



现代拍卖面面观

主编 林日葵



中国商业出版社

现代拍卖面面观

林日葵 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

现代拍卖面面观/林日葵主编. —北京: 中国商业出版社,
2000. 5

ISBN 7—5044—4074—4

I. 现… II. 林… III. 拍卖市场—研究—中国
IV. F724. 59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 26993 号

责任编辑: 陈朝阳

特约编辑: 张瑞琪

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京宝旺印务公司印刷

*

2000年5月第1版 2000年5月第1次印刷
850×1168毫米 32开 6.75印张 130千字
定价: 12.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《现代拍卖面面观》

编委会

主	编	林日葵
编	委	于燕青
		戴翔
		徐嘉波

简 介

《现代拍卖面面观》一书是目前国内一本全方位地反映改革开放以来我国拍卖业发展的著作。全书约 20 万字。

《现代拍卖面面观》一书主要有以下三个特点：一是比较客观地总结和概括我国现代拍卖业的现状并展望其发展前景；二是比较全面地分析我国现代拍卖业的热点、难点、矛盾并提出对策；三是运用新的理念，新的思维，新的方法分析和研究拍卖业中的各种现象。因此，该书具有理论性、实用性、知识性、可读性和趣味性。

《现代拍卖面面观》一书分为以下八个部分：一、现代拍卖时空报道；二、现代拍卖热点冷说；三、现代拍卖新天地；四、现代拍品大千世界；五、现代拍卖行拍卖万象；六、现代拍卖当事人聚焦；七、现代拍卖与收藏轶闻；八、第三只眼睛看拍卖。

《现代拍卖面面观》对于理论工作者、拍卖业从业人员、收藏爱好者及广大读者来说，是一本有价值的参考书。

序

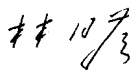
拍卖，现在听起来，已不陌生了。人们知道它是一种公开、公正、公平的竞价方式。尤其是近几年来，随着我国市场经济和改革开放的深入发展，我国的拍卖业正在不断完善、规范和健康地成长。据我们分析，在不久的将来，我国的拍卖业也将走向世界。为了实现这个目标，我国的拍卖业要积极开拓拍卖的领域和空间，使拍卖市场成为社会主义市场经济中的一个组成部分，在经济活动中发挥重要的作用。

由此看来，社会主义市场经济的发展呼唤着我国拍卖市场的发展。因此，我国的拍卖业必须面向大众、面向市场、面向竞争，才能拍出自己的特色，拍出明天的辉煌。

——面向大众，就是要通过文物艺术品拍卖活动，普及全民族的文物艺术品意识和知识，提高整个民族的文化素质，增强民族自信心和民族自豪感。

——面向市场，就是要通过拍卖活动，遵循市场经济的规律和法则，促进商品的合理流通，推动我国市场经济和市场体系的建设和发展。

——面向竞争，就是要通过拍卖活动，实现平等竞争，公平交易和正当经营，维护市场竞争秩序，防止腐败现象的产生，推进我国的廉政建设。



2000年4月10日于杭州

目 录

序.....	(1)
一、现代拍卖时空报道.....	(1)
(一) 拍卖——一种古老的销售方式.....	(1)
(二) 古老的木槌 崭新的天地.....	(3)
(三) 世界上历史最长的拍卖行.....	(5)
(四) 拍卖市场的发展促进文物回归.....	(8)
(五) 未来文物艺术品拍卖市场的走向	(10)
(六) 中国艺术品在海外日益受青睐	(12)
(七) 网上的佳士得	(14)
(八) 拍卖业与新闻媒介	(18)
二、现代拍卖热点冷说	(22)
(一) 拍卖新理念——上因特网、电视、电话	(22)
(二) 网上拍卖喜忧参半	(24)
(三) 网络拍卖 可望不可急	(26)
(四) 中国拍卖业缺点儿啥	(28)
(五) 拍卖“盲点”透视	(31)
(六) 对拍卖市场上高价位拍品的评析	(32)
(七) 庐山名人别墅群拍卖失败说明什么	(34)
(八) 拍卖鉴定的是什么	(35)
(九) 拍卖市场怎么管	(37)
(十) 拍卖审查有说法	(38)
(十一) 拍卖破产企业资产中的“戏”	(39)
(十二) 书画鉴定中的以真为假	(40)

