

中国艺术金融产业前沿问题研究丛书
包商银行首席文化官办公室荣誉出品

中国艺术品 资产化研究

(下 卷)

西 沐◎著



中国书店

中国艺术金融产业前沿问题研究丛书
包商银行首席文化官办公室荣誉出品

中国艺术品 资产化研究

(下 卷)

西 沐 著

中国书店



目 录

(下 卷)

第八编 监管与风险研究

第二十六章 中国艺术品资产化的风险	554
第一节 中国艺术品资产化面临重要发展机遇	555
一、艺术品资产化发展在我国已进入导入期	555
二、以诚信机制及其体系建设为主的艺术品资产化路径正在形成	555
三、中国艺术品市场调整为资产化发展提供了新机遇	556
第二节 中国艺术品资产化的发展需要启蒙	558
一、中国艺术品资产化发展的现状	558
二、中国艺术品资产化发展中的问题	559
第三节 正视中国艺术品资产管理市场的风险	561
一、市场变化风险	561
二、宏观政策风险	561
三、法律监管风险	562
四、周期运营风险	562
五、利益输送风险	562
六、价格操纵风险	563
七、运营支撑风险	563
八、技术保障风险	564
第四节 艺术品资产管理市场需要培育创新精神与风险意识	565
一、中国艺术品资产管理市场创新精神的培育	565
二、中国艺术品资产管理市场风险意识的培育	566
第二十七章 中国艺术品资产化的监管	568
第一节 探索中国艺术品资产化市场管理的监管刻不容缓	569
一、急需艺术品资产化监管工作的顶层设计与规划	569
二、急需艺术品资产化的行业管理与办法	570
三、急需艺术品资产化监管机制与手段的建设	571
四、大力发展艺术品资产管理市场	572



第二节 中国艺术品资产管理增量创新与监管问题·····	573
一、进一步明确艺术品资产管理增量创新的内涵·····	573
二、艺术品资产管理增量创新的基本路径·····	575
三、艺术品资产管理增量创新的监管取向·····	575
第二十八章 中国艺术品资产化的法治·····	578
第一节 中国艺术品资产化法治基本理论·····	579
一、中国艺术品资产化法治的概念及内容·····	579
二、中国艺术品资产化法治体系·····	580
第二节 中国艺术品资产化法治的现状及其重要性·····	581
一、中国艺术品资产化法治的现状·····	581
二、中国艺术品资产化的特殊性需要相应的法律法规来支撑·····	582
三、艺术品资产化的运行需要法律法规来规范·····	583
四、艺术品资产化的管理与发展必须走法治之路·····	583
第三节 中国艺术品资产化法治面临的问题和挑战·····	584
一、艺术品资产化法治建设面临的问题·····	584
二、艺术品资产化法制法规建设面临的挑战·····	587
第四节 中国艺术品资产化法制法规体系的建构·····	590
一、中国艺术品资产化法制法规体系建构的原则导向与目标·····	590
二、艺术品资产化法制法规体系建构的步骤·····	592
三、艺术品资产化法制法规体系的主要框架·····	593
第五节 艺术品资产化法治体系建设的对策研究·····	595
一、加强顶层设计,构建具有整体关联性和 实际可操作性的艺术品资产化法制法规体系·····	595
二、做好艺术品资产化法制宣传,在全社会构建 诚实守信的氛围·····	596
三、建立健全社会监督体系,做好艺术品资产化 法律法规执行情况的监督检查,保证法规正确·····	597



四、结合艺术品资产化自身发展的特点,提高艺术品资产化 法律法规的专门化和系统化,增强综合调控能力·····	597
五、学习先进经验,与国际接轨,制定与国际化发展 需要相配套的艺术品资产化法律法规体系·····	598
六、建立并推动行业协会的发展,保证艺术品资产化 法制法规的顺利实施·····	598
七、加强机构建设,加快艺术品资产化法律复合型人才培养·····	599
 第二十九章 中国艺术品资产化的政策 ·····	601
第一节 艺术品资产化政策基本概念的形成·····	602
一、关于政策、艺术品资产化政策及其环境·····	602
二、艺术品资产化政策形成的背景、要素及特点·····	604
第二节 艺术品资产化政策建设的基本原则和总体目标·····	606
一、艺术品资产化政策建设的基本原则·····	606
二、艺术品资产化政策建设的总体目标·····	607
第三节 我国现实的社会环境对艺术品资产化政策的影响·····	609
一、政治环境对艺术品资产化政策的影响·····	609
二、经济环境对艺术品资产化政策的影响·····	610
三、文化环境对艺术品资产化政策的影响·····	610
四、政府治理环境对艺术品资产化政策的影响·····	610
五、文化与科技的融合环境对艺术品资产化政策的影响·····	611
六、文化消费环境对艺术品资产化政策的影响·····	611
第四节 完善政策体系,培育有利于多元主体共同发展的制度环境··	612
一、艺术品资产化在政策层面存在的主要问题·····	612
二、进一步细化艺术品资产化发展相关政策的制定与实施, 形成投资主体多元化、融资渠道多样化及资金效率最大化 的政策环境·····	613



