

夏叶子 著

藝 術 品 投 資

史樹青題



如何在拍場取勝
如何在畫廊買畫
如何在古玩店選精
如何在地攤兒覓寶

北京出版社

藝術品投資

史樹青題



北京出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术品投资/夏叶子著. —北京: 北京出版社,
2003.8

ISBN 7-200-05024-5

I. 艺… II. 夏… III. 艺术—作品—投资—基本
知识 IV. F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 064445 号

艺术品投资

YI SHU PIN TOU ZI

夏叶子 著

*

北 京 出 版 社 出 版

(北京北三环中路6号)

邮政编码: 100011

网 址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行

新 华 书 店 经 销

北京市朝阳区北苑印刷厂印刷

*

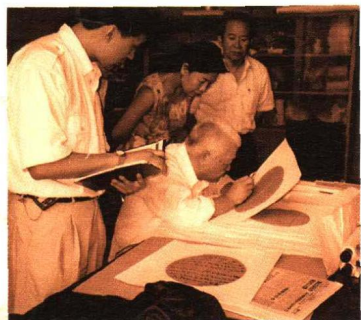
880 × 1230 32 开本 11.25 印张 274 千字

2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

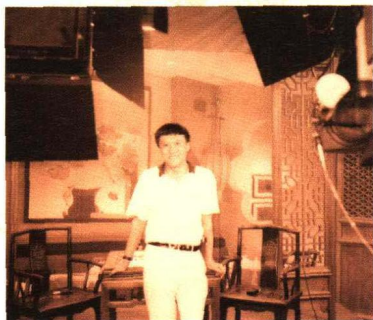
印数 1—10 000

ISBN 7-200-05024-5

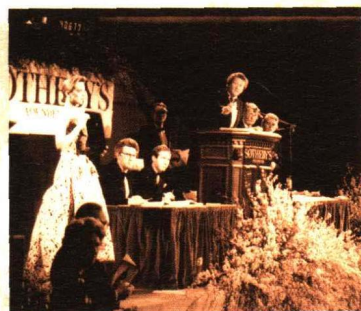
F·282 定价: 25.00 元



作者与著名文物专家史树青教授
在鉴定会上



作者在中央电视台《艺术品投资》
栏目录制现场



1994年苏富比250周年拍卖会



作者主持拍卖会



北京琉璃厂街景



画廊内景

谨以此书献给我——尊敬的母亲和亲爱的女儿

CCTV

《藝術品投資》



作者简介:

夏叶子, 笔名(Petter)百德, 书斋堂号汇川轩。生于著名的艺术世家、收藏世家。中国收藏家协会理事, 中国收藏家协会艺术品投资委员会常务理事、副秘书长。

研究方向: 艺术品投资学; 艺术品交易及拍卖市场实用技巧; 中国书画及当代艺术品的鉴赏、估价。

学术成就: 在中央及港台专业媒体发表论文一百八十余篇。内地第一位从科学决策、科学评估、定量分析的角度系统研究艺术品投资的人士; 内地第一位进行拍场竞价技巧研究的人士; 首次发现并论述了艺术品投资、收藏市场的运行规律; 中央电视台《艺术品投资》栏目及央视 www.cctv.com《艺术品投资》网页的规划人及设计者、创始人、首任策划。

电子邮件: Xia-yezi@sohu.com



第一章 研究艺术品投资市场	1
第一节 艺术品投资分析	3
第二节 艺术品市场分析	21
第三节 艺术品投资的组织实施	57
第四节 机构投资者如何进行艺术品投资	71
第五节 个人投资者如何进行艺术品投资	81
第六节 国际艺术品投资市场的资本运作	92



第二章 如何在拍场取胜	99
第一节 拍品价值的评估与预测	101
第二节 竞争对手调查	110
第三节 拍场实战技巧	118
第四节 拍场礼仪	147
第五节 委托拍卖	150
第六节 拍场上的一些法律问题	157



第三章 如何在画廊买画 163

第一节 画廊的分类 165

第二节 考察画廊 169

第三节 画廊与艺术家、评论家及相关行业 178

第四节 在画廊投资的规划与预算 186



第四章 如何在古玩店选精 195

第一节 考察古玩店 197

第二节 让古玩店成为您的投资代理 208

第三节 在古玩店投资的礼仪及注意事项 216

第四节 在古玩店的投资规划 222



第五章 如何在地摊儿觅宝 225

第一节 在地摊儿上买什么 227

第二节 早起的鸟儿有食吃 230

第三节	遛摊儿的讲究和技巧	232
第四节	遛摊儿的规划和预算	261
第五节	捡“漏儿”	264



第六章	识破艺术品市场中的骗局	269
第一节	艺术品市场的“猫腻儿”	271
第二节	揭开拍卖市场的“黑幕”	280
第三节	画廊和古玩店交易中常见的骗局	292
第四节	地摊儿上的骗局	297
第五节	藏品的化装术	303
第六节	赝品研究	305



