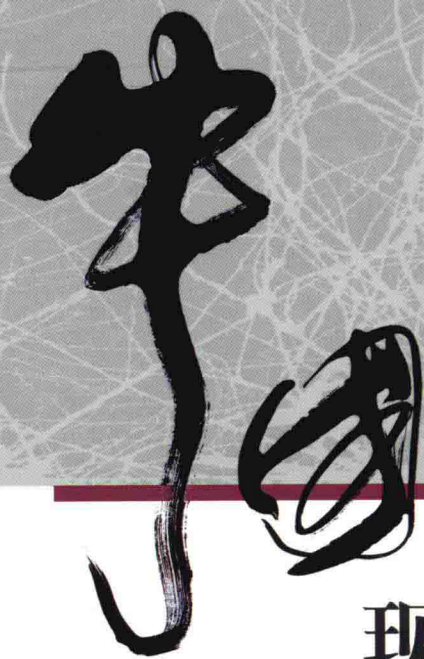
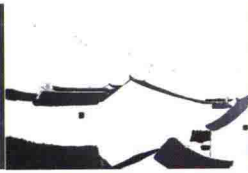




2014

现代书画家润格 尚清指数2014公告

北京尚清艺术研究院 编
名誉主编 闫振堂 主编 尚清



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



现代书画家润格 尚清指数2014公告

北京尚清艺术研究院 编
名誉主编 闫振堂 主编 尚清



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

中国现代书画家润格尚清指数 2014 公告/北京尚清艺术研究院编. —武汉: 华中科技大学出版社, 2014. 10
ISBN 978-7-5680-0449-7

I. ①中… II. ①北… III. ①汉字-法书-拍卖-价格指数-中国-现代 ②中国画-拍卖-价格指数-中国-现代
IV. ①F724.787

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 236392 号

中国现代书画家润格尚清指数 2014 公告

北京尚清艺术研究院 编
名誉主编 闫振堂
主编 尚清

策划编辑: 钱 坤

责任编辑: 曹 红

封面设计: 刘 卉

责任校对: 邹 东

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)81321915

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 18 插页: 2

字 数: 426 千字

版 次: 2015 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 98.00 元



华中科技大学出版社

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

凡 例

一、中国现代书画家润格尚清指数(以下简称“尚清指数”)反映了现代书画艺术品市场价格指数。本书正文包括现代书画尚清指数、现代油画尚清指数、现代素描尚清指数、现代版画尚清指数、现代水粉水彩尚清指数、现代雕塑尚清指数,附录部分包括中国古代书画尚清指数和尚清书画九品分级、尚清书画五联指数及尚清艺术品评估定价法则等,供读者参阅。

二、本书以表格形式反映各类书画作品尚清指数。

1. 姓名。书画家姓名按姓氏汉语拼音字母顺序排列;同一姓氏的按名字第一个字的汉语拼音字母顺序排列;名字第一个字的汉语拼音字母相同的,按第二个字的汉语拼音字母顺序排列。

2. 作品。包括作品名称,作品的表现形式,如书法的种类、画作的种类以及镜心、镜片、立轴等形式。

3. 面积或体积。雕塑作品用体积(长×宽×高)标明,其余作品用面积(长×宽)标明。部分作品没有详细资料,面积或体积暂付阙如。

4. 价格。价格是指作品拍卖的成交价和画廊、画院给出的指导价。

5. 指数。指数是指作品每平(立)方尺的价格,既有根据拍卖行拍卖价计算的单位价格,也有根据画廊和画院给出的指导价计算的单位价格,还有根据书画家申报由北京尚清艺术研究院根据作品品质给出的尚清指数。根据四舍五入的原则,小数点后最多只保留一位数。

6. 来源。标明了时间的是表示该作品由中国嘉轩国际拍卖中心协调以下拍卖行(排名不分先后)拍卖的时间:香港苏富比、北京苏富比、四川德轩、北京传是、北京保利、北京翰海、北京华辰、北京匡时、中国嘉德、西泠拍卖、香港佳士得、河南金帝、北京恒盛鼎、北京荣宝、天津广业、中联国际、中贸圣佳、福建静轩、淳辉阁、迦南国拍、上海天衡、南京经典、中贸圣佳、陕西永乐、银座国际、上海宝龙、北京诚轩、澳门中信、都市联盟、上海道明、朵云轩、北京容海、水墨丹青、上海嘉德、北京永乐、天津文物、华夏传承、曲江传世、中翰清花、厦门特拍、世纪经典、华艺国际、广东益诚、广州皇马、御宝嘉和、北京九歌、山东东方、景薰楼、上海驰翰、江苏九德、六朝艺宴、久翔拍卖、江苏和信、久祥拍卖、辽宁建投等。

没有注明时间的作品主要来源于中国国际书画润格中心、中国艺术数据库认定中心、中国艺术品鉴定中心、中国艺术品推广中心、中国书画经纪人协会、中国艺术品抵押担保中心、中国工艺美术研究院、中国鉴赏家协会、中国画廊联盟及中国书法家协会、国际中国书法家协会、中国美术家协会、国际中国美术家协会等档案资料,经北京尚清艺术研究院、尚清指数委员会和中国当代书画名家百杰年度人物征评组委会评测评审所得。

