

祝君波 著

艺术品拍卖与投资 实战教程

本书告诉你艺术品拍卖与投资的实战ABC，让你在拍卖与投资领域登堂入室，成为赢家。

上海人民美術出版社

祝君波 著

艺术品拍卖与投资实战教程

上海人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术品拍卖与投资实战教程 / 祝君波著. —上海: 上海人民美术出版社, 2006. 1

ISBN 7-5322-4615-9

I. 艺... II. 祝... III. ①艺术-作品-拍卖-教材②艺术-作品-投资-教材 IV. ①F830.59 ②F713.359

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第136594号

艺术品拍卖与投资实战教程

著 者: 祝君波

责任编辑: 张 晶

整体设计: 袁银昌

电脑制作: 袁银昌工作室

技术编辑: 张 雄

季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 电话: 54044520)

印 刷: 上海精英彩色印务有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 22.5

版 次: 2006年1月第1版

印 次: 2006年1月第1次

书 号: ISBN 7-5322-4615-9/J · 4162

定 价: 78.00元

祝君波

男，1955年生于上海，祖籍浙江金华。华东师范大学中文系毕业。复旦大学经济系硕士研究生进修结业。副编审。1972年进入上海新闻出版界，历任上海书画出版社社长、上海人民美术出版社社长、朵云轩总经理兼朵云轩艺术品拍卖公司总经理，从事出版和艺术品交易三十余年。2000年起任上海市新闻出版局副局长。兼任中国出版工作者协会理事、中国期刊协会副会长、国家拍卖师培训中心兼职教师、上海财经大学拍卖研究所兼职研究员。



作者简介

序

与祝君波先生相识，是二十年前的事了。那时，我在上海文艺出版社主事，他是上海书画出版社的领导，一起开会或者讨论些出版业务，挺随意的交往。他让我非常好奇的一面，倒不是在出版上的建树，而是在当时似乎很另类的业务上。尽管他在美术出版和经营管理方面有很多成绩，但那毕竟是常规的工作，很难说独树一帜。上海书画出版社能在激烈的竞争中异军突起于美术出版业，祝君波先生特别的贡献是开拓了艺术品拍卖的天地。今天，艺术品拍卖已经成为热门的行当，众多的商家努力往里面挤。但是，在十几年前的九十年代初，那还是未开垦的土地，至少是在中国销声匿迹几近半个世纪的玩意，要敢于把它端出来，是需要勇气的。然而，在我看来，因为朵云轩是当时的首创者，所以更值得称道的是一种眼力，是能够看明白中国的社会需要这个经济平台的远见。祝君波先生和朵云轩筚路蓝缕，率先进入这个领域，树立了良好的品牌，获取了可贵的商誉，并为上海书画出版社赢得了长远的效益。

和我们眼睛的视力不一样，观察社会动向的眼力不是天生的。我知道，君波先生很年轻的时候就进入美术出版经营的行业，他勤奋好学，尤其喜欢思考。我听他说过，尽管那时候中国人挺穷，心里的盼头仅仅是买电视冰箱之类，似乎有了几个大电器，一生足矣，但是他从观察香港台湾经济发展获得的启示与此不一样。人在基本的物质条件满足之后，会将兴趣迅速转向精神文化

眼力与心力

的需求，其中，艺术品的欣赏和收藏是重要的内容。世界上已有的经验表明，艺术品的流通，最可靠和有效的手段就是拍卖。他和他的同事们相信，这个市场在中国肯定会成熟起来，关键是有人敢于破冰。他们看清楚了，因此，在1992年果敢地树起了朵云轩拍卖行的旗帜。

往后，他们以及众多拍卖行的成功，人所共见，不必要用文字来表达了。事情到此为止，我们说祝君波是一位文化经营的开拓者，已经名副其实。我发现的惊喜是，他没有满足于仅仅做第一批吃螃蟹者，他要往深处挖这口井。那就不但是有眼力，而且有心力了，或者按通俗的说法，是心气高了。

