

中国 画 市场 投资 策略 八 讲

朱
剑
著

东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

八讲 中国画 市场投资策略

朱剑 著

东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国画市场投资策略 8 讲 / 朱剑著. —南京:
东南大学出版社, 2013.12

ISBN 978-7-5641-2911-8

I. ①中… II. ①朱… III. ①中国画—绘画艺术市场—中国—高等学校—教材②中国画—投资—中国—高等学校—教材 IV. ①J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 021088 号

中国画市场投资策略八讲

著 者 朱 剑

责任编辑 李 玉

责任印制 张文礼

封面设计 陈亚建 王 珩

出版发行 东南大学出版社

出 版 人 江建中

社 址 南京市四牌楼 2 号(邮编 210096)

印 刷 兴化印刷有限责任公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 700mm × 1000mm 1/16

印 张 17.25

字 数 358 千字

版 次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

印 数 1-3000 册

书 号 ISBN 978-7-5641-2911-8

定 价 58.00 元

* 东大版图书若有印装质量问题,请直接向营销部调换。电话:025-83791830。

目 录

01	导 言
01	一、中国画的传统形态与现代形态
07	二、审美期待与艺术个性的矛盾张力
09	第一讲 一级中国画市场和二级中国画市场
10	第一节 画廊与文物商店
11	一、画廊的类型和运营模式
12	二、国内画廊经营面临的问题
14	三、国内画廊的区域特点
15	四、文物商店的特点
16	第二节 拍卖市场
17	一、中国拍卖行业的层次性
19	二、拍卖市场的区域性问题的
21	三、中国画拍卖市场的态势
29	第三节 艺术博览会与画展
29	一、中国的艺博会发展历程和格局
31	二、艺博会中的中国画市场现状与改进方向
34	三、以宣传和交易为目的的画展
35	第四节 网络与画商
35	一、网络销售的优势和弊端
36	二、网络销售中国画的分档问题
37	三、网络买家群体的特点
38	四、网络交易的主要方式



39	五、画商的特殊性
40	第二讲 中国画市场的秩序
40	第一节 法律规章与退出机制
41	一、著作权的相关问题
47	二、真伪的声明不保证、专业鉴定的现实难度和撤拍
55	三、目前适用于中国画交易的法律规章
56	四、退出机制的欠缺
58	第二节 市场竞争和交易秩序
58	一、竞争主体、竞争范围和竞争策略
66	二、信息不对称与交易机制
68	三、市场错位与秩序混乱
71	四、中国画市场的发展态势
74	第三节 中国画市场秩序的改进措施
74	一、加强政府监管职能
75	二、规范作品评估鉴定
78	三、实行从业资格制度
80	四、建立纠纷解决机制
81	五、政策扶持画廊制度
82	六、建立完善退出机制
83	七、设立行业标准体系
85	第三讲 中国画市场的消费与流通
86	第一节 中国画市场的主要流通渠道
86	一、画廊
87	二、拍卖
88	三、网络
89	四、机构收藏
93	五、政府订购
94	第二节 中国画市场的流通状态

94	一、分层分区流动
96	二、市场流通细化
97	三、交易规模增大
98	四、两极分化明显
99	五、整体价格上涨
100	六、高价流通降低
102	第三节 中国画市场的消费环境和消费规律
102	一、中国画市场的消费环境
103	二、保值理念与名家效应
106	三、学术定位与价格体系重构
106	四、长期持有与资本化倾向
107	第四节 中国画市场的消费群体和消费特点
108	一、收藏者
109	二、企业
109	三、投资机构（基金）
111	四、画廊
111	五、中等收入群体
111	六、其他
113	第四讲 中国画市场的策划运作
113	第一节 基本策略
114	一、基本传播模式与良性、恶性运作
116	二、关注度与品牌效应
119	三、三大关键因素
124	第二节 策划运作的原则
124	一、前瞻性原则与可操作原则
125	二、系统原则和效应原则
126	三、诚信原则和理性原则
127	第三节 媒体运作和运作媒介
127	一、增加重复出现率

