



艺术品金融

● 倪进 何元春 著

2011年度江苏省社会科学基金项目“当代中国艺术品市场金融化研究”（项目批准号：11YSS004）成果
2011年度江苏省高校社会科学重点研究项目“推动文化产业成为国民经济支柱产业研究”（项目批准号：2011ZDXXM008）成果

江苏凤凰美术出版社

2011 年度江苏省社会科学基金项目“当代中国艺术品市场金融化研究”

〈项目批准号:11YSB004〉成果

2011 年度江苏省高校社会科学研究重点项目“推动文化产业成为国民经济支柱性产业研究”

〈项目批准号:2011ZDIXM008〉成果

艺术品金融论

倪 进 何元春 著

江苏凤凰美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术品金融/倪进,何元春著. —南京:江苏凤凰美术出版社,2015.5

ISBN 978-7-5344-8803-0

I. ①艺… II. ①倪… ②何… III. ①艺术品—投资—研究 IV. ①J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 048291 号

责任编辑 方立松 郑 晓
封面设计 都 成 倪 进
图片摄影 赵 苒
特约校对 徐智本 刘庆莉
责任监印 朱晓燕

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏凤凰美术出版社(南京市中央路 165 号 邮编:210009)

出版社网址 <http://www.jsmschs.com.cn>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

制 版 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司

开 本 718 毫米×1 000 毫米 1/16

印 张 23.75

字 数 379 千字

版 次 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-8803-0

定 价 68.00 元

营销部电话 025-68155677 68155670 营销部地址 南京市中央路 165 号

编辑部电话 025-68155753 68155637 电邮 jsfhmssj@163.com

江苏凤凰美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

含英咀華集藝林瓊玉成書卷

取精用宏炫世間珍藏耀日月

甲午范揚書

范揚行書對聯

内容简介

本书认为艺术品投资的关键是高度的流通性,高度的认同性;没有流通就不可能有市场,没有认同就不会有广阔的市场空间;艺术品市场,也是金融资本博弈的地方;艺术品金融,是艺术与金融资本的对接,是艺术品市场资本化的有效尝试。本书运用经济学的理论和方法研究艺术品市场和金融资本的关系问题,跨接了经济学与艺术学;详细论述了文化艺术品产权交易所、艺术品基金、艺术品信托、艺术品保险的特征和运营模式;首次讲解了艺术品指数的编制;介绍了艺术品投资种类、艺术品投资谋略、艺术品拍卖、画廊;比较了中西艺术品金融的异同;科学地阐述了艺术品市场金融化对我国艺术品市场健康发展的现实意义。

本书是 2011 年度江苏省社会科学基金项目“当代中国艺术品市场金融化研究”(项目批准号:11YSB004)成果;2011 年度江苏省高校社会科学研究重点项目“推动文化产业成为国民经济支柱性产业研究”(项目批准号:2011ZDIXM008)成果。

目 录

绪论 001

第一章 文化艺术品产权交易所 007

第一节 文化艺术品产权交易所概述 007

第二节 文化艺术品产权交易所的交易模式 012

第三节 西方文化艺术品产权交易所介绍 019

第四节 中国文化艺术品产权交易所 021

第二章 艺术品基金 031

第一节 艺术品基金概述 031

第二节 艺术品基金的运作模式 035

第三节 艺术品基金的运营环节 038

第四节 西方艺术品基金介绍 042

第五节 中国艺术品投资基金 047

第三章 艺术品信托 056

第一节 艺术品信托概述 056

第二节 艺术品信托的运作模式 061

第三节 艺术品信托的运营策略 064

第四节 中国艺术品信托 068

第四章 艺术品保险 081

第一节 艺术品保险概述 081

第二节 艺术品保险的运营环节 086

第三节 西方艺术品保险介绍 091

第四节 中国艺术品保险 097

第五章 艺术品指数 109

第一节 艺术品指数概述 109

第二节 艺术品指数的编制 112

第三节 西方艺术品指数介绍 116

第四节 中国艺术品指数 118

第六章 艺术品投资种类 125

第一节 艺术品分类 125

第二节 中国书画投资 133

第三节 中国油画投资 159

第四节 瓷器投资 164

第五节 明清家具投资 167

第六节 玉器投资 178

第七节 印章石投资 191

第八节 古玩杂件投资 195

第九节 装潢 199

第七章 艺术品投资谋略 205

第一节 艺术品价格的形成 206

- 第二节 艺术市场的划分 227
- 第三节 “真、精、稀、全”选择标准 231
- 第四节 “专”、“长”、“前”、“稳”四原则 238
- 第五节 组合投资 242
- 第六节 艺术品投资程序 247
- 第七节 艺术品投资时机的确定 250
- 第八节 中国买家海外艺术品淘宝地图攻略 252

