

THE LAST GOLD MINE

CULTURAL PROPERTY AND MARKET TRANSACTIONS

最后的金矿

文化产权市场与交易

周培源 

投资当下，**中国文化艺术品**投资时代正式开启！
未来十年，中国将成为全球文化资本的主战场！

据统计，金融证券年均回报率为15%，房地产为21%，文化艺术品则是26%。文化艺术品正成为继股票、房地产之后人们倾心的投资避险工具。许多专家认为，**艺术品投资**是当今投资领域的**最后一座金山**！

据统计，欧美发达国家财产投资组合中，文化艺术品投资占整个投资20%，而国内一线城市目前仅为5%。中国文化艺术品市场潜在的需求是6万多亿元，而目前的规模只有几千亿元，**中国文化艺术品市场机会巨大**！

中国商业出版社

最后的金矿

——文化产业市场与交易

周培源 著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最后的金矿：文化产权市场与交易 / 周培源著. --
北京：中国商业出版社，2016. 9

ISBN 978 - 7 - 5044 - 9240 - 1

I. ①最… II. ①周… III. ①文化产业 - 产权市场 - 研究 -
中国②文化产业 - 产权转让 - 研究 - 中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 225255 号

责任编辑：孙启泰

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

010 - 63180647 www. c - cbook. com

新华书店总店北京发行所经销

北京永顺兴望印刷厂

*

720 × 1000 毫米 1/16 开 14.5 印张 230 千字

2016 年 10 月底第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

定价：48.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



邮票实物图片欣赏

.....





邮资封片实物图片欣赏

.....





钱币实物图片欣赏

.....



注：钱币下方标注的价格为当时市场现货价，此价格仅作参考。

磁卡实物图片欣赏



目 录 Contents

推荐序一：《最后的金矿——文化产权市场与交易》： 文交所业务与管理工具书	1
推荐序二：文化产业的双重属性——完善市场机制， 推动文化产业繁荣	5
前 言	9
第一章 文化产权交易所介绍	13
第一节 文化产权交易所成立的背景	14
第二节 文化产权交易所定义	16
第三节 文化产权交易所功能和使命	18
第四节 文化产权交易所基本业务架构	23
第五节 文化产权交易场所核心竞争力	41
第六节 文化产权交易所效益	43



第七节 文化产权交易所发展现状	46
第二章 文化产权交易场所组织架构及职责分工	51
第一节 文化产权交易场所组织机构图	52
第二节 机构设置及部门职责	53
第三章 文化产权交易所重要的突破方向——文化艺术品资产	
证券化	57
第一节 艺术品份额化交易引发危机	58
第二节 文化产权交易场所取得新突破——“邮币卡”	
电子盘交易	61
第三节 文化产权交易所艺术品电子盘交易将是下一个热点和重点	
突破方向	64
第四章 “邮币卡” 市场介绍	65
第一节 文化产权交易所典型案例	66
第二节 “邮币卡” 是什么?	69
第三节 “邮币卡” 现货市场	70
第四节 “邮币卡” 电子盘交易平台	76
第五章 “邮币卡” 电子盘管理体系	83
第一节 “邮币卡” 电子盘交易品种	84
第二节 “邮币卡” 电子盘的参与者	85
第三节 “邮币卡” 电子交易平台业务管理流程	87
第四节 “邮币卡” 电子交易平台盈利模式	93



第六章 “邮币卡” 电子盘投资策略	95
第一节 选好交易所	96
第二节 “邮币卡” 电子盘有其自身特点，用证券思维操盘， 犯错概率大	109
第三节 把握好进场入市时机	115
第四节 选择善庄、长庄，远离恶庄、短庄	117
第五节 选择有正规资质的交易所	120
第六节 “邮币卡” 电子盘一般交易商投资失败的主要原因	121
第七章 “邮币卡” 电子盘风险有哪些	123
第一节 来自监管层的政策风险	124
第二节 交易场所政策随意性引发的政策风险	125
第三节 交易场所掌舵人（管理者）职业操守的风险	127
第四节 市场流动性风险	129
第五节 交易风险	131
第六节 退出风险	132
第七节 鉴定风险	133
第八节 保管风险	134
第九节 交易系统风险	135
第十节 暴涨必将伴随暴跌，高溢价必将带来价值回归	136
第八章 文化产权交易场所努力方向	139
第一节 交易场所以及行业自律很重要	140



