

执行主编◎范崇雄 李君 黄向军

陈少峰 刘志明 王建平 主编

中国书画产业报告

ZHONGGUO SHUHUA CHANYE BAOGAO

—— 2015 ——

 華文出版社
SINO-CULTURE PRESS

陈少峰 刘志明 王建平 主编

中国书画产业报告

ZHONGGUO SHUHUA CHANYE BAOGAO

—— 2015 ——

图书在版编目 (CIP) 数据

中国书画产业报告. 2015 / 陈少峰, 刘志明, 王建平主编.

—北京: 华文出版社, 2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5075 - 4385 - 8

I. ①中… II. ①陈… ②刘… ③王… III. ①书画艺术—文化产业

—研究报告—中国—2015 IV. ①J212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 155216 号

中国书画产业报告 2015

主 编: 陈少峰 刘志明 王建平

责任编辑: 韦玉莲

出版发行: 华文出版社

地 址: 北京市西城区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码: 100055

网 址: <http://www.hwbs.com.cn>

投稿邮箱: hwbs@126.com

电 话: 总编室 010 - 58336239 责任编辑 010 - 58336222

发行部 010 - 58336270 010 - 58336122

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市宏盛印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 14.25

字 数: 200 千

版 次: 2015 年 8 月第 1 版

印 次: 2015 年 8 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5075 - 4385 - 8

定 价: 48.00 元

版权所有 侵权必究

主 办

北京大学文化产业研究院

中国文化企业研究中心

中国书画五十人论坛

中国书画艺术基金管理委员会

北京志明德文化产业投资管理公司

中国互联网文化产业论坛

北京诚德文化产业发展公司

重庆汉昌文化产业集团

天舟文化股份有限公司

泰山美术馆

编写委员会

主 编	陈少峰	刘志明	王建平		
执行主编	范崇雄	李 君	黄向军		
副 主 编	范婷婷	刘登顺	黄锦宗		
编 委 会	毛登科	李 君	李 峥	成 琪	范崇雄
	张传稚	黄禾雨	黄建新	黄向军	胡月明
	刘志明	王小虎	王德恭	范婷婷	朱建相
	徐文明	王 鸿	刘登顺	王建平	陈少峰

序 言

中国文化产业的发展如火如荼，许多文化企业逐渐成为大型的舰队式的企业集团（联合体）。在经济新常态的环境下，一方面，中国文化产业发展出现了跨国并购、跨界融合、企业主导以及互联网文化产业高速发展等的新格局、新态势；另一方面，中国传统的文化产业也受到新兴业态的文化产业的巨大冲击，需要与时俱进，探寻新机遇，把握新（商业）模式。整体上看，当前的中国文化产业出现了大震荡与大发展双重格局并存的奇特景象。

文化产业作为塑造国家文化软实力的核心力量之一，越来越受到各界的高度重视。北京大学文化产业研究院致力于研究中国文化产业的大趋势、大格局，研究国家文化产业发展战略和文化企业的商业模式。在当今文化产业发展的关键时期，我们联合了国内一些有志于学术探索的文化企业、文化企业家和百多位学者，联合主持并共同编写了《中国文化企业报告 2015》、《中国文化企业品牌案例》、《中国互联网文化产业报告 2015》、《中国互联网文化企业报告 2015》、《中国书画产业报告 2015》、《中国文化旅游产业报告 2015》、《中国电影产业报告 2015》等学术研究的专题报告。不过，遗憾的是，除了《中国文化企业报告 2015》（作为系列化编写以来已是第四个年度研究报告）之外，其余 6 个报告均为第一次组织学者编写，其中存在不少疏漏、草率与不足之处，敬请谅解。我们将在今后努力改进不足，争取持续提供更严谨的研究成果。

本次各项报告的主持和写作分工是：主编负责专题大纲的策划与协调，执行主编与副主编负责具体写作的统筹与统稿，每一位作者负责撰写某个具体章节的内容。本着文责自负的原则，所有作者所撰写的内容章节均署实名与所在工作单位。此外，需要补充说明的是，以上所列的《中国文化企业报告 2015》、《中国文化企业品牌案例》等两部报告由三位主编共同策划和协调，张立波同时也参与负责统筹和统稿；其余报告中的执行主编和副主编均负责该报告的统筹和统稿。

