

潮流艺术：新生代藏家的共同语言

文/羊城晚报记者 施沛霖

当艺术遇上潮流与卡通，便融汇成了时下炙手可热的设计语境及艺术符号，它令艺术不再高高在上，而以独特的美学呈现俘虜了年轻人的心。

“潮流+艺术”迸发出的能量可谓惊人，不但造就了一大批现象级的潮流艺术家，也诞生了很多千万级甚至亿级的潮流艺术品。本来，价格不菲的单一版潮流艺术品收藏，只是极少数人的游戏，但在跨界成为常态的当下，艺术与日常的界限正变得日渐模糊，潮流艺术当代艺术的作品内容和表现手法愈发多元化，可穿戴、可把玩的艺术正成为潮流新风向。艺术家除创作绘画、版画及雕塑作品外，亦与各品牌合作，创作了诸多精选艺术手袋、箱包、玩具及配饰等跨界潮流艺术品。

著名的例子包括曾在公共空间创作了诸多巨型雕塑的KAWS、杰夫·昆斯、名和晃平和空山基等艺术家们，还有去年在上海吴美术馆开展的丹尼尔·阿尔轩，他们也创作了一些尺寸适中的雕塑作品，可携带、可把玩、可在家中摆放。这些有一定发行数量的小件作品，让雕塑成为了日常之物，令爱好者有机会将其收入囊中。至于那些可穿戴的艺术衍生品，暗合了年轻藏家们的审美追求，往往令他们无法抗拒。



《一组被侵蚀的滚石杂志》丹尼尔·阿尔轩

【专家说】

年轻藏家带动亚洲市场的转变

■ 受访嘉宾



林家如

佳士得香港现代及当代艺术部副主席暨国际总监及部门主管



《房间》乔纳森·查普林 本文供图/佳士得香港(署名除外)

羊城晚报记者：当代艺术的作品内容和表现手法越来越多元化，可穿戴、可把玩的艺术正成为潮流新风向。您认为这些跨界艺术作品为什么能吸引藏家尤其是年轻藏家的关注？反映他们怎样的生活态度？

林家如：近两三年以来，集合了潮流、卡通与艺术元素的“潮流艺术”或“Urban art”，正成为85后、90后“新生代”藏家的共同语言。年轻藏家带动了亚洲市场的转变，以KAWS为代表的潮流作品、玩具、用品、艺术衍生品等成为了收藏市场的关注点，这是一个亚洲独有的现象，非常有趣值得探究。

至于这些潮流艺术衍生品近年为什么特别受到年轻藏家的喜爱和关注，原因很多。首先，这些潮流艺术、卡通艺术是他们熟悉的、陪伴他们长大的东西，有着他们美好的童年记忆，也符合他们的审美追求，等到他们经济独立，有条件进入收藏圈时，这些潮流艺术衍生品自然成为他们收藏的首选。

其次，他们是与互联网共同成长的一代，在社交媒体获取资讯和分享自我是他们离不开的生活方式。潮流艺术具有特殊的美学特征，表现为“视觉扁平化、颜色高彩度”，特别适适合在社交媒体上表现和传播，这类作品也常常通过网络拍卖的形式进行交易，这些原因都决定了潮流玩具、用品等大受年轻藏家的青睐。

羊城晚报记者：如何判断哪些潮流作品、时尚用品、玩具具有收藏价值？它们具有什么要素？

林家如：判断它们是否具有收藏价值和升值潜力首先还是看是否名家之作，像KAWS、奈良美智、村上隆等艺术家都是当代流行文化领域的标杆性人物，具有毋庸置疑的巨大商业价值。二是看这些潮流作品是否限量版，发行数量多不多等。一些有画廊代理的艺术家，其作品限量发行，量不大，能较好地平衡到供给和需求。另外初始发售价格较高、市面罕有、有特别纪念意义的作品相对来说收藏价值也较大。

羊城晚报记者：目前哪些艺术家、哪类作品在拍卖场上比较受追捧？有没有令人印象深刻的例子？

林家如：当代潮流艺术家从KAWS、村上隆到奈良美智，从乔希·斯柏林到MADSAKI，他们无不受受到动漫、街头艺术、商流设计和时尚等潮流影响，并获得了全球瞩目的知名度和影响力。最近令我印象比较深刻的是上个月举行的“丹尼尔·阿尔轩(Daniel Arsham)：未来考古学”个人专场拍卖，成交总额为

208.4万港元，成交百分比为100%。出生于1980年的丹尼尔是现今一位极具影响力的多媒体艺术家，他拥有多重身份，跨界建筑、雕塑和电影。去年6月，丹尼尔在上海的昊美术馆举行了亚洲首次个展，其作品以白色调为主，创作注重历史和空间方面的表达。

