

【第二卷】

艺术品 投资与交流

Art Investment And Exchange

主编：杜少虎

禁酒令：给艺术品市场当头一棒！

2013，艺术品信托集体遭遇兑付危机？

董希文：油画民族风的旗手

邵大箴：染墨成趣开创独立品格



线装书局

中国投资协会艺术品投资交流中心重点推荐书籍

艺术品 投资与交流

Art Investment And Exchange

【第二卷】

主编：杜少虎

总策划：

吕长宋

顾问：（以姓氏首字笔画为序）

水天中	王玉良	王 镛	王渠芳	艾 轩	刘巨德
刘秉江	邵大箴	林冠夫	周培年	陈绶祥	陈 醉
施长恩	顾 森	陶咏白	黄国强	曾凡华	楼庆西

编委会：（以姓氏首字笔画为序）

王小宁	卢新华	冯民生	吕长宋	杜少虎	张 敢
李 超	陆 军	段运冬	陶 宇		

线装书局

图书在版编目(CIP)数据

艺术品投资与交流. 第2卷 / 杜少虎主编. -- 北京:
线装书局, 2013.4
ISBN 978-7-5120-0947-9

I. ①艺… II. ①杜… III. ①艺术品-投资-基本知
识 IV. ①F830.59

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第082535号

艺术品投资与交流 (第二卷)

主 编: 杜少虎

栏目主持: 陶 宇 陈立红 耿 杉 王玉珏
耿海珍 莫琳(实习)