君波先生陆续写了许多艺术经营方面的文章，体现自己执著的探索 and 追求。有一次闲聊，我问他，你把研究的重点放在什么方向？他回答，比较多的同行，讨论最多的是艺术品的鉴赏和真伪鉴定，那是非常要紧的学术，不过，他觉得那不是他的所长，他集中出击的方面在艺术市场，在拍卖的经营，在整个流转的过程以及与社会大市场的关联。他这么做，首先是表现了文化人的明智，要做就做自己具有优势的事情；其次，他选择了相对空白的领域，一般经济学家没有关注但一般文化人又难以有实践机会的领域，而君波先生恰恰于此积累了多年的经验，天地又相当广阔。因此，我想在这本书里他将讲出一些新的道道，给热心文化经营的朋友们以宝贵的启示。

我无须唠叨，还是进入他的文章吧。

孙 明

上海新闻出版局局长
上海市作家协会党组书记作家

004	序 孙 颢
011	引言
019	第一章 艺术品
020	第一节 艺术品的特殊性
022	第二节 艺术品的价值
023	第三节 艺术品的市场效应
024	第四节 西方艺术品的主要门类
027	第五节 中国艺术品的主要门类
031	第二章 艺术品的供给与需求
032	第一节 供给方（卖家）
036	第二节 需求方（买家）
039	第三章 艺术品市场及其中介
040	第一节 拍卖公司及中介
046	第二节 经纪人条件及其操作
051	第三节 筹办画廊的条件及其操作
059	第四章 艺术品的市场价格
060	第一节 决定价格的外部因素
063	第二节 决定价格的商品性因素
068	第三节 艺术品价格的人为因素
073	第四节 制定价格的三种具体依据
077	第五章 艺术品拍卖市场（上）
078	第一节 艺术品拍卖市场的构成条件
081	第二节 世界拍卖业两大巨头——克里斯蒂和苏富比
085	第三节 国际艺术品拍卖中心市场
089	第六章 艺术品拍卖市场（下）
091	第一节 中国艺术品拍卖业的崛起

目 录

第二节 中国艺术品拍卖的中心市场	097
第三节 中国艺术品拍卖的人才建设	104

第七章 收藏家	111
第一节 收藏家的条件和素质	112
第二节 中国现代收藏家	117
第三节 西方的收藏家	122
第四节 收藏家投资策略	126

第八章 拍卖行的组建与运作	133
第一节 拍卖行的组建	134
第二节 艺术品拍卖的实施	134
第三节 拍卖公司的鉴定工作	139
第四节 艺术品拍卖的法律问题	141

第九章 艺术品鉴定	145
第一节 艺术品鉴定的作用	146
第二节 艺术品鉴定的主要方法	149
第三节 艺术品鉴定要注意的问题	154
第四节 中国书画鉴定常识	157

第十章 艺术品投资收益和操作	165
第一节 艺术品投资收益分析	166
第二节 艺术品投资难点分析	169
第三节 投资艺术品的心理准备	173
第四节 艺术品投资技巧	174
第五节 如何在拍卖行做卖家	178
第六节 如何在拍卖行做买家	178
第七节 艺术品投资的认识误区	179

第十一章 西方绘画拍卖	185
第一节 印象画派绘画拍卖	186
第二节 毕加索的绘画拍卖	192

200	第三节 其他艺术大师的绘画拍卖
203	第十二章 西方艺术品拍卖
204	第一节 西方珠宝拍卖
211	第二节 名人用品拍卖要览
222	第三节 钱币、手稿、杂项等的拍卖
229	第四节 名人遗物拍卖实例
237	第十三章 中国书画拍卖
238	第一节 张学良收藏品拍卖
245	第二节 弘一法师书法拍卖
252	第三节 2001年秋季书画拍卖实例
262	第四节 中国书画精品拍卖及价位
267	第十四章 中国瓷器古董拍卖
268	第一节 中国瓷器拍卖
277	第二节 中国文房用品拍卖
284	第三节 中国古籍及手稿拍卖
291	第四节 中国玉器拍卖
299	第五节 中国古董精品拍卖及价位
307	第十五章 嘉德公司的艺术品拍卖
308	第一节 嘉德艺术品拍卖的特点
310	第二节 嘉德公司的主要拍品门类
316	第三节 经典拍品以及成交记录
319	第十六章 朵云轩书画拍卖
320	第一节 朵云轩百件高价书画拍卖(近现代部分)
333	第二节 朵云轩百件高价书画拍卖(古代部分)
339	第三节 2003年朵云轩书画拍卖赏析
349	第四节 朵云轩2004春拍传真
358	后记

