

文物

[拍賣大典]

2008 Chinese Ceramics and
Works of Art Auction



清雍正 銅鑲金十一面八臂觀音造像 H: 41.5cm

廈門心和 XIAMEN XINHE

遠辰藝術堂

YUCHEN'S CHINESE ART

台北市光復南路120巷22號

22 Lane420 Guang-Fu S. Road Taipei, Taiwan

TEL:886-2-2702-9202 FAX:886-2-2647-5775

E-mail:yuchenarts@ebtnet.net



清 乾隆 胭脂紅 琺瑯彩山水紋小天球瓶（高10.2公分）

A miniature globular vase decorated with landscape in rouge-red enamel (fa-lang-tsai). Blue enamel mark and period of Qianlong. Height : 10.2cm

感謝

ARTCURIAL、BONHAMS、BONHAMS & BUTTERFIELDS、CHRISTIES、PHILLIPS DE PURY & COMPANY、SOTHEBY'S、中誠國際、金仕發、宇珍、景薰樓、羅芙奧、藝流、上海天衡、上海拍賣行、上海國拍、上海崇源、上海道明、上海嘉泰、中拍國際、中國嘉德、中貿聖佳、中誠信、中誠國際、中鼎國拍、中鴻信、天津文物、天津國拍、北京朵雲軒、北京長風、北京保利、北京傳是、北京嘉信、永樂、匡時、朵雲軒、江蘇嘉恆、西泠印社、佳富、昆明永嘉、河南日信、泓盛、長風香港、南京十竹齋、海王村、浙江保利、浙江浙商、崇源國際、無錫文物、華辰、雲南典藏、廈門心和、誠軒、雍和嘉誠、榮寶、廣東保利、翰海、藍天國拍等拍賣公司提供成交記錄及拍賣品圖片

Treasure 36

2008 文物拍賣大典

2008 Chinese Ceramics and Work of Art Auction

總策劃 / 熊宜敬

編輯 / 游宜潔、張均憶

編輯助理 / 閻若婷、陳妍玲、吳書榕

美術設計 / 中原造像股份有限公司、愜愜泉設計有限公司

發行人 / 簡秀枝

出版者 / 典藏藝術家庭股份有限公司

地址 / 104 台灣台北市中山北路一段 85 號 3 樓

發行專員 / 許銘文

電話 / 886-2-25602220#300

傳真 / 886-2-25679295

Email / books@artouch.com

網址 / www.artouch.com

劃撥帳號 / 19848605

戶名 / 典藏藝術家庭股份有限公司

北京辦事處 / 北京市朝陽區東三環南路華威里 8 樓 2607 室

北京地區業務副理 / 宋安平

電話 / 86-10-87790700

傳真 / 86-10-87790887

上海辦事處 / 20040 中國上海烏魯木齊路 457 號

上海地區業務副理 / 牛靜鈴

電話 / 86-21-62492319

傳真 / 86-21-62498101

總經銷 / 聯豐書報社

地址 / 103 台灣台北市重慶北路一段 83 巷 43 號

電話 / 886-2-25569711

印刷 / 中原造像股份有限公司

地址 / 235 台灣台北縣中和市建康路 130 號 7 樓之 11

電話 / 886-2-22269120

初版 / 2008 年 3 月

ISBN 13 / 978-986-6833-17-5

定價 / NT2000 元

法律顧問 / 葉潛昭律師

版權所有・翻印必究

(頁或破損請寄回更換)

國家圖書館出版品預行編目資料

文物拍賣大典. 2008 / 游宜潔, 張均憶, 編輯. -- 初版. -- 臺北市: 典藏藝術家庭,

2008 [民98]

面; 公分. -- (Treasure : 36)

部份內容中英對照

含索引

ISBN 978-986-6833-17-5 (平裝)

1. 古玩

790.74

97003008

終結作偽造假・追求富而好禮

◎文／熊宜敬 圖／本刊資料室

「數來寶」！「鼠來寶」！正逢戊子鼠年，每個人當然都渴望著金鼠銀鼠四處竄！尤其是近十年來政治紛擾、經濟停滯、物價飆漲、只有薪資原地踏步的台灣，更盼著這2008年，能終結無能政客故步自封的荒謬鎖國政策，重拾1980年代後半「台灣錢淹腳目」的榮景。相較於一峽之隔的中國大陸，不論政治、經濟乃至國際競爭力都依舊持續著對全球的磁吸效應，海峽兩岸的一消一長，著實令人唏噓；而藝術文物市場的發展，雖然仍處「修正」過程，但潛在的胃納量，也與政經同步產生了未來成為華人乃至世界藝術市場重鎮的氣勢。

回顧2007年，「中國崛起」已成為最時髦的社會用語，不但台灣對中國的依存度愈來愈高，已緊密不可切割，全球對中國的一舉一動也都緊盯著，欲對所發生的商機捷足先登；人民幣從2005年7月20日中國匯制鬆綁前至2007年底，已足足升值了1元；在東南亞地區，人民幣已成為僅次於美元、歐元及日幣的「硬通貨」，在中國西南邊境地區，更有「小美元」之稱，在中亞五國、俄羅斯、巴基斯坦也有流通；中國人民銀行「人民幣國際化研究所」的專案研究報告就指出，「人民幣國際化已進入起步階段，人民幣可自由兌換和國際化是發展的大方向」。

去年（2007）12月24日上市的一期《美國新聞週刊》，即以「中國崛起」（What's Next: China）作為封面故事，指出中國強權成為全球超級強權不再是個預測，而是事實。週刊中一篇〈一個強悍又脆弱超級強權的崛起〉的專文，敘述「2008是美國總統大選年，但大部分

國家地區則視2008為中國躍登世界舞台中央的一年，奧運會是中國等待已久的亮相派對。」雖然有專家顧慮，歷史上新強權的崛起，往往會造成與舊強權之間的衝突而引起國際秩序失衡，但普林斯頓大學教授艾肯貝瑞則認為，目前的世界秩序是整合、有規則而且基礎深廣的，非常適合中國的「和平崛起」，中國也可在參與此種「秩序」中獲得相對的經濟利益。不論如何，「中國」在世界各領域的舞台上已真正的崛起了，因為，去年中國對全球經濟的貢獻度之大，是自1930年以來，首次超過美國的國家，不論在世界貿易、全球暖化、北韓問題……等各個領域，中國已成為新的「關鍵」，在藝術文化乃至藝術市場的未來發展上，也隨著對主要世界議題的影響而產生了動見觀瞻的聚焦點。