责任编辑: 高晓彬

责任校对: 陶 宇

封面设计: 刘 凇

美术编辑: 孙永广

制 作: 胡伟阳

编 务: 雷俊玲

出版发行: 线装书局

地 址: 北京市西城区鼓楼西大街 41 号

邮 编: 100009

电 话: 010-64045283

网 址: www.xzhbc.com

印 刷: 北京博海升印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/16

字 数: 384 千字

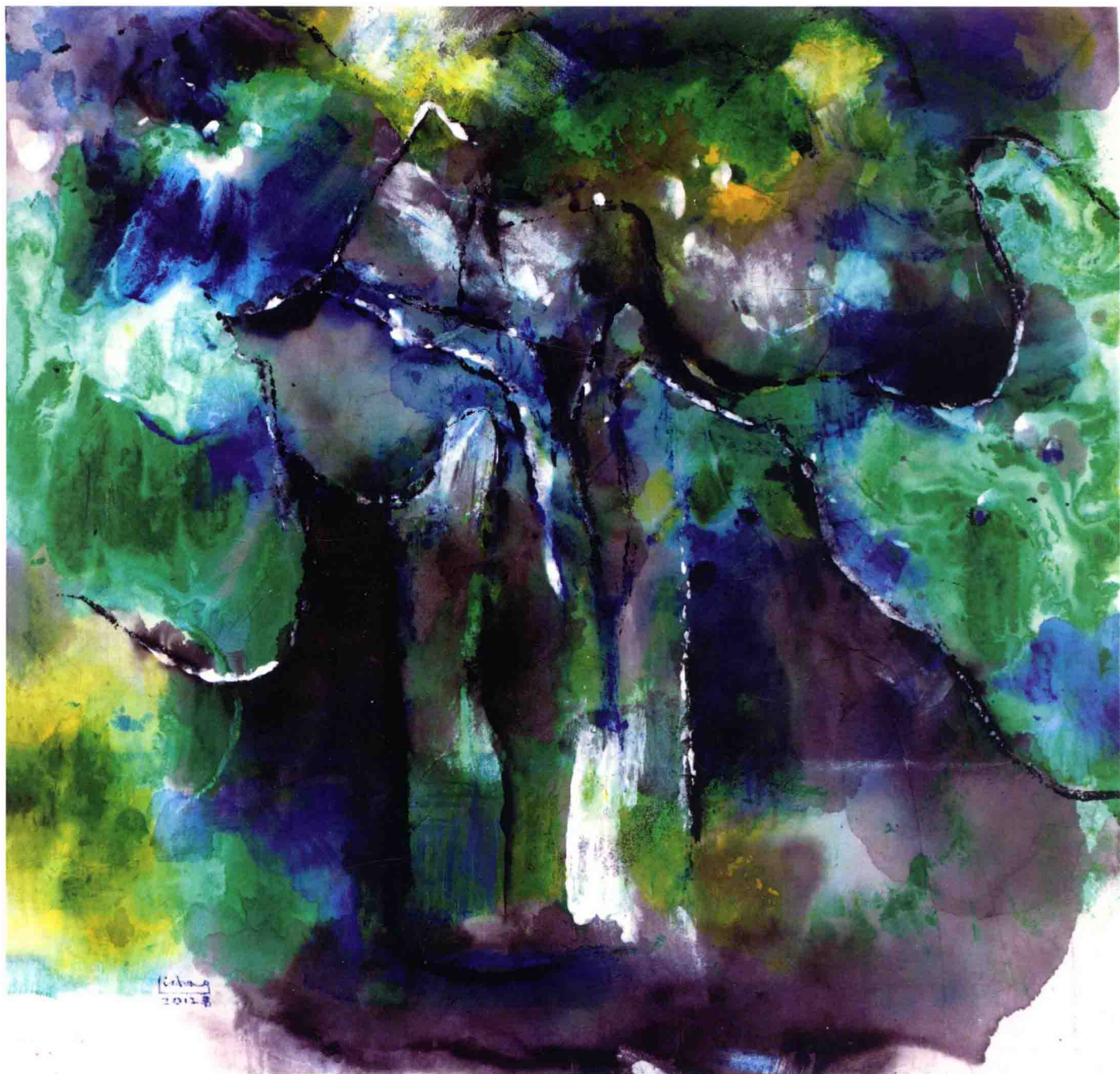
印 张: 13

版 次: 2013 年 4 月 第 1 版第 1 次印刷

印 数: 3000 册

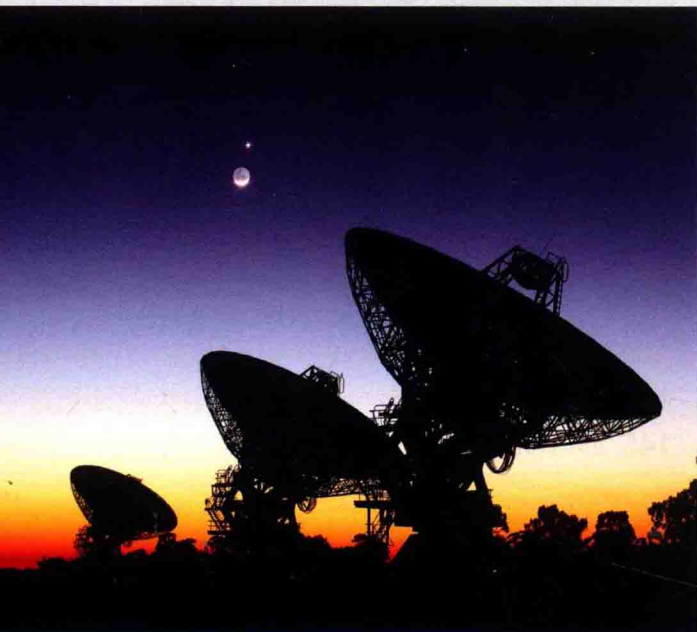
广告经营许可证号: 京西工商广字第 8011 号 (1—1)

定 价: 68.00 元



李超 瓶花 水墨 综合材料 55cm×60cm 2012年

目录CONTENTS



前沿观察 Frontier Observation

- | | | |
|----|-----------------|-----|
| 9 | 禁酒令：给艺术品市场当头一棒！ | 陶宇 |
| 10 | 艺术市场三宗罪 | 郭晓川 |
| 11 | 美术批评何以失效？ | 刘晓丹 |
| 12 | 画家莫有“江湖气” | 杜少虎 |
| 13 | “小清新”不是当代艺术 | 朱其 |
| 14 | 市场乱象下如何投资艺术品？ | 陈明 |
| 15 | 公共文化治理的困境与可能 | 祁艳 |

艺术投资 Art Investment

市场热点

- 16 2013，艺术品信托集体遭遇兑付危机？ 莫琳

投资点津

- 22 “红色山水”的别样情怀
——对李可染作品市场价格及走势的分析与研究 赵刚
- 28 油画拍卖市场的“文革情结” 雷蓉蓉

管理与融资

- 38 如何理解艺术品的价格？ 马健

艺术村

- 44 南昌有个“791” 陶宇

书画品鉴 Paintings Tasting

世纪风骨

- 52 董希文：油画民族风的旗手
- 55 我认识的董希文 董一沙
- 58 董希文的艺术观
——对话刘秉江先生 陈立红
- 61 董希文绘画作品欣赏

学者画品

- 66 邵大箴：染墨成趣开创独立品格
- 68 我和水墨画 邵大箴
- 69 文心墨韵——邵大箴先生访谈 陈立红
- 72 众家评说邵大箴
- 73 邵大箴绘画作品欣赏

学苑名家

- 78 冯民生：触及灵魂的乡村意象
- 79 西部的阳光
——冯民生油画风景评析 杜少虎
- 81 冯民生绘画作品欣赏
- 86 李德辉：用心灵与自然对话
- 87 栖居在诗意氛围中的油画家
——李德辉风景画释读 杜少虎



