



中国艺术学文库·博导文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF DOCTORAL SUPERVISORS

总主编 仲呈祥

中国艺术市场史专题研究

吴明娣 主编

LIBRARY OF CHINA ARTS
SERIES OF DOCTORAL SUPERVISORS

*MONOGRAPHIC STUDY ON
THE HISTORY OF CHINESE ART MARKET*



中国文联出版社
<http://www.clapnet.cn>



中国艺术学文库·博导文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF DOCTORAL SUPERVISORS

总主编 仲呈祥

中国艺术市场史专题研究

吴明娣 主编



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>

图书在版编目 (CIP) 数据

中国艺术市场史专题研究 / 吴明娣主编. -- 北京 :
中国文联出版社, 2015.9

(中国艺术学文库·博导文丛 / 仲呈祥主编)

ISBN 978-7-5190-0498-9

I. ①中… II. ①吴… III. ①艺术市场—历史—研究—中国 IV. ①J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 236698 号



中国文学艺术基金会资助项目

中国文联文艺出版精品工程项目

中国艺术市场史专题研究

主 编: 吴明娣

出版人: 朱 庆

终审人: 朱彦玲

复 审 人: 曹艺凡

责任编辑: 邓友女

责任校对: 朱为中

封面设计: 马庆晓

责任印制: 陈 晨

出版发行: 中国文联出版社

地 址: 北京市朝阳区农展馆南里 10 号, 100125

电 话: 010-65389682 (咨询) 65067803 (发行) 65389150 (邮购)

传 真: 010-65933115 (总编室), 010-65033859 (发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn>

E - mail: clap@clapnet.cn

dengyn@clapnet.cn

印 刷: 中煤涿州制图印刷厂北京分厂

装 订: 中煤涿州制图印刷厂北京分厂

法律顾问: 北京市天驰洪范律师事务所徐波律师

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710 × 1000

1/16

字 数: 475 千字

印 张: 32

版 次: 2015 年 10 月第 1 版

印 次: 2015 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-0498-9

定 价: 96.00 元

《中国艺术学文库》编辑委员会

顾 问
(按姓氏笔画)

于润洋 王文章 叶 朗
邬书林 张道一 靳尚谊

总主编

仲呈祥

《中国艺术学文库》总序

仲呈祥

在艺术教育的实践领域有着诸如中央音乐学院、中国音乐学院、中央美术学院、中国美术学院、北京电影学院、北京舞蹈学院等单科专业院校，有着诸如中国艺术研究院、南京艺术学院、山东艺术学院、吉林艺术学院、云南艺术学院等综合性艺术院校，有着诸如北京大学、北京师范大学、复旦大学、中国传媒大学等综合性大学。我称它们为高等艺术教育的“三支大军”。

而对于整个艺术学学科建设体系来说，除了上述“三支大军”外，尚有诸如《文艺研究》《艺术百家》等重要学术期刊，也有诸如中国文联出版社、中国电影出版社等重要专业出版社。如果说国务院学位委员会架设了中国艺术学学科建设的“中军帐”，那么这些学术期刊和专业出版社就是这些艺术教育“三支大军”的“检阅台”，这些“检阅台”往往展示了我国艺术教育实践的最新的理论成果。

在“艺术学”由从属于“文学”的一级学科升格为我国第13个学科门类3周年之际，中国文联出版社社长兼总编辑朱庆同志到任伊始立下宏愿，拟出版一套既具有时代内涵又具有历史意义的中国艺术学文库，以此集我国高等艺术教育成果之大观。这一出版构想先是得到了文化部原副部长、现中国艺术研究院院长王文章同志和新闻出版广电总局原副局长、现中国图书评论学会会长邬书林同志的大力支持，继而邀请

我作为这套文库的总主编。编写这样一套由标志着我国当代较高审美思维水平的教授、博导、青年才俊等汇聚的文库，我本人及各分卷主编均深知责任重大，实有如履薄冰之感。原因有三：

