

3. 어떤 아트가 자산이 되는가

모든 아트 작품이 자산이 되는 것은 아닙니다.
오히려 시장에서 자산으로 인정받는 아트는 극히 일부입니다.
개발자의 관점에서 보면, 이것은 취향의 문제가 아니라
선별과 투자 판단의 문제입니다.

그렇다면 어떤 작품이 프로젝트와 함께
시간을 넘어 가치를 유지하는 자산이 될 수 있을까요.
여기에는 분명한 기준이 있습니다.

첫째, 작가성이 확립되어 있어야 합니다.
작품이 누가 만들었고, 어떤 맥락에서 등장했는지 명확히 설명될 수 있어야 합니다.
이것은 자산으로 인정받기 위한 최소 조건입니다.
익명성이 강하거나 단순 장식 목적의 작품은
이 단계에서 이미 자산의 범주에 들어오지 못합니다.
개발 프로젝트에 있어서는 특히 중요한 기준입니다.

둘째, 평가가 축적되어 있어야 합니다.
전시 이력, 비평, 미술관 및 기관의 소장, 국제적 활동 등
제 3자의 평가가 시간에 걸쳐 쌓여 있는가.
이 축적은 개인 취향과는 다른 차원의 문제이며,
프로젝트의 신뢰도와 브랜드 가치를 지지하는 근거가 됩니다.

셋째, 시장과 연결되어 있어야 합니다.
아트는 독립된 장식품이 아니라
갤러리, 미술관, 컬렉터, 옥션으로 이어지는
명확한 시장 구조 안에서 움직입니다.
이 시장과 연결되지 않은 작품은
아무리 시각적으로 매력적이더라도
자산으로 기능하지 못합니다.

그리고 마지막으로, 시간에 견디는 힘이 있어야 합니다.
단기적인 트렌드나 디자인 유행에 의존하는 작품은
프로젝트의 수명과 함께 사라집니다.
반대로 시간 속에서 의미가 축적되는 작품은

건물과 함께 가치가 상승합니다.

이 지점이 인테리어와 자산으로서의 아트를 가르는 결정적인 차이입니다.

이 네 가지 조건을 충족하는 아트는

단순히 공간을 채우는 요소가 아니라

프로젝트의 장기 가치를 형성하는 자산 포트폴리오의 일부가 됩니다.

호텔이나 복합 개발, 프리미엄 레지던스와 같은 프로젝트에서

이러한 아트를 도입한다는 것은

단순히 아름다운 작품을 설치하는 일이 아닙니다.

그것은 그 부동산을

문화적 자산을 보유한 개발 프로젝트로 포지셔닝하는 전략이며,

장기적으로는

프로젝트의 브랜드, 희소성, 그리고 시장 평가를

결정짓는 선택이 됩니다.