邵大箴 春笑 水墨 42cm×44cm 2011年

89 李德辉绘画作品欣赏

94 木西：在诗境中寻找别样人生

95 如梦的诗语——品读木西的油画

陈立红

97 木西绘画作品欣赏

艺事聚焦

102 第六届全国高等院校美术史学年会综述 刘岳

103 中央美术学院美术馆藏国立北平精品陈列 (西画部分) 展览开展 屈欣艳

105 2013年春季拍卖会中国书画专场展望 刘岳

106 第七届AAC艺术中国论坛启动 刘倩

理论探索

108 从中国绘画的表现方法谈到油画中国风 董希文

隐者寻踪

114 沉滞的艺术年华——李青萍艺术现象分析 李贞艳 耿杉

工艺收藏 Crafts Collection

品陶论瓷

118 长沙窑考古发现50年

周世荣

122 登封曲河窑

陈永康

126 传统钧瓷烧制技艺、窑炉的恢复与发展

——任星航访谈

李朝霞

鉴玉赏石

132 翡翠的拍卖

万珺

136 一个当代藏家的古玉情结

敬悦

140 合理开发珍稀材料 合力创作当代国宝

郭晓川

收藏动态

145 谁是真正的大师

——工艺美术大师作品投资分析

郝米嘉

工艺大师

150 梁端玉：

走出“象牙塔”的象牙雕刻大师

严仕华

文化经纬 Cultural Aspect

遗产保护

156 丘壑上的土居

——山西师家沟黄土窑洞村落

王春波

古镇采风

166 川底下村——古驿道上的四合院

耿海珍

建筑研究

172 长桥卧波 未霁何虹

——中国古代拱桥艺术

刘托

176 闽南民居的营造艺术

马全宝

雅集

180 中国投资协会艺术品投资交流中心举办

“南风清韵”雅集活动

莫嵩

坊间杂谈 Interview

186 拓片——亟待重视的中国文化瑰宝

耿海珍

市场资讯 Market News

艺术品 投资与交流

Art Investment And Exchange

【第二卷】

主编：杜少虎

总策划：

吕长宋

顾问：（以姓氏首字笔画为序）

水天中	王玉良	王 镛	王渠芳	艾 轩	刘巨德
刘秉江	邵大箴	林冠夫	周培年	陈绶祥	陈 醉
施长恩	顾 森	陶咏白	黄国强	曾凡华	楼庆西

编委会：（以姓氏首字笔画为序）

王小宁	卢新华	冯民生	吕长宋	杜少虎	张 敢
李 超	陆 军	段运冬	陶 宇		

线装书局



中国投资协会

艺术品投资交流中心

主任：吕长宋



简介

艺术品投资交流中心是中国投资协会为了加强艺术品投资领域的交流、管理，促进艺术品投资市场健康、理性、可持续发展而成立的专门机构，负责为中国投资协会在艺术行业发展会员，并为会员提供服务。

艺术品中心成立宗旨

严格遵守中国投资协会的章程和宗旨，宣传贯彻国家有关文化艺术品政策法规，研究艺术品投资领域的重大理论和实际问题；加强艺术品投资行业规范和自律管理，保护艺术品创作者和投资者的合法权益；充分发挥协会的行业组织优势，主动为艺术家、收藏家、投资者和艺术品市场提供全方位服务，构建艺术品交易各方与政府主管部门之间、艺术品交易各方之间交流合作的桥梁与纽带，推动中国艺术品投资行业持续健康发展；积极促进艺术品投资与金融资本的有效对接；加强国际交流，积极促进中国艺术品市场国际化发展，致力于打造具有国际影响力的艺术品投资交流平台。

艺术品中心业务范围

1、开展艺术品投资政策信息和投资理论研究、加强市场调研和经验交流，发布《艺术品投资年度发展报告》，促进艺术品多元投资主体格局的形成和资本市场的完善。2、组织艺术家、投资者进行交流互动，开展艺术品交流和学术研讨活动，举办艺术品展览展示活动。3、积极促进中国艺术品市场与国际接轨，加强艺术品市场发展和投融资的国际经验交流，加大对外宣传，将艺术品中心发展成为中国艺术品走向国际市场的一个重要渠道。4、推出“美丽中国·文化古镇”美术创作工程，塑造美术创作文化品牌。5、组建一支权威的专家顾问团队，为各类投资主体提供艺术品投资咨询服务。6、编辑出版刊物，建设网站，加强信息交流，扩大对外宣传。7、依法维护会员单位和个人的合法权益。

电话：010-61934458 传真：010-61934425

网址：www.中投艺术网.net www.artcia.net 邮箱：art001@artcia.net

地址：北京市海淀区长春桥路5号新起点嘉园10号楼1905室（100089）

卷首语

杜少虎

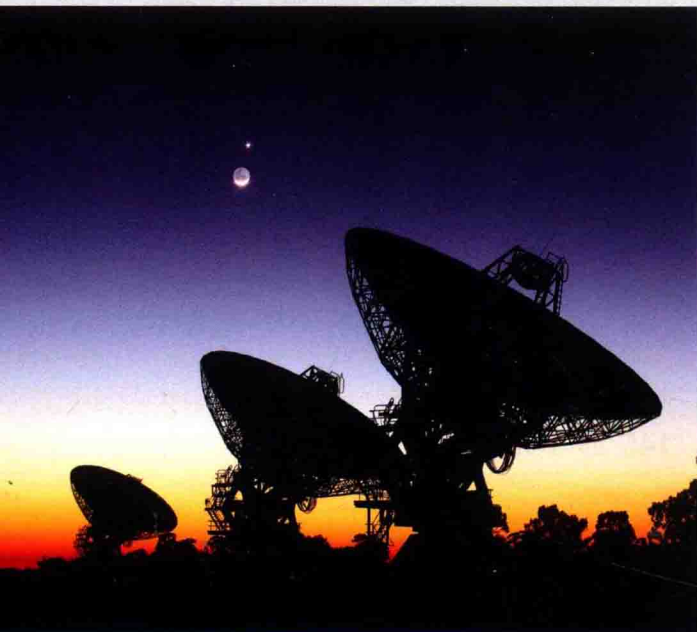
伴随着癸巳年春天的脚步，我们迎来了《艺术品投资与交流》第二卷出版的日子。初春的北京，云淡风轻，惠风和畅，杨柳的叶子刚刚吐露出淡黄色的新芽。就像这早春的新芽一样，这本书经历了严冬的寒冷，从无到有，在许多前辈的呵护和同仁的共同努力下，即将绽放出应有的光彩。初春是最美的时辰，也是青年人吐露心声，展示才华的最佳季节。抚今追昔，探迹钩沉，书中隐含的编辑思想及些许新意，是我们献给广大读者的礼物。我们期待能够遇到有知音，当然，也希望这本书成为艺术投资领域的“热门”，并企盼“若待上林花似锦，出门俱是看花人”时刻的顺利到来。

艺术市场的全面繁荣是当代文化领域的流行色，其凸显出来的现实景象，是低水平艺术品的泛滥成灾。如今，逃避现实的娱乐文化取代了艺术作品中的永恒价值，商业利益对艺术的控制日益增强。我们必须承认，艺术家对社会也有一定的依赖性，他们不可能逃离社会而离群索居。对待艺术问题，我们必需要在广泛的社会语境中加以讨论，因为日常文化中存在着“鲜活的”、无限丰富的多样性。

