

# 2025艺术品市场会有哪些趋势?

## 从画廊主导到艺术家驱动

全球画廊呈现销售放缓、成本上涨两大趋势。低端销售缩减,高端销售疲弱,中小画廊经营情况更是雪上加霜。2024年大卫·刘易斯画廊(David Lewis Gallery)、德利画廊(Deli Gallery)、杰克汉利画廊(Jack Hanley Gallery)相继歇业。汹涌而来的画廊关闭潮,也波及了纽约。成立30年且久负盛名的Mitchell-Innes&Nash画廊宣布关门。曾参加Art Basel的画廊如Cheim&Reid、Washburn、BettyCunningham等都已关闭。在这次规模性的画廊关闭潮中,据不完全统计暂停营业或关闭空间的知名画廊已达30余家。

目前画廊的困境,主要源自行业盈利的持续下降,短期内这一趋势仍会恶化。欧美地区的中小画廊,或被头部画廊合并,或小画廊创始人入主头部画廊高层,或关闭画廊实体空间转型线上或转向艺术咨询。而严格的“节流”措施,令原本必须维持的空间租赁、藏家维护、工作旅行等方面支出更显窘迫,尤其是参加艺术博会的成本已成为画廊面临的重要挑战。

相较于以往打造艺术明星的经典模式,画廊如今更愿意直接签约明星艺术家,这一趋势导致了一级市场、二级市场的“核心名单”高度重合。而明星艺术家,既拥有了更多的市场资源,亦加速了其身份的多样化——并致力于打造个人的形象与品牌。明星艺术家可以在各个平台直接出售作品,而粉丝、流量所代表的商业价值,也可以直接转化为具体的销售。自媒体、社交平台的“造星”能力得到了充分的认证。在当下的艺术生态中,信息化、数字化、平台化,令艺术资产不再被垄断。

## 国际拍实行开探发展新路径

全球拍卖市场依旧相对紧缩。佳士得、苏富比、富艺斯等国际知名拍卖行,均面临业绩压力。公开数据显示,2024年佳士得全球成交总额预计为42亿美元,同比下降16%。而短期预测亦不容乐观。

为应对行情疲软,国际拍实行在拓展新客户、维持市场盘局上殚精竭虑。2024年2月苏富比革新佣金架构,下调买家佣金,简化收费制度,也积极推动卖家

收费公开透明化。而年末苏富比又官宣恢复到原先的收费方式,显然也是应对市场变局、各方利益再平衡的不得已之举。

在业务形态上,拍卖公司呈现日常化趋势。例如,富艺斯亚洲新总部的启用,苏富比于香港、巴黎及纽约新空间的开幕,都意图借由物理空间的整合、弱化春秋两季拍的传统等举措,拉动品牌升级,适应市场新需求,面对消费新偏好。

对新兴市场的高度关注,是国际拍卖行的现时策略之一。而全球拓展也可以最大限度地抵消传统市场的萎缩。亚洲、非洲等有潜力地区,包括东南亚的印尼、越南等,中东则是其中的焦点。2025年2月苏富比沙特阿拉伯分公司成立,则是进一步加强与新兴市场合作的最新一例。

## 内地拍卖市场的韧性与突破

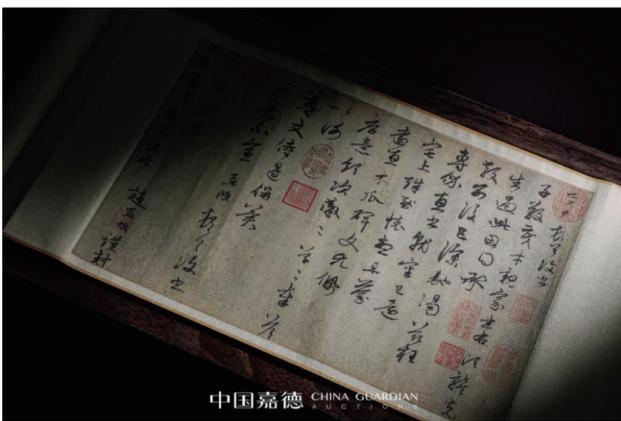
我国艺术品拍卖市场存在明显的周期规律,主要受经济、政策和艺术品潮流等因素影响。在经济驱动周期方面,经济繁荣时,如2003年至2011年,人们的收入与财富增加,艺术品投资收藏需求旺盛,推动市场繁荣;经济不稳定期间,市场需求和投资能力下降,活跃度降低。政策影响周期上,政府出台的文物保护、税收等政策调整,会直接影响左右市场交易规模与发展走向。艺术品潮流更替周期中,市场审美和兴趣呈周期性变化,特定时期某艺术品类或艺术家风格受追捧形成潮流,推动价格上涨,随后新潮流兴起,原潮流艺术品价格和需求可能改变。