129	二、平面媒体宣传
132	三、视听媒体宣传
135	四、网络媒体宣传
136	五、主要运作媒介
138	第四节 艺术批评
138	一、艺术批评是投资导向
140	二、中国画市场的艺术批评现状分析
143	三、艺术批评与市场要求
145	第五讲 中国画市场中的画家与画价
145	第一节 画家与作品的互动关系
146	一、画家的宏观创作环境和专业创作环境
148	二、不同创作目的及其对应价值
151	三、画家分类与画家“等级”
157	四、地域画派及其市场
172	第二节 中国画作品的成本与价格
172	一、中国画的成本构成
174	二、中国画的价格构成
180	三、中国画作品的市场定价
187	第六讲 中国画市场投资的准备工作
187	第一节 了解投资对象
188	一、画家分析
190	二、作品分析
192	三、市场分析
194	四、价格分析
196	第二节 关注市场预警
196	一、投资心态与市场预警
197	二、主要预警信息来源
202	第三节 设定投资周期

202	一、不同投资周期分析
205	二、投资周期的设定性与随机性
208	第七讲 中国画市场投资的收益与风险
209	第一节 优化资产配置
209	一、中国画投资与资产配置
211	二、中国画作为资产配置的条件
212	三、中国画如何进行资产配置
214	第二节 风险细化分析
214	一、真伪风险
214	二、价格风险
215	三、信用风险
215	四、操作风险
215	五、经济周期风险
215	六、政策法规风险
216	七、交易性和流动性风险
216	第三节 主要投资误区
216	一、轻信著录
224	二、买大略小
224	三、高价高质
225	四、慕名与追高
226	五、存世量情结
227	第四节 风险管控策略
227	一、分散投资与归核化
229	二、咨询专业对象
231	三、建立风险管控制度
233	第八讲 中国画市场的投资与变现
233	第一节 画廊（经纪人）
235	第二节 艺博会

237	第三节 拍卖与私下交易
237	一、实体拍卖公司的拍卖
240	二、网络拍卖
241	三、私下洽购
242	第四节 艺术品基金与艺术品信托
242	一、艺术品基金
245	二、艺术品信托
247	第五节 艺术品按揭
248	第六节 艺术品产权交易
248	一、艺术品产权交易的内涵
249	二、份额化交易模式的问题
252	三、份额化交易后的处理方案
254	第七节 质押典当
254	一、典当行典当业务
259	二、银行典当业务
262	主要参考文献
266	后记

导言

在进入中国画市场投资的话题之前，需要弄清楚两个问题：第一，中国画的传统形态与现代形态；第二，受众审美期待与画家艺术个性之间的关系。只有对这两个问题具备了明晰的认识，才能更好地实施投资。因为意欲投资中国画，首先必须知道中国画是什么形态。确定对象之后，则又要面临作品是否符合自己的审美期待，尔后才轮到出手或投资或收藏。可见，上述两个问题是本书的基础。

一、中国画的传统形态与现代形态

中国画形态问题的产生时间并不长。中国画字面上基本可以蕴含三层意思：1. 中国文化孕育出的画；2. 中国人创作的画；3. 用中国特有绘制工具和材料表现出来的画。民国以前，以上述内涵制定标准来明确中国画的形态，基本上不会产生太大异议——人们会把对自然、社会及与之相关联的政治、哲学、宗教、道德、艺术等方面的认识作为表现内容，用毛笔蘸水、墨、国画颜料，通过工笔、写意或其他技法画在帛、绢、宣纸上的绘画作品，称之为中国画。也许有人会问，难道这一标准已经不适用了吗？确切地说，不是完全不适用，因为中国画的形态发生了某种根本性的变化。下面不妨对历史稍作追溯。