艺术品是一种创造性物品，有其自身的独特性，我们不能忽略艺术品的审美价值而去过分强调它的社会属性，但是，这种“无功利的观照”（康德语）并不能保持其长久的独立性，物品一旦进入流通领域，便会像商品一样具有特殊的交换价值。在人类学的研究当中，马林诺夫斯基给我们勾画了一幅物品交换的蓝图。“库拉”是一种在特罗布里恩群岛原始土著居民中物品交换的贸易原则，“库拉”的基本方式是用臂镯交换项圈，用项圈交换臂镯，交易仅限于“库拉”伙伴之间。这种装饰品交易制度的确立，意味着相互责任和权利关系的形成，涵盖了高度的相互信任和商业荣誉，甚至成为土著人心目中礼仪性的宝贵物品以及地位、财富的象征。在今日的中国社会，艺术品的商业价值，似乎类似于“库拉”的这种社会功能，它不在于“为了使用才拥有”，而更多的是充当礼仪性的“炫耀物品”，并由此获得一种强大的心理与社会力量。

显而易见，金钱和艺术正在以“生活美学”的名义加紧融合，经济资本对文化消费的主导作用亦日渐明显。而特别令人欣慰的，是国家资助和私人赞助以及理性的艺术管理机构正在逐步建立，真正的艺术家对商业介入的敌对情绪也缓和了许多。同市场开放的自由买卖相比，许多商业机构在某种程度上更具有“文化眼光”，可以断定，在未来的艺术环境中，艺术家、赞助人、销售商和媒体记者将会更加注重相互间的自觉交流和合作。

目录CONTENTS



前沿观察 Frontier Observation

- | | | |
|----|-----------------|-----|
| 9 | 禁酒令：给艺术品市场当头一棒！ | 陶宇 |
| 10 | 艺术市场三宗罪 | 郭晓川 |
| 11 | 美术批评何以失效？ | 刘晓丹 |
| 12 | 画家莫有“江湖气” | 杜少虎 |
| 13 | “小清新”不是当代艺术 | 朱其 |
| 14 | 市场乱象下如何投资艺术品？ | 陈明 |
| 15 | 公共文化治理的困境与可能 | 祁艳 |

艺术投资 Art Investment

市场热点

- 16 2013，艺术品信托集体遭遇兑付危机？ 莫琳

投资点津

- 22 “红色山水”的别样情怀
——对李可染作品市场价格及走势的分析与研究 赵刚
- 28 油画拍卖市场的“文革情结” 雷蓉蓉

管理与融资

- 38 如何理解艺术品的价格？ 马健

艺术村

- 44 南昌有个“791” 陶宇

书画品鉴 Paintings Tasting

世纪风骨

- 52 董希文：油画民族风的旗手
- 55 我认识的董希文 董一沙
- 58 董希文的艺术观
——对话刘秉江先生 陈立红
- 61 董希文绘画作品欣赏

学者画品

- 66 邵大箴：染墨成趣开创独立品格
- 68 我和水墨画 邵大箴
- 69 文心墨韵——邵大箴先生访谈 陈立红
- 72 众家评说邵大箴
- 73 邵大箴绘画作品欣赏

学苑名家

- 78 冯民生：触及灵魂的乡村意象
- 79 西部的阳光
——冯民生油画风景评析 杜少虎
- 81 冯民生绘画作品欣赏
- 86 李德辉：用心灵与自然对话
- 87 栖居在诗意氛围中的油画家
——李德辉风景画释读 杜少虎



邵大箴 春笑 水墨 42cm×44cm 2011年

- 89 李德辉绘画作品欣赏
- 94 木西：在诗境中寻找别样人生
- 95 如梦的诗语——品读木西的油画 陈立红
- 97 木西绘画作品欣赏

艺事聚焦

- 102 第六届全国高等院校美术史学年会综述 刘岳
- 103 中央美术学院美术馆藏国立北平精品陈列
(西画部分) 展览开展 屈欣艳
- 105 2013年春季拍卖会中国书画专场展望 刘岳
- 106 第七届AAC艺术中国论坛启动 刘倩

理论探索

- 108 从中国绘画的表现方法谈到油画中国风 董希文
- 隐者寻踪
- 114 沉滞的艺术年华——李青萍艺术现象分析 李贞艳 耿杉

工艺收藏 Crafts Collection

品陶论瓷

- 118 长沙窑考古发现50年 周世荣

- 122 登封曲河窑 陈永康
- 126 传统钧瓷烧制技艺、窑炉的恢复与发展
——任星航访谈 李朝霞

鉴玉赏石

- 132 翡翠的拍卖 万珏
- 136 一个当代藏家的古玉情结 敬悦
- 140 合理开发珍稀材料 合力创作当代国宝 郭晓川

收藏动态

- 145 谁是真正的大师
——工艺美术大师作品投资分析 郝米嘉

工艺大师

- 150 梁端玉：
走出“象牙塔”的象牙雕刻大师 严仕华

文化经纬 Cultural Aspect

遗产保护

- 156 丘壑上的土居
——山西师家沟黄土窑洞村落 王春波

古镇采风

- 166 川底下村——古驿道上的四合院 耿海珍

建筑研究

- 172 长桥卧波 未霁何虹
——中国古代拱桥艺术 刘托
- 176 闽南民居的营造艺术 马全宝

雅集

- 180 中国投资协会艺术品投资交流中心举办
“南风清韵”雅集活动 莫嵩

坊间杂谈 Interview

- 186 拓片——亟待重视的中国文化瑰宝 耿海珍

市场资讯 Market News

编委介绍

(以姓氏首字笔画为序)