第七章	讲求艺术品的科学保藏	313
第一节	艺术品的装饰、装潢	315
第二节	艺术品的保藏及养护	320
第三节	艺术品品相研究	337
第四节	艺术品的拍照、拍摄	342
第五节	藏品的租借、展出	344

第一章

研究艺术品投资市场



第一节 艺术品投资分析

任何投资都有其自身的规律，至于我们常见的金融和实业等投资，普通投资者已经有了一定的认识，而对于新近在投资领域之中迅速崛起的艺术品投资，其投资的市场规律、风险来源、回报周期及回报规模等，大多数投资者还缺乏深入的研究。

一、艺术品投资的基本特性

艺术品投资与其他投资相比较，具有一个特别有利的特性，那就是，它是一种不一定非得具有很强大的资金实力才可进行的投资，较少的资金也可以进行艺术品投资，很适合普通大众投资者。

进入艺术品市场不必像股市、债市、房地产市场那样需要每天跑市场。而且，不用心悬市场，随着指数的起起落落而备受心理上的煎熬，也不需要先学会识别大量抽象的曲线和利用技术工具之后才能入市。

艺术品投资基本上不受政治、经济环境因素的影响，也基本不受政府的控制，不受通胀的影响。排除其他非正常因素，只要不破坏品相，不是赝品，基本上不会贬值，永远有最低限度的价款可以收回。一件艺术品永远包含有艺术家的思想、灵感、激情、劳动及材料、媒介体等最基本的价值存在。可以说，艺术品是已知的投资工具之中，风险最小且又是获利最高、最稳定的品种之一。

对于艺术品投资市场，无论行情再怎样暴涨，也不会有像股市、债市那样，可以通过增加发行量、调整利率、出台引导性政策，或是行政干预等手段来进行市场调控。在艺术品投资市场，不管是多么贫穷落后的国家或地区的艺术品，在无论怎样先进、富裕的国家或地区，都可以流通而不受干扰。

艺术品是唯一的一种可以以“零散资金”投资而获取“规模性”回报的投资。艺术品投资的投资对象是单个实体，是现货投

资，而且由于艺术品的数量有限，所以不存在洗盘、震仓的市场常规操作手法。在艺术品投资市场之中，优秀的艺术品永远都是稀缺的，后入市者只能从原有投资者手中获取筹码，这也就确定了市场整体向上的运行轨迹。

二、艺术品投资与金融、实业（房地产）投资之间的特性比较

改革开放以来，中国的整体实力取得了有目共睹的成就，综合国力取得极大的提高。而在此期间，中国的艺术品投资市场更取得超常的发展。以 1994 年拍卖市场成交为基数，截止到 2002 年 6 月底，国内的艺术品投资市场有 20 余倍幅度的整体上升。其中中国书画、瓷器、古籍善本、古典家具等主流性藏品，更有近 50 余倍的上升幅度。若以中国书画和清三代瓷器为例，从 20 世纪 80 年代至今，它们在中国内地整体价位的上升幅度更高达 80 余倍。其中李可染、请白石等大师的精品、力作，更有令人难以置信的近千倍幅度的上升。另外，某些原本非主流的新兴投资品，如老绣片、木制小雕像、雕花板等，在 20 世纪 90 年代末至今的短短三、五年时间里，也有超过百倍的价位上涨，并且在短期内还没有止步的迹象。

在国际市场上，2002 年与 1991 年相比，纽约、香港等地的佳士得和苏富比两大拍卖公司的中国艺术品，成交总值、单件成交价峰值、单一品类总体价值等，最少的都上升了将近 150%。

实业投资和常规金融投资，大家一般比较熟悉了，艺术品投资与这两种投资相比较，具体的分别都有什么，下表是笔者多年研究的结果，其中观点是个人意见，希望能对投资者有所帮助，也希望读者能给笔者提出建议，以便能更加完善这套体系。