三、现代拍卖新天地	(43)
(一) 收藏、拍卖、投资新领域	(43)
(二) 投资艺术品 企业的新动向	(44)
(三) 艺术品投资的风险——假货	(45)
(四) 投资艺术品, 选对“千金”、选错“白纸”	(47)
(五) 艺术品市场投资的三个“瓶颈”	(49)
(六) 投资艺术品 文博机构是大买家	(52)
(七) 漫谈投资名人书画 ABC	(53)
(八) 艺术品投资 买家永远是赢家	(58)
(九) 中国艺术品投资展望	(59)
(十) 当代书画家作品投资价值评析	(61)
(十一) 谈谈钱币投资的技巧	(66)
(十二) 从历史上三次钱币收藏热看其投资前景	(68)
(十三) 投资书画市场 会有丰厚回报	(70)
(十四) 投资集报要有的放矢	(72)
四、现代拍品大千世界	(74)
(一) 拍卖领域知多少	(74)
(二) 房地产拍卖——促销新形式	(75)
(三) 电视广告拍卖——拍卖领域一枝奇葩	(76)
(四) 民品拍卖——广阔的市场前景	(77)
(五) 拍卖新途径——科技成果转化	(78)
(六) 拍卖新领域——影视衍生产品的潜力	(79)
(七) 无形资产拍卖渐入佳境	(81)
(八) 中国名茶走进拍卖场	(82)
(九) 清代贡酒拍卖	(83)
(十) 新加坡死当物品的拍卖	(85)
五、现代拍卖行拍卖万象	(86)
(一) “主席用瓷” 拍声惊世界	(86)
(二) 蜡烛燃烧的拍卖	(87)

(三) 影响拍卖价格的因素	(89)
(四) 投资古玩的心理分析与真伪判断	(92)
(五) 艺术品市场的打假问题	(95)
(六) 艺术品拍卖“怪圈”透视	(98)
(七) 拍卖槌声再响中国邮坛	(103)
(八) 书画也有双胞胎	(107)
(九) 港台拍卖巡礼	(108)
(十) 香港古玩收藏和拍卖市场	(110)
(十一) 拍卖公告, 该公告的没公告	(112)
(十二) 艺术品拍卖面对 WTO	(113)
六、现代拍卖当事人聚焦	(116)
(一) 步入艺术品拍卖圈	(116)
(二) 拍卖行拍卖书画, 如何体现出优势	(121)
(三) 拍卖师“风采”剪影	(123)
(四) 你能执槌吗?	(126)
(五) 放下你的木槌	(127)
(六) 三类藏家进拍场, 举牌就知你是谁	(128)
(七) 拍场看“买家”	(130)
(八) 中国第一槌	(131)
七、现代拍卖与收藏轶事	(135)
(一) 盖蒂收藏与拍卖轶事	(135)
(二) 盖蒂谈艺术品收藏与拍卖技巧	(136)
(三) 奠定石油帝国的一槌	(137)
(四) 美国总统的签名拍卖价格排列	(139)
(五) 拿破仑遗嘱拍卖秘闻	(141)
(六) 手稿拍卖奇闻	(142)
(七) 竞买总统夫人遗物像“发疯”	(144)
(八) 债务危机 减价拍卖	(145)
(九) 地摊市场上真假艺术品“走俏”	(146)