一是因为此事意义深远。中华民族的文明史，其中重要一脉当为具有东方气派、民族风格的艺术史。习近平总书记深刻指出：中国特色社会主义植根于中华文化的沃土。而中华文化的重要组成部分，则是中国艺术。从孔子、老子、庄子到梁启超、王国维、蔡元培，再到朱光潜、宗白华等，都留下了丰富、独特的中华美学遗产；从公元前人类“文明轴心”时期，到秦汉、魏晋、唐宋、明清，从《文心雕龙》到《诗品》再到各领风骚的《诗论》《乐论》《画论》《书论》《印说》等，都记载着一部为人类审美思维做出独特贡献的中国艺术史。中国共产党人不是历史虚无主义者，也不是文化虚无主义者。中国共产党人始终是中国优秀传统文化和艺术的忠实继承者和弘扬者。因此，我们出版这样一套文库，就是为了在实现中华民族伟大复兴的中国梦的历史进程中弘扬优秀传统文化，并密切联系改革开放和现代化建设的伟大实践，以哲学精神为指引，以历史镜鉴为启迪，从而建设有中国特色的艺术学学科体系。艺术的方式把握世界是马克思深刻阐明的人类不可或缺的与经济的方式、政治的方式、历史的方式、哲学的方式、宗教的方式并列的把握世界的方式，因此艺术学理论建设和学科建设是人类自由而全面发展的必须。艺术学文库应运而生，实出必然。

二是因为丛书量大体周。就“量大”而言，我国艺术学门类下现拥有艺术学理论、音乐与舞蹈学、戏剧与影视学、美术学、设计学五个“一级学科”博士生导师数百名，即使出版他们每人一本自己最为得意的学术论著，也称得上是中国出版界的一大盛事，更不要说是搜罗博导、教授全部著作而成煌煌“艺藏”了。就“体周”而言，我国艺术学门类下每一个一级学科下又有多个自设的二级学科。要横到边纵到底，覆盖这些全部学科而网成经纬，就个人目力之所及、学力之所逮，实是断难完成。幸好，我的尊敬的师长、中国艺术学学科的重要奠基人

于润洋先生、张道一先生、靳尚谊先生、叶朗先生和王文章、邬书林同志等愿意担任此丛书学术顾问。有了他们的指导，只要尽心尽力，此套文库的质量定将有所跃升。

三是因为唯恐挂一漏万。上述“三支大军”各有优势，互补生辉。例如，专科艺术院校对某一艺术门类本体和规律的研究较为深入，为中国特色艺术学学科建设打好了坚实的基础；综合性艺术院校的优势在于打通了艺术门类下的美术、音乐、舞蹈、戏剧、电影、设计等一级学科，且配备齐全，长于从艺术各个学科的不同处寻找普遍的规律；综合性大学的教育依托于相对广阔的人文科学和自然科学背景，擅长从哲学思维的层面，提出高屋建瓴的贯通于各个艺术门类的艺术学的一些普遍规律。要充分发挥“三支大军”的学术优势而博采众长，实施“多彩、平等、包容”亟须功夫，倘有挂一漏万，岂不惶恐？

权且充序。

（仲呈祥，研究员、博士生导师。中央文史馆馆员、中国文艺评论家协会主席、国务院学位委员会艺术学科评议组召集人、教育部艺术教育委员会副主任。曾任中国文联副主席、国家广播电影电视总局副总编辑。）

代序：中国艺术市场史研究述要

吴明娣

自20世纪90年代以来，在中国经济加速增长、综合国力显著提升的前提下，艺术市场得到了前所未有的发展，艺术品交易愈来愈受到社会的广泛关注，艺术市场研究也逐渐受到重视。大多数研究者，着眼于当今艺术市场热点问题的探讨，然而由于国内艺术市场研究基础较为薄弱，缺乏艺术市场学理论与艺术市场历史研究的理论建构和学术积淀，很难将问题的探讨引向深入。近年来，尽管已有不少有识之士在这方面做出了可贵的探索，使整体研究状况得到改善，但未能达到应有的广度与深度，尤其是在中国艺术市场史研究方面。因此，在这一研究领域进行系统深入地开掘，显得十分必要而迫切。当务之急是廓清史实，使今人了解中国艺术市场的发展历程和基本状况，知晓当代中国艺术市场所存在的诸多问题有其深刻的历史根源，以加深对中国艺术市场自身特色的认识，为当代中国艺术市场实践提供参照。此外，这项研究还有利于拓宽中国艺术史研究的范围，深化其研究内涵，探寻推动艺术发展的内在动力，更大程度地还原艺术史的本来面目，并对相关问题研究的进一步开展有所助益。

