

# 展品遭艺术家空山基“打假”

## “兰博基尼潮流艺术展”出了什么状况

日前，一场“兰博基尼潮流艺术展全球首展”在静安区苏河湾万象天地天后宫开展。然而，展览中号称出自国际知名艺术家空山基之手的作品“机械姬”，却被艺术家本人亲自发帖“打假”，引起热议。

展品到底是真是假？展览和“兰博基尼”又是什么关系？日前，记者展开调查。

### 展品涉假？ 艺术家本人发帖提醒

“冲着空山基去看展，居然爆出来（展品）是fake（假的）……”市民韩女士在大麦网买好票，并于今年1月1日来到“兰博基尼潮流艺术展全球首展”，想一睹艺术家空山基的“机械姬”作品。

大麦网购票链接显示，该展览时间为“2024.12.24-2025.01.05，每日10:00-22:00”，展览早鸟票为68元，预售票为88元，正价票为98元，主办方为“上海缔百年商业管理有限公司”。

展览在大麦网购票页面的详情页中显示：“兰博基尼艺术中心致力打造前沿科技与艺术结合的时尚潮品平台……开创性的构建兰博基尼与艺术家联名限量款产品的产业平台。”此外详情页中还提到：“此次展览特别展出出自全球顶级艺术家空山基之手，高达2.4米全球限量三件之一的珍藏品“机械姬”。

“现场只有门口有验票的工作人员，里面也没有观展动线的指引和整个展览文字上的介绍，所有展品都直接放在展示台上做了简单的打光。”韩女士表示，尽管如此，“因为是第一次去看空山基，加上兰博基尼、大麦网平台的名头背书，确实没有怀疑过展品真实性。”

然而，参观完没多久，“机械姬”的真假问题就在社交平台上引起了热议，“我也去网上刷了一下（空山基本人的发帖），才知道这是假的。现在我们联系不到主办方，也没有找到退票途径。”韩女士表示。

“我是12月28号去的，当时他们门口扫码买票，（付了）98元。”市民薛女士（化名）表示，得知展品被艺术家本人“打假”，她非常气愤地到名为“兰博基尼艺术中心”的小红书账号评论是否退票，但一直没有收到任何回复。

记者看到，12月30日，上海南志世纪艺术创意集团有限公司通过其运营的南志阁艺术中心（NANZUKA ART INSTITUTE）多个社交媒体账号发布“严正声明”，声明中所附的律师声明显示：“南志公司是国际著名艺术机构NANZUKA在中国上海成立的文化艺术综合企业，旗下代理艺术家包括空山基先生……近来，南志公司发现于上海苏河湾万象天地天后宫开设的兰博基尼潮流艺术展。在该等展览中，展出方将声称由空山基先生所创作“机械姬”列为重要展品予以展出，同时在艺术展购票页面上运用“机械姬”的照片以及“空山基”的字样进行宣传推广。经由与空山基先生确认，前述“机械姬”作品并非由空山基先生创作，故，展出方的相关行为已经侵犯了空山基先生的著作权及姓名权。”

声明中还强调：“南志公司是包括空山基先生在内的NANZUKA旗下艺术家在中国大陆地区唯一的代理及推广机构，就相关艺术家著作权权利在中国地区拥有排他授权，并负责处理该等著作权利于中国大陆地区所涉法律事务；南志公司已向兰博基尼潮流艺术展主办方发函，要求其立即停止侵权行为并保留追究其进一步法律责任的权利……”

记者还注意到，1月4日，艺术家空山基的微博账号发帖称：“请注意，只有NANZUKA和

详情 热评 须知 推荐

《兰博基尼潮流艺术展全球首展》共设4大展区，分别为兰博基尼珍藏馆、兰博基尼潮流艺术家联名作品馆、兰博基尼新晋潮流艺术家作品馆和兰博基尼艺术家装置。

此次展览特别展出出自全球顶级艺术家空山基之手，高达2.4米全球限量三件之一的珍藏品“机械姬”。该作品以其精致的工艺、独特的设计理念以及对人类情感与机器冰冷外表之间关系的探讨，成功地让人们带入了一个充满想象的世界。



展览宣传页面特别提到了“机械姬”

我们的合作伙伴是销售Sorayama原创艺术品的唯一合法机构。我们强烈建议在从私人经销商、商店或画廊等二级市场上购买的任何不明作品之前，先征询我们的建议。请注意：在一个名为“兰博基尼潮流艺术展”的展览上展示的Sorayama假dior雕塑……均未获得NANZUKA或Sorayama官方认证和许可。”