尽管拍卖市场面临诸多挑战,但仍具韧性与突破。一方面,在全球经济复苏缓慢、不确定性增加的背景下,我国艺术品拍卖市场底蕴深厚、藏家广泛,基本盘稳定;另一方面,数字化技术加速融入,线上拍卖活跃,打破时空限制,拓宽市场边界,为新藏家、新品类提供了展示、交易的平台,助力市场穿越周期。

## 艺博会的欧洲调整与东亚激活

全球艺术博览会呈现扩张态势与活力面貌,其中欧洲版图调整变动,日韩市场再现活力。

2024年的Art Basel风头正劲,而随着巴黎被正式纳入巴塞尔品牌体系,巴



赵孟頫 行书三札卷 成交价:RMB 92,000,000 中国嘉德2024春季拍卖会

塞尔品牌完成了时空及藏家等方面的全球布局。尽管伦敦仍占全球交易额的17%,巴黎仅占7%,但随着英国脱欧,巴黎正吸引着更多的买家和卖家,并在市场重塑中逐步提升自我的地位。

伦敦,尽管受到脱欧的影响,然而丰富而国际化的艺术群体、资深而活跃的收藏网络,使其依然具有强大的影响力。2023弗里兹伦敦艺术博览会的销售额约为2.85亿美元,同比增长了12%。2024年继续保持了正增长。年轻藏家涌入,中等价位成交活跃是其明显的竞争优势。

2024首尔弗里兹艺博会推动了亚洲艺术在全球的热度。随之而来,韩国当代艺术异常活跃,吸引了广泛关注,全球主流机构也给予了韩国艺术家更多的曝光,并持续推动了韩国国内市场的迅猛增长。新加坡ARTSG的持续举办,反映了东南亚艺术市场的新动向,重视东亚、辐射南亚、影响全球,将成为新加坡乃至东南亚艺术市场的新策略。

## 美术博物馆的数字与文创活化

美术博物馆的发展趋势,一是数字化发展,具体表现为:1.数字展览的普及,如上海博物馆、山西博物院等推出的沉浸式数字光影展,利用最新数字手段重塑观众体验,增强互动性和趣味性;2.数字技术被广泛应用于文物信息的采集、整理、展示以及文物保护、修复和研究领域;3.借助抖音等数字平台拓展影响力,线上展览、云直播等方式打破了时空限制,吸引更多观众参与。

二是美术博物馆文创发展强劲,具体表现为:1.产品种类丰富,从传统纪念品扩展到生活用品、文具、食品等多个领域,如故宫博物院的“故宫日历”等;2.文创产业快速增长,成为新盈利点和效益增长点;3.跨界合作深化,如上海当代艺术博物馆与香奈儿合作等,共同推动文创产品研发;4.注重创新设计,将传统文化与当代审美融合,如风靡一时的中国国家博物馆“凤冠冰箱贴”等。

总体而言,美术博物馆的融合创新,不仅推动了美术博物馆的数字化、文创化,而且实现了文化传承与商业价值的双赢,并在政策支持,市场需求的双重激励下,体现出文化自信与可持续

发展的时代特征。

## AI强势嵌入艺术主流生态

一种共识正在形成:艺术市场或将经历深刻的范式转移,AI技术成为推动这一变革的核心动力,并全方位重塑艺术市场的各个维度。

艺术品市场正经历着结构性重塑:一级市场借助AI技术实现了智能化转型,通过艺术品的精准推荐,线上、线下的协同发展,简化了交易流程,提升了市场活跃度,实现了艺术资源优化配置;二级市场,AI艺术成功进入拍卖市场;而消费级AI艺术产品的兴起,改变了市场价格层级与供需结构,加速了市场的数字化转型,拓展了艺术商业新生态。

全球美术博物馆,已将AI艺术纳入收藏与展览体系。AI辅助鉴赏、鉴定的应用,正重塑审美标准与价值判断体系,家庭与个人的收藏偏好逐渐向AI艺术倾斜。一些专家认为,AI或正改变着艺术的鉴赏方式,引发对艺术价值、鉴赏标准的重新思考。

