2014年的新年计划时说，没顶公司将分作4块：一，艺术创作部分力推“徐震”品牌；二，新设意识形博物馆；三，继续办好 Art-ba-ba 网站；四，新开没顶画廊，负责作品的销售。这样，他有意无意地透露了他的第三重身份的关键：没顶公司将介入一个全新的领域，也就是作品的交易。

对徐震的这个第三重身份，田霏宇的评论是：早在2009年，当他放弃自己的名字改做没顶公司时，被许多圈内人士视为极端的做法。现在他又把徐震这个名字放进去，当然是要承认并推出个人形象，但是，这背后却有一个没顶公司，与纯粹的艺术家的个人创作是两回事。就如达明·赫斯特后面的公司“科学”，徐震思考的是艺术家的主动性如何体现。

从徐震到没顶公司，再到没顶公司的徐震，三者的区别很模糊，都是作为徐震的不同的作品，以他个人为重要特征。他的创作活动直指当代艺术的价值系统，包括价值的形成、流通、传达，一方面在质疑我们所面临的各种系统，不仅针对政治经济，也针对知识思想、针对美学；同时也在做建设，从比翼艺术中心到“嘿社会”或 Art-ba-ba，他在努力中国缩短艺术家与世界的距离。

2013年作品受追捧

值得注意的是，徐震的作品虽然受到藏家追捧，但在拍卖场上却一直缺席，偶尔只有零星作品上拍。这种情况直到知名策展人沈其斌以“8G”的概念推出中国当代艺术专拍并引发广泛争议后才得到改观。据雅昌艺术网的资料，2013年徐震作品有8件集中上拍，其中成交价超过100万元的有6件，都是其当年的新作，其中一件装置作品《玩》，在一家新的拍卖公司元亨利贞的春季大拍中拍出逾千万元的高价。

对此，徐震表示，沈其斌通过艺术机构、艺术基金为艺术家做展览、宣传与销售。而徐震或没顶公司的作品在他的拍卖会上出现，都是其基金购买的作品。他认为，艺术市场会经过几个阶段：先是艺术投资，再到艺术欣赏、艺术收藏。然后有国家艺术基金介入。又有企业的介入，除了投资、收藏之外也赞助艺术活动。这样逐渐形成一套中国处理文化和资本的关系的现代制度。在这个过程中，沈其斌是2005年中国艺术市场高潮起来后的第一拨人。艺术市场需要有人这么做，至于具体的做法则可以讨论。

而对他与沈其斌的合作，田霏宇认为也是他探索艺术生产可能性的一部分。他愿意去探索，“土豪”能不能做得更好？以一种比较独特、比较“徐震”的方式。总之让人们感叹：徐震的情商太高了。

徐震个展现场一



储备二十年 跟着吕立新去买画

◎记者 曹原 ○编辑 陈羽

二十年前，不到三十岁的吕立新站在人生的十字路口，已在青年电视人中做得出类拔萃的他，面临着接受中央电视台的邀请，还是去日本留学的抉择。

二十年后，吕立新坐在皇城艺术中心总经理的位置上，无论是作为讲齐白石、徐悲鸿而备受关注的《百家讲坛》主讲人，文化部文化市场发展中心艺术品评估委员会常务副秘书长、办公室主任，还是《跟着吕立新去买画》等著作的作者，吕立新更愿意用“文化学者”的身份概括，从当年做得风生水起的电视行业转到艺术行业，从需要别人领进门的门外汉到今天别人眼中的“师父”，不断突破自我的勇气和勤奋，始终是吕立新回过头来时反复强调的。

从电视转行艺术

大学毕业后顺利进入电视台的七八年时间里，纷繁的工作让他觉得有些透支，吕立新很想找个能“一个人做的事”。加上当时国内有限的电视水平，吕立新毅然放弃了进央视的机会。尽管在日本留学时期进修的仍然是电视，但在日本期间，日本人对艺术品的珍视对他触动很大，“我第一次看到吴昌硕原作不是在在国内，而是在在日本，他们很喜欢中国传统文化，在日本有钱人家家里，都挂有原作，我在那时候看到大量的吴昌硕、齐白石，以及日本‘三山’加山又造、东山魁夷、平山郁夫的作品。”

除了作品本身，另一个让吕立新触动很深的，就是价格。“当时我对他们的艺术完全不懂，但是价钱把我吓坏了。当时‘三山’的作品标价1亿多日元——在上世纪九十年代初——就是1000多万人民币。平山郁夫很崇拜李可染，当时李可染最好的山水在国内最高卖到两三千元人民币，这种反差让我吃惊。”



吕立新

日本之行更加坚定了吕立新放弃电视行业的决心，1996年回国以后，吕立新开始更多与身边从事艺术行业的朋友接触，在这个需要师父领进门的行业，艺术家李晓明是吕立新回忆起来当年那位志趣相投的人。李晓明带着吕立新拜访了他的老师史国良、刘大为等等，“当时一下子就让自己的视野变高了，而且通过认识当年身边的中青年画家，自己就会去研究他们的老师，老师的老师，知识储备全是学习摸索出来的。”