中國的「大國崛起」，經濟改革開放具有最關鍵的地位，中國的經濟市場，也因此對全球產生巨大的磁吸效應，不但外國人爭先恐後的到中國卡位搶食商機，中國人也把「賺錢」當作生活追求的最大目標。而賺錢的管道，「股市」高居首位，進出證券號子，早已成為全民運動，「十億人民九億賭，還有一億在炒股」成為時下最流行的順口溜。去年年底，提前出刊的香港《亞洲週刊》，將2007年的「風雲人物」，頒給了「中國股民」；在週刊的專文中指出，中國股民在過去一年締造了許多歷史新猷，2007年一年內的開戶數由七千八百萬戶躍升至一億三千萬戶，使得這一年內的中國股市指數上漲了1.28倍，也使中國首發新股和融資規模躍居世界第一，更使股市總市值與GDP比率從42%上升至100%以上，締造了資



許多國家視2008年為中國躍登世界舞台中央的一年。

本大國崛起的奇蹟。「中國股民」改變了中國人民的生活方式和理財觀念，加速了網路和手機的普及化，在各個不同領域都產生了微妙的影響，譬如藝術市場，雖然是個新興產業，但也被買家炒手以「股市」操作手法套用，幾乎所有可以掙錢的管道，似乎都成為股市的縮影；這其間，固然使得初興的藝術市場讓有些人牟得暴利，但卻也戕害了藝術市場「藝術專業」的本質，對長遠發展的得失利弊，其實是有待考驗的。

股市的操作或更明確的說是「炒作」，真被套用在藝術市場上嗎？眼下就有一個最好的實例：

2007年11月20日才上市的北京百年老店「全聚德」，飆漲的速度讓人瞠目結舌，被中國股民謔稱為「瘋狂的鴨子」。到底有多瘋狂？上市首日一開盤，就因盤中漲幅與開盤差距達50%，號子裡股民搶進搶出，轉手率超過80%，被上海證交所臨時停牌15分鐘，但當天股價仍暴漲271.4%，次日再度漲停……到12月28日中國股市封關，「全聚德」股價已從人民幣11.39元的發行價暴漲至59.03元，這間百

年烤鴨老店的本益比已破了90倍，而這背後的功臣，正是中國股市近年來最當紅的「漲停敢死隊」的傑作。

中國股市有首招牌歌叫「死了都不賣」，歌詞中即有「不給我翻倍不痛快，不漲到心慌不痛快」，正活生生的描寫了「漲停敢死隊」不到漲停不痛快的心態。

所謂「漲停敢死隊」和他們的基本操作方式，就是一些炒作特定股票的實戶、大戶串聯，以特定證券公司營業處為大本營，作為基地炒作股票；這些證券公司為了業績，就讓這批「漲停敢死隊」安營紮寨，挑選技術線型已具備上升格局及市場期待的中小型股，快、狠、準出手，以逼空手法將所有賣單全部吃下，順勢推動股價攻上漲停板；一旦成功帶動人氣，股價開始上衝，這批敢死隊立即逢高退場，接手的股民就只有聽天由命。去年滬深300指數全部漲幅達166.55%，但不少有「漲停敢死隊」操作痕跡的個股，波動明顯劇烈，經常在數日漲停後就連日重挫，確實讓許多股民賺了指數卻大賠股價。

在「漲停敢死隊」操作架構中，重要角色

都與眼下的當代藝術市場吻合，主角「漲停敢死隊」當然就是「炒畫」的作手，讓這些炒手紮營的證券公司就是藝術市場裡的一些「拍賣公司」，所挑選具有炒作空間的股票，就如同現在當代藝術市場上的「二線」乃至「三線」畫家。其實有些畫家是不願被任意炒作的，但炒畫的作手卻經常運用各種威逼利誘的手段，使畫家不得不低頭而成為炒作棋子，這就是漲停敢死隊在股市的「逼空手法」。有一個真實的案例：一位不願自己作品被炒作的藝術家，已具備藝術及市場的同步定位，一日接到某友人電話邀約吃飯，沒想到卻成了鴻門宴，席上坐滿了畫廊、拍賣公司主管、炒家甚至不知名卻橫眉豎目的客人；三巡過後，點入正題，所有話題全都針對藝術家而來，無非「希望」藝術家釋出一定數量的佳作「配合」炒作。這藝術家在幾近被「綁架」的氣氛下，只好忍氣吞聲的點頭；之後，憤與此位「友人」斷交。這就是「利之所趨」下的出賣藝術家戲碼。

現在當紅的當代藝術市場如是，2003年至2005年中國近現代書畫和當代書畫最紅火時期，這種例子也比比皆是、大同小異。結果，當這些畫家拍品如黃胄、陸儼少、唐雲、程十髮……等畫價被炒作到最高點時，炒家退場，接到最後一棒妄想賺大錢的散戶就被套牢了，2005年秋天的中國近現代書畫大洗盤，就是活生生的例子。而去年當代藝術市場的市場情況，活脫脫又是一樣的手法，就是藝術市場上「漲停敢死隊」的附體，只是大家似乎還在「興頭」上，可以預見，當炒家退場或炒家自己在資金周轉上支撐不住，那中國近現代書畫劇跌的實例就會再度應驗。

「漲停敢死隊」的操縱股價行為，中國證監會已相當注意。對這種「中國式」漲停的現狀，專家認為是「中國散戶太瘋、中國莊家太兇、中國監管會太多灰色」。事實上，這種情形最容易在不成熟及發展中處於牛市的有利環境下產生，中國股市正符合這類「異狀」的滋長。而較為成熟的台灣股市，這些年來因為資訊日漸透明，上市公司的股本變大，影響股價走勢的變數增加，類似漲停敢死隊的操作手法也就逐漸銷聲匿跡；而中國股市的未來，在新的金融商品漸增、法令條文漸完整、執行力漸嚴的期待下，勢必也會趨向正常化。尤其，像藝術市場這種非量產化的特殊業種，就更無可能永遠以「量」作為炒作的籌碼，終究還是要回歸藝術品本身「質」的展現，唯有藝術家和藝術品的「質」夠好，才能兼具「收藏性」與「投資性」。