一、对象与任务

中国艺术市场史研究涉及艺术创作、流通、收藏等多个方面，核心是流通环节的艺术品交易，需要关注交易品种、交易价格、交易方式、交易场所、交易主体及其经营运作。而围绕交易并与之紧密相连、相辅相成的

鉴藏，也是研究的焦点。鉴藏包含鉴赏、鉴定与收藏，其中“分高下、辨真贋”的鉴定与交易和经营之间的联系更为密切。因此，交易、经营与鉴藏是艺术市场史研究不可分割的组成部分。

1. 交易品种，是研究交易首先必须全面准确把握的对象。随着时代的发展，思想观念与审美趣味的变化，人们对艺术品的认识不断发生改变，进入鉴赏、收藏范围的艺术品种不断增加。原本是交流工具、传播媒介，或具有实用功能的生产、生活物品，由于时间、空间的变换及其他多种因素的作用而转化为审美对象，从书法、绘画、雕塑到各类器物大多经历了这一演变过程。那些经受了时间的磨蚀并脱离实际功用而被珍赏的物品，其精神价值会随着时间的推移愈加凸显。书画、青铜器、玉器、瓷器、漆器等在中国古代便是进入鉴藏之列的重要品种，也是艺术市场交易的重心所在。早在魏晋时期，法书、名画已成为帝王、贵族与文人士大夫宝藏的物品，东晋书法家王羲之“画扇”被争购的故事说明了这一点。唐代，书画收藏已蔚然成风，史籍留下了诸多关于书画收藏、交易的记载。唐太宗时，“萧翼巧赚兰亭序”，不惜重金集王羲之书法以成《圣教序碑》铭，反映了唐代最高统治者积极地参与了书画收藏、交易，对当时及后世书画收藏与交易起到了推波助澜的作用。有关唐代书画交易的信息在张怀瓘《书估》和张彦远《历代名画记》等著作中也有明确的记载。

五代两宋时期，书画艺术因受到统治者的重视，其创作、收藏、交易较之唐代更为兴盛。与此同时，由于金石学的兴起，对于青铜器、玉器、碑刻等与金石学研究息息相关的古器物收藏，较之以往更加受到关注。宋徽宗对古器物收藏的热衷促成《宣和博古图》的问世，标志着古器物与书画一同登堂入室，成为皇家收藏品的核心组成部分。从这一时期起，尊古、崇古、赏古、玩古的风尚由统治阶层蔓延到文人士大夫阶层乃至整个社会。自北宋开始出现的复古思想对艺术品创作、生产、收藏、交易也产生了更为显著的影响，古物供不应求，导致仿古、作伪盛行。米芾在他所著的《画史》一书中记载，他发现唐吴道子的画作“真迹一二见，而作伪三百本”^①。此后，造假之风愈演愈烈，绵延不绝，作伪手段五花八门，仿

^① 李福顺：《一个造假成风的时代——宋代书画作伪研究之一》，《艺术百家》2009年第2期。

品、伪作层出不穷，充斥于市。

元明清艺术品收藏、交易，总体上延续北宋时期形成的传统，但收藏、交易的品种不断增加，出现了以往未入鉴藏之列的新物品。据元末明初人曹昭《格古要论》记载，当时收藏、交易的古物有十三个门类，分别是古铜器、古画、古墨迹、古碑法帖、古琴、古砚、珍奇、金铁、古窑器、古漆器、锦绣、异木和异石。明清时期，丝织、陶瓷、漆器、金银器、铜器、珐琅、玻璃、竹木牙角等工艺品生产十分兴盛，这些物品除了满足日常生活所需外，也大量进入流通领域，被作为陈设欣赏品收藏。清代乾隆、嘉庆时期考据学兴起后，从宫廷到民间均对古玩倍加推崇，与古为徒、嗜古成癖者有增无减，进入鉴藏之列的除了前述各类书画、器物文玩之外，秦砖、汉瓦、玺印、封泥、笺纸、印谱、墨锭、匏器、甲骨等成为好古博雅之士争相购求的“秘玩”。