目 录

CONTENTS

第一章 中国书画产业概况	1
一、中国书画产业交易概述	1
(一)交易大数据	1
(二)年度五大关键词	3
(三)行业大事记	4
(四)书画市场宏观发展脉络与调整	6
(五)书画业近年政策演进	9
二、中国书画产业市场态势	12
(一)经营主体:画廊、拍卖行、展会、美术馆,谁与争锋	12
(二)艺术金融:基金、信托、金融化,高调启幕与惨淡收场	16
(三)交易动机:投资、收藏、消费,谁主沉浮	17
(四)海外战略:香港市场、文化保税,国际化进程还远吗	19
三、中国书画产业新业态	23
(一)“颠覆”从互联网思维开始	24
(二)“创新”需在传统领域内深耕	30
四、中国书画产业年度热点话题	34
(一)艺术银行:用意何在与意欲何为	34
(二)艺术资产:“青州危机”,艺术品鉴定和评估	36
第二章 中国书画艺术市场与书画艺术家	38
一、中国书画艺术市场的演进	38
(一)书画艺术市场的萌芽期	38

(二) 书画艺术市场的形成期	39
(三) 书画市场的成熟期	40
(四) 书画市场的鼎盛期	41
二、当代中国书画流派区域聚集	43
(一) 京津唐地区	43
(二) 长三角地区	44
(三) 珠三角地区	45
(四) 港澳台和其他地区	46
三、书画艺术家代际更替	47
(一) 古代书画家及作品	47
(二) 近现代书画家及作品	51
(三) 当代已故书画家及作品	53
四、“书画五十人”的艺术家策略	56
(一) 书画艺术家的选择	56
(二) 书画艺术家的活动	58
(三) 书画艺术家的培育	58
 第三章 画廊与书画经纪服务	61
一、画廊与中国书画业发展	61
(一) 中国画廊业:舶来品的中国式发展	61
(二) 画廊经营:模式决定命运	65
(三) 中国画廊业的未来:改写命运的方略	68
(四) 画廊业当下:走出冬季的关键	71
二、书画经纪服务及其创新	74
(一) 书画经纪人:画廊经纪服务的核心	74
(二) 书画经纪人:存在理由与关系定位	76
(四) 经纪服务创新:理念与模式	79

第四章 中国书画拍卖市场	82
一、书画拍卖市场概述	82
(一) 书画拍卖的宏观经济环境	82
(二) 书画拍卖的市场规模	83
(三) 书画拍卖的结构性特点	84
二、书画拍卖的新兴业态	90
(一) 网上拍卖、微拍的兴起	90
(二) 行业基金推动拍卖产业发展	91
(三) 多元化经营的产业链模式	92
三、书画拍卖的风险与黑幕	92
(一) 书画拍卖风险	93
(二) 书画拍卖黑幕	94
四、书画拍卖的发展趋势	96
(一) 市场格局之变与国际化	96
(二) 书画消费上行与分散布局	96
(三) 市场细分与多元营销	97
第五章 书画活动、交易与营销	99
一、书画活动	99
(一) 开展书画活动的必要性	99
(二) 书画活动的类型和特点	99
(三) 书画活动的意义	102
二、书画交易	103
(一) 书画市场交易整体情况	103
(二) 交易的类型	104
三、书画营销	112
(一) 营销的含义	112
(二) 营销的模式和特点	112
(三) 营销的策略	116
(四) 营销的管理	117

第六章 艺术金融与书画投资	119
一、艺术金融与书画投资概述	119
(一) 艺术金融的兴起	119
(二) 艺术金融的现状	120
二、艺术品基金的运作	121
(一) 基本模式	121
(二) 艺术品基金的操作	124
三、艺术基金的清算危机	125
(一) 清算危机	125
(二) 根源分析	126
(三) 投资现状的对策	129
四、书画投资发展趋势研究	130
(一) 书画投资的主流趋势	130
(二) 书画投资的未来趋势	133
第七章 新媒体与书画市场	136
一、新媒体发展概述	136
(一) 新媒体的构成与特点	136
(二) 新媒体融合的本质	138
(三) 新媒体技术与书画艺术的结合	139
二、新媒体与书画市场的交易融合	140
(一) 指尖上的书画交易	141
(二) 移动端的书画世界	145
三、书画产业在新媒体下的商业模式创新	146
(一) 借助互联网新生的文交所	147
(二) 新媒体平台的书画产业商业模式	148
第八章 艺术品授权与书画产业	150
一、中国艺术授权业发展现状	150