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——



克里斯蒂拍卖会场

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

莫奈的《印象·日出》——

拍卖业的起源，就是因为有特殊的商品要交易，而有记载的历史表明这最早的特殊商品就是人，在今天的伊拉克古称巴比伦的地方拍卖奴隶是当时兴盛的交易，这就是拍卖历史的起步。确实，人是一种再特殊没有的“商品”了；前些年苏联解体不久，也发生过贵夫人参加的“美男”拍卖，这又涉及到人。这虽然是非法交易，但它无意中又证明了一点，拍卖是特殊商品的特殊交易方式。世界上的拍卖方式大致有三种，一种据称是荷兰式的，由高价往低价拍，有应者便成交，这种方式用得比较少，远不如英式拍卖来得普及，但笔者在荷兰阿姆斯特丹的鲜



花市场，看到这种拍卖方式还在运用。英式拍卖是由低价往高价走的，一点点加上去，直到没有人加价为止。也许克里斯蒂、苏富比的拍卖事业太有名，英式的拍卖方式早已走出英伦三岛，走向了世界，今天在中国内地，大致引进了这种方式。当然还有一种投标的方式，每人只有一次报价的机会，由组织者开标来选择成功者。据说这种方式在日本会员制俱乐部中用得比较多，国内土地招标也有用这种方式的，但给人的印象不如英式拍卖那样正大光明。总之，有一种拍卖物，官名叫拍卖标的，它的背后是卖家，尔后又两个以上的竞买人来竞买，在拍卖师的主持下依据公平、公开、公正的原则竞价，价高者得，这就构成了拍卖的主要要素。

既然拍卖是为了特殊商品而存在的，那么在两种原因下，今天拍卖这一古老行业存在的机会是越来越少了。一是商业越来越发达，信息流、物流、商流的交汇越来越方便，大量的普通商品以更便捷

引言

的方式被交易，人们也等不及到一个约定的时间去拍卖；二是商品的短缺在全世界范围里越来越少见了，稀缺、特殊越来越不可能，而有些稀缺比如在某些地方私下的人体器官交易，也越来越受到法律的禁止，所以古老的拍卖业在世界范围里并不是方兴未艾的。90年代起，拍卖业在中国一枝独秀，大放异彩，令全世界拍卖界同道瞠目结舌，看不大懂，原因在于在新旧体制的交替中，这块古老的土地多出了一些特殊商品，这大致可以分成两类：一类是法院、海关强制执行拍卖的物品，有的是海关罚没走私的，有的是法院处理财产分割的。这在沿海的城市特别常见，这也养活了一大批拍卖公司。二类是国企产权和土地批租权的转移。人们已逐步认识到比较集中的国企转制和国有土地批转给社会使用，比较妥当的方式是拍卖：公平、公开、公正的三公开拍卖，既可以找到一个最好的价格，也可以防止交易的不公和官员可能的腐败。除此以外，最本质的适宜拍卖的特殊商品就是艺术品了。艺术品以往被打闷包交易，传统的方式坑蒙拐骗充斥其中，买卖双方互不信任，缺少透明度。而客观上说，即使不是欺诈，因为艺术品的特殊性，有价但不易估价，人们往往用“无价之宝”、“价值连城”来形容，于是也需要有一个不受买卖双方左右的价格以及产生价格的过程，这就只能是拍卖方式了。

英国的克里斯蒂是当今世界拍卖业的两大巨头之一，是著名的拍卖业跨国公司。克里斯蒂的又一译名为“佳士得”，在200多年前，他是伦敦街头一个摆旧书摊的摊贩。他收进各种古书、邮票，又估个价卖出去。但是后来感到其中很多价格弹性幅度很大的商品，只卖给一个人卖不出好价钱，同时这个价钱是否标得合理，卖出了心里也没有底，于是他想到了拍卖，让更多的人来抢买一件物品。由此，他的生意兴隆，并发展出了一种新行当，又成了一个大公司。与他同时代的苏富比也是这样，专营文物古董，也成了世界有名的大公司。可见拍卖业与文物、艺术品具有天然的、本质的联系。本书侧重于从艺术品的拍卖、