	艺术品投资	金融投资	实业（房地产）投资
资本的安全性	在排除了赝品等因素之后，艺术品投资的安全性是几个主要的投资品种之中最高的，其最低基本回报程度也是最高的，基本上有可以收回原始投资的保证。 但是，今天的投资对象之中，鱼龙混杂、赝品充斥，而造假之风已成为一种有大量参与者的集团行为，市场秩序空前混乱，投资者鉴别真伪变得非常困难，一般投资者要真正了解市场内幕也变得比较困难。	变现能力是所有投资之中最强的。除透支等信用交易之外，基本上有最低限度资本收回的保证。 股票市场极易受人为控制和操纵，不确定及突变因素非常多，并且还经常有不分配利润、不分红、配股圈钱、恶意操纵等事件发生，投资者的资本时刻置于上市公司及庄家的各种经营风险之中，非常危险。市场对入市者的生理和心理上的考验与损伤是非常严重的。	实业（房地产）投资是最最常见和传统的投资方式，也是社会投资资金最经常流向的投资品种。 在市场及资本因素之外，科技水平的发展也会对投资实业的资本产生较大的磨损性。实业投资无法保证最低限度的投资收回，有时甚至可能是血本无归的。另外，市场的日益国际化，也对投资及投资管理提出了更高的要求。
整体风险	没有任何一个政府可以对艺术品市场进行调控、平衡或是干预，也不存在洗盘、出货的市场行为。市场风险主要来源于投资对象本身。在投资过程中，只要品相不遭到破坏，不是赝品、伪作，风险相对较低，波及面也较窄。 市场整体风险留给投资者的反应时间是最长的，但是御险工具种类较少。市场与实业投资、股市不在一个风险体系之内。	市场整体风险是所有投资品种之中最大、最直接、最迅速的，并且波及面广泛。风险的种类有政策性、结构性、经营性等多方面。御险工具是所有投资之中最多的。 在风险、回报周期、回报规模、回报率以及整体效益等方面，与实业（房地产）投资基本一致，处于同一风险体系之内。	市场风险比较大，来源广，力度强，反应时间短。对地区或者行业影响也很大。 受环境、能源、环保、资源、技术水平、工艺水平、技术进步及国家的政策、法律法规、科技水平、跨国竞争力等的影响。 市场在风险、回报周期、回报规模、回报率以及整体效益等的节奏上与股市基本一致。
资本回报水平	资本回报率远远超过平均水平，是高回报的投资品种。	资本回报水平比较高，尤其是在进行收购、资产重组和资产置换时，可以获得超常的利润回报。	实业（房地产）投资基本上是平均利润水平的投资。

	艺术品投资	金融投资	实业（房地产）投资
资本的利用率	资本的利用率很高，而且受控。资金利用充分，但占用周期较长。以资本经营方式来投资艺术品已经变得越来越普遍。艺术品投资的资本成本，在投资之前必须测算清楚。成熟的资本利用率及市场预测的理论和方法几乎没有。	资本的利用率、周转率、变现能力等，都是最高的。存在高位套牢的风险，存在因利空而短期内市场急转直下的风险，从而有利用率预测失败的风险。成熟的资本利用率及市场预测的理论和方法众多。	资本的利用率，以及市场预测的理论和方法都是社会上最常见，也是最成熟的。但是，投资者需要考察许多相关行业情况，一旦投入，资金的灵活性受限，要提高利用率及发掘新的利用途径都比较困难。
投资的回收期及报酬率	回报率平均 30%/年，最高可达 180%/年或以上，平均 3 年至 5 年收回投资，几乎无需技改投资。而在西方发达国家的规范化市场之中，一般投资（金融、实业等）的理想年回报为 18% 左右。 对于精品、珍品，根本不存在投资过剩。入藏之后，风险在于保藏过程之中品相的变化。	年平均回报率为 30% 左右，对因技术更新追加投资的压力不大，平均 3 年收回。回收期、报酬率受宏观经济及实业投资取向的影响非常大，受周边环境影响大。 今天，在西方发达国家和地区，金融投资的回报已经是平均利润水平。投资者、基金投资者早就已经接受这个事实。	一般投资为 20%/年左右，高科技投资回报率为 20% 至 30%/年。考虑到现代企业不断的、大量的技术更新，投资的总回收一般平均为 30%/年左右。投资极易过剩，易形成一窝蜂拥入同一行业或地区的情况，造成回收无期，如 DVD、手机、电视机等行业。20 世纪 90 年代的东南亚危机的真正诱因之一就是实业投资过剩。
再投资的强制性	一旦入藏某件艺术品，只要有针对性地进行装裱、修复等方面的再投资，对大多数藏品不存在强制性再投资。	上市企业常有不断配股圈钱的行为，迫使投资者不断地继续投资。强制性的配股导致不配股即贬值，此外还有不分配利润等变相强制性再投资的行为发生。	为保持市场占有率、竞争力、技术先进性等等，实业投资者必须不断地进行继续投资。

