

【2006年版】

# 西沐： 中国画市场大趋势

江西美术出版社

# 中国画市场大趋势

西沐·著



江西美术出版社

---

**图书在版编目(CIP)数据**

中国画市场大趋势 / 西沐著. —南昌: 江西美术出版社, 2007.3

ISBN 978-7-80749-080-7

I. 中… II. 西… III. 中国画—艺术—市场—研究—中国 IV. J2-29

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 029031 号

---

策 划: 傅廷煦

李亚青

责任编辑: 王太军

特约编辑: 李亚青

**中国画市场大趋势**

西沐 著

江西美术出版社出版

(南昌市子安路 66 号)

新华书店发行

北京多彩印刷有限公司印刷

2007 年 3 月第 1 版

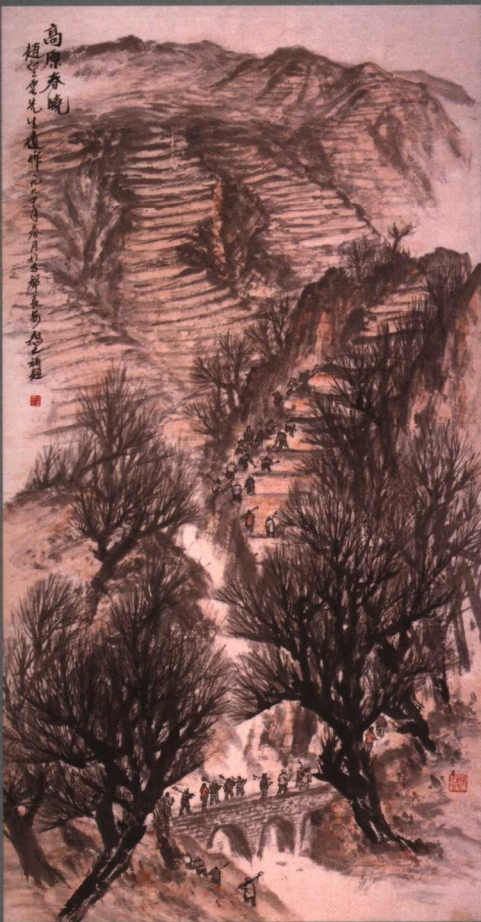
2007 年 3 月第 1 次印刷

开本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

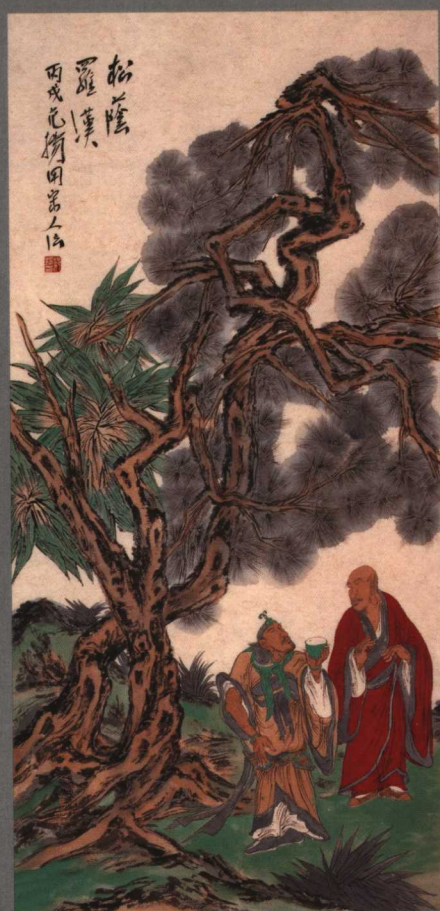
印张 44.25

ISBN 978-7-80749-080-7

定价 137.00 元



赵望云作品



范扬作品

## 前 言

艺术是时代的心声。

伟大的时代产生伟大的艺术，伟大的艺术催生巨大的市场。中国画市场发展到现在，走到了继往开来的十字路口。回顾中国画市场步履蹒跚的历史、面对多元化发展而又乱象丛生的现实、展望中国画市场辉煌的未来，我们难以平静，更不愿无所作为。于是，在众多同道的关心、支持下，我们独向一隅，以推动中国画市场发展为使命，开始了苦吟探道的研究工作。今天，大家看到的这本书，是一份关于中国画市场研究课题报告的一部分，还会有更多、更完整的研究报告陆续地面世。我们始终怀着一份责任、一份真诚去对待自己的工作，表达自己的研究观点，这是本书最为突出的特点。