引言

交易入手，也是有感于这10多年来，中国内地的艺术品拍卖风起云涌，成了都市文化生活的一个重要方面，既是解说拍卖业存在的最本质的东西，在普及艺术品经营知识的同时，也给有兴趣从事拍卖以及收藏、投资的同行一点理论和实践的指导。笔者在写作本书的时候，正好读到上海报纸上如下一段消息，始知拍卖业在中国如此兴盛为西方所始料不及：

《上海拍卖业越来越火——年成交突破二百亿》

本社讯（记者 吴卫群 实习生 孟群舒）：上海拍卖业越来越红火，2004年本市拍卖成交额达到了211.05亿元，同比增长5.79%，首次突破200亿大关，拍卖场次也达到了1889场。

据上海市拍卖行业协会理事长林一平介绍，2004年拍卖成交额中增幅最大的项目是文物艺术品，共成交12亿多元。按拍品金额计算，艺术品类发展势头强劲，已经上升到第三位。而占据首位的拍品依然是房地产类，成交金额超过85亿元；无形资产类占据了第二位，同比增长13.5%，成交金额达到74.79亿元。

2004年，上海拍卖业不仅刷新了成交额的纪录，而且拍卖企业规模也不断扩大。2004年新增企业21家，使全市拍卖企业总数达到了92家。（2005年4月4日）

90年代中期以来，笔者在中国拍卖协会和人事部举办的拍卖从业人员资格证书以及拍卖师资格考试班讲课，亲眼目睹来自祖国各地的优秀青年集中到北京投考，最多的时候同样的课要分三场讲，因为投考的人实在太多了。他们渴望了解这方面的知识，从事这一职业。这本书更多的也是为他们写的。

同时，这本书也是谈艺术品投资与拍卖相互关系的，用了一个新的视角——投资理财，这是因为现时中国的艺术品收藏和交易与古代、古风大不相同了。古人藏宝于民，大多是出于对文化艺术的兴趣，或者出于研究的需要，真正出于金钱的考虑还是少之又少，不说富不过三代，即使爱上这一行的人有了

一批珍宝，还是过着更贫穷的生活，为了收集更多的好东西而省吃俭用。他们占有艺术品的痴迷控制了他们的行为，收藏过程中的紧张、焦急和喜悦成了更重要的事情。如今的时代不同了，为了投资理财进入收藏界的人似乎更多起来，在北京、上海的拍卖行里，常常可以见到一些一掷千金的大腕，他们出手之狠，令行内的前辈和老手不得不另眼相看。也好，他们是先重理财投资，后培养起艺术兴趣，由投资家变为收藏家，与中国老一辈收藏家先有兴趣，后来无意中赚了钱正好反了个个儿。时代变了，社会更商业化了，人们更关心为什么投资艺术品，如何投资艺术品。于是循循善诱，用现代的方式去计算艺术品保值增值的特点、规律，用一些宝贵的事例来打动人们的心，介绍一些成功的收藏家，传授一些成功的投资经验，可以把更多的人领进艺术品市场的门。于是，这也成了这本书的特点之一。很多投资艺术品的书把重点放在如何鉴定艺术品的真伪上，而本书相反，把重点放在投资理财上，放在如何借助拍卖行进行交易上。而这一切又必须从认识艺术品开始，不知道艺术品的特殊性，就无从知道艺术品的神奇魅力，也无从知道为什么它是现代人最好的理财工具之一。在过去的二十多年里，生活在城市里的人投资房产和艺术品的都大发其财，成了成功的投资家，因为他们在投资稀缺性的资源。经济学认为土地是稀缺的，所以住房在大城市尤其是发展着的大城市总是上涨的，北京、上海、广州，以及世界的大城市如纽约、巴黎、东京、汉城、香港，都是如此。艺术品的存量是极为有限的，所以它的价格不断地随着强劲的需求而上升，它的价格走向与现代工业产品刚好相反。有这样一个例子，每次用在艺术品投资演讲的开头是很恰当的：在70年代中期，朵云轩店堂的齐白石作品，大致是150元左右一件，它的价格与当时凭票供应的一辆上海永久牌自行车相当（159元），30年过去了，自行车还是这个价位，但齐白石的画已到了15万、30万甚至上百万一幅。这是为什么？有什么规律可寻？本质上，还是要真正认识艺术品的属性。

