

文翰咸集
藝海求真

北京翰海藝術品拍賣公司
總經理秦公毅上



責任編輯 李 東
責任印製 張道奇
攝 影 北京翰海拍賣有限公司
裝幀設計 小 柏 胡馨月 王利民

書 名 翰海二十周年精品錄
主 編 何小平 姚作岩 王利民
編 委 何小平 姚作岩 王利民 張中達 何文峰 秦岳峰
孫洪月 李 嶠 柳京霞 尚美華 王 默 徐 晨
李 冰 董 波 趙 佳 曹佳欣 殷 樂 胡馨月

圖書在版編目(CIP)數據

翰海二十周年精品錄 / 何小平, 姚作岩, 王利民主編;
北京翰海拍賣有限公司編. —北京: 文物出版社, 2014.10
ISBN 978-7-5010-4088-9

I. ①翰… II. ①何… ②姚… ③王… ④北… III. ①藝
術品—中國—圖錄 IV. ①J121

中國版本圖書館CIP數據核字(2014)第212121號

翰海二十周年精品錄

出版發行 **文物出版社** (北京東直門內北小街2號樓)
網 址 <http://www.wenwu.com>
E-mail: web@wenwu.com
製版印刷 雅昌文化(集團)有限公司
經 銷 新華書店
開 本 889×1194 1/16
印 張 85
版 次 2014年10月第一版
印 次 2014年10月第一次印刷
書 號 ISBN 978-7-5010-4088-9
定 價 1200.00圓(上下冊)

本書圖版與文字為獨家所有，非經授權同意不得複製翻印



翰海官網



翰海微博



翰海微信

序

拍賣像一春一秋的接力，沒有永遠的贏家，祇有堅持不懈、努力拼搏的奮進者，當時間將接力棒交給2014年秋季，翰海已迎來成立二十年的慶典。

二十年間，中國藝術品拍賣如同駕馭着奔馳的駿馬，在市場的開放拓展與行情的螺旋上升中，與國際市場交匯共融，實現着交易中心和市場話語權的版圖東移。更重要的是，公開的交易、公正的程序與開放的成交紀錄，為藝術品收藏提供明晰的價值參考，新興藏家和實力資本的持續注入，不僅使市場生機處處，更實質地提升中國文物藝術品的交易價格。收藏文物藝術品的價值，跟隨行情水漲船高，與此同時，文物藝術品蘊含的歷史、文化、審美價值，終被社會化的關注。越來越多的人，親近、感受并珍視着藝術的美好。

從事拍賣的二十年里，翰海從國有文物經營機構轉型，順應市場發展，完成改制，與時代共振，從中國藝術品拍賣的“創世紀”到“光輝歲月”，翰海腳踏實地走過每一段里程，披荊斬棘地開拓前行之路，與市場風雨相攜，一步步走出本土拍賣的金光大道，走向國際閃耀的寬廣平台。二十年，是無限風光在險峰的辛勤跋涉，是櫛風沐雨不忘初心的持之以恆。無論市場的變化、行情的起伏、現實的百轉迂迴，翰海一如既往地堅持專業、注重價值、珍視人情，不曾間斷地開拓與創新，根深蒂固地堅守“文翰咸集、藝海求真”的宗旨，以不懈的努力和不凡的業績，實現拍賣征途上一個個銘心閃耀的里程碑。

二十年，在與時間的賽跑中，我們常常回想，拍賣到底意味着什麼。對拍賣人而言，一春一秋的辛勤耕耘與收穫，是訪珍啓秘、四海集藏的廣結善緣，是海內存知己、逸品共清賞的一期一會。在拍賣槌落下的一刻，圈定的不僅是一個成交數字，更是新的傳承、流轉與延續。拍賣，創造、延續、記錄着人與物之間的故事與情緣。

超過十五萬件文物藝術品被記錄在翰海的拍賣史冊，這其中有多少曲折、精彩、令人感慨的故事，也凝結了多少人夜以繼日、不辭辛苦的心血付出。歷史清晰地記住每一代翰海人的拼搏，正是大家的同心同力，實現着品牌的價值與穩健的業績。

同心同力，也成就着藝術品拍賣業的繁榮現實。千帆競逐、百家爭鳴，中國拍賣業的飛速發展，基于行業間共同維護生存環境與市場秩序的默契。翰海成立之時，恰是國內拍賣的初創時期，翰海與業界同仁相互砥礪、開拓圖新，實踐、推動并見證着行業的版圖豐富、市場的開疆擴土與價值的穩固提升。面對未來，依然是共同的決心與勇氣，因為中國藝術品拍賣從來是大而有容的市場，繁榮是大家的俱樂部，有序、有度地持續發展已是行業共識。