### NANZUKA 回应 称展品真伪显而易见

1月6日，记者联系到了南志阁艺术中心（NANZUKA ART INSTITUTE）及上海南志世纪艺术创意集团有限公司方面。

记者：南志阁艺术中心方面此前发布多条帖子“打假”兰博基尼潮流艺术展的机械姬，南志阁艺术中心方面和空山基老师是怎样的合作关系？

NANZUKA方面：南塚真史先生是株式会社NANZUKA的创始人、主人和实控人，NANZUKA负责管理国际著名艺术家空山基先生相关知识产权，并拥有空山基先生的排他许可。2023年，NANZUKA在中国上海设立了子公司上海南志世纪艺术创意集团有限公司，并于2024年11月在上海浦东新区的行政文化中心开设了NANZUKA的中国首馆“南志阁艺术中心”。同时，NANZUKA亦就包括空山基先生在内的旗下艺术家相关知识产权授予上海南志世纪艺术创意集团有限公司/南志阁艺术中心在中国大陆地区的排他性许可。

记者：南志阁艺术中心是如何注意到兰博基尼潮流艺术展里面的机械姬可能是假货的？具体从哪些方面可以判断？

NANZUKA方面：NANZUKA不仅负责销售空山基先生的艺术作品，还负责所有作品的制造和管理。因此，可以从所有作品的每一个细节、每一个零件中辨别真伪。此外所有真品均附有艺术家的签名和NANZUKA公司的官方认证证书。

此次带有Dior标志的机械姬作品，全部都由NANZUKA公司直接售出，共销售出了8件，NANZUKA明确了解这8件作品的所有者。

另外，凭相关的对比照片可以判断出Dior的标志和机械姬脸部的造型差异，很明显真伪是显而易见的。

记者：南志阁或空山基老师本人此前知不知

道会有“兰博基尼潮流艺术展”展出机械姬作品？对方有无可能在南志阁和空山基老师不知情的情况下合法展出这类展品？

NANZUKA方面：本展举办之前，南志阁艺术中心及NANZUKA完全不知情。根据相关法律规定，未经NANZUKA及空山基先生的许可，进行真品的展示是合法的。然而，在本次事件中，我们认为以下这两点是非法的。第一点是作品本身是伪造的，其未经空山基先生许可，对于其作品进行了非法复制。第二点，主办方擅自使用空山基的作品形象进行宣传活动，其亦侵犯了相关著作权权利。

### 授权争议？ 兰博基尼客服称主办方侵权

在社交媒体上记者看到，不少市民对于“兰博基尼潮流艺术展”和“兰博基尼”的关系，也陷入了疑惑。那么，二者之间到底是何关系？主办方“上海缔百年商业管理有限公司”又是什么来头？

记者在企查查平台搜索展览的主办方“上海缔百年商业管理有限公司”，显示其大股东为“上海善银团科技有限公司”，“上海善银团科技有限公司”的大股东则为“上海善银物业管理有限公司”。

记者还搜索到一个名为“AUTOMOBILI LAMBORGHINI 官方”的微信服务号，运营主体正是“上海缔百年商业管理有限公司”，该服务号简介称：“兰博基尼 AUTOMOBILI-LAMBORGHINI 中国区（含港澳台）品牌授权指定运营服务中心总部！”网页内展示了一些Lamborghini联名数字球鞋等商品宣传内容，网页底部则写着“兰博基尼（中国）总部运营中心（上海缔百年商业管理有限公司）”，看上去和兰博基尼似乎确有渊源。

1月6日下午，记者拨打兰博基尼400全国客服热线，询问“上海缔百年商业管理有限公司”和“兰博基尼”之间的关系，接线客服表示：“我这边查询到的缔百年商业公司目前是涉及多项侵权使用兰博基尼商标，违规开展系列商业活动的行为，极大影响了兰博基尼的品牌形象和品牌价值。兰博基尼中国正在将相关证据搜集整理并提交给兰博基尼意大利总部，以开启相关的法律程序，也欢迎客户及相关部门提供活动相关的资料，以协助我们采取相应的法律程序来阻止这些侵权行为的进一步发生，保障中国消费者和兰博基尼粉丝的权益。”

记者进一步询问“兰博基尼潮流艺术展”和“兰博基尼”的关系，该客服表示：“您说的艺术展在我们客服中心这边没有登记，但是您所说的上海缔百年商业公司这边的话，确实是刚才我给您查询到的相关信息，他这边确实是有多项侵权使用兰博基尼商标这样的一个行为。”