王小宁，人民政协报文化周刊主编，文学博士，主任编辑。长期从事文化方面的新闻工作，撰写了大量文化新闻、散文、评论等；发表《那些人，那些事——辛亥革命时期的报刊》、《发挥副刊编辑文化传播作用》、《打开一条生路——谈抗战后文艺副刊与文学的一次转型》、《中国现代报纸文艺副刊的学院派文化特色概述》、《红楼梦子弟书研究述论》等论文；主编有《学海星光集》、《罗昭谏小品》等书籍。



卢新华，1954年生于陕西省。博士学位，清华大学美术学院教授；1978年考入原中央工艺美术学院，曾任清华大学美术学院副院长，2008年至今任清华大学艺术博物馆筹备领导小组副组长、筹备办公室主任，2010年任清华大学吴冠中艺术研究中心副主任兼秘书长，清华大学张仃艺术研究中心副主任，2012年任清华大学吴冠中艺术与科学创新奖励基金管理委员会秘书长，教育部艺术教育委员会委员，2012年12月任中国教育学会美术教育委员会副理事长，中国轻工联合会常务理事，中国美术家协会会员。1988年在德国慕尼黑举办水墨画个展，2000年水墨画作品《雪拥南关》参加中、日、韩三国教授作品联展，2001年与著名科学家、诺贝尔奖获得者李政道教授一起创作表现粒子对撞、物质构成的雕塑《物之道》，与著名艺术家吴冠中教授一起创作表现蛋白基因结构的《生之欲》雕塑，作品参加多项国际、国内大展。



冯民生，美术学博士，中国美术家协会会员，全国艺术专业学位研究生教育指导委员会美术与艺术设计分委员，中国教育学会美术教育专业委员会常务理事，陕西省油画学会副会长。现为陕西师范大学美术学院院长、教授、硕士研究生导师。作品参加全国第八届、第十届美展等全国美展多次。作品获全国美展二等奖1次、优秀奖2次，陕西省美展一等奖2次、二等奖3次，并有40余篇学术论文发表于《文艺研究》、《美术》、《新美术》、《陕西师范大学学报》、《美术观察》、《国画家》、《美术与设计》等刊物。发表的学术论文多次被人大复印资料转载。学术专著《中西传统绘画空间表现比较研究》由中国社会科学出版社出版并获陕西省高校人文社科优秀成果二等奖。《冯民生油画作品集》由陕西人民美术出版社出版。论文《论后现代艺术对我国高等美术教育的影响》获教育部高校艺术教育科研论文一等奖、陕西省一等奖。



吕长宋，出生于1973年，湖南溆浦人。1996年毕业于湘潭大学化学工程系化学工程专业。大学毕业以后，一直从事市场营销和管理工作，曾任正清集团湖南正雅制药有限公司销售总监，北京天慧药业股份有限公司营销总监，恒通集团华泰汽车有限公司总经理助理，北京华夏清音新闻工作者俱乐部总经理，全国供销总社新合作集团采购总监和市场总监，湖南华创集团副总经理兼保定华创房地产公司总经理，中国投资协会外资投资专业委员会国际金融资本研究中心主任，北京中投环球投资有限公司董事长，中国投资协会艺术品投资交流中心主任，《艺术品投资与交流》书籍总策划，中投艺术网总编。



杜少虎，中国艺术研究院艺术学博士后流动站研究人员，中国美术家协会会员、中国汉画学会会员。近年来，有三十余篇学术论文在国内专业期刊《文艺研究》、《美术观察》、《美术研究》、《装饰》、《中国书法》发表。出版专著三部：《拙笔妙彩·洛阳汉墓壁画研究》、《中国绘画发展史·魏晋》、《合群开蒙——20世纪早期中国西画社团研究》。参加省部级以上科研项目两项，2006年参加全国艺术科学“十一五”规划重点项目《中国现代美术史》课题组。近年来理论著作、美术创作屡次在国家级、省级展览中获奖：2006年专著《拙笔妙彩》获河南省第四届文学艺术优秀奖（省政府奖）；2009年获中国艺术研究院“优秀毕业生奖”；2009年论文入选第十一届全国美展·当代美术创作论坛，2010年被评为河南省教育厅“学术技术带头人”。2006年以来，多次被邀请参加国内重要学术会议并发言，有多篇论文入选会议文集。



张敢，1969年生于北京。1991年毕业于中央美术学院美术史系获文学学士学位。1994年毕业于中央美术学院美术史系获文学硕士学位。1999年毕业于中央美术学院美术史系获文学博士学位。1994年至1999年执教于中央美术学院美术史系。2002年调入清华大学美术学院艺术史论系，主要从事西方现当代美术、欧洲文艺复兴美术、西方基督教美术研究和当代中国美术批评。现为清华大学美术学院副院长、教授、博士生导师，《清华美术》主编。中国美术家协会理论委员会委员，中国国家当代艺术研究中心专家委员会委员。2009年入选教育部新世纪优秀人才支持计划，北京市社会科学百人工程（第二批）。代表著作有：《绘画的胜利？美国的胜利？——美国抽象表现主义绘画研究》、《欧洲19世纪美术》、《外国美术史简编》、《艺用解剖》（译著）等。另有论文数十篇发表于艺术刊物。