晚清民国时期，随着西方列强打开中国的大门，外来物品大量涌入，并为国人效仿，其中自鸣钟、怀表、手表、机械玩具、油画、铜版画、邮票、火花、徽章等受到国内收藏者的青睐，使得19世纪末20世纪初国内艺术市场交易品种激增，中外古往今来的艺术品几乎无所不包，真贋难辨。这些物品在好古之风盛行的时期被统称为“古玩”，实质上真正的古物，特别是最为藏家爱重的以三代青铜器为代表的高古器物在整个古玩交易品中所占的比重很小。民国时期在北京琉璃厂从事古玩经营的赵汝珍作《古玩指南》一书，其中所记的古玩包括书画及上述各种材质的器物文玩，这代表了当时古玩行业的从业者和社会上多数人对古玩的认识。古玩一词，约定俗成，沿用至今。需要指出的是，也有不少著录将书画、古籍与古玩并列，以示区别。因此，研究中国艺术市场史必须对这些交易品种悉数加以考察。

2. 交易价格，是艺术市场研究的重要问题。隋唐以前，有关“佣书”“佣画”的记载，可以作为考察书画交易价格的资料。自唐代起，史籍中除涉及书画劳动报酬的记载外，直接记述书画作品交易价格的有关内容开始增多。这一时期，还大量存在以绢帛等物品交换书画的现象。此后，随着货币在商品流通中所发挥的作用不断增强，以物交换书画的方式虽然在交易中仍占较大比重，但在交易过程中直接以货币支付的做法逐步成为常规，标明书画作品价格的“润笔”“润例”逐渐为以书画谋生的创作者采

用。在明清商品经济较为发达的东南部地区，这种做法更为多见。在这时期文人雅士有关鉴藏的著述中，涉及艺术品交易价格的记载屡见不鲜，其中有关书画交易价格的记录最为翔实，此外也有为数不少的牵涉古琴、古铜器、古陶瓷、古砚、漆器等交易价格的记载。关于书画及其他古玩交易价格记载较为具体明确的有晚明时期项元汴收藏书画题记、明清之际吴其贞的《书画记》等。

除了这些艺术品鉴藏家、经营者为后世留下的有关艺术品交易价格的珍贵记录外，明清笔记小说中对书画、铜器、瓷器等收藏品的价格也时有提及。如《明神宗实录》中记：“神宗尚食，御前有成化斗彩鸡缸杯一对，值钱十万。”由此可知，明代万历时期对明中期成化年间宫廷瓷器十分推崇。鸡缸杯在当时是景德镇御窑厂专为皇帝烧造的绘有子母鸡装饰的斗彩瓷杯，主要供陈设把玩，量小质精，进入流通领域的传世品十分罕见。2014年4月在香港苏富比春季拍卖会上明代成化鸡缸杯以高达2.25亿人民币的价格成交，理所当然，与晚明文人这段有关鸡缸杯价格的记载不无关联。值得一提的是，曹雪芹《红楼梦》中有大量涉及荣、宁二府及大观园陈设的描述，从侧面反映了清代中期权贵阶层艺术品收藏的状况。其中还言及了明代宣窑、成窑等名贵瓷器，如第四十一回写妙玉在栊翠庵中招待贾母等人的茶具“成窑五彩泥金小盖钟”，因贾母让刘姥姥使用而被妙玉视为不洁之物欲丢弃，在贾宝玉的请求下赏给了刘姥姥。刘姥姥携带这件成窑瓷器离开贾府后，将其置换田产。^① 据此不难想见，清代中期市场交易的明中期成化彩绘瓷器的高昂价格。因此，笔记小说中有关艺术品交易价格的记载，是研究古代艺术品交易不可忽视的资料。