第二节 加强基础管理	142
第三节 交易场所职能定位很重要，不要越位更不能错位	144
第四节 加强信息披露	145
第五节 拥有一条可跨区域的产业市场通道	146
第六节 加强对高新技术的应用	147
第七节 积极配合当地政府为文化企业服务，寻求政府更多的 支持	148
附录：文化产权交易所相关制度汇编	149
文化产权交易操作规则	149
文化艺术品产权交易所综合经纪会员管理细则	161
文化艺术品产权交易所普通经纪会员管理细则	172
文化产权交易所“邮币卡”交易规则	183
文交所风险控制管理办法	203
国务院关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定	207
国务院办公厅关于清理整顿各类交易场所的实施意见	211
文化部发布《艺术品经营管理办法》	217



推荐序一：

《最后的金矿——文化产权市场与交易》： 文交所业务与管理工具书

周培源同志的大作《最后的金矿——文化产权市场与交易》，即将出版，很欣慰，为他高兴，他能静下心来，对自己多年以来所从事的文化产业积累的经验与教训有一个整理、反思，使之更加体系化，从而不断推进中国传统文化的复兴事业。在这里我称周培源先生为“同志”，其意义就在于他与我一样以推进中华优秀传统文化复兴事业为己任，正所谓同志者，同声相应、同气相求者也。

中国文化产业就其根本而言在于复兴中国传统文化，同样，美国文化产业在于传播美国的价值理念，在这一点上是不同的。搞文化产业如果对此认识不清，不仅不传播中国传统文化，反而打压中国传统文化，传播美国价值理念，那路子就错了，犯了方向性的错误。

此外，文化产业还有巨大的财富功能，尤其是当下活跃的文化产权市场，或者文化物权交易市场、或者文化艺术品标准化交易市场、或者天津文化艺术品交易所推出的艺术品份额化交易市场，其

目的都在寻找文化艺术资源的资本化途径，创造无限大的虚拟市场，以拉动巨大的艺术品实体产业的发展，从而使文化产生巨大的财富效应，也为应对美元战略奠定基础。美国黄金储备大概比我们多一倍以上，我们在黄金储备方面不具有优势，但我们有五千年的悠久历史。并且此五千年历史又是在天人合一、心物一体的价值下进行生活、生产的，也因此中华民族创造了人类历史上最伟大的手工业文明。

就文明的艺术价值言，手工业文明是较之现代科学文明更高更先进的文明，科学文明主要体现在机器的先进上，而人的作用在减少，人跟着机器走，机器主导人，不仅人在被异化，艺术也在被异化。而中国以往的文明正是以农耕文化为基础的手工业文明，所积累的文化艺术品虽然历经抢劫、打砸、损害，然而“瘦死的骆驼比马大”。我曾在《打开文化财富的钥匙》一书中初步估计，若能推行文化艺术品份额化发行与交易模式，10年内可为国家盘活3000万亿人民币。到那时人民币再与美元自由兑换，条件就成熟了。因此在文化产权市场中，核心资源是五千年以来的文化艺术品，文化艺术品应作为最重要的标的物，然后使之产品化，进而商品化，最后实现证券化或资本化，完成大众化。至于文化类企业产权与版权等，作为完善文化产权学科是必要的，作为战略重点则不可，因为中国的优势资源不在此，况且企业股权已有证券交易所。我们的战略重点应在五千年以来积累起来的文化艺术品。当然也正如本书所言国家在政策层面限制了份额化交易，其实就是在很大程度上否定了天津模式。

此时此际，为应对新的政策环境，在江苏南京，一种新的文化金融模式悄悄的诞生了。由汪清怀先生与周培源先生所在的江苏文



化产权交易所、南京文化产权交易所，绕开份额化政策限制，将份额化直接变为标准化实物，由邮票起步，创立了“邮币卡”电子盘业务。江苏文交所酝酿在先，然捷足先登异军突起者却是南京文交所，南京文交所也因此而成为继天津文交所之后的第二个文化金融热点交易平台，其交易量2015年已近万亿，参与交易人数已过60万人，成绩巨大。本书的写作重点正在于此，从“邮币卡”电子盘交易平台建设、运作模式、业务流程、管理机构设立以及各类风险分析，其中也包括投资风险等，作了全面系统的论述，同时结合案例进行阐述，极具实操性。可以说《最后的金矿——文化产权市场与交易》一本是目前文交所开展标准化实物发行与交易不可多得的业务与管理工具书，同时又是可以作为投资者入市的指南书，当然也可以作为监管机构的参考书。

