



文化艺术经济学译丛

王家新 主编

交易的艺术

——全球金融市场中的当代艺术品交易

Art of the Deal

Contemporary Art in a Global Financial Market

Noah Horowitz (英)诺亚·霍洛维茨 著 张雅欣 昌轶男 译



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

文化艺术经济学译丛

王家新 主编

交易的艺术

——全球金融市场中的当代艺术品交易

Art of the Deal

Contemporary Art in a Global Financial Market

Noah Horowitz (英)诺亚·霍洛维茨 著 张雅欣 昌轶男 译

Noah Horowitz: Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market

Copyright©2011 by Princeton University Press

No Part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, including photocopying or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the Publisher.

All rights reserved.

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2013-85

本书简体中文翻译版由普林斯顿大学出版社授权东北财经大学出版社独家出版发行。未经授权的本书出口将视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

交易的艺术: 全球金融市场中的当代艺术论文 / (英) 霍洛维茨 (Horowitz, N.) 著; 张雅欣, 昌轶男译. —大连: 东北财经大学出版社, 2013. 12

(文化艺术经济学译丛)

ISBN 978-7-5654-1232-0

I. 交… II. ①霍… ②昌… III. 艺术市场—研究—世界 IV. J114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 180554 号

东北财经大学出版社出版发行

大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025

教学支持: (0411) 84710309

营销部: (0411) 84710711

总编室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连海大印刷有限公司印刷

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 228 千字 印张: 20

2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 季 吉 扬 于 梅 责任校对: 刘 洋 赵 楠

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

定价: 62.00 元

“文化艺术经济学”译丛编委会

主编

王家新

副主编

吕 炜

编委

王家新 王 蓉 史东辉 吕 炜 向 勇

高书生 张晓明 傅才武 魏鹏举

王家新

谈文化艺术经济学，势必要从“文化”、“艺术”、“经济”这些范畴开始。一方面，文化与经济是并列关系下的永恒命题，从文化人类学、历史动力学、系统论的视角，可以解析两者共生、互动、一体化的进程。学者们沿着文化与经济这两个维度，在历史脉络中通过种种途径寻求两者融合发展的轨迹。而文化与艺术的关系则是整体与局部的统一，无论文化的定义如何纷繁复杂，艺术作为文化的子系统都是毋庸置疑的。因此，文化艺术经济学可以描述为：一个以经济学为系统工具和参照系，以文化艺术活动为变量和研究对象的经济学分支。其核心问题有二：一是包括艺术在内的“大文化”是如何促进经济发展的；二是如何最大程度地提供文化艺术产品、有效配置其资源的问题。两个核心问题衍生了不同的方法和路径，而这种交叉的、跨学科的研究又开辟了新的领域，由此或许可以阐明这套译丛名为“文化艺术经济学”译丛，而非“文化经济学”或“艺术经济学”的缘故罢。

回望文化艺术经济学的发展历程，上述两个核心问题的研究境遇迥异。从文化与经济的二元对立，到因发展不平衡而打破两者的藩篱，夹杂着政治

经济学与文化研究的论争，复苏于新经济地理学等为代表的经济学“文化转向”，繁荣于新制度经济学、计量经济学等对新古典经济学的超越。“大文化”促进经济发展问题的视域里硕果累累，包括韦伯（Max Weber）关于文化和宗教对经济体系影响的研究，也包括诺思（Douglass C. North）对意识形态作为合约实施的变量影响经济发展的新锐观点。相比之下，对文化艺术产品生产及文化资源配置的研究则进展缓慢，滞后于日新月异的生产实践。

