

YISHUPIN TOUZI
YU SHICHANG FALÜ FAGUI

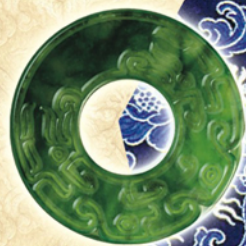
艺术品投资

与市场法律法规

王 征 编著



四川大学出版社



目 录

第一章 基本概念	(1)
一、艺术品	(1)
二、艺术品投资	(2)
三、艺术品市场	(3)
四、艺术品市场的法律法规	(3)
第二章 艺术品投资市场	(5)
一、中国的艺术品市场	(5)
二、艺术品投资的注意事项	(8)
三、规范的艺术品市场的必备条件	(9)
四、艺术品市场指数	(11)
第三章 画廊业	(13)
一、画廊的种类、性质和作用	(13)
二、画廊的形象和市场定位	(15)
三、画廊的商业经营	(17)
四、画廊举例	(19)
第四章 艺术品拍卖	(23)
一、艺术品拍卖市场是旧的交易形式的新生	(23)
二、艺术品拍卖方式和程序	(25)
三、拍卖在艺术品流转中的地位和作用	(27)
四、国内主要的艺术品拍卖企业	(30)





五、《拍卖法》解读	(31)
六、《文物艺术品拍卖规程》的出台	(34)
第五章 艺术经纪人	(36)
一、艺术经纪人概说	(36)
二、艺术经纪人的商业行为模式	(38)
三、艺术经纪人需具备的条件	(39)
四、规范经纪人的相关法规	(43)
第六章 艺术品鉴定	(45)
一、杜绝赝品的预防性措施	(45)
二、艺术品鉴定师及其培训	(47)
三、艺术品鉴定中的法律问题	(48)
第七章 艺术品的著作权问题	(50)
一、历史渊源	(50)
二、保护范围	(51)
三、保护限制	(52)
四、侵 权	(54)
五、侵犯著作权的案例	(54)
第八章 艺术品的商标权问题	(56)
一、商标权的法律特征	(56)
二、商标权法律关系内容	(57)
三、商标权的法律保护	(57)
四、侵犯商标权的案例	(58)
五、商标权对于艺术家的意义	(59)
第九章 艺术品保险	(62)
一、艺术品保险需求	(62)
二、中国艺术品保险市场	(64)



三、国外艺术品保险市场·····	(65)
四、艺术品保险的实质作用·····	(66)
第十章 艺术品市场的纳税问题·····	(68)
一、社会收入分配引起的税收思考·····	(68)
二、税收在解决收入分配问题上的积极作用·····	(70)
三、艺术家的纳税·····	(73)
第十一章 美术馆·····	(76)
一、美术馆的功能与定位·····	(76)
二、中国美术馆的生存状态·····	(79)
三、美术馆经营理念的转变·····	(83)
第十二章 艺术赞助·····	(86)
一、艺术赞助制度的历史回顾·····	(86)
二、我国艺术赞助的现状·····	(89)
三、艺术赞助中的法律问题·····	(91)
第十三章 艺术品的国际流转·····	(96)
一、艺术品国际流转中的主要问题·····	(96)
二、艺术品进出口的相关法律法规·····	(98)
三、非正常的文物艺术品国际流转·····	(100)
第十四章 艺术金融·····	(104)
一、艺术品信托·····	(104)
二、艺术品基金·····	(105)
三、艺术品银行·····	(106)
四、艺术品股票·····	(108)
五、艺术金融发展中需要解决的问题·····	(110)
参考文献·····	(112)



附 录

中华人民共和国拍卖法·····	(113)
经纪人管理办法·····	(123)
中华人民共和国著作权法·····	(128)
中华人民共和国商标法·····	(144)
中华人民共和国个人所得税法·····	(157)
全国重点美术馆评估标准（暂行）·····	(163)
中华人民共和国公益事业捐赠法·····	(172)
中华人民共和国文物保护法·····	(178)