引言

很多人在通常的情况下是投资的急性子，他们把艺术品等同股票、房产这些一般商品，这是极为错误的，所以他们往往没有耐心等到发财的一刻而在中途把宝贝抛售了，有的获了利但并不丰厚；有的则亏了一点，割肉抛却了，十分可惜。在1997年以后的中国艺术品市场，由于亚洲金融风波的影响，也由于国家宏观调控的政策，有一度很不景气，很多艺术品跌到了1997年以前的价位。很多投资者悲观了，看不到市场的规律和艺术品市场的大势。那一年笔者在《国际金融信息报》发表过《艺术品拍卖市场的冷与热》一文，作了大量的分析和大胆的预测，预言在近年有一波大行情。而这些预测被2003年以后拍卖市场近乎疯狂的抢购所证实，现抄录如下，帮助大家理解中国艺术品市场的特点，也作为引言部分的结束。

《艺术品拍卖市场的冷与热》

中国内地的艺术品市场在九十年代初中期，曾达到一个历史上未曾有过的辉煌阶段，由于拍卖市场异军突起，改变了中国人几百年来对艺术品交易的看法和方式。一时间，从艺术家到商人，从各种媒体到街谈巷议，无不在谈论拍卖艺术品，就好像人人在关注证券、地产一样。当时笔者所在的朵云轩首创中



一幅描绘英国早期拍卖现场的作品

国艺术品拍卖，也为人们传为佳话。而同时笔者也预感到，由于拍卖的传奇性和轰动性，不久会出现人人争办拍卖行的局面。

果不出意料，从1999年起，从南到北，艺术品拍卖会此起彼伏。在这样一个国民文化和经济都还水平不高的国家，举办如此多的拍卖会，实在也是过头了。但是中国人都有从众心理，不让人家办事实上也是不可能的。然而结果也是可想而知，僧多粥少，艺术珍品和收藏家购买力都有限，拍卖市场也就一如其他市场，时起时落。待到亚洲金融风波一起，加上国内买气又有多年不旺，拍卖市场便有点架不住了。在这种情势下，人们对拍卖中的各种议论也就多起来了，其中也有不少人将艺术品拍卖业的下滑简单地归纳为拍卖市场的某些不规范，对艺术品拍卖乃至中国的艺术品市场失去了信心。

艺术品拍卖市场乃至艺术品市场真的不行了吗？结论是否定的。应该看到，目前艺术品市场的低潮，恰恰反映了当前的整个经济趋势。在九十年代初中期，由于经济出现了过热的情况和一定程度的通货膨胀，特别是房地产、证券市场的繁荣，带动了艺术品市场的繁荣，造就了新一代的收藏族，掀起了中国历史上从未有过的“收藏潮”。本来，如果这股经济热潮能持续发展，则艺术品拍卖以及艺术品市场也就会与之同步发展；可是随之而来的宏观调控，抑制了经济过热，使本来靠一定的经济泡沫支撑的艺术品市场迅速降温。一些刚起步的“收藏族”也因主业不旺，开始抛售或转让自己刚收入的艺术品。受到亚洲金融风波的影响，市场上的艺术品接盘的人减少，抛售出的艺术品价位下跌，造成一些人不愿“割肉”抛出，市场既少售者，又少买者，供需两不旺。从国际上的典型事例看，80年代末期，日本泡沫经济时大批日本企业家和实业家进军欧美拍卖场，把名贵艺术品价格炒得天翻地覆，诸如一幅凡高的作品拍价8200万美元等等，都是当时的典型价格，而当九十年代日本的泡沫破灭，则国际市场的画价也大大回落。

引言