(一)发展脉络·····	150
(二)发展特点·····	152
(三)瓶颈与展望·····	155
二、艺术衍生品开发的环节·····	157
(一)艺术授权·····	157
(二)专业的创意设计·····	159
(三)生产、流通和消费·····	160
三、艺术衍生品开发的形式与建议·····	162
(一)艺术衍生品开发的形式·····	162
(二)众筹模式与艺术衍生品开发·····	164
(三)艺术衍生品开发的建议·····	165
四、艺术授权案例·····	167
(一)齐白石的艺术衍生品开发·····	167
(二)鸡缸杯的艺术衍生品开发·····	169
 第九章 书画展览与艺术地产·····	 171
一、中国书画展的发展状况·····	171
(一)书画展馆布局·····	171
(二)书画展览风格·····	175
(三)书画展览行业规范·····	177
(四)展览业态创新之路·····	179
二、中国艺术地产·····	183
(一)艺术地产之内涵演变·····	183
(二)当下中国艺术地产新格局·····	184
(三)针对艺术地产现状的种种质疑·····	187
 第十章 中国书画产业的趋势与展望·····	 190
一、书画产业发展的外部宏观环境·····	190
(一)国内经济与投资趋势的影响·····	190
(二)文化产业持续增长与政策利好·····	192

(三)“互联网+”创新驱动的逆袭之势	193
二、书画产业发展的内部微观环境	194
(一)购买力变迁:深层结构调整和生态重建	194
(二)艺术品收藏:高净值人群的资产配置方式	195
(三)艺术市场:规范化、专业化与国际化	197
三、中国书画产业发展趋势与展望	198
(一)书画拍卖市场变化趋势	198
(二)其他书画市场变化趋势	201
(三)书画产业新业态趋势	203
附 录	210
艺术品投资的闭环运营模式	210
书画家的素养	215

第一章 中国书画产业概况

中国书画作为艺术品市场的三大传统交易产品，与另两大类的油画及当代艺术、瓷器等杂项相比，更符合中国人的审美趣味，书画作品也比瓷器古董更容易保值变现，一直都是艺术投资和艺术收藏的首选。

一、中国书画产业交易概述

（一）交易大数据

1. 雅昌指数

从2014年雅昌艺术市场监测中心的雅昌综合指数来看，雅昌国画400成份指数，同比下跌10.4%，油画100成份指数同比跌幅近40%。随着中国经济增速放缓，身陷调整期三年之久的艺术市场将步入更长时间的理性调整新常态。

2. 艺术品拍卖市场

2014年中国艺术品拍卖市场的成交额达583.13亿元，^①相比2013年的644.63亿元、2012年的576亿元，反映出中国艺术品拍卖市场仍然处于调整期。

3. 中国书画

2014年中国书画仍占拍卖主导地位，全年拍卖成交总额为293.84亿元，^②占市场份额的50.39%；相比2013年拍卖成交总额354.08亿元和54.93%的市场份额，呈小幅下行调整的状态。

^① 雅昌艺术市场监测中心（AMMA）. 中国艺术品拍卖市场调查报告（2014春/2014秋）[EB/OL]. <http://amma.arttron.net/report.php>.

^② 同上。

4. 拍卖企业

2013 年底, 全国具备文物拍卖经营资质的企业 382 家,^① 2014 年该类企业又增加 24 家, 达到 406 家, 文物艺术品拍卖业的规模呈持续增长趋势。

5. 艺术品信托

2014 年运营中的艺术品信托还剩下 85 只,^② 远不及高峰时 200 多只的繁荣景象。艺术金融产品背后“三大软肋”问题, 即艺术品鉴定、估值以及流动性问题浮出水面。中国人民大学艺术品金融研究所首发《2014 年中国艺术品金融研究报告》, 对上述问题给出了一定的学术建议。

6. 专业画廊

据不完全统计, 国内专业画廊达 3366 家。^③ 北京画廊数量达 1054 家, 居全国之最; 青州书画市场聚集画廊 765 家, 上海普陀区和长宁区聚集有 370 家, 书画一级市场的布局初步显现。

7. 成交排行

华西都市报联合雅昌艺术网发布的“2014 名人堂·年度书画家”吸引了多方的目光, 根据 2014 年国内外各大拍卖机构的交易记录, 出台了在世华人艺术家全年成交排行榜, 在前十名艺术家中, 崔如琢、范曾、刘大为、黄永玉、史国良、何家英、陈佩秋等七人都是书画家。