(十) 向故宫捐献文物纪实·····	(149)
(十一) 历史是无价的·····	(151)
(十二) Internet 上的收藏世界 ·····	(152)
(十三) “文革”历史印记在瓷上的价值 ·····	(156)
(十四) 博物馆长当侦探·····	(157)
(十五) 张大千欺骗了大千世界·····	(158)
(十六) 是谁欺骗了大千世界·····	(169)
八、第三只眼睛看拍卖·····	(179)
(一) 目睹拍场怪现象·····	(179)
(二) “月光”下的交易与阳光下的交易·····	(181)
(三) 名家作品真伪谁来定·····	(187)
(四) 两铳敲出一场官司·····	(189)
(五) 谁在说谎·····	(191)
(六) 吴冠中告朵云轩的缘由·····	(192)
(七) 是谁的错·····	(194)
(八) 拍卖会上的怪事——自己跟自己叫劲·····	(197)
(九) 艺术品假拍现象使人忧·····	(199)
(十) “飞标竞拍”大曝黑幕——主角涉嫌犯罪 ·····	(200)
编后语·····	(202)

一、现代拍卖时空报道

（一）拍卖——一种古老的销售方式

拍卖的历史相当久远。可以这样说，人类自从有了剩余产品之后，就有了拍卖，拍卖是最古老的销售方式之一。

公元前5世纪，古希腊历史学家希罗多德在他所著的《历史》一书中，记载了公元前500年古巴比伦城盛行的每年一次的拍卖活动，拍卖的是适婚青年妇女。古巴比伦人通过拍卖的手段，使每一个姑娘都体面地嫁出去，希罗多德称他们这种拍卖姑娘的习惯是“最聪明的”。继巴比伦之后，拍卖活动在古希腊、古埃及和古罗马兴起。公元前5世纪，希腊主要工商业城邦逐渐进入经济繁荣时期。由于商品经济中奴隶劳动的广泛使用，奴隶买卖便日益增多，在雅典城内，奴隶与其他商品一并陈列于市场，按他们的性别、年龄、特长等标价平卖，或采取公开竞价拍卖的方式出售。埃及的拍卖活动十分兴盛，拍卖物品的种类有所增加。古罗马自公元前5世纪起，疯狂地进行对外军事扩张，在数百年之间，先后统一了意大利半岛，占有了西西里等岛屿。在长期的掠夺战争中，罗马商人和士兵找到了一条共同发财的道路，即每当战争发生，大批商人就随军出发，一旦罗马获胜，士兵便在战场上就地拍卖掠夺到的多余战利品。不仅使罗马士兵大规模参与拍卖，而且为罗马的奴隶拍卖创造了必要的条件，使其达到了前所未有的繁荣阶段，成为罗马拍卖业中的主要内容。到罗马中后期，拍卖更加广泛地渗透到罗马社会生活的各个方面，拍卖方式、拍卖性质、拍卖规模都有很大变化。有强制拍卖，也有任意拍卖；有

自行拍卖，也有委托拍卖；有民间拍卖，也有政府拍卖。拍卖范围不但涉及到经济、司法领域，而且涉及到政治、军事等各个领域。古罗马最大的一场拍卖是皇位拍卖。公元 193 年 3 月 28 日上午，200 名罗马禁卫军发动兵变，杀害了他们本该用鲜血和生命来保卫的皇帝。然后禁卫军建议公开拍卖皇位。古希腊历史学家希罗多德对此有这样的描述：一位高嗓门的士兵爬上城墙，边跑边喊：“罗马皇位拍卖了，罗马皇位拍卖了！”短暂的竞价之后，只剩下两位阔老。其中一位是靠海上贸易发了财的富翁朱利埃纳斯。两人互不相让，价码直线抬高。最后，随着一声槌响，朱利埃纳斯以 3 亿赛斯特尔（大约相当于现在的 500 万美元）夺得皇位。拍卖在古罗马得到了盛况空前的发展。由于拍卖呈方兴未艾之势，后来一些拍卖商开设了拍卖行。罗马时期是拍卖史上的一个极其重要的里程碑。