李超，字长寅，号千槩。2004年毕业于中国美术学院，获博士学位。现为上海大学美术学院教授，博士研究生导师，中国美术家协会会员。1989年作品《不与塞尚玩牌》，入选美国《不与塞尚玩牌——中国当代前卫绘画展》，被美国亚洲太平洋博物馆收藏。1990年作品《脸谱》入选香港《中国艺术大展》。2011年作品《亚平宁风光》入选2011年上海小幅油画展。2012年作品《千槩堂意笔》入选2012年上海小幅油画展。2000年编著《世界绘画珍藏大系》（合作）获得第十二届中国图书奖。2009年专著《中国早期油画史》获得首届“中国美术奖·美术理论评论奖”。主要学术成果有专著《上海油画史》、《架上的缪斯》、《中国早期油画史》、《中国现代油画史》、《中国近代外籍移民美术史》等。主编《中国西洋画百年珍藏系列》、《中国油画研究系列》等。



陆军，字子仁，籍贯江苏，1967年生于广西南宁市。1990年毕业于中央工艺美术学院装饰艺术系，获学士学位；2001年、2006年在中国艺术研究院研究生部（院）美术学系先后毕业，获硕士和博士学位。现就职于中国艺术研究院，任《美术观察》编辑部主任，副研究员。先后师从陈绶祥、林冠夫、李纪贤诸先生，取径于考据和考古，旁涉经史、小学、文献目录学，研究方向侧重于中国纹学、陶瓷史论、书画史论、工艺史论和中外雕塑史论，致力于当代文化批评和美术理论与批评的研究。



段运冬，1974年出生，西南大学教授、研究生导师，艺术哲学博士后，研究方向为美国现当代艺术史、视觉文化。2009年7月于中国艺术研究院获博士学位；2011年8月至2012年8月访学于美国常青藤盟校宾夕法尼亚大学（University of Pennsylvania）；2012年8月在纽约参加由美国亚洲文化协会、路西基金会主办的“美国艺术高级工作站”（Advanced workshop for American art）。主持国家社科基金艺术类等8项项目，在《文艺研究》、《美术研究》、《装饰》、《美术观察》等重要期刊发表论文80余篇。参与《中共中央宣传部·文化体制改革2006年年度报告》等的撰著，出版译著《欧洲绘画教室·素描》，获国家图书提名奖（1999）、全国艺术教师科研论文全国二等奖（2005）等奖励多项。



陶宇，1976年生于吉林长春，现为首都师范大学美术学院副教授，硕士生导师。2006年毕业于中国艺术研究院研究生院，获博士学位。中国美术家协会会员、中国投资协会艺术品投资交流中心专家委员会委员、文化部青联美术工作委员会委员、中国雕塑学会会员。主要从事艺术品市场、艺术管理学、城市雕塑、公共艺术等领域的研究工作。主持并完成教育部人文社会科学项目、北京市教委项目、北京市精品教材建设项目、获北京市人文社会科学优秀成果奖。出版专著及教材有《大师的生活——莫迪利阿尼》、《阳光、生命与雕塑的乐土——中外雕塑公园研究》、《艺术理论新探》、《艺术品市场概论》、《21世纪高等院校美术专业新大纲教材——艺术概论》（合著）。多篇学术论文在《美术研究》、《美术观察》等核心期刊发表。

栏目主持：杜少虎 陶宇

主持人语：

表面上日益繁荣的艺术市场很容易让人们在享乐主义的泥潭中得到自信和满足，低俗的艺术流行语逐渐取代了艺术家具有独创性的深刻见解。在资本运作和市场利益的驱使下，人们只会谈论快乐而不是正义，艺术品的市场价格取得了中心地位和话语权，这种文化商业化的最终结果，是人本主义精神幻想的完全丧失。我们无意否认艺术家追逐利益、获得幸福的原始本能，但是，我们有责任从这些纷繁杂芜的乱象中分辨出前行的路径。本期我们专门开辟了“前沿观察”栏目，邀请了部分活跃在艺术理论领域的青年学者和著名批评家，旨在通过对艺术市场存在的弊端和各类正在发生的现象进行深入地观察和客观剖析，以期对艺术品投资行业的良性发展起到一定的促进作用。





陶宇

博士、副教授、艺术品市场评论家

禁酒令： 给艺术品市场当头一棒！

日前，中央军委印发了《中央军委加强自身作风建设十项规定》，要求在接待工作中不安排豪华宴请、不喝酒等。受该消息影响，白酒类股票再遭抛售，贵州茅台大跌5.55%，五粮液、泸州老窖、古井贡酒等也纷纷下跌，进入了漫长的下降通道。

“禁酒令”印发之际正值岁末年初，也正是年终总结、联欢活动、走访慰问等即将进入高潮之时。此举是为了治理三公消费，制止政府机关公款吃喝，饭桌上如果少了酒精，也可以少去酒醉，保持清醒头脑，有助于国家的反腐倡廉工作。“禁酒令”的效力确实不同凡响，茅台四季度的业务收入较前三季度平均下降28.5%，更是给昏昏欲睡的军、政两界极大的震撼，《规定》发布满1月之际，有媒体报道：“中央军委印发‘禁酒令’后，某型火炮技术提高”。

“禁酒令”的颁布，让我们看到新一代国家领导人在抱定决心，反对奢侈、浪费，打击贪污、腐败的艰巨征途中又迈出了重要一步。毕竟，在很多国人眼里，“新时期”以来，腐败顽疾的严重程度已经到病入膏肓、必须痛下决心治理的地步。