第八章 艺术品拍卖 259

- 第一节 拍卖的历史 260
- 第二节 艺术品拍卖的构成 267
- 第三节 艺术品拍卖方式 271
- 第四节 艺术品拍卖的价格形成 274
- 第五节 艺术品拍卖的投资策略 278
- 第六节 艺术品拍卖会运作策划 294
- 第七节 艺术品拍卖会陷阱 305
- 第八节 艺术品拍卖市场亟待解决的问题 307
- 第九节 中国买家如何参拍海外艺术品市场 310
- 第十节 世界著名拍卖行 315

第九章 画廊 324

- 第一节 画廊的性质和作用 324
- 第二节 我国法律法规对开设画廊的相关规定 326
- 第三节 画廊的种类 327
- 第四节 画廊的策划书 331
- 第五节 画廊的定位 334

第六节 画廊的经营策略 342

第七节 中国内地画廊业运作现状与运营策略 348

第八节 中国香港地区的画廊 359

参考文献 364

后记 369

绪 论

运用经济学的理论和方法来研究艺术品市场和艺术现象,是经济学与艺术学的跨接。

在经济持续高速发展的背景下,艺术品投资已成为继股票热、房地产热之后的第三大投资热点。然而,在现代经济发展的过程中,一个没有金融资本介入的市场,是没有前途的。从世界范围内艺术品市场的基本经验来看,金融资本的介入程度往往标志着艺术品市场的规模及其成熟程度。艺术与金融资本的对接不是选择而是必须。

艺术活动以满足人类的审美需要为目的,经济活动则以满足人类的实用需要为出发点。也就是说,艺术所从事的是满足于人类精神需要的“精神生产”;而经济活动则是为满足于人类物质需要进行的“物质生产”。在人类一定社会阶段里,经济与艺术的差别是显而易见的,也是现实的,但更深层的现实却是二者的一致性。

艺术品是人类创造的物质形态化的精神产品。它一般具有艺术价值、历史价值和经济价值。艺术价值是艺术品本身所固有的、本质的特征;历史价值主要就文物艺术品而言;经济价值则是艺术品进入商品交换领域以后附加的。

艺术品投资的关键是:高度的流通性和高度的认同性。没有流通就不可能有市场,没有认同就不会有广阔的市场空间。

马克思主义认为,艺术是一种以物质形态表现出来的活动,它就必然在一定程度上受到物质生产规律的制约。在论述剩余价值理论时,马克思提到:“要研究精神生产和物质生产之间的联系,首先必须把这种物质生产本身不是当作一般范畴来考察,而是从一定的历史的形式来考察。……如果物质生产本身不从它的特

殊的历史的形式来看,那就不可能理解与它相适应的精神生产的特征以及这两种生产的相互作用。……其次,从物质生产的一定形式产生:第一,一定的社会结构;第二,人对自然的一定关系。人们的国家制度和人们的精神方式由这两者决定,因而人们的精神生产的性质也由这两者决定。”^①很显然,按照马克思的理解,任何形式的生产都无法摆脱具体的、历史的物质生产基础的限制,物质生产基础是讨论一系列问题的前提。马克思的相关论述是我们分析社会主义市场经济时期艺术品市场问题的理论出发点。

众所周知,经济的发展是艺术品市场形成的前提。具体地说,经济的发展表现为两个方面,一是生产效率的提高,其结果是人们的休闲时间相对延长,这就使公众有更多的闲暇去关注艺术品。二是收入水平的提高,这为艺术产品消费提供了经济上的保障。收入水平越高的社会对艺术产品的消费需求就越高,消费量也就越大。

1943年美国行为科学家 A. H. 马斯洛在他出版的《人类动机理论》一书中所构建的需要层次理论,将需要依次划分为生理需要、安全需要、社会需要、尊重需要和自我实现需要五个层次。据马斯洛的主张,一个人首先满足低级的生理需求而后才能逐步上升,最终自我实现需求的满足。社会经济的发展、人民物质生活水平的提高,使人民的需求欲望逐步上升,艺术品市场便建立在人的高级需要之上。

