

国际艺术品 贸易

■ 罗 兵 编著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIYIXILECONGSHU

中国传媒大学出版社

国际艺术品

贸易

■ 罗 兵 编著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIXILECONGSHU

图书在版编目 (CIP) 数据

国际艺术品贸易/罗兵编著;李怀亮丛书主编. —北京:中国传媒大学出版社, 2008.11

(国际文化贸易系列丛书)

ISBN 978-7-81127-157-7

I. 国… II. ①罗… ②李… III. 艺术—作品—国际贸易—研究
IV. F746.87

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 161415 号

国际艺术品贸易

编 著: 罗 兵

责任编辑: 欧丽娜

封面设计: 大鹏工作室

责任印制: 曹 辉

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 86-10-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 8.75

版 次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-157-7/F·157 定价: 26.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总 序

李怀亮

经过 28 年的改革开放,中国经济建设取得了举世瞩目的成就。目前,中国已成为世界第三大贸易大国,经济总量居世界第六位,制造业总量居世界第四位。然而,对于中国的和平崛起来说,经济飞速增长的同时,必须获得文化的滋养。经济的发展必须植根于文化的影响力之中,正如党的“十六大”报告所指出:“当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。”在综合国力中,经济实力和军事实力是物质基础,但一切经济和军事手段最终必须通过人的掌握运用才能发挥作用,而人是受到政治、文化因素深刻影响的社会主体。在综合国力中,文化的功能在于通过对人的塑造来增强或者涣散一个民族的凝聚力,从而最终影响综合国力的实现。文化不可避免地要参加世界范围内的大对话、大交流、大竞争、大角逐,而文化贸易在这种大竞争和大角逐中,今后将会扮演重要的角色。

随着信息时代和知识社会的到来,包括广播、电视、新闻、出版、娱乐、电影等在内的文化产业创造了巨大的社会财富,在国民生产总值中所占的比重越来越大。现在许多发达国家已经把文化产业作为支柱性产业。根据联合国教科文组织的统计,在1980年至1998年间,印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、摄影、广播、电视、游戏及体育用品的年贸易额从950亿美元激增至3880亿美元。这个数字还不包括多媒体、软件和其他版权产品的贸易。美国文化产品的出口收入已经占到了其外贸总收入的38%。对文化产品的消费已经成为人们日常生活中不可缺少的组成部分,文化已经成为重要的消费领域。随着社会生产力的发展,人们对生活质量的要求越来越高,为文化产业的发展提供了广阔的空间。而文化产业的发展又必然会依托和带动相关的产业,如视听业的发展就会带动新的电视设备、音响设备、传输设备等的研制和生产,从而使产业间的关系形成良性循环。文化产业和其他产业间的相互渗透,会给其他的产业注入更多的文化含量,帮助和促进其他产业的产品和服务形成优势品牌,从而给其他产业带来巨大的文化附加值。

当今世界,国际文化商品和服务贸易的市场结构是极不平衡的。随着新的数字技术的发展及国家地区和国际性的政策调整,在整个20世纪90年代,世界范围内的文化产业结构格局迅速重新调整,全球性垄断寡头已经形成。时代华纳、迪士尼集团等几个超大型综合媒体公司越来越多地控制着全球文化产品消费市场的份额。许多发展中国家包括中国的文化及其文化产业正面临着国际竞争的挑战。文化贸易构成了当今各国文化竞争的一个新的平台。在这个平台上的较量,将会直接影响到各国文化建设的全局。随着中国综合国力的不断增强,中国迫切需要发展壮大自己的文化产业,通过文化产品和服务的大量出口,来向全世界传播自己的价值观念,树立自己国家的文化形象,为更多的中国商品走向世界铺平道路。

当前,国外很多文化产业“巨无霸”正虎视眈眈地注视着中国市场,他们久经沙场,习惯于国际化的文化产业运作,对于刚刚涉足文

化市场的国内文化产业而言威胁尤大。如何提高文化竞争力、提高中国文化产业应对国际文化贸易市场的能力,已经日益紧迫和严峻地凸现在国人面前。

人才,是文化经营最为关键的因素之一。国外企业有大批文化经营与文化贸易方面的专业人才,对国际文化市场的研究非常深入、细致,大到一个地区的文化产品的竞争格局,小到一个具体产品应该怎样投放,都有专门的人进行具体的研究。而国内,文化经营方面的人才稀缺,既懂外语、懂影视文化产业制作、懂营销,又熟悉国际文化市场,并且与国际发行渠道有着密切联系的国际文化贸易人才更是凤毛麟角。没有专门的人才,没有翔实的数据资料,没有细致的实证研究,没有国际市场运作方面的经验,使得国内文化企业对国际文化贸易市场的认识不足,竞争力也受到很大的局限。在这种情况下,要想在文化产品的出口方面有所突破,是十分困难的。

