

最新 古玩  
行情手册



学林出版社

策划  
·  
钱宇

# 古玩行情手册

上海精文文化体育发展有限公司

学林出版社

主  
编  
·  
金晓东  
朱裕平

特约编辑:惟 紫

封面设计:陶雪华

装帧设计:张成伟

### 古玩行情手册

上海精文文化体育发展有限公司编

\*

**学林出版社**出版

(上海钦州南路81号 邮编:200233)

新华书店上海发行所发行

上海松江新生印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 16.25 字数 420000

1997年1月第1版 1997年1月第1次印刷 印数 1-10000册

ISBN 7-80616-311-5/J·28

定价:37.00元

---

# 前 言

随着我国改革开放的深入,在市场经济大行其道的今天,继股票热、房地产热之后,极具潜力的艺术品投资热,正在中国大地兴起。

艺术品一旦成为商品,就有其自身的经济价值和市场价格;艺术品进入市场运作后,就有了艺术品投资。据近几年艺术品投资市场反映出来的实际情况来看,艺术品投资与股票投资、房地产投资相比,它是一种风险较低、收益较高的甚有价值的投资。

1

艺术品投资与经济生活中的各种产业经营颇有相似之处,然而艺术品(特别是文物)具有历史和艺术两大属性,随着时间的流逝,它就越来越具有无法再生产的特点。因而拥有它,不但可以为人们的精神生活带来极高的享受,而且还可以保值、甚至增值,为投资者带来丰厚的投资回报。

在目前艺术品投资的热潮中,艺术品(古玩)的行情,已成为艺术品投资者们普遍关心的问题。若要进行艺术品投资,不可不了解它的行情;换言之,掌握了艺术品市场的行情,对从事文化财富的积累是可以大有帮助的。

决定艺术品经济价值和市场价格的因素是多方面的:如艺术品的存世量及其市场的需求量,艺术品的存世年代长短和艺术品制作者的知名度的大小,艺术品本身

的品相或品质,还有艺术品的历史背景及社会现实因素等。就社会现实因素而言,也是多层面的:如国民的文化素养,有关方面的应允提倡,新闻媒介的宣传导向,拍卖活动的推波助澜,艺术品市场的发育程度,以及国内外艺术品投资环境的改换变化等等。这些因素都直接或间接影响着市场上艺术品(古玩)在某个时期的价格走向。

对艺术品价值的认同,是艺术品投资的核心;艺术品投资者最重要的自我把握在于明确自己投资的价值取向。因此了解和熟悉艺术品(古玩)行情,对于艺术品投资者来说是至关重要的,它是投资者必需掌握的投资信息和运作依据。

本手册提供的艺术品(古玩)行情,是汇集了苏富比、佳士得、朵云轩、嘉德、瀚海五大艺术品拍卖行近几年来最新的拍卖纪录,择存其成交行情,删除其流标拍品,注重中国艺术品在海内外成交价的参照作用。书中艺术品行情的编排方式也与众不同:拍卖品以各种门类分列,中国书画以作者及其先后创作的作品排列,陶瓷以窑口或朝代分类,这样可以向艺术投资者提供稍为清晰的行情轨迹和较为实用的投资参数。

如果这本《古玩行情手册》能对艺术投资者在艺术品投资活动中起到参考作用和运作帮助的话,那就达到了编者的出书宗旨和预期目的。

# 凡例

一、本书辑入苏富比(简称苏)、佳士得(简称佳)、朵云轩(简称朵)、嘉德、瀚海等拍卖行最新拍卖记录近八千件。苏富比、佳士得拍卖记录以在香港拍出的中国艺术品成交价为主,同时也选录了一些在纽约、伦敦的拍品成交记录,这对国内艺术品投资者似更有实用参考价值。