三、完善艺术与金融结合的长效机制和对接机制， 巩固和提升艺术品资产化产业的政策环境·····	614
四、加强法治环境建设，建立健全规范艺术品资产化产业 的相关法律体系和风险防范体系·····	616
第三十章 新常态下艺术品资产管理文化建设的取向 ·····	617
第一节 中国艺术品资产管理市场面临新的常态·····	618
一、新常态下艺术品资产管理市场的特征·····	618
二、新常态下艺术品资产投资市场的进化·····	619
第二节 新形态与中国艺术品资产管理文化的转型与重构·····	621
一、文化建设是艺术品资产管理制度的重要内容·····	621
二、新常态下中国艺术品资产管理文化的基本架构·····	622
第三节 新常态下艺术品资产管理文化建设中的 基本特质、问题与趋势·····	623
一、新常态下中国艺术品资产管理文化的基本特质·····	623
二、新常态下中国艺术品资产管理文化建设的重要问题·····	624
三、新常态下中国艺术品资产管理文化建设趋势·····	625

第九编 专题研究

第三十一章 中国文化金融产业发展的基本状况、模式与前沿 ·····	628
第一节 中国文化金融产业发展的基本状况·····	629
一、深化对文化金融的认知·····	629
二、文化金融产业的社会需求巨大，但有效路径及 其选择能力有限·····	629
三、文化金融产业业态不断展开，但深化进展不快， 产业规模不足·····	630
四、强化体制与政策创新的支撑·····	630



五、文化金融及其产业发展的路径依赖严重， 文化金融产业发展的路径偏差明显·····	630
六、文化金融产业发展的文化财政及其政策发展较快， 但文化财政的政策与效能需要提高·····	631
七、大力发展文化金融的产业支撑体系·····	631
第二节 中国文化金融产业发展的模式分析·····	632
一、潍坊银行艺术金融综合服务产业链模式·····	632
二、南京文化金融服务中心服务集成模式·····	632
三、陕文投文化金融产业生态链建构模式·····	632
四、民生银行产业链金融模式·····	633
五、南方文交所业务集成模式·····	633
第三节 我国文化金融产业发展的前沿问题·····	634
一、文化金融创新的主线问题·····	634
二、文化金融产业平台化机制问题·····	634
三、文化金融产业生态圈的建构问题·····	635
四、文化金融产业支撑体制与体系问题·····	635
五、文化金融产业机制与政策问题·····	636
六、文化金融产业前沿理论与实践的总结提升问题·····	636
七、“互联网+”“文化+”与小微文化金融及 创新创业发展问题·····	637
 第三十二章 “一带一路”小微文化金融战略地位与格局建构·····	638
第一节 “一带一路”战略架构下小微文化金融的战略地位与误区·····	639
一、“一带一路”战略架构下小微文化金融的战略地位·····	639
二、“一带一路”战略框架下小微文化金融发展的战略误区·····	641
第二节 重视“一带一路”中小微文化金融战略格局的建构·····	643
一、“一带一路”中小微文化金融战略架构·····	643