画家、画廊、藏家、媒介及环境是中国画市场发展过程中最为重要的要素。对市场来说，如何研究和剖析这些重要要素之间的关系及其内部结构，发现和探讨其发生与发展的内在规律，是目前中国画市场发展过程中最为急需的。在中国画市场的发展过程中，我们缺少的不是画家、不是作品，而是一种特立独行的研究精神和独立思考的收藏意识。从这个角度上讲，这本书，是专门奉献给那些善于学习、善于思考，并具有研究能力和研究精神的人。特别是奉献给那些在中国画市场的发展中，不断地给予我们支持的具有研究和探索精神的藏界的朋友们，是他们把中国画市场的命运与自身价值、自身命运结合在一起。我们相信，通过研究、探索，藏界的朋友们也一定会把中国画发展的命运与自己的发展结合起来。这不仅是一种运作，更是一种学习、一种探索、一种让人肃然起敬的境界。

中华民族正以宏伟的雄姿步入世界民族之林，中华民族传统文化的精神光芒也正以前所未有的力量普照在世界的各个角落。中国绘画作为中华传统文化的重要标志，在新的时代到来之际，也会不断地绽放出瑰丽灿烂的光彩。中国画不仅在中国，也会在世界上赢得它本应具有的重要地位。这既是一种文化战略，也是中华民族生存发展的重要战略。

在积极推动和促进中国画市场发展的过程中，我们努力地从事研究，扎根学术、面向市场，为了中国绘画的光辉未来，让我们一起来做！

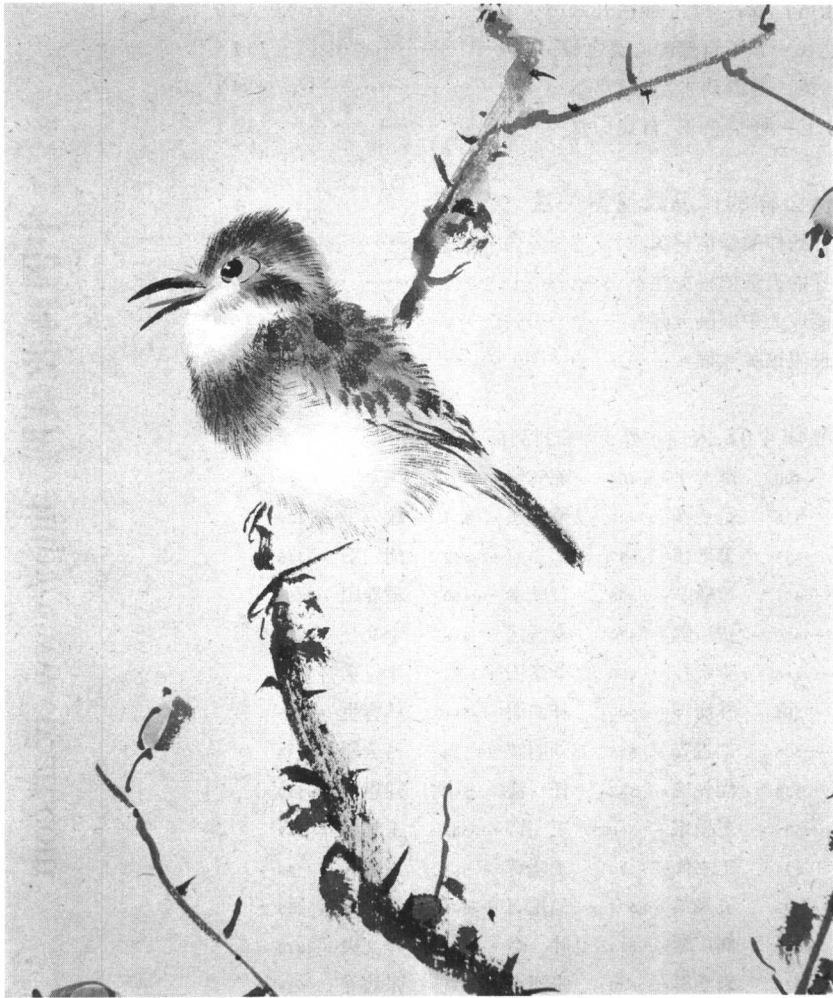
南浦花臨の東鑑月映りて西亭秋曉のま記

陸

野



李晚柱作品



霍春阳作品

## 前言

### 一、中国画市场大趋势

1. 中国画市场发展的简要回顾.....1
2. 中国画市场的现状.....9
3. 中国画市场的系统结构分析.....11
4. 中国画市场存在的主要问题.....15
5. 中国画市场发展的十大趋势.....19

