

◎中国艺术品市场教学与研究重点教材

中国艺术品市场 政策概论

西 沐◎著

中国书店

中国艺术品市场 政策概论

西 沐◎著//毕建勋◎绘

中国书店

图书在版编目(CIP)数据

中国艺术品市场政策概论 / 西沐著. -- 北京:

中国书店, 2012.1

ISBN 978-7-5149-0236-5

I. ①中… II. ①西… III. ①艺术市场—政策—中国

IV. ①J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第235038号

中国艺术品市场政策概论

西沐 著

责任编辑 姚文杰 李亚青

出 版 **中国书店**

地 址 北京市西城区琉璃厂东街115号

邮 编 100050

电 话 010-63150310

发 行 全国新华书店经销

设计制作 朱晓林

编辑校对 张婵祺

印 刷 北京翔利印刷有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 19 印张

版 次 2011年12月第1版 第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5149-0236-5

定 价 98.00元



前言：

把握规律 关注热点、难点、重点

优化政策使艺术品市场又快又好地发展

随着中国艺术品市场的不断发育与壮大，艺术产业及艺术经济可谓是方兴未艾。中国艺术品市场从来未像今天这样受人关注，特别是随着艺术品资本及大众化投资化时代的来临，走出小众“秘玩”状态的中国艺术品收藏市场，正处在一个大发展、大繁荣的“十字路口”：一方面是新旧观念、新旧体制、新旧经验的交锋；另一方面是新的市场力量所面对的问题、困难与困惑急需破解。可以说，中国艺术品市场的发展已经到了必须正视问题，关注热点、难点与重点的时候了，否则我们就会犯错失战略机遇的错误。但这一切又取决于我们如何认识与研究中国艺术品市场规律，把握中国艺术品市场规律，并落实到真抓实干这一环节上。

在全社会的关注与积极的参与中，人们也越来越对中国艺术品市场的发展状况及存在的问题表现出无奈与不满。其实，在中国艺术品市场的发展过程中，一直有一个问题与困惑，那就是如何做大、做强中国艺术品资本市场。在研究过程中我们深切地体会到，优化政策，制定一个战略与规划，解决两个发展的难点，抓住一个核心，培育与建设两个体系、注重行业协会与标准规程的作用等是做大、做强中国艺术品市场的根本性前提。

1. 制定国家艺术品市场发展战略与规划是中国艺术品市场做大、做强的战略性举措

以科学发展观为指导，以艺术及其市场发展规律为导向，尽快制定中国艺术品市场发展的战略规划，强化艺术市场培育、引导工作，提高全社会对中国艺术品市场的认识和参与度。中国艺术品市场正处在一个发展与攻坚的关键时刻。我们若更要更好地抓住机遇，利用社会经济持续发展和文化产业方兴未艾的大好时机，就有必要在广泛调查与研究的基础上，制定符合实际情况、切实可行的发展规划，包括短期规划和较长期的发展战略规划。要尽快研究中国艺术品市场发展的战略，制定中国艺术品市场发展的战略规划，就必须明确中国艺术品市场发展的战略步骤与



不同步骤中的重点问题，在把控艺术品市场规律与趋势的基础上，进一步明细中国艺术品市场的发展目标、定位、布局及战略措施，为中国艺术品市场的有序、持续与健康发展指明方向与发展的道路。同时，我们还要设定中国艺术品市场转型发展的战略目标：（1）站在国家文化利益的高度，增强中国艺术品的中心定价能力。这不仅需要文化战略的支撑，更需要体制的强力创新及政策的有力保证。（2）在中国艺术品市场理论的研究推动下，随着国家文化战略的不断实施，艺术品市场体系及支撑体系的建设一步步进入人们的视野，迫切需要创造条件与优化环境，加强中国艺术品市场体系的能力建设。（3）强化艺术品市场机制及支撑体系建设与公共艺术政策，特别是政策法规支撑体系、财税支撑体系、信息支撑体系、市场中介体系及人才培养支撑体系等成为中国艺术品市场发展与深入前行的一个重要前提。