在美术史上，“中国画”的概念直到民国才出现。而此前，则根本没有人指出中国画还有所谓传统和现代

的形态之分。由于中国的文脉绵延数千年未曾断裂，汉代佛教西来，至唐已完全化为中国文化的有机组成部分。明后期传入的西方文化，则一直在主流文化边缘徘徊。中国画也与此相应，从形态上看基本一脉相承，即使是受到清代乾隆皇帝青睐的意大利画家郎世宁，也尽量将具有西画意味的画风往中国画上靠，更何况以他为代表的那种画风在当时主流画界声誉不甚理想。清代中后期直至民国，国运不断衰退，西方文化的优越性在中国人心目中完全确立起来，中国画的传统形态也随之受到西方绘画的影响发生变化，而且这种变化趋势一直到现在依然延续着。如果对比一下，会很明显地看出其间巨大的差异。

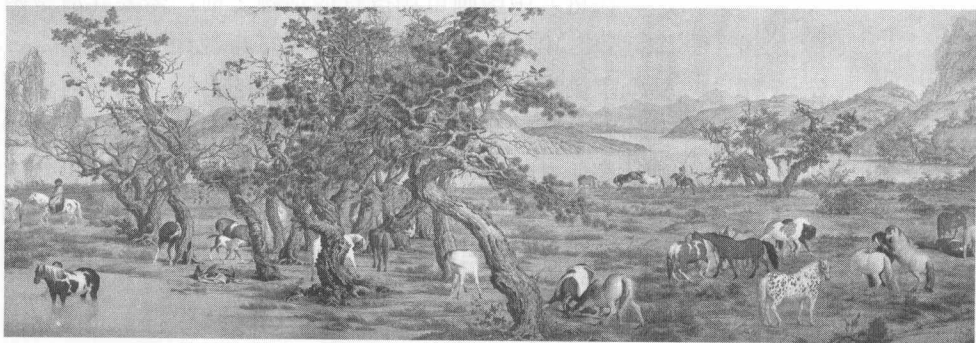


图1 郎世宁作品

既然中国传统文化很大程度上被西方化，绘画也不免有此倾向。自五四新文化运动以来，除了一部分坚持传统的画家之外，改革中国画成为时代潮流。以留学日本、欧美的高剑父、高奇峰、刘海粟、徐悲鸿、林风眠等人为代表，倡导将西方美术的写实及近代西方美术的创作观念与传统中国画相融合。如高剑父、高奇峰等岭南画派画家，以传统的撞水、撞粉法和没骨法结合日本画法；徐悲鸿将西方的写实绘



图2 高剑父作品

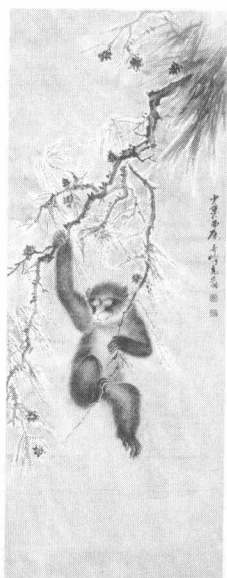


图3 高奇峰作品



图4 徐悲鸿作品

画技巧融入传统笔墨；林风眠调和中西，汲取民间美术的质朴与刚健；陈之佛将中外装饰艺术中的色彩融入工笔花鸟画的创作；新中国建立之后，以傅抱石为代表的新金陵画派和以赵望云、石鲁为核心的长安画派，均借鉴了西方现实主义创作理念，将对景写生与传统笔墨有机统一；吴冠中则用中国画的工具材料和西方现代构成形式结合。改革开放以后，越来越多的画家涉足实验性水墨创作，在保留中国传统笔、墨、纸等因素的基础上，大量运用西方现代艺术创作中的一些



图5 林风眠作品

方法和观念，代表画家有刘国松、谷文达、仇德树等。回顾近百年来中国画的面貌，其形态丰富程度早已超越先前，而且很多形态与传统中国画大相径庭。具体来说，画家首先借鉴了部分西画的工具材料，比如采用方头笔；糅合了水彩、水粉甚至丙烯画颜料；载体也不再局限于绢素宣纸，而是拓展到日本纸、高丽纸以及布料等前所未有的材质。其次，绘画技巧吸收了西画手法，比如中国山水画中出现了