## 品牌、IP联名与社区新生态

艺术跨界成为当代消费文化的重要趋势。而艺术跨界IP联名也在游戏领域成为一种事实,《黑神话:悟空》即为其中一例。在城市更新与艺术乡建中,艺术跨界将艺术元素融入社区规划、建筑设计、公共空间,实现了艺术与生活的深度融合。

艺术跨界的普及及为品牌带来了全新活力,吸引了消费者的目光,创造了文创、文旅等产业的更多机遇。而随着热潮的兴起,跨界亦呈现泛滥的迹象,浅尝辄止的“蹭热度”、同质化、低质化即是其中最突出的现象。

作为一种积极的突破,摒弃流于表面的联名模式,深入探究艺术内涵,实现与品牌特性的精准契合,则是走向未来的重要路径。而以艺术社区为依托,立足城乡,凝聚创意,构建涵盖艺术创作、产品衍生及文旅消费、艺术体验的全产业链生态,达成艺术、商业共赢,也是推动产业可持续、高质量发展的实践方向。

注:本文内容节选自《2025艺术品市场趋势报告》

## 藏珍

### 章太炎篆书《曹丕典论语》

历代学者中擅书者甚夥,以其学养胸次精深博大故,书作虽不必尽佳,然多能脱俗不凡,正所谓“儒者之工书,所以自游息焉而已”,非随世碌碌者所能及。清末以来学术大兴,经学尤为发达,经学家中自然不乏书道中人,章炳麟即然。

章太炎(1869—1936),名炳麟,字枚叔,余杭(今属浙江杭州)人,受业于著名学者俞樾,精研经学、小学及哲学,世称“国学大师”。辛亥革命后创办章氏国学讲习所,专事讲学及著书立说。擅篆书,得力于钟鼎款识,融合大小二篆之长。其最大贡献在于取法篆体篆书,突破前人作篆仅取正体的局限性。

正体即代表规范的通行书体。不同的时代有不同的正体书体,其发展线索从西周大篆开始,经历了从秦小篆、东汉八分隶书到唐楷的过程(并非书体演进过程)。其特点是追求正大堂堂的装饰效果,体现以实用为基础的典范美。正体篆书即秦小篆,通常用于庄重的场合,主要代表是秦始皇出巡时遗留下的《琅琊台刻石》等六大刻石上的文字。篆体即日常书写中为追求简便快捷而产生的书体,其发展线索从商代甲骨文开始,经历了从春秋战国简牍帛书、秦篆草、汉篆隶和章草,直到后来的行书和今草的过程(并非书体演进过程)。其作品大多为草率急就而成。篆体篆书的主要代表有战国《侯马盟书》、秦诏版等。

自清代篆书复兴以来,书家取法各种古代篆书遗迹,或正体或篆体,或金石或简牍,各有造诣和成就。但能把各种不同载体的篆书合而为一,则非章太炎莫属。在章氏此作中(释文:年寿有时而尽,荣乐止乎其身。二者必至之常期,未若文章之无穷。书赠晦庵老兄。章炳麟。)金石文字和简牍文字兼收并蓄,正体篆书和草体篆书融会贯通。其结体多为小篆字形,然字势近方,长垂的笔画极少出现,显



章太炎篆书《曹丕典论语》轴 136cm x 38cm 纸本 广州艺术博物院藏

然出于大篆的影响,但行笔比正体大篆更加洒脱随意、婉转飘逸、笔沉势急,有《侯马盟书》等先秦古文“科斗”之意。“科斗”即蝌蚪文,是一种手书草篆墨迹。章氏此作用笔起笔较重,呈圆点状,随后急笔速行,至收笔处又趋缓,以此求得沉稳内敛,唯多不回锋,而做尖锐出锋状,正是《侯马盟书》的笔意。(文/毕直)



2014-2024中国博物馆文创市场规模预测及增速(图源:共研产业研究院)

# 我的诗观



程大利,画家,编审。曾任中国美术出版社总编辑,人民美术出版社总编辑。现为中央文史研究馆馆员,中国画学会创会副会长,中国美术家协会中国画艺委会委员。主编22卷《敦煌石窟艺术》《中国民间美术全集》等大型系列画册;出版程大利画集多种;著有理论文集《师心居随笔》《师心居笔谈》《雪泥鸿爪》《中国画教学文丛——程大利导师卷》《程大利谈山水画》《极简中国古代绘画史》《砚田别识录》《师心居草》等。