7. 备注。备注的作用有两个:一是标明书画家的单位和职称(没有申报的暂付阙如),二是标明该书画家作品的综合指数(多数暂付阙如)。



三、有的书画家在 2013 年内有多幅作品拍卖，本书只选取该书画家有代表性的和多次成交或重复交易的作品作为计算依据。

四、正文后是现代书画家人名索引，方便读者查找。

五、本指数附有手机同步查询系统，以方便读者快捷、准确查阅和应用。

对于《中国现代书画家润格尚清指数 2014 公告》，恳请广大读者、专家和同行多提宝贵意见、建议，我们将在今后出其他年度版本时予以采纳，使本书不断成熟和完善。

前言

中华水墨文化是一笔弥足珍贵的世界文化遗产，它具有鲜明的独特性和充满东方哲学的表现张力，令许多人为之倾倒，也影响了一代代龙的传人和华夏子孙。近几年，随着互联网、云计算、大数据及手机智能化的进一步发展、普及，中国水墨文化领域开始有大量的创新事件发生，既有互联网向文化领域伸展，又有传统水墨文化领域积极拥抱互联网，甚至还会有颠覆几千年文化艺术规则的事件发生，很多旧的习惯被打破，很多旧的制度也将面临挑战，对文化的封建式封锁彻底瓦解。万物皆联网，无处不计算，互联网属于你我等每一个人，互联网把人与人、人与信息连接在一起，每一个艺术家都有平等的权利并能触摸这个时代，大数据战略正在重整全球经济和文化格局。但是，书画艺术品发展的核心涉及价值、价格、信息、风险、征信等问题，这些问题非常重要但又很复杂。尤其是艺术品的价值、价格问题，之所以重要，是因为艺术品的价值、价格问题千百年来几乎是所有鉴赏家、收藏者、投资商、艺术家、评论人、经纪和运营者等都非常关注的问题，又是艺术市场和艺术品发展的核心问题，几乎所有的艺术品事件，也都围绕着艺术品的价值、价格展开。我们知道，中国书画艺术品市场的发展是一种自下而上的民间行为，既少有管理，又很难取得应有的支持与认同，更没有权威的管理与认可，几乎是随着国运的昌盛与经济文化的不断发展才备受关注。不经意间，中国艺术品市场不断兴盛与壮大起来，但是同时也带来更多的困惑与思索，一些管理机构的不作为，再加上当前移动互联网及大数据管理和应用体系不明朗等，在巨大利益的牵引下，不少参与者行为失范，自律缺失，一些运营艺术收藏品的机构和部分艺术家为追名逐利，频繁出现隐瞒真相、虚构事实等乱象，串通欺骗、哄抬物价、标价注水、隐藏信息、偷换概念、知假卖假、诚信缺失、混淆产品、对簿公堂等现象时有发生，可谓几家欢喜几家忧。现如今，艺术品行业的水很深，却又没有明确的主管部门或行业协会，维权难度很大。同一件艺术品，仁者见仁，智者见智，卖家没有告知买卖标的真伪和作品信息的义务，一切全凭买家慧眼识珠，“买假不退”的行规让众多投资者望而却步。对于当代艺术品的收藏运营来说，真正的难点还在于如何去判断其价值、价格与真伪优劣，尤其是20世纪70、80年代的人，对于新型的、来自西方的艺术品收藏运营者而言更是雪上加霜。另一方面，在全球化的今天，当代艺术品的发展，不仅仅是艺术家个体的精神创造，是艺术家对本土现实和大自然的关注与反映，同时它又表现为不同文化间的碰撞、沟通与交融。另外，创作、收藏与消费艺术品价值观的形成也并不仅仅是艺术家和收藏界的事情，更需要全社会广泛的共识与完善的机制。当然探求艺术品真正的价值体系，促进文化艺术事业的繁荣发展和正确消费理念的形成等，也是我辈文化传承人义不容辞的责任。

国际上规范的艺术品市场，艺术家是从不直接参与艺术品交易的，一切都依托中介机构或经纪人来安排与执行。一级市场如画廊、画院、文博会，二级市场如拍卖会等，也完全规范地各行其道，其艺术品行业也有相应的鉴定、评估和经纪机制。中国目前的情况则十分混



乱，艺术家直接参与市场交易，一、二级市场倒置，没有独立的艺术品价值体系，鉴定评估权威坍塌，证书满天飞，造假堂而皇之，整体疯狂浮躁，投机取巧，利欲熏心，更没有相对完善的评估体系，市场和政府也没有专门的艺术品价值认定及评估方面的专业人员和管理人员。另一方面，涉及货币交易就必然要对艺术品进行价值认定评估，而这种评估应该符合时代特征及市场需求的实际和依据，给出合理的、公平的、交易双方都能接受的市场价格，这样才能实现艺术品在市场上的流通和繁荣。因此，必须由艺术界、鉴赏界、评论界、评估师、评估机构和鉴定、经纪机构及相关社会团体等共同建立一个价格评估机制，公开、公平、公正地进行艺术品价值评估，从而使中华水墨文化在新一轮的复兴浪潮中独领风骚。