### 二、当代中国画市场走向综述

1. 最具潜力的产业.....32
2. 更大的“牛市”刚刚开始，更大的调整期已经到来.....35
3. 洗牌已经悄然进行.....37
4. 拍卖是中国画市场大的缩影.....39
5. 青年画家异军突起.....41
6. 被紧盯的中国画市场.....42
7. 在巨大利益面前，投资机会空前高涨，竞争将会空前激烈  
.....44

### 三、中画指数：中国画市场的风向标

1. 中画指数最新发布（2006.8.30）.....46
2. 关于中画指数编制的说明.....52

### 四、中国画发展的基本态势

1. 中国画发展的历史沿革.....56
2. 在变革中提升的现状.....58
3. 发展的可能性与局限性.....60
4. 发展的基本态势.....63
5. 难以结束的结尾.....65

### 五、中国画市场观察

1. 山雨欲来风满楼.....66
2. 谁在穿皇帝的新衣.....70
3. 第三只眼睛看市场.....76
4. 行画：当艺术与规模化生产相结合.....82

中国书画收藏网 <http://www.cpcart.com>

了解更多信息请登陆

中国书画收藏门户网站



中国书画收藏网  
cpcart.com



这是中国书画联盟的注册商标 ©2006 中国书画联盟秘书处

了解更多信息请登陆

中国书画收藏网 <http://www.cpcart.com>

## CONTENTS 目录

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 5. 谁在挑战中国画的核心价值 .....      | 85  |
| 6. 中国画市场：想说爱你不容易 .....     | 90  |
| 7. 在趋势中说中国画市场的规律 .....     | 94  |
| 8. 中国画市场全面进入调整期 .....      | 99  |
| 9. 用什么样的心态去面对市场 .....      | 105 |
| 10. 从中国画市场态势看收藏价值的选择 ..... | 109 |
| 11. 应该高举现实主义水墨人物画旗帜 .....  | 114 |
| 12. 转型期的中国画市场 .....        | 116 |
| 13. 冬天到了，春天还有多远 .....      | 124 |
| 14. 原创性，中国画收藏的新视角 .....    | 128 |
| 15. 可以期待的明天 .....          | 131 |

135/364

## 六、中国画市场：对话·境界[按姓首字母排列]

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 1. 毕建勋：沉默的思者与孤独的行者 .....  | 135 |
| 2. 陈传席：中国画发展与收藏 .....     | 155 |
| 3. 范 扬：情驰神逸 放笔直取 .....    | 163 |
| 4. 郭石夫：传统是鲜活的传统 .....     | 170 |
| 5. 华其敏：笔映诗心 梦醉墨香 .....    | 186 |
| 6. 霍春阳：谦谦君子风 拳拳赤子心 .....  | 195 |
| 7. 李晓松：酣畅笔墨 情感山水 .....    | 206 |
| 8. 李晓柱：学法修身 澄怀味象 .....    | 214 |
| 9. 李彦伯：实验语言 观念水墨 .....    | 220 |
| 10. 梁占岩：随心散性见精神 .....     | 226 |
| 11. 林海钟：飘逸飞动 神游宋元 .....   | 235 |
| 12. 林容生：清雅古厚 纯正凝练 .....   | 242 |
| 13. 刘进安：革故鼎新 行者无疆 .....   | 253 |
| 14. 吕云所：沉雄刚毅太行魂 .....     | 260 |
| 15. 梅墨生：苦寒生香 雄奇天成 .....   | 269 |
| 16. 闵先瑞：取道自然 回归人文 .....   | 276 |
| 17. 王和平：虚静逸趣 简朴清幽 .....   | 284 |
| 18. 吴悦石：力道韵雅 宁静致远 .....   | 290 |
| 19. 袁 武：笔墨洒脱写人生 .....     | 296 |
| 20. 张江舟：笔随时代 趣自心来 .....   | 306 |
| 21. 张立柱：沐关中暖风 育家园奇葩 ..... | 315 |

22. 张士增：重彩写意 继往开来.....320  
23. 张志民：亲近自然的心灵之旅.....335  
24. 赵 秦：墨清韵古 意趣湛然.....342  
25. 赵 卫：抒情格调 自然山水.....357