序 言

随着我国经济的持续发展，艺术品成为继股票、房地产之后的第三大投资领域。俗话说：“乱世藏金，盛世藏典。”这个“典”指的就是艺术品。越来越多的投资人以及各路资金蜂拥进入这一新兴市场，追逐高额回报。根据全球艺术市场信息网（Artprice）最新公布的信息，中国 2010 年在艺术品拍卖收入方面的排名居全球第一，已超越 20 世纪 50 年代崛起的艺术品市场大国英国和美国。

随着投资份额和影响力的逐步加大，中国艺术品市场已受到来自各方面越来越多的关注，并且在法学领域形成了一个新兴的分支学科——艺术法学。在我国，艺术法学研究是一项新兴的、具有前瞻性和应用性的领域。尽管近几年有不少的文章发表，也有艺术法的专门论著出版，但一个不可回避的现实是：艺术法研究的进展仍然缓慢，与我国艺术事业及艺术品市场的发展相比明显落后。这主要表现在两方面：其一，研究人群单一；其二，艺术法学教育缺失。现在国内开设艺术法学课程的大专院校并不多，在国内众多的法律院校和艺术院校中，艺术法的教学几乎还是一片空白，艺术法方面的师资和教材屈指可数。而现实生活中涉及艺术品市场的案件和法律纠纷却日益增多。现实生活在呼唤艺术法教育和艺术法研究。本书正是在这样的背景下写作完成的。

本书主要研究艺术品在创作、生产、销售、流转、展览和收





藏等过程中所涉及的有关法律问题，涉及艺术品的进出口、拍卖、鉴定、保险、税收以及知识产权保护，等等。这些问题是由多种法律和法规进行规范和调整的。本书对一系列法律条文、案件及社会实践情况进行了综合研究，系统地阐述了艺术家的权利和义务、收藏者的权利和义务、艺术品的国际流转以及美术馆管理等方面的法律问题。

艺术品市场的规范健康发展需要法律保驾护航，更需要市场参与者法律意识、法律修养的提高，需要造就一批既懂艺术、熟悉市场规律，又了解有关法律法规的专业型人才。本书作为艺术学专业的教材，旨在培养艺术学专业学生的法律意识，促进其对艺术品市场要素和相应法律法规的了解、熟悉。这对于他们今后的艺术品创作或涉足艺术品市场都是有幫助的。

笔者从事《艺术品投资与市场法律法规》这门课程的教学已有七年，搜集了大量的相关材料，并长期密切关注艺术品市场的风云变幻，跟踪与之相关的法律法规的出台、修订，掌握了这方面的前沿信息。本书在多年积累的基础上编著出来，试图从规范艺术品市场法律法规的角度来研究艺术品市场，分析快速发展中的艺术品市场的潜在问题，期待艺术品市场在完善的法制环境下向着良性的方向持续发展。

囿于客观条件，本书难免存在不足之处，请同行专家予以指正，待今后继续努力。

王 征

2011 年 6 月



第一章 基本概念

随着经济的持续发展，艺术品开始进入了寻常百姓家，艺术品消费（投资）不再是“昂贵”的代名词。介入艺术品市场其实并不难，你可以从购买几十元的印刷品装饰画，或几十到几百元的实物装饰画入手；如果具备一定的财力，你也可以花费几千甚至上万元涉猎水彩、国画、油画这些具有一定收藏价值的名家作品。可见艺术品消费因人而异，丰俭由人。那边画廊、拍卖市场上买卖进行得如火如荼，这边街边画店、古玩市场上大家也各有所得。可以说一个艺术品消费（投资）的全民时代正向我们走来。当然，在真正进入这个领域之前，我们最好先了解一些有关这个市场的基本概念和基本知识。因为做任何投资，都应该有一定的知识储备，做到心中有数。