（4）按照艺术品市场的发展规律，用国际化的视角与理念，建立相应的教育体系，强化人才培养，推动中国艺术品走出去是一项国家战略与世纪课题。（5）提高认识，制订中国艺术品市场发展战略，加大市场扶持的力度，把中介体系的建设作为艺术品市场体系建设的重要工作来抓，多层次、多方面地发展中介机构，特别是艺术品资本市场的中介机构的发展。

2. 规范并解决鉴定与评估问题是中国艺术品市场做大、做强的重要保证

当前，中国艺术品市场交易过程中保险、托管、确权、鉴定、评估、定价等问题没能很好地解决，问题多且乱。特别是在鉴定与评估问题上，这个问题尤其突出。在评估体系的建立方面，首先要尽心研究，建立具有中国特色艺术品评估体系理论，并在此基础上构建既体现专业化与权威性，又便于监管，且能方便服务市场的评估体系。在进行价值评估的过程中，价值评估是基础，资产评估是重点，中国艺术品市场定价是关键与核心。当然，在定价与评估之前，对艺术品的保险、托管、确权等问题也要很好地进行解决，它们和定价、评估一起构成了一套科学规范的流程。因为艺术品价值具有多元化，其价值的发现过程也具有复杂性，这就决定了对其评估与定价具有复杂性与难度，特别是在我国艺术品市场尚未建立起新的价格机制之前，这个问题的难度是我们必须面对并给予充分预计的。在鉴定科学体系建立方面，经过长时间的研究与探索，目前，已基本上解决了相关的架构体系与知识点，专家已经建立起了“艺术鉴定（经验鉴定）+科学鉴定+科学规范流程”的鉴定方法架构，并已成型，重要的是进一步整合与系统化、实用化，所以鉴定问题在经历不断的探索后，有望取得突破性进展。定价机制的建立，价值分析与评估是基础，市场价格是重要的参考，核心是建立一种能整合价值评判标准与推动市场定价资源的市场机制。当然，这种市场机制的建立一方面依赖于市场体制及其体制的推



动,另一方面更要依赖于政府及相关政策法规的引导。当然文化环境及相应的市场环境的培育也至关重要。只有这样才能够有效地建设以价值为基础,以市场为主导并建立在市场机制基础之上的发展机制。

3. 培育并积极发展中国艺术品资本市场是做大、做强中国艺术品市场的核心

中国艺术品资本市场的发展壮大是从长远上保证中国艺术品市场壮大规模的内在动力。如何充分利用市场对资源整合的力量,不断推动中国文化战略目标的实现,以及如何利用资本的力量来推动中国艺术品市场秩序的建立是当下的一个重要研究与实践课题。我们认为,只有全球化的艺术品资本市场,才会出现全球化的艺术品市场;只有完善而强大的资本市场,才会推动产生具有国际水准的艺术品市场;全世界最好的艺术品才能在中国汇聚,中国才能够成为真正的世界艺术中心。可以说,只有中国艺术品资本市场的不断壮大,才是中国艺术品市场迅速发展最为直接的动力。同时,要研究并找到有效途径,使中国艺术品资本市场能有效地推动中国艺术及其市场价值建构工作的进展,并发挥重要的导向作用。

经过20年的发展,中国艺术品市场初具规模,但由于市场的相关机制并不健全,市场的环境建设、相关标准制定,以及资本运作、退出机制等也不健全,因此,艺术品资本市场的发育相对缓慢,迫切需要对其体系进行理论研究与实践创新。发展中国艺术品资本市场除了相应的体制与政策上尚存有一定风险之外,更为重要的是在运作层面存在一些困难甚或是风险,最为突出地表现在三个大的方面:首先,艺术品市场赝品泛滥,真伪鉴定非常关键,但是目前我国艺术品鉴定方面还缺少有公信力的权威机构。其次是评估问题。国内尚没有一家机构或单位对中国艺术品价值评估建立起非常完善的体系以及成熟的办法,并且面向社会提供服务,而偏高或偏低的价值评估会造成艺术品市场投资的失真,引发对市场的负面引导。最后是市场交易操作模式的选择问题。主要是应对资金流动性问题,但这也是艺术品资本市场发育初期最易失控的主要风险环节。