社会经济的发展程度决定人需要的层次性,所以在低级的需要如生存、安全需要得不到保障的情形下,精神层面的艺术品需求矛盾通常处于潜伏状态,此时的艺术品市场并无内容可言,或者说不存在艺术品市场。经济的发展是艺术品市场形成的前提。进一步说,经济的发展表现为三个方面:一是生产效率的提高,人们的休闲时间相对延长,这就使其有更多的闲暇去关注艺术品;二是收入水平的提高,这为艺术品消费提供了经济上的可能;三是在满足基础的需求后,人民的需求欲望提高。

中国传统的艺术品市场最初以书画为主,据中国美术史料记载,中国艺术品市场开始于魏晋,形成于唐而盛于宋。唐代经济发展,文风炽盛,朝廷和社会上一

^① 马克思:《剩余价值理论》,转引自北京大学中文系文艺理论教研室编《马克思恩格斯列宁斯大林论文艺》,北京:人民文学出版社,1986年,第114页。

些人,不惜重金抢购书画,这就使得书画行情一再看好,并由此而逐步形成市场,形成专门吃这一行饭的书画商。杜甫诗说:“忆昔咸阳都市会,山水之图张卖时。”^①就是当时咸阳书画市场的客观写照。随着经济的快速发展,书画收藏之风更盛,宋代的艺术品市场空前活跃,书画市场也逐渐形成规模。据史籍记载,北宋汴梁市集,南宋临安勾栏瓦子,都有卖字画、年画的摊子。北宋汴京相国寺“后廊皆睹货术传神之类”,可见有画人像的画摊。汴京东角楼街巷有潘楼酒店,“其下每日五更市合,买卖衣物书画珍玩犀玉”^②。而南宋临安城内店铺林立,也有“陈家画团扇铺”^③这样的绘画工艺品店铺。明清是中国封建社会的后期,资本主义经济开始萌芽。明代书画艺术品市场的繁荣是与当时城市商品经济的进一步发展密切联系的。明代,在苏州、扬州、松江、嘉兴、湖州、南京等工商业发达、人文荟萃的城市,出现了一些独立的书画经营商店。清代最大的书画市场要数扬州和上海,扬州和上海不但是当时全国的交通枢纽,而且商业经济活动十分繁荣,尤其是富商们十分热衷于购买书画,因而书画市场非常活跃。

改革开放后的中国城市化进程在经历了漫长的量变之后逐步向质变转化,越来越多富裕的中国农民开始向城市转移,而且为数不少的地区已经出现了城市化的村落,预计,到2020年中国城市化的进程将达到55%—65%。毋庸置疑,经济的发展、城市化进程的加快为艺术品市场的发展创造了更好的契机。人们的物质生活得到相对满足之后,开始寻求更丰富多彩的精神生活,这直接刺激了艺术品市场成交额的增长。

中国加入WTO后,国际市场和国际艺术界对于亚洲艺术家的兴趣越来越浓,这种艺术品投资正在潮涌而入。

当前国家对于艺术品市场的行政管理正处在变化之中。简化了行政审批,方便了市场的主体经营者。国家先后取消了艺术品经营机构的审批、外商投资艺术品拍卖单位以及国内展览比赛的审批。简化行政审批的直接结果是多元主体的艺术品市场竞争和艺术品市场的自由发展创造了良好的外部环境。同时国家近期出台了鼓励文化企业的优惠政策:自2006年开始,政府鼓励的文化企业自盈利之日起免征三年的企业所得税。政府鼓励的文化企业包括:艺术品的销售、文

① 杜甫:《夔州歌十绝句》,转引自彭定求等编《全唐诗》,北京:中华书局,1960年,第229卷。

② 孟元老:《东京梦华录》,上海:上海古典文学出版社,1956年,第4卷。

③ 吴自牧:《梦粱录》,哈尔滨:黑龙江人民出版社,2003年,第13卷。

化艺术经济企业、文化艺术展览企业。

经济的发展、国民生产总值的提高,为发展的中国艺术品市场搭建了一个广阔的平台,提供了一个良好的发展空间和环境。伴随着经济全球化和市场多元化的时代潮流,中国的艺术品市场会逐步地走向成熟和繁荣。

二

艺术品金融在西方金融界有悠久的历史,自上世纪 50 年代至今,西方这方面的论文较多,西方学者普遍认为:在现代经济发展的过程中,一个没有资本介入的市场,是没有前途的,资本的介入程度往往标志着艺术品市场的规模及其成熟程度。西方学者对艺术品金融的研究已经越过宏观理论的层面,深入到艺术品金融的微观层面的具体实施上。