正是在这样的背景下,中国传媒大学设立了文化贸易研究所,意在利用中国传媒大学在当代传媒研究方面的优势,为提高中国的文化贸易国际竞争力作出自己的贡献。2005年,文化部在我校设立“国家对外文化贸易理论研究基地”;2006年,教育部批准我校试办“国际文化贸易”本科专业。这都说明国家非常重视国际文化贸易专业人才的培养。文化贸易研究所成立以来,完成了中宣部、文化部、商务部、北京市政府、朝阳区政府以及一些文化企业委托的课题。这套“国际文化贸易系列丛书”,从文化贸易的基本理论、学科形态、市场分析以及实践操作等方面出发,第一次对国际文化贸易这一研究领域进行了广泛而深入的探讨。

中国传媒大学原校长、现任名誉校长刘继南教授十分关心本套丛书的编写工作,并多次进行指导。在此,我们向刘继南教授和所有关心文化贸易研究所成长的领导、学者和业界人士表示感谢!

在我国乃至整个世界范围内,文化贸易的研究都是处于起步阶段。希望本套丛书能够对我国文化企业“走出去”和文化贸易理论探索起到积极的推动作用,这也是我们为之努力的目标所在。丛书的

问题和不足在所难免,不足之处请方家指正!

本套丛书只是一个开始,在文化贸易理论和实践探索的道路上,还有很多的问题等待我们去关注、去研究,我们也期待有更多的人关注文化贸易问题!

路漫漫其修远兮!在理论探索的道路上,我们刚刚出发……

目录

总 序 / 1

第一章 国际艺术品贸易的定义及简史 / 1

第一节 艺术与艺术品的概念 / 1

第二节 国际艺术品贸易的历史简述 / 2

第二章 关于艺术品市场的经济学理论 / 93

第一节 新古典主义经济学及其局限性 / 93

第二节 现代经济学及其在艺术经济领域的运用 / 95

第三章 国际艺术品市场的基本结构和市场机制 / 114

第一节 国际艺术品市场的基本结构 / 114

第二节 国际艺术品市场上的利益攸关方 / 119

第三节 国际艺术品市场的规模与市场容量、市场结构 / 125

第四节 国际艺术品市场的一些主要交易机构、展览会与典型交易案例 / 127

第四章 国际艺术品市场的利益共同体 / 131

第一节 艺术品的欣赏与艺术品的市场价值 / 131

第二节 艺术品市场上的利益共同体 / 134

第五章 美国艺术品市场概况 / 138

第一节 美国艺术品市场的变迁 / 138

- 第二节 美国的艺术非营利机构 / 142
- 第三节 美国的营利性的艺术机构 / 145
- 第四节 美国的艺术家、收藏家及艺术批评家 / 151
- 第六章 中国当代艺术品市场的变迁 / 156
- 第一节 中国近现代美术发展的主要成就与代表性人物 / 156
- 第二节 中国艺术品在全球艺术品拍卖市场上的地位与市场偏好 / 184
- 第七章 经典大师艺术品市场的供求分析与艺术品的价值 / 194
- 第一节 经典大师艺术品市场的供求分析 / 194
- 第二节 艺术品贸易渠道的优劣比较和主要贸易城市的定价能力 / 199
- 第八章 艺术品的估价与国际艺术品市场的投资价值分析 / 204
- 第一节 国际艺术品市场投资的主要特点 / 204
- 第二节 决定艺术品价值和影响艺术品价格的基本因素 / 208
- 第三节 影响欧洲经典艺术大师的作品价格的因素 / 209
- 第四节 决定艺术品长期价值的一些因素和投资回报 / 213
- 第九章 国外的艺术流派和艺术潮流的变迁 / 218
- 第一节 二十世纪以前的西方艺术流派 / 218
- 第二节 二十世纪的西方艺术流派 / 228
- 第十章 复归与反叛——论后现代主义新绘画艺术 / 238
- 第十一章 中国传统画简介 / 245
- 第十二章 近代以前的西方艺术 / 251
- 第一节 原始时代 / 251
- 第二节 古典时代 / 254
- 第三节 中世纪 / 262
- 参考文献 / 269
- 后 记 / 271

