

◎专栏艺评家**刘晓丹**指点艺术品市场迷津

艺术品投资的 48个误区

刘晓丹◎著



用经济学打开艺术品投资问号 理性投资把握艺术品生财之道
48 MISUNDERSTANDINGS IN THE ARTWORK INVESTMENT

用经济学打开艺术品投资问号 理性投资把握艺术品生财之道
48 MISUNDERSTANDINGS IN THE ARTWORK INVESTMENT

艺术品投资的 48个误区

刘晓丹◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

艺术品投资的 48 个误区/刘晓丹著.

--北京: 经济日报出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-80257-380-2

I. ①艺…

II. ①刘…

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 (2011) 第 244883 号

书 名: 艺术品投资的 48 个误区

作 者: 刘晓丹

责任编辑: 王 含

责任校对: 韩会凡

出版发行: 经济日报出版社

地 址: 北京市西城区右安门内大街 65 号 (邮编: 100054)

电 话: 010-63567690 63568136 63567691 (编辑部) 63567687 (邮购部)
010-63538621 63588445 63559665 63516959 83558469 (发行部)

网 址: www.edpbook.com.cn

E-mail: jjrbbjb@163.com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京东海印刷有限公司

开 本: 710×1000mm 1/16

印 张: 13.50

字 数: 220 千字

版 次: 2012 年 1 月第一版

印 次: 2012 年 1 月第一次印刷

印 数: 0001~5000 册

书 号: ISBN 978-7-80257-380-2

定 价: 35.00 元

特别提示: 版权所有 • 盗印必究 • 印装有误 • 负责调换



洞察艺术品市场 助力艺术品投资

去年此时，我曾应邀为中国艺术研究院主办的《美术观察》写过一篇文章，题目叫《艺术市场学的困境及其反思》，谈的是我对艺术市场学研究 with 艺术品市场实践相脱节的“两张皮”现象的不满和反思，并提出了自己的思路：从研究艺术市场入手解决艺术市场问题。时隔一年后，回过头再看，问题依旧在，并无甚改观。直到我有幸拜读到了刘晓丹先生的书稿《艺术品投资的48个误区》。

洞察艺术品市场的宝典，助力艺术品投资的秘笈——倘若要我用一句话来总结对《艺术品投资的48个误区》一书的印象，我会选这20个字。不是广告，亦非吹捧，这实在是我的真实感受。这本书为什么如此重要？且听我将缘由一一道来。

随着中国第五次“收藏热”的来临，中国艺术品市场也迅猛发展起来。根据文化部文化市场司组织编撰的《2010中国艺术品市场年度报告》公布的数据，2010年中国艺术品市场交易总额为1694亿元。作为一个对照，根据国家广电总局电影局新闻通气会公布的数据，2010年中国城市影院总票房刚刚过百亿元大关（约为102亿元）。我们过去常说，收藏是小众陶冶性情的文化活动，电影是大众喜闻乐见

的娱乐样式。但从今天的情况来看，问题已不是如此简单。

既然是谈书，便以书为例。“收藏热”在图书出版领域的反应，就是数量繁多的收藏类图书不断问世。2003年，我写《收藏投资的理论与实务》（浙江大学出版社2004年出版）时曾做过不完全统计，自上个世纪90年代以来，10余年间出版的收藏类图书就有近千种之多。最近10年，随着艺术品市场的日渐火暴，收藏类图书的出版数量更是与日俱增。概而言之，这些图书可分为四大类：第一类是以瓷器、玉器等某种艺术品为对象分门别类介绍相关知识，例如，浙江大学出版社从2004年开始推出的“中国艺术品收藏与投资丛书”，中国水利水电出版社从2005年开始推出的“中国艺术品投资与鉴宝丛书”；第二类是以收藏者的个人收藏经历为基础和线索的个人经验总结，例如，张信哲先生写的《玩物哲学》（新星出版社2005年出版），蔡康永先生和陈冠宇先生合著的《艺术里的金钱游戏》（湖南文艺出版社2011年出版）；第三类是针对某一时间段的艺术品市场研究报告，例如赵力先生主编的《中国艺术品市场研究报告》（湖南美术出版社从2007年开始出版），西沐先生主编的《中国艺术品市场白皮书》（中国书店出版社从2009年开始出版）；第四类是系统研究艺术品市场和艺术品投资的专著和教材，例如，章利国先生写的《艺术市场学》（中国美术学院出版社2003年出版），拙作《收藏品投资》（经济科学出版社2010年出版）。