一、艺术品

艺术在社会生活中是不可缺少的东西，具有十分重要的作用。它可以帮助人们宣泄消极情感，缓解内在压力，平复内心情绪。亚里士多德曾说：“悲剧激起哀怜与恐惧，从而导致这些情感的净化。”艺术通过恢复人的感觉，让人摆脱束缚，去感受大千世界以及丰富的社会生活。在艺术中，人们可体会到不同的情感，使心灵更富饶，精神更自由，生活更充实。在《辞海》里可以找到“艺术”的定义：艺术是人类以情感和想象为特征的把握事物的一种特殊方式，即通过审美创造活动再现现实和表达情感



与思想。艺术家在想象中实现自身和审美客体的互相对象化。艺术品是艺术家知觉、情感、理想、意念等综合心理活动的有机产物，是艺术家通过审美创作活动所生产的产品。当然，本书所称之“艺术品”，在概念和范围上与“艺术作品”是有区别的。具体地说，本书所指的“艺术品”划分为中国书画、中国工艺品、中国陶瓷、中国古籍善本、中国西画、钱币和邮品、西洋美术品等门类，而艺术作品可泛指一切艺术从业者创作的成品，也包括像音乐、舞蹈这样一些时间艺术作品。

二、艺术品投资

艺术品投资近几年才在中国“热”起来。它是一种经济与文化的双重行为，通过购买艺术品，经营艺术商业等方式为投资者带来经济收入。随着中国经济的持续发展，我国近年来的投资市场构成逐渐与国际接轨，股票、房地产、艺术品明显成为三大投资板块。在中国，个人投资的形式主要分为以房地产为代表的不动产投资和以股票、期货为代表的动产投资。从 20 世纪 90 年代以来，国内大量的闲置资金就转向了艺术品，以及邮票、影视作品、演出等文化产品。实际上，近百年以来国际艺术品投资虽然也经历了诸多曲折，但发展态势良好。现今可以肯定地说，艺术品投资已成为一件时尚的事情。一些投资顾问鼓励其客户购买艺术品作为预防通货膨胀的手段，作为传统投资项目的补充。当然，在艺术品投资群体中，有的是为了投资，甚至是投机而“投入”到这一市场中来的；有的是热爱艺术品，把收藏作为自己的一大爱好，长期持有而并不急于出手的。

另外我们也应看到，由于艺术品投资对资金，对参与者的鉴赏能力、鉴别知识都有一定的要求，因此它的入门门槛也是比较高的。中国经济的发展，催生了一批富有的企业和个人，艺术品投资伴随着人们财富的积累，已经被越来越多的人所关注。



三、艺术品市场

艺术品市场目前已成为我国投资市场的三大投资板块之一。该市场是由画廊（一级市场）、艺术品拍卖行（二级市场）、艺术博览会、艺术家、经纪人、投资者、收藏家等共同构成的一个综合体。我国的艺术品市场，是目前文化部管理范围内唯一没有国务院条例的市场，其健康有序的发展期待立法的加强和法律的完善。在艺术品市场迅猛发展的今天，《艺术品经营管理条例》的出台迫在眉睫。当前，作为世界科技革命的产物和市场经济发展的结果，经济全球化已成为一种客观的历史潮流，不以人的意志为转移。同样，处于这一大背景下的中国艺术品市场，必然地受到了外来因素的冲击与影响，并实现着自身的本质性转变。

四、艺术品市场的法律法规

孟子曰：“不以规矩，无以成方圆。”法律法规，就是我们生活中的硬性（刚性）规则。法律既是调整人们行为或社会关系的规范，同时也是一定人群意志的体现，反映了他们的利益要求，所以法律还具有各种社会作用。法律在执行社会公共事务上的作用具体表现在以下一些方面：①维护人类社会的基本生活条件，保障社会成员的基本人身安全，保障食品卫生、生态平衡、环境与资源合理利用、交通安全，等等。②维护生产和交换条件，即通过立法和实施法律来维护生产管理、保障基本劳动条件、调节各种交易行为等。③促进公共设施建设，组织社会化大生产。④促进教育、科学和文化事业发展，如通过法律对人们的受教育权利加以保护，保护人类优秀的文化遗产，要求政府兴办各种图书馆、博物馆、文化馆等文化设施。涉及艺术品市场的法律法规，散见在不同的法律文本中，有专门的法律，诸如《中华人民共和国拍卖法》（以下简称《拍卖法》）、《中华人民共和国著作权



