

受访嘉宾

澳门钟表博物馆馆长、  
澳门钟表协会理事长、澳门  
钟表历史文化推广协会会长  
方荣毅表态网联合创始人,资深  
钟表爱好者、评论人,行业内人  
称A哥  
David

# 疫情下的腕表收藏： 观望？出手？机会与困境并存

文/羊城晚报记者 施沛霖

2020年伊始,一场新冠疫情令中国春节失去了往常的热闹。中国买家在春节黄金周的缺席,令包括钟表在内的全球奢侈品销售损失惨重。而这仅仅是开始而已。

疫情下,瑞士钟表业陷入停摆状态,据瑞士钟表工业联合会调查报告显示,2月瑞士的钟表出口额同比下跌9.2%。随着著名腕表品牌在3月份接连关停工厂,对全球钟表的供应、价格及市场格局带来了急剧变化。对此,钟表藏家和消费者们该如何应对?是趁价格回落悄悄在心水清单上添上一笔,还是静观其变?且听一下行家的分析。



往年巴塞尔表展人气爆棚

## 壹

羊城晚报记者:据您预计,疫情影响和展会的取消将对今年的钟表行业带来什么影响?

David:瑞士两大表展在过去资讯不对称的年代,非常有必要。而在疫情下取消展会对钟表业的影响是正面的,可以省下一大笔费用。个人认为,没必要年年搞大展,将来可以慢慢分布到各地区办,更能了解各地区的实际情况,有些品牌已经退出表展做独立展览了,这次疫情将会加速瑞士表展的转型。

疫情对整个钟表行业有大影响,消费力最强的中国消费者出不去了。不过随着中国的疫情接近尾声,在中国消费者心目中的好品牌,在国内的市场还是会回来。

## 贰

羊城晚报记者:劳力士等多间厂商生产停摆,对于一般藏家有何影响?比如是否短期内是否影响表价?是否令腕表时间变长?

爱彼MASTER01  
全新博物馆限量版计时码表

劳力士  
GMT-MASTERII  
18K金腕表

百达翡丽  
鹦鹉螺  
型号3500



图/品牌官网

方荣毅:除了以上品牌暂时停产,我相信陆续有来,其实在去年年底疫情之前,市场上热门炒卖的价钱已在回落,这证明市场已开始饱和,这次表厂趁疫情停产,我认为是明智之举,说白了就是趁机减产来稳定市场价格。自从停产消息公布至今,许多热门表款价钱还在往下,回落幅度在5%~15%。最近半个月,过去一表难求的热门款,现在随时能在市场买到,且议价空间也大了。当然目前价格坚挺的品牌也有,像Richard Mille,价格昂贵,在百万元起步,但它并不是收藏家心仪的菜。鉴于目前的市场状况,收藏家们很多都持观望态度,例如我便是。至于正在轮候的买家,等待的时间肯定会长一些。

David:钟表作为传统制造业,上游零件供应商备货,品牌制造商根据预估和订单进行生产,批发零售端也会备一般两三个月的库存。一旦市场需求减少,批发零售端开始观望,进入清库存阶段不再进货,同时往上传导,品牌制造商开始减产去库存,然后等待下游下单,一旦零售渠道不通,都堵住了,唯期盼市场好转,一个字——等。

由于2019年腕表销售有高增长,很多品牌对形势进行了乐观估计,在中国传统春节、元宵、情人节等时节,国内经销商按旺季备货,国外经销商也库存充足,等待着行走的“中国钱包”旅行者。如今零售断崖式下降,在一段长时间内经销商会处于清库存状态,现在考验的是经销商和品牌的资金链。

疫情的影响下,品牌也正好借停产之机减少库存,因为现在生产出来的货,没有销路情况下只能自己囤积,造成资金积压。到底这一波谁第一个降价?拭目以待。

对收藏家、消费者来说,好消息是以前难买的货现在如洪水般涌出,手表不是口罩、不是消毒液、不是刚需,但正常人的心态买涨不买跌。

羊城晚报记者:疫情让腕表产业重新反思“数字化转型”,但腕表等奢侈品的销售有着特殊性,调查显示高级腕表92%的销售是在线下。作为资深藏家,您如何看待线上交易等数字化转型?