文化艺术是人类文明演进过程中形成的独特精神资源。长期以来，由于文化艺术对经济社会发展的作用不同于其他要素，是以一种潜移默化而不是剧烈的方式，通常在深层次而不是浅层次上施展其巨大的影响力，因而未从实践和学理上得到应有的重视。进入工业革命后，产业分工格局逐渐形成，自伏尔泰抛弃“桂冠诗人”的封号而投身出版业开始，文化艺术品也被纳入大规模工业化生产体系，如古典音乐被制成唱片、名家绘画被仿真复制并广泛传播，使高端精神消费从宫廷、贵族进入中产阶级乃至寻常百姓家。20世纪后期，信息技术广泛应用于文化创作、生产、分配和消费的各个环节，进一步推动了文化大众化趋势。新一代消费者大量使用互联网、移动电话和数字化媒体，不仅扩展了自身文化体验的范围和方式，而且从文化信息的被动接受者转变为文化内容的主动创造者，文化对经济社会的渗透力、影响力在裂变式扩大增强。在欧美、日韩等国家和地区，文化产业早已成为支柱性产业甚至是第一大产业，其对GDP和就业的贡献率不容小觑。我国在实现建设社会主义文化强国战略目标的进程中，文化产业成为国民经济支柱性产业，亦即其增加值超过GDP 5%将成为最醒目的里程碑。原来习惯说“文化搭台，经济唱戏”，现在看来文化本身就是一台戏，是新的经济增长点，是转变经济增长方式的重要抓手，是满足新民生的重要内容，是一个国家软实力和综合实力的重要体现。可以说文化艺术产业已经成为以创新创意驱动

为特征的现代经济的重要组成部分。

经济学的任务是辨析事实、指向未来，经济学从未放弃对文化艺术这一“非经济因素”进行经济学分析和探索，这固然可以视作“经济学帝国主义”的不断扩张，但追根溯源是因为经济学本质上对理性和效率的偏好。早在庸俗经济学时期，萨伊（Jean Baptiste Say）、西斯蒙第（Sismondi）、李斯特（Friedrich List）就开始了对文化艺术生产问题的探索。到了古典经济学时期，休谟（Hume）、杜尔哥（Turgot）、亚当·斯密（Adam Smith）都从经济学的角度对文艺问题进行了思考，约翰·罗斯金（John Ruskin）更是明确主张将文化与艺术价值放在经济理论分析框架内，这些思想产生了深远的影响。然而，文化的使用价值如同人类赖以生存的水和空气一样不可须臾或缺，其交换价值又如钻石般弥足珍贵、不可复制，文化这种兼具钻石和水的特征的价值悖论现象，使得经济学无法使用既有标准化程式对其进行阐释，制约了这一领域理论研究的进展。真正标志着文化艺术经济学发展成为经济学领域跨学科研究的一个重要分支的，是1966年美国经济学家威廉·鲍莫尔（William J. Baumol）和威廉·鲍恩（William B. Baum）发表了《表演艺术：经济的困境》。在此之后，文化艺术经济学以美国为中心迅速彰显起来，众多的经济学家加入到讨论中，标志性的专著也随之出现，如1976年布劳格（Mark Blaug）编著了第一本文化艺术经济学读本，而索罗斯比（Charles David Throsby）和威瑟斯（Clen Withers）合写了第一本文化艺术经济学教科书《表演艺术经济学》。经过数十年的积累，西方学界逐步建立了比较完备的研究体系和框架，初步改变了文化艺术经济学理论滞后于实践、滞后于经济学其他学科的窘境。

文化艺术经济学在诞生伊始就肩负着鲜明的现实指向：在研究内容上，西方文化艺术经济学基本形成了以表演艺术经济、博物馆经济、电影经济、

视觉艺术经济、数字艺术经济为核心的基础框架；在研究方向上，形成了艺术经济学特殊本质和特征研究、艺术与社会发展之间的关系研究，以及基于艺术行业特性的政府公共政策研究三个基本方向。其中，政策导向成为了西方艺术经济学的突出特点，这是由于文化艺术生产和消费对经济社会发展的作用日趋重要，文化经济政策的决策过程也变得更加复杂，深度了解这些趋势的成因、把握其规律，对相关政策决策将大有裨益。经济学不仅为文化政策制定提供必要的知识框架和分析工具，还可以形成具有实际意义的政策建议，有利于文化政策在经济价值和文化价值之间找到结合点。事实上，近年来西方文化艺术经济学的发展，很大程度上受到参与拟定政策者的推动，即英国学者贾斯汀·奥康纳（Justin O'Connor）所谓的“知识掮客”（knowledge intermediaries）。最具代表性的就是撒切尔夫人时期用文化与艺术促进城市复兴的政策导向，以及 1997 年工党赢得大选后提出的发展创意产业的议题。

