

## Uniqueness of Sweden Model in Art Market

## 艺术市场中独树一帜的瑞典模式

■ 王强（山西大学美术学院） by Wang Qiang

Sweden model lays emphasis on the development of public art and establishes the effective and innovative mechanism through setting up art foundation and offering prizes. Sweden art, known for its popularity and tolerance, close to life and never flashy, takes public-orientation and functionalism as its core. The highly commercialized Sweden art, naturally and perfectly combined with consumer market, is a classic model of internationalization.

以往人们总是认为艺术品只是被小众的收藏家所欣赏和收藏的，而不是被大众用来使用和消费的。随着艺术品市场类别的日趋完善，特别是艺术产业化发展的逐步成熟，原本只属于“小众”的艺术品正在试图寻找更加亲近大众的方式，艺术消费也就应运而生。

只要你有消费艺术的意愿，无论腰包如何，总能找到方式让艺术来点缀你的生活。艺术正在进入寻常百姓家，在这方面不得不谈谈瑞典艺术的多元化发展。在创新能力这一指标上，瑞典在全球排名第一。900万人口的瑞典地处北欧一隅，不要说与美国，即便是与英国、法国、德国等欧洲大国相比，无论在整体经济实力、国际政治影响力等方面，瑞典都只能算是一个中等国家。那么，它为什么能够在国家竞争力、创新能力等方面超越众多大国呢？

首先，艺术与大自然的关系是瑞典艺术发展至今不变的主题，这点与中国传统思想中的“天人合一”不谋而合。瑞典艺术本身就存在很强的公共性，本身就可以称其为“公共艺术”，除此之外还有它保存的独特民族性，其保持着民族性与国际性的统一，以及对大自然的独到思考。在瑞典，每一个人、每一天的每一件事都被精心设计过了。艺术更是与商业完美结合，自然地融入市民日常生活之中。可以说，瑞典的城市本身，就是艺术创意产业园区！

世界上有这样一家冰雕酒店（Ice Hotel），屹立在严寒的瑞典北极圈一带，由冰雕与白雪砌成，完全看天气做生意。它的生命也交由大自然决定——入冬时，它屹立不倒，到了春末，则随天气暖和悄悄融化。来自大自然，经过人工雕塑，赋予生命，完成了自身的生命，让世人微叹以后，最终回归

自然。每一年春末融化后，重新雕造的样貌都不太一样，它卖的就是与众不同的体验与感觉。酒店内冰雕玉柱，客房睡床由雪铺成，垫上驯鹿皮。世界各地的游客慕名而来，在零下5度的气温中，尝试住上一晚的新鲜滋味。这家酒店将艺术与大自然巧妙地进行创意结合，同时又实现了商业价值，这也许正是艺术的魅力所在。

瑞典公共艺术讲究跨界合作，瑞典艺术是音乐与建筑、雕塑、绘画和多媒体的融合典范。公共艺术需要融合，需将美这一主题与城市自身的特点融汇，将城市公共艺术真正体现出“公共”，使这个城市的一砖一瓦都体现出这个城市独有的美。

20世纪，瑞典政府为艺术事业建立储备基金，其中包括不同种类的奖金。1937年，国家艺术委员会成立，其目的是为了给社会公共机构及场所的艺术品付费。这个组织最成功的投资工程就是瑞典斯哥德摩的地铁站，在地铁站内人们可欣赏到各式风格的绘画、壁画、雕塑以及各种艺术表现手法，其被称为“世界上最长的博物馆”。

在瑞典斯德哥尔摩这个地铁站，原本当人们坐完地铁出站时，楼梯跟电扶梯大家通常都选电梯，但走楼梯更有益健康。于是有人想出这个妙招，经过夜深后工作人员的敲敲打打，在楼梯上装上像钢琴的音阶，并且安装线路。人们发现一踏阶梯竟然发出声音，于是有趣的事情发生了，很多人开始主动走楼梯，甚至还有妈妈特地牵着小孩专门来这里爬楼梯。艺术创意使得爬楼梯再也不累人，而且变得十分有趣味性。这种无处不在的创意已经成为瑞典人们生活的一部分，可以说整个国家已经变成了艺术园区，艺术消费很自然地成为瑞典生活中的必需品。