365/397

## 七、谁和什么样的作品最值得关注

1. 什么样的作品最值得关注？.....365  
2. 什么样的人最值得关注？.....379  
3. 谁可能成为中国画大师？.....394  
4. 我们最应该关注谁？.....398

400/697

## 八、特别推荐（68人）[按姓首字母排列]

- |             |             |             |             |
|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 毕建勋.....400 | 陈苏平.....404 | 陈钰铭.....408 | 崔 海.....412 |
| 崔 见.....416 | 范 扬.....420 | 范治斌.....424 | 顾 平.....429 |
| 郭石夫.....433 | 韩敬伟.....437 | 韩 浪.....442 | 胡 石.....446 |
| 华其敏.....451 | 黄耿辛.....455 | 黄耿卓.....460 | 霍春阳.....465 |
| 纪京宁.....469 | 贾广健.....474 | 李健强.....478 | 李文亮.....482 |
| 李晓松.....486 | 李晓柱.....490 | 李彦伯.....494 | 李 勇.....498 |
| 梁占岩.....502 | 林海钟.....507 | 林浩湖.....511 | 林容生.....515 |
| 刘继红.....520 | 刘进安.....525 | 刘明波.....529 | 吕云所.....533 |
| 梅墨生.....538 | 闵先瑞.....542 | 任 清.....546 | 任惠中.....550 |
| 苏高宇.....555 | 王爱宗.....560 | 王 鐔.....565 | 王辅民.....569 |
| 王和平.....574 | 王书侠.....579 | 王晓辉.....583 | 王国兴.....588 |
| 王一明.....592 | 吴泉棠.....597 | 吴悦石.....601 | 萧 丽.....605 |
| 谢定超.....609 | 熊广琴.....614 | 叶 烂.....618 | 叶文夫.....622 |
| 袁 武.....626 | 袁学军.....630 | 张江舟.....634 | 张峻德.....638 |
| 张立柱.....642 | 张士增.....647 | 张万峰.....651 | 张伟平.....655 |
| 张志民.....660 | 赵 秦.....664 | 赵 卫.....669 | 赵跃鹏.....674 |
| 周逢俊.....678 | 周荣生.....683 | 周一新.....688 | 子 峰.....693 |

698/698

## 九、附录

699/699

## 十、后记

中国书画收藏网 <http://www.cpcart.com>

了解更多信息请登陆

中国书画收藏门户网站

中国书画收藏网  
cpcart.com

# 一、中国画市场大趋势

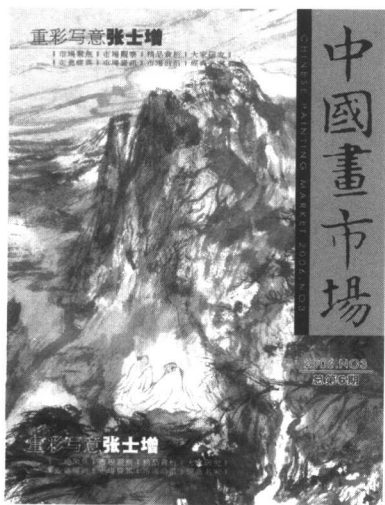
中国画艺术的不断进化发展，孕育了中国画市场的发展壮大。中国画自身特有的艺术魅力和独特的审美取向，使中国画具有了特定的艺术价值。随着商品经济的不断发展，越来越多的人在关注中国画的艺术价值、关注中国画建立在其艺术价值之上的市场价值。人们在发现中国画市场价值的同时，中国画市场的大幕已被逐步地开启。在中国经济迅速发展的今天，中国画市场也就有了光明的前景。人们在关注中国经济、关注中国文化的同时，不能不关注中国画的发展。