回顧去年的全球中國藝術文物市場，倫敦、紐約等歐美市況依然平穩，香港、台灣受了中國市場的裙帶效應，也各多出了幾家拍賣公司加入戰局。香港方面，不但有本地拍場再現，也有北京公司進駐，但影響力仍遠不及蘇富比、佳士得兩強，至於其中能獲得多少利潤，說實在，於大局影響甚少；倒是第一市場的畫廊、文物店，由於香港房價、租金居高不下而且續漲，1樓租金不斷上揚，門市生意在成本考量下，紛紛向2樓以上尋找適合地點；然而，香港店面生意本就不夠熱絡，若遷往高樓層，那景況將更加不利。或許，這也是香港拍賣公司又增加的原因之一，藉由公開交易平台消化貨品，也可減少囤積滯銷的資金壓力。

台灣方面，第一市場規模並未增加，也是

第二市場的拍賣行業投入者眾，絕大部分是以「當代藝術」為主項甚至單項，但這幾家新興拍賣公司的組成，皆為畫廊經營者，而且在拍品的比重上也明顯以「中國當代藝術」為主。有人認為，拍賣公司在台灣的增加，表示台灣藝術市場復甦，但這點應有較大的討論空間。一則這些新興的台灣本土拍場都在中國經營中國當代藝術，在台灣舉行拍賣會也多半以這些已經經營的中國藝術家為主，雖然也帶入了少部分不錯的台灣當代藝術家，但對台灣藝術市場的「復甦」而言，面向仍不夠深廣。更何況，主事者身兼第一、第二市場的角色，在藝術市場生態上本來就非正常現象。有人直言，台灣拍場的加入，其實就是要販售主事者自己經營或買斷的畫家作品，只是因為第一市場在台灣依舊萎縮，因此藉由第二市場運作；甚至其所推出的台灣中青輩當代藝術家作品，也藉由某些「股市名嘴」大力推薦，殊不知這些藝術家是由特定畫廊鎖定籌碼，股市名嘴在媒體上大報藝術市場「明牌」，就有串聯之嫌，不禁又令人想到中國股市「漲停敢死隊」的操作手法，實在是似曾相識極了。

若說新興的台灣藝術拍賣業者所公布的每家台幣上億元、數億元的成交額及高成交率，就能代表台灣藝術市場的復甦，其實的確說服力不足。台灣藝術市場的建構，曾有過十年的榮景，老中青三代優秀藝術家都有相當的比重，再加上客觀經濟環境的推動與加持，才能達到藝術市場蓬勃的氣象，而且20世紀的最後十年，台灣藝術市場還擁有蘇富比、佳士得兩大國際拍賣公司的能量。從各方面比較，眼前台灣的經濟失衡已極為嚴重，政治帶來的紛

亂，影響了台灣近十年經濟發展的停滯，一個沒有經濟活力的地方，藝術市場又怎有條件「復甦」？若新興的拍場真具有重啟台灣藝術市場盛況的企圖，那為何在拍賣品項的呈現上，卻又缺少了重量級台灣前輩畫家及台灣「傳統型」中青輩畫家的作品而獨厚當代？或許「當代藝術」擁有台灣買家進場，但是否足以稱之為「台灣藝術市場復甦」？那就顯得有些言過其實！當然，十二萬分的期待台灣藝術市場的榮景再現，這實在需要整個「藝術生態鏈」的共同努力，與3月大選過後新政府的文化政策推動，否則，只以幾家新拍場的成交金額和少數在藝術圈資淺的「股市名嘴」的慫恿，就放言「台灣藝術市場復甦」，那其實是極為空虛且不負責任的。

至於中國大陸的藝術市場，第一和第二市場更是向第二市場嚴重傾斜，粗估統計，藝術市場的年產值有9成都在第二市場（拍賣會）。如水墨方面，很少聽說中國大陸有專門經營「水墨」的畫廊，在水墨行當裡叫得出名的幾乎清一色都是個人化的「行家」，這些個人性行家或有堂號，也多半是辦公室性質，而無畫廊應具備的「展場」；而且這些個人化的行家，幾乎都和各大拍賣公司有著或多或少的「合作」關係，「生意」也以「拍賣會」作為主要管道。而經營「當代藝術」的畫廊，雖然為數不少，但也出現多半與拍場合作的現象，即使有少數循正軌經紀藝術家的畫廊業者，卻又面臨部分所經紀的藝術家在市場價位或知名度的羽翼成熟後，琵琶別抱轉向歐美畫廊尋求經紀或自己經營的「現實」面，除了突顯部分當代藝術家短視近利、欠缺「職業道德」的不

成熟心態，也呈現出目前中國大陸藝術市場欠缺國際規範的根本問題。可能更要關注的是，這兩年來急速膨脹的中國當代藝術市場，已面臨客觀經濟環境與主觀拍品市值的嚴峻考驗，有識者認為，近一年來「美國次級房貸風暴」對全球資金的運作已產生巨大的影響，許多個人收藏家乃至藝術基金或企業收藏，都有不少資金套入了「美國次級房貸風暴」的桎梏，直接影響到對當代藝術品的投資取向。這有點像是當年日本泡沫經濟期間，印象派大師畫作因而大幅降價以求紓解資金的狀況。因此，若美國次級房貸風暴在歐美使當代藝術市場停滯乃至大跌，最直接受到連帶重創的將是中國當代藝術的市場運作；其中一線藝術家已具有較堅實的市值基礎，而新起的二線、三線藝術家將因為「市值根基」的不夠紮實而面臨市值失血的考驗，這種因美國次貸風暴可能引起的「骨牌效應」，不可不審慎觀察。

