

注入新活力促進藝術品市場繁榮

為新一代藝術家 收藏家 畫廊

創造機會

因位處亞洲中心，受惠於金融、法律及物流優勢，香港一直是亞洲藝術品交易的活躍市場。目前已有不少國際知名畫廊、拍賣行和藝術博覽會選址香港，如Art Basel自2013年首次落戶香港以來，已成為視覺藝術的國際盛事，而已在港舉辦11年的Affordable Art Fair (AAF)更可謂是不少新藏家的起點。憑藉低稅率優勢，加上藝術展會的蓬勃發展，來自世界各地的藝術愛好者們每年積極參與香港的藝術交易活動，使香港成為全球三大藝術品交易中心之一。業界人士接受香港文匯報記者訪問時指出，若要進一步擴大交易規模和購藏群體，藝展除了提供為頂級藏家、收藏團體交易的平台，其公眾教育意義亦不容忽視，培養和提升藝術審美與品味，不僅催生新一代收藏群體的出現、成長和發展，對社會文化建設也助益良多。

◆香港文匯報記者 黃依江、張岳悅

比起拍賣行動輒一件作品上千萬的成交額，AAF因每件作品定價均在10萬港幣以下，其總成交額每年大約在3,000萬至4,000萬港幣間。AAF可謂是不少新藏家的起點——許多年輕藏家在這裏購買了第一件藝術品，從而開啟收藏之路。11年間，AAF不僅合作了數百間國際及本地畫廊、數千位藝術家，亦令參展觀眾參與到藝術品交易這件事中來：親民的定價打破了藝術品購藏高不可攀的印象，令到交易規模和購藏群體進一步擴大。

疫後展會參展商和觀眾逐步恢復

今年AAF以「敢賞、敢藏」為主題，據藝博會報告顯示，今年成交額約為3,000萬港幣，在參展畫廊只有97間的情況下，較疫情發生前幾年的平均成交額其實並未有減少。AAF藝術總監張敏姿(Regina)觀察到，疫後兩年展會的參展商和觀眾都在逐步恢復，平均銷售價格也由去年的1.6萬港幣升漲至今年的1.8萬至2萬港幣，這意味著藏家購買力有所提升。2024年《環球藝術市場報告》亦指出，在經濟因素導致高端市場成長緩慢的同時，低價位市場表現活躍，「也許就是因為我們更加 accessible，所以在銷量方面並沒有什麼大的影響。」

除了出手豪邁的高端藏家，也有成熟購藏體系的收藏團體成員，亦有越來越多年輕藏家也加入了藝術品購藏的行列。他們也許剛開始沒有過強的經濟



現場舉辦一系列兒童藝術教育活動和工作坊。 AAF供圖

實力，但品味更加多元，亦更關注當代藝術與個人之間的共鳴。這與AAF一直以來推廣的理念不謀而合。大部分藏家都是從低價位藝術品開始購藏，因此AAF這樣的平台對於新一代藏家的出現非常重要。「我們每年都會遇到新的藏家，許多藏家都是從這裏購買了第一件藏品，此後每年都會回來，在每一次購藏中，變成更為成熟的收藏家，最後甚至形成自己的收藏序列。」Regina說。

關注新晉藝術家的成長與發展

「新藏家的出現是很重要，但這是自然發生的，AAF有新的Artist，有新的畫廊，自然就會出現新的藏家，這是一個良性循環。」因此，Regina認為若要促進藝術品市場的繁榮，必然還是要關注作品的源頭，即是藝術家的成長與發展。多年來，AAF與香港及國際年輕藝術家合作，每年「Young Talent Hong Kong」展覽項目聚焦香港新晉藝術家作品，銷量頗為可觀。她稱：「我們想給予更多機會，給新晉的、仍然在生的藝術家，為市場、為藝術生態圈注入更多活力。」又如一些本地藝術家雖然在香港已廣為人知，也時常被購藏，但一直未能衝出地區市場，藉助AAF平台，他們可以參加AAF在國外其他城市的展會，令藝術家去英國、澳洲、新加坡、美國，走進國際視野，「對於畫廊和藝術家，這些都是很好的發展機會。無論是本地還是國際的藝術家，AAF都希望給機會讓觀眾認識他們，購藏他們的作品。」

公眾藝術教育是市場推手

AAF的創建理念亦不斷吸引來自內地和世界各地的新生代畫廊加入，如來自山東青島的73畫廊



◆第11屆香港Affordable Art Fair吸引超過23,000名訪客入場。 AAF供圖

▼「Young Talent Hong Kong」展出7位香港新晉藝術家的作品。 AAF供圖

▼阿爾及利亞街頭藝術家Ceet Fouad即場塗鴉，吸引觀眾欣賞。 AAF供圖



▶畫廊即場與藏家成交作品。 AAF供圖



◆Affordable Art Fair 藝術總監張敏姿 資料圖片

藝術品促進深度遊 豐富觀眾在地體驗

今年AAF特別與香港旅遊發展局合作，聯手策展互動裝置藝術體驗《霓虹(Neon)》，化身理髮廳的秘密酒吧以深水埗元素打造，充滿霓虹燈、港式美食等本土元素，整個藝術體驗空間，集色、香、味、多重觸覺於一身，既讓訪客重溫香港昔日風情，又能展示香港獨特街角社區面貌，啟發旅客參觀展覽後繼續探索社區。Regina非常珍視這樣的合作機會：「這不僅是一件藝術裝置，透過《霓虹》，我們的觀眾多感官體驗豐富香港特色的獨特風貌，觀展後便可成為旅客，深入社區探索作另類深度遊。」在未來，她希望在展會更多作品中注入本地元素，豐富觀眾在地體驗。

