



钟表拍卖 亚洲人盲买？欧洲人忙卖

进入5月，各拍卖公司的春季拍卖会接踵而至，近日各地的拍卖行都在热闹地进行春拍预热，而钟表作为奢侈品领域最有市场的拍品，成为拍卖行挖掘的一个重要门类。

本版采写/新京报记者 许海玉 本版图片/由被访者提供

2007年的ONLY WATCH钟表拍卖会。



拍卖会上，一款具有皇室风格三锤三问的珐琅怀表成为全场的焦点。这枚怀表从150000瑞士法郎起拍，没有网络的竞投者，所有的竞争只是在现场与电话之间。也许是因为欧债危机等经济原因，大约竞投至250000瑞郎的价格时就只剩下亚洲的竞投者了。又经过4轮叫价至500000瑞郎，之后的出价，两位客人多了很多耐心，开始以1万瑞郎的小幅递增叫价。通常一枚表的拍卖时间约为1分钟至2分钟，而这枚腕表经过了将近15分钟的激烈竞争，最终以600000瑞郎落槌，现场所有的客人都为这位客人最终的胜利而鼓掌。

中国买家贡献最大

5月7日，Swiss Auctions春季拍卖会揭幕，接踵而至的是5月8日揭幕的中国嘉德2012春拍预展，预展上一口气推出300多只名表。安帝古伦“名家收藏之现代及古董时计拍卖会”也将于5月13日在日内瓦举行，中国买家可在近期北京、上海举办的预展上欣赏到这469枚表。春拍在即，近日各地的拍卖行都铆足了劲进行春拍预热。

而中国买家也成为这些拍卖会上的最大贡献者。香港苏富比拍卖行钟表部专家陈凯嘉谈起去年的秋季拍卖会：“四分之一的买家都是新客户，亚洲买家占到了绝大多数，其中中国内地买家增长特别明显，从投标到最后成功中标的中国买家超过30%，增幅在5%至10%。卖家则以欧洲人居多，由于欧债危机，很多人都希望通过拍卖手中的手表套现。”

“中国买家是很有影响力的一群买家，对表和拍卖会很有热情。”经常在拍卖会前帮客人品鉴、估价的钟表顾问Michael Friedman告诉记者，中国买家有三类，一是钟表爱好者，以从事金融、娱乐、媒体和教育领域为主，二是钟表收藏家，为提升收藏度，会在喜欢的品牌上转化，他们既是买家又是卖家，第三类则是中介人。“几年前，参与我们拍卖的更多是中介人，现在独立买家成了最主要客户。”Michael Friedman说。

拍卖会上的惊心动魄

让赵舒印象最深刻的是安帝古伦今年3月的第一场日内瓦拍卖。拍卖会上，一款具有皇室风格三锤三问的珐琅怀表成为全场的焦点。仅这枚怀表，中国客人的电话投标数量就已经超出赵舒一人能力范围，所以只能请公司香港同事帮忙共同进行电话竞投。尽管如此，她还是一人同时打三个电话给三位不同客人进行电话报价和现场出价。

这枚怀表从150000瑞士法郎起拍，没有网络的竞投者，所有的竞争只是在现场与电话之间。也许是因为欧债危机等经济原因，大约竞投至250000瑞郎的价格时就只剩下亚洲的竞投者了。而赵舒三位客人中的两位，即：来自中国国内的电话竞标客人成为了最终竞争者。又经过4轮叫价至

500000瑞郎，之后的出价，两位客人多了很多耐心，开始以1万瑞郎的小幅递增叫价。其中一位客人的叫价非常犹豫，因为当时的竞价已经超出他原先预算500000瑞郎，或许是因为此枚怀表太完美，太罕见了，在咬牙切齿，又爱又恨之后这位客人最终还是出价到590000瑞郎。随后，赵舒也帮电话中的客人喊出600000瑞郎的价格。

通常一枚表的拍卖时间约为1分钟至2分钟，而这枚腕表经过了将近15分钟的激烈竞争，最终以600000瑞郎落槌，现场的所有客人都为这位客人最终的胜利而鼓掌。

购买能力胜过投拍技巧

钟表爱好者杨晨最初接触钟表拍卖只是为了淘到喜欢且价格适合的腕表，但当经历数场拍卖后，拍卖会带给他的乐趣不再仅限于这一点。通过拍卖前的预展，他可以看到各个品牌的风格、技术，乃至它们发展、变化的历史。更让他开心的是可以以表会友。“那里有跟我们一样的钟表迷，业内专家和达人。与他们一同探讨玩表心得、收藏经历，还有那些鲜为人知、津津乐道的故事，这是我对钟表拍卖会最有趣的地方。”

“中国买家可以说是最喜欢结伴参加拍卖会的，有人买到有价值的东西，很开心，会介绍给朋友。大家一起分享经验，一起看图录、预展，有很多可以共同分享的乐趣。”赵舒说，参加拍卖会的人也各不相同，有确定好目标志在必得的，也有从来没参加过，希望感受现场气氛为下次做准备的。

在Michael Friedman看来，钟表拍卖会上，投拍技巧并不是非常重要。“或许有投拍者，一来就把价格抬得很高，把别人吓走。但现在很多人都清楚自己的最高价格，只要超出一点就不会再继续，所以接受能力更超过拍卖技巧。”

对于重要的拍品，拍卖会上的气氛会非常紧张，也常掀起高潮。而两种心理在拍卖会上比较极端：如果一件拍品有很多人竞投，价格越推越高，最终买到的人有时会在心里嘀咕“是不是买贵了”？如果参与的人少，很容易拍到，又会觉得这款表是不是不受欢迎。“所以在设定起拍价时，拍卖公司往往比较保守，以便让更多人去参与。”Michael Friedman说。

>>> 品牌竞拍出手不凡

神秘买家现身

除了个人买家外，品牌也是拍卖会的一股力量。不过品牌出手的时候并不多，只有遇到自己品牌非常珍贵的表款才会出现。安帝古伦今年3月的第一场日内瓦拍卖会上的另一个小高潮便是百达翡丽的黄金音乐鸟鸣盒。此音乐鸟鸣盒约为1815年由当时最著名也是技术最好的制造大师杰作。鸟鸣盒特别之处在于，小鸟与钟隐藏在左右两个对称的珍珠镶嵌的珐琅绘画盖之下，上链后小鸟会活灵活现地转动并且发出清脆鸟鸣，头上红色的冠也会随小鸟的转动而前后移动。拍卖估价为100000-150000瑞士法郎，当拍卖到200000瑞郎的时候，在众多的投标者中，最终以神秘客人的最后一口价300000瑞郎的落槌价格成交，此神秘投标者正是百达翡丽博物馆。