乱世黄金，盛世收藏。中国经济改革 30 多年来产生了大量富裕阶层和中产阶层，人们的物质生活趋于稳定，精神需求持续旺盛，收藏业和艺术品业随之兴旺发达，文化繁荣盛况空前，而且将来还有可能超越房地产和股票而成为另一个投资热点。文化创意产业的直接产品各类艺术品，而每一件艺术品又都是全人类的宝贵财富，这些艺术品要进入艺术市场，它的艺术价值就需要良好的参照指数和价格评估，这是因为只有合理的价格评估才能充分体现艺术品这种特殊的精神劳动的艺术价值。创造、生产、销售各阶段的割裂，创造者、制造商、销售商各自在利益上的分割，是文化商品价值实现的特点，目的是满足消费者对精神产品内在的思想内容、艺术品位、方法技巧等精神方面的需要。但是，文化艺术品满足程度有很大差异，文化商品使用价值的实现有其特点，消费行为一旦完成，也就在事实上消费了文化产品，这是艺术品的市场价格特质。有了市场价格，才能使文化创意产业及产品顺利进行交易，参与经济运营并促进社会稳定与繁荣，通过交易及经济杠杆转换实现其应有的功能，并形成良性循环。艺术品是作者原创的、具有审美价值的一种特殊商品，艺术品本身并不是商品，只有当艺术品进入交换领域时，才表现出商品的特性。文化商品的价格是由其价值决定的，并受供求关系的制约。艺术品的价格是其价值的货币表现，艺术品价值决定的复杂性，意味着其价值的实现是以价格对价值的较大背离来完成的，这种背离既可因为生产者的垄断地位而存在，也可能受到消费者认可程度的约束。物质产品的价格与生产成本之间有着必然的联系，其比例在同行业中基本会接近于一个常数。在艺术品创作中，成本与收益之间却往往存在着一个很大的“剪刀差”，这种“剪刀差”有时表现为产品成本较低而收益、获利甚高，有时表现为相反。市场行为就是一种交换行为，是用具有某种价值的物品换取货币或另一种物品的交易过程。艺术品带有一定的思想性，它的经济效益只有在推广使用过程中才能得到体现，无法推广也就无法实现和提高经济效益，只有在推广中它的价值才能被认知，才能得到实现。艺术品市场就是通过艺术品交易行为表现其市场价格和艺术价值的，用经纪、经济、货币、交换和转换等实现该艺术品应有的审美、认知、鉴赏、教育、增值诸功能。货币交易是艺术品市场的基本交换形式，艺术品的价格受文化市场供求关系的影响特别大，一些独特的文化艺术品随着时间的推移越来越揭示出“物以稀为贵”的道理，所以利用消费者仰慕名人、名牌或名店的声望所产生的某种心理，故意把艺术品价格定成离谱的整数或高价，这是目前艺术市场通常惯用的手法。质量不易鉴别的艺术品最易采用声望定价法，声望定价策略迎合了消费者的价高质优的心理，这是消费者受相关群体、所属阶层、地位、身份等刺



激、影响而对某些特殊商品愿意花高价购买的心理反映，以达到显示身份、地位，实现自我价值的目的。

从目前情况来看，中国书画市场现存十种价格，即书画家的润格价和执行价、拍卖行的评估价和成交价、画廊的自报价和销售价、收藏圈内的公认价和交易价、市场笔会价和实行价等。到底哪种价格能正确反映书画作品的价值呢？书画艺术品价格的决定因素是什么？

在中国书画领域有一句俗语叫“书画同源”，毫无疑问，艺术都是相通的，不同艺术品之间的相互关系，向来都呈开放的趋势。根据“书画同源”的说法，任何艺术类别的评估、参照、评定、理论和实践都可以互相借鉴、融合、启迪，包括在艺术品价格指数和评估体系中也是，即意味着产品同质化，或者说同一大类中不同品牌的产品在性能、外观、价值、价格包括运营手段等有着相互模仿甚至逐渐趋同的现象。任何艺术类别的整体特征或某些局部特征都有相通或相关之处，掌握一种艺术对认识另一种艺术有极大的帮助。在艺术品评估领域就是同质化商品的相互替代。市场价值是既定的，任何作品的定价如果明显高于市场价就会被买家拒绝或者说明该件艺术品标价注水、有问题。艺术家在不同时期的作品往往也有很大差别，尽管创作风格和艺术手法可能保持一贯性，但在思想的深刻性、构思的纯熟度、艺术的理解层次、语言的精确度及线条、定位、色彩、音韵、节奏及笔墨等的运用及其他诸方面，都会有明显的不同。