法》，也有一些部门规章，如《美术品经营管理办法》、《经纪人管理方法》、《博物馆管理办法》等，还包括一些规范性文件和行政法规。这些法律法规尽管还不完善，但毕竟是在现实条件下规范艺术品市场，引导其健康有序发展的要件。熟悉艺术品的法律法规，则是投资者和经营者的必备素养。可以预期，随着艺术品市场的进一步繁荣发展，有关艺术品市场的法律法规必将在实践中进一步完善，从而推动艺术品市场走向成熟。



第二章 艺术品投资市场

从艺术品市场的历史发展轨迹中我们了解到艺术品市场的兴起、发展、繁荣是商品经济发展的必然结果。特别是中国改革开放三十多年来,随着经济的迅猛发展,大量资金涌入艺术品市场,艺术品收藏和投资人数也以每年 10%~20% 的速度递增。既然艺术品投资是一种经济和文化的双重行为,那么在进入这一领域时,投资人应做好相应的准备,做到“心中有数”,有备而来。

当然,任何市场的发展都要经过从不健全、不成熟到完善、成熟的过程,而市场规范有序地发展既需要一些必备条件来保证,更需要相关的法律法规来保驾护航。在本章中,我们对这些问题加以探讨。

一、中国的艺术品市场

艺术品进入市场是随着商品经济的历史进程而发生的。商品经济是社会生产力发展的必然产物,它所带来的社会变革是非常深刻的。马克思曾对艺术品有如下的论述:“生产的结果是商品,是使用价值,它们具有离开生产者和消费者而独立的形式,因而能在生产和消费之间的一段时间内存在,并能在这段时间内作为可以出卖的商品而流通,如书、画以及一切脱离艺术家的艺术活动而单独存在的艺术作品。”从艺术品的发展史来看,实用先于审美,功能早于形式,艺术品中具有实用功能的那部分(如工艺



美术品)随着经济的发展不可避免地进入了市场。

工艺品被当做商品交换,可以追溯到新石器时代晚期。所谓“纯”艺术品书画市场的出现,在汉代已现端倪,而书法市场则形成于六朝时期。到了唐代,书法市场继续发展,绘画市场也迅速成形。据记载,顾恺之所绘《清夜游西园图》唐朝时在民间几经转卖,资费三百匹白绢、三百贯不等。当时书法家的作品也要分等级,标明市价,高者几近“天价”。宋代的艺术品市场更趋活跃。北宋汴梁、南宋临安都有卖字画、年画的摊子。文人画买卖亦成气候,以卖画为生的职业画家开始陆续出现。市场上已经出现了一种近似经纪人的“牙侩”,其实就是绘画买卖中一种兼有鉴定估价、促成生意的中介人。宋代苏东坡等书法大家的作品广受欢迎。据记载,“东坡翰墨,在崇宁大观,则时禁太严,尽行焚毁。至宣和间,上自内府搜访,一纸值至万钱。”(摘自王云五:《长水日抄》,商务印书馆1936年版)元代书画市场继续发展,画家和藏家的商业意识、市场观念也变得更为强烈。到了明代中叶以后,除一般的书画商人以外,在苏州、松江、嘉兴、南京等工商业发达、人文荟萃的城市,出现了一些独立的书画经营商店,市场已成为私人收藏、获取藏品的主要场所。明代书画交易普遍由画商经手、市肆操作,价格层次清晰,上升趋势明显。大批书画家以此为职业,以卖画作为谋生方式。最具代表性的有“明四家”,即沈周、文徵明、唐寅、仇英等人。清代是中国古代书画市场发展的高峰阶段,此时书画交易的市场化程度也最高,明码标价和书画作伪都很普遍。北京和扬州成为清代书画中心市场,尤其是扬州,更是统领了全国艺术品交易,后来移至上海。近代中国,由于众所周知的原因,特别是在鸦片战争以后,国门被迫打开,西方列强涌入中国,致使大量文物(艺术品)流失海外。18至19世纪,许多西方商人委托中国画家复制外国油画、水彩画,复制之外,这些西方商人也会委托中国画家画人像、风