二、小微文化金融战略格局中的“三纵”	644
三、小微文化金融战略格局中的“三横”	644
第三十三章 资本介入下中国艺术品价格机制的建构	646
第一节 当下的价格机制正在扭曲中国艺术品市场	647
一、艺术品价格的形成分析	647
二、艺术品价格形成的评价	648
第二节 新的价格机制建构需要市场的力量	650
一、资本与艺术品资本市场	650
二、资本市场将成为艺术品价格机制培育的平台	650
第三节 中国艺术品市场价格机制建构的关键是体制与体系的建立	652
一、艺术品价格机制的建构	652
二、价值分析是价格机制建构的基础	653
第四节 中国艺术品市场价格机制形成需要重点突破	654
一、艺术品价格的形成是一个过程	654
二、艺术品价格机制形成的突破口	654
第三十四章 中国艺术品保险市场的发展	656
第一节 中国艺术品保险市场发展的现状与问题	657
一、中国艺术品保险市场发展的现状	657
二、中国艺术品保险市场发展的的问题	658
第二节 中国艺术品保险市场发展的趋势与意义	661
一、发展中国艺术品保险市场的意义	661
二、世界艺术品保险市场发展的启示	662
三、中国艺术品保险市场发展的基本趋势	664
第三节 中国艺术品保险市场发展的基本特点	665
一、中国艺术品保险市场需求旺盛，市场滞后	665



二、以外带内启动艺术品保险市场的趋势出现·····	666
第四节 中国艺术品保险市场发展的关键点·····	667
一、中国艺术品保险市场的运营·····	667
二、中国艺术品保险市场的产品研发·····	668
三、中国艺术品保险市场的鉴定及评估·····	669
四、中国艺术品保险市场的包装、运输及仓储·····	670
五、中国艺术品保险市场的修复·····	671
六、中国艺术品保险市场的风险教育及理念教育·····	671
七、中国艺术品保险市场的国际化·····	672
第五节 中国艺术品保险市场发展的建议与对策·····	673
一、完善机制,化解艺术品真伪鉴定难题·····	673
二、发展专业的艺术品评估机构·····	673
三、培养专业化人才队伍·····	674
四、探索艺术品保险市场的风险分散机制·····	674
 第三十五章 中国艺术品市场征信体系建设及态势分析 ·····	675
第一节 中国艺术品市场征信的现状·····	676
一、艺术品市场中的信用管理被重视·····	676
二、艺术品市场的征信需求有限·····	676
第二节 中国艺术品市场征信系统与体系·····	677
一、中国艺术品市场征信系统·····	677
二、中国艺术品市场征信体系·····	679
第三节 中国艺术品市场征信体系建设需要解决的问题·····	680
一、理论研究滞后,顶层设计缺乏·····	680
二、核心技术的研究与掌握不足·····	680
三、相关法律法规不完善·····	681
四、信用信息数据分割、封锁和透明度低·····	681
五、行业自律精神不足,执业技术规范不统一·····	681



六、专业化人才相对匮乏·····	682
第四节 中国艺术品市场征信体系发展的趋势·····	683
一、征信服务市场规模化发展的趋势明显·····	683
二、发展征信数据库是征信体系发展的大势所趋·····	683
三、现代征信技术快速发展，平台化技术发展趋势明显·····	684
四、征信整合化、综合化，机构规模化、专业化走向明显·····	684
五、艺术品市场征信信息采集越来越复合化、全面化·····	684
第三十六章 重视艺术品资产属性 关注收藏投资方式方法 ·····	686
第一节 中国艺术品资产化时代向我们走来·····	687
一、中国艺术品资产化正在走向前台·····	687
二、艺术品资产化的全球化发展·····	688
第二节 艺术金融由新概念正在成为一种新业态·····	689
一、中国艺术金融的体系正在形成·····	689
二、中国艺术金融业态创新的方向·····	690
第三节 关注投资新理念，财富新视角·····	691
一、艺术品资产的财富配置新视角·····	691
二、如何参与艺术品的资产配置·····	692
第三十七章 中国非遗资源化及其产业发展的资本融合 ·····	694
第一节 中国非遗资源管理评价工作亟须开新局·····	695
一、要正确认知非遗资源的战略意义·····	695
二、中国非遗资源管理评价是非遗保护与传承的核心工作·····	696
三、中国非遗资源管理评价工作基本内容与任务·····	697
四、中国非遗资源管理评价工作的突破口·····	698
第二节 中国非遗资源化及其产业发展中的基本背景·····	700
一、非遗资源转化与发展特色文化产业·····	700



二、非遗及其产业发展的大背景·····	701
第三节 中国非遗资源化及其产业发展中政府职能的转变·····	702
一、政府职能转变的方向·····	702
二、政府职能转变在非遗及其产业化发展中的战略意义·····	703
第四节 中国非遗资源化及其产业发展中的主线与战略突破口·····	704
一、一个发展框架·····	704
二、三条重点路径·····	704