David:线上交易是线下的一个补充,但不是全部。我以前一直推崇去店铺消费,但通过实践改变

了我的看法。我开始跟很多品牌和经销商分享,一定要重视线上宣传、线上销售或线上线下结合,这次疫情会起到加速的作用。

线上购物有7天无理由退货,将线下体验的过程从店里移到家里,没有店铺气氛烘托,人们会更理性消费,不喜欢可以退货,而退货在实体店比登天还难。线上交易对品牌的产品要求会变高,一定要有打动消费者的卖点。

方荣毅:很多收藏家购买高级腕表都会先上手试手感和了解功能,如果没上过手的表是不太可能在线上下单的,而且还有折扣问题,所以高价腕表在线上销售并不理想。

## 肆

羊城晚报记者:过去几年,中国买家对高级腕表的收藏和购买热度,为高级腕表市场贡献了漂亮的成绩单,2020年在新冠疫情影下,国内藏家收藏热情是否有所降温?未来他们关注和收藏的热点是否有改变?您建议现在表友可入手哪类腕表?

方荣毅:从3月21日安帝古伦日内瓦拍卖的成交来看,成交率估计少了10%以上,大部分成交价也不理想,估计是受全球化疫情的影响。至于收藏热点,收藏家本身是比较有主见的,且各自有自己的收藏体系,我认为很难受影响而改变收藏方向。

近年来,钢运动休闲表大行其道,入门的表友我建议可以先入手,而我自己比较喜欢独立品牌的带有好玩功能的手表。沛纳海也是我个人比较推荐的,原因很多,如表款长青,粉丝群体大,产量适中,是劳力士产量的1/12,与百达翡丽相若。

David:收藏家的贡献在各品牌占比都在1%以下,严格来说这个群体无关轻重。中国处于消费升级转型期,对中高档品牌有利好。疫情下,对腕表的潜在客户——高净值消费人群的影响比较大,我认为现在的情形是,他们的消费能力没变,但少了消费的心情和意欲而已,等疫情完全结束后,估计消费会有一波反弹。对于收藏者来说,他们固有的收藏模式不会改变,还会继续购买。

对一般消费者,我会建议购买腕表从100M防水开始起步,良好的防水会更好地保护机芯,这样售后服务等都会少很多麻烦。潜水运动款市场已经启动,休闲正装两相宜的表会成为主流,一表多用。我认为,富有趣味的计时表将成为下一个热点。

文/羊城晚报记者 施沛霖

## 央行将发行冬奥会纪念币、纪念钞及金银纪念币

藏家心心念念的冬奥会纪念钞终于来了,而且一套两张,也是我国纪念钞发行史上的第一次。据中国人民银行官网消息,中国人民银行与北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会正式签署了第24届冬季奥林匹克运动会纪念币发行协议。根据发行协议安排,中国人民银行从2020年起将陆续发行普通纪念币2枚、纪念钞2张、金银纪念币19枚。中国人民银行曾于2008年发行第29届奥林匹克运动会纪念钞,面额拾元,主色调为蓝色,反响热烈。有藏家认为,新的奥运纪念钞的的到来,估计会再度引爆奥运题材。

藏家热话

## 桃花春水红豆红

冯  
玮  
瑜  
著名收藏家、广州市当代艺术研究院理事长、著有畅销书《你所不知道的中国收藏》《藏富密码》

“绿如春水初生日,红似朝霞欲上时。”这是清代诗人洪北江专门为一种瓷器釉色而吟咏的诗句,诗词美,意境美,釉色更美!世间也只有那种釉色,配得上那么美好的诗句,那就是——豇豆红釉。



产生无限的浪漫遐想。

我最喜欢豇豆红釉里那种近似三月桃花的釉色。遐想那一片桃林望之不尽,桃花盛开,芳华灼灼,当微风轻拂时,落英缤纷,桃花流水窅然去,别有天地非人间……这种诱人的三月桃花红色,让喜欢单一色瓷器的我,怎会不心动呢?

不过,心动归心动,豇豆红釉瓷器市场上并不多见,而且每件的釉色差异较大,釉色、品相俱美的,价格昂贵得让人咋舌。

我一边寻觅一边等待,心中念念不忘那像三月桃花的美妙釉色。

等待的日子是漫长的,但当缘分来时,千军万马都挡不住。

2013年11月27日香港佳士得秋拍,一件编号为3488的豇豆红镗锣洗终于出现了,这件镗锣洗器型小巧,外施豇豆红釉,娇艳粉嫩,釉色变幻莫测,既有宛如豇豆之粉红色,又在匀净的豇豆红色之中渐变桃红色,在桃红色中又泛有点点绿苔,色彩变幻丰富,釉色绚丽多姿,釉面晶莹透亮,让我一见倾心。