8. 资助项目

2013 年 12 月 30 日宣布成立的国家艺术基金, 2014 年正式运行, 首次受理各类申报项目 4256 个, 其中 4124 项通过审查, 394 个项目获得立项资助。

9. P2P 平台

随着文化产业 2014 年的互联网化, P2P 网贷这个舶来的行业在中国呈现井喷式发展, 据《2014 年中国网络借贷行业年报》统计, 到 2014 年底 P2P 平台数量已达 1575 家。^④ 全年累计成交量高达 2528 亿元。2014 年“爱收藏”等 P2P 产

① 中国拍卖行业协会联合商务部流通业发展司、文化部文化市场司、国家文物局博物馆与社会文物司. 2013 中国文物艺术品拍卖市场统计年报 (第四期) [EB/OL]. <http://www.wenwuchina.com/news/view/cat/0/id/217883>, 2014-08-13.

② 雅昌艺术网. 今年仅发行两只艺术品信托 三大软肋拖累行业发展 [EB/OL]. <http://news.arttron.net/20141007/n661429.html>, 2014-10-07.

③ 文化部文化市场司. 中国艺术品市场年度报告 2013 [M]. 北京: 人民美术出版社, 2014-09.

④ 戴晓晓. 去年 P2P 平台达 1575 家 深圳网贷行业领跑全国 [EB/OL]. <http://finance.huanqiu.com/roll/2015-01/5409766.html>, 2015-01-15.

品上线,互联网金融介入艺术品市场。

10. 投资事件

2014 年资本市场共产生 1756 次投资事件,^① 融资额超过千亿元。重量级投资集中在电子商务、金融服务、游戏动漫领域,这与产业变革升级、消费行为趋势有关,大多数投资方一直在持续关注企业服务和教育培训。

(二) 年度五大关键词

梳理 2014 年中国书画业发展过程,以下关键词对过往和未来都不失为具有特殊意义的标识符,提示着中国书画业的未来走向和发展玄机。

1. 理性回归

2014 年中国艺术品市场在理性回归的基调下,沿着可持续发展的轨道艰难前行,其中书画市场的下滑仍在持续。2014 年的理性回归体现在以下几个方面:(1) 市场泡沫被挤压,天价单品扎堆成交的情况已成历史,新的价格平衡会形成;(2) 市场在调整中煎熬,并积极向成熟和专业过渡,体现在商业模式不断创新和文化研究得到重视;(3) 文化艺术消费有抬头之势,引导市场由投资导向型向理性收藏发展;(4) 市场交易动机在艺术品套现渠道狭窄和价格波动剧烈的倒逼下,以短期回报为预期的投资者离场,长线投资会被接受,市场在理性和平稳中继续调整。

2. 真伪之辩

源自 2013 年末的一场《功甫帖》真伪之辩,在 2014 年继续深度发酵达数月之久,不仅将事件当事方的博物馆专家、收藏家、拍卖行裹挟其中,还通过大众媒体和网络平台引发了一次史无前例、全民鉴宝的公众研讨,发声的各方既有文化收藏界的法律专家、历史学者,也有关注文物艺术品的草根网友,从拍卖规则、史实考订、书法研究等角度各抒己见,暴露出中国艺术品市场上主导性和话语权的缺失、学术与市场相互角力的不平衡、行业整体的信誉危机等一系列中国艺术生态链问题。《功甫帖》悬案进一步加剧了古代书画鉴定困局,在 2014 年春拍中古代书画高价拍品大面积遭遇流拍,2014 年秋拍的书画成交前 20 名榜单中,古代书画仅占 4 席。

^① 网易财经. 2014 年风投都投了哪些文化项目 [EB/OL]. <http://money.163.com/14/1128/08/AC4H20JG00253G87.html>, 2014-11-28.