“未来考古学”专场拍卖吸引了世界各地的热烈竞拍。最高成交价作品是一组由粉色、蓝色方解石及石英、石膏创作的雕塑，名为《一组被侵蚀的滚石杂志》，此作品为独版，成交价475000港元。艺术家将此拍卖款项捐给他的母校，用于资助受疫情影响的艺术学生。其它亮眼拍品还包括一件精灵宝可梦浅蓝色树脂氧化铝雕塑(2020年作，版数：447/500)，成交价为93750港元；他与空山基联手创作的1000% BE@RBRICK(银色)彩绘乙烯雕塑，则拍出了87500港元的成交价。

羊城晚报记者：卡通×艺术是时下流行的设计语境及艺术符号，它令艺术看起来离大众距离很近。近年也诞生了很多千万级甚至亿元级的卡通×艺术拍品，作品有哪些共同的视觉风格特点？

林家如：去年11月佳士得香港推出的HI-LITE主题专场，便将关注点转向当代新流行美学，从商业艺术、卡通和街头文化中探索其根源，为这批当代新潮艺术家梳理出一条视觉风格元素的线索：大胆的扁平形式，绚丽的色彩以及从大众媒体中挪用

木化转型，也吸引了越来越多具有特别生活趣味的年轻藏家进入。新流行美学，暗合了普流行艺术不再高高在上，不食人间烟火。商业艺术、卡通和街头文化本身就有很大受众，出现在生活的每个角落，是收藏家最早接触的艺术起源，所以，结合了这类灵感的作品，通常更受年轻藏家的欢迎。

对于我来说，比较明显的变化，是不再仅仅关注潮流资讯，而是把视角向更大的艺术领域延伸，包括艺术家们的各种跨界作品。另一个变化，其实是自己想买的作品越来越少，越来越贵。毕竟，现在与艺术家勾肩搭背的艺术衍生品，都很贵。

羊城晚报记者：目前您比较关注哪些艺术家、哪类产品？有没有令您印象深刻的例子？

李国庆：像奈良美智、村上隆、KAWS、丹尼尔·阿尔轩、阿德里安·帕雷西都非常受欢迎。令我印象最深刻的，肯定是苏富比拍卖班克西《女孩和气球》画作的时候，在一片喝彩声中，画作被撕成了碎纸条。(编者注：英国艺术家班克西的画作《女孩和气球》在拍卖会上以连个104.2万英镑被拍下，落锤后，画作突然自己向下滑落，部分画布被艺术家预藏在画框里的碎纸机割成碎片。事后买家仍同意付出同样价格买下这张自毁作。这张“在拍卖会现场拍下的作品”因而大火。)

李国庆：主要是这些作品的载体本身已经偏向年轻化，像版画、滑板、玩具、T恤、时尚单品这些都是年轻藏家的最爱。随着年轻人的购买力上升，奢侈品大牌都开始陆续与流行艺术家或街牌合作，像LV与村上隆、SUPREME、DIOR与空山基、KAWS、丹尼尔·阿尔轩的合作……所有的指标都在说明，只有当流行艺术家与大牌或街牌合作，才能够收获年轻一代消费者、收藏家。正因为这些奢侈品牌的不断向潮流化、年轻化、艺



美不过三代：康雍乾瓷器美人举隅

文/吕子远

作者简介：吕子远，中山大学历史学博士，主要从事区域地方史研究。现任职广东东正拍卖有限公司古器物部，从事研究鉴定工作



清乾隆五彩仕女小茶碟 美国亚特兰大 Henny B. Moog 旧藏

瓷器以仕女作为装饰，最早见于唐代长沙窑，宋元间或有之。直至明代才逐渐盛行，成为瓷器装饰上常见的图案。到了清代康熙雍正乾隆三朝，伴随着釉上彩绘技术的成熟，瓷器仕女图的绘画愈见精细，并和前代相比，呈现很多根本的变化。过去瓷器上出现的仕女，大都简单满足于整体形似，对于容貌五官的细节并不讲究。这些仕女大多出现在一些大场景之中，对于观者而言，像是站在远处窥盼倩影，其颜色之美，则在似有还无中。

而自清代以来，瓷器上的仕女长相较得精致起来，画工更讲究五官的比例和眉目发髻的细节，以呈现女性的美丽面容。或者构图上，将视点聚焦在一位女性身上，特写她的撩人仪态和娴静容貌，让人仿若身临其境，遂得将红颜仔细打量。

随着康熙朝五彩工艺的进步，瓷器上的仕女更是涂脂抹粉起来。最常见的，是用矾红勾描脸蛋、五官，以及点唇；而墨彩细描发髻、勾眉和点睛。比起釉下青花会出现晕散，釉上彩的线条更为纤细利落，美人的容貌也因此更为具体清晰。

康熙雍正时期的五彩美人，大多有一个标准脸，杏脸朱唇，蛾眉凤眼，小巧含蓄的鼻子，若隐若现的双眼皮，上唇内收。其好处是精致悦目，不好处就是集体出现时，人人同款。如在当下，定会被人讥笑为韩国加工，而当时则是出自景德镇窑匠之手。

景德镇“整”出来的标准美人，如今都身价不菲，她们除了长相雷同，还有一个特色就是薄施脂粉，自有姿容。到了乾隆年间，一副好容颜不见得景德镇一家独擅，广州的外销彩瓷大概是采用了“进口技术”而使美人的容颜大有改观。