用也随处可见。尤其是人物画，造型反映出大量解剖学知识，即使那些变异的人物形象，也很难看到传统相术的体现。再次，传统中国画形态中折射出的对自然社会包括对政治宗教、道德艺术的理解，在现代形态里也有变化。比如西方绘画中的现实主义、现代主义以及后现代主义的绘画理念和创作手法，都可以在中国画中找到其实践者。及至当下，无所不在的市场诱惑对中国画坛的影响更是深刻。



图6 陈之佛作品

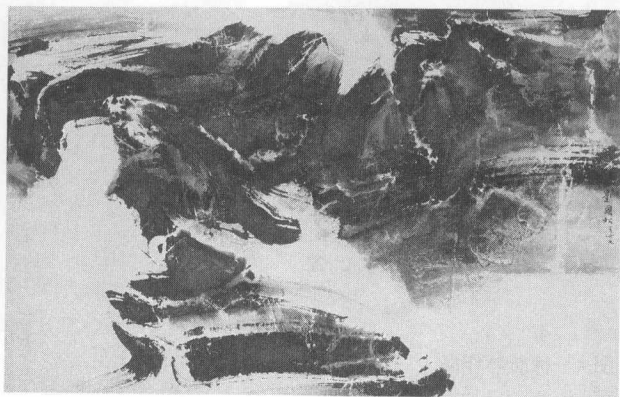


图7 刘国松作品

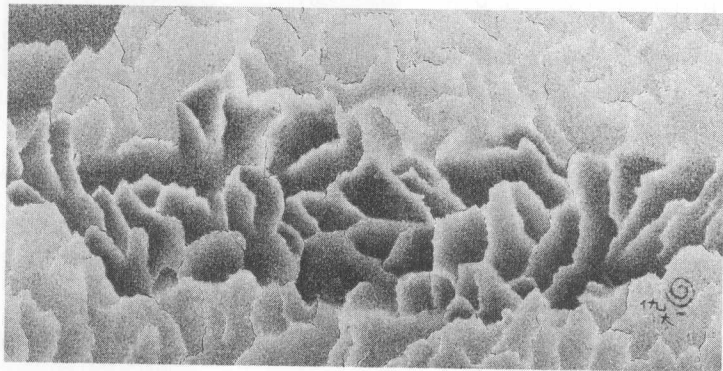


图8 仇德树作品

表1 中国画的传统形态

思想内涵		先秦道家奠定了中国画审美精神的基调,唐代禅宗和宋明儒家在某些具体的方面进一步发展以及补充山水画的审美精神,主要体现为平淡自然和玄妙清静的审美境界。
分类	题材	唐代张彦远《历代名画记》分六门,即人物、屋宇、山水、鞍马、鬼神、花鸟等。北宋《宣和画谱》分十门,即道释、人物、宫室、番族、龙鱼、山水、鸟兽、花木、墨竹、果蔬等。南宋邓椿《画继》分八类(门),即仙佛鬼神、人物传写、山水林石、花竹翎毛、畜兽虫鱼、屋木舟车、蔬果药草、小景杂画等。
	技法	写意、工笔、工兼、白描、没骨、青绿、青碧、浅绛、水墨。
造型特点和表现方法 ^[1]		描绘对象与现实之间的相似和不似程度均保持着一定的距离,即“妙在似与不似之间”和“不似之似”。 不拘于焦点透视,不拘于解剖知识,依照画家的主观感受和艺术创作的法则经营位置,具有极大的自由度和灵活性。 不将画面填满,或多或少空出底色,即“留白”。
审美特色 ^[2]	笔墨	骨法用笔:造型以线条为主,结合书法用笔。墨分五色,强调自然。
	修养	强调诗、书、画、印四门功课的综合。
	境界	画家需不断提升完善自己的人生境界直至达到“天人合一”。

[2] 以宋代以来的文人画为考察对象。

表2 中国画的现代形态^[1]