3. 清算危机

2014年,艺术品基金、艺术品信托遭遇兑付困境。国内艺术品信托经历了从高潮到冰点的5年,本应在2014年8月到期兑付的信托产品,至今仍有部分投资者尚未收到本金和收益分配。艺术与金融的联姻到底在中国应该如何发展,2015年艺术品金融再出发令人期待。

4. “官场雅贿”

“反腐”是盘点2014年艺术品市场时绕不过去的新闻焦点,相关衍生词也被媒体热炒,“官场雅贿”可算其中一个。在中国政府先后出台“八项规定”、“六项禁令”之后,行贿者不送真金白银,改送名家字画,文化艺术品市场潜藏着的这股逆流,作为现实权力变异的隐蔽形态被推至公众面前。书画作品因在近些年的艺术市场上大出风头,而成了“躺着都中枪”的牺牲品。研究学者陈少峰称,中国的书画市场历经多年高速增长,本就存在大量泡沫,而“反腐是刺破市场泡沫的一个针尖”。人们期待反腐把市场的水分挤干,书画市场重新洗牌。根植于中国传统文化的书画市场已入寒冬,何时回暖,是否还会续写传奇?

5. 艺术电商

2014年是艺术品电商全面升级的发端。2013年基于Web1.0的艺术品拍卖和传统电商平台热闹联姻,苏宁、国美、淘宝纷纷入局;而2014年基于Web2.0和3.0的艺术品电商形态开始大量出现,除了一些艺术类微信公众号喷涌而出,还新增了许多以UGC化、社交化为思路的艺术电商平台和产品,特别是艺术类移动APP新应用出来后,不断挑动着大众潜藏已久的尚美之心,如“书画酷”、“ARTAND”、“艺术云图”以及故宫出品的“皇帝的一天”、“韩熙夜宴图”等APP产品。2014年艺术品电商的升级特征,突出表现为电子商务的疆界已经从艺术品营销向多元化的艺术品消费和普及艺术教育的方向延展。以社会化、垂直化、金融化和平台化为趋势的新一轮艺术品电商发展高潮在2014年已初露端倪。

(三) 行业大事记

1. “保利文化”成为内地拍卖第一股

2014年3月6日从事艺术品拍卖、管理和影视投资业务的保利文化集团股份有限公司(以下简称保利文化或保利公司)终于在香港联交所挂牌上市,向全球发售招股书,改写了中国艺术品拍卖业历史。据里昂证券的预测,“保利文化”估值介于11亿~13亿美元,2014年度市盈率为18~22倍。

2. 中国艺术市场国际论坛在纽约顺利闭幕

2014年3月13日(纽约时间),由中国拍卖行业协会(CAA)与美国Artnet全球有限公司联合主办的“中国艺术市场的现实与未来”国际论坛,在纽约曼哈顿苏活区圆满闭幕。全球艺术市场中最重要机构组织、拍卖公司、画廊经纪、收藏、艺术市场研究、艺术品金融、主流媒体等各方面人士出席,探讨全球化背景下中国艺术品市场发展中的新机遇。论坛发起成立“全球拍卖联盟”,标志着一个新的艺术品拍卖市场全球化时代来临。

3. 中国台湾艺术银行挂牌成为亚洲第二

2014年3月25日台湾艺术银行挂牌运作,成为亚洲地区继韩国后成立的第二家艺术银行,引起国际艺术界关注,这标志着中国台湾步入全球少数拥有“艺术银行”的地区行列。和韩国艺术银行一样,由国家单位设立的中国台湾艺术银行早在去年就开始筹划,经过一年多的准备,艺术银行正式在台中市银行街开门营业。

4. 艺术品基金被纳入私募基金管理范围

2014年7月,中国证监会发布的《私募投资基金监督管理暂行办法(征求意见稿)》显示,长期以来处于监管之外的艺术品投资将被纳入此次私募基金的调整范围,明确提出投资人应具备相应的风险识别能力和风险承担能力。对此,有业内人士分析,这是官方鼓励发展艺术品私募基金的信号。

5. 第二届中国民营美术馆发展论坛

2014年9月12日全球上百名美术馆馆长会聚上海龙美术馆(浦东馆),以“中国民营美术馆的战略定位与运营策略”为主题,围绕“民营美术馆在城市公共文化发展的社会责任”、“民营美术馆与公众互动的方式及公共价值体现”、“民营美术馆的运营策略与可持续发展之道”三大议题展开主题演讲和圆桌讨论,为中国民营美术馆的发展把脉、问药。

6. 七家文博单位获准面向社会鉴定文物

2014年10月29日国家文物局发布通知,为引导规范民间收藏文物鉴定行为,批准天津市文物开发咨询服务中心、黑龙江龙博文物司法鉴定所、西泠印社艺术品鉴定评估中心、广东省文物鉴定站、云南文博文物评估鉴定有限公司等七家文博单位,面向社会公众开展民间收藏文物鉴定试点工作。