## 1. 中国画市场发展的简要回顾

在商品经济社会里，中国画是难以待字闺中的“富家小姐”，必然会成为用来流通的商品。说起中国画市场，就不能不说到中国画市场的揭幕人敬君和毛延寿。2000年前，齐王兴之所至，下令筑高台，台上建起高大的楼阁。齐王觉得意犹未尽，就在国中张榜，谁能把台阁画好，就给予重赏。有位叫敬君的画家常年饥寒交迫，一见齐王悬赏招贤，就毫不犹豫地去应征。敬君离家日久，常思念家中娇妻，又一时无从脱身，就偷偷画了妻子像，聊以释怀。不料，此像被别人看见了。这人知敬君妻颇有姿色，就去讨好齐王，说敬君妻如何如何了不得，搅得齐王春心荡漾。于是，齐王让人把敬君叫来，请他喝酒。乘着酒兴，齐王对他说，全国各地都给朕献了妃，但朕都不满意。听说令夫人乃绝代佳人，不知愿献孤王否？朕可赐你百万钱，聊表心意，如何？当然，如果你不愿意，那也用不着回去了，明年的今天就是你的忌日。齐王这么威逼利诱，敬君到底是明白人，就乖乖地献了妻子，拿了钱远走他乡。到了西汉元帝时期，宫中嫔妃成群，皇上难以一一过目，就养了帮画家为她们画像。每天晚上，元帝就“按图索骥”。因此，画家在嫔妃面前都很神气。宫人也知道，一支画笔就可以决定其一生的命运。因此，她们争相出钱，请画家把自己画成天仙，艳如西施。多的出10万，少的也出5万，只有王昭君不屑于此，可想而知也没有被皇上宠幸过。当时，汉朝正和北方匈奴又打又拉，元帝相信“和为贵”，打算把自己看不上的嫔妃送给匈奴单于。反正是挑剩下的，不心疼。王昭君被选中。未料，给其送行时，元帝亲见昭君绝色，追悔莫及，气得咬牙切齿，心想，如此美人，堪称后宫第一，朕一次也没有见过，全是混蛋画家坏了朕的事。等客人一离去，元



一本面向收藏界的关于中国画代表性画家的学术、人物及市场研究的专题报告



一本权威、全面、系统地报道中国书画市场发展的大型资讯研究资料

帝就追查此事，以毛延寿为首的一批画家被斩首示众。抄家时，发现他们的家财都数以万计。到了魏晋南北朝之后，中国画市场的发展已进入到一个全新的发展阶段，一些士大夫阶层的大画家、大书法家也已迈入中国画市场的范畴。当时，为人作画、收取酬金的不仅仅是民间画工，甚至连洋画师、名重一时的大画家也都有意无意地参与进来，从而带来了艺术市场的新景观。

中国绘画与中国京剧、中国医学一起，被世人并称为“中国的三大国粹”，显示出了中华民族独特的艺术渊源以及技艺发展轨迹。中国画已有几千年历史。从它的开始到现在，中国绘画一直专注于实用性和艺术性并行相长，在浩瀚的历史长河中泛起朵朵美丽的浪花。中国绘画市场的建立也因此有了一个产生与发展的历史背景。其中，中国书画独立审美的形式是其重要的标志。几千年的绘画史，漫长而精彩。历史上的帝王、达官显贵，供养了大批的伏笔高手、造假的无名英雄，他们有着舒适的生活条件和创作环境。到了当画家比当皇帝更上瘾的宋徽宗时代，中国画更是达到了一个前所未有的高峰：宋代设立皇家画院，名曰翰林图画院，开科取仕，定职称，网罗人才，条件优越，管理规范。一时间，名手竟达数百人，规模宏大之极。明代画家文徵明在当时赫赫有名，购其书画者蜂拥而至，当他应付不了时，就请朋友为其代笔，一时间弄得真假难分。到了清代，连意大利画家郎世宁也曾挤进清宫分得一杯羹。

回溯中国画市场的历史，商品化的传统源远流长。如果说汉魏时代，绘画的商品属性尚未充分显现，但到了唐代，中国画市场则已十分兴盛了。当时，占主导地位的主要是借助于皇权专制而建立起来的官方典藏。因此，绘画的商品属性虽已彰显，但还并不十分充分，其主要功能仍然是服务于“成教化”和“助人伦”。宋元以降，文人画崛起，由于提倡私秘化和自娱化，排斥功利性，以“畅神”、“适意”为依归，在某种程度上压制了绘画商品化的发展。中国画市场机制的真正形成，是在明代中期以后。随着社会的安定、城市的繁荣和人口的急增，当时江南一带的商品经济极为活跃。作为“四民”之首的士人和作为“四民”之末的商贾，在角色和观念上开始相互渗透：一方面，后者“贾行士风”，在精神趣味上向知识阶层攀附；另一方面，前者又“士而贾行”，在行为实践上向“成功人士”靠拢。正是在这种特殊的时代背景和文化语境的催化、鼓动下，中国历史上第一个中国画市场的高潮终于形成。和唐宋时代相比，明代的中国画市场行为起码有两点不同：其一是唐宋时代的艺术市场，主要是由官方（皇家）典藏扮演主角，民间收藏只能扮演配角；而到了明代中期以后则反之，民间收藏一跃而超越了官方典藏，成为艺术市场的主导力量。其二是唐宋时代中国