最近官员们的腐化程度已经达到了令人扼腕的程度，除了明目张胆的

金钱贿赂，更有“房姐”的豪宅与假户口，重庆的一位女子竟让10位厅局级官员和国企高管落马。除了茅台、房子、车子、票子、女人，腐败场上又怎么能少了名画、艺术品？近年中国艺术品市场的持续火爆，又有多少是为了行贿、洗钱、诈骗？

试问哪位高官家里没有收藏珍贵的名酒和名家的画作，有谁不喜欢附庸风雅？茅台的价格借拍卖之势风生水起，2011年的一场拍卖会上，一瓶1992年的汉帝茅台竟拍出了890万元的天价。北京保利、中国嘉德、北京传是、西泠拍卖、南京经典等在艺术品拍卖领域大名鼎鼎的公司，如今也纷纷在名酒拍卖上尽显身手。茅台酒与艺术品一样助燃了官员们的奢侈生活，高价变成了身份的标榜，当然无论茅台酒、艺术品，喝的、看的都离不开“中国的文化”。近年国内曝光的多起重大案件显示，高官们对名画的贪婪已经达到了新的高度。2003年，原河南省平顶山市副市长冯刘成用贪污的公款购买了几十幅石鲁遗作，耗资200多万元。2006年，上海社保案涉案人、上海市委原秘书长、市委办公厅主任孙路一所受贿赂中有陈逸飞、吴冠中、谢稚柳等名家作品，价值400万元以上。2010年的文强案，除了名贵的工艺品，还有张大千的真迹，失窃的佛头。2007年落马的内蒙古赤峰原市长徐国元被抓前一天，夫妻俩还在商量如何收取他人要送的一幅名画，其胆大妄为与贪得无厌已达极致。

贪官们的私相授受现在看来还

只能算是“小打小闹”，2012年发生的一系列事件让人们隐约窥探到艺术品行业内的腐败行为已发展成了一条“黑色的产业链条”。有两家大型商业银行的高管被公安机关带走“协助调查”，银行、信托公司、拍卖行、甚至美术馆都卷入其中，事发的起因都与艺术品行业有所牵连。

艺术品自身具有的一些特点也恰好适应了腐败的功能：第一、艺术品体积小、易携带、价值高，这一点赛过送“奔驰”、“宝马”；尤其国画的卷轴，卷起来可以放在不起眼的地方，也不显张扬，即使贪官犯了事，容易转移到其它地方。第二、艺术品往往真伪难辨，价值不确定，一旦被查出来，也容易打“马虎眼”，说成朋友送的，原本并不清楚所值的价格。第三、艺术品还有另一项神奇的“洗钱”功能，行贿人让艺术品经过“古玩店”、“拍卖行”的倒腾，就可以让行贿的资金摇身变身为“合法”的收入。

2012年的中国艺术品市场已经袭来阵阵寒意，“禁酒令”的颁布会不会使2013年的市场雪上加霜？以往，在管理层的眼里，艺术品市场算是一个“无关国计民生”的领域，即使想管，也是有心无力。但现在看来，大人真的发了脾气，有时免不了拿小孩子撒气，给上一棒子，算是一个教训。只是不知这一下子是否能让犯错之人迷途知返？是否能让深陷泥潭的市场走上正轨，让奢侈之风逆转，真正起到反腐倡廉的作用？人们拭目以待。■

艺术市场三宗罪



郭晓川

博士、美术评论家、《画刊·今日中国美术》主编

从艺术家耻于卖画，到公开以画价高低论定艺术品质优劣，中国艺术家的价值观发生了惊人的变化。马克思主义经典作者在《共产党宣言》中严厉批判了资本主义把人类崇高的精神创造物当作一般产品予以售卖的这一罪恶。新中国成立以后，中国共产党所倡导的主导观念强调艺术创作活动的政治责任。把艺术作品视同商品一样销售的行为，令绝大多数艺术家所不齿。随着中国经济的高速发展，艺术的市场化也日趋明显，以至于到了艺术家以卖画、并且假借各种手段卖高价为荣的程度。事情从一个极端走向另一个极端。艺术市场化的弊端也随之显现出来。

将艺术家的追求目标转移到市场需求上来是艺术市场化所带来的弊端之一。艺术家以逐利为目的，以炫富向世人证明其行业地位与艺术成就，这本身就违背了艺术创作的规律。艺术创造是人类的精神活动，其价值的高低应该以作品是否深入揭示或发现了人类心灵深处的真实为标准。它是一项崇高而艰苦的工作。真正的艺术家应该以此为唯一的追求目标。任何杂念都将为艺术创造工作带来损害。有很多艺术家在较差的生存条件下能够创作出感人至深的作品，而在生活条件改善后却再也创作不出好的作品，其原因就在于他放弃了一个

艺术家所应该追求的目标，转而追逐市场利益。在经济利益的驱动下，这样的艺术家不再是一个人类心灵的发现者，而是沦为一个麻木和冷漠的复制者。艺术市场将这些丧失了正确追求、停止了创新和发现的艺术家的艺术生命送上了死亡之路。

以上所说的是艺术市场对艺术创作主体的负面影响，而对艺术受众的负面影响又是艺术市场的另一罪状。误导大众的审美意识、使审美观庸俗化是艺术市场化所造成的又一弊端。在强大的经济利益巨轮下，艺术自身的价值评判体系遭到毁灭性的碾压，从而丧失了最根本的识别功能，只能眼睁睁地看着经济利益这辆战车在艺术的田园中的肆意驱驰。没有接受过完整的审美教育的艺术品购买者、甚至经营者在左右大众的审美趣味方面却表现出巨大的能量。一些媚俗和肤浅的作品审美水平低下、平庸，却受到市场追捧。被描摹得光洁如瓷瓶一般的女人体和甜腻而虚假的乡村背景迎合了审美趣味低下的观众的需求。一些在政治或观念上矫揉造作的作品受到所谓新潮受众的欢迎。中国画市场更是被庸俗而低劣的审美趣味所主导。政治和经济利益上的权势代替了正确的艺术自身的评价标准。趋炎附势的艺术评论无法引导观众提高艺术鉴赏能力。