### 展览相关方： 授权流程合规没有侵权

机械姬展品的真假如何？“兰博基尼”这个名头的真假又如何？对于这两项争议，1月6日下午，记者通过上海缔百年商业管理有限公司为账号主体的“AUTOMOBILI LAMBORGHINI 官方”微信服务号上所公示的一位“曾经理”的号码，抛出了上述疑问。

“曾经理”表示，其不负责展览业务，将上报后由专人联系。当晚，记者对接到一位自称是“兰博基尼潮流艺术展”联合主办方负责设计和展陈的工作人员。

对于机械姬展品的问题，记者从该工作人员处了解到：此次兰博基尼潮流艺术展是围绕兰博基尼品牌授权的服装联名赞助活动及品牌发布秀。机械姬和其它X-LARGE猩猩灯、空山基-冲浪机器人、鲨鱼、Perspective1（透视，1000%

AMELANIN/黑色素限量）公仔、米奇等藏品都是由合作方厦门莱芒尼科技有限公司提供。另外，誉鹏、南方、昌贵是与展览主办方签约的中国优秀艺术家，他们的签约作品在此次展览中仅作为展品展示，不作为销售用途。展出前，主办方和合作方确认过，展品均有藏品证书，合作方也提供了机械姬的购买记录。因为此事，南志阁曾经联系过主办方，但自始至终没有提供任何材料证明展示的是假货，对此，主办方方面也感到疑惑，希望后续双方能妥善处理此事。

对于“兰博基尼”授权的问题，记者通过上述工作人员获取了多份授权文件。

其中一份授权人为丝艾（上海）投资有限公司的商标使用授权书显示：“兹我（商标持有人）：兰博基尼汽车股份公司AUTOMOBILI LAMBORGHINI S.P.A.将以下商标授权给：丝艾（上海）投资有限公司To：上海缔百年商业管理有限公司。”

上述授权书显示：“商标核定使用商品/服务项目类别：（国际分类：25）”“自商标使用授权书签定之日起，上海缔百年商业管理有限公司拥有该商标之无偿许可使用权。商标的使用用途全面继承丝艾（上海）投资有限公司之（2022）法领认字第0008612号及（2022）法领认字第0008613号公证书内容，不得使用超出商标的商品使用范围和改变该商标的原标识，如因使用超出该商标的商品使用范围和改变该商标的原标识带来的后果，一切责任与本授权人无关。”

此外，这些授权文件中还包括一份总代理方SAS Art Design Fashion给经销商丝艾（上海）投资有限公司的授权书，显示：自发出之日起至2025年3月1日，经销商为兰博基尼品牌在中国的独家经销商。

上述工作人员强调，Art Design Fashion公司给丝艾（上海）投资有限公司的授权书（编号为（2022）法领认字第0008613）来自于领事馆的公证文件，而该文件明确标识了独家经销商的权益：“仓储、运输、销售产品，组织线上线下的市场营销和推广兰博基尼（Lamborghini）品牌联名赞助活动，组织兰博基尼（Lamborghini）品牌发布秀，以及开设兰博基尼汽车（Automobili Lamborghini）周边产品的线上线下店铺，例如，天猫线上兰博基尼品牌店，微信小程序兰博基尼品牌店，抖音兰博基尼品牌店，京东兰博基尼品牌店，中国网站等。为了更好地进行产品销售，有权在包装、宣传，以及广告材料，品牌活动（包括线上线下）以及兰博基尼汽车（Automobili Lamborghini）周边产品的线上线下店铺中使用该标志。”

另一份SWINGER INTERNATIONAL S.P.A.给SAS Art Design Fashion的兰博基尼汽车商标授权书显示：考虑到汽车兰博基尼股份公司和SWINGERINTERNATIONAL S.P.A.（以下简称“SWINGER”）之间签订的许可协议，SWINGER被任命为汽车兰博基尼S.P.A.的全球授权代理，负责汽车兰博基尼的商标和版权的使用。兹确认，截至本函日期及2025年3月1日，依据已签署的“中国独家代理协议”，SAS Art Design Fashion作为Swinger的代理机构……

基于此，主办方认为，该艺术展属于为了产品促销做的与艺术展品共同推出的品牌发布秀，完全属于领事馆公证书文件内的授权内容，没有造假，更没有任何侵权行为。

上述工作人员表示，展览主办方非常注重广大观展观众的体验感，为了这次展览设计和布展部分也投入了大量心血，对于目前观众反映的问题，主办方非常重视，已经在调查过程中。

文 / 晨报记者 姚沁艺  
图 / 晨报记者 姚沁艺 受访者供图