

藝術與商業之間的質變空間測量

石隆盛

中華民國畫廊協會 秘書長

今年四月國內出現一宗藝術品買賣糾紛，買方以買貴應退錢為訴求控告賣方，最後法官以「藝術無價」無法衡量藝術品價值為由判買方敗訴。此案例一開始買方便鎖定「畫廊的合理利潤」為主軸，注定此官司敗訴的命運。藝術品的買賣雖如同一般商品，受到「市場供需」等客觀因素的影響，同時亦受到「好與壞」等主觀意識的左右，而後者的影響力遠遠超過於前者，再者藝術品沒有所謂的「折舊」問題，畫廊獲利空間的大小，主要取決於「專業的眼光」、和「時間的加持」，「合理利潤」無法訂定。

藝術真的無價嗎？

任何一件藝術作品若要進行交易，便非得要定出一個「價錢」不可，那麼如何決定「價格」？從「藝術」創作到市場交易的「商品」，這個質變的空間有多大，可以計算嗎？

成長空間有多大，可以計算嗎？

消費潛力有多大，可以計算嗎？

如同前面所說，決定藝術品「價格」與「市場」的主要因素大多是「主觀意識」，要精確計算可以說是「不可能」，但如果屏除作品本身「藝術好壞的主觀意識」的因素，純粹就「消費能力」來分析、評估「藝術市場」的「規模」與「潛力」是否可行？這是這次想探討的課題。

命題一：「所得高低」決定「消費能力」→ 測量市場「潛力」與「規模」。

命題二：「市場供需」決定「市場價值」→ 測量市值成長「空間」。

命題三：「藝術本質」決定「市場價值」→ 測量市值成長「空間」。

命題四：「藝術本質」決定「市場供需」決定「市場價值」→ 測量市場「風險」。

結論：影響「市場價值」的因素：「藝術本質」、「市場供需」、「消費能力」。