第十编 案例研究

案例研究之一：艺术品质押融资·····	707
案例研究之二：艺术品投资组合产权·····	735
案例研究之三：艺术品资产配置·····	747
案例研究之四：艺术家上市·····	759
案例研究之五：“集珍1号·2002年老白茶”投资交易·····	772
案例研究之六：中信文道·恒庐书画1号投资基金集合资金信托计划·····	783
案例研究之七：中国艺术品实物集成电子化交易·····	794
案例研究之八：艺术家公盘·····	805
案例研究之九：文化新三板·····	817

后记 重视艺术品资产化及其管理研究·····	834
------------------------	-----

参考文献·····	838
-----------	-----

第八编 监管与风险研究



第二十六章 中国艺术品资产化的风险

随着国民经济的快速发展,中国艺术品市场迅速崛起,艺术品投资市场也逐步兴起并不断繁荣。在持续升温的市场环境中,越来越多的投资人将目光转向这一新兴领域,于是,中国艺术品资产化开始萌芽、发育。中国艺术品市场的不断发展使我们认识到:只有发展全球化的艺术品资产化,才会出现全球化的艺术品市场;只有完善而强大的资本市场,才会推动产生具有国际水准的艺术品市场,全世界最好的艺术品才能在中国汇聚,中国才能够成为真正的世界艺术交易中心;只有中国艺术品资产化的不断壮大,才是中国艺术品市场迅速发展最为直接的动力。规范与创新资本管制是发展与壮大中国艺术品资产化的关键。因为规范创新资本市场管制有利于资本的自由流动,提升公司和市场的运营水平,降低投融资成本,从而吸引更多的资金和实业资本进入中国艺术品市场。但是,要真正发展壮大中国艺术品市场,就必须努力发展中国艺术品资产化。鉴于中国艺术金融尚处于幼稚期,再加上中国艺术品市场发展得十分不完善,还存在很多弊端,尤其是赝品、劣作的盛行,始终打压着脆弱的艺术品市场,中国艺术品资产化还只是处于起步探路阶段。因此,在规范与创新资本管制、大力发展艺术金融之前,培育创新精神与风险意识非常必要。唯有如此,中国艺术品市场才能在新的发展机遇面前摆脱障碍,锐意进取。



第一节 中国艺术品资产化面临重要发展机遇

全球性的金融危机后,世界艺术品市场格局发生了变化,中国艺术品市场进入了新的发展时期,中国艺术品资产化也随着转型并面临着重要的发展机遇。可以说,艺术品资产化还没有完全被垄断,因此,它也就成为各种资金最为安全的避风港。国务院已多次下发文件鼓励民间资本发展,但到了执行层面却“只听楼梯响,不见人下楼”,政策的落实情况委实难以令人满意,但中国艺术品资产化有机会也有条件可以优先取得突破,这也为中国艺术品资产化的发展带来了更多的空间。

一、艺术品资产化发展在我国已进入导入期

中国艺术品市场在世界艺术品市场的地位迅速提升并得以巩固,表现在以亚洲艺术品市场整合能力增强为契机,并逐步形成以中国香港为前沿、以北京为中心的世界艺术品市场新的增长极,中国艺术品市场正处在重要的转型期,市场诚信体系建设迫在眉睫。中国艺术品资产化及其体系的建立与发育已进入了重要的导入期,当前,最为迫切的问题是如何解决好艺术品资产化、金融化的问题。

二、以诚信机制及其体系建设为主的艺术品资产化路径正在形成

以征信制度体系建设为基础的中国艺术品市场诚信机制及其体系的建设已经成为中国艺术品资产化健康发展的重要路径。以诚信体系为核心的中国艺术品市场体系的建设越来越受到关注,秩序化、规范化运作的观念与认识需有相应的体系与体制来保障已初步成为人们的共识。人们认识到,当下诚信体系的建设已成为中国艺术品市场体系建设与发展的核心问题。中国艺术品市场关于诚信体系的运作与管理正在引起政府相关部门的关注与重视,如何发展及如何监管等议题已逐步被纳入政府主管部门的议事日程,或者说已成为重要的议题。其中,信息化与标



准化的工作已经成为中国艺术品市场诚信体系建设的基础。根据文化部《文化建设“十一五”规划》，已制定了《文化标准化中、长期发展规划（2007—2020）》。中国艺术品市场的标准化工作已经成为中国艺术品资产化规范化、科学化、秩序化运行的一个重要前提与基础。