一方面是少数艺术家的作品价位被自己或炒家无限拉高，一方面是大量有潜力的年轻艺术家得不到有效资助。多者愈多，寡者愈寡，马太效应在艺术市场中被无限放大了。这是艺术市场的又一罪过。一些艺术家或艺术市场的投机者依靠逐步积累起来的人脉和社会资源以及市场经验，不断炒高作品价位，以此获得更多的包括资金在内的更多资源。如此一来更多的资源汇聚到这些艺术家手中。亟须扶持的年轻艺术家却因此更加难以取得对自己有用的资源。从此可以说，艺术市场是在助纣为虐。一些以逐利为目的的艺术品投机者并不是真正的收藏家，他们的投机行为加剧了艺术市场中的马太效应。少数艺术家作品的品质并不成熟，有的毫无创新意义，还有的审美观念平庸、陈旧，却被艺术家自己或投机者炒到天价；而年轻艺术家的优秀作品却得不到市场应有的回应。从长远的眼光看，这样急功近利的市场行为危害了艺术事业的发展。

当艺术市场成为平庸却善于炒作的艺术家和擅长钻营逐利的投机家的天上乐园的时候，艺术事业就到了危机的边缘。所以，如何驯服艺术市场这头巨兽，是任何有艺术良知的艺术家、收藏家和关心艺术事业发展的社会贤达所需要考虑的问题，也是更需要大家共同付诸努力的事情。■



刘晓丹

艺术品市场资深评论家

美术批评何以失效？

就像形与影相随，在美术市场化之后，美术批评与市场挂钩是避免不了的事情。

美术批评市场化的最明显标志，是发生在1992年的“公约事件”。当时，国内30余位著名美术批评家在北京集会，就维护批评家权益达成共识，并订立公约。他们约定，应邀撰写评介文稿须收报酬，稿酬标准为每千字300元至800元。公约在美术界立刻引起强烈反响，争议至今不断。赞成者认为：批评家的评论同样是智力劳动，但他们所得报酬与付出极不相符，理应得到画家的润笔。反对者则认为：批评家撰写评论已得到杂志社的稿酬，没有理由再向画家收钱。问题的核心是，美术批评的市场化能否导致学术性的丧失。

美术批评被担心丧失学术性，主要因为它在很大程度上充当了“商业广告”。

在市场上，商业广告是一种重要的促销方式，它是以营利为目的、利用媒体向目标市场传播产品信息的必经渠道。广告通过向消费者推介产品的价格、质量、功能等，能够有效地分配市场信息、节约消费者的信息搜寻成本，从而刺激和引导消费者的购买行为。优秀的广告既有助于消费者

迅速挑选到合意的产品，也能增加厂商的销量。中国美术批评在艺术品市场有很高的威望，批评家杨祥民就坚信：真正的理论是不为金钱所动、不为权势所屈的客观体系，真正的理论家是维持艺术界理性秩序、坚持艺术界评判原则的公正法官。因此，批评界发出的声音曾是艺术品市场的良好导向，是极受购藏者信服的宣传单。

在“垄断竞争”市场中，广告也是最有效的“非价格竞争手段”。

因为“垄断竞争”市场中的产品既有差别、又可相互替代，其差别越大，厂商的竞争力就会越强。广告是厂商实施“差异化策略”的必要选择。利用广告，厂商使自己的产品与竞争者区别开来，厂商甚至能利用广告“制造”产品差异，以唤起消费者的注意。成功的广告在增加销量的同时，还通过放大品牌差异，大大提高品牌的知名度。同样道理，美术批评家的深入分析，能让画家和作品鲜活起来，让他们具有了独特的艺术史意义。这不仅促进了消费者的鉴赏力，也让市场中的优秀作品得到了较高价格。大部分画家正是凭借着批评家的文章，被市场认可，最终成为大腕以至大款。

凸显产品的独到之处，显然是“差异化广告”生效的关键。

不过，作为“差异化广告”的美术批评，差异正在萎缩。两年前在上海作协举行的“关注艺术批评”研讨会上，多位专家对美术批评颇为不满，指责有的批评家一味评功摆好。批评家毛时安认为：一些大名鼎鼎的美术评论家，文章基本上千人一面，缺乏个性和独到见解。美术批评雷同的原因，是艺术市场化之后，许多批评家与艺术策展人、画商、经纪人合作，将批评由神圣的学术研讨变成平庸的商业活动。一些批评家甚至在商业的裹挟下，变成了只会叫好的“表扬家”。这正好犯了广告“不能千篇一律”的大忌。

对于“非差异化”的广告，最苦恼的还是购藏者。

收藏家郭庆祥抱怨说，现在好的藏家买不到好作品，因为红包评论泛滥，大量恶劣作品被推荐出来，蒙骗了藏家。由于听不到中肯的批评，收藏者在判断艺术品是否有价值、价值几何时，找不到方向，盲目跟风上当者大有人在。然而，美术批评实在是个很专业的活儿，面对越来越多没什么差异的批评，人们除了愤慨剩下的只有无奈。毕竟，整个中国市场距离“不信广告、信疗效”的日子，都还远得很，更何况根本就没有绝对质量标准的艺术品市场呢？■