近几年,随着中国艺术品市场的迅猛发展,艺术品资本市场也在不断地发育并一步步地壮大。由于艺术品市场发展的民间性与社会大众性的特点,也导致了中国艺术品资本市场在我国尚处于没有垄断与监管的一个初级开放状态。同时这种状况也面临着更多的问题,要及早地给以关注与重视。我们认为,当下中国艺术品资本市场的最大问题还是如何在规范、创新与可持续发展的基础上不断做大、做强。目前,要重点做好以下几个方面的工作:一是在系统理论研究的基础上进一步做好相应的战略研究与发展的规划;二是围绕艺术品资产化、产权化、金融化的主线,规范与发展以艺术品份额化、类证券化为主体的资源要素性资本市场,从而进一步



推动中国艺术品市场资本化、社会化、大众化的步伐；三是积极创新与引导中国艺术品市场中民间资本投资的形式与主体培育，大力发展各类各种形式的基金及机构性投资，从而有效地整合民间的力量为实现国家文化战略服务，为推动中华民族文化的大发展、大繁荣提供不竭的资本推动力。为此，首先，需要迅速建立艺术品资本市场的理论体系。中国艺术品资本市场作为一个新兴的专业市场，一开始就面临许多亟待解答的问题，有赖于对中国艺术品资本市场发育及其支撑体系进行系统而深入的研究。可将现代市场管理中的经营理念与技术引入艺术品资本市场，着重研究诸如艺术品资本市场体系的建设、艺术品资本市场环境、艺术品市场标准、艺术品评估体系、艺术品交易渠道及平台、艺术品资本市场信息共享等内容。同时，相关部门应深入进行相应理论与调研研究，搞好统筹协调与发展规划，并针对不断出现与发展过程中的艺术品资本创新组织与形式进行评估，分类指导、支持，用更多、更好的新的有效的市场机制去推进中国艺术品市场及文化产业的健康、有序的发展。其次，需要考虑设立相关机构、制定配套政策。建立国家相关部门要站在国家文化战略的高度上，成立相应的跨部门工作委员会，推动相关工作，并搞好相关市场的政策与监督的协调工作。可建立相应的权威指导管理及监管机构，专门成立一个多层次的管理服务平台，发挥信息服务、管理监督等作用；可建立一个广泛的相互支撑的国际化艺术品资本融资渠道和网络，促进艺术品资本市场的健康发育。第三，艺术品市场的未来固然与结构是否健全高效有关，与营销和运作智慧、策略有关，但还有一个更重要、更本质的方面，那就是艺术品的质量，只有高品质的艺术品才能长久支撑市场价值，因此，艺术品市场本身的发展与建设也必须关注。

4. 设计与构建中国艺术品市场体系及中国艺术品征信体系是做大、做强中国艺术品市场的根本性前提

站在中华民族文化复兴的战略高度上的艺术品市场运作与实务，只有有效地摆脱短视行为，走出一味依靠民间力量的狭小圈子，才能使艺术品资产化运作更加规范化，更加协同公共艺术政策，并且能够在体制上有所创新与探索。首先，体制创新与探索要以制度经济学为理论指导，建立一个由政府引导、风险可控、按市场规律引导和规范艺术品市场交易行为与方向的、有自己商业模式和系列政策配套，并辅之以高科技手段、金融衍生工具运用为一体的、适合大众参与的新型艺术品交易市场体系，以避免资本进入市场后的非理性行为。其次，要规范与发展中国艺术品资产化的市场体系建设，在环境的优化、标准的建立、评估体系的完善、交易渠道与平台的建设及信息共享等方面取得进步，为艺术品资产化打下基础。金融业的支撑对于成熟的艺术品市场必不可少，金融机构的发展也会因为艺术品的介入而更加多元化。因此，要将现代金融业的经营理念与技术引入艺术品投资，摒弃不规范的