然而，文化艺术经济学不是西方独有的命题，早在唐宋时期我国书画市场就已十分成熟，在米芾的《画史》、《书史》、《宝章待访录》等著作里可以看到历代皇室、豪门贵族及士大夫、寺观僧道乃至小工商业者经营、消费活动的记载。但是，我国现代文化艺术经济学研究起步较晚，在迅速发展的进程中必然要吸收借鉴西方国家的研究成果。事实上，1986 年《国外社会科学文献》所译介的法国学者梅西隆（H. Mercillon）的“艺术经济学”一文，对我国 20 世纪 80 年代初期的艺术经济学研究产生了深远影响。而今，随着全球化进程加快和文化艺术产业的发展，文化艺术经济学也随之兴起，必将成为我国综合学术研究趋势下的一个重要新兴领域，并在现实语境中逐渐寻回自己理论探索的志向。我国经济发展已转向扩大内需，引导、挖掘人们对文化艺术领域的巨大需求，并把这些潜在在精神文化需求转化为有效的市场要素和新的经济增长点，是推进文化产业成为支柱性产业、转变经济发展

方式的重要途径。同时，中央对推进文化产业实现跨越式发展的战略部署，国务院学位委员会《学位授予和人才培养学科目录（2011年）》的相关修订和调整，对文化艺术经济学教育和研究提出了新的、迫切的现实需求。

正是为了满足新时期、新形势下拟定政策、指导实践、培养人才的需求，东北财经大学出版社秉持“高雅、高端、高瞻”的出版人文理念，引进西方文化艺术经济学理论研究的最新成果，推出了“文化艺术经济学”译丛，作为完善我国文化艺术经济学的重要知识参考和研究依据。编者从普林斯顿大学、剑桥大学、布伦伯格等大学和专业出版社出版的众多书籍中，遴选出具有代表性和影响力的新书，洽谈版权，协商翻译事项，全面启动丛书的编译出版工作。所选著作内容涵盖当代艺术品市场、文化政策、艺术金融、文化遗产等诸多领域，具体考察文化艺术在国外特别是发达国家运作的实际情况，相关政策议题具有前瞻性、创新性。东北财经大学出版社一直以“集结全球智慧、凝聚智识人生”为己任，引进出版了1000多部国外财经类图书，这个书系是东财版财经译著的新成员，相信会对当代文化艺术经济学教育产生信息共享、知识溢出、协同创新效应，对我国文化产业发展发挥积极的推动作用。

习总书记在党的十八大闭幕时的记者见面会上说，我们的责任，就是要团结带领全党全国各族人民，接过历史的接力棒，继续为实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。任何事业都是这样，要传承、要开拓，要站在巨人的肩膀上创造自己的高度。或许这套译丛所选择的未必是文化艺术经济学中最好的、最重要的著作，但相信终有一天，会有更适合我国文化艺术实践、足以确立文化艺术经济学学科地位的代表性著作由此诞生。这正是我们编译这套译丛的初衷所在。

艺 术品的价格是如何制定的？是什么驱动了时尚和品位？买家花费了金钱，买到的究竟是什么？

新千年的头 10 年见证了艺术品市场历史上最为辉煌的繁荣期之一，其核心便是当代艺术的迅猛崛起。随着当代艺术迅速成为最能盈利的艺术品类别，有关艺术与价值之间关联的投机活动逐渐盛行起来。

2008 这一年，先是艺术品拍卖价格纷纷创出新高，接着却又遭遇了拍卖市场泡沫的破裂，其中有两个经典案例可以说是这一局面的突出写照。第一个案例是艺术家达明安·赫斯特（Damien Hirst）9 月份在伦敦苏富比拍卖行举办的拍卖会，后来证实这次拍卖会是近年来艺术品市场兴起的最后一次大规模成功典范；第二个案例是同年 4 月在中国香港苏富比拍卖行举办的中国当代艺术品拍卖会。

赫斯特的拍卖会尚未举办，便提前引起了巨大的媒体奇观。这场为期两天的拍卖会会有一个有趣的名字——“我脑海中永恒的美”（Beautiful Inside My Head Forever，见图 1），其规模和价值着实令人惊叹：200 多件艺术品全部是为此次拍卖会专门创作的，预估总价在 1.22 亿~1.76 亿美元之