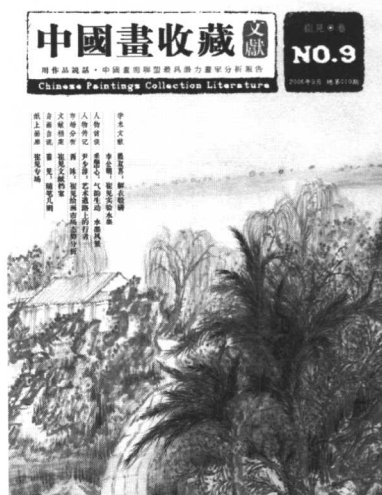
画市场对绘画的影响微乎其微，而到了明代中期以后，画家作画却不得不对买方的欣赏口味有所考虑。除明代中期之外，中国画市场另外还有过两次高潮：一次出现在清代中期，以扬州画派为代表；另一次出现在清末民初至20世纪的上半叶，以海上画派为代表。这三次中国画市场的高潮，构成了中国绘画史上画家的价值观念和绘画的形态体格逐渐从精英化走向世俗化的嬗变过程，勾画出艺术评判的话语权从创作主体向消费主体不断位移的清晰轨迹。

艺术品市场的形成、发展，其市场的有序操作以及遵循市场规律是其走向良性循环的必由之路。改革开放初期，港澳同胞、海外侨胞满怀热情地回到祖国大陆，被空前繁荣的艺术品市场所吸引，购买了大批书画作品，或作为礼品送人、或作为投资期盼有一天升值。目前，国内艺术品市场的逐步升温和中国经济的持续增长、人民生活水平的逐年提高，以及一些大企业、大财团的异军突起并意识到这种收藏对企业文化建设的重要性分不开的。从发展的角度看，中国画艺术品市场应该是继续升温的。

中国画市场在新中国成立后有过一个不平凡的发展历程。如果按标志性事件划分，中国画市场大概可以分为以下几个阶段：

(1) 1951年~1957年，为新中国成立后，国家恢复生产、经济正常发展时期。这一时期，中国画市场的供求关系、价格、需求等都发展得比较平稳，没有礼品画这一特殊市场的拉动。当时，齐白石老人的画，一平方尺为5~7元；而当时普通职工的月收入为30元左右。也就是说，一名普通职工凭借一个月的收入去购买一幅名画家的画乃绰绰有余。

(2) 1957年“反右”运动~1982年，为中国画市场基本停滞时期。1957年5月14日，周恩来总理在北京中国画院成立典礼上的讲话中指出，中国画要反对固步自封、要批判地继承传统；美术创作应该自由，各种画派都应吸收，百花齐放、众美争艳；要加强研究，不断提高，超过前人。这些也是针对当时中国画界的争论而做出的明确指示。可惜，随之而来的“反右”运动，却把一场关系到中国画发展道路与前途的辩论，简单、粗暴地以政治斗争的方式解决了。“反右”斗争以后，中国画市场进入了低谷。1958年与1959年两年的连续失误和天灾人祸，使我国中国画制作者和经营者的处境步履维艰，书画人才不断减少。“文革”前后，中国画的大好形势更是被严重摧毁、彻底瓦解了，致使中国画几乎就没有了市场。只要写上一封求画信，著名的老画家就会如遇知音，以画奉赠。可是，当时求画的人却寥寥无几，加之学校停课、教师赋闲“闹革命”，中国画人才的培养



一本面向收藏界，推介最具潜力的代表性画家的全面系统的研究分析报告



一本全面展示从画廊业态这一视角，去透视中国画发展态势及重点画家的推广展示性专辑

也基本停滞，不少有成就的中国画家在运动中受到了伤害。

到了改革开放初期，各种政策还不到位，加之“文革”给中国画家带来的沉重的思想负担，中国画市场的恢复还很缓慢。从恢复高考，到1982年前后，美术院校的招生数量还是很有限的。每个省每年从大学美术专业中培养的中国画人才只有百十个人，而这百十个人就业之后，又有2/3的人改行。这一时期，中国画生产者队伍已严重缺员、中国画生产力严重不足，“极左思潮”紧紧地束缚着画家们的手脚。画家创作出的中国画作品只为政治服务，并不能真正地进入市场。