我喜读诗,也写诗。但我不是诗人,远远不是。我无诗才,从不知道“诗兴大发”是怎样的感觉。但过了中年,却写起旧体诗来。唐人诗是“流”出来的,我的

诗是“作”出来的。我的快乐在于慢慢地琢磨。一首诗会因为一字停下,放进抽屉里,过很久才把这个字确定下来,这样的“未定稿”不少。我也让诗友帮我推

敲,深深感激着帮我“点睛”的人。身边确有几分钟出一首绝句的诗才。当然,诗才有大小。“三李”、杜工部、陆放翁都是天降之才,但李贺母亲心疼儿子作诗太苦:“此儿要呕出心血乃已耳。”八指头陀更有一句:“一字未安眠不得”。所以,要认真起来,诗中的一个字会影响到睡眠。

即便如此,我还是喜欢写,这是理性的需要。有一点想法,我会想到这个构思的完整性。从诗境到诗格是个工程。拗句补救就很麻烦,出韵的笑话更要避免,嚼蜡的东西则属无聊。诗是酒,韵味儿要厚。比兴要简、切、正、雅。不简则失之烦冗,不切则失之轻浮,不正无法感人,不雅则鄙陋非诗。写庙堂要乾坤清朗,吞象食牛;写山林要仙风道骨,使肝胆胆。如此方可耐人咀嚼。这样的要求,碰到一字出韵,非常尴尬。所以,诗

人沈鹏先生随身备有《诗韵速查手册》之类,时时翻检,慎而又慎。

因为一辈子画中国画,一辈子又喜欢书法,我要求自己必须学诗,也必须写诗。张庚管中国画史叫“无声诗史”。无诗意的中国画还有存在的必要吗?这也是我逼着自己写诗的深层原因。司马光《续诗话》引了魏仲先的两句诗:“烧叶炉中无宿火,读书窗下有残灯。”这是一种坚守。历史上有此体验的诗人太多了。当然,阅读之外要行路,要交游,要经世,要思考,要养气。

郑板桥总结了自己的诗书画之路,谓“精神专一,奋苦数十年,神将相之,鬼将告之,人将启之,物将发之。不奋苦而求速效,只落得终日浮夸,老来窘隘而已”(《郑板桥·题画·靳秋田索画》)。余少时即读此,至今仍有所启我,有所益我然。(文/程大利)



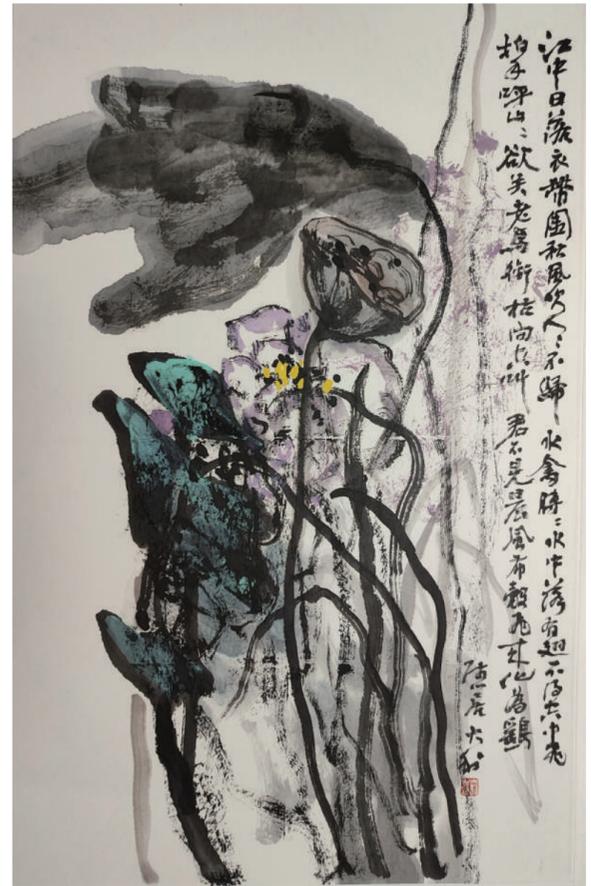
程大利 七十九自述 45cm x 68cm 纸本设色 2024年



程大利 庄严色相珠三绝 45cm x 68cm 纸本设色 2024年



程大利 不知何花 45cm x 68cm 纸本设色 2023年



程大利 晨风 68cm x 151cm 纸本设色 2024年