中國股市觀察家認為中國股市異狀的形成原因是「中國監管會太灰色」，中國的藝術市場生態也有同樣的問題存在。以拍賣行業而論，絕不是所謂的「暴利」行業，但由於太多刻意的誤導，使得愈來愈多人熱中於投入設立拍賣公司，過於簡化地從事拍賣業務；而也由於藝術文物拍賣主管單位對拍賣遊戲規則的睜一隻眼閉一隻眼，稅務單位也未根據公開的拍賣成交金額確實課稅，「太過灰色」的公權力執行能力，當然使不少拍賣行業以各種方式或明或暗的「逃稅」、「漏稅」，真正依照國家稅法確實繳稅的拍賣公司屈指可數。這也就是為什麼拍賣旺季一到，許多拍場以億元為單位不斷向上誇大業績，反正上頭沒人管，樂得業

者藉機作價哄抬。這也就是為什麼許多成熟買家大嘆「看不懂」中國部分拍賣會操作手法為何如此明目張膽的原因。中國拍賣行業的「水分」之多，似乎也成了一種區域性市場的特色，但這種特色，絕對是負面的。

在中國通訊市場極具知名度的一位台灣企業集團董事長曾語重心長的說，在中國作生意，一切都須以「守法」為先，雖然目前中國在法令的執行度上仍有很大加強空間，但絕不要以心存僥倖的態度牟取小利，稍一不慎，或何時執行一緊，就會落得血本無歸；他特別強調，今天他的通訊事業能在中國有此規模，就是「守法」二字，依法繳稅，依法僱人……雖然好像成本不小，但卻能安心經營擊畫事業藍圖。這一番話，令人深省，不但是中國眼前拍賣業者或藝術產業多有鑽法律漏洞或遊走法律邊緣的經營方式，更有不少垂涎中國市場卻又不願真正依法投入資源，只冀望以打帶跑方式採取投機的海外藝術相關產業主事者，以「黑牌」的方式從事業務開展。要知道，只為貪圖一時的「節省」，萬一被人檢舉黑牌營業或被主管單位發現，那這些年在中國所經營的一切都將立即化為烏有；缺乏遠見的結果，是沒有條件在中國這樣龐大的市場生根的。不論中國現在的法治社會成熟度夠不夠，「守法」，本就是商業行為中的最基本要件，中國本地也好，海外投資也好，只要想使中國這個市場更具淘金的願景，就應擔負起共同營造正規競爭和運作的「法治」環境。

過去一年，除了全球中國藝術文物市場在規模上仍見擴大，但已出現一些新的考驗課題，另有一股「亂流」在兩岸文物市場中有日



股市有「漲停敢死隊」，藝術市場也有「妙畫作手」，接到最後一棒妄想賺大錢的散戶只得住進「套房」。

趨走火入魔之勢，這又是一種忽視專業甚至是「小看」藝術文物環境的不智之舉，也充分體現出眼前兩岸藝術文物市場以「利益」為導向的嚴重偏差現象。去年一年，全球中國藝術文物拍賣會中，不少「高價」拍品都引起文物圈的議論，其中，缺乏可靠收藏紀錄或展覽出版等有力說服力的拍品，請「專家」背書就成了一種趨勢。事實上，部分文博界乃至學術界的專家學者為偽作贗品背書早已不是新聞，早些時候一些盲目的藝術收藏門外漢，將這些專家的「背書」視為打包票的真品保證，就曾在台灣某個海峽兩岸交流為名、以「台商團體」所推出的中國近現代書畫收藏展覽中，看到一大批傅抱石、徐悲鴻、張大千、齊白石…等一線名家的偽作，在裱邊上都有中國文物界某位大老的題簽認證。但可笑的是，這位「大老」在學術收藏鑑定界是公認的「不會看畫」，只要有他題簽的畫，反而在公開拍賣中無人問津。

去年一年，不少拍賣公司的拍品包括瓷器、書畫，都附有文博界專家學者的「具名」保證書，坊間兜售的書畫文物，更有一些曾出現在中國電視媒體知名的文物鑑定節目中，且具有該節目聘請的專家所開立的保證書；然而，弔詭的是，這些有專家保證的書畫文物，似乎反成了票房毒藥，一入「行家」或「藏家」之眼，都敬謝不敏，要不就在拍場流標，完全與正常的邏輯思考背道而馳；然而，這種現象以各種形式出現市場已行之有年，唯獨2007一年例子更多。

無獨有偶，在台灣，也有這種現象，文博界倒還比較謹慎，但部分「學術界」具有一定頭銜的學者就蹀入不少渾水，而比較特異的是，一些以藝術創作為主的「學者」，卻勇於「跨界」為文物商家或「私人博物館」掛名抬轎。說實在，即使是同樣的藝術領域，每一個品項、門類都各有專精，當然也有博學之士，

橫跨各個藝術文物領域皆獲認同，然而若有這樣的聲譽，自然不可能為偽作仿品破壞自己苦心深造而得的學識地位。竊以為，為坊間所謂私人博物館或商家「開門假」文物背書的「學界」，或是有人情壓力而不得不為，但若明知有偽或並無鑑定能力就率爾具名，那說實在就有違身為學者、身負社會教化責任的義務了。去年底，台灣出現一家私人博物館，展出館藏的「高古佛像」，文物界稍具眼力的人士皆啼笑皆非，兩手一攤，莫可奈何。但是，該私人博物館發送給各媒體的宣傳文件中，有一頁是該館的「展品審查委員簡歷」，九位委員在學界多屬於教授、系主任、所長甚至院長，地位自是不凡，但卻沒有一位是屬於「文物鑑定」領域的專家，皆為書畫家、油畫家、雕塑家；這實在令人不解，為何文物範疇展品的審查委員，沒有一位是文物鑑定領域的知名專家？又為什麼這些教授級的藝術界人士要為自己不熟悉領域掛名審委？又是什麼樣的理由或人情值得以學界地位相挺，而冒誤導正確文物欣賞價值觀的大不韙？師者，傳道、授業、解惑也！而如今為人師表者卻給這個社會的藝術文化價值帶來了更大的迷惑，這責任，該不算小吧！藝術文物圈在市場作手、不肖商家以偽作贗品的擾亂下已是苦不堪言，使得許多愛好藝術文化的大眾深受其害或失去熱誠，身為社會菁英且為藝術圈具有地位的人士，更應該為一般大眾斬妖除魔，重建藝術文物圈一方淨土；若自忖專業不足，最起碼也應明哲保身，不為虎作倀，奈何要「放下身段」的任意掛名，這也實在有違作學問的嚴謹態度，那又如何教導學生未來在社會上循正途而立呢？社會風氣與