(3) 1982年以后，随着改革开放，中国画市场的发展迅猛，但无秩序。当人们的衣食住行等物质需求得到满足时，进一步需要的就是在精神和文化层面上的满足了。那时，社会上对中国画作品的需求急剧增长，中国画市场出现了严重的供不应求，一年比一年火爆起来。由于中国画产业的急剧发展，在这一时期进入中国画制作和中国画市场经营的人，大部分都成了百万富翁，甚至千万富翁。从事中国画经营的魅力是巨大的，从而吸引了大量的人挤向中国画领域，使中国画生产者和经营者人数不断剧增。一时间，离、退休老干部拿起了画笔；各行各业的书画爱好者拿起了画笔；在职干部抽闲练画；无业人员和下岗人员也拿起了画笔；各种中国画作坊也应运而生，大量招雇人员，组织生产中国画；社会上办起了各种各样的中国画培训班，有的一个小县城竟有十几个培训班，每个培训班都有成百人参加；许多大学增设了美术系，一个系开设几个画种专业，不断地扩大招生数量；中等专业学校开设了中国画专业班；有一些地方还出现了画家村，成为专业的中国画产销区。各行各业都在赶制中国画，以至于有个外国人看了竟说：“中国有10亿画家。”由于参与中国画的群体良莠不齐，加之中国画市场的迅速发展和管理措施一时跟不上去，造成了中国画市场的无序发展、鱼龙混杂、真伪难辨。

(4) 1992年，北京拍卖市场举办了一场国际文物艺术品拍卖会。这场拍卖会是20世纪50年代以来中国进行的首次文物艺术品拍卖。从此，中国的艺术品市场便得到了飞跃式的发展，全国各地的拍卖公司如雨后春笋般地出现。据统计，全国的拍卖公司目前超过了4000多家，艺术品拍卖的成交额在逐年增加，成交纪录不断刷新。

(5) 1995年~1996年，是我国绘画市场的第一个高潮期。经过十余年的飞速发展，中国画队伍已超过改革开放初期的几十倍。到了1996年，中国画制作者和经营者队伍已经从原来的严重不足变为供求平衡，并向供大于求发展，迎来了我国绘画市场的第一个高潮，形成了全面开花的大好局面。这个期间出现

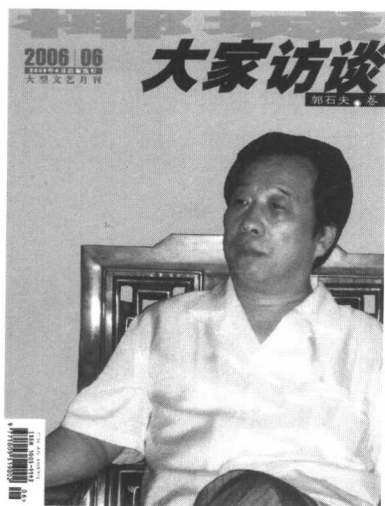
的中国画投资热潮，称得上是百余年来中国画市场化的真正起点。首次有港台艺术机构大规模投入。香港金融、地产市场兴旺，中国画投资的丰厚回报吸引了越来越多人士的热情投入；有系统和有计划的推广，结束了中国画过去乏人问津、无人推广的状况。中国画市场价格不仅没有因经济起伏而下降，相反却随着中国大陆经济的上升而稳步上扬，尤其是艺术精品，价格更是节节上升，这也意味着中国画艺术开始恢复其应有的价值。

(6) 1996年后，中国画市场进入了过剩及无序竞争阶段，市场进入了衰退期。坊间戏言：“如今‘大师’贱如狗，出门碰头满街走。无须名山拜和尚，荒村野老也风流。名片明骗纸一方，蚂蚁蚊子也称王。翻开词典问鼠辈，不知天下有齐璜。”以上诗词生动而形象地描述了1996年后中国画市场过剩和无序竞争的局面。当时，由于生产力过剩，而中国画制作者和经营者队伍却还在继续迅速发展，使得各类中国画经营者把收购的低档中国画以批发的形式争相压价，大批量出售，就如普通商品一样多中取利；各级画院及美术院校的教师们、专业中国画家们竞相攀比价格，以画价比身价，使画价越攀越高，脱离了市场的接受能力，形成了“有价无市”的状况；好多画家在家一年卖不了几张画，只能出门去“找生意”。一时间，“走穴”之风盛行；有些地方把笔会逐渐变成了卖艺场。有资质的画廊联系外地画家到本地售画，没有资质的闲散人员也到处联系画家来本地售画。一来就是“某某名家”前来献艺，海报满街飞，电话不绝于耳。一个小县城，有时一天竟能来三批“书画家”，招待所一摊、文化馆一摊、家具店一摊，四处拉客，张罗卖画。可终究还是市场有限，到头来，不得不降价售出。可明明是降价，却还说：“画价不降，另送几张。”有些人只掌握了别人画出名的某种画的几种画法（有的还根本没有掌握好），就自称是“某某王”。于是乎，“牡丹王”、“虾王”、“猴王”比比皆是。为了迎合那些想出名的画者，出版市场出版了各种辞典，只要给钱，就来文照登。于是，各种“中国画名家”、“中国画大师”一齐招摇上市。种种恶举纷纷登场，混乱不堪，给中国画市场增添了一抹挥之不去的阴影。因而，1997年后的中国画市场，生意一年比一年清淡。许多画廊辗转转让，相继搬走。投资人收不回成本，只得把房间租给经营其他行当的人员。供大于求使中国画市场进入了严重的衰退期。