做法，重建艺术品投资的运作流程和价值链，为艺术品资产化打下良好基础。

中国艺术品市场以征信体系为核心的诚信体系的建设，是中国艺术品市场做大、做强的最为有力的支撑。诚信机制的缺失是中国艺术品市场面临的一个十分突出的矛盾和问题。诚信危机成为制约中国艺术品市场发展的最重要的瓶颈，已严重制约着中国艺术品市场的发展。在艺术品的实际交易、收藏过程中，艺术家包装炒作、人为造市，艺术品拍卖机构假拍假卖，甚至艺术品鉴赏家和鉴定家也受金钱诱惑，任意左右艺术品价值、价格，这些都是缺乏诚信的表现。出售赝品、伪劣艺术品，艺术品的信息披露有限等问题，都可以归因于艺术品市场诚信机制的缺乏。可以说，信用制度的缺失已成为制约中国艺术品市场发展的重要因素。健康的市场秩序和完善的市场机制是一个成熟市场的基本标志。对待诚信的问题，仅仅通过行业自律来解决还远远不够。中国艺术品市场制度和法规的建立需要与艺术品市场发展的速度保持一致。艺术品市场良好的秩序必须通过法律、法规的完善才能确保，而良好的市场约束机制才是确保中国艺术品市场长期稳定发展的基石。事实上，中国艺术品市场在发展过程中，诚信危机已经成为制约中国艺术品市场发展的关键问题，而信用体系的缺失是问题的核心，所以，建立征信体系是突破艺术品市场发展瓶颈的重要举措。因此，艺术品市场也需要建立对从事艺术品活动各环节的机构或个人的信用信息，以便在艺术品市场交易时，交易的双方都能很公平、很客观地获得对方的诚信度，以保证艺术品交易的可靠。

5. 强化对中国艺术品市场工作的领导，加强中国艺术品市场的监督与管理，建立与切实发挥市场行业协会的作用，重视市场标准与规程建设，是做大、做强中国艺术品市场的重要抓手

在中国艺术品市场迅猛发展的同时，中国艺术品市场已经到了要对相关工作加强领导与规范管理的重要战略阶段。特别是在中国艺术品资本市场迅猛发展的过程中，艺术品市场中的鉴定与评估环节，更是在乱中竞争。因此，急需成立中国画廊行业协会、鉴定评估行业组织等，完善中国艺术品市场管理组织，尽快启动艺术品标准工作，建立中国艺术品市场标准工作组织，成立全国艺术品市场标准化技术委员会，占领制高点，统筹艺术品标准工作。行业管理组织是发展与规范市场经济体所必需的关键性组织，它不仅是市场与政府的桥梁，更是规范、自律与发展市场的组成部分，也是市场自律的一个重要的建设平台。同时，相关政策与环境的导向，急需强有力的组织与举措对此加以规范。在这种情况下，强化对艺术品市场工作的领导与规范管理，充分发挥行业组织的作用，不仅是实现文化大繁荣、大发展与复兴民族文化伟业的需要，也是文化事业在新的发展时期展示新形象，创造时代强音的重要举措，更是中国文化做大、做强与国际化发展的现实需要，必须尽快抓紧、