这一只乾隆仕女小茶碟，比起景德镇仕女，显然更妩媚许多。就其五官而言，彩匠使用了西洋画法，以浅淡的矾红给仕女脸蛋增加光暗效果，使五官立体了起来，让我们能在视觉上感受到美人白皙紧致的肌肤，而特别是眼眉至鼻梁两端位置的颜色加深。鼻子比起景德镇制，立马挺直了许多。再者，就是她的凤眼，小而有神，何以致之？

放大细看，原来是上眼线特地用了墨彩勾描，而且眼尾勾拉延伸，微微上扬，其效果与时下化妆处理眼线之技如出一辙。再看唇唇下瓣，轻轻留白一道，远观仿佛涂了唇彩，莹润丰满。这在景德镇五彩仕女图上甚为少见，简单一笔，增媚不少。当时彩匠能洞察细节，真是耐人寻味。

清三代的仕女图之美，完全不仅限于脸蛋。美也从来不只是在局部，而在于整体。三代瓷器上的女性图案特别之处还在于动作丰富，千姿百态。三代精品瓷器上的仕女图，常是推陈出新、别出心裁的，一反过去仕女端庄正派的假正经形象，而更着重展现女性的体态和个性之美。虽然当时女性裸露的部位仅限于手，但工匠却能竭尽才思来展现女性的身体线条，令之若隐若现，引人浮想联翩。她们体态多姿，大多歪身扭身，或回首顾盼，或支颐远眺，或倚身翘臀，或



杰夫·昆斯 兔子气球(紫) 金属陶瓷雕塑 2017年



香奈儿1000%积木熊雕塑 2006年



草间弥生设计限量版 路易·威登 2012年



“梦之设计师”携来梦之展览 275件高级定制礼服及珍贵设计稿亮相上海龙美术馆

文/图 羊城晚报记者 施沛霖
一个诉说经典华服与名人故事的展览，引领参观者重回上世纪四十年代至今、世界时装周上的一段优雅时光；一个以高科技手段展现梦幻般故事的展览，令人惊叹时尚、艺术与科技交融的魅力……日前，DIOR迪奥宣布即将于7月28日于上海正式拉开“克里斯汀·迪奥，梦之设计师”展览的帷幕。
上海是“克里斯汀·迪奥，梦之设计师”展览呈现的全球第三场，也是继在巴黎装饰艺术博物馆和伦敦维多利亚和阿尔伯特博物馆举办后，又一次全新场景叙事的艺术呈现。

据悉，此次展览呈现的杰出作品包含275件高级定制礼服、勒内·格雷鲁瓦和克里斯汀·贝拉尔所设计的稿以及高伟刚、梁远苇等8位中国艺术家创作的作品和艺术装置。展览由伦敦维多利亚和阿尔伯特博物馆现代纺织品和时装策展人奥丽娅·库仑策划，引领观展者踏上一段探索之路，深入了解克里斯汀·迪奥先生及其设计继承人包括伊芙·圣·洛朗、马克·博朗、玛丽亚·嘉茜娅·蔻丽等人的先锋创意。从明天起至10月4日，上海龙美术馆，即可重温这世界时装史上的重要一页。

■ 受访嘉宾



李国庆

资深艺术玩偶藏家，iTOYZ&PLAYGROUND品牌主理人，中国第一本原创潮流玩具书《玩偶私囊》作者



李国庆的潮流收藏品图/李国庆

我喜欢这些艺术延伸品，最早是从潮流与艺术玩具开始，然后慢慢地向更多领域延伸，关注这些玩具设计师、艺术家的其他作品，如滑板、版画、徽章、服饰等各种跨界合作作品。使整个收藏体系变得完整，不再仅仅是玩具。判断这些作品的价值与升值潜力，主要还是看艺术家本身的知名度，以及过往艺术作品的拍卖纪录。然后再看合作的品牌够不够厉害，再给质量与时尚度打个分。最重要的一点，其实是你自己是不是对这个作品有眼缘，觉得很喜欢。我个人的理解，首先要自己喜欢，然后再去考虑升值。

羊城晚报记者：不少艺术家从当代新流行美学出发，在商业艺术、卡通和街头文化中找到灵感，这类作品受年轻藏家追捧的原因是什么？对于您个人来说，给您的生活带来哪些变化？

李国庆：主要是这些作品的载体本身已经偏向年轻化，像版画、滑板、玩具、T恤、时尚单品这些都是年轻藏家的最爱。随着年轻人的购买力上升，奢侈品大牌都开始陆续与流行艺术家或街牌合作，像LV与村上隆、SUPREME、DIOR与空山基、KAWS、丹尼尔·阿尔轩的合作……所有的指标都在说明，只有当流行艺术家与大牌或街牌合作，才能够收获年轻一代消费者、收藏家。正因为这些奢侈品牌的不断向潮流化、年轻化、艺

鉴藏有道

展览有约