

# 浅析互联网背景下版画的线上拍卖现状及一点反思

余 婷

(江西工业贸易职业技术学院, 江西 南昌 330038)

摘要: 艺术品销售行业的线上营销尝试成了版画等艺术品不可多得的推广营销升级机会, 悄然改变着艺术品消费市场。版画拍卖市场中有少数作品存在以次充好的情况, 必须对版画作品的质量进行严格专业的检查, 尽量保证客户的利益, 提升整体空间设计的艺术性。

关键词: 互联网; 版画; 拍卖; 反思

2020年, 突如其来的“黑天鹅”给整个艺术品销售行业带来了未曾遭遇过的挑战, 线下渠道暂缓, 线上拍卖由曾经的“替补”促传渠道迅速转为行业C位。特殊环境倒逼下的艺术品线上营销尝试成了版画等艺术品不可多得的推广营销升级机会, 悄然改变着艺术品消费市场。

## 一、阿里资产平台中版画的线上销售与拍卖现状

淘宝的阿里资产频道作为一个大众知名度最高的商办交易主流平台, 提供了线上获客、大数据精准撮合、投资人推介、个人债权在线处置业务等独特的技术服务, 是阿里巴巴在国内网络零售业务中重要的组成部分, 也是其具有较高价值的IPO资产和核心业务。阿里资产从初期的阿里拍卖经过多次的改版进化后, 目前分为司法拍卖、资产交易和珍品好物等大型版块。其中, 阿里资产·珍品主题市场推出了单独的工艺品、紫砂陶瓷、水墨篆刻和西画雕塑专区, 上架了各类艺术品和收藏品可供客户线上进行交易。其中, 西画雕塑专区中的版画作品备受消费者关注。

阿里平台的优势在于提供了送拍机构承诺如实描述、缴纳较高的经营保证金、承诺全面的售后服务, 送拍机构服务与承诺相对合理, 维权服务发起流程简洁迅速, 买家在竞拍过程中及竞拍成功后, 如遇售中或售后问题, 可以要求拍卖会介入等。线上客户可以根据自己的需要, 从版画风格、装裱方式、图案类型、幅数、产地、画芯材质、省份和工艺等选项对其进行第一步的粗略筛选。由于部分版画作品是以拍卖的形式进行线上出售, 因此其宝贝状态分为全部、正在进行、即将开始和已结束四种类型, 其中只有正在进行的商品可以参与竞价或直接交易。客户可以根据所需状态的第二次筛选, 再对搜索结果进行排序。排序选项包括默认、出价次数、价格和拍卖时间, 对于新手刚接触艺术品拍卖的新用户也非常友好, 可以说消费者只要掌握了一般线上购物的方法, 在确定了“珍品保证金”(即拍品参拍需要锁定的金额)的缴纳和锁定流程后, 都能轻松加入参拍艺术品的行列。

以版画作品为例, 在珍品主题市场中以版画为关键词进行搜索, 2023年1月的搜索结果显示该主题市场中共有584092件宝贝。由于阿里平台消费者的数量和类型的特殊性, 在该平台的版画拍卖中也有些令人难以理解的现象, 与其他的专业艺术品拍卖APP存在极大差异。以北京某信息科技有限公司于2021年4月送拍的王克举《四月花开》丝网版画为例, 该作品起拍价为1.8万元人民币, 无须保证金, 单次加价幅度500元, 围观达到256次, 但最终只有一次出价记录, 直接就是成交价30万元, 明显不同于一般拍卖的出价方式与流程。该订单也是目前阿里资产可查记录中版画类拍卖成交的最高价。可查结果中排名第二的是吴冠中亲笔签名的丝网版画作品《华章》, 该作于2022年6月成交, 保证

金1万元, 单次加价幅度500元, 围观84次, 最终成交价即起拍价为9.9万元, 也是只有一次出价记录。

在这个全球知名的线上拍卖市场中对接了淘宝巨量的流量, 但这些高价版画明显遇冷。与之相对应的是中低价版画拍卖广受消费者欢迎, 交易非常活跃。由于价格低廉、参与门槛低, 在每天都大量上线的1元起拍艺术品中, 版画是交易成交数最多的类型, 广受艺术品网购者关注, 与高价版画行情的冷清停滞形成了鲜明对比。

以北京某艺术合作机构2022年2月送拍的珂勒惠支的《祈祷的女孩》为例, 该作品为收藏级原作采样喷绘形式的数码版画, 在实际拍卖中执行了1元闪拍的策略, 其保证金50元且可以关注免保, 起拍价1元, 单次加价幅度1元, 围观181次, 最终有59次出价, 成交价为87元。再以山东菏泽某艺术合作机构2023年1月送拍的陈茜《轻轻地她来了》为例, 该作是以猫为主题的宣纸版画, 为系列签章限量版版画作品之一。该系列在短短一个月内容累计成交数就达到30余笔, 精准地满足了部分客户对喜好萌宠和向往美好生活的心理。