西方成熟的艺术品市场往往被称为“准金融市场”,它在结构上与股票市场相似,分为一级市场、二级市场和场外市场。世界上历史最悠久和投资业务最大的几家银行,包括瑞士联合银行、瑞士信贷、荷兰银行等金融机构,都涉猎并已经形成了一套完整的艺术银行服务系统,下设有专门的艺术银行部。银行的艺术银行服务项目包括鉴定、估价、收藏、保存、艺术信托、艺术基金等专业的金融手段。例如,创办于 2004 年的英国美术基金(Fine Art Fund),雇用了多位艺术经纪人在全球购买潜力艺术品,并引入专业的投资手法,进行组合投资,按照 3:3:2:2 的比例购买印象派作品、古典大师级作品、现代艺术品以及当代艺术作品,到了 2006 年年底已经获利超过 59%,被公认为是目前全球最活跃最优秀的艺术基金。

近年来,我国的金融资本虽有介入我国艺术品市场,但中国艺术品市场与金融资本的交集仍处在初始阶段,与西方发达国家相比,我国艺术品金融产品稀少,像艺术品信托、艺术品保险等刚刚起步几为空白。这一现象已引起我国学界高度重视,目前从中国知网上能够查阅到与艺术品市场金融化的相关文章约 30 多篇,尽管学者们视角不同,论述方式各异,但他们有一个共识:艺术品除了拥有文化属性以外,还具有经济属性、金融属性。“就银行的很多高端客户而言,财富的增长对他们来说只是一个数字的变化,他们追求的不再是纯粹的财富增值,而艺术品投资既有财富投资的收益,又有精神审美的享受,还是一种时尚的生活方式,无疑是一项受欢迎的选择。”“艺术品市场未来必将与股市、楼市并驾齐驱,成为投资市场的‘第三极’,艺术品金融产品的丰富,则无疑将为参与者提供更多商机,给投资

者带来更多的投资选择,并推动‘第三极’的加速发展与壮大。”“发展中国艺术品金融市场是中国艺术品与资本对接所作出的极为重要的一步,艺术品市场金融化也是改变当前艺术品市场结构的重要途径之一。”

三

艺术品金融,指的是研究如何将艺术品“作为金融资产纳入个人和机构的理财范围”,以及使艺术品转化为“金融工具”。艺术品金融,是当代资本市场和金融界对艺术品市场的介入,也是试图将艺术品市场资本化的一种尝试。

全球知名的财经杂志《经济学人》刊文指出,得益于中国藏品热和全球艺术品市场的跃进,以及中国政府关于艺术品交易政策的改变,中国已经取代美国成为世界第一大艺术品市场。2009年艺术品拍卖市场的交易额为212.50亿元人民币,2010年为573亿元,2011年为975亿元,2013年为279亿元。从国际上看,艺术品投资已是西方大型金融机构财富管理部门和私人银行部门为其高端客户提供的一项重要的理财服务,也是面向机构投资者较为成熟的另类投资品种。随着中国财富的增长,将会有更多的投资资本进入艺术品市场,艺术品经济在中国终将形成,艺术品金融时代也将走近。

然而,现实的问题是,中国艺术品市场与金融资本的衔接还不是很通畅,路堵现象时有发生,不和谐的声音此起彼伏,市场仍处在初始阶段。同时,中国金融体制的不完善,也在一定程度上影响了我国艺术品市场金融化的进程,艺术品的投资平台长期处于“不稳”状态,艺术品证券、艺术品信托、艺术品保险、艺术品投资基金的时有缺席,在一定程度上削弱了我国艺术品的流通性。

市场经济在本质上是流通经济,在不断的流通过程中,人、物、信息等不同形态的资源不断创造出新的价值,也就是说在流通中升值,让流通创造价值。特别是在现代市场经济中,金融等虚拟经济的比例不断上升,交易过程不断延展,一棒接一棒,最终形成一个又一个“小泡泡”,这些“小泡泡”就是流动性产生的价值,或者称流动性溢价。

众所周知,在现代经济发展过程中,没有金融资本介入的市场,是注定没有光明未来的。如果我们不注意建立和发展中国自己的艺术品金融市场,中国艺术品市场的光明未来就很难看到。艺术与金融对接,是中国艺术品金融资本市场须要迈出的极为重要的一步,是从根本上解决中国文化艺术创意产业融资难问题的重

要途径,有利于中国文化艺术创意产业冲破财团垄断而获得充足的资金支持,对中国艺术品市场的健康发展有着积极意义。中国艺术品市场金融化也是改变当前单纯以收藏为主要目的的艺术品市场结构的重要手段之一。