抓好。

6. 加大投入与强化法制与政策制度建设是做大、做强中国艺术品市场的需要的两翼

国家文化战略具体化是中国艺术品市场转轨发展的风向标，其中，投入与法制是极为重要的两翼。在艺术及其艺术经济作为国家文化软实力重要基础的今天，中国艺术品市场是无法单靠自身的力量完成实质性转轨的，必须依靠国家文化战略的支持。因此，将国家文化战略具体化是中国艺术品市场转轨的有效指挥棒。发展中国艺术品市场要以打造有明确价值导向和审美形态的国家文化形象为目标，从提高国家文化软实力的角度，制定能弘扬中华文化的中国艺术品市场的基本思路、战略目标、发展规划和政策措施，更要站在国家文化发展战略与文化安全的高度，宣扬时代主流艺术，力图向世界输出优秀的中国艺术作品，体现民族精神与国家意识，让世界认识到中国不仅有优秀的传统文化，还有有品位、有深度的艺术。在国家文化战略具体化的过程中，投入与法制是重要的两翼。法制建设会使中国艺术品市场在法律的轨道里运行，为中国艺术品市场配置强有力的助推器，也会为中国艺术品市场的健康成长撑起广阔的发展空间，使中国艺术品市场逐步走上秩序化和行业规范化的道路；投入主要指政府对艺术的投入和包容力。一个城市的艺术发展、一个国家的艺术振兴，仅靠几个美术馆、博物馆、艺术中心是远远不够的，更多地需要政府强有力的财政与政策支持，以及体系化市场力量的支撑。

7. 切实重视中国艺术品市场话语权的全球建构是做大、做强中国艺术品市场的战略需要

中国艺术品市场话语权的全球建构，需要在全球范围内整合文化艺术战略资源，需要构建实力，特别是经济实力、消费实力、文化实力，能够拿出最好的东西来代表艺术品位的能力，打造中国文化精神高地，建构中国艺术品市场全球市场竞争力。要做到这一点，除了需要国际化视野、全球中国艺术品市场价值标准的建构体系、中国艺术品市场全球化人才外，更重要的是建构中国艺术品市场发展战略与环境。

中国艺术品市场在发展过程中虽然还存在不少的问题与困难，但只要我们抓住问题的关键，解决主要矛盾，就可进入中国艺术品市场政策研究的广阔战场。只有这样，中国艺术品市场做大、做强的命题才会随着文化大发展、大繁荣的步调走向新的格局，展现新的局面，找寻到新的内涵。

西 沐

2011. 5. 27



目 录

前言 把握规律 关注热点、难点、重点
优化政策使艺术品市场又快又好地发展

第一部分 中国艺术品市场政策概述

第一章 中国艺术品市场的发展与政策

第一节 中国艺术品市场概述和整体走势·····	2
第二节 中国艺术品市场发展的现状·····	9
第三节 中国艺术品市场正在面临新的转轨·····	10
第四节 中国艺术品市场主体出现了新困难与变化·····	12
第五节 中国艺术品市场发展的基本趋势·····	15
第六节 中国艺术品市场化的进程分析·····	20
第七节 中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析·····	29

第二章 中国艺术品市场政策的产生与发展

第一节 中国艺术品市场政策发展的态势·····	35
第二节 改革开放30年中国艺术品市场政策反思·····	37
第三节 怎样才能做大做强中国艺术品市场·····	39

第三章 中国艺术品市场政策的研究对象、性质、内涵与作用

第一节 中国艺术品市场政策的概念、特点及作用·····	44
第二节 中国艺术品市场政策的研究对象·····	50
第三节 中国艺术品市场政策的研究性质·····	51



第四章 全球艺术品市场政策的研究态势

第一节	国外对中国艺术品市场政策与理论进展的研究现状·····	53
第二节	国内对中国艺术品市场政策与理论进展的研究现状·····	57
第三节	国内对国外艺术品市场政策研究的基本趋势·····	60
第四节	中国艺术品市场政策与理论研究进展的一些问题·····	63

第五章 中国艺术品市场政策的基本理论基础

第一节	中国艺术品市场政策的基本状况·····	66
第二节	中国艺术品市场政策的工具及手段·····	70
第三节	中国艺术品市场政策基础理论研究中的问题·····	72

第六章 中国艺术品市场政策的基本研究思路与架构

第一节	中国艺术品市场政策研究的一些原则·····	74
第二节	中国艺术品市场政策研究的基本思路·····	77
第三节	中国艺术品市场政策研究的基本框架·····	80