间。虽然偶尔会有知名艺术家将其作品直接交付拍卖会销售的例子，如2004年赫斯特将其亲手设计的伦敦“药房”餐厅内的家具和其他装饰委托苏富比拍卖行拍卖，一共拍出了2 000万美元的高价，但规模如此之大的独立拍卖会却还是头一次出现。赫斯特直接绕过了他的两位经销商——杰·乔普林（Jay Jopling）和拉里·高古轩（Larry Gagosian），向艺术品行业的传统惯例发起了大胆的挑战，也向世人宣告，他并不需要这些颇具影响力的经纪人的支持，他完全可以自己单干。



图1 2008年9月，伦敦苏富比拍卖行举办的“我脑海中永恒的美”拍卖会，达明安·赫斯特在其艺术作品《不可思议之旅》（*The Incredible Journey*）前留影（Photo: SHAUN CURRY/AFP/Getty Images）

这次成功的拍卖会虽然令人印象深刻，但就在其举办的当天——9月15日却爆出了一系列令人震惊的新闻，令其失色不少。之前一年一直不景气的全球金融市场在这一天跌落到了谷底：美国投资银行雷曼兄弟（Lehman

Brothers) 宣布破产；美林证券公司 (Merrill Lynch) 宣布将被竞争对手美国银行 (Bank of America) 收购；全球最大的保险公司美国国际集团 (American International Group) 宣布其正陷入重重危机 (第二天最终峰回路转，从美国联邦储备委员会那里得到了 850 亿美元的紧急财政援助)。这一天标志着严重金融动荡的来临，堪比 1929 年大萧条时期刚刚开始的那一幕。

然而就在这样一个看似困难重重的时刻，赫斯特的糖果色圆点画、蝴蝶图案画以及动物橱窗作品却在 9 月 15 日的夜场拍卖会上拍出了 1.27 亿美元的惊人天价。第二日的拍卖额略低于前一日，截止到最后一件拍卖品落锤售出，这场为期两天的拍卖会共计拍出了 2.01 亿美元的高价，其中接近 1/4 的拍卖品每件售价超过百万美元，3/4 的拍卖品最终成交价格超出了原先的最高估价。苏富比拍卖行的报告指出，这次拍卖会有 1/3 的买家为该行的新客户，其中大部分来自发展中市场，如俄罗斯和中东艺术品市场。以上数据更加坚定了这样的一个信念：当代艺术品市场全球化这一热议话题，将不受眼下金融危机的影响，继续保持高价拍卖的水准。艺术界的华丽奢侈与全球经济的动荡局势之间形成了鲜明的对比，超越以往任何一次拍卖会，“我脑海中永恒的美”拍卖会似乎颠覆了几乎所有的艺术理论根据。

艺术品市场某些事件的走向有时往往不合常理。在赫斯特的案例中，这一点体现在人们迫切地想要了解他的作品如何会在经济不景气的大环境下还能如此抢手，以及欣赏“我脑海中永恒的美”过程中所看到的它的本质：这其实就是赫斯特和苏富比拍卖行精心安排的一场营销活动的高潮部分，也是这位艺术家能够独自把媒体和金融的影响力融为一体的驾轻就熟功力的展现。最值得关注的是，赫斯特的经销商这次虽然被艺术家和拍卖行排除在外，却也毫无疑问地对拍卖会的成功起到了关键性作用：他们参与竞价或是购买的拍卖品的价值占第一天那场旷世拍卖之夜艺术品总价的一半以上，其

中包括对全场拍价最高的两件作品——1 900 万美元成交的《金色牛犊》(*The Golden Calf*) 和 1 760 万美元成交的《王国》(*The Kingdom*) 的竞标。这一行为招来了人们对贸易保护主义的指责, 并明确地揭示了圈内人士是如何操控市场、干预价格的全过程。显而易见, 赫斯特的作品也已经成为当代艺术品市场浮华、自负一面的一种体现。通过这些作品, 人们看到了当代艺术品创作过程中作品大小和规模的不断扩大与膨胀, 以及艺术、财富与投资之间义无反顾的合而为一。以上所有因素都能在“我脑海中永恒的美”这场不惜一切代价吹捧艺术家个人魅力的拍卖会上找到明确的一一对应。此外, 在拍卖会开始前的一周, 苏富比拍卖行将其位于伦敦邦德街的总部全部用于为赫斯特宣传造势, 为他举办了一场高质量的个展, 并在拍卖会开始前的周末展出至深夜, 以期延长参展时间, 达到公关炒作的目的。据统计, 苏富比拍卖行仅在营销方面就先后投入了 400 万美元。