第一章 国际艺术品贸易的定义及简史

第一节 艺术与艺术品的概念

什么是艺术？艺术的概念在文化研究中有三个层面，从广义上来说，在学科分类中，凡是不符合科学的定义的学问，都可以归并到艺术的范畴，像哲学、文学、历史学、考古学、美学、宗教学、音乐、美术、设计、玄学等等。因此艺术与我们的生活的每个方面都密切相关，可以说无处不在。这是艺术概念的最广义的层面。

艺术的第二个层面，指的是与文化有关的产品与服务，实际上就是文化产品与服务的代名词。主要包括文学、绘画、雕塑、音乐、戏曲、影视、动画、游戏、设计等等。主要有三种类型：^①

(1) 现场的表演艺术类，如音乐演奏、话剧、歌剧、武术、芭蕾等等。

① 见 Gunther Nther G. Schulze. (1999). "International Trade in Art", *Journal of Cultural Economics* 23:109-136.

(2)独特的、不可复制的艺术产品,如绘画、雕塑、书法、民间手工艺术等等。

(3)可以大批量复制的艺术作品,如文学作品、音乐录音带及复制品、影视作品、游戏、动漫作品等等。

艺术的第三个层面,也是最狭义的层面,是仅指绘画、雕塑作品及其相关的艺术品、某些传统手工工艺品、古董、古代文物及古代遗迹、遗址。我们在这一章里所采用的艺术的定义,就是第三个层面,是最狭义的艺术概念。艺术在这里等同于艺术品。

我们在这一章里所要研究的国际艺术贸易,也就是定义为上面的第三类艺术概念中的艺术品的贸易,因而是一个比较狭窄、特殊的产品门类。

第二节 国际艺术品贸易的历史简述

一、国际艺术品贸易的产生

从历史的角度来看,从人类诞生的时候开始,艺术就开始萌芽,当然,艺术贸易也开始萌芽。原始社会、奴隶社会、封建社会的不断的战争和民族的融合,导致了不同艺术的交流,也导致了国际艺术品贸易的萌芽,但那仅仅是萌芽。真正的国际艺术品贸易,是从近代的资本主义的商业社会才开始产生的。国际艺术品贸易,是随着近代资本主义的生产关系的产生,资本主义的思想和文化的兴起,以及资产阶级的财富的不断积累而逐渐发展起来的。

在14~15世纪,意大利的一些城市出现了资本主义的萌芽,文化上开始打破中世纪的黑暗时代的封建专制文化传统,开始了资产阶级的文艺复兴运动,并涌现了一大批杰出的艺术家、思想家、科学家。其中的著名艺术家——达·芬奇、米开朗基罗、拉斐尔——被后世誉为意大利文艺复兴时期的“三杰”。他们的辉煌成就,不仅对欧洲而且对全世界后来艺术的发展都产生了深远的影响。“三杰”作品至今为世人所推崇乐道。由于艺术和经济的繁荣,艺术家的作品受

到广泛地推崇,在意大利和欧洲其他地方开始出现艺术品市场和艺术贸易。

欧洲的北部地区,15世纪40年代开始出现艺术品市场和艺术贸易。法国巴黎的勃艮第(人)的庭院是中世纪以来的艺术交易的中心,但到中世纪的末期,佛兰芒人发展了艺术品市场,15世纪80年代,在比利时安特卫普的教堂开始出现了最早的艺术品市场和艺术贸易,后来佛兰芒人逐渐把艺术贸易的中心发展到了尼德兰地区(今天的荷兰),取代了法国人的地位。由于新教在尼德兰地区的流行,意大利文艺复兴时期的艺术和文化受到广泛地推崇,市场价值逐渐上升。16世纪40年代左右,永久性的艺术品市场开始在新的商品市场上出现。