3. 交易方式，中国艺术品交易方式因时代、交易品种、交易场所、交易者身份的不同而存在明显的差异。总体而言，可分为两种：显性交易和隐性交易。

显性交易，主要指在公开的交易场所，通过物物交换、货币支付等途径进行的交易。显性交易的地位与商品经济的发达与否相关。两宋时期开封、杭州等大都市商品交易已较为兴盛，店铺、集市上的摊点及流动商贩出售书画、器玩已司空见惯。明代中晚期，江南地区书画与古器物在商品

^① 周汝昌：《红楼梦的真故事》，华艺出版社1997年版，第47页。

市场上流通的种类与数量更为可观，明码标价出售，稀缺商品甚至出现竞买现象，这在晚明文人笔记中多有披露，而在同时期其他地区的艺术品交易中并不常见。随着商品经济的发展和思想观念的变化，显性交易在艺术品交易中所占比重增大。当艺术市场发展达到较为成熟阶段的晚清至民国初期，显性交易较为普遍，在整个艺术品交易中已占据主导地位。

显性交易具体采用的方式有：（1）直销：指买卖双方直接议价进行的交易。（2）代销（寄售）：指通过交易中介（含个人与机构）进行的交易。需要指出的是，中国古代艺术品创作者、收藏者与经营者往往没有明确的分工，不少创作者、收藏者直接参与交易活动，而以经营为主业的个人和机构也同时进行艺术品创作、生产及收藏，这种现象在现当代依然存在。此外，艺术品抵押、典当、拍卖等交易方式在古代也已出现，但在交易中所占的比重较小。其中拍卖这种交易方式，可追溯到隋唐，由魏晋时期“唱衣”演化而来。^①清末欧洲的拍卖方式传入中国，在京沪等地建立的具有近代企业性质的拍卖行，具体运作有别于中国古代拍卖。^②

艺术品交易，无论是以物易物，还是现金支付，既存在一次性支付交接的方式，又有分期支付、延期交接等方式。特殊的贵重艺术品往往由中间人作担保，以规避风险。担保者的信用至关重要，古代收藏家往往与经营者、售卖者建立相对稳定的关系。在苏、浙、皖、京等地，宋元至清末存在着若干以大收藏家为核心的交游圈，而明清时期扬州、徽州的交游圈则是以世代经商并收藏古玩的儒商为核心而形成的。这方面的记载在历史典籍和文人笔记中均有所见，并在书画题记中可以得到佐证。一般情况下，在市肆、私宅等固定场所交易的艺术品，以上两种途径均有采用，而通过流动商贩交易的艺术品多为一次性支付交易。

隐性交易，指交易行为具有隐蔽性、排他性的交易。一般是在非公开场合以人情酬酢、礼尚往来为名从事的交易，较少使用货币。隐性交易在中国艺术市场早期阶段占有主导地位，在上层社会中存在更为普遍。历代内府收藏往往通过多种方式获得优质藏品，臣民入贡、进献书画、宝玩因而获得封赏，有些人除得到财宝外，还有加官进爵的机会，这在唐代文献

① 赵榆：《中国文物拍卖二十年（上）》，《收藏》2012年第3期。

② 戴婷婷：《当代中国艺术品拍卖状况概述》，《当代中国艺术市场生态报告（第二辑）》，中国建筑工业出版社2015年版，第226页。

中有明确的记载：“‘或有进献以获官爵，或有搜访以获锡赉’，如开元中有商胡穆聿不仅自己向朝廷进献书画，还举报了收藏书画之家，以此遂直集贤。”^①唐以后，喜好收藏的帝王及其他权贵常常通过这种方式获得藏品，同时也使善于钻营者获利。各朝贪官污吏事发之后，其被抄没的家产中必有大量书画、古器物等珍玩。这在明嘉靖时期有关严嵩抄家物资的《天水冰山录》中有明确的记载，从中不仅可以看到严嵩贪墨各类财宝的品种、数量，而且能了解到权贵之家所藏古董、文玩的状况，还可窥探当时“雅贿”的“成果”。“雅贿”与权钱交易的关系，自不待言，在中国古代艺术品交易中始终占有一席之地。时至今日，这种隐性交易依然如故。