第二部分 中国艺术品市场政策科学分析

第一章 中国艺术品市场政策的运行过程分析

第一节	中国艺术品市场政策的制定·····	83
第二节	中国艺术品市场政策的执行·····	89
第三节	中国艺术品市场政策的评价分析·····	97
第四节	中国艺术品市场政策的反馈调整·····	106

第二章 中国艺术品市场政策的运行机制分析

第一节	中国艺术品市场政策的状态·····	110
第二节	中国艺术品市场政策的效果·····	114
第三节	中国艺术品市场政策的评价机制·····	117
第四节	中国艺术品市场政策的反馈机制·····	120
第五节	中国艺术品市场政策的调适机制·····	122



第三章 中国艺术品市场政策的环境与影响分析

第一节 中国艺术品市场政策的环境概述·····	123
第二节 中国艺术品市场政策的系统环境·····	128
第三节 中国艺术品市场政策的环境影响分析·····	135

第三部分 中国艺术品市场政策的研究方法

第一章 中国艺术品市场政策研究方法概述

第一节 中国艺术品市场政策研究方法的研究目的·····	150
第二节 中国艺术品市场政策研究方法的含义·····	154
第三节 中国艺术品市场政策研究的特点·····	156
第四节 中国艺术品市场政策研究方法现状分析·····	161
第五节 中国艺术品市场政策研究方法的发展趋势·····	164

第二章 中国艺术品市场政策研究方法体系及原理

第一节 中国艺术品市场政策研究方法体系·····	166
第二节 中国艺术品市场政策研究原理·····	176

第三章 中国艺术品市场政策研究的过程分析

第一节 中国艺术品市场政策研究的准备过程·····	185
第二节 中国艺术品市场政策研究的提出问题过程·····	188
第三节 中国艺术品市场政策研究的分析问题过程·····	189
第四节 中国艺术品市场政策研究的目标确定过程·····	192
第五节 中国艺术品市场政策研究的方案设计过程·····	193
第六节 中国艺术品市场政策研究的方案选择过程·····	195
第七节 中国艺术品市场政策研究的试验过程·····	198
第八节 中国艺术品市场政策研究的建议调整过程·····	200

第四部分 中国艺术品市场政策的实证研究

第一章 中国艺术品市场发展战略、体制及政策研究

第一节 艺术品市场在国民经济及社会发展中的地位与作用·····	204
---------------------------------	-----



第二节	我国艺术品市场发展的体制·····	212
第三节	我国艺术品市场发展战略和政策·····	222

第二章 改革开放以来中国艺术品市场的一些反思

第一节	改革开放以来中国艺术品市场发展的回顾·····	230
第二节	中国艺术品市场发展的态势·····	232
第三节	中国艺术品市场发展中的问题·····	234
第四节	改革开放中中国艺术品市场发展的基本格局·····	236
第五节	改革开放以来中国艺术品市场发展的一些思考·····	239

第三章 中国艺术品拍卖市场的发展态势与政策分析

第一节	中国艺术品拍卖市场发展的基本态势·····	242
第二节	中国艺术品拍卖市场存在的基本问题·····	244
第三节	中国艺术品拍卖市场发展的政策分析与对策建议·····	245

第五部分 中国艺术品市场政策汇编及大事记

第一章 中国艺术品市场政策总述及汇编

第一节	中国艺术品市场政策总述·····	249
第二节	中国艺术品市场政策汇编·····	252

第二章 中国艺术品市场总述及大事记

第一节	中国艺术品市场总述·····	255
第二节	中国艺术品市场大事记·····	259

参考文献

后记 创造消费需求：中国艺术品市场政策制定的着眼点

第一部分

中国艺术品市场政策概述



第一章

中国艺术品市场的发展与政策

随着中国经济的快速崛起，中国艺术品市场得到了长足的发展。在市场高速发展及世界金融危机的双重挤压下，中国艺术品市场所积累的大量问题不断消解，而一些涉及中国艺术品市场体制、运作机制、市场体系及政策方面的“硬”问题却不断显露，并且随着时间的推移及中国艺术品市场的纵深发展，成为不可逾越的障碍，这明确地预示着，中国艺术品市场已经进入不断攻坚的重要阶段。