15 世纪初，由于世界新航路的开辟，使欧洲商路和贸易中心从地中海区域转移到大西洋沿岸。于是，新兴的海上强国葡萄牙、西班牙和英国便相继利用其所处的优越地理位置，大规模从事商业和奴隶贸易。其间，奴隶贩子广泛推行拍卖方式，使奴隶拍卖风行一时。16 世纪，各国的商业拍卖迅速兴起，并且出现了一些专门的拍卖机构。1556 年，法国根据一项法令成立了首家官办的“法庭拍卖机构”，用来经营对死刑犯遗产的估价和拍卖业务。17 世纪，欧美国家的拍卖业开始进入极盛时期。此时，从英国伦敦到德国汉堡，从奥地利维也纳到荷兰阿姆斯特丹，直至美国的波士顿、纽约和费城，功能齐全的新型拍卖机构大量问世，悬挂独特的拍卖标识——蓝白方格拍卖旗的门店随处可见。

17 世纪初，随着英国、荷兰、法国相继在北美建立殖民地，带动美国的拍卖也逐渐兴起。到 18 世纪，英国的拍卖业由于帝国的强盛有了较大的发展。在拍卖场上，无论被拍卖的是什么都被看作是一件拍卖品，人也不例外。

伴随着席卷全球的拍卖热，人们一遍又一遍地听到苏富比和

佳士得这两个名字。近年来，那些举世瞩目的重大文物、艺术品拍卖，几乎全被这两家最大的拍卖行所垄断。这两家总部设在纽约和伦敦的拍卖公司无论是资历、规模还是影响都远远超过同行。它们每年拍卖的各种艺术品达几十万件，超过世界拍卖总量的一半，凭着雄厚的实力，把触角伸向了世界的每一个角落，各自的营业额均已超过10亿英镑。如果说，当今世界的拍卖市场属苏富比和佳士得所有，丝毫也不过分。

(广人)

(二) 古老的木槌 崭新的天地

1840年鸦片战争以后，资本主义国家剩余物资大量倾销我国，撞开了我国封建经济闭关自守的大门。在商品货币关系的冲击下，自然经济逐渐趋于瓦解，资本主义制度渐渐取代了封建制度。1874年，英国最大的一家拍卖行在我国商品经济发展较快的上海开设了一家远东子公司——鲁意斯摩拍卖公司，从此，上海滩出现了蓝白方格旗。随后，英商的瑞和洋行、罗森泰洋行，法商的三法洋行，日商的新泰洋行，丹麦的宝和洋行等纷纷挂牌，开展拍卖业务。北京城最早的拍卖行，是光绪末年出现在崇文门大街上的鲁麟洋行，经理是外国人。当时东郊民巷外国人比较集中，常将回国前不愿带走的衣物、家具之类送到洋行出售，而洋行则采取当众拍卖的处理办法。拍卖现场的桌子上站着一个口齿伶俐、眼疾手快的伙计充当拍卖人，左手持木板，右手持木槌，先把拍卖品作一简单介绍，围观的买主随意喊价，价格拍到一定高度后，无人再愿加价，用木槌敲响木板，算是拍卖成交。买主当场交款，卖主当场领钱，拍卖行按比例得佣金。由于这种交易方法比较公平而且速度快，生意十分兴隆。

1945年抗日战争胜利后，国民党政府开始全面接收敌伪物资产业。并成立了“清查接收处理敌伪物资团”，对大批敌伪资产进

行拍卖处理，以图充裕国库。据统计，当时拍卖的敌伪资产总值为 5 万亿元。但由于官员腐败行为相当严重，利用拍卖机会中饱私囊，堪称国民党政府的一大发明，亦给旧中国拍卖业留下了不光彩的一页。

1958 年，旧中国遗留下来的最后一家拍卖行在天津关闭，一个拍卖的旧时代结束了，从此，拍卖在我国中断了 30 年。1986 年，广州借我国改革开放前沿阵地的优势，率先在全国恢复成立了第一家拍卖行，我国拍卖业由此进入了恢复、试点阶段。1996 年是我国拍卖业历史上十分重要的一年，《中华人民共和国拍卖法》的颁布，标志着我国拍卖业进入了规范发展时期。