在此，我衷心希望周培源同志的《最后的金矿——文化产权市场与交易》一书能广泛深入地引领全国文交所，依此模式能度过这一在监管边缘谋发展的困难时期；同时也迫切希望政府监管机构为中国文化产权交易所尽快松绑，以复兴中国传统文化为宗旨，以文化自信、制度自信为精神，以构建文化金融大国为目标，重新修改政策，充分肯定鼓励中国人的创造力。我们期待着文化艺术品证券化时代的到来！

雷原，于锡予园

雷原，西安交通大学经济学博士，北京大学历史学系博士后，西北大学理论经济学博士后。现任西安交通大学东方管理研究院院长、博士生导师，全国高校中国管理学科年会秘书长，汤用彤书院院长，北京大学历史文化研究所副所长、儒学教育研究室主任、四



川文化艺术学院名誉校长、甘肃省委党校教授、中华炎黄文化研究会农耕文化专业委员会会长、中华清风书画协会副会长、中国苗族经济促进会副会长。目前还担任国家文化软实力重点课题组首席专家。曾任华龙证券公司总裁、甘肃证券与期货协会会长、北京大学人才研究中心常务副主任、奥林匹克博览会顾问、天津文化艺术品交易所创始人。主要研究领域包括先秦哲学、人才学、管理学、经济思想史、“三农”问题、国家战略等。著有《中国人的管理智慧》《农村土地承包制研究》《论语——中国人的圣经》《自然的智慧——老子》《现代证券学》《中西经济思想述要》等书。编著有《土地资源管理实务全书》《中国教育思想简史》《国学经典选读》《论语导读》《大学中庸导读》《北大国学课——经典的力量》《打开文化财富的钥匙》等书。



推荐序二：

文化产业的双重属性——完善市场机制， 推动文化产业繁荣

江苏是一个文化大省，江淮水色，人才辈出，文化产业的发展与繁荣，有如雨落飞檐，景色天成。但有时候，人们对如何发展文化产业，不乏犹豫和彷徨。其中最大的矛盾是：文化能不能产业化？这个矛盾的核心是文化和产业之间、政府和市场之间的关系问题，两者之间似乎有着对立之处。在2012年7月江苏基本实现现代化理论研讨会上，我曾就此发言，并认为以市场动力推动文化事业的发展与繁荣是必由之路。

其实，文化产业这个词的出现，就已经说明文化和产业之间的联系，只不过文化产业是一个特殊的行业，它既有内在的文化属性，又有外在的市场属性。所谓文化属性，是指文化产品具有高度的文化精神内涵，文化属性决定了文化产业交易的内容受到意识形态、社会生活、发展环境的多重因素的影响，文化交易必须满足这些因素的要求才会有自己的市场空间。通俗地讲，不是所有的文化产品都可以拿出来买卖的，非法的、淫秽的、对社会经济发展百无一用



的产品没有太大的市场空间。正如一般物质商品的销售必须弄清楚消费者行为一样，文化市场交易的内容也必须以满足文化属性的各种需求特性为前提，这就是文化产业的合理性与合法性。所谓市场属性，是指文化产业的运作机制和其他行业一样，必须充分发挥市场机制的作用，才能获得发展与繁荣。尤其是在一个全球化的时代，中国人民的生活水平和交往空间都已经是始皇时代无法想象的了，文化消费已经进入社会生活的各个层级，文化交流也已经通向大千世界的各个角落，这就决定了文化产品的流动方式必须以市场交易为主，企图割裂文化与市场之间的关系，那是刻舟求剑、落后于时代的。

一些人之所以纠结文化与市场之间的关系，是因为他们在强调文化属性的时候，担心市场对文化的侵蚀，这实际上不仅是一种文化自信的缺失，而且也是把文化产业的内容与文化流动的方式混为一谈了。在一般意义上讲，市场需求会决定市场交易的内容，因为只有满足市场需求的文化产品才会有真正的市场空间。其实，很多人的担心并不属于文化与市场之间的矛盾，而是属于不同文化内容之间的斗争与分歧，这些不同的文化内容都在争夺自己的市场空间而已。但遗憾的是，很多人把这种文化内容之间的斗争，把这种市场空间的争夺，有意无意地等同于文化与市场之间的斗争，致使文化市场受到了不恰当的干预和干扰。任何对文化内容的关注，都不应该造成对市场机制本身的破坏，因为市场是新时代背景下推动文化发展与繁荣的必由之路。

一个具有双重属性的文化市场是一个很特殊的市场，其中一个很棘手的问题是文化产品的定价问题。同样一只瓷碗，如果是用来吃饭，有一个均衡的市场价格，而且是非常稳定的；但如果是用来