隐性交易也为文人士大夫所垂青，它不同于一手交钱一手交货的一般商品贸易，无伤大雅，更符合文人的心理需求。自宋代起，文会、雅集结社等活动在文人阶层较为流行，吟诗作赋与品鉴书画、文玩不可或缺，隐性交易在所难免。当今书画界笔会、展览是对这项传统的继承与发展。书画家们虽不愿沾染“铜臭气”，或迫于生计或因无法割舍利益，也在士、商间周旋。明末清初，如石涛这样的书画名家与徽州商人之间即保持着暧昧的商业关系。清中期，尽管扬州画派的书画家参与市场公开交易的现象逐步增多，郑板桥等人出售作品已有润例作依据，但多数情况下，扬州、苏州和南京等地以书画谋生的文人仍乐于接受商人的“供养”，以相对隐蔽的交易方式出售作品。清末民国时期，不少书画家一方面公开自己的润例，接受商家的订做，让作品在市场上流通；另一方面也通过结社、展览等社交活动“推销”自己的作品，扩大社会影响力，接受宴请及其他各种方式的物质享受，而以书画作品作为酬谢。一般情况下，书画家的身份地位越高越倾向于通过隐性交易获得书画酬劳，而出身较低的职业书画家则更能够坦然地直面市场，不避讳交易。这在民国时期的书画交易活动中得到鲜明体现。如齐白石、张大千等职业画家在北京琉璃厂的店铺及自己的住所中公示润例，根据作品的尺幅、工本等综合因素计价，内容十分详细，然而如溥心畲及其他松风画会的前清宗室成员，在参与市场交易方面的表现则与职业画家有明显的差异。这一时期，与海派、岭南画派的画家

^① 李福顺：《唐代书画价格小议》，《美术史求索录——李福顺自选文集》，浙江大学出版社2012年版，第38页。

相比，京津地区的画家更倾向于通过隐性交易得到书画酬劳。

总而言之，显性交易与隐性交易在中国艺术市场发展过程中长期存在，绵延至今。显性交易在商品经济发展到较高水平的情况下才被社会普遍接受，因而在古代艺术品交易活动中所占的比重相对较低，远不及近现代艺术市场，而隐性交易在古代艺术品交易中则更为常见。显性交易与隐性交易一明一暗，多数情况下各行其道，但也存在彼此融通的现象。因此，研究中国艺术品交易既要关注显性交易，又不能忽视对隐性交易的挖掘，需要同时对这两种交易方式彼此互动、消涨的关系给予足够的重视。

4. 交易场所，是开展交易活动的重要依托。在艺术市场的发展处于早期阶段的唐宋元时期，交易场所较为零散，固定的并具有一定规模且经营规范的店铺不多见。宋元文人笔记中出现的交易场所多为藏家、书画家的宅邸、山庄等，如元代昆山顾德辉的玉山佳处，无锡人倪瓒的清闷阁等。此外，禅房、精舍、裱室等隐蔽之处也曾上演过艺术品交易的悲喜剧。隐性交易的场所往往“曲径通幽处，禅房花木深”，不参透中国古代艺术品交易的“玄机”，很难阐幽发微，探究其真相。

明清两代，显性交易既在城市和乡村的集市、商铺等相对固定的公开交易场所进行，又在私家宅邸、会馆等文人雅士鉴藏活动的场所开展。自明晚时期起，在国内商品经济较为发达的城市，逐步形成了具有一定规模的艺术品集散地，如北京的琉璃厂、隆福寺街、前门外廊坊二条、东华门，南京的夫子庙、朝天宫，苏州的观前街、玄妙观，上海的城隍庙等商业街区。此外，在古玩鉴藏与交易较为盛行的徽州休宁、歙县，即便是乡村也出现了相对固定的交易市场，每年定期集中开展交易活动。吴其贞在《书画记》中记其家乡休宁商山古玩交易场所：“余乡八九月，四方古玩皆集售于龙宫寺中”，“村口有龙宫古刹，载于志乘。秋月百物萃集，为交易胜地”。这是当时的徽州“雅俗之分在于古玩之有无”的风尚使然。

乡村尚且如此，人文荟萃的城市特别是帝都北京，古玩交易的繁荣景象自然非寻常古玩市肆可比。明代刘侗、于奕正《帝京景物略·城隍庙市》中所记“灯市”：“省直之商旅，夷蛮闽貉之珍异，三代八朝之古董，五等四民之服用物，皆集。”^①寥寥数语，即使人领略到当时交易的盛况。