时至今日，风风雨雨百余年历程，饱受挫折和苦难的我国拍卖业已经发展壮大。据不完全统计，全国目前已有拍卖企业千余家，分布在各个省、市、自治区；拍卖活动已经由初期的沿海、大城市伸至内地、中小城市；拍卖从业人员达 2 万余人，全国拍卖年成交额近 200 亿元；年拍卖 1 万多场次。拍卖的服务领域已涉及商业、物资、纺织、邮电、房产、金融、文物、土地管理等十几个领域；拍卖标的范围也由最初的一般生活消费品和生产资料扩大至不动产、土地使用权、文物古董、翡翠珠宝、近现代书画、古籍版本、音乐作品版本、作家书稿、影视作品发行权、科技成果、小型企业、破产企业财产、市场摊位、电话号码、体育明星奖牌、无线传呼频率以及列车、飞机冠名权、桥梁道路命名权、股票权益等等，从有形的商品发展到无形的商品（权利），在无形的商品（权利）方面更呈现丰富多彩的特点。同时，我国拍卖业已经初步尝试了走向国际拍卖市场的实践，在与国际拍卖的接轨方面做了有益的探索。

中国拍卖业已经成为我国社会主义市场经济体系的一个新兴行业，它和期货市场、批发市场、租赁市场、旧货市场和其他各种商品市场、要素市场一起，共同构筑了我国较完整的市场框架。

我们可以这样说，经过 20 多年的改革开放，我国经济发展和

管理体制都进入了以市场化、法制化、国际化为特征的新的历史阶段。这一历史阶段，为拍卖业的发展不断提出新的要求，也不断提供新的发展机遇。我们必须对当前与拍卖业发展相关的经济政策与体制改革的政策导向有充分的了解和认识，才能把握时代的脉搏，“拍”出辉煌的明天。

(广人 赵文)

(三) 世界上历史最长的拍卖行

(一)

苏富比公司 (SOTHEBY'S)，也有人译作索斯比公司。作为世界上最大的提供艺术及装饰艺术服务的拍卖公司，许多人对它都不陌生，世界文物及艺术品市场上的一系列浪潮大多出自它的手笔。

1744年3月11日，苏富比创始人、书商山姆·贝克在英国伦敦主持了它的第一次拍卖会，拍卖一位贵族的私人图书馆的藏书，揭开了这个具有悠久历史的拍卖公司的序幕。1778年，由于贝克的外甥约翰·苏富比的加入，公司由此得名并奠定了雄厚的基础。最初它曾主要从事图书馆珍藏品如古籍图书及手稿的拍卖，其中以拍卖法国皇帝拿破仑等一系列名人的手稿而远近闻名，同时也将拍卖范围扩大到绘画、钱币、瓷器、邮票等领域，营业额有较大增长。1861年，苏富比家族后继无人，此后公司几度易主。1917年苏富比公司迁到伦敦新邦德街的现址，门前树立的雕刻于1320年的埃及狮面女神为它带来了滚滚财源，就在这一年，它拍卖绘画等文物艺术品所获得的利润远远超过了以往书籍及手稿的拍卖，公司的业务重点也开始向文物及艺术品转变。20世纪50年代后期，苏富比公司将历代绘画当作最主要的经营项目，同时也十分重视雕塑、瓷器、书籍、家具、钱币、邮票、文物等门类的经