教化的良窳，需要由教育上從根作起，但卻只見到今日台灣教育制度的混亂荒唐。如今，這些素有地位的學界人士出現在民間博物館的「展品審查委員」名單中，但這些展品卻令人扼腕，不禁更令人憂心今後的社會價值觀、藝術審美觀要如何教育下一代了！擲筆三嘆！

物質文明的需求到了飽和，就該是精神文明上場的時候，當然大多數人會認為財富愈多愈好，但「有錢的人不一定快樂」又是常被提出的社會反省，問題關鍵就在於物質與精神如何相輔相成，而藝術欣賞、文化素養，該是最能達到這種情境的方式。藝術收藏領域中有一句名言：「最好的收藏家不一定是最有錢的人；最有錢的人也不一定是最好的收藏家。」非常明確的，中國人常說「富而好禮」，其實是相同的道理；追求藝術文化品質來提升生活素質，才是藝術文物欣賞、收藏的終極目的。但是在過去的一年中，卻仍然看到中國藝術文物市場上充滿了太多追逐利益的嗜血手段和露骨操作，藝術品的「投資」仍是以膚淺的金錢數字作為目的，而忽略藝術品精神層面所能帶來的心靈財富。

往者已矣！2008戊子鼠年的到來，又是一年新氣象的開始，在不可免俗的「新年新希望」中，願為所有真正愛好藝術文化的朋友們許一個「中國藝術文物市場喜見淨化」的未來，海峽兩岸皆能在經濟成長和經濟復甦的過程中，從藝術文化的源泉活水中找到讓社會「快樂」的因子，這才能使社會真正的富有；或許，就期待這新的一年，在海峽兩岸都能藉由更好的藝術文化環境和藝術文物市場機制，重拾中國人「富而好禮」的智慧吧！

中國文物市場的下一步

◎文 / 熊宜敬 圖 / 本刊資料室

由於次級房貸風暴的重創，美國華爾街過去藉衍生性金融性商品獲利可觀的銀行，已把投資標的轉向發電廠、油氣管線與煉油廠等這類實體，並擴增商品自營部門的交易；但是，過去被認為是避險或投資較為穩健的藝術市場，卻在近幾年過度炒作的膨脹下成為次貸風暴下的另一項較受疑慮的投資項目。

因為次貸風暴引起的經濟衰退與消費支出緊縮現象，的確已經擴散到藝術市場。根據ArtTactic最近的市場調查報告，現代藝術市場的信心指數過去半年大跌了40%，國際拍賣業龍頭之一的蘇富比股價，今年以來已下挫22.4%，比S&P 500指數跌幅9.4%還高出一倍多，因而引發藝術拍賣市場是否會與美股一同進入「熊市」的疑慮。

金融震盪，藝術市場降溫

美國次貸風暴未爆發前，全球經濟與股市皆一片大好，不少新興市場富豪及華爾街分到龐大紅利的人士，都積極搶進藝術市場。一年半前，奧地利藝術家克林姆（Gustav Klimt）的《艾蒂兒肖像》（The Portrait of Adele Bloch-Bauer），以1.35億美元成交，創下藝術作品新天價後，去年的中國股市急漲，也帶動了中國大陸當代藝術的急漲，許多中青代畫家的作品動輒百萬美元，蔡國強《APEC景觀焰火表演十四幅草圖》，也以7,400萬港元創下中國當代藝術品的新高價。

由於現代藝術市場在經濟動能的支撐下，熱度在短期間延燒，也推升了蘇富比與佳士得兩大國際拍賣公司的業績大幅成長，蘇富比去年全球拍賣業績達62億美元，年增率達61%；

佳士得業績也有61億美元，年增率25%。

不過，次貸風暴愈演愈烈，去年11月8日梵谷（Vincent Van Gogh）遺作《麥田》（The Fields）流標，蘇富比當天股價即重挫28%，此後便一路下滑，1月中下旬更跌破30美元關卡，來到近二年來的低點。國際投資機構克羅夫資本（Clover Capital）基金經理人克瑞圖拉指出：「全球金融市場大幅震盪與經濟成長趨緩，的確會讓藝術拍賣市場降溫。」美國投資機構Craig-Hallum分析師蘇頓認為：「在美國乃至於全球經濟走疲的疑慮增溫下，歐美金融機構已陸續大舉裁員，全球68個主要股市，有48個已走入或在空頭市場邊緣，在財富縮水之下，華爾街金童和新興市場富豪是否還會投資昂貴的藝術品，的確令人存疑。」

市場機制成熟的資本主義市場對藝術品投資已出現保守看法，而以中國為主的華人藝術市場自然要受波及，更何況，中國當代藝術的過度膨脹市值及遊戲規則的混亂不成熟，早已令成熟藏家搖頭卻步，一旦真正喜歡藝術品的藏家不願進場，只剩炒作哄抬者和妄想一夜致富的投機客在市場遊走，那麼，2005年秋天「中國近現代書畫」的大洗盤現象就將重演。

中國「雪」上加霜，投資客漸趨理性

表面上，中國經濟似乎未如西方國家在次貸風暴中受創嚴重，但仍然受到連動影響；而當這個金融問題的「人禍」尚未消弭，農曆春節的1月下旬，中國大陸的華中、華南一帶包括部分華西地區，卻遭逢了50年僅見的「暴風雪」，這個「天災」撼動了中國的交通基礎建設、民生經濟問題與能源供輸問題，尤其正遇

去年中國消費者物價指數（CPI）達4.8%，創下11年來新高，通貨膨脹壓力隱然浮現，因此更是雪上加霜。截至今年2月12日為止，這場罕見的「雪災」，已造成人民幣1,111億元的直接經濟損失，若再計入間接損失，更將是天文數字；而受創的省分已由最初的14個、17個增加至21個。