景，渐渐就在广州建成了产销两旺的外销画市场。（摘自章利国：《艺术市场学》，中国美术学院出版社 2003 年版）民国时期，日本侵略者在中国以各种方式收集当时许多名家、大家的墨宝，并输往日本。这些都导致了中国字画的外流。新中国成立初期，中国艺术品市场的发展是缓慢的，主要是由于经济发展较慢和参与艺术品投资的人数较少。

改革开放以后，随着经济的发展，人均收入的增加，我国参与艺术品市场投资的人越来越多。特别是近几年，中国的艺术品市场大有井喷之势。英国《金融时报》2008 年 4 月 1 日报道：中国已经超越法国，成为世界第三大艺术品市场。法国艺术品行情公司在 2008 年 3 月底发表的《艺术品市场走向》报告中称：中国当代艺术品爱好者的人数激增，中国当代艺术品拍卖收入占全球艺术品拍卖收入的 7.3%，居世界第三，排在前两位的是纽约（43%）和伦敦（30%）。在 2008 年 4 月 8 日进行的有着拍卖界风向标之称的香港苏富比春季拍卖会上，中国当代艺术品成交额竟然达到了 4.03 亿港元（约合人民币 3.62 亿元）。这一成交总额创下了全球苏富比中国当代艺术品拍卖的最高成交纪录。张晓刚、刘小东两人的个人“世界纪录”也在这次拍卖会上诞生了。这次春季拍卖会，中国当代艺术品件数成交率高达 90%。

据全球艺术市场信息网（Artprice）公布的信息，全球艺术品市场出现转折点，中国 2010 年在艺术品拍卖收入方面的排名居全球第一。2010 年，中国艺术品销售额占全球艺术品销售额的 33%，超越美国的 30%，英国和法国则分别占 19% 和 5%。中国从 2007 年的全球第三位跃升至全球第一位，只用了三年时间，可以说走出了一个大大的牛市。国内资金大量进入艺术品市场，人们在基本生活需求得到满足之后，更加看好长线投资以及高额回报率。有关机构的统计数据显示，金融证券的平均回报率为 15%，房地产为 21%，而收藏艺术品则是 26%。



改革开放以后，中国艺术品市场的发展并非是一帆风顺的，其间也出现了不少问题。无论是一级市场的画廊，还是二级市场的拍卖行，或者是各类艺术博览会，在这几年的发展中，也出现了一些负面的东西。国力上升，中国经济持续稳步发展和藏家队伍的不断发展壮大，是中国艺术品市场走向繁荣的前提，而维持这种繁荣还必须依靠市场的日益规范和收藏者队伍的渐趋成熟。

二、艺术品投资的注意事项

据不完全统计，在我国，目前艺术品收藏者和投资者的人数已经超过 7000 万，占全国总人口的 6%。在这个基础上，艺术品市场的参与者和成交额还在以每年 10%~20% 的速度递增。可以说，当代中国正在以空前的速度向艺术品投资和收藏的新时代挺进。

艺术品投资的成败取决于投资者的经济实力和鉴赏眼光。毋庸置疑，艺术品投资应是一种长线投资，国际公认的艺术品获利周期是七至十年。在进行艺术品投资时，应注意以下一些事项：

首先，应多学习，了解、熟悉市场。通过逛文物艺术品市场，看相关图书，浏览相关网站等渠道，可以获得大量艺术品方面的信息。通过具体的数据，就可以大概分析出市场的一个基本走势，还可以比较出画家作品价位的波动和变化情况。例如，一些媒体或网站会提供一个画家五年、十年内作品的成交价列表或柱状图分析。这些数据在一定程度上能够起到参考作用。

其次，要选定合适的目标。收藏者要防止收藏的范围广、杂，应将个人的爱好、知识面的配置与个人的财力相结合，找准适合自己的收藏目标。普通收藏者最好专注于一项，有的放矢，形成重点，有自己的风格。