知识储备后的实战检验

除了身体力行的拜访艺术家工作室，大量精读美术史、翻阅资料是吕立新转行后所做的重要功课。直到储备了三五年后，吕立新觉得该是实战的时候了。2001年，吕立新揣着7万块钱，和李晓明一同前往合肥朋友家中挑画，“选来选去，7万块钱愣是没花完，5.5万买了十几张当代画家的作品，有于志学、马西光、韩书力等老师的，其中最贵的是陈平画的八平米的《费洼山庄》，花了1.9万。”于是，5.5万元成了吕立新艺术品投资收藏的启动资金，“上手”的实战果然比纸上谈兵来得更快，从拿到作品的那一刻开始，画家和作品的方方面面都成为牵肠挂肚想弄明白的东西。

从逐一研究到融会贯通，吕立新当年很快将收藏目标锁定在了贾又福、史国良、刘大为、田黎明、刘庆和、陈平、武艺等十几位中青年画家身上，吕立新总结道：“收藏都是从离你近的开始，买了田黎明的，你就会去学习周思聪，知道了史国良就会想买黄胄，很自然就

开始从当代了解到近代美术史这块。”

吕立新感慨，因为买近代书画而绕不开鉴定的时候，荣宝斋原副总经理米景扬老先生实在给予太大的帮助，“他和很多近代画家都是好朋友，因为过去在荣宝斋做征集，很有经验。那时候去他家以后，闲聊中会谈到很多知识，很多东西一点就茅塞顿开了，他对我的帮助是无私的。”

吕立新开始接触艺术品的那几年，也是中国艺术品市场的初级阶段，在一个全面蓄势待发的市场中，只要东西买对了，买什么都赚钱。挨家拜访和拜师交友，让吕立新更加生动而深刻的喜欢上艺术品，而在那个买什么都赚钱的市场初期，艺术品投资收藏带来的甜头更让吕立新发现，原来“一个人做的事情”还能养活自己。

选经久不衰的人物 挖价值被低估的精品

二十多年过去了，不断完善的知识储备和在中实战的经验，让吕立新在积累过后发现，这件事当初想“一个人能做的事情”不再是一个人的事了，知识的积累让吕立新觉得有责任去回馈社会，或者让更多人了解艺术，从百家讲坛的授业传道到著书立传，在需要“师父领进门”的行业，吕立新已经从当年被人领进门的门外汉，变成了如今很多人追逐的“师父”。

对于艺术品投资收藏，吕立新借用一位多年资深的拍卖人士的话：“找一本拍卖公司五年前的图录和今天的对比一下，艺术家重叠的名单不会超过三分之一，连续五至八年在主流拍卖公司上一场不落上拍的艺术家不过100位。”面对艺术市场上昙花一现的追逐潮流，亟须被领进门的投资者们究竟该买什么样的画呢？

自然，如果有实力一定是选最好的，买不到最好，就选次好的，吕立新称：“宁选小名头画家的精品也不选大名头画家的次品，就简单地看近几年拍卖纪录的画家统计一下，哪些是市场不滞、哪些是经常出现的？如果一个画家在十年里逢拍必有，他一定属于经得起考验、经久不衰的人物，像齐白石、徐悲鸿、黄宾虹、张大千、林风眠、傅抱石、潘天寿、吴昌硕、吴湖帆、谢稚柳、关山月、李可染、黄胄等等。”

吕立新提醒，还有一些并非市场都有，却经常出现，比如陈师曾、蒲华、刘凤子、王一亭等等，“还有一些价值被低估的艺术家作品，艺术成就很高，作品风格很鲜明，比如李苦禅、王雪涛、叶浅予，这些都是艺术面貌鲜明，却被市场低估的，沿着美术史上认定的老前辈的路子来找，会发现一些目前在市场二三线的大画家的精品未来具有巨大增值潜力。”

艺术品投资要在自己的能力掌控范围内，盲人摸象的做法在吕立新看来不可取，他甚至直言，初入门的投资者应该买自己够得着的作品，“要买离自己所在区域比较近的艺术家作品，比如你身在北京，就首选‘京津画派’，这样不仅可以经常看到他们的原作进行对比学习，而且了解他们作品的人多，请教起来也方便，这样也能降低投资风险。”

新水墨热还将持续

吕立新还特意强调，平时媒体关注往往是“天价作品”，让人误以为没有强大资金很难进入，实际上吕立新认为，有10万元闲钱就可以起步了。“十万之内不仅可以有很多著名艺术家的作品选择，而且还能买到像关山月、赵少昂、溥儒、于右任、程十发、白雪石等画家的精品。如果把范围扩大到当代国画和油画，可选的空间更大。你买几万元的作品，然后过几年适当加价再卖出去，就可以买价格更高一些的作品了，这样一点点就进入到良性循环的状态。”

不要把鸡蛋放在同一个篮子里的投资理论谁都懂，但在艺术品市场的投资选择时，究竟是该买一张大名头，还是买几张小名头呢？吕立新建议，如果资金充足，又不急于用这笔钱，就买一张大名头，不必急着出手，而是静候时机，定会获得高额的回报；如果急于资金周转，想小赚一点就可以，那就买几张名头相对小的作品，变现相对容易。但无论艺术家名头大小，都一定要买他们的精品。

对于2014年，吕立新认为艺术品市场仍将是平淡的一年，传统书画的精品价格会不断飙升，因为好的东西越来越少。

而今年的“新水墨热”，在吕立新看来这是市场所给予的归类，“今天反映出时代特征的作品，传统的老艺术品太稀缺了，齐白石、徐悲鸿太少，买一张少一张，市场要发展，拍场总要有东西卖，就会归类出像‘新水墨’的标签，这是市场需要。”这种热潮并非一年一变，相反仍会持续一段时间。