瑞典冰雕酒店（Ice Hotel）



瑞典斯德哥尔摩地铁站



卡尔·弗雷德里克·雷乌特斯韦德 《无暴力》



卡琳·马玛·安德森作品



帕尔·斯文森作品

其次，瑞典的主要艺术品市场是十分活跃的，其中有各种参与者，包括政府基金展览会、特定艺术家的画廊与拍卖会、网上画廊、博览会、艺术奖项、艺术家的一手交易市场、印刷品制造等。瑞典当代艺术家们的作品风格呈现出民族独特性与国际当代艺术新观念的融会贯通，多元化发展的趋势，并直接影响了众多瑞典国际品牌的诞生，使艺术与商业完美结合，成为国际艺术市场中独树一帜的典型模式。

瑞典有大大小小的基金会，他们会对那些非商业化的艺术进行赞助，这是瑞典艺术发展的重要力量，但这些基金会并非轻易申请就能获得，刚开始艺术家们都会出去找工作，自己养活自己和自己的创作，大家满足于艺术创作等同于生活的状态。瑞典首都斯德哥尔摩市中心塞格尔街的一座题为“无暴力”青铜雕塑，就是由“瑞典无暴力基金会”出资，由瑞典著名雕塑家卡尔·弗雷德里克·雷乌特斯韦德创作的，体现出人类对战争的独特思考。

瑞典艺术家们让自己熟悉市场的最好方法以及对收藏者来说可行的便是去接触 IASPIS（瑞典国际艺术家工作计划）和那些知名画廊。瑞典最知名的画廊有 Amells 画廊、Mollbrinks Konst 画廊、Magnus Karlsson 画廊、Nordenhake 画廊、Wetterling 画廊，这些画廊经常性的参加国内外大型展览和知名国际大型展销会。瑞典有多家拍卖行，其中最主要的三家拥有国际效益的拍卖行是 Stockholms Auktionsverk、Bukowski Auktioner、Uppsala Auktionskammare。还有一个目的在于帮助人们寻找其周围地区的拍卖行及如何进行货物交易的叫做“拍卖网”的网站，正融入人们的文化生活中，其中的项目大到值钱的艺术品，小到吃饭的餐具，应有尽有。

于 90 年代在瑞典斯德哥尔摩建立起来的 Smart Show 艺术博览会 (Smart Show Art Fair) 是欧洲最活跃的艺术博览会之一；2001 年开设的哥德堡双年展 (Göteborg International Biennial for Contemporary Art) 不仅是瑞典最大的艺术展事，也是北欧唯一的双年展，为展示、记录斯堪的纳维亚地区（一般指挪威、瑞典、丹麦）的艺术发展提供

了平台。

瑞典所在的北欧有两项艺术奖项，分别是卡尔基艺术奖和 Ars Fennica。成立于 1998 年的卡尔基奖两年一次，用于奖励艺术家中的后起之秀。它是世界最大的艺术奖项之一，奖金十分诱人。建于芬兰的 Ars Fennica 基金会每年把奖授予来自北欧或波罗的海地区的一位艺术家。最终获奖的艺术家不仅有丰厚的奖金还会被授予一场带有目录的展览。

同其他国家一样，艺术家的价值随着他们获得的奖项以及参加主要展览会的次数增加而上涨。在 Moderna 博物馆、Liljevalchs Konsthall、Bonniers Konsthall 和 Magasin 3 Konsthall 中的展览都会促进艺术家的作品在市场的展。比较典型的如瑞典艺术家卡琳·马玛·安德森，她赢得了 2006 年的卡尔基艺术奖，2007 年她的作品在 Moderna 博物馆展出了整个夏季，之后作品价格上升十分显著。此外还有 2006 年 10 月纽约，在 Moma 展出的古维·尼尔森的追忆作品；2006 年在纽约南希·马格莉斯画廊展出的丽娜·克洛维斯特的作品；雕塑家帕尔·斯文森在 Jim Kempner 的艺术展，这些艺术家都是通过参加国内外展览提升了国际知名度，使得作品的市场价格不断飙升的实例。