遗憾的是，就我的阅读经验而言，相当一部分收藏类图书都不同程度地存在流于表面、深度不足，甚至有东拼西凑、错漏百出的问题，更遑论对相关问题的规范性和学术性研究，由此导致的直接结果就是不少观点和结论的随意性、误导性和危害性都非常之大。从现象到现象，就事实论事实。读者既看不到现象背后的规律，也找不到解释事实的理论。这样一来，不仅无助于中国艺术品市场的发展，甚至有碍于中国艺术品市场的繁荣。就目前的艺术品市场研究而言，至少存在两大问题：

第一，从研究方法来看，研究方法比较单一，研究方法不够规范，

研究范式尚未形成。由于研究艺术品市场的学者背景和学术训练以人文学科居多,因此,艺术品市场领域的研究方法主要局限于综合研究和定性分析,定量分析则很少见。不仅如此,许多定性研究严格来讲并不规范:随意性较强,逻辑性欠缺。这就直接导致了艺术品市场研究虽然以定性研究为主,但其实并没有充分体现出规范的定性研究所具有的研究优势,对一些重要而基本的理论问题长期未能达成共识。因为艺术品市场的实证研究方法主要局限于定性研究,这就很难对中国艺术品市场的发展状况有一个比较准确的量化描述,从而不利于了解中国艺术品市场的真实现状和存在问题,也不能够为中国艺术政策的制定提供准确的依据。《艺术品投资的48个误区》一书则从现代经济学的视角出发,从中国艺术品市场的真实案例入手,对关键问题进行了解读和剖析,并辅之以统计数据加以分析和论证。更为人性的是,该书还设有“延伸阅读”部分,对相关概念和现象做了进一步地解释和说明。这种以读者为中心的写作方式,是绝大多数收藏类图书缺乏的。

第二,从研究内容来看,研究主题高度集中,前瞻性的研究不多,解释力强的成果少。根据艺术品市场领域研究文献的性质,艺术品市场研究可以分为两大类别:基础理论研究和应用理论研究。侧重基础理论研究的学者比较重视艺术品市场的理论建构和学理反思,而侧重应用理论研究的学者则比较关注现实问题。从目前的情况来看,艺术品市场研究还是以应用理论研究为主。但在艺术品市场的应用理论研究方面,除了存在研究主题高度集中于热点的问题外,还存在流于描述现象,缺乏深度分析的问题,很多具有重大理论价值和明显现实意义的问题长期得不到合理的解答,前瞻性、创新性和突破性研究更是凤毛麟角。最为严重的是,艺术市场学研究与艺术品市场实践相脱节的“两张皮”现象依然十分突出,真正具有跨学科和跨领域特色的综合性研究成果很少。不能够直面市场现象,而以先入之见指点市场,当然只能是隔靴搔痒,不能很好地对症下药。这不仅制约了应用理论研究的深度,而且影响了艺术品市场理论的建构。《艺术品投资的48个误区》一书则具有鲜明的问题意识,直面艺术品市场现象,找到了

将理论与实践有机融合的“结点”，对艺术品价格评估、艺术品买家心态、艺术家创作行为、艺术品营销手段和艺术品投资前景等问题都进行了深入探讨，既理清了问题的来龙去脉，又有的放矢地剥茧抽丝，还为读者提供了应对之道。这就使得该书的可读性非常强。

作为中国艺术品市场的重要意见领袖，刘晓丹先生的许多观点都已在学界和业界产生了很大影响。他两年多来的心血结晶《艺术品投资的48个误区》更是一部洞察艺术品市场的宝典，助力艺术品投资的秘笈。我相信，各位看官都将从中深受启发，获益良多。

是为序。

马健 谨识

辛卯深秋，时客杭城

马健现为北京大学文化产业研究院副研究员，中央财经大学拍卖研究中心兼职研究员。



艺术品市场的“利来利往”

自古至今，艺术品买家的心态大致可分为两类。

一类买家是为了雅玩。在古代，帝王是最大的艺术品玩家。比如，唐太宗以重金购求王羲之书迹，唐玄宗专设“集贤院”征集书画，清乾隆内府尽收民间艺术佳品。其次的艺术品玩家是贵胄官绅、名儒大贾。比如，元代江南三大艺术赞助人之一的倪瓒，建三层“清秘阁”藏名画法书；民国丝业巨富庞元济，设藏画室“虚斋”，编辑《虚斋藏画录》20余卷。当然，能拥有雄厚权势或财力拿艺术品“雅玩”的，相当稀少。如今，真正以艺术作“乐”当“玩”的，更不多见。