现在大量民间艺术收藏品的价值无法估量或者难以参与市场流通，但是收藏品一旦进入市场，就必须有合乎市场规则的价值和价格的认定评估和参考指数，并且规范的交易行为应该通过规范的评估和公开的价格参照，得出合理的参考价格，允许买方知道艺术品内在信息。另外，随着文化金融业的发展，大量的文交所、投融资、银行、保险等行业对艺术品融资、抵押和艺术品保险等开启绿灯，过去未能开展此项业务，主要原因就是无法对艺术品进行权威价值认定和价格评估，急需权威的价值参考指数。而且，艺术典当和租赁业也面临新的市场，在典当和租赁艺术品时，标准价值、价格认定评估是决定性因素，只有鉴定出真正的价值、价格，典当和租赁业务才能顺利完成；同时国内大量文物商店和文物公司等正面临体制改革，其所属文物艺术品等将进行全面的价格评估以确定国有资产的价值，只有完成对国有资产的精确评估，才可能顺利进行股份制改造。未来在诸多知识产权、肖像权和艺术品的争议中，也都牵扯到价格评估，涉及公安、公证、法院、海关、知识产权局和其他相关司法部门。对艺术品的价格评估必须十分重视，因为这种评估可能会涉及一个人的性命、刑期或者赔偿金额等；中国各博物馆的收藏不计其数，但是，一旦失窃或者因为火灾、台风、水患、地震、虫蛀等原因造成损坏，有时连评估的机会都不存在，那么金融保险等也将无从下手。在不远的将来，会有大量的艺术品商人横空出世，艺术品运营投资商是以艺术品为商品来进行经营牟利的。现在许多收藏家也不敢轻易出手，因为许多艺术品都爆出天价。看来注水的不仅是猪肉，许多委托人喊出天价，没有人知道这些天价里能挤出多少水分，有的天价是艺术家和经纪人、拍卖机构、媒体、艺术品市场等联手托起来的，实际成交价早就达成默契，天价是给别人看的，是为了产生广告效应。如此一来，倘若艺术品过量泡沫引发新一轮的金融危机，恐怕就非你我所能承担得了的了。因而在开展艺术品投资的过程中，必然要涉及价



值、价格，这种评估不仅要求得出每件艺术品的价格，而且要求作出投资的评估计划，就应该有一个合理的价格结构，有了这个价格结构，才能明确地分析出不同价位的艺术品及其未来预期的收益率。

润格，通常是指为人写书作画所定的价格标准。在书画市场中，书画家作品润格是必不可少的。艺术文化产业在今天这个时代是最好的产业：消耗资源少，产业附加值高，污染排放低，提高信仰归宿的层次。文化又是国家战略，是世纪的课题，而书画艺术品作为文化的一张最大名片，已经渗透社会的方方面面。随着文化市场的日益繁荣，越来越多的艺术家开始把自己的作品投向市场，这时候公认的润格及价值价格数据等就显得尤为重要，但书画艺术品市场中的价格体系却比较混乱复杂，导致价格令人困惑、信息混乱、真假莫辨、监管不力、市场倒置、诚信缺位等，这也是本书和尚清指数委员会所关注的。

中国书画艺术市场的规范需要全社会的关注和参与，随着中国文化市场大环境的进一步优化，中国书画艺术品的产业结构必将朝着更加合理化、国际化、数字化、规范化的方面迈进。现在有了尚清艺术品评估定价法则，就可以凭借科学数据量化评估不同艺术品的目前价格和同一艺术家不同时期的书画艺术品市场价值，借此而相信艺术金融、保险、投资、理财、评估、典当、基金、艺术品交易、艺术品质押、艺术品信托、艺术品份额化等，必将由此拉开新的序幕。

艺术品价格是艺术品价值的货币表现。艺术品的价格，是书画作品成为商品之后才有的。当然，尚清指数提供的是参考数据而不是最终答案。概之，书画作品的价值与价格，有区别又有联系。在一般情况下，书画作品的价值含金量越大，其作品的价格就越高。书画作品的价值与价格增长变化，还与作品时间长短、书画家名气、出版宣传、社会地位、经济繁荣、区域环境、社会认知及作品风格、精品比例、艺龄职称、构图修养、技法技巧、藏家认知、入市时机等因素相互关联。同时涉及价值评判、市场规范、交易诚信、未来预测及双方利益等。为方便更多艺术收藏家及艺术品爱好者了解书画价格及书画发展趋势，现整理推出此书，让大家了解最新的书画市场及其动态发展，防范和规避市场风险，积极投身文化发展与建设中，传承中华文化并不断实现中华水墨艺术事业的新跨越。