在今天的瑞典艺术中，世界当代艺术新近的一些发展趋势都可以找到对应，诸如叙事性作品、绘画的复苏、多种媒体的混合和新媒体的使用、女性主义艺术和身体艺术的繁荣等；而瑞典当代艺术的独到之处体现在对日常生活和人居环境的质疑和敏感，以及本土文化与外来文化的巧妙融合。

克雷茨夫妇是两位瑞典的当代杰出艺术家，他们的创作灵感来源于对中国宋代瓷片的感受，创作题材涉及人物、动物、日常物品，充分展现了克雷茨夫妇对于美的追求和对外部世界的理解。向观众展示了古老中国文化的一个艺术形式如何经过当代艺术理念和技术手段的改造，在遥远的国度变异成瑞典艺术的一种独特类型，它验证了文化发展与融合的多样性。

瑞典年轻的艺术具有很强的创新精神，艺术创作涉及各种领域。瑞典当代艺术创作方式主要有绘画、雕塑、装置、影



克雷茨夫妇 《女人的房间》



雅各布·达伦 (Jacob Dahlgren) 作品



Michael Johansson 装置作品



像、身体、新媒体、草绘、陶艺等。

Djurberg1978年出生在瑞典Lysekil,在她19岁时进入了Malmö艺术学院。最初她主攻油画,但后来她开始了影视的实验,她制作了绘画日出日落的电影。之后她发现了用粘土塑像的可能性,电影开始发展成为了叙述过程。在她画室的一个角落里,她拍摄了富有泥土气息的生动活泼的视频作品,在视频最初展示了甜蜜的田园风光,但紧接着带来了黑暗、扭曲,以及一些暴力的复仇幻想情节。这组视频作品完成之后她于美国举办个人艺术展。

虽然人们总是觉得瑞典当代艺术的光芒似乎被“瑞典设计”所遮盖,其实瑞典艺术表现手法的多元化和年轻艺术家的不断涌现正是诞生誉满全球的“瑞典设计”的直接起因。

艺术家雅各布·达尔格伦(Jacob Dahlgren)的作品体现出对日常生活和人居环境的敏感。达尔格伦的创作思路是挑选生活中极为常见的物件,如灯泡、飞盘、丝带等,把这些在日常生活中的小物件通过大量的堆积,塑造成类似抽象绘画的装置艺术品。同类型的还有装置艺术家Michael Johansson的作品,他似乎特别擅于物品整理,他的作品是将我们身边随处可见的物件收纳整合在一个限定的空间当中,如果是同一色系还真让人分不清楚到底是由多少生活物件所组成的。

在达尔格伦与Michael Johansson的这类作品中,日常生活中的物件作为对艺术的挑衅出现,同时这些物件功能性的丧失又消解了设计中崇尚的功能主义,从而达到了一种对瑞典自身艺术发展的双重批判。他们的创作方法将传统的抽象表现主义、极简主义同生活美学、工业设计巧妙地结合在一起。这类作品是一种对设计和艺术在当代的区分的回答。当代艺术之所以与商业化的设计作品有一定的区别,就是因为它迫使观赏者提高自己的思考力,以及探索形式自身可以抵达的深度,但是它引导了设计的元素和思维。

再次,在20世纪30年代,来自德国的包豪斯(Bauhaus)和新客观主义(New Objectivity)对瑞典艺术产生了不小的影响,这些新的艺术设计理念影响并形成了以简约和功能主义为特色的瑞典设计传统。瑞典艺术因此产生了艺术跨界品,即瑞典艺术家专门为其他产品跨界设计的作品。这些作品达到了艺术家与商业的真正水乳交融,使瑞典艺术市场急速扩张,誉满全球,走向国际化。