## 二、二手类电商平台中版画的线上销售与拍卖现状

虽然在阿里资产市场中版画作品数量众多, 但仍然无法完全满足市场与客户的需求。例如在产地为日本的版画搜索结果中总量才两百余件, 目前只有十余件作品处于可参与拍卖的状态, 且全部来自于两家店铺, 共村上隆、奈良美智和中田郁美三位艺术家的作品, 可选范围极其有限。这三位艺术家在国内知名度极高, 其版画作品价格较高, 在阿里资产的拍卖价格在0.6至1.8万元之间, 大多数作品都是起拍价交易成功, 还有部分作品处于流拍状态。关注此类作品的客户大多会通过线下画廊和展会等渠道以更低的价格成交, 因此在阿里珍品主题市场热度极低, 几乎可以忽略不计。

在实际的版画作品交易场景中, 闲鱼、转转、拍拍二手、猎趣等二手类电商平台为客户提供了更多的选择, 尤其是同属于阿里旗下的闲鱼平台率先与第三方权威鉴定机构合作, 其版画销售商家众多, 从数百元的单幅浮世绘到数万元的浮世绘版画合集, 消费者的选择范围大大提高。如2022年10月在闲鱼平台竞拍安大版画研究所一幅20世纪五十年代的浮世绘作品时, 最终参拍人数有十余人, 出价二十余次, 直到延时竞价周期后才得以成交, 其拍卖激烈程度可见一斑。

闲鱼平台上可以找到备受当年轻消费者关注的村上隆哆啦A梦、太阳花等主题限量联名版画, 还有草间弥生、奈良美智、下田光、平子雄一、花井佑介等艺术家的版画作品。同时, 版画爱好者还可以加入当代潮流版画、艺术版画、复制原画版画等圈子, 查看版画相关的话题并与其他用户实时交流。除了现代日本版画

之外,也有不少浮世绘收藏家活跃在闲鱼中,如广东卖家某安御守(此处对卖家名进行了一定隐私处理)保持了高频率的更新,目前上架的在售浮世绘作品有483件,已售出857件,其主题除传统美人绘之外还有大量花鸟、风景、世俗、传说类,涵盖了目前市面上流通的各大浮世绘艺术家的作品。目前其个人账号成交近700笔,好评率高达99%,客户对其销售的浮世绘品相均表示满意。

再如江苏卖家某洋版画(此处对卖家名进行了一定隐私处理),目前上架的在售作品大多数为19-20世纪的木刻版画和钢版画,目前在售有496件,已售出814件,其主题主要是人像、风景、宗教和名作翻版等,绝大多数都是版画原拓,压制时间明确。目前其个人账号成交400余笔,好评率高达99%,客户对其销售的版画描述真实,保护程度极好。

需特别注意的是,在此类二手平台中的艺术品交易虽然选择范围大,但版画是特殊的艺术品,不同于其他商品,即使卖家在平台上提供了详细的图片和视频说明,但最终成品很难用统一标准来衡量,特别是工艺与年代的判断存在较高的专业性门槛。虽然线上交易模式已经非常成熟,但消费的安全感与体验度难以保证,售后服务的确是存在相当风险的,消费者在面对以次充好的艺术品往往束手无策,导致这些平台的投诉量较高。网经社在2023年1月发布了2022年二手电商投诉榜,调查结果中来自广东省、四川省、河北省的投诉量最多,投诉金额绝大多数为500-5000元区间,这一价格区间也覆盖了不少版画作品的最终定价。

除了二手平台外,从2014年开始在微信、微博等平台都存在各种形式的拍卖群和文玩竞拍接龙,由于采用的是分盘制模式,仅用掌柜或称为画室长的角色进行粗放的组织和管理,资金风险极高,存在大量客户被欺骗导致不得不报案的情况,且至今都不断有更多受害者被这些资金盘骗局套牢,说明艺术品拍卖还是应当在更有公信力和售后保障的互联网拍卖服务平台进行,且对消费者的培育、引导工作仍任重道远。