二、本书收录古玩行情分为陶瓷、中国书画、古籍善本、油画、玉器、珠宝首饰、家具、金属器、漆器、竹木器、文具、牙角器、石器、鼻烟壶、织品、其他等十六大类。

3

三、陶瓷在明代以前窑口分类、明清以朝代为序。

四、中国书画以作者姓氏音序排列,每一作者的作品以创作年代为序,无创作年代的列于最后。

五、拍卖价有人民币(RMB)、港币(HK\$)和美元(US\$)三种。

# 目 录

|    |   |
|----|---|
| 前言 | 1 |
| 凡例 | 3 |

## 市场分析

|                     |    |
|---------------------|----|
| 试析中国艺术品市场的价格走向/ 祝君波 | 1  |
| 中国艺术品市场的现状和未来/ 王志军  | 7  |
| 艺术品市场大透视/ 俞 莹       | 22 |
| 拍卖槌下的辉煌乐章/ 金晓东      | 34 |
| 艺术品投资的基本策略/ 赵 元     | 40 |
| 收藏的文化积累与投资的二属性/ 安久亮 | 46 |
| 决定收藏品经济价值的主要因素/ 王宣瑞 | 51 |
| 中国油画市场透视/ 胡志祥       | 57 |
| 升值旗帜下的书画/ 玉 兰       | 62 |
| 珠宝首饰的收藏与价值/ 曹有裕     | 68 |
| 中国家具收藏和市场行情/ 吴少华    | 72 |
| 碑帖艺术及其经济价值的参数/ 陈炳昶  | 78 |

古玩行情

|      |     |
|------|-----|
| 陶瓷   | 87  |
| 中国书画 | 153 |
| 古籍善本 | 377 |
| 油画   | 385 |
| 玉器   | 397 |
| 珠宝首饰 | 417 |
| 家具   | 433 |
| 金属器  | 437 |
| 漆器   | 447 |
| 竹木器  | 453 |
| 文具   | 463 |
| 牙角器  | 475 |
| 石器   | 479 |
| 鼻烟壶  | 485 |
| 织品   | 501 |
| 其他   | 505 |

|    |     |
|----|-----|
| 后记 | 507 |
|----|-----|



# 试析中国艺术品市场的价格走向

祝君波

中华人民共和国成立以来相当长一个时期,我国实行特殊的文物及艺术品市场管理制度,加上人们的收入几无差别可言,所以境内的艺术品市场逐渐地完全转移到境外去了。中国大陆有大批的艺术家和艺术品,但这里仅仅是一个产区而不是市场,市场和需求还在境外。所以十多年甚至几年以前中国人谈起艺术品市场,总是眼睛向外。这也难怪,因为境外价格高,境外人买得起高价位的艺术品,自然水往低处流,人往高处走。中国的艺术品总是流向国外,这包括明的卖出,也包括暗的走私。为什么很长期间里文物走私屡禁不止,从市场学的角度看,还是境外的市场价格诱惑力太大。

1

这几年尤其是艺术品拍卖业在中国兴起后,艺术品市场的情况发生了很大变化。现在可以这么说,中国的艺术品已经形成了两大市场,即境外市场和境内市场,它们互相联系而又各有区别;逐步有了两种价格参数,也是互相联系而又各有区别。讲市场,讲价格的依据是什么呢?这里从以下几个方面来认识:

(1) 境内的新一代收藏家正在孕育之中,逐步形成了新的艺术品市场需求,也就是市场的基础。这部分人

## 行情分析

由私营企业家、外方人士、各类专业人才和高级管理人才为主构成。随着经济的发展,会出现一个占人口总数比例小但绝对数很可观的境内收藏族群。

(2) 各种市场中介正在纷纷涌现,促进了市场的兴旺。由于经济和改革的推动,文化企业也具有诱人的利润,吸引了一部分人从事艺术品经营。这些群体受到国际同行的影响,逐步形成多元化的经营趋势,分成艺术品拍卖行业、艺术品商店(含各地的文物商店)、艺术品经纪人、以及艺术品个体经营者。海外机构为中国广阔市场所吸引,也会与中国境内机构合作,变相地进入境内市场。