洋为中用 古为今用 类中国画	思想内涵		将西方现实主义思想融入创作,关注当下,关注现实,关注社会,关注政治,发掘人性深度。 将西方现代主义艺术中强调个性张扬、情感外露以及追求形式的纯粹性等思想融入中国画创作中。 吸收传统民间艺术精神中的通俗性和刚健有力的素质。
	分类	题材	现代形态的中国画通常归纳为山水、人物和花鸟三门。但此三门除了涵盖传统题材外,还增加了若干全新表现对象。如江南水乡、高原戈壁、都市景物、都市人物、卡通人物以及各种传统中国画未曾描绘的动植物等等。
		技法	除了传统技法之外,还吸收了西方若干绘画种类中的多种技法以及民间工艺美术中的技法。
	造型特点和表现方法		除了继承传统造型特点和表现方法之外,还吸收了西方的速写设色法、焦点透视法,解剖学、明暗光影造型等,追求与现实的相似性,如营造三维空间的逼真程度,肌肉骨骼及其运动的准确程度。 在保持具象的前提下,结合西方现代主义的构成意识和抽象表现主义的视觉效果等。
	审美特色		跳出独立审美笔墨形式,将其与描绘对象的结构、光影等因素进行结合。 画家身份趋于专业化,诗书画印的综合并非唯一标杆。
实验类中国画	思想内涵		是西方现代主义思想、后现代思潮与本土思想结合,创造性地表达对传统、对当下的个人化特殊感受、感觉状态和精神状态的产物。 对传统艺术精神的反叛,象征对无限自由与边缘化的追求。
	分类	题材	不限。
		技法	综合材料,技法不限。
	造型特点和表现方法		不限。 不仅是纸本、绢本等平面性的绘画,某种程度上还突破单一的平面,结合空间的立体性来表现。
	审美特色		追求创作技法和创作材料的丰富性。 拓展传统技法和材料的表现力度。 蕴涵观念的前沿性与先锋性。

[1] 当下也有画家依然沿袭传统形态的中国画,但不在本书现代形态的中国画讨论范围内。需要特别指出的是,有些近代中国画家如齐白石、黄宾虹、潘天寿等大师依然是沿着传统路线一路走过,他们的作品面貌虽然与传统形态的中国画有所区别,但却是文脉按照自身逻辑发展出现的结果,并不能归于西方绘画的影响。如黄宾虹晚年作品中呈现出抽象意味和潘天寿作品构图中的构成意识,都属于传统中国画脉络的自然生成,在此意义上,它们应归属于中国画的传统形态。

通过两张表格可以看到,近代以来尤其是改革开放之后的三十余年,不仅中国画的形态发生了巨大变化,其创作理念甚至发展到有意识背离千年未变的文化精神。那么,人们是否还能将那些看上去显得有些陌生的绘画形态视为“中国画”吗?如果从接受者的角度看,现代形态尤其是实验形态的中国画在非专业人士眼中,远远不如传统形态中国画的辨识度和认可度高。然而,它们依然是不折不扣的中国画。因为中国的文脉千年以来未曾断裂。不可否认,近百年来中国社会形态变迁不断,而且西方文化的影响也已经深入到人们思想和生活的每个层面,但传统并没有被完全代替,它与西方文化不断融合,在现实中顽强地留存至今。时间是不可割断的绵延之流,传统自然也不是博物馆中僵化的标本。当下必然包含着所有的传统因子,传统也正是以各种活生生的方式存在于人们周围。人们不可能跳出时间看传统,从“现在的视域”回溯传统,必然会让传统呈现不同的面貌。中国画从传统形态向现代形态转变的过程,正是中国文脉发展变迁的投射。抛开价值判断不谈,现代形态的中国画在面对现实的同时既没有单纯地复古也没有全盘照搬西画,而是在寻找一种面对历史和面对世界的方式来审视传统。

其实,“中国画”这个概念的出现尚不足百年,原本就是因底气不足,采用“正名”方式宣告自身存在的价值。而按照哲学家维特根斯坦的观点,一个概念的内涵始终处于外延式的发展过程之中。鉴于此,我们大可不必要求确立中国画形态的标准,而应该以开放的心态来看待中国画的各种形态。

