

如同电影电视产业的兴起和蓬勃,中国企业家开始在国际艺术拍卖市场上大显身手,“迎来了文化的春天”。这是一名参加北京春拍的武汉企业家的感慨。商业与艺术,被商人和企业家、投资家演绎出了别样风情。

当商业与文化艺术不再纠结

■ 本报记者 江雪

近期,投资家们热议两件事:一是法国佳士得公司捐赠圆明园十二生肖青铜兽首中的鼠首和兔首;二是两个有百年历史的外资拍卖公司佳士得与苏富比正式进入中国内地市场。

一些对艺术“敏感”的企业家从“佳士得与苏富比这对百年竞争对手”的背影中看到了中国文化市场的“机会”。

艺术终于和企业家们牵手了

很多“92派”企业家表示,“艺术终于正大光明地和富豪、企业家们牵手了”。

其实,他们都是收藏高手。但是,由于历史原因,价值观带来的纠结一直让他们隐藏在“角落里”。当中国商人抢购黄金成为令华尔街惊讶的事实时,中国举办的“第八届艺术北京博览会”上,全球150家画廊投资者、艺术品投资商、传统企业管理者、富豪们再次携手,打造出了强大的市场购买力。企业家们认定,艺术品只有与市场拉手,进入各类交易、拍卖环节,才可以取得最大价值。

享受高雅艺术,做艺术品收藏、投资、慈善捐助等,在西方一直是备受尊敬的文化事业。但是,在中国,正如一位企业家在微博中写道:收藏艺术品需要社会大环境,需要文化传统和知识支撑。企业家不能像读书、听音乐会那样随时随地分享精神上的收获,也是遗憾。

郑好当私人美术馆老板前是个“对艺术热情极高的商人”。2012年他举办的盛大个人藏品展“轰动业界”。

“单独收藏,那是圈钱的方式。而办美术馆,那是企业家的责任。美术馆代表一个方向、一种标杆、一种观念。就是慈善学校,给予孩子,却修炼了自己。”郑好接受媒体采访时说。

从爱好者到藏家到商人、创业者、企业家,再到美术馆馆长,郑好让中国公众看到了创业者的另一种精神境界。

文化的积淀永远不作废

在上海、温州有很多类似郑好的



王利博制图

企业家与艺术品收藏有着天然的联系。

2011年开始,每周跑一次香港的北京某投资公司老板近日接受记者采访时说:1973年香港苏富比成立时他还不到10岁。生在上海,并学习美术专业的他,他知道未来会与艺术品收藏有牵连。因为事实上,中国与世界的缘分从未剪断。“只是上一个时代所有的系统是散乱的,藏家与作品没有互动起来。”

温桂华,在行业内声誉不亚于马云、王石的企业家,成为合资经营的苏富比(北京)拍卖有限公司总裁后,变为了“敏感人物”。读了多篇专业人士文章后,他认为“是给他的职业生涯一份文化纪念品”。

按照1982年11月19日公布的《中华人民共和国文物保护法》,文物不是商品。私人收藏的文物,除了送给文化行政管理部门指定的单位收购,其他任何单位或者个人都不得经营文物收购业务。

依然记得“1992年北京国际艺术品拍卖会”上原建设部一位老领导对《中国企业报》记者说的,禁锢的文物艺术品市场被打破是缘于亚运会的举办。1992年,创始人陈东升酝酿创办拍卖公司。1993年5月18日,中国嘉德国际文化珍品拍卖有限公司在

北京成立,次年3月在北京举行首届大型春拍,“92派”企业家陈东升成为标志性人物,与中国艺术拍卖市场结下不解之缘。

用他的话说:“中国内地文物艺术品收藏不但具备了市场力量,也有了文化支撑。”正是企业家陈东升的文化精神带动,中国很多不愿意透露姓名的企业家,20年时间里默默为“内地拍卖市场力量的逐渐壮大”不遗余力。

中国的艺术市场需要更多的企业家参与投资建设。文化的积淀永远没有浪费。

艺术的力量需要企业家传递

2009年,苏富比正式建北京代表处的第二年,中国文物艺术品市场迎来了翻天覆地的变化:中国书画拍卖的世界纪录三度被打破,首次出现亿元拍品。

曾经写下《春天的故事》歌词的深圳企业家就表示过“中国艺术品亿元时代的到来意味着中国资本时代的到来”的观点。当年,正是深圳企业家纷纷牵手艺术家购买很多原创艺术品,中国美术馆、广东美术馆才有

了今天很多价值连城的馆藏藏品。也是在“资本的狂轰滥炸”之下,中国文物艺术品拍卖市场也自2010年以来赶超英美,跃居全球第一。

“资本魅力的一部分是文化”是西方企业家、慈善家、投资者、收藏家的共识。2013年,中国开设了约390家博物馆,中国收藏家在世界各地的拍卖会上参与度也显著提高。

二十世纪中国艺术资深专家柴宁表示:苏富比、佳士得公司都具有200余年历史,人文精神无与伦比。中国企业家、艺术投资者要好好学习。文化,就是打开中国历史的钥匙。文化,也是打开中国市场的钥匙。