第一节 中国艺术品市场概述和整体走势

1. 中国艺术品市场的产业规模和成交额

近十几年来，中国艺术品市场产业规模和成交额大幅度上升。以拍卖市场为例，从1993年开始，中国艺术品拍卖市场日趋活跃，拍卖成交额呈现出逐年上升的趋势。特别是进入21世纪以后，中国艺术品拍卖市场加快了发展速度，在2005年达到了第一个高峰。据中国拍卖协会统计数据显示：2005年是中国艺术市场的一个里程碑，拍卖成交额从2003年的25亿元人民币攀升到了2005年的155亿元人民币，其涨幅超过了520%。短短几年时间，中国艺术品拍卖市场步入了高速发展的阶段。2009年，中国艺术品市场共计有199,495件拍品上拍，成交了141,165件，成交总额达到了225亿元人民币。2010年，中国艺术品拍卖市场更是可以用“火爆”来形容，全年拍卖成交额达586亿元人民币，比上年同期增幅150%以上。从2000年到2010年中国艺术品拍卖市场成交额图表（见图1-1）来看，中国艺术品拍卖市场从2000年到2010年在整体的走势上呈现出逐步上升的趋势。由于2008年受全球金融危机的影响，中国艺术品拍卖市场从2007年到2009年的走势出现了“V”字型的态势，但这只是局部调整，经过2009年的恢复，中国艺术品市场于2010年进入飞速发展，复苏已成事实。

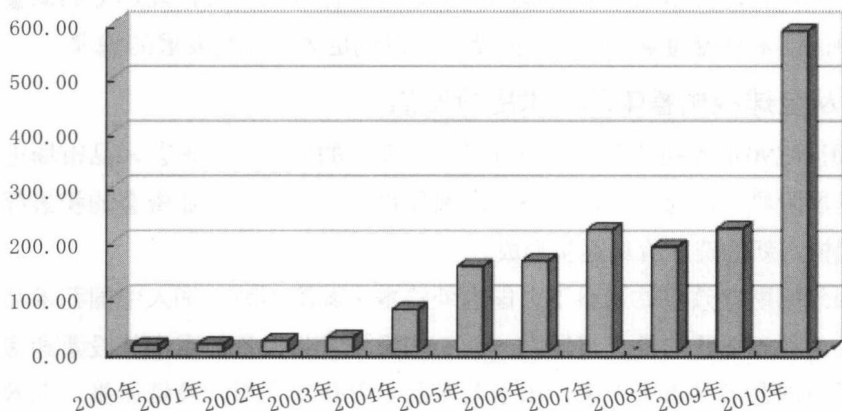


图1-1 历年中国艺术品拍卖市场成交额（单位：亿元）

在中国艺术品拍卖市场中，不同规模、等级的拍卖公司之间存在一定的差距，主要的业绩与贡献均来自于实力较强的拍卖企业。从全球市场角度来看，中国拍卖企业的规模仍然相对偏小，数量偏多，远远没有实现规模化的经济效益。2010年，在中国艺术品拍卖行业中，规模在1亿元人民币以上的拍卖企业仅有40余家，其余的拍卖企业规模多在1亿元人民币以下。不难看出，拍卖公司在中国艺术品市场中发挥着初次销售和转售双重主导作用，不仅如此，还存在着拍卖企业数量多、资源分散，以及数量增加的趋势。

2. 拍卖公司与作为一级市场的画廊形成了利益冲突

在中国艺术品市场中，作为二级市场的拍卖公司，无论是从所承担的市场职责，还是从市场定位的角度来看，都在一定程度上扮演了一级市场画廊的角色。许多艺术品直接通过拍卖公司进入市场消费的环节，这样的局面构成了中国艺术品市场的一大特色。在数量、规模以及担当的市场角色上，拍卖公司与作为一级市场的画廊形成了利益冲突。