三、中国艺术品市场调整为资产化发展提供了新机遇

（一）中国艺术品市场在经历了结构性的调整后，投资者的理性思维显现，作品价格逐渐以价值评判为标准，精品意识抬头，市场秩序得到了改善，逐步降低了投资风险，艺术品资本的经营创新融合了金融理财的方式，艺术品理财手段的金融化使艺术品市场逐渐由以礼品、收藏、投机为目的向投资方向转变，从而使中国艺术品资产管理市场的发育进入了适宜期。

（二）北京成为金融危机后世界艺术品市场增长速度最快的一极，北京作为世界艺术品市场中心之一的格局正在不断地显现出来，这将带动中国艺术品资产化的培育、话语权的建构及中国艺术品市场国际化的步伐。随着中国艺术品市场的快速发展，在新的常态下，中国艺术品市场保持在全球艺术品拍卖收入排名第二的位置。中国艺术品市场的总规模不断稳步拓展。在最新的全球艺术品拍卖公司的排名中，中国拍卖公司也有不错的表现。以往的佳士得、苏富比拍卖历来都是中国艺术品市场的风向标，但这种现象已逐步改变了，一方面，表现在曾经高不可攀的拍卖成交额不断被内地多家拍卖公司所超越。可以说，当前的中国艺术品资产化的发展已进入了攻坚阶段，北京成为世界艺术品资产化的中心将是一个艰苦的过程，既需要国家战略层面的引导与支撑，又需要地方政府的规划与培育机制的形成。

（三）全球金融危机给予人们太多反思的机会，同时也为中国艺术品资产化的发展提供了不少的机遇，成为中国艺术品资产化的一种最为重要的变量，主要体现在以下三个方面：一是文化自觉及文化价值的发现热潮随着中国经济的发展得到了不断提升，艺术品特别是具有顶级参与文化标示意义的藏品备受关注，从而成为中国文化的一个符号；二是通货膨胀与流动性泛滥，使人们不得不寻找更多的、更为有效的投资渠道，而中国艺术品资产化的不断兴起正暗合了这一趋势；三是国民财富的迅速增长，特别是新富阶层的形成，使他们有了在高端艺术品市场



一展力量的实力。再加上国家虽然还没有具体的规划与政策举措，但在宏观层面上的造势也对中国艺术品资产化的迅猛发展起到了推波助澜的作用。



第二节 中国艺术品资产化的发展需要启蒙

近几年, 尽管艺术与金融相结合的产品层出不穷, 但是, 中国艺术品资产化仍是处于萌芽阶段, 需要用心培育, 细心启蒙。其实, 资本闯入中国艺术品市场及对其规则形成了冲击是让人始料不及的, 带着资本的狼性与扩张性, 很多时候让人感觉不舒服、不适应, 甚至是排斥与反对, 这也在无形中为处于起步阶段的中国艺术品资产化设置了发展的障碍。因此, 了解中国艺术品资产化发展的现状与问题是做好中国艺术品资产化启蒙工作的关键。

一、中国艺术品资产化发展的现状

伴随着金融危机的深入与化解, 中国艺术品市场面临着前所未有的冲击与机遇, 这也是中国艺术品资产化发展的一个契机。随着中国艺术品市场的发育与壮大及资本市场的迅速发展, 中国艺术品资本在不断地壮大与积累着发展的力量, 中国艺术品资产化也在此基础上不断地生发。当前, 中国艺术品资产化的发展状况主要表现在:

(一) 中国艺术品市场投资结构的分化加剧, 二元结构市场正在形成。在刚刚过去的市场调整与金融风暴的双重压力下, 使原本脆弱的中国艺术品市场出现了“击鼓传花”式的恐慌, 理性的投资市场在艰难中固守, 并由此产生了中国艺术品市场的二元结构。在这种结构与双重压力的共同作用下, 致使中国艺术品市场中礼品市场的份额持续壮大, 投资市场成长规模受阻的趋势未从根本上改变, 导致中国艺术品资产化结构的优化无法有序进行。

(二) 中国艺术品资产化主体发育面临新的困难, 市场体系与机制的发育及形成面临着巨大挑战。如果市场主体不能持续、有效地发育, 就意味着市场体制与机制无法形成, 作为中国艺术品资产化主体的公司与机构将会出现增速下降、数量减少、经营状况恶化的局面。

(三) 艺术品资产化正在提速。在世界金融危机的冲击下, 资产的迅猛缩水使更多的人开始关注中国艺术品及其市场, 在资本的逐渐聚