另一类买家是为了取利。唐代，内府及私人度藏成风，不惜高价抢购书画，催生了“手揣卷轴，口定贵贱”的专业书画商。当时多数的民间书画购藏，是用以进献权贵获取仕途。在皇室尚文、文臣当道的宋代，不仅出现了专门经纪书画的“牙侩”，自觉投资书画古玩、从中牟利者更加多。如今，好像每样东西都在变成商品，每个人都在追求利益最大化。往艺术品市场趋之若鹜的，无疑逐利者居多。

中国近年艺术品市场火爆的原因，是它被当成与房市、股市相并的第三大投资市场。

就总量而言，艺术品市场似乎微不足道。比如在中国艺术品拍卖市场强劲增长的2007年，年交易额为236.94亿元；而同年5月的中国股市，仅日成交量就

超过4 000亿元。前者比后者千不足一。但就人气而言，艺术品市场比股市有过之无不及。也在中国股市最为踊跃的2007年，沪深两市股民总数为7 000万（其中包括空账户和休眠账户），而同年全国涉足收藏者同样达7 000万人。显然，在“钱堆”不是很大的艺术品市场里，汇聚了非常大的“人堆”。

看待艺术品市场中的逐利，完全用艺术的眼光和艺术学的方法肯定不行。

既然是市场，最好还是用些经济的眼光。《史记·货殖列传》中说：“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往”，坦然地从“利”的角度去理解艺术品和艺术品市场，会是一件非常“有利”的事情。不过，将“熙熙攘攘之利”说得很透彻的，要数西方经济学。西方经济学的最核心思想是“经济人”，西方人用这个发明，打开了经济领域内外的无数个问号。拿它点拨今天艺术品投资的一些迷雾，自然不在话下。

笔者自2009年5月起，应邀为国内美术类第一大报《美术报》鉴藏版撰写专栏“晓丹市评”。2年多来共成文50余篇，旨在用经济学基本原理破解艺术品市场热点问题，提示艺术品投资误区。它们深得读者厚爱，相继被“雅昌艺术网”、“今日艺术网”、“新华网”等媒体转载600余篇次。本书正是以这些文字为基础扩充整合而成，以飨广大艺术品投资者。

所谓“君子爱财，取之有道”，愿此书也成为艺术品投资者取财的一“道”。

相关资料链接：

- 1 倪进《中国古代书画艺术市场史考》《南京理工大学学报（社会科学版）》2007-05
- 2 成乔明，李向民《中国古代艺术市场探幽》《理论月刊》2007-10
- 3 马学东《当代艺术调整剧烈缩水50%：秋拍行情代名词》《上海证券报》2008-12-21
- 4 佚名《中国收藏市场有多大》中财网2008-02-27

目录

序言 洞察艺术品市场 助力艺术品投资

前言 艺术品市场的“利来利往”

第一章 解开艺术品产业谜团	1
1 艺术品拍卖成交价，为什么很难与估价一致	3
☆延伸阅读：理性人	6
2 当代艺术价格暴涨，为什么不是因为资源稀缺	7
☆延伸阅读：中国当代艺术作品外流	10
3 艺术品价格涨跌，为什么与“板块轮动”有关	12
☆延伸阅读：油画市场的板块	16
4 艺术品价格，为什么具有“金字塔”结构	18
☆延伸阅读：徐悲鸿的《奴隶与狮》	21
5 艺术品市场的未来，为什么很难测准	22
☆延伸阅读：预期的自我实现	25
6 当代绘画市场，为什么有“时装”也有“名表”	27
☆延伸阅读：“虚荣圈”的层次	29
7 复制型艺术品，为什么前景堪忧	30
☆延伸阅读：厦门油画业的“寒冬”	32
8 艺术品价格暴涨，为什么投资总收益未必大增	33
☆延伸阅读：艺术品是高收入者的主要消费品种	35