而中國雪災加上美國次級房貸，天災與人禍的夾殺，使中國股市經歷了「黑色1月」，深滬A股的總市值在1月即蒸發了人民幣5兆1,400多億元，相當於去年中國GDP的1/5，使投資客的財富大失血。一夜致富、一夕赤貧的戲碼，在中國這個充滿投機主義的功利社會氛圍中始終不斷上演，但經過這些年來諸多起伏勝負的各種經驗，中國不少投資客也漸漸懂得在投資路上「三思而後行」，不再像過去那般草莽、霸氣，因此，這次的「天災」與「人禍」所造成的個人損失和社會元氣衝擊，對充滿「投機」且未臻成熟的藝術市場而言，自然也會跟著趨於觀望；當然也有人認為或許會如前幾年一樣有所謂的「資金移轉效應」，但就如前所言，中國的「投資客」已漸趨「理

性」，還有多少買家會在經濟不穩定及市值高檔期繼續投入藝術市場，實在值得思考。

藝術文物市場亦將面臨修正

從各種跡象觀察，中國的藝術文物市場也將面臨「修正期」，2005年秋季的「中國近現代書畫」驟跌，使不少資金轉向「當代藝術」，如今，藝術文物市場面臨「內憂」——雪災負面效應、通貨膨脹新高、股市市值失血，及「外患」——次級房貸風暴、全球經濟衰退的雙重影響，對藝術品「追高」的意願已不太可能，而「當代藝術」這兩年的跳躍式大漲，使市值膨脹過快，能否吸引更多的「追高」者支撐後市，就更是一項嚴峻的考驗。反觀自2005年秋天洗盤的中國書畫項目，這兩年不少名家之作又回復到「正常」市值，市場也趨於「理性」，是否能使當年「移情別戀」的資金由「當代藝術」重回懷抱，的確值得觀察。

相較於「當代藝術」市場的戰戰兢兢，於3月底4月初接續開拍的紐約與香港蘇富比拍賣，在書畫文物項目中卻出現了不少重量級的



名物和專題拍賣，包括久違的來自日本「宋瓷」名件和來自台灣知名藏家的「宋瓷精品」專拍，還有重量級的高古青銅重器，這似乎意味著書畫文物這兩類藝術拍賣的傳統強項，在經過半世紀以上的基礎深耕下，似乎已比較能適應各種「天災」、「人禍」所引起的大風大浪；或許，這些收藏級的名品，能在全球經濟衰退的疑慮中為中國藝術文物市場撐起半邊天；更何況，兩岸三地的多金藏家買主仍是實力雄厚，尤其中國的消費力與新富階層，仍是最受期待的群體。

在中國的大型藝術文物拍賣會上，煤老闆、地產商、上市公司企業主等都是業界爭相拉攏的「大款」，只要肯出手，絕對不手軟；比較可惜的是，中國藝術文物市場並未針對富豪階層作培養成真正收藏家的「深耕」計畫，多只想到立即性的業績，這也因此造成了中國藝術文物市場空有規模與前景，卻缺乏真正收藏族群的奠基；業界、行家、媒體不約而同只喜在「投資」上大肆渲染，卻因此在專業不足的氛围中出現許多誤導買家的不正常現象，這也是中國藝術文物拍賣會上最易受到炒家作價

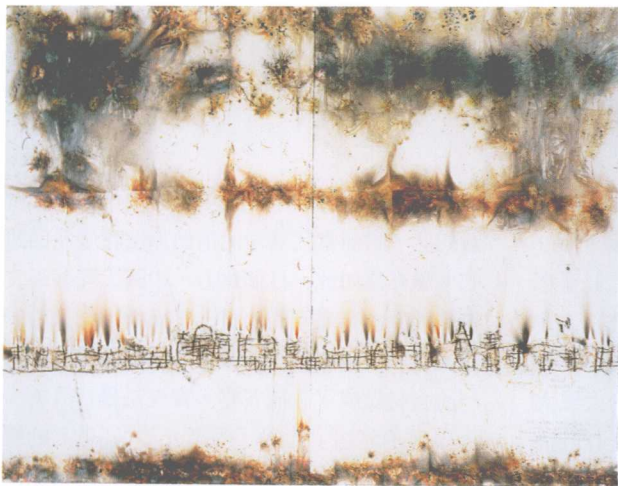
操作的原因，2005年秋天中國近現代書畫大洗盤如此，眼前當代藝術的市值過度膨脹所面臨的考驗亦是如此。打個比方，中國大陸藝術文物市場原本有最好的食材，然而卻因為大廚的短視近利及偷懶速成，而「欲速則不達」，將一流食材做成了三流餐宴，實在是暴殄天物。今年春拍將屆，面對「內憂」、「外患」的雙重夾擊，今年中國藝術文物市場確實將再面臨重大考驗。

據中國有關單位的資料統計，去年中國境內共有114家拍賣公司舉辦了771場（次）藝術文物拍賣會，總共成交了人民幣219億4,900萬元，與2006年163億900萬元相比，增幅達34.6%。這項統計很有趣，中國藝術品拍賣會的成交總額，市場人士都心知肚明，大部分僅供參考，不少海內外的成熟藏家和行家，都知道中國部分拍場的「水很深」，成交價的「水分」很多，甚至有些拍場的「操作」手法，連縱橫成熟市場拍賣會數十年的老手都大嘆「看不懂」，就可知這個新興市場的「花樣」的確不少。

姑且不論這個超過人民幣200億元的年產



中國書畫市場在經過調整後，已回復正常水平。圖為2007年中國嘉德秋拍推出之仇英《赤壁圖》，成交價為人民幣7,952萬元。



蔡國強《APEC景觀焰火表演十四幅草圖》（14件之一），火藥爆破、水墨、紙本，300x400cm，2002。

「專業」人士或機構來對大眾乃至藝術產業進行教育深耕，將藝術市場與一般商品市場的買賣行為區隔出來，使投入藝術文物市場者起碼能先由瞭解藝術品的藝術性為出發點，而後再談「價格」；先瞭解藝術，再討論市場，也就是先有「價值觀」，才有正確的「價格觀」。