每一件艺术品都是艺术家心血灌注和才华凝结而成的。它必然会打上艺术家的生活经历与个性品质的烙印。艺术家的家庭背景、宗教信仰、学习情况、社会环境、感情经历和政治主张等在艺术创作和艺术品中都会有一定的反映和体现。一个艺术家同时创作两幅作品，一件是代表作，另一件是应酬作，其价值就会有很大的不同。尚清指数书画组的工作首先是要准确确定该受评艺术品作者的目前社会地位，本书第 267 页的“尚清书画九品分级”将艺术家分为大师级、大名家、中名家、小名家和礼品制造者五个级别，基价也从一百万、十万、一万到一千，再到一百；而当代尚清书画十二段划分法则是参照中国传统围棋棋手定段位的“九段制”，源于我国古代品评人物、书画、职官的等级。尚清书画十二段划分法将初级段位分为 1 段、2 段、3 段，3 段为初级顶级；将中级段位分为 4 段、5 段、6 段，6 段为中级顶级；将高级段位分为 7 段、8 段、9 段，9 段为高级顶级；将大师级段位分为 10 段、11 段、12 段，12 段为大师级顶级。



上述尚清书画九品分级和尚清书画十二段分级主要针对书画家而言,而尚清书画五联指数则更加具体地将作品进行细化。尚清书画五联指数中,ZZ为作品指数,共分5组,其中1组代表作指数为2,2组精品作指数为1.5,3组一般作品指数为1,4组习作指数为0.5,5组应酬作指数为0.2;TZ为题材指数,共分5组,其中1组工笔画指数为1.7,2组山水作品指数为1.5,3组走兽作品指数为1.2,4组人物作品指数为1,5组花鸟作品指数为0.7;NZ为内容指数,共分5组,其中1组名家题跋指数为2,2组重大题材指数为1.5,3组出版拍卖指数为1.2,4组完整作品指数为1,5组残缺作品指数为0.5;SZ为时间指数,共分5组,其中1组高峰期指数为1.5,2组衰退期指数为1.2,3组成熟期指数为1,4组成长期指数为0.5,5组学习期指数为0.2;FZ为书法指数,共分5组,其中1组草书作品指数为1.5,2组篆书篆刻作品指数为1.2,3组隶书作品指数为1.1,4组行书作品指数为1,5组楷书作品指数为0.5。这样,我们运用尚清艺术品评估定价法则SQFZ1就可以准确计算出一幅书画艺术品的当前价格:评估价格=作品面积 $\times$ (尚清书画九品分级品基价+尚清指数 $\times$ 0.5) $\times$ 五联指数(ZZ $\times$ TZ $\times$ NZ $\times$ SZ $\times$ FZ),详见本书第269页“尚清艺术品评估定价法则(SQFZ)”。掌握以上这些就可以轻松地为一幅艺术品进行价格定位和价格评估。为艺术品这一类从个体上来讲具有唯一性的特殊商品建立一个指数,需要一个有别于股票、债券以及普通商品的方法,这也是由于艺术品交易的非频繁性及各个时期交易的特异性所致,而且各有优劣势,譬如拍卖数据虽然直观但是有虚高、假拍、人为操控等,而且拍卖的一般都是相对成熟或者有一定认可度的作品,中青年艺术家几乎没有机会,况且画廊成交价又相对不稳定,各书画组织推荐又带有片面性,各艺术家申报价严重偏高甚至脱离实际等,因此,在一个时间段内艺术品的平均价格更大程度上取决于这个时段中完成交易的艺术品的特质,市场参照仅供参考。要评价这一类艺术品的市场表现,我们需要建立一个相同商品反复交易的数据库平台,了解更多机构、专家及消费者的关注点,公开交易的拍卖数据及艺术家自己申报润格等。

对于2013年度大型拍卖成交量大的,我们实行平均值制,就是把该作品2013年度单幅十万元以上成交的作品总额相加,除以总面积再乘9换算为平方尺数,得出作品平均值指数;没有拍卖纪录的采用尚清指数联办画廊机构成交金额计算而得;其他艺术家采用尚清指数签约书画院、北京尚清艺术研究院各分院和相关理事单位推荐评审;个体艺术家自由申报,申报艺术家需严格遵守国际IPR书画润格标准程序。

尚清指数拥有大量的申报润格数据及鉴定、鉴赏、评估数据档案和拍卖公告数据等作为研究支持,选取数据样本、进行数据判别时不夹杂任何主观、环境噪声与人为因素,并且实行公告制,尚清指数官方网站则为每一个艺术家指数独立建立数据库查询平台,接受所有网民及所有人的点评和修正,最后结集出版公示,客观度很高,计算方法比较科学。我们采用了综合计量经济学领域最新的计算估计方法并且接受全社会的监督,这些都是尚清指数被国内多家艺术品交易平台和文交所及艺术金融和相关评估机构认可并青睐采用的重要原因。同时理解并有准备地迎接这个新时代,构建对艺术品价值解码的一个新起点,让大家重新认识艺术价值的那个朴素的真实。尤其是现在又到了一个可把握未来的时代,也是一个文化升级的时代,这将为大量后来的艺术家提供更多的机遇,艺术品消费的时代也将大踏步而来。