随着资本主义的发展,银行也开始出现,一些银行开始发行货币,因而艺术的价值可以用货币来表现,市场价值开始体现出来。1609年,荷兰建立了第一家中央银行,资本主义的市场经济在荷兰得到了很大的发展,艺术和艺术贸易也进入了一个繁荣时代。维切里奥·提香是文艺复兴时期威尼斯画派最伟大的画家。伦勃朗是荷兰黄金时代的最伟大的画家。提香和伦勃朗在这一时期的国际艺术品市场上是两位著名的艺术家。在整个17世纪,荷兰的商业资本主义达到了最繁荣的阶段,荷兰出现了最早的证券交易所和各种市场,因而艺术品市场和国际艺术品贸易也达到了空前的繁荣。最早的艺术拍卖行产生了,艺术家在市场上出售自己的艺术品,艺术家甚至用自己的艺术品作为货币付给商人,或用于抵债。但是到了17世纪的末期,荷兰在全球的经济霸权地位开始被西班牙、英国等取代,经济实力的下降导致了艺术品市场的崩溃。在17世纪80年代,荷兰的艺术品市场崩溃了,艺术品市场萧条了,艺术品的市场价值下跌了。西班牙、英国等国开始在全球称霸,并在全球到处掠夺黄金。18世纪的国际艺术品贸易跌入了低谷,直到19世纪英国艺术的兴起。



二、国际艺术品贸易发展的主要阶段及代表艺术家

(一)1250~1350 年,意大利的宗教和教堂画时期

在 1250~1350 年,意大利的教皇和宗教的力量还比较强大,那个时期的画家主要服务于宗教和教堂,为教堂从事宗教画的创作。作品主要用于教堂的装饰。画的主题主要是一些宗教的故事。到了这一时期的末期,画家开始为一些有钱和有地位的私人作画,用于家庭的装饰。一些画家开始蜚声意大利半岛。

这一时期著名的代表性的艺术家有:

乔凡尼·奇马布埃(Giovanni Cimabue,1240~1302 年),佛罗伦萨画家,一直被认为是乔托的老师。奇马布埃的作品在本质上表现出一种类似佛罗伦萨的风味,对于空间和质量的处理,给人以真实的感觉。他将神圣的主题用戏剧化的方式来解决,以满足其创作具有人情味作品的愿望。奇马布埃仅存的作品已支离破碎,但他仍是一位重要的改革者。代表作品有《庄严的圣母》、《耶稣钉在十字架上》等。

杜乔·德·博宁赛尼亚(Duccio de Buoninsegna,1255~1319 年),意大利画家,是锡耶那画派第一位伟大的画家。代表作是锡耶那教堂的祭坛组画《庄严》。它是现存唯一完全被记录的作品。杜乔继承了拜占庭艺术家陈述故事的模式,具有叙事的才能,他将作品中的人物安排得自然、灵活,具有现实主义的倾向。虽然他的艺术明显地基于拜占庭风格而不是意大利的潮流,但他却慢慢地以新的生命和人性丰富了这个传统。他作为一位色彩家的技巧可在《庄严》中清楚地看到。代表作品有《庄严》、《光荣的圣母》(局部)等。

乔托·迪·邦多内(Giotto di Bondone,1266~1337 年),佛罗伦萨画家,14 世纪最有影响力的画家。乔托从早期艺术中借鉴肖像画的方法,但经过改变删除了细节,使其作品每个场面都具有一种吸引力和首尾一致的连贯性。他最大的成功之处在于严肃地把握了作品与观者之间的关系,观者常常能感受到自己也是画面中的一员。这

是一种新的处理方法,并且他已开始采取生活中的人物和真实场景的处理方法。人物造型的庄重和精心推敲的构图相结合,构成乔托艺术的纪念碑式的气派和力量感。乔托绘画的新倾向表现为现实主义因素的加强。他掌握了绘画明暗的表现方法,利用古代浮雕式的手法,使物体呈现立体感,突破中世纪绘画平涂和因袭作风,同时注意空间的构成和远近的层次。乔托一生主要绘制教堂壁画,作品在罗马、佛罗伦萨、帕图亚等地的教堂中都有,作品大多是湿壁画。有人把乔托称为文艺复兴的先驱者。其代表作品有《王座上的圣母子与二天使》、《十字架上的耶稣》、《圣弗朗西斯卡行传:英诺森三世之梦》、《逃亡埃及》、《耶稣行传:迦拿的婚宴》、《犹大之吻》(局部)、《哀悼基督》(局部)、《庄严的圣母》等。