营，还兼营房地产、玩具、酒等，业务范围涉及 70 余项。

作为老牌的拍卖公司，苏富比公司及时地抓住了第二次世界大战以来的难得机遇，勇于探索，大胆创新，事业获得飞速发展，并进一步奠定了它在世界文物市场上的垄断地位。20 世纪 50 年代，它推出了“卖方最低保证金”制度，在拍卖前向拍卖委托人提供一笔保证金，以打消拍卖委托人对自己所拍物品在拍卖过程中得不到好价钱的顾虑，刺激珍贵的文物及艺术品投放市场。它还以独到的战略眼光，跳出英国，积极开拓海外文物市场。1960 年初，它在美国纽约成立第一家分公司，着手占领美国这片诱人的市场，并于 1964 年迫使当时最大的竞争对手——派克—巴奈特画廊（Parker—Bernet）就范并进入苏富比公司麾下，从此成为世界第一家国际性的拍卖公司。70 年代以来，苏富比公司又分别在香港、摩纳哥的蒙特卡洛、瑞士的日内瓦、日本的东京、中国的台湾、德国的柏林及新加坡等地成立分公司，现在在世界各地拥有的分公司和分支机构已达 100 余家。1983 年，美国实业家、文物艺术品收藏家艾尔弗雷德·陶布曼买下苏富比公司后，对其进行了大幅度的改革，继续“卖方最低保证金”制度，还建立买方贷款制度，向买受人提供 50% 的贷款，鼓励买受人购买文物，特别是珍贵文物。目前每年所拍卖的文物及艺术品达几十万件，其中不乏价格在百万美元甚至千万美元以上的精品；公司营业额也得到迅猛增长。在世界文物市场近乎疯狂的 1988~1989 年度，苏富比公司的营业额达 29 亿美元，比上一年竟增加了一半以上。

苏富比公司实力雄厚，不仅表现在财力上，还表现在人才方面。它网罗了一大批文物鉴定人才，对所经营的文物及艺术品进行精心鉴定。正因如此，它对自己所拍卖的大部分文物依不同情况提供 3 周至 5 年不等的保险期，这期间如买受人有明确的证据确定所买文物为赝品，可随时退回，公司并退还全部货款。

(二)

克里斯蒂公司 (CHRISTIE' S), 又被译作“佳士得公司”, 是世界上第二大拍卖行, 与苏富比公司齐名, 不仅具有骄人的业绩, 历史也极为久远。

1766 年 12 月 5 日, 克里斯蒂公司由詹姆斯·克里斯蒂在英国伦敦创建, 并主持了第一次拍卖。最初主要从事古籍、珍贵手稿及绘画等的拍卖活动。1784 年, 克里斯蒂公司拍卖了法国国王路易十五的著名间谍谢瓦利埃·戴翁收藏的大批珍贵油画, 取得不俗的业绩, 声名一下子传播开来。其后, 克里斯蒂公司还举行了一系列著名拍卖活动, 如 1794 年拍卖英国著名肖像画家雷诺兹的遗物; 1795 年拍卖同年被送上断头台的法国巴里夫人所拥有的珠宝; 1848 年用 40 天的时间拍卖白金汉公爵的极为丰富的收藏品等等, 这次拍卖吸引了包括俄国沙皇在内的一批社会名流。

进入 20 世纪, 克里斯蒂公司一直与老对手苏富比公司在文物拍卖等领域展开角逐, 二者各不相让, 曾互有高下。克里斯蒂公司在机构设置、经营方向等方面都与苏富比公司基本相同, 如以经营绘画为主, 同时还拍卖雕塑、瓷器、地毯、金银器、家具及酒、汽车等。它十分注重树立自身形象, 长期坚持高品位、贵族化的拍卖风格, 如长期与欧洲一些古老家族保持良好关系, 义务为博物馆收购有价值的文物等, 经营方针较苏富比公司稳重。它一直标榜放弃扩张策略, 在开拓新市场方面较苏富比公司逊色。如在晚于苏富比公司十多年后的 1977 年, 它才在市场广阔的美国拥有分公司。但近年来, 它采取步步为营的策略, 一直紧追苏富比公司, 目前已在美国、澳大利亚、意大利、日本、荷兰、瑞典和我国上海、台湾及香港等 30 多个国家和地区设立 80 多家分公司或分支机构。特别是在开拓东方市场方面, 它放弃独立经营的方式, 转而与国际知名的太古集团合作, 势力迅速增长。目前, 它的经营额与利润虽逊苏富比公司一筹, 但成绩仍十分可观, 1989