虽然这只是一个极端案例, 但类似的营销模式也并非完全无迹可寻。2007 年, 艺术商乔普林经营的伦敦白立方画廊 (*White Cube*) 在其戒备森严的展厅中展出了赫斯特的作品《献给上帝之爱》(*For the Love of God*)。该作品采用真人头骨为模具, 白金铸造而成, 上面镶有 8 601 颗钻石。当时艺术品市场上惯用的获利伎俩在这次拍卖会上被发挥到了极致: 虽然最初画廊宣布一位私人买家以 5 000 万英镑 (当时大约相当于 1 亿美元) 的价格买走了这件作品, 使之成为有史以来售价最高的单件艺术品之一以及在世艺术家最为昂贵的作品, 随后的新闻却爆出该作品的真实买家其实正是赫斯特、乔普林以及未透露姓名的另一方买家所组成的投资集团, 而后者当时正在筹划这件作品的全球巡展。由此看来, 尽管《献给上帝之爱》算是一件艺术品, 但它同时也是一场公开的商业投资运作, 赫斯特的公司企图在未来几年内提升作品的价值, 并最终将其高价售出。

另一个案例事关中国香港苏富比在 2008 年 4 月推出的一场拍卖：中国当代艺术 III——仕丹莱收藏基金（Chinese Contemporary Art III—The Estella Collection）拍卖会。尽管这次拍卖的成交额仅为“我脑海中永恒的美”创纪录拍卖交易额的一部分（1 800 万美元），但在全球艺术市场呈现多元化的新格局背景下，就创造商业价值所采取的某些手段而言，它似乎也是一个重要的、饱受争议的例证。

纽约画商迈克尔·高德尤斯（Michael Goedhuis）在 2004 年创立了仕丹莱收藏基金（The Estella Collection）。基金以查尔斯·狄更斯的著作——《远大前程》中的人物命名。“我觉得这个名字能方便中国人发音，”高德尤斯说，“尽管埃斯特拉（Estella）不招人喜欢，但名字还是很好听的。”高德尤斯此后购入的大多数作品来自中国大陆地区的画廊和艺术家的工作室。3 年期间，他为仕丹莱物色了大约 200 件作品，打着它们将成为藏家个人珍藏品的旗号，而且声称藏品会收录在“权威”著作中，以及如果不是全部的话，一些作品会捐赠给顶级博物馆。作品类别包括雕塑、绘画和油画，张晓刚的一幅布面油画《血缘：大家庭三号》（*Bloodline: The Big Family Number 3*）（1995）是藏品中的精品之作，该作品在 1995 年威尼斯双年展上初次登台亮相。同时，也包括利用非传统媒介进行创作的一系列作品，例如，黄永砷的综合材料装置《蝙蝠计划 I, II, III: 备忘录》（*Bat Project, I, II, III: Memorandum*）（2003），以及王建伟的录像作品《蜘蛛》（*Spider*）（2004）。多数藏品的主题反映了中国社会转型过程中欣欣向荣的景象，张晓刚巨幅油画中的中心人物佩戴着徽章。2007 年 3 月至 8 月期间，全部藏品在丹麦的路易斯安娜现代艺术馆展出，展览名为“中国制造：仕丹莱收藏基金”（*Made in China: The Estella Collection*）；2007 年 9 月至 2008 年 3 月，展览还辗转到了耶路撒冷的以色列博物馆。