^① 明·刘侗、于奕正：《帝京景物略·城隍庙市》，北京古籍出版社2001年版，第161页。

从全国范围来看，古玩交易最具代表性和影响力的场所，非北京琉璃厂莫属，它早在清中期已发展成为书肆、古玩铺、南纸店、笔庄、装裱店等文化艺术商家集中的场所，其艺术品交易的专业化、规范化、规模化程度是国内其他地区难以比拟的。晚清民国前期，琉璃厂艺术品交易空前兴盛，松竹斋、博古斋、大观斋、荣宝斋、清秘阁等众多店铺在艺术品经营方面发挥着举足轻重的作用。

20世纪中后期，经历了时代的变迁，北京琉璃厂及国内其他地区从事艺术品经营的商家大多数偃旗息鼓。传承至今仍活跃在艺术市场的知名老字号有北京的荣宝斋、上海的朵云轩、杭州的西泠印社，这些底蕴深厚的艺术机构在继承、弘扬传统文化方面发挥了积极的作用。

清末民国时期，西学东渐，西方艺术品经营机构、经营理念也传入中国，展览场馆、会馆、画馆、传习所等场所，在传播艺术的同时，也发展成为艺术品交易的阵地。除此之外，贸易公司、拍卖公司、报刊杂志社等作为交易场所越发被人们熟知，甚至学校也作为交易场所之一参与到了艺术品交易中。

5. 交易主体，是艺术市场的中坚力量，包括艺术品供给者、交易中介与购求者。在艺术品交易的常态化、规范化尚未形成的阶段，非公开、零散进行的交易多为买卖双方直接交易，即使有中间人介入，所发挥的作用也相对有限，并不是以参与交易为谋生手段。艺术品鉴藏渐成风尚后，所谓“好事者”的出现，使艺术品交易显著增多，推动了艺术市场的发展，使专业化的艺术品交易中介逐步从鉴赏者、收藏者、普通商人、牙侩、说客及三教九流各色人中涌现出来，由旁涉、兼职到全职从事艺术品交易，最终出现书画商、古董商及相关商业机构——书画店、古玩铺等。这个过程相当漫长，据目前掌握的资料，至少经历了千余年。

由于历代掌握文字且拥有话语权的多为“耻于言利”的文人，即使涉猎金石、书画鉴藏也很少言及交易，更遑论参与其中的商人。这种状况到了明代晚期才有了明显的改变，多方面的因素促使文人与商人联系紧密，形成了儒商群体。他们中“雅好丹青、器玩”者，如明末清初的徽州商人江世栋、汪砢玉、吴其贞等，还撰文著书，使他们及其他世代经商并从事古玩交易的群体为后人所了解。与此同时，不少书画家、鉴藏家也在著述中或多或少地涉及那些为书画家代售作品或帮助收藏家探访、索购、鉴

定、议价、交接的交易中介。

需要指出的是，自北宋起，金石书画收藏在文人士大夫阶层流行开来，为数不少的书画家参与交易活动。米芾这样的名家除购藏书画外，还有书画作伪行为。他对砚台分外爱重，著《砚史》，对宋代及以后的文玩收藏起到了带动作用。米芾在当时的艺术品交易活动中扮演多重角色，既是供给者（创作者），又是购求者（收藏者）。不应忽视的是，米芾作为朝廷书画学博士，为内府购藏书画起到了中介作用。他在所著的《画史》中记载了当时有关名画交易的见闻，细述不同的造假手法，表明他对此有深入的了解，不参与交易是很难知晓其中奥妙的。^① 宋以后各朝均不乏米芾这样的深谙市场交易之道的书画家、鉴藏家。他们除自家购藏外，也为他人作中介，参与鉴定、议价，或作为担保人。如文徵明本人即与多位藏家保持着良好的关系，其中有无锡收藏家华夏。文徵明经常往来于无锡、苏州，所作《真赏斋图》描绘的正是华夏的藏宝之所。文徵明及其子文彭、文嘉还与嘉兴项元汴家族交往密切。这种交往不仅仅出于彼此是趣味相投的同好，还牵涉到双方的利益。项元汴一般情况下不直接参与交易，而是请文氏兄弟为其购藏之事谋划、运作，作为交易中介。