第二章 洞悉艺术品买家心态	37
9 “马未都传奇”，为什么难以重演	39
☆延伸阅读：资源的稀缺性	41
10 冷门艺术品种，为什么也可以走热	42
☆延伸阅读：攀比效应	46
11 大众投票，为什么是投资者的好参谋	47
☆延伸阅读：浙派画家评选	49
12 艺术品的消费时代，为什么尚未到来	50
☆延伸阅读：人均 GDP 与社会行为	52
13 不同类型艺术品，为什么投资价值迥异	54
☆延伸阅读：买得起的艺术	57
14 假拍盛行，为什么不只是拍卖行惹的祸	59
☆延伸阅读：私募基金和拍卖行的假拍	61
15 回流艺术品，为什么不是普遍优质	62
☆延伸阅读：羊群效应	64
16 “尤伦斯清仓”，为什么没有重创国内当代艺术市场	65
☆延伸阅读：尤伦斯	67
第三章 透析艺术家创作行为	69
17 官办画院，为什么可能成为“国有企业”	71
☆延伸阅读：中国画院体制	73
18 “沉没成本”，为什么是职业画家的门槛和壁垒	75
☆延伸阅读：沉没成本	78
19 “学院画家”，为什么在市场获利最大	79
☆延伸阅读：八大美院	81
20 面对市场暴利，为什么当代艺术家心态平和	83
☆延伸阅读：张晓刚谈市场	86
21 艺术家创新的真实理由，为什么在艺术之外	87
☆延伸阅读：齐白石“衰年变法”	89
22 另类装扮，为什么受一些画家喜爱	91
☆延伸阅读：方力钧的光头营销	93

23 中国的画家直销模式,为什么不全行得通	95
☆延伸阅读:公寓时代与大工作室时代	97
24 吴冠中创造的“社会福利”,为什么最大	98
☆延伸阅读:吴冠中与天价	100
第四章 看穿艺术营销秘密	103
25 中国艺术品拍卖行,为什么距离“垄断寡头”很远	105
☆延伸阅读:佳士得拍卖行	107
26 拍卖市场,为什么可能陷入“公地悲剧”	108
☆延伸阅读:英式拍卖	110
27 “拍后拒付”,为什么让拍卖行苦不堪言	111
☆延伸阅读:圆明园兽首拒付	113
28 “中拍协”行规,为什么难治行业乱象	114
☆延伸阅读:中拍协《公约》	116
29 “理性定价决策”,为什么可以规避委托拍卖骗局	118
☆延伸阅读:正规拍卖流程	121
30 “代理制”画廊,为什么在国内步履艰难	122
☆延伸阅读:画廊捧红画家难赚钱	124
31 画廊经营,为什么存在“价格歧视”	126
☆延伸阅读:画廊“四价值”理论	128
32 “新锐”画家,为什么被画廊看好	129
☆延伸阅读:“80后”画家	131
第五章 把握艺术品投资前景	133
33 艺术品成为“真正的资产”,为什么很难	135
☆延伸阅读:金钱的时间价值	138
34 艺术品“份额化”,为什么不是摇钱树	139
☆延伸阅读:“艺术品股票”的申购	141
35 中国艺术品需求,为什么可能随时爆发	143
☆延伸阅读:荣宝斋	145
36 用4000万双新鞋换1只旧瓷瓶,为什么划算	146
☆延伸阅读:清乾隆粉彩镂空瓷瓶	148

37	当代画家的作品资源，为什么要适时开采	149
	☆延伸阅读：方力钧谈市场	151
38	艺术品金融化，为什么是一场豪赌	153
	☆延伸阅读：“艺术品金融化”与宏观调控	155
39	私立博物馆，为什么大有可为	157
	☆延伸阅读：“西安宣言”	161
40	民营美术馆，为什么生存不易	162
	☆延伸阅读：中国部分民营美术馆	164
第六章 顺应艺术市场复杂环境		167
41	艺术品质押，什么是艺术品市场风向标	169
	☆延伸阅读：金缕玉衣骗贷案	171
42	艺术品捐赠，为什么在发达国家盛行	173
	☆延伸阅读：“要给捐赠者最高礼遇”	175
43	取消价格上限，为什么促成了古代书画的暴涨	176
	☆延伸阅读：股票买便宜的，艺术品买贵的	178
44	艺术品造假，为什么遍及古今	180
	☆延伸阅读：陈丹青谈假画	182
45	吴冠中的“打假之道”，为什么值得借鉴	184
	☆延伸阅读：《吴冠中全集》	188
46	虚假鉴定，为什么频频现身	189
	☆延伸阅读：混乱的艺术品鉴定	191
47	市场化的美术批评，为什么可能失效	192
	☆延伸阅读：美术批评乱象	194
48	艺术品市场立法，为什么难以根治顽疾	195
	☆延伸阅读：中国艺术立法	197
附录 刘晓丹发表主要论文		198
后记		204