因此,及时研究我国艺术品市场金融化对我国艺术品金融市场的健康发展具有重大的现实意义,对中国文化艺术产业化的研究也将产生重要影响。

中国的崛起和中国梦的实现,不是简单的中国制造业的崛起和实现,而是中国文化艺术的崛起和实现。

文化艺术品产权交易所

文化艺术品产权交易所简称文交所,有的地方称之为文化产权交易所。文化艺术品产权交易所主要为文化领域的权益流转、对接,提供全面、规范的市场平台。目前,北京、天津、上海、江苏、浙江、广东、山东等诸多省、市、自治区已陆续建立了30多家文化产权交易平台机构,并成立了“全国文化产权交易共同市场”。不过,由于艺术品是绝大多数文化产权交易所实际交易的全部产品,因此,如果该文交所仅仅从事艺术品交易,其实也可称之为艺术品产权交易所。

作为一种有形的文化载体,艺术品一方面是艺术文化中不可缺少的一部分,储存着悠久的文化和历史,陶冶着人们的情操;另一方面,艺术品也是文化产权交易的核心,是整个市场中附加值最高、稳定性最强的文化艺术产业。

2008年,内地艺术品市场进入第15个年头,时逢国家开始提倡发展文化创意产业,北京、上海等国内大中城市在这样的时代背景下,纷纷开始酝酿建立艺术品产权交易机构。如今,中国文化艺术品产权交易所不仅在中国经济领域,甚至在全球经济领域也是走在前沿的。文化产权交易所的出现成为资本与艺术之间对接的重要途径,协调了两者的关系,为促进我国建设多层次的文化艺术产业发挥了重要的作用。

第一节 文化艺术品产权交易所概述

在现代经济高速发展的进程中,资金的介入程度往往标志着市场的规模及其成熟程度,如果市场中没有资本的介入,是没有未来的。从世界范围内艺术品市场的基本经验来看,艺术与资本的对接不是选择而是必然,发展中国艺术金融市场是中国艺术品与资本对接所迈出的极为重要的一步,也是改变当前艺术品市场结构的主要渠道之一。

文化产权交易所主要采取政府引导、市场化运作的方式,围绕“公开、公正、公

平、规范”的原则,以文化物权、股权、债权、知识产权等各类文化产权为交易对象,依法开展政策咨询、产权交易、信息发布、投资引导、项目推介、权益评估、项目融资、并购策划等服务,为各类文化产权流转提供规范的平台及专业的服务,建设集文化产权交易、投融资服务、文化产业信息交流、文化企业孵化、人才培养为一体的综合服务平台。

一、文化艺术品产权交易所的含义

文化艺术品产权交易所是广大艺术品投资者进行艺术品权益投资交易的平台。究其本质特征,又可作如下理解:

(一) 文化艺术品产权交易所本质上是一个信用平台

任何一个社会都需要诚信,需要一个信用平台来保障一种市场行为,而信用是会带来增值的。说到底,文化艺术品产权交易所就是一套质量认证体系,由中介机构保证这个认证体系。从确权、确价再到确真,确保做到流程的合法化和交易信息的公开化。这就是文化艺术品产权交易所的本质。其实,文化艺术品产权交易所和股市的运营原理是一样的。上市公司经过一套体系的认证,其股价就能得到提升,而非上市公司由于没有得到认证体系,只能按净资产算估价。

文化艺术品产权交易所需要把信誉摆在第一位,因为信用的建立可以极大地降低交易成本。但要保持这种本质就要坚持独立的第四方定位。然而,现在我们很多文化艺术品产权交易所定位不清,直接跑到前台成为了交易商。交易所和交易商是两个截然不同的概念,交易商是交易所里面的一个成员。所以,第四方独立的定位非常重要。文化艺术品产权交易所是用认证体系和信用制度,吸引各方完成的交易行为,其本质在于帮助其他参与者降低成本的同时,收取一定佣金,而不是增加交易成本。

(二) 文化艺术品产权交易所是一个创新的平台

创新是文化向经济转化过程中必不可少的元素。文化可以和任何产业嫁接,但它有诸如轻资产、数量大、流转难、定价难等特性,作为一种要素,在与不同的行业进行嫁接的过程中,文化需要一个创新的平台来更好地完成转化,使其价值得到充分体现。

(三) 文化艺术品产权交易所是一个聚集平台

融合相关的专业人才、一定的社会资金和最好的文化资源的过程就是聚集。