「今年是AAF全球展會25周年，在全球13個舉辦AAF的城市中，香港是亞洲最大，排名全球前三的。」Regina表示近年AAF正大力推廣中國水墨藝術，亦希望香港可以更好地利用這國際化的文化氛圍，與得天獨厚的地理位置，加強香港作為國際藝術貿易樞紐的地位。



◆《Neon》靈感來自深水埗的酒吧。 AAF供圖

成立於1991年的季豐軒是香港頗具知名度的優質畫廊，創辦人及總監季五年(Catherine)稱，政府今年舉辦的多項國際化藝術盛事活動的確吸引了更多遊客來港，位於大館的畫廊客流量可觀，參展Art Basel Hong Kong期間攤位內更是人流湧動。她認為藝術盛事對畫廊品牌推廣有幫助，但經濟因素導致高端市場成長緩慢，還需要政府和業界群策群力，吸引更多高端客戶來港消費。

除積極參與本地藝博會外，季豐軒亦積極赴外參加各類藝術展會活動，「我們7月會去日本，11月去上海，12月去中東，全面參加世界各地的展會，希望吸引更多新客。」Catherine直言，畫廊赴外參展成本動輒百萬，包括部分本地藝博會的入場費也頗高，還需提前半年繳費，使部分小型畫廊因資金問題對展會望而卻步，「現時政府會為參展本地藝博會的畫廊提供小部分津貼，希望政府不只支持本地的活動，也可資助本地畫廊赴外參展，使更多畫廊可以代表香港品牌走出去。」同時，Catherine從未停止藝術推廣的腳步，「我們每2個月就會舉辦art talk，也有很多guide tour，吸引很多團體來欣賞。我已經習慣了要做這些事，未來也會保持節奏，做更多更好的活動。」



◆季豐軒今年參展Art Basel Hong Kong的攤位設計別具特色。受訪者供圖

業界冀政府資助本地畫廊吸新客

◆巨型紅心所到之處吸引眾多市民和遊客合照打卡。資料圖片
◆今年Art Basel Hong Kong錄得約75萬名訪客。資料圖片



文藝盛事方興未艾 助力香港丁財兩旺

特稿
情人節期間，由英國越洋而來的巨型懸浮紅心裝置Chubby Hearts，為本港今年文化藝術盛事活動打響了頭炮，隨後的花車巡遊、煙花匯演以至「藝術三月」中Art Basel、Art Central等大型展會的舉辦，無不吸引大批海內外業內人士和旅客慕名而來。各式大型文化藝術展會的經濟效益並不局限於展會本身，除藝術品銷售及相關宣傳、管理、安裝、運輸、場租等消費外，海外收藏家、服務文化藝術的專業人士及相關遊客等來港停留時的食住及其他消費可推動經濟，且可吸引更多海外藝術機構及藝廊等在港設立分店，進一步促進香港發展成為中外文化藝術交流中心。

今年3月舉辦的第11屆Art Basel Hong Kong全面恢復至疫情前的規模，匯聚來自世界各地的242間頂尖藝廊，來自72個國家及地區的藝術贊助人和私人藏家，以及全球100多間世界頂級博物館和基金會的代表，並錄得約7.5萬名訪客。

Art Basel Hong Kong總監梁思洋認為，展會向全世界展示了香港的活力及動力，亦彰顯了香港的多重身份——傳統與前衛的交匯處、文化的港灣、連結區內日新月異藝術景觀的橋樑，「展會是亞洲茁壯成長的藝術圖景中的重要支柱，也是全球藝術交易的關鍵時刻。」

同於3月舉辦的第九屆Art Central是自2015年首次舉辦以來規模最大、最豐富多彩的一次，吸引98家藝廊、超過500名來自世界各地的藝術家和講者全情參與。Art Central 2024展會總監Corey Andrew Barr表示，樂見全球藝術博覽環境的回歸，並因香港藝術市場的蓬勃發展而感到激動，「2024是振奮人心的一年，Art Central有機會將全新的優秀藝術作品帶到香港，為國際藝廊與香港當地的藝術家和藝廊提供很好的創意平台。」他注意到，走出疫情的香港正在以全新姿態歡迎來自世界各地的遊客訪港，而旅遊業的振興對於助力香港藝術經濟發展亦是好事。