接下来发生的事情使真相大白于天下。在路易斯安娜现代艺术馆展出期间，当苏富比拍卖行宣布来年会拍卖这些藏品时，仕丹莱收藏基金的情势变得极为复杂。根据展览策展人安德斯·克尔德（Anders Kold）所言，如果此意图事先宣布出来，艺术馆是坚决不会展出的。这完全出乎意料。这是明显地在追求商业利益——捐赠人在出售前，利用艺术馆的展出和关注度为艺术品增值——对于具有公信力的路易斯安娜现代艺术馆来说，这无疑将引发道德方面的问题。更具争议的是，苏富比拍卖行的声明暴露出，高德尤斯并非是他个人所声称的私人藏家的代表，而是由纽约富豪商人瑞·德贝恩（Ray Debbane）和萨查·雷诺维奇（Sacha Lainovic）领头的一伙投资者。不久之后，一切都已明了。苏富比拍卖分两场进行——2008年4月，首先在中国香港拍售，同年稍晚些的10月份，在纽约拍卖——委托方不是高德尤斯及其同僚，而是与纽约知名的印象派作品交易商威廉·阿奎维拉（William Acquavella）合作，他透露早在2007年8月，苏富比就从投资者的手里收购了全部作品。

这些事件的曝光引发了一连串的激烈批评。通常以较低的折扣价将作品卖给高德尤斯的艺术家和经销商们，斥责他的欺骗行径；布丽塔·埃里克森（Britta Erickson）是一位独立学者，也是中国当代艺术的绝对权威。布丽塔·埃里克森为购买这批艺术品提供建议，并为《中国前景》（*China Onward*）一书撰文，文章收录在丹麦路易斯安娜艺术馆的收藏图录中。她抨击高德尤斯误导信息；高德尤斯本人则假装很无辜，声称对于同僚的决定并不知晓；投资人、阿奎维拉和苏富比拍卖行都因倒卖作品来攫取利润的行为遭到了批评。

类似的投机取巧事件在艺术市场的历史中比比皆是，但我们特别感兴趣的是，仕丹莱收藏基金的运作手段反映了新千年艺术市场呈现的格局。这些

情形表明在全球当代艺术经济体系的范围内，收藏和投资的界限正变得日益模糊，艺术市场的增值策略一览无遗：制定商业策略（在纽约实施）；以商业折扣价购买存货（在中国进行）；通过艺术馆展出以确保作品的出处、关注度和鉴定的合法性（在丹麦和以色列亮相）；达到艺术馆“藏品”级别的作品全部溢价出售（卖给纽约经销商和国际知名拍卖行）；并且这些藏品迅速地在拍卖中转卖（在中国香港和纽约拍售）。另外，值得注意的是，虽然大多数作品是传统的二维绘画，仕丹莱收藏基金的作品也包括大量的装置作品和录像作品，正如我们将看到的，它们只是近来才引起市场的兴趣。

在本书接下来的章节中，我会探究这两个拍卖事件发生的历史背景。如果说“我脑海中永恒的美”的拍卖备受瞩目，为2000年后艺术市场的丰盛景象提供了一个异乎寻常的例证的话，或是当代艺术作品的出售随着全球经济危机陡然下滑时，此次拍卖标志近期市场投机泡沫的情况进入尾声的话，我们将看到仕丹莱收藏基金的精明商业策略和所采取的国际路线与赫斯特作品拍卖的关联性，以及它是如何成为世纪之初艺术界的标志性事件的。尽管赫斯特的成功是个特例——是其独特审美观和在市场博弈中展露非凡智慧的副产品——而仕丹莱收藏基金的操作谋略可以说是直抵当代艺术品交易的运作核心。它使我们观察到投资策略同艺术作品生产、流通和展出的紧密关联性，也表明出售的作品类型日益多样化。

本书对于艺术市场及其创造价值（鉴定的、博物馆的和出售方面的）的方式进行了批判性的论述。更确切地说，本书将介绍在文献中很少提及的一些事例，包括艺术品投资的兴起，以及录像艺术和我称之为的“体验艺术”作品。本书对于艺术领域内缺乏整合性和可靠性、内容分散的课题进行了梳理。通过将这些内容整合到一个统一的框架下，我希望能够论证将它们归并为一个整体的理由，以及目前这么做的迫切性的原因。

目 录

	导论/ 1
	历史回顾/ 5
	时间构架/ 13
	全球化/ 17
	艺术品市场结构/ 24
	价值/ 28
	概要/ 32
第 1 章	录像艺术 / 35
	自相矛盾性/ 41
	早期市场历史/ 45
	规范化/ 55
	市场化/ 72
第 2 章	体验艺术 / 115
	体验艺术的定义/ 122