	艺术品投资	金融投资	实业（房地产）投资
市场 国内或区域竞争	一般表现为对优秀人才及艺术品等资源的竞争，艺术品基本不存在上档集中抛压，短期获利了结的意愿不集中，并且也不是绝对必需的。每个时代优秀艺术家和作品都是很少的，而且是不可再生的资源，竞争是单向的。 常规的收藏因市场和交易的分散，基本上无大的竞争；一般投资者很难了解拍市上的竞争对手以及其竞买目的。	集中表现在对投资对象及后续资金等资源的竞争上，竞争来自各个方面，竞争的多样性是与生俱来的，并且这种竞争使得资源配置变得脆弱和不合理。	竞争对手不确定，变化性强，竞争对手的真实动机不易被了解。 竞争对手目的明确，可以对竞争对手做全面、深入的市场调查。 从冰箱大战、彩电大战，到近期的 DVD 大战、空调机大战，社会资本总是向着获利相对较高的行业集中，并且造成过剩，再引发新的大战。而国内市场的无序、地方保护主义、法律法规的不健全、市场机制的不健全等，均会对市场和投资造成伤害。
市场 国际或行业竞争性	国际投资者在收集中国古代艺术品上实力强大，手段果决。已有明确的迹象表明，他们已开始大规模进入中国现代艺术品市场。 国际上将现阶段视为吸纳中国当代艺术家作品的大好时机，通过投资中国的艺术品来享受中国的经济腾飞，是再好不过的方式了。	如今的证券业，还不存在来自国际上竞争者的直接危险，然而，一旦允许他们进入，现在的券商们与国际竞争者比起来，就好比是蝌蚪与大鲸鱼。 现在的国际券商已开始在华设立机构，以了解市场特点及运作规律，理解法律、法规，准备市场，建立信誉，合资基金已经开始出现，并已开始在周边市场有所作为。	以汽车为例，其业界竞争的激烈程度绝不亚于世界大战，在高技术、资本、管理方法、高竞争力、高就业率、高附加值等方面，民族工业已到了紧要关头。 进入 WTO 之后，世界前 500 名跨国企业之中，许多在华设立了分支机构，其目的和决心是十分明显的，来自国际上的竞争压力非常巨大。
市场变化特性	市场转型，某种藏品不再流行了，但若若干年后又会再度流行，绝不像工业产品只能进垃圾场了。艺术品还具有文物性，可待价而沽，以等到市场出现转机。	市场变换是以天、以小时、以分钟来计算和分割的，变换迅速且剧烈，易对投资者造成巨大的损失。	市场变化转型使得产品过剩，铁路运输即是很好的例证。服装的流行更是市场变化转型的最佳例证。

	艺术品投资	金融投资	实业（房地产）投资
消费模式	消费也分几个阶段，在满足了温饱之后，精神消费需求成为时尚。我国艺术品消费尚属初级阶段，极不成熟，也极不理智，缺少投资主线。	没有直接应用形态的产品消费者。 除保险之外，投资者所面对的消费、投资两宜品种极其稀少。	投资者所面对的消费已经成熟，消费模式理智，经营者对市场的影响也日渐微弱。在房地产、汽车成为耐用消费品之后，投资者所面对的投资品种日益减少。
人事成本	人事及人事管理成本比较低，单位投入产出比最佳，人事成本之中再教育成本高，周期最长，但产出效益合理。	人事成本是几种主要投资之中最高的，人事管理成本相对较低。	人事成本、人事管理成本均很高。人事、人才的构成复杂。
组织结构	组织结构简单灵活，可由单个自然人独立完成。	组织结构复杂、完整，并需要有监督机构。	组织结构完整，机构复杂，且需根据社会进步不断完善和改进。组织结构最成熟。
法律环境	面对的法律问题相对较集中，且有有关的政策和法律方面的优惠。中国市场的相关法律不完善、不健全，且几乎根本不配套。	面对的法律问题广泛，构成不统一，频繁出现问题。相关的法律还不完善，对投资者的保障有待改进。	面对的法律体系种类繁多，涉及面广，相当复杂。但是法律体系最完整，对投资者已有全面、有效的保护。
税务环境	很多国家或地区对艺术品投资均有税务方面的优惠及减免，邮票投资更属于免税投资。	上市企业的税务环境也会影响到股市投资者，股市的税费压力属于较大的，发达国家或地区也是如此。	企业的税务环境最成熟。对实业投资的税收是国家的税收命脉，所以对其监管也最严格。
资产流通性	国际间的流通性最好，精品、珍品的变现能力非常强，几乎可以等同于硬通货。是所有投资之中，惟一具有异域流通性的品种。	流通性是最佳的，但跨国、跨地区的流通性就非常受限制。	流通性差，有时对某些企业来讲，其出让几乎是不可能的。