最后，具备一些基本的鉴定知识，对于投资者来说将会非常有帮助。基本的鉴定知识包括作者的简历、作品的创作背景等。



因为每一件作品都是在一定的历史背景下，在一定的文化现象下创作完成的，这些条件通常可以用来判断一件作品的真假、好坏。所以不能光听信故事，而应多向博物馆学习，或向好的文物商店学习，多参加大型拍卖会。另外，也可请可靠的专家鉴赏把关。

虽然艺术品门类繁多，艺术品投资博大精深，但是艺术品还具有一些共性，是有价值规律可循的。第一，材质价值。所有的艺术品都必然依赖一定的物质载体，所以材质决定了艺术品的品位，如明清家具就分紫檀、黄花梨等材质。第二，艺术价值。艺术价值决定了艺术品的价格。适于投资的艺术品应该是高质量的精品，因此艺术品投资者要有精品意识。第三，年代价值。一般来说，年代越久越好。第四，数量价值。艺术品的数量是会影响其价格的，数量少而精的作品，其价格自然较高。概括地说，艺术品价值取决于“美”、“真”、“精”、“稀”。

当然，除了上面所提及的相关知识，投资者还应具有一定的法律意识，熟悉相关的法律法规，以规避入市、投资风险。比如在通过拍卖会竞买艺术品时，就应了解现在的《拍卖法》对拍卖人、委托人的免责条款，要有自我保护意识，并注意保留证据。只有进行了充分的准备，才能更好地保护自己的权益。

三、规范的艺术品市场的必备条件

建立一个规范的艺术品市场必须具备一些条件，这些条件必须通过一些有效的措施来保障实现。

第一，要建立、发展艺术经纪人制度。如果把艺术作为一种产业，那么产、供、销的程序都要艺术家一个人去完成是不可想象的。所以文化艺术品市场需要一个中间环节去完成包装、宣传和推销，这个环节就是经纪人。可以说艺术经纪人是艺术品市场的三大支柱之一（另外两大支柱是拍卖行和画廊）。具有法人资



格的经纪人通过发掘、包装、宣传有潜力的艺术家，实现艺术家的追求，引导市场的审美倾向，依法进行艺术品交易，这是市场规范化的标志。在欧美发达国家，艺术经纪人制度已经比较成熟。如在美国，许多投资者借助经纪人的帮助进行艺术品的购买，如纽约现代艺术博物馆向大公司提供艺术咨询服务。

第二，应完善艺术品市场的税收政策。目前，我国艺术品经营企业的税收政策没有反映知识产权的特性，而是按一般商品和商业企业的共性课税的。同时，对企业收藏和捐献艺术品也没有特别的优惠政策。所以应尽快完善艺术品市场的税收政策，如对艺术品经营实行减税，或规定建筑的预算中有一定比例是艺术品投资的预算，企业收藏的艺术品可属于固定资产等。

第三，应建立艺术品市场登记认证的数据库。在政府相关部门指导下建立此数据库，对艺术品及其价格、经营者进行登记，以监督、规范艺术品市场，抵制假货。

第四，应加强法制建设。目前关于艺术品市场方面的法制建设还比较滞后。1994年文化部颁布了《美术品经营管理办法》，在加强艺术品市场的管理方面起到了一定的作用。但这些年随着市场经济的发展，艺术品市场出现了许多新问题、新情况，因此，艺术品市场的立法工作亟待加强，立法层次亟待提高。

第五，应加强艺术教育、宣传工作，提高社会对艺术品市场的认识，培育买家市场。艺术品市场是随着法律法规的完善、中介机构的规范、政策的扶植、大众艺术鉴赏力的提高逐渐成熟的。

总之，国力上升，中国经济持续稳步发展，以及藏家队伍不断扩大、实力增强，是中国艺术品市场走向繁荣的前提，而维持这种繁荣还必须依靠市场的日益规范和收藏投资者队伍的渐趋成熟。我们有理由相信中国艺术品市场会有一个美好的、广阔的发展空间。