二、审美期待与艺术个性的矛盾张力

讨论这部分内容的目的,是要清楚画家和买家对作品态度的不同以及它们之间的互动关系。

首先从买家的立场来讨论这个问题。审美期待是一个纯粹的美学概念,意思是审美主体依照满足自身审美心理、获得审美快感的审美原则产生对审美客体的形式及效果的期待和希望。在此之所以提出审美期待,是因为买画者尤其是纯粹的收藏者在选择作品时,通常会寻找符合自己审美期待的作品。但是符合买方审美期待的作品并不一定最具增值潜力,所以这一点对以投资增值为目的的购画者来说,重要性就要相对低一些。故而,买家必须细化购买目的然后再审视自己的审美期待在购买行为中的作用和地位。

其实所有人都存在着审美期待的,它是由以往鉴赏中获得并积淀下来的对艺术作品艺术特色和审美价值的认识理解。而且这个“期待视野”并非一成不变,每次新的艺术鉴赏实践,都要受到原有“期待视野”的制约同时又修正拓

宽它。一旦审美期待成为习惯性审美并产生惯性乃至惰性，那么对鉴赏作品而言就不是福音了。比如现实中还有些自负但又打算涉足中国画投资收藏的人，只认可自己的欣赏品味，根本不能容忍作品中体现出来的艺术个性和他审美期待之间存在错位。这类人往往会错失真正优秀且具有收藏价值和升值潜力的作品。事实上，根据接受美学的观点，一部优秀的艺术作品都会具有审美创造的个性和新意，也都会为接受者提供不同以往的审美经验。如果买家看到作品与自己审美期待不符，首先不应排斥，而应该检讨自己审美经验不够丰富，同时意识到作品至少对自己来说具备新意。尤其对期待视野已然十分宽广的资深藏家而言，看到具有新意的作品无疑更加兴奋，某种程度上这也会成为刺激其购买欲望的因素。

从画家的角度来讨论审美期待问题，则是为了强调画家应该对自身艺术个性有所保持和发展。因为很少有画家能完全超越来自市场的诱惑，某种意义上，大多数画家对市场的姿态往往取决于市场对他的态度，古今中外皆然。当然，画家所摆出的姿态，也和他自身性格以及综合素质有关。在此要特别指出，如果画家为了迎合市场，有意识地画出符合买家审美期待的作品而放弃或扭曲自己的艺术个性，那么他既是对自己作品不负责，也是对市场、藏家和投资者不负责，也许短时间内，画家的这种行为会获利，但长此下去利益空间将越来越小，最终必然会被画界和市场淘汰。^[1]因此，若画家要兼顾市场和学术，那么他必须保持自己的艺术个性，努力拓展审美期待视野的疆域，保持作品和市场审美期待之间的矛盾张力。

鉴于以上论述，可以得出这样的基本结论，在市场经济环境中，如果画家和买方并不在意作品的传播面更广、关注度更高以及经济收益更大，那么应该完全尊重并保持作品的学术品格和个人的审美爱好。相反，如果画家和买方都有传播、关注度和经济收益等方面的要求，两者应该在一定程度上保持互动：既不能完全屈从于某一方，也不能彻底地孤芳自赏。需要补充的是，即使如此细化两者的关系，也要注意它不是一成不变。事实上，完全不关注经济效益而专注于个人作品的学术性和审美风格的画家，也同样有被市场、买家认可的例证，而一个画家在不同时期对市场有不同程度的关注，也会对其创作产生不同的影响。同样，对投资者而言，倘若购画目的是为了快速变现增值，那么在选择投资对象时，个人审美期待问题就必须为作品的市场认可度让路。

[1] 当然也有些所谓的江湖画家，专门为迎合市场创作，而他们原本也没有要兼顾学术和市场的要求，只是单纯为获利。这样的画家，不属于我们的讨论范围。