西蒙·马丁尼(Simone Martini,1284~1344年),意大利画家,杜乔的学生。在哥特式影响下,马丁尼在他的圣母像中以轻快的优雅对抗乔托的庄重,如作品《圣母领报》是以强化动势的曲线和神秘的环境来展现这一情节的。代表作品有《光荣的圣母》及其局部、《圣鲁多威科的祭坛画》、《圣马丁行传》、《受胎告知》(局部)等。

(二)1350~1500年,锡耶那和佛罗伦萨画派时代

这一时期,意大利的城市国家开始兴起,商人和王公力量逐渐壮大,教会的势力开始衰落,影响力下降。反映到艺术创作上,艺术家开始关注世俗的人物和风景,创作对象开始转向风景和世俗的人物肖像上,逐渐由主要为教堂创作转向了为市民、商人、王公、银行家等阶层创作。当然,一些画家仍然保留了宗教画的传统。

这一时期的著名画家的影响开始跨越国界,传到了欧洲其他地方,艺术品的国际贸易开始出现。

这一时期的著名画家有:

皮亚诺·德拉·弗朗西斯卡(Piero della Francesca,1416~1492年),意大利画家,翁布里亚画派的代表。弗朗西斯卡的艺术洋溢着民主精神,以柔和、宁静为其特色。同时,他致力于对色彩的研究。他的画有一种数学般的完整形式和出色的空间感。最著名的作品是

阿累佐城圣弗朗西斯科教堂的连环性湿壁画《圣十字架的故事》，内容是有关基督被钉在十字架的那块木头的起源和历史。作品中以《西巴女王的礼拜》和《君士坦丁大帝之梦》等最为著名。他晚年的作品明暗处理显得更加柔和，细部刻画也更细致入微。代表作品有《基督受洗》、《慈悲的圣母》、《马洛比诺公妃像》、《马洛比诺大公像》、《祭坛画》、《诞生》等。

于斯特斯(根特的)(Justus of Ghent, 1422~1482 年)，荷兰画家。他将佛兰德斯风格引入乌尔比诺，是当时的一位具有国际性影响的画家。

弗朗西斯卡和于斯特斯在当时都是具有国际影响的艺术家，他们的作品在跨国界的艺术品市场上很有市场，而这时的国际性的艺术品市场也开始在欧洲的北部形成。

多米尼科·基兰达约(Domenico Ghirlandaio, 1449~1494 年)，意大利画家，出生于佛罗伦萨。他的湿壁画在于捕捉佛罗伦萨的浮华生活，并且，无论何种主题，画中一定少不了他的赞助人、其家族和朋友。这些赞助人通常是富裕的银行家，他们的品位和价值观反映在基兰达约无瑕的技术上，并促使他绘画壮丽的场景。在基兰达约的绘画中，一直充满复杂的装饰和金属性，因为类似的金匠绘画风格正主导着 15 世纪末的佛罗伦萨。两位金匠画家委罗基奥和波拉伊奥洛，不仅深深影响基兰达约，同时也影响了所有在 15 世纪 70 年代成熟的画家，包括达·芬奇、波提切利和佩鲁吉诺。基兰达约是最杰出的表现现实生活的能手。代表作品有《皮亚特和安德烈的召命》、《最后的晚餐》、《圣弗朗西斯科的事迹》、《圣乔凡尼·巴蒂斯塔的诞生》、《圣母领报》、《老人与少年》等。

马萨乔(Masaccio, 1401~1428 年)，15 世纪上半期意大利佛罗伦萨最杰出的画家。马萨乔是最典型地运用布鲁内莱斯基发明的透视法进行创作的画家。他的绘画特点是集中对人物性格的描写，对周围环境则很概括，抛弃许多不需要的东西。马萨乔发展了乔托的艺术，但在人物塑造方面与乔托有所不同，他的人物形象以刚毅、雄

伟著称。马萨乔出色地完成了为纪念佛罗伦萨家族的订件《三位一体》壁画,以文艺复兴的思想表达中古基督教信仰的精华。这幅作品首次成功地运用透视法、明暗法创造出幻觉性立体空间。他的作品中一直采用复合线条,并由此发展出两类主题,而这两类主题一直是西方绘画史的中心题材。第一类是成功地在画中呈现自然世界,画中的空间、光、空气和物件都翔实可信;第二类是第一类的一部分,但同时也是独立的、翔实可信的人像,而这个人主宰并命令自然世界。代表作品有《圣安娜与圣母子》、《王座上的圣母子和二天使》、《圣乔凡尼与圣安东尼奥·阿培特》、《圣母子与奏乐天使》、《逐出乐园》、《伊甸园中的亚当和夏娃》等。