第一章 解开艺术品产业谜团



(元)王蒙《稚川移居图》立轴设色纸本

2011年6月1日在北京保利以6250万元成交



艺术品拍卖成交价，为什么很难与估价一致

- ☆ 认识误区之 1：“艺术品拍卖成交价，不会与拍前估价相差太远”
- ☆ 投资必备要诀：不要受估价误导，也不要对估价视而不见。
- ☆ 阅读关键词汇：成交价·估价·误导·理性·冲动

在高端艺术品拍卖中，有两个至关重要的数据：成交价和估价。一般而言，“成交价”是指拍卖师在拍场敲定的落槌价与佣金之和，大多会在拍卖结束后对外公布；“估价”是指拍卖行在艺术品拍卖之前预估的价格区间，大多在拍品图录上标注。旁观者通常比较关注成交价，对估价不大注意。但对于投资者，二者都很关键，他们会在竞买之前将估价作为自己出价的参考。拍卖公司的“估价”，是由具有丰富经验的权威人士确定，所以按常理，成交价应该与估价相近，至少不会相差太远。

事实果真如此吗？

艺术品市场理论家马健在《收藏品拍卖学》一书中，曾对此做过专门论述。他选取“朵云轩 1993~2002 年书画拍卖成交价前 100 名目录”作样本，发现其中成交价位于估价区间的仅有 19 件，不足总量的 20%。笔者经统计也发现，类似的情况比比皆是。例如，在吴冠中作品拍卖成交价前 90 件中，成交价位于估价区间的仅有 14 件，不足总量的 17%。再如，刘小东的 2000~2010 年 174 件成交作品中，成交价位于估价区间的仅有 52 件，占总量的三成，成交价高于估价的达 88 件、占总量半数强。（详见表 1-1）

成交价与估价为什么偏差如此巨大？

一方面，是出于拍卖公司的无奈。评估当前拍品价格的重要参照，是以往的成交记录，尤其是最近一次成交价。但是，高端艺术品市场的拍品大多很珍稀，相似拍品出现的机会并不多，经常找不到相关的依据。这时，估价者就只能在掌握有限信息的情况下，自由发挥。

另一方面，是出于拍卖公司的故意误导。因为拍卖前的估价可以对竞买者产生心理暗示，影响其竞买决策，而拍卖公司收取的佣金又直接跟成交价挂钩，他们自然希望成交价越高越好。为了切身利益，拍卖公司的估价有时就会偏高。另外的情形更为恶劣。艺术品市场理论家夏叶子在《艺术品投资学》一书中指出，一些不规范的拍卖公司为达成交易，会迁就买卖双方暗箱操作。它们事先与买卖双方约定真实的成交价和佣金，然后在拍场表演，虚拍到很高的价格给别人看。为了掩人耳目，他们有时也会尽量提高估价。

出现偏差的更重要原因，则是“理性评估”和“冲动竞买”之间的巨大反差。

在经济学中，有一个关于人类经济行为的基本假定——“理性人”，它是假定经济活动的所有参与者都充满智慧、精于判断和计算。“理性人”既不会感情用事，也不会轻信盲从，他们具有完全的理性，可以做出让自己利益最大化的选择。“理性人”有两个重要特征：其一，了解自己的偏好，明确自己的目的，对经济生活中的任何变动都能做出独立选择；其二，经济行为都是有意识的、理性的，不存在经验型和随机型的决策。

经济学假定“理性人”，是想从影响人们经济行为的众多复杂因素中，抽出基本要素，并据此预测人们的经济行为。其实，除了前述的“自由发挥式”和“弄虚作假式”估价，艺术品拍卖行的大多数评估还是力求客观准确的。估价者的依据，既包括作品本身的属性，也包括当前市场的行情等，他们所做的，正是“理性人”式的独立理性选择。

但在拍场上，竞买者却很难做到完全地理性。

马健举过一个生动的案例：在1993年的某次拍卖会上，买家面对一件估价为3500~4000港元的汪精卫书法，举牌踊跃，当价格飙升到4万元之后，仍有两位竞价者互不相让，直到以22万元落槌。有趣的是，成功的买受人在签署确认书时，一脸沮丧，因为价格大大超出了他的预计。该成交价高达估价的50余倍，纪录保持了10年之久。我们看到，拍卖会上经常有惊心动魄的竞价场面，经常产生不可思议的天价，当然，也经常有估价不高的精品黯然流拍。究其原因，许多与此同出一辙。难怪，不少专家都告诫竞买者：“进入拍场之前，先要