尚清指数的基础就是建立在这些价值信息之上。

《中国现代书画家润格尚清指数 2014 公告》原是关于国际 IPR 润格（标准）的一部内部公告，也是由中国国际书画润格中心历经九年所润格认定的内容及中国艺术数据库认定中心艺术数据库平台，再加上中国艺术品鉴定中心、中国书画经纪人协会、中国艺术品评估中心和中国艺术品抵押担保中心 2012 年、2013 年档案数据构成，现在结合 2012 年、2013 年中国嘉轩国际拍卖中心等大量艺术品成交活动统计编撰而成。我们通过历经九年打造的润格和艺术数据库平台，追踪艺术家的成长经历，追踪某些特定代表作和相对重要作品的市场参数，并积极为市场相对认可的艺术家建立市场数据库档案和艺术品身份证体系，我们协同中国艺术数据库认定中心、中国国际书画润格中心等，执行国际 IPR2007A 标准，自 2005 年开始，通过《书法报》、《书画报》等的宣传协作，为近万名书画家进行润格、评估、评定和认定的基础工作，并参与主持了大量的艺术家数据库建设。现在特推出此书，希望能借此为轰轰烈烈的文化建设浪潮进献微薄之力，当然也只是抛砖引玉，希望能对着意于文化事业者有所帮助和启迪，以期对当今文化的落实和繁荣作出贡献，给我国欣欣向荣的艺术品交易市场再添新的活力。

纵观 2013 年艺术品市场，在朦胧中依稀可见光明和希望，通过尚清指数，以及众多艺术品的增值和超越，我们看到了希望也倍感欣慰。每个数据信息内都隐藏着诸多未被发掘的价值，而这些发掘和利用的竞赛及游戏正在全球上演。价值取向决定了市场的特质，因此，艺术品有在数年后给您带来更高的回报的可能，尚清指数始终在围绕这个事实并希望能更加清晰地为您展示这一事实。对于更多的艺术投资者而言，还要加强自身对艺术品知识储备，提高鉴赏能力和品位水平，这种投资便会在不远的将来得到兑现和回报，请相信你自己和尚清指数。不可否认，我们已经进入了一个用数据进行预测的时代，对社会而言，危险不再是价格隐私的泄露和触及艺术家的底线，而是未被预知的可能，更何况中国书画艺术市场本来就有每年 10% 的递增规律。今天的文化艺术品市场五光十色、变幻莫测，几家欢喜几家忧。尚清指数，每一组数据都在暗示着另一个新的艺术市场的动向。在不久的将来，世界上许多现在单纯依靠人类判断力的领域都将会被计算机系统所改变甚至取代。尚清指数今天只是一个分享数据的平台，而真正创造的时代才刚刚开始。大数据开启了一次重大的时代转型，就像有了望远镜让我们感知宇宙，信息数据让我们打开了一扇从未涉足的世界之窗，大数据正在改变和影响着我们的艺术生活及理解艺术世界的方式，成为新艺术的力量源泉，更多的改变正蓄势待发……

市场数据永远是尚清指数的核心理念，任何一件艺术品一旦离开艺术家本人就成了社会的产物，艺术家可以天马行空、漫天要价，但是在尚清指数里不管用，我们只尊重市场，不受任何外界干扰和旧观念的影响，我们只感知数据发出的声音，传播数据所散发的芳香，我们用单调而平凡的指数数据来量化和窥探中国艺术市场的发展态势，来展示艺术作品最基本的市场价格，发现新的知识，创造新的价值，带来大艺术和大发展，同时描绘并展示一个新的艺术时代。数据之于信息社会就如燃料之于工业革命，是新时代人们进行创新的力量源泉，尚清指数提供的是一个平等的展示平台，任何六品以上的艺术家都可以在这里展示和告白，



我们共同运用科技和群体的智慧，和大家一起来研究艺术信息、艺术科技，共同探求中华水墨文化的价格解码和价值真谛，一起拥抱这个崭新的时代。当然，我们的研究就像漂浮在海面上的冰山，真正的问题不是分析数据的我们，而在于你们如何研究应用这些数据资源。当然，在很多人看来就是一个简单的数据资源，而我们历经九年披荆斩棘，宣传、告之、润格、诉求、评定、评估、检测等探求，非常人所能理解。尚清指数是一个艺术资源，也是一种工具，它告知信息但是不解释信息，它用最简单的商业眼光指导人们去理解艺术和消费艺术，但是有时候也会引起误解，这取决于是否正确使用。尚清指数的力量是那么耀眼，我们必须避免被它的光芒灼伤或者诱惑，并善于发现它固有的瑕疵。人类从司南到罗盘再到六分仪，从望远镜到雷达再到 GPS（全球定位系统），人们总是受到现有测量和认知工具的局限，尚清指数也不例外。我们明天使用的计算工具很可能比今天强大千万倍，我们现在所拥有的知识较之明天就显得微不足道了，同理，艺术品的审美解码和价值解码自然也就水到渠成。