(3) 随着中国经济的发展,中国境内已形成若干国际性的艺术品交易中心和地区级艺术品市场,随着 1997 年香港回归祖国,从南到北,将形成中国三大艺术品交易市场,这就是以香港为中心包括深圳、广州在内的华南艺术品交易区,以上海为中心包括江浙两省在内的华东艺术品交易区和以北京为中心包括天津在内的华北艺术品交易区。中国境内出品的艺术品不再大批流向海外,而是更多地就地交易。此外,在发达地区的中心城市,也会出现一些地区性的艺术品交易中心。

任何市场都有内在客观性,非人的主观意志所能预测和把握。艺术品市场作为一个依附于其他市场的次市场,其客观性更难为人们所认识。这里只能根据目前的市场现状,从分析未来若干年艺术品市场的供求入手,来理出其价格走向以及线索。

**境外市场的价格总体上仍将高于境内市场,但是境内的需求量和售价也将有明显的上升,地区之间的差价越来越小。**

以 70 年代和 80 年代而论,境外市场主要通过香港来中国大

陆采购艺术品,尔后向美国、日本、台湾及东南亚贩出。一般两地艺术品的价格有5至10倍之差,个别精品有数十倍之差。这—是因为国内无收藏需求;二是国内人确实也出不起价钱;三是对境外市场的售价大多知之不多。由于这些原因,所以基本趋向是中国艺术品往海外流,基本的经营方式是赚地区差,即从境内低价采购到境外高价抛出,那时海外中间商获利丰厚。

90年代以来,这种情况发生了根本变化,一是国内的收藏热正在逐步形成;二是国内的经济发 展造成了收入差距拉大,形成了一批先富起来的人,他们在艺术品上的投资能力和财力大为增强;三是境内外差价的透明度越来越明显,交往的便利使赚地区差的方式运用太多,造成差价日小。这些原因在今后仍将存在并发展,因此—部分艺术品(高价位)境外价更高,而中低价位的境内艺术品境内价更高;在总体上境外高于境内,但两地差价较小,到境内来买艺术品贩到境外去牟取暴利将愈见困难。近些年,境外一些艺术品公司纷纷收缩业务,也可看出这种趋势。

3

在此种价格引导下,会造成艺术品的双向交流,既有卖出去的,更有买进来的。而这种双向交流,更会加剧价格趋向—致。因为在当今世界贸易战中,艺术品不受配额、价格和关税限制,价格完全受供求规律控制。

## 受人为因素影响,当代艺术家的作品价格攀升,市场需求下降

艺术家—旦作古,价格普遍回落,而其中少数艺术性高而又为市场认可的作品会稳中有升。在西方艺术品市场中,当代艺术品占主要比重。但是中国的传统却是古董和旧字画更值钱,这是中国艺术品市场与境外的不同之处。80年代初以来,许多艺术家的自我意识增强,自己直接经营艺术品及控制价格的主观性也随之

#### 行情分析

增强,这是可以理解的。但是,绝大部分的艺术家并不真正懂得市场,或者说有些艺术家内心虽明白,但当别的艺术家漫天要价时自己不提价就会被市场看不起,因此也跟着提价。可以说现代艺术品市场正处在一个价格你升我抬的境地。有些标价已完全超出了作品的价值,不仅使经营者无利可图,就是收藏家也望而却步。细分析,这种现象有以下几种内在心理原因:一是不以作品的艺术价值论价格,而以人的级别、地位、辈份论价格;二是在艺术道路上不可能很快上升,希望借助于艺术市场的价格把自己“炒”起来,“炒”出知名度;三是不承认艺术品的市场差异,统一以尺度大小来标价;四是不承认市场有升有降的变化,也不愿现实地调节价格,一味地年年拨高。

因此出现了一种普遍的现象,在世画家的作品比明清和近代画家作品的价格普遍看高,有些中青年画家的作品价格超过了齐白石、任伯年、张大千的市场通行价,让行内人“看不懂”。由此也出现了另一种比较普遍的现象,即艺术家一旦作古,其作品不是如人们所希望的价格上升,而是相反,个别的一落千丈。原因是原先“炒”得太高,主观色彩太重,而今复归自然了。人们已经看到了这个问题的严重性,但是却无法改变这种局面。未来的若干年内,当代艺术家的明码标价还会一路上升,这是无法抑制的。也因为这个原因,加上当代艺术家生产的产品数量以及销售多渠道,使得画廊不敢放胆经营,因而在当代艺术品的市场不会如西方那样占绝大部分的比重。