在拍卖行业火爆和热闹的局面下，中国画廊业却举步维艰。中国画廊的发展历史十分短暂，受到市场发育不成熟，融资渠道不畅通，人员、市场、规模等多种因素的制约。与艺术品拍卖企业相比，中国的画廊还存在相当大的差距。与国外画廊可以向客户提供高水平、专家式的艺术顾问服务相比，中国这一市场仍处在初期的发展阶段。

艺术品初次销售、转售的产业流程是影响中国艺术品市场发展的重要环节之一，销售流程的优化有利于整个市场价值链作用的有效发挥。虽然中国一级、二级市场的定位有待于进一步规范和重新洗牌，但我们已经看到，近年来，画廊的作用日益增强。随着市场化程度的不断加强，市场的重要性已经逐渐凸显出来。更为重要的是，随着一级市场、二级市场定位的更加清晰，以及规模不断扩大的富裕阶层



的出现,中国艺术品市场流通渠道的竞争态势正在改变。大市场环境的调整 and 变化将促使中国艺术品流通渠道进行新的整合,以满足未来市场发展的需求。

3. 从全球视角看中国艺术品投资热

从20世纪90年代初期至今,经过了二十多年的发展,中国艺术品市场进入了一个新的发展阶段。同时,中国经济的发展使得个人财富和企业资金的积累都达到了一定的规模,新的资产阶层逐步形成。

在强烈的财富效应的诱惑下,国内外资本正源源不断地涌入中国艺术品市场,中国已成为亚洲活跃的投资市场之一。一些投资者将投资的重点从股票和房地产市场转到了中国艺术品市场上来。由于艺术品可以获得丰厚的投资回报,艺术品投资的愿望不断增强。全球艺术品投资热潮和中国经济的高速发展,使得中国艺术品市场为更多的投资者所看好,从而带动了中国艺术品投资市场的热潮。从国际艺术品投资的整体走势来看,欧洲、美国以及亚洲艺术品市场出现了价格飙升的火爆局面,从而促使了中国艺术品市场投资火爆局面的出现。

随着中国艺术品市场的不断扩容,在投资需求和投机需求的拉动下,艺术品价格涨幅迅速,并由此引发了投资界诸多人士对于中国艺术品市场是否存在泡沫的争论。但是,对艺术品投资的心态远比市场泡沫重要。一些投资者对艺术品的投资回报存在不良预期,投机心态蔓延。因此,要理清投资思路和控制风险,就需要持有一种理性、科学、严谨和成熟的投资心态。

尽管如此,中国艺术品市场所经历的发展历程还相对短暂,市场运作仍不规范,诚信体制有待于进一步完善,整体市场环境还处在市场初期的发展阶段,有待于更大的发展和突破。在消除了市场诸多不利的因素之后,中国艺术品市场依然存在相当大的投资机会。未来,在中国多层次资本市场体系建设不断推进,以及投资相关法律政策不断完善的情况下,更多的资金将会被投入中国艺术品投资市场。

4. 中国艺术品投资趋于金融化,机构投资成为趋势

近几年来,随着艺术品投资理念重新居于主导地位,大量资金介入中国艺术品投资市场成为必然选择,同时也是资金规避其他市场投资风险的必然要求。在艺术品投资新浪潮的推动下,艺术品收藏已经成为全球市场共同的热点。在全球市场中,无论是成熟市场,还是新兴市场,在艺术品升值效应的推动下,其艺术品市场高潮迭起,极大地刺激了中国艺术品投资市场的增长。

在全球艺术品升值因素的带动下,更多资金源源不断地进入中国艺术品投资市场,艺术品投资的财富效应正在初步地显现出来。在全球艺术品市场的大背景下,中国艺术品市场的价值体系正在发生着悄然的变化。随着经济实力的增强,中国艺术品投资市场也得到了迅速的发展,涌现出一大批艺术品国内外投资机构。由于中