比如说产自瑞典、享誉国际的顶级烈酒品牌绝对伏特加(Absolut Vodka)是世界十大名酒之一。它与波普艺术之父安迪·沃霍尔(Andy Warhol)的合作早已被奉为艺术与商业跨界合作的经典。对于沃霍尔来说,绝对伏特加系列无疑是他重要的代表作之一;而对于绝对伏特加,这个历史可以上溯到15世纪的“老酒”,在与沃霍尔的合

作中,通过创新包装,使其品牌重新焕发了生机,知名度直超伏特加的原产地俄罗斯品牌,成为全球销量最高的高档烈酒品牌之一,也是世界排名第一的高档伏特加品牌,并被称为“绝对艺术”。

为什么一个商业化的品牌最后被演化成了一种和现代艺术相结合的产物,即“绝对艺术”?这正如Absolut公司所解释的:是因为其品牌与生具有的创造性本能吸引了世界各地的优秀艺术家,使他们愿意用自己的艺术才华来重新阐释Absolut瓶子的品牌价值,使艺术家与商业品牌共同得到了口碑与金钱的双赢。

瑞典艺术家的作品以对人居环境、日常生活的敏感,开阔了设计的元素和思维。以瑞典这个设计产业十分成熟的国度来说,仅仅有好的创意或是好的广告,是无法打造一间好的设计商店,更无法建立一个成功的设计品牌的,其后一定要有好的商业模式,才能在高度竞争的环境下存活。

宜家(IKEA)家居就是设计创意与商业利益之间达到平衡的范例,是“泛艺术”这一概念的成功典范,既赚到钱、又保持自己的风格,同时又不会让消费者闻到太多铜臭的秘密。除了低价与设计之外,更重要的是其背后深刻的人文思维,也就是所谓的“民主化设计”。简单地说,就是让平凡人也能实现品位与艺术感十足的美好家居梦想。宜家把家具放在盒子里,像比萨饼似的送到客户家里,处处体现出询问细节,在点滴创新着商业模式理念。

最后,我们通过对瑞典艺术市场模式的探索,得出结论,瑞典艺术是中庸而具有包容性的;是贴近生活而不哗众取宠的;是十分易得和雅致的;它吸纳南欧的浓郁情感和东方文化哲学思维,渗透到生活的方方面面,是公共主义与功能主义为主的艺术;瑞典艺术是非常商业化的艺术,却又是自然地与消费市场完美结合的国际化典范模式。

中国正在进入一个艺术消费的时代,这已经是艺术家和国际艺术市场的共识。以西方的经验来看,艺术消费与人均GDP成正比,当人均GDP达到5000美元时,艺术消费便会呈现出主流化态势。有数据称:在中国,北京、上海、深圳等一线城市人均GDP已经超过1万美元。国内艺术市场的潜力值十分之巨大,艺术品不再仅仅掌握在小众的收藏家手中,大众同样对艺术品有消费的欲望。

我们需要学习瑞典模式注重公共艺术的发展,通过设立艺术基金和奖金等办法建立有效创新机制,促使国内艺术市场更加规范化和活跃化。我们的艺术家需要保持民族性与外来国际新观念的融合,创作出更好的艺术作品,同时尝试学习瑞典模式通过创作艺术跨界品的方式多元化发展,提高创新力度,产生更深层次、更广阔的艺术市场,使艺术市场类别更加趋于完善,满足于不同阶层人群对艺术的需求。使艺术真正的变成一种人们可享可得,必不可少的生活方式和消费方式,树立品牌观,进一步走入国际市场。

艺术的界限随着时代发展,人们生活水平的提高,技术手段的进步,不再单纯地以表现手法划分,不同艺术形式的交融,艺术品的类别将会越来越多,艺术市场也会越来越广。任何艺术形式终要服务于人,比如“实用性雕塑”,比如“艺术家具”,它们既是艺术品,也能胜任您家里的沙发、椅子、书架等。如果您不满足于只是把艺术品挂在墙上,不妨可以买一件,享受一下坐在“艺术”上面的感觉。



绝对伏特加



宜家家居