### 以时间来计,艺术品价格的增幅将趋缓

在60年代到80年代的30年里,中国艺术品的价格增幅突飞猛进。以齐白石、吴昌硕、吴湖帆、张大千而论,从几十元、几百元猛增到如今的几十万元、上百万元,有一千倍到五千倍的上升,这

简直是不可想象的。即使八十年代中期到九十年代中期近十年,也有十至二十倍的差距。但在未来的艺术品市场价格趋向中,大部分艺术品在时间跨度上不会有几百倍的增幅。

这是由来自两方面的原因所致:一方面中国由对外封闭到对外开放这种历史性变革的条件不再出现,中国已经对外开放了,只是开放程度不同而已,不是开不开放的问题;另一方面中国艺术品现时的价格不算太低了。有些人将中国书画与西方绘画比较,以为中国画太便宜,这个结论是片面的。价格是和数量相联系的,中国画是一种程式化比较强、创作性比较弱的艺术样式,特别是数量多,画之间变化小。因此要像西方油画那样卖大价钱,是脱离实际的。

## 在拍卖业的推动下,中国艺术品价格的透明度越来越高

5

拍卖一方面“炒”热了中国艺术品市场,另一方面也会盲目引导价格。因为拍卖价姑且不论其水份有多大(真实性问题),即使都是实价,也要看到拍卖行的偶然性、操作性,和市场通行价不可同日而语。但是在中国大陆,一讲起艺术品的价格便出现很大的偏差:一是只看拍卖成交价,不看流标价;二是只看超估价的倍率,不看低于估价成交的比例;三是不看市场价,只看某时某地的拍卖价;四是把特殊价看成通行价。拍卖图录以及拍卖成交表所带来的透明价格,是中国历史上从未碰到的新问题。拍卖价的“透明性”是无法消除的,问题在于如何认识这种透明性,现时把它看成唯一的价格尺度,实际上带来的是负面效应。

艺术品的价格有弹性本来是艺术品这一特殊市场的活力所在,因此要引导人们看到这一点,不能以拍卖价去凝固化。

行情分析

## 艺术品在“原产地”的价格高于非产地,形成艺术品价格的地方色彩

从前市场的规律是“原产地”便宜,现在往往相反,这个特征越来越明显。岭南派的作品在广东、香港卖出好价钱;海上画派的作品在上海和江南走红,而北派艺术品在北京受欢迎。换一个地方,价格反而不行。因此,今后到原产地进货便宜的观念也要变一变。

# 中国艺术品市场的现状和未来

王志军

过去称文物艺术品为古玩,而在中国有着上千年悠久历史的古玩市场中,主要靠买卖双方两者交易,并无古玩拍卖。

至清末民初时,古玩买卖仍以店铺中的双方认可价格成交方式为主,但古玩行内交易出现了“窜货场”。即在古玩同业公会的交易场内,统一看货后,买卖双方在一个“大套袖”内拉手议价成交。本世纪 20 年代北京的“窜货场”中在竞买一件宋代钧窑窑变花盆时,因想买钧瓷花盆的人太多而将“大套袖”拉坏,此后便采用“封货”方式。

“封货”是大家在交易境内统一看货后,密封投标,当众拆标。如封标高出标底,则以最高者得之;如果两个以上最高标底相同,再以抽签决定物归谁有。这大概是中国古玩拍卖的雏形吧。

1949 年后,古玩业更名文物业。文物和文物买卖为国家严格控制,使这种古老的竞标买卖文物方式和同时已发展了几百年的西方拍卖方式在中国大陆绝迹了。

在国内最早出现的文物拍卖,并不是 1992 年 10 月 10 日一位名不见经传的荷兰人彼特·兰森在北京“劲松民间艺术品旧货市场”内策划举办的那场只有 200 多人