在今天这个大数据时代，尚清指数秉承中华文化发展之道，继承、创新和光大，探求信息透明与数据公开，努力与社会、与国际、与时代接轨，倡导以市场为先以及追求更多、更快、更好、更新、更全的服务精神，遵循国际化与市场化发展原则，从满足市场发展的深层需求出发，密切关注并记载每一个艺术家成长信息和历史足迹，以传递“透明信息，服务时代，坐标艺术，量化未来”的品牌理念，为当代艺术家及艺术品市场提供最好的数据服务，以支持中华文化走向世界和实现中华文化的伟大复兴。

北京尚清艺术研究院主要从事艺术信息、艺术指数、艺术科技及艺术品统计分析、培训、出版、研发、咨询、策划、解码、情境计算等业务，在尚清指数总工程师尚清的带领下，主动联合文化部产业司、中国国际书画润格中心国际 IPR 润格机构、中国艺术数据库认定中心、华中科技大学和华中科技大学出版社等单位，积极探求艺术与科技的新里程，寻找艺术品数字化未来新坐标。

本书内容由北京尚清艺术研究院和尚清指数委员会通过中国嘉轩国际拍卖中心及北京保利、荣宝、佳士得、嘉德、苏富比、北京匡时、翰海和国际中国书法家协会、中国书法家协会、国际中国美术家协会、中国美术家协会、中国鉴赏家协会、中国艺术品推广中心、中国书画经纪人协会、中国艺术品鉴定中心、今日中华杂志社、典籍出版社、中国国家画院、中国书画院、全国才艺测评委员会等公示数据信息精算和分析研究而得。我们乐于直面价格数据的纷繁复杂，而不过分苛求精确性。中国艺术品价格市场纷繁多样，真假优劣掺杂，信息数据分布在每个角落，虽然我们动用了大量的人力、财力和设备精算、分析，但是我们处理海量信息的能力依然是有限的，特别是在这个信息处理受限的时候，新艺术的发展需要时代的更多垂爱和宽容。我们现在能够容忍一些模糊和不确定性出现在一些过去依赖于清晰和精准领域，当然过去可能也只是有清晰的假象和不完全的精确，而现在我们能够得到一个艺术品价格相对完整的概念，于是我们就能够接受模糊和不确定的存在，相比依赖于小数据和精准过去，大数据因为更强调数据的完整性和混杂性，从而有助于我们进一步接近艺术品价值事实的真相，以积极探求未来中华水墨艺术的价值真谛。

本书收录了当今具有影响的书画家最新的书画润格和价格指数供大家参考，但愿能为书



画市场的繁荣和健康发展有所帮助,尤其是对于不从事网络业、IT 业及智能数据应用的艺术
家、收藏家和运营者等。本书的一大好处就是通俗易懂,通过具体实例说明从而有助于人们
的理解、联想和应用参考,惭愧的是尚清指数提供的不是最终答案而只是参考数据。尚清指
数仅用于查询而不是分析,大数据通常用概率说话,而不是扳着“确凿无疑”的面孔,整个
社会要习惯这种思维还需要一段时间。当然,尚清指数并不是一个充斥着算法和数据的冰冷
世界。中华文化博大精深、浩瀚无边,一件艺术品的辉煌、影响及其学术价值、历史价值、
研究价值等,尚清指数是无法完全体现的,这也是我们非常愧疚的地方。如果我们的数据不
小心泄露了某些艺术家的隐私或者不小心伤害了您的尊严,我们在此诚致深深的歉意并愿意
随时纠正我们的行为。在大数据时代,数据的价值大部分体现在二级用途上,而分析和计算
数据时我们并不做这种考虑,所以“告之与许可”就不能起到好的作用了。同时我们也谨告
数据使用者,在使用尚清指数的数据时,自己应该明白该承担的责任和对风险的评估,以规
避不必要的伤害和麻烦。尚清指数在其中的作用仅是一个商务流程的记录和见证,我们只想
艺术运营者和艺术消费者如何将尚清指数、信息转化为知识和智慧,扩大理性思维,辅助决
策而已,从而实现从数据到信息,从信息到知识,从知识再到利益的转化。今天我们正处在
大数据时代的早期,面对信息化、智能化及大数据的汹涌来袭,以及随着世界大步迈向大数
据时代,全社会也将产生大的变革运动,很多有关公正的概念都要重新定义,而且不同于过
去的工业革命,我们没有时间去慢慢适应。正如鲁迅先生所云:“对于有些人似乎总是挠着
痒处的时候少,碰着痛处的时候多。”在这个信息化时代,几乎没有个人隐私可言,借助摄
像头和 GPS 几乎可以看到任何想看到的地方,很多政策专家也看到了信息化给人们的隐私权
所带来的威胁,并且也建立了一些规则体系来保障个人的信息安全。但是,在这个大数据时
代,很多规则几乎就是零。大数据时代是相关关系而不是因果关系,然而,未来社会数据量
非常庞大,人类的很多活动都将被程序化,最后做出决策的将是机器而不再是人类自己。中
华水墨面对汹涌来袭的世界浪潮、复兴浪潮、科技浪潮,已经没有退路,我们只有张开胸怀
去拥抱和接受。我们必将励精图治、精益求精,积极为社会提供最新的艺术信息数据,努力
提供当下急需的指数指导,以应对当前的运营需求和市场风险与发展需要。人类未知的将永
远大于已知的,这是一个属于每个人的时代,是一个要重新定义的时代,也是一个将颠覆所
有行业的时代和新艺术自由绽放的时代。