安东尼奥·德尔·波拉伊奥洛(Antonio del Pollaiuolo, 1432~1498年),意大利佛罗伦萨的金匠、雕刻家、画家和设计家。波拉伊奥洛精通透视学、解剖学,其著名作品《赫拉克勒斯与安泰奥斯格斗》和《圣赛巴斯先》,借用希腊神话和《圣经》题材,做裸体画的实验。他的画作大多非常活泼且具有影响力,特别是它们显现了他对人类解剖学的科学认识。波拉伊奥洛与委罗基奥齐名,他为教皇西克斯特四世的墓碑、教皇英诺森八世墓碑所作的青铜雕刻装饰富丽,教皇造像完全是以写实手法塑造的。代表作品有《赫拉克勒斯与安泰奥斯格斗》、《教皇英诺森八世墓碑》(局部)等。

多纳太罗(Donatello, 1386~1466年),意大利雕刻家,文艺复兴时期最具有影响力的艺术家。多纳太罗青年时代曾是基培尔提的助手,后来其成就超过了他的老师。他是首先使用线性透视的艺术家之一。其成就之一,表现在运用了最浅浮雕的技术。《基督升天》大理石浮雕,最深处只有1毫米左右。他的真正意图是要把大理石变成一幅版上画,不是用颜色而是以明暗为手段,表现出一位创新者的胆识;他还是第一个恢复和继承古罗马骑马像传统的雕刻家,《加塔梅拉塔骑马像》是他的重要作品之一。《大卫》是他早期以圆雕方式制作的一件青铜作品,是文艺复兴时期最早的人体雕像之一,人物造型柔和迷人,保持了英雄少年的本色。多纳太罗的艺术成就标志着



文艺复兴早期的现实主义雕刻的顶峰。代表作品有《大卫》、《受胎告知》、《圣马可像》、《圣乔治像》等。

费利浦·利皮(Fra Filippo Lippi, 1406~1469年),意大利画家。利皮最早的作品《塔尔奎尼亚圣母子》显示出他深受多纳太罗的雕塑以及当时正传入意大利的佛兰德斯派绘画的影响。1437年他创作的《巴巴多利祭坛画》显示出他对空间结构的掌握,人物架构的分隔已在此画中消失。他所重视的线条和细节,比老师安吉利科更富于世俗性。利皮以纯粹风俗画的感情来解释宗教画,其圣母像是直接从佛罗伦萨的妇女中摄取来的形象,具有浓厚的生活气息。代表作品有《塔尔奎尼亚圣母子》、《圣母子》、《圣子的礼拜》、《爱诺德的宴会》、《圣母子与二天使》等。

罗伦佐·莫拉克(Lorenzo Monalo, 1370~1425年),意大利画家。出生于锡耶那,却在画风成熟期被视为佛罗伦萨派纤细画家。莫拉克早期的作品融合了锡耶那和佛罗伦萨两派的画风。他的画中也努力吸收乔托画派对结构的理想,如《花园中的痛苦》。1400年以后,其画中人物的可塑性和结构的优雅性都在增长,显示出他在重新和锡耶那艺术接触,而且可能自基培尔提那里受到晚期的国际哥特式风格的影响,在线条设计和书法美的表现上逐渐变得强烈,如《天使报喜》。虽然他曾创作了许多深深打动人心大型作品,但他如诗如幻的想象力发挥得最生动活泼的却是他祭坛高架画系列中的小型版画和纤细画。代表作品有《圣母戴冠》等。

(三)1500~1600年,学院派艺术和文艺复兴的巨人的时代

1500~1600年,由于爆发了法国和西班牙争夺意大利半岛的战争(1494~1559年),意大利的文艺复兴思想开始传播到全欧洲,欧洲世俗的封建君主国开始形成,欧洲的教会和宗教势力开始衰落,世俗的君主国纷纷开始发展自己的经济和军事力量,民族国家开始形成,欧洲的经济和文化开始从中世纪的黑暗时代复苏。意大利文艺复兴时期艺术家的影响开始传遍欧洲,文艺复兴达到了它的顶峰。这一时代诞生了文艺复兴以来的最伟大的艺术家。