这件豇豆红釉瓷器还有着显赫的展览和流传记录:它曾是Brodie Lodge伉俪旧藏;1968年12月10日于伦敦苏富比拍卖,编号为127号;1982年5月19日于香港苏富比拍卖,编号为264号;2010年9月17日于纽约佳士得拍卖,编号为1403号。

它还分别参加过1948年10月伦敦东方陶瓷学会及1979年英国牛津大学Ashmolean Museum举办的展览。

收藏瓷器的人都明白:有这样良好记录的传世品是多么难得啊!我上手仔细观看,只见这件豇豆红釉镗锣洗敛口,矮扁腹,浅圈足,造型小巧玲珑,线条流畅,胎体致密细白。内壁施白釉,外底心书有青花“大清康熙年制”六字三行楷书款,字体俊秀,布局疏朗。

它小巧怡人,淡恬文静,韵独到,桃花春浪,颇有意趣,正所谓“满身苔点,泛于桃花春浪间”。拿在手上玩,令人寻味不已,真为文房清玩之隽品也。

——就是它了!苦等那么久,与豇豆红的缘分到了!竟拍时我咬紧牙关,不管对手出什么价格,坚决血拼到底,终于将这件豇豆红釉镗锣洗收入囊中。

从上述流传记录起计,它飘零在异国番邦已有七十多年以上,今日缘牵万里,我纤纤素手,携它回归故土,认祖归宗,落户羊城,犹如文姬归汉,想必它是千依万恋的。

清末的《饮流斋说瓷》说“豇豆红之所以可贵者,莹润无比,居若鲜若黯之间,妙在难以形容也”。豇豆红兼容绚烂与含蓄之美,变幻莫测,幽致隽永,真的是“妙在难以形容也”。



▲冯  
玮  
瑜与陶瓷爱好者一道鉴  
赏品豇豆  
红镗锣洗  
图/作者提供

## 三月艺藏精选

在2019年放缓,销售额估计为59亿美元,同比下降2%,但按价值计算仍占全球销售额的9%。2019年48%的藏家总是或时常使用线上平台购买艺术品。

不过有行家认为,本届线上艺博会的买气不及人气。在VIP首日预览中,大部分画廊销售未尽如人意,这与2019年线下艺博会的VIP首日预览相比,差距颇大,去年首日共售出作品近200件,销售总额超过了3000万美元。尽管如此,巴塞尔仍被认为能调动全球最多买家资源的线上艺博会。

艺术拍卖离大众近了,  
拍卖行积极进行数字化转型

不要以为艺术拍卖离我们很远,一些著名拍卖行的网上拍卖越来越接地气,最近的网拍专场包括

餐具、名酒、摄影作品等,不乏估价低至数百元美金的拍品。

数据显示,佳士得网上拍卖件数计成交率达80%左右;在每年举办的近100场网上拍卖中,拍品的平均成交单价在8000至9000美元。佳士得的首次网上拍品是2011年的巨星伊丽莎白·泰勒珍藏专拍,拍品包括泰勒生前所收藏的珠宝、时装等。2017年年底,达·芬奇巨作《救世主》领衔的海外重要夜场拍卖直播,吸引了全球高达47万人在线观看。2018年“站在巨人肩上”网上拍品献给了牛顿和霍金等知名科学家的52件拍品,创下182437英镑总成交额,其中霍金使用过的一把轮椅以296750英镑成交。去年备受关注的贝聿铭夫妇收藏、纽约知名古董商兼收藏家安思远珍藏等,佳士得曾选取价格适中的拍品举行了多场网上专拍。

文/羊城晚报记者 施沛霖

## 央行将发行冬奥会纪念币、纪念钞及金银纪念币

藏家心心念念的冬奥会纪念钞终于来了,而且一套两张,也是我国纪念钞发行史上的第一次。据中国人民银行官网消息,中国人民银行与北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会正式签署了第24届冬季奥林匹克运动会纪念币发行协议。根据发行协议安排,中国人民银行从2020年起将陆续发行普通纪念币2枚、纪念钞2张、金银纪念币19枚。

中国人民银行曾于2008年发行第29届奥林匹克运动会纪念钞,面额拾元,主色调为蓝色,反响热烈。有藏家认为,新的奥运纪念钞的的到来,估计会再度引爆奥运题材。

# 珍藏艺术 分享喜悦