### 三、对本人参与的版画线上拍卖的一点反思

版画的 artistic 性、收藏价值和特殊质感可以为家居和各类展示空间装饰提供丰富的表现形式,其装饰功能和收藏价值在国内被越来越多消费者认可。2022年,本人通过粗略的市场调查,意在了解版画艺术在展示和装潢方面的具体应用。通过对深圳某装饰公司的浅显调查,了解到该公司在进行一些固定预算的定制装修时,经常需要在淘宝、闲鱼等大型综合平台和微店、微信等其他平台上采购一些独特的艺术品和装饰品,在软装采购最常见的包括瓷器、陶器、中国画、版画和综合材料的摆件。

在采购艺术品的过程中,该公司长期合作的瓷器和瓷板画艺术家作品一般都非常稳定,尤其是定制类的瓷器艺术品都深得客户的喜爱;书法类的作品往往是客户方自己准备的,但也有少部分是通过他们公司进行联系,例如其在2020年的一次书法作品采购金额高达9.8万元。像中国画、油画、版画之类的艺术作品不同于一般能够批量的工业品,这类艺术品在目前的线上拍卖市场上选择很多,但的确存在一定的乱象。

2022年下半年,装饰行业的消费复苏趋势明显,本人参与了该公司在2022年末至2023年初在阿里资产平台的部分拍卖订单。在我负责的部分订单中,由于近一个月期间正值春假,共有十余笔订单在客户的确认下达成了交易,还有部分订单因物流状态仍

正在交易中。这些订单均来自馨某文化艺术拍卖店、中某文化拍卖店、风某文化艺术拍卖店、艺美某文化拍卖店、瑞晟某文化艺术拍卖店、翰苑某书画院拍卖店和墨华某艺术品拍卖店(此处对店铺名进行了一定隐私处理)。经过公司客户专员的反馈得出,目前客户对已确定的16单交易反馈,订单中好评率为81.25%,退款率为6.25%。正常交易为13单,售后介入为3单,其中2单取消了售后申请,确定退货退款1单。这3笔售后介入订单均为在瑞晟某文化艺术拍卖店采购的艺术品,其中2单是拍卖版画,1单是拍卖中国画,该店在面对3次售后问题时的态度都是一致的,强硬表示其店铺的所有拍品都不接收退货退款。在申请退货被拒绝后,只得通过申请售后介入的方式,通过淘宝方工作人员的多次电话沟通,最终才完成了1单中国画的退货。

而究其申请售后介入的不同结果,主要还是版画工艺的特殊性导致的。版画因为实物照片与其网上展示的图片效果在非专业人士看来几乎一致,其细微的工艺和质感差异较难分辨,在网络平台的维权中无法得到平台支持。即使平台在72小时内进行了多次沟通,还是只得判定售后理由不够充分,未能找到明确支持售后的依据,最终仍然无法退货。事后说明,虽然退货未成,但客户在看到这两单低价拍卖的版画作品后拒绝了公司的重拍补偿,对该版画装裱之后的室内效果表示满意。

比起版画退货的失败,中国画退货的过程则异常顺利。同样是在提供了照片申请退货后被瑞晟某文化艺术拍卖店强硬拒绝,并说明定制品不接收七天无理由退货。该画作是一幅荷花主题的国画,实际上并不是定制类商品,但其店铺中的所有商品标题中都标注了定制二字,在很大程度上可以以此为理由,直接拒绝客户售后的申请。该作品最终的商品为手绘,实物照片与其网上展示的图片效果差异甚远,卖家客服在看到照片对比后仍拒不承认效果差异,只得再次通过申请售后介入的方式进行维权。这次淘宝方工作人员在看到图片对比后,立刻电话联系说明了可以认可的确货不对板,迅速判定了退货退款。

在通过拍卖方式采购这类装饰用的版画之前,首先需要充分调查客户是否有意愿向作品或独特喜好,部分客户会直观的拿出自己想要的类型,如传统风景类、名作翻版类或吉祥图案类等,应充分尊重消费者的偏好,尽量满足消费者需求;其次,还应该关注版画与整体装修设计风格、主题和色彩是否搭配,还需要对作品的尺寸和实景效果进行计算,才能做到把控整体风格,确保选择的版画和整体设计实现融合;最后,版画拍卖市场中有少数作品存在以次充好的情况,必须对版画作品的质量进行严格专业的检查,尽量保证客户的利益,提升整体空间设计的艺术性。

### 参考文献:

- [1] 梁方晓.任务驱动法在美术学专业版画课程中的应用研究——以肇庆学院美术学院为例[J].美术教育研究.2022(21):139-141.
- [2] 鹿跃雷.高等师范院校美术教育专业版画课程的设置与实践[J].中国包装.2020,40(10):60-62.

本论文为2022年度江西省文化艺术科学规划一般项目“互联网+”新形态下构建宜春版画的非遗文化传承与市场策略研究(YG2022108)的研究成果。