最后,特别感谢为本书付出努力和艰辛劳动的高亮、田耿等同志;感谢北京荣宝斋出版
社的孙金友老师;感谢中国文化研究院的西沐老师;感谢中国工艺美术家协会、中国工艺美
术研究院涂雪平院长;感谢中国艺术品推广中心赵君丽秘书长;感谢中国收藏家协会的闫振
堂老师;感谢华中科技大学出版社及典籍出版社全体同仁;感谢雷鸣及中国媒体联盟和警大
特卫全体同仁;感谢陈久军、杨金霖、张奎峰及中国妇女发展基金会和“母亲中国”书画艺
术公益基金专委会全体同仁;感谢国际中国书法家协会、国际中国美术家协会、中国书画经
纪人协会、中国艺术品鉴定中心、中国鉴赏家协会、中国艺术品评估中心各分支机构及其主
管;感谢为本书和尚清指数提供拍卖数据的中国嘉轩国际拍卖中心、中国国际拍卖协会、中
国国际文化交流发展集团有限公司、每周一拍(北京)文化传播有限公司及北京保丽、嘉德、



翰海等的支持和大力协作！

欢迎各艺术机构组织和各位艺术大师、经纪运营者等对本数据提供支持、修缮工作，欢迎各艺术组织、各画廊、各画院、各协会、各拍卖机构等加入本数据体系。对本书和本数据库遗漏的地方，欢迎各位艺术大师的加盟和指正。

尚清指数手机在线查询已同步完成。《中国现代书画家润格尚清指数 2015 公告》正在筹编中，欢迎各位艺术家加盟指导。

联系方式：电话 010-87991199 E-mail: 1048009715@qq.com 微信号：1048009715

尚清指数委员会

北京尚清艺术研究院

2014 年 5 月 26 日于京华

目 录

一、现代书画类尚清指数	1
A	1
B	1
C	3
D	11
E	15
F	16
G	19
H	23
J	31
K	34
L	36
M	54
N	58
O	59
P	59
Q	61
R	64
S	65
T	73
W	76
X	90
Y	97
Z	108
二、现代油画类尚清指数	127
A	127
B	127
C	128
D	133
F	135
G	136
H	138
J	141
K	143
L	144



M.....	153
N.....	155
O.....	155
P.....	156
Q.....	157
R.....	158
S.....	159
T.....	162
W.....	163
X.....	170
Y.....	173
Z.....	176
三、现代素描类尚清指数	184
四、现代版画类尚清指数	186
五、现代水粉水彩类尚清指数	188
六、现代雕塑类尚清指数	193
七、人名索引	198
附录 A 古代书画类尚清指数.....	227
晋代	227
南朝	227
唐代	227
五代	228
宋代	228
元代	229
明代	230
清代	241
附录 B 尚清艺术品评估体系.....	267
尚清书画九品分级 (PJ)	267
尚清书画五联指数	268
尚清艺术品评估定价法则(SQFZ).....	269
尚清艺术品评估定价法则演练	270
尚清书画十二段划分	272
参考资料	273

一、现代书画类尚清指数

A

姓 名	作 品	面积/ (cm×cm)	价格/元	指数/ (万元/平方尺)	来 源	备 注
艾 轩	云慢慢升起	97×90.5	1 186 960	15	2013. 04	
	远方的歌	90×98	885 000	11	2013. 12	
爱新觉 罗·德崇	书法作品			0.5	尚清指数	国际中国 书协常务 理事
爱新觉 罗·恒钦	山水(四屏)	140×35	230 000	1.3	2012. 09	
爱新觉 罗·恒懿	书法作品(镜心)	67×134	368 000	4.6	2012. 08	
爱新觉 罗·启功	楷书毛主席诗(镜 心, 两幅)	174.5×93.5	1 955 000	13.3	2013. 05	
	行书十一言联(立 轴)	234×52.5	6 382 500	28.9	2013. 12	
爱新觉 罗·启襄	书法作品			0.3	画廊	
爱新觉 罗·若兰	书法作品			0.1	尚清指数	国际中国 书协会员
安鹤旭	月冷风清	140×146	207 000	1.1	2013. 12	
安青怀	卜算子·咏梅	67.5×135	138 000	1.7	2013. 12	
安 顺	春来早(镜心)	138×40	378 550	7.6	2012. 11	

B

姓 名	作 品	面积/ (cm×cm)	价格/元	指数/ (万元/平方尺)	来 源	备 注
巴 金	行书作品(镜心)	23.6×12.5	851 000	320.5	2013 春季	
白伯骅	唐人诗意图	49×75	218 500	6.6	2013. 10	
	执扇仕女图	133×66	195 500	2.5	2013. 12	