苏富比亚洲区行政总裁程寿康、北京保利执行董事赵旭、北京华辰拍卖董事长甘学军都纷纷表示:能想象十年以后中国市场是怎样的,我们要虚心学习百年品牌文化,像专家提示的那样:人家可以为十年以后去耐心铺路,我们中国企业家一定不要忘记十年之后位置在哪里。

公众看到,私人美术馆多在上海,拍卖公司多在北京,国际博览会多在香港。中国已经形成一个大的有形的艺术市场格局。

中国艺术的力量需要企业家传递。

企业家兄弟情:那些年,我们共同度过

(上接第三十一版)

1998年的中国,在团队作战和单枪匹马两种形式之间,前者“已经成为一种共识”,但业界认为,像马化腾这样“选择性格完全不同,各自有自己特长的人组成一个创业团队是很少见的”。这种罕见的兄弟组合,没有如传奇故事那样煽情感性,相反,从一开始就表现出特别的“理性”色彩,并由此奠定了稳健基础。

工程师出身的马化腾对于合作框架的理性设计,成就了腾讯五人组的昨天和今天。

当时,5位创始人凑了50万元,其中马化腾占了47.5%的股份,张志东占20%的股份,曾李青占了12.5%的股份,许晨晖和陈一丹各占10%。虽然主要资金都由马化腾所出,他却自愿把所占的股份降到一半以下,因为他不希望“形成一种垄断、独裁的局面”。

保持稳定的另一个关键因素,就在于搭档之间的“合理组合”。为避免彼此争夺权力,马化腾在创立腾讯之初就和四个伙伴约定清楚:各展所长、各管一摊。

据说,腾讯五人组的QQ号是从10001到10005。亲密无间的创业五兄弟,亦被业界视为难得的“团队标本”——因为直到今天,五人团队还基本是保持这样的合作阵形,只有COO曾李青挂着终身顾问的虚职而退休。

文化

在当代艺术方面,中国还是一个新手,中国现在在逐渐摆脱别人的影响,在中国自己的文化中找到自己,也是一个回归自己的过程。

中国设计艺术与世界的亲密接触

■ 本报记者 江雪

今年的米兰设计周期间,德国红点奖委员会主席彼得扎克宣布:联想客户体验与设计团队荣获红点大奖最高荣誉“年度设计团队”。这是继保时捷、宝马、博世、阿迪达斯、索尼、苹果设计团队后第一个获得此项殊荣的中国设计团队,也是最近五年来的第一个获得此项殊荣的亚洲品牌。

“在自己的文化中找到自己”

彼得扎克在致词中高度评价了联想设计在近十年中取得的重要成就,他说:“在过去的八年间联想设计已经有23个产品获奖,而2013年,更是联想设计最硕果累累的一年,共有8项设计产品同时获奖,这是一个很了不起的成就。正是这些持续不断的努力,使得联想设计团队摘取了‘年度设计团队’这个全球设计团队都追求的最高荣誉。”

米兰理工大学设计学院院长阿多罗表示,联想在米兰设计周开幕之际获得八项红点设计大奖,见证了联

想从最大迈向最好的决心和能力,中国企业要向联想学习速度。

联想获三项红点设计奖的事实鼓舞了很多设计师。他们表示:在当代艺术方面,中国还是一个新手,中国现在在逐渐摆脱别人的影响,在中国自己的文化中找到自己,也是一个回归自己的过程。

“中国设计世界看见”

在米兰设计周期间,以“中国设计,世界看见”为主题的2013北京-米兰姊妹设计周互访活动4月10日在米兰安萨尔多中心隆重开幕。

中国企业家表现出来的自信、热情的态度就是成功。让外国人看到、感受到并承认“中国设计无论大小,都有一股性、整体性,从一个茶杯到一把椅子再到一个城市,设计精神是一样的。”

原创俱乐部的车建芳谈到“中国设计,世界看见”时表示:中国家具品牌来到米兰家具展是成功的第一步。很多外国人认为中国没有设计,只有生产。我们要改变外国人对中国家具的看法。倡导原创就是不

能仿制别人的,否则就是很悲哀的事情。

著名音乐人朱哲琴回忆自己发起的当代民艺设计展“大中国的味道”时表示,按照“身处家中”、“舒适之居”、“茶的故事”、“杯碗壶瓶”四个场景进行陈设,每个场景都配着香港知名设计师陈幼坚挑选的,来自上个世纪三四十年的复古插画,将中国的宴饮艺术、用餐礼仪等物质及非物质文化以及传统与现代的气息进行了完美融合,演绎出当代大中国艺术与设计跨界精神。她说:“未来30年是中国当代文化发展最关键的30年,发现民艺与设计的内在关联具有重要的意义。”

而在2013北京国际设计周上,来自两岸三地的40多位著名设计师、几十家中国原创企业参与的设计作品超过400件,显示了“让世界看见”的决心。企业家们认为,这是本年度中国当代设计最重要的国际推广活动。