类似的事例在明清两朝不可胜数。晚明书画交易中介费的比例为成交额的10%^②，这与当代艺术品拍卖交易支付的佣金额度相当。古今同理，这是艺术品交易规范化的表现。

中国艺术市场在发展过程中，交易中介获得了更大的生存空间，在市场上发挥主导作用，并成立专门的经营机构，标志着艺术市场趋向成熟。清代北京的诸多古玩商做到了这一点，尤其是琉璃厂古玩商铺的创办者、经理人。晚清民国琉璃厂涌现出祝晋藩、孙虞臣、赵佩斋、李镜湖、庄虎臣、王仁山等众多精于品鉴、善于运作的经营者，琉璃厂具有浓厚的传统文化氛围，艺术品交易声名远播，与他们的经营有方直接相关。这一时期不仅一般的文人墨客经常逛琉璃厂，社会其他阶层的“好事者”也在此寻“幽”探“胜”。晚清朝廷的封疆大臣如林则徐、张之洞，收藏家如陈介祺、端方、潘祖荫，民国文化巨擘如鲁迅、郑振铎，均曾在琉璃厂消磨时

① 李福顺：《美术史求索录——李福顺自选文集》，浙江大学出版社2012年版，第64页。

② 李万康：《编号与价格：项元汴旧藏书画二释》，南京大学出版社2012年版，第22页。

光，以致流连忘返，更不说那些在荣宝斋、清秘阁等店铺中挂笔单谋生计的书画家，以及各地古董商和一些在京城“打小鼓儿”收旧货的小贩们，甚至掘墓挖宝的盗贼，从清宫、王府等豪门中偷宝的太监、奴婢，观光、贸易的洋人，等等，都是琉璃厂的常客。他们与厂肆的经营者进行的或公开或私密的交易维系着琉璃厂的繁荣。近代琉璃厂是北京乃至全国艺术市场的缩影，集中体现了传统艺术市场的特点。

研究艺术品交易对各类交易主体在市场上的表现，及其所处的时代背景、社会环境等因素，需要作细致而深入的挖掘、梳理。经营与交易难分难解，经营者的身份、经营理念、经营策略等直接关系到交易的成败与经营机构的兴衰，具体涉及到机构设置状况，含内部结构、人员构成及管理等等。中国近现代艺术市场在发展过程中，也借鉴、吸收了西方的管理经验，具有近代企业性质的艺术经营机构也曾于清末民国落户于中国的大都市，如北京有“本庄”“洋庄”。对这类融入“西法”或由洋人开办的机构，应当以现代视角对其加以考量。

鉴藏研究，也应从上述层面切入，重在考察鉴藏与交易、经营的关系。应注意的是，鉴赏者、收藏者与创作者、经营者的角色，存在重合、分离、互换现象，类似米芾那样集多种角色于一身的名流，在历史上大有人在。他们时而为供给者、购求者，时而为交易中介，对他们的市场行为可以从多方面分析解读。

从艺术市场的角度，艺术创作的主体（书画作者和青铜器、玉器、瓷器等行业中涉及艺术品生产的工匠），一般情况下他们是艺术市场交易中最重要直接的的商品供给者，不同于向市场出售藏品的收藏者及其他间接供给者。艺术创作与市场交易、经营及鉴藏存在互动，创作者对市场依存度高，通常会促使其在创作题材与表现手法等方面出现相应的改变以顺应市场。如清代徽商欣赏以黄山为主题的山水画，以慰藉思乡之情，描绘黄山的画作在徽商主导的市场上较为流行；而晋商爱重工细富丽的山水画，使袁江、袁耀的青绿山水画得以在山西等地流传。这些现象已为艺术史研究者所关注。若从市场的角度分析，重新对史料加以挖掘，一定会有更多的发现，对历史现象做出更为合理的解读，使艺术史的内容更加充实而令人信服。

综上所述，中国艺术市场史是通过自古以来，尤其是唐代以后的历