當許多人在大談「藝術投資」之

值其中有多少是炒作、假拍、哄抬，若依法而論，中國的稅務單位應可從這超過200億元的年產值中抽取不少稅金來充實國庫；當然，前提是拍賣業者所公布的公開成交總額的確是「真」的業績，而稅務單位也在執行上「真」的確實做到按額徵稅的動作，那麼，這個文物單位所公布的逾200億元年產值，才真正具有實質的參考價值。

中國市場條件優渥，人文價值有待深耕

許多人都期待著，中國大陸能成為全球藝術市場的新舞台，原因無他，一則中國國力日增，二則中國經濟仍在發展，三則中國富豪實力備受矚目，四則中國藝術文物市場的量體龐大。的確，這些優越的條件確實是近百年來世界所僅有，中國在藝術市場的發展遠景上真的得天獨厚，但唯一值得憂慮和應盡速提升的卻是對「人文素質」的重視度。也就是說，中國不論業界、行家、買主，對於藝術文物市場的認知只局限於是一種「投資」的「快速致富」管道，一切只以買了再賣好價為出發點，而忽略了藝術文物本身的「精神價值」，也就是「人文價值」。這個抽象的概念，的確需要

時，其實都本末倒置，忽略了「藝術」而只談「投資」，甚至有財經媒體更多言不必深入瞭解藝術，只要聽對訊息，也能從事藝術投資，這純粹是外行充內行的不負責任態度。「藝市」和「股市」或許在交易行為中有相似之處，但在「本質」上，藝術品絕不可能是「量產」的商品，當炒家以「量」炒作畫價時，基本上就失去了藝術品的「質」，在藝術文物嚴格要求作品物件「真」、「精」、「新」的基本條件下，「質」就是唯一在未來可能出現「投資性」的條件。直率而言，藝術投資是無法「炒短線」的，過去，成熟的藝術文物市場，藝術品出現的「週期」是五至八年，自中國市場崛起後，開始渲染藝術投資的快速暴利，這個週期竟能縮短至半年甚至同一季南北拍場的相隔一個月，這未免有些荒謬。但中國市場太大，拍場太多，說實在，一件拍品南北隨處竄，除非是明顯的標的物，否則還真不易引起注意。

不論如何，要強調的是，中國的藝術文物市場確實有極為優渥的條件成大氣候，只是這大好的食材，還真需要更多的好廚師料理，還真需要培養更多的好食客捧場，這才是可長可久之道。

明清官窯瓷器・市價紅火

◎文 / 鄭又嘉 圖 / 本刊資料室

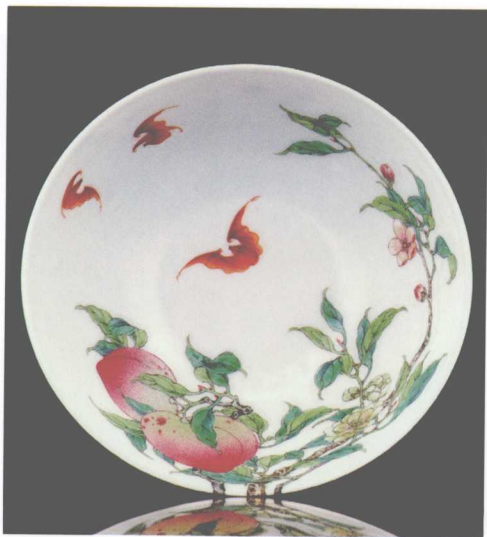
2007年中國瓷器前十大排行榜

製表 / 鄭又嘉 (匯率取2007年平均值)

排名	編號	拍品名稱	尺寸 (厘米)	成交價 (港元)	拍賣公司	拍賣日期
1	1374	清雍正〈粉彩過枝福壽雙全碗〉一對	徑14	5,072萬	香港佳士得	5月29日
2	407	清乾隆〈海水雲龍搶珠抱月瓶〉	高50	4591.774萬 (282萬500英鎊)	倫敦蘇富比	11月7日
3	1552	明宣德〈青花「水波雙龍」紋高足碗〉	口徑 15.2	3504.75萬	香港蘇富比	10月9日
4	1370	清乾隆〈粉彩松綠地鏤空山水四方螭耳式香薰〉一對	高36.4	3,392萬	香港佳士得	5月29日
5	806	清乾隆〈琺瑯彩錦地開光式「西洋人物」圖貫耳小瓶〉	高8.9	3,392萬	香港蘇富比	4月8日
6	767	清雍正〈鬥彩水波壽石團花紋天球瓶〉	高52.1	3,112萬	香港蘇富比	4月8日
7	1738	明嘉靖〈青花庭院嬰戲圖蓋罐〉	高47	3056.75萬	香港佳士得	11月27日
8	1778	清雍正〈綠地粉彩描金鏤空花卉紋香爐〉	高51.5	5291.8807萬 (人民幣2643.2萬元)	中國嘉德	5月12日
9	2577	清乾隆〈粉彩霽藍釉描金花卉大瓶〉	高65	2323.6383萬 (人民幣2384.75萬元)	翰海	6月25日
10	1213	清乾隆〈琺瑯彩西洋仕女出遊圖筆筒〉	高12.1	2384.75萬	香港蘇富比	10月9日

2007年中國瓷器十大高價排行，清一色為明清官窯瓷器，包括粉彩、琺瑯彩和鬥彩品種在內的彩瓷與青花瓷器比例為7比3，粉彩四件，琺瑯彩兩件，鬥彩一件，彩瓷全數燒製於清代製瓷巔峰的雍正和乾隆兩朝，青花瓷器則見有明代早期的宣德、中晚期的嘉靖和清代乾隆的製品。清代彩瓷依舊是市場最愛，明清青花比重與往年相若。此十大高價瓷器詳細介紹如下。

第一名為香港佳士得5月29日推出的編號1374清雍正〈粉彩過枝福壽雙全碗〉一對（徑14厘米），碗形呈直口圈足，自碗外向碗內，在潔白器胎上以粉彩色釉描繪或吹染深淺枝幹上六顆纍纍的粉紅色桃實、或含苞或盛開的黃蕊粉色桃花、姿態多變的深淺綠葉，以及飛舞