主办方认为,米兰有着历经50余年打磨的成熟经验,中国设计的高品质海外推广平台正在逐步搭建完善,中国设计界与国际同行之间的交流正在逐步常态化、深层次化。

感悟

中国民企健康成长四阶段

■ 许君寿

现在有很多企业管理者忙于埋头做事,而忽略了抬头看路。企业抬头看路,就是要看、要学别人的成功经验,以防止别人已经走过的弯路或失败在自己的企业身上重演,要善于“取他山之石”,这才是企业获得智慧的捷径。同时与不同的企业进行比较和学习,才能促进自己的企业快速发展成长。

据有关统计,世界500强企业的平均寿命为40岁至42岁,1000强的企业平均寿命为30岁;欧美企业平均生存的年限是12.5年,日本企业寿命略高,平均为30岁。而在中国,集团公司的平均寿命是7至8岁,中小企业的平均寿命只有2.9年,由于中国90%以上的企业是中小企业,据此推算,中国企业的平均寿命约3.5岁。中小企业绝大多数是民营企业,由此推断,我国民企的平均寿命不足3岁。

在笔者人生50年的历程中,自1987年下海经商、创办企业已经26年,是改革开放的参与者、实践者和受益者,是上世纪80年代最早一批创办企业的人,也是那个时代创办的企业能走到今天存活下来的极少数民营企业之一。从自己创业实践中,深刻体会到一个民营企业能够健康成长必须经历四个阶段:

家族企业

我国的民营企业在改革开放之初,多是以“小作坊”、“夫妻店”和“父子厂”为形式的家族企业,也是中国民营企业最早、最广泛的构成形式。这种形式,由于血缘和亲缘关系具有特殊的凝聚力和较高的信任度,家族企业成员往往具备自我牺牲的精神,他们不计劳动时间、不计劳动报酬,很多人往往在企业最困难的时期,把家里的积蓄拿出来作为企业的流动资金或发展资金,使企业内部形成强大的合力,而且管理成本和监督成本大大降低,使一部分民营企业和小微企业能够坚强的存活下来,这就是中国民营企业的第一个阶段。

制度建设

创业,靠家族亲情起步;成长,靠家庭强大支撑;发展,靠制度创新实现。民营企业经过第一个阶段之后,应该适时转入第二个阶段——制度建设。这个阶段,企业生产、经营规模都有一定的发展和壮大,单纯以亲情和血缘关系组成企业人员,在人力上明显不足。这时,就要面向社会大量吸纳外来人员进入企业,而这些人员进入企业后,不会像第一阶段企业人员中大多数家族成员所具有的那种亲情形成的强大凝聚力,这些人就会要求按时上班、按时下班,谈待遇、谈福利等等。那么,这个时期就应该进行制度建设,以制度管人,以制度管事,也就是企业立法,即“企业制度建设”。

在制度建设过程中,还应注意不要照抄、照搬优秀企业的制度,要制定适合自身企业实际的制度。否则,不及时进行制度建设或设计的制度不适合自己企业,就会出现效率下降,出现跑、冒、滴、漏现象,人员出工不出力,偷拿、拉出(分裂)去另办企业等,使原企业无法做强做大,更谈不上发展壮大。

文化建设

毛主席说:“没有文化的军队,是愚蠢的军队”,邓小平说:“科学技术是第一生产力”。

民营企业经过一定时间的发展阶段之后,应该由第二个阶段转入第三个阶段——文化建设。在我26年企业发展的艰辛历程中,我深知:一个人要是没有文化,注定他一生要吃苦力;一个产品要是没有文化,注定它不会被更多的消费者所接受;一个企业要是没有文化,注定它不会走向百年;一个民族要是没有文化,注定这个民族会被外敌侵略。

一个产品的外观,是直接代表产品内在质量和企业能否形成强大品牌力的载体,我们注重产品的外观形象,更应该注重产品的内在质量以及安全性和可靠性,还应该不断地在大众媒体传播品牌和产品。让更多的消费者选择我们的企业、选择我们的产品,使我们的民营企业通过文化建设走得更高、更远、更久,也就是做强做大。

股权分配

民营企业经过文化建设阶段之后,应该由第三个阶段转入第四个阶段——股权分配。

在进入这一时期之前,对待扩张上还应该特别慎重。特别是对不熟悉的行业、产业的扩张,同时,还要检查是否有充足的资金储备;否则,容易出现对形势和前景预期过高,一旦出现困难时,特别是资金链一旦断裂,就会发生新项目夭折。

另外,企业股权改制或股权分配一定要注意时间节点,切不可盲目上阵,过早或延迟。股权改制的目的,就是要将已经发展起来的企业,由于吸纳了广大的社会人员进入企业工作,而出现的涣散现象重新再回到创业时期那种强大的凝聚力。使更多的异性员工能够具有与血缘和亲缘关系一样所具有的特殊凝聚力和高度认同感、归属感,使企业内部再次形成强大的合力。这一时期就要及时进行股权改制、股权分配,使员工更多享受企业发展所带来的成果,使员工收益得到更大的提高。

(作者系陕西君寿堂制药有限公司总经理)