参加的“中国文物艺术品拍卖会”。那场拍卖会,在三张遮阳伞下,在摄氏 34 度的高温中,在三张简陋的木桌上,两块红砖架起一面旧铜锣,敲响了中国文物艺术品拍卖的具有历史性的第一声。

这次拍卖会最高落槌价是一经过几万年风化的金珀山子,被一港商以 24000 元标得。这次拍卖会实拍 90 件物品,成交率达 66%,成交总额为 12 万余元。

这次民间小规模拍卖会是成功的。之所以称其为成功,只因在这次文物拍卖会以前四川曾举办过一次不成功的拍卖会。预展中出现了两件文物艺术品——书画,一张为吴佩孚的墨书条幅,一张是一位清末民初生活在四川地区普通画家所画墨竹。在有关方面的干预下,底价 800 元的吴佩孚墨书条幅被连夜添上了两个零,成为底价 8 万元,自然无人竞投;而另一张以 1400 元拍出的墨竹后被拍卖行从得标人手中原价购回退给出品人。

而“’92 北京国际拍卖会”,在当时新闻媒体沸沸扬扬的炒作下,各方面产生了较高的期望值。结果成交率只达到了 50%,倒是首开了拍卖会发售两种高额门票的先例。

围绕这次北京国际拍卖会,当时的民盟中央主席蔡子民先生的“卖几个兵马俑”的言论,引发了一场“拍卖文物犹如卖国”的激烈争论。在众多反对拍卖文物的呼声中,国家文物局向全国发出了不再批准举办拍卖文物的决定,后改为不准在北京举办文物拍卖会。这以后北京除了举办过几次司法部门罚没的汽车、服装、电器等物品拍卖外,在大陆其他城市偶有文物拍卖会,但官方未加干涉和宣传。直到 1994 年的中国嘉德拍卖公司成立并成功举办了“中国嘉德 94 春季拍卖会”后,中国大陆上的文物拍卖公司和文物拍卖会如雨后春笋一般出现,仅北京一地就有 6 家国家认可的文物拍卖公司。

在“只要有一把木槌就可开拍卖公司”的声浪中,中国大陆从南到北、从东往西文物拍卖槌声此起彼伏,接连不断。一年之中,



有春拍、秋拍,有岁初第一槌和岁末最后一槌,另有月初拍和周末拍,吸引着海内外大量的收藏家和投资者。就连世界上两大拍卖行——苏富比和佳士得也看好中国大陆这个市场,在1995年秋季,双双来京预展,以图开拓市场。在这红红火火的文物拍卖热潮的背后,隐藏着的诸多形形色色的事件给我们带来的喜与忧,需要和值得广大热爱中国文物艺术品和关心文物艺术品拍卖的收藏家和投资者的关注。

## 中国文物艺术品的拍卖客观上阻止了部分文物艺术品的走私出境

自1993年的上海朵云轩举办的首届中国书画拍卖会成功后,上海海关至今似乎尚未再查获一起走私著名书画作品出境案。

在北京的地下文物艺术品黑市中,为手中的书画作品找海外客商的人少了,大部分人转而找拍卖公司的关系,希望通过拍卖公司把手中的文物艺术品卖个好价钱。

最为引人注目的是1995年秋季的北京翰海艺术品拍卖公司的秋季拍卖会上。一张画于北宋,南宋时已见于著录,传承有绪,到清代乾隆时收入内府,编入《石渠宝笈》的世间孤品、国之重宝北宋张先作《十咏图》,在消失了70多年后露面了,后被北京的故宫博物院拍至1980万元购回。试想,如果没有当前国内文物拍卖的宽松环境和政策,这件绘画珍品,可能仍在私人手中代代秘传,或以几万元、几十万元的价格辗转投入利市,走私出境,世人难得一见了。

我们相信,随着文物所有权、文物拍卖的相关政策和法律的改进和不断健全,许多现在仍在观望的民间文物拥有者会拿出更多的国宝级文物参与流通拍卖。因为在960万平方公里上的华夏文明源远流长,文物珍品繁多,在几千年不同的历史环境中,散失于