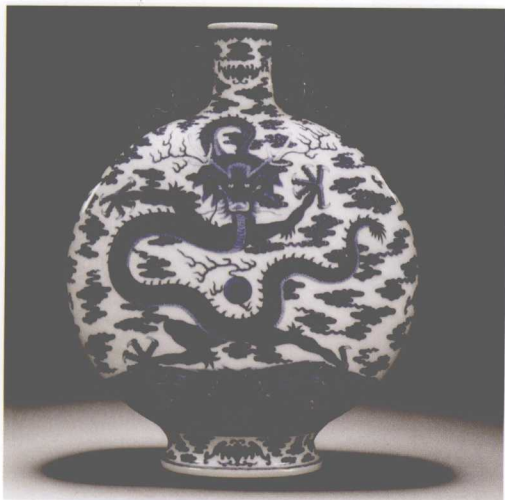
香港佳士得5月29日推出編號1374清雍正〈粉彩過枝福壽雙全碗〉一對（徑14厘米），成交價5,072萬港元。

一旁的五隻鐵紅色蝙蝠，白裡透紅，粉嫩晶瑩，曾經為香港藏家陳仁濤收藏，並於1988年11月15日香港蘇富比「白納德夫婦清官窯瓷器專拍」和1997年4月29日香港蘇富比「T. Endo專拍」上拍，著錄於1993年《香港蘇富比20週年》與2003年《香港蘇富比30週年》，類似物件可見日內瓦Baur收藏、日本永青文庫、仇焱之舊藏（缺桃實）、舊金山亞洲藝術博物館以及瑞士玫茵堂，原估價待詢，成交價5,072萬港元。

第二名為倫敦蘇富比11月7日推出的編號407清乾隆〈海水雲龍搶珠抱月瓶〉（高50厘米），出自瑞士重要私人收藏，扁圓形的器身立於束腰外撇的圈足上，上接具唇口的細長頸，頸肩兩側附兩螭龍形耳，足部與頸部繪飾蝙蝠雲紋；壺身描繪雲彩瀾漫中，一正面站立

的猛龍行走於翻騰海水上，張牙舞爪地想抓住眼前的火球，波濤洶湧的海面激盪出一球形波浪；紋樣設計與器形搭配為目前僅見，器形主要追隨早期明代風格，釉色深濃豔麗，尺寸巨大為其特色。據專家指出，紋樣表現可能受到鬥彩器的影響，紋樣不同、器形細節處略異的青花類似物件可見日本松岡美術館、2005年5月2日和2005年10月23日香港蘇富比拍賣以及北京故宮博物院，原預估價80萬～120萬英鎊，成交價282萬500英鎊（約合4,591萬7,740港幣）。

第三名為香港蘇富比10月9日推出的編號1552明宣德〈青花「水波雙龍」紋高足碗〉（口徑15.2厘米），胎體模塑精細，一深碗立於高足上，口沿微外侈，器表滿飾淡雅鈞藍細線描繪之水波紋，其上再以濃豔鈞藍於碗身和近



倫敦蘇富比11月7日推出編號407清乾隆〈海水雲龍搶珠抱月瓶〉（高50厘米），成交價282萬500英鎊。



香港蘇富比10月9日推出的編號1552明宣德〈青花「水波雙龍」紋高足碗〉（口徑15.2厘米），成交價3,504萬7,500港元。



香港佳士得5月29日推出的編號1370清乾隆〈粉彩松綠地鏤空山水四方螭耳式香薰〉一對（高36.4厘米），成交價3,392萬港元。

足底處描染雙龍和海水奇石，產生深淺濃淡層次豐富的效果，十分清雅，碗心具「大明宣德年製」雙圈楷書款。1992年4月28日曾於香港蘇富比上拍，目前僅見巴黎吉美博物館藏有尺寸相同且紋樣幾乎一致的一例，其在高足上另具兩小海波紋細節帶。此外還有與此拍品關係接近的五例，分見於台北故宮、北京故宮、北京首都博物館、1997年4月27日香港佳士得拍賣以及一件先後出現於1981年11月24日和1986年5月20日香港蘇富比的拍賣。此件預估價900萬～1,200萬港元，成交價3,504萬7,500港元。

第四名為香港佳士得5月29日推出的編號1370清乾隆〈粉彩松綠地鏤空山水四方螭耳式香薰〉一對（高36.4厘米），器呈方壺形，折沿口的口沿施礬紅彩描金回紋，折肩與細長頸部則各飾描金礬紅彩螭龍耳，肩以下漸收斂，方足外撇，足沿施礬紅彩描金回紋，底足書礬紅彩「大清乾隆年製」六字篆書款，器內施松石綠釉，外松綠釉上繪白彩夔龍紋為地，腹部四面描金開光，粉彩鏤雕山谷樹石間，煙雲裊裊，小橋流水，曲徑通幽，仿如仙境，裝飾繁



香港蘇富比4月8日推出的編號806清乾隆〈琺瑯彩錦地開光式「西洋人物」圖貫耳小瓶〉（高8.9厘米），成交價3,392萬港元。

複創新，原預估價300萬～400萬港元，成交價3,392萬港元。

第五名為香港蘇富比4月8日推出的編號806清乾隆〈琺瑯彩錦地開光式「西洋人物」圖貫耳小瓶〉（高8.9厘米），小巧器形以繽紛的琺瑯彩描繪西洋母子圖和各式花草與圖案：瓶頸和足部上下以藍料繪纏枝花卉，並以綠色弦紋緊接如意和蓮瓣紋，瓶腹前後各設計了邊緣飾西洋卷草紋的橢圓形開光，開光外以胭脂紅滿繪纏枝花卉紋樣，開光內畫西洋婦女與小孩，呈現歐洲洛可可畫風。此類琺瑯彩人物貫耳小瓶十分稀少，類似物件僅見有2000年10月29日香港蘇富比拍賣拍品、北京故宮以牧童騎牛和母子牛為主題者、1988年11月15日香港蘇富比白納德收藏專拍以清人母子為主題者，尺寸較大的例子則見於台北故宮的收藏。此件原預估價1,000萬～1,200萬港元，成交價3,392萬港元。