(7) 从2004年开始，中国画市场完全摆脱了1997年以来形成的低谷状况。拍卖市场、画廊市场、艺术品交易市场三足鼎立，形成了2004年、2005年两年波澜壮阔的盛况。拍卖市场如火如荼，全年拍卖成交额高达近48亿元。2004年上半年嘉德春拍成交额3.6亿元，首创国内艺术品拍卖10年来中国画成交额最



一本由中国画廊联盟权威发布，报道画廊业中国画市场行情资讯及画家推介的大型文献资料



一本关于中国画大家的学术、研究、对话及推广性专题研究报告

高纪录。其中，书画成交额为2.18亿元，成交率89.33%；中国油画成交额2000万元，成交率84%。2004年下半年，中国嘉德秋拍成交额4.8亿元，其中，成交价过百万元的达70余件。中国书画各专场总成交额3.5亿余元，其中，近现代专场成交额1.9亿元，成交率85%；古代专场成交额1.0031亿元，成交率77.5%；中国油画及雕塑成交额3700余万元，成交率高达90%，大幅刷新了国内油画市场的最高纪录。中国嘉德全年书画成交额为7.74亿元，创2004年中国书画拍卖成交总额之冠。

拍卖市场的轰动效应直接促进了画廊业的兴旺。一些全国连锁性质的画廊不断建立，经纪人运作方式的画廊越来越多。中国的画廊开始逐渐和国际接轨，并且能够引导客户群向规模化、规范化和高收藏水准的方向发展。外商以及国内的企业也开始进入画廊业，一方面对中国画市场形成了冲击，另一方面也为中国的当代艺术品注入了新的活力。

在拍卖市场与画廊市场鼎盛至极之时，全国大大小小的艺术品交易市场、各种博览会、交易会也空前活跃起来。作为艺术品交易重心的北京，其几大市场令人关注。潘家园市场年交易额近5亿元。另外，上海、西安、烟台、广州的市场均稳中有升，高端作品市场接受能力越来越强。尤其引人注目的是深圳大芬油画村市场，这个以复制世界名作向国外出口为主要形式的市场，其2003年出口额是3000万元、2004年出口额在1个亿左右，令人叹服。大芬油画村已发展成继北京、上海、广州等地之后较大的书画交易市场，并成为国内油画市场的龙头。“中国艺术品投资交易市场”的试点成功更是令人欣慰。被称为艺术品第四种交易模式，以“中艺指数”为投资导向、以国际互联网为主要载体、以连锁交易所进行现场交易，集一级市场批售、二级市场网络竞买于一体，类似于证券交易体系的“中投”模式在烟台试点取得了成功。目前，中投烟台交易所成为烟台规模最大的艺术品经营机构，试点成功的“中投”模式向全国推广。“中投”的建立和试点成功，标志着全国艺术品市场由此逐渐进入规范发展和产业化发展的新时代，艺术品正式引入投资领域。

2005年，中国古代、近现代、当代书画市场和中国油画市场有了新的突破，收藏队伍的素养得到了进一步提高。中国油画市场直追国际市场，成交量稳中有增；大量新买家的介入会使中国油画的价格有新的定位；投资收藏的重点依然是老画家作品、学院派作品、新锐作品；老画家作品会创新高；新锐作品价格会较大幅度地攀升，并在画廊市场中会有所体现。近现代书画市场更是好戏连台，纪录不断。第一阶梯名家大师、第二阶梯名家精品的价格屡创新高，成为艺术市场最大的亮点。不