回顧走過的二十年，翰海與時俱進地完成着時代交付的每一個使命，奮鬥的征程，清晰地折射出拍賣市場的層級提升、行情的跌宕起伏與審美價值的認知、演變。其間，既有風光無限，又有崇山險壑，更無法改變、躲避時間的考驗、季節的輪轉。面對困難與變革，翰海依靠專業、嚴謹、誠信，結緣四海賓朋，廣受業界贊許，終將拍賣做成傳播文化、傳承價值的美好事業。

二十年，文翰咸集、藝海求真，翰海如同滴水穿石般堅韌不拔，剛柔并濟地運籌變通，從歷史的卷帙浩繁與藝術的典雅殿堂中，尋找并呈現“真、精、稀”，將對藝術的真知與珍視，傳遞給熱愛它的人。翰海二十年，是一個承前啓後的節點，為過去精彩歷程立下豐碑，也為未來書寫更加美好的開篇。

北京市文物鑒定委員會 委員
姚作岩
北京翰海拍賣有限公司 總經理

2014年9月

文翰咸集 艺海求真

翰海二十年回顧

1994年，北京翰海藝術品拍賣公司，在具有數百年歷史的著名古玩文化街——琉璃廠，正式掛牌成立。脫胎于國有文物經營機構的翰海，以“文翰咸集、藝海求真”為宗旨，開啓新時代、新市場的探索。

這一年，文物藝術品拍賣對國人不僅是新鮮的，甚至是帶有爭議的。以“真、精、稀”為征集標準，秉持“公開、公正、公平”的拍賣原則，翰海于1994年秋季舉行首場拍賣，海內外古董商、收藏家紛至沓來，各地文物商店蒞臨觀摩，書畫、古董兩大專場，實現3300萬元成交額。當時這一業績可謂艷驚四座，藝術品拍賣的本土化探索初戰告捷。拍賣公開的交易模式，無疑將文物藝術品的經營、購藏引入開放的領域。

但也許沒有人會想到，隨着宏觀經濟的發展，中國藝術品拍賣，如同奔騰的駿馬，在開放與探索的道路上，飛速前行。如今，中國藝術品拍賣市場已是千帆競逐、百家爭鳴，截至2013年底，全國三百八十二家文物藝術品拍賣公司，年度成交額超過350億元。回溯市場規模化的歷程，2004—2005年度，絕對具有里程碑式的意義。2005年度全國藝術品成交額同比上一年翻一番，拍賣公司如雨後春筍般崛起，從1996年進行試點時的六家達到2005年末的一百九十餘家，遍及全國大部分省市自治區。國內藝術品拍賣市場版圖初步確立，同時，藝術品拍賣也進入資源拓展與競爭的新紀元。

十周年慶典 開啓華彩新篇

2004年秋，翰海公司迎來成立十周年慶典。十年，是一個紀念，也是回顧與展望的節點。十年里，翰海共拍賣三萬件文物藝術品，舉行拍賣會一百零四場，成交總額22億元，類別幾乎涉及中國藝術品的所有領域。十年里，順應市場發展，翰海完成改制，更名北京翰海拍賣有限公司，歷史清晰地記錄

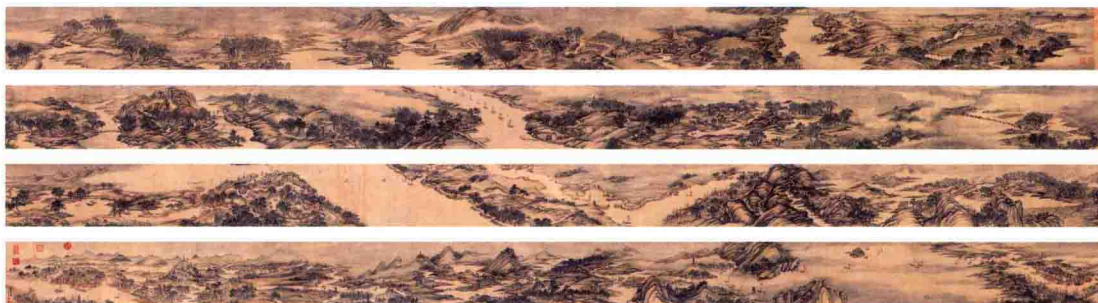
每一代翰海人的心血和汗水。在市場的飛速變革中，翰海一如既往地強調專業素質，強調服務意識，強調親和力，成為藝術品拍賣業的一個優秀品牌。

在盛大的十周年慶典拍賣會前夕，翰海公司聯合北京晚報，舉辦“展望新世紀——中國藝術品市場高層論壇”。文物界、拍賣界、藝術界、收藏界、企業界的領導、專家、學者以及新聞傳媒界朋友們的光臨，使這次盛會具有很高的學術性、權威性和指導性。在論壇上，很多專家、學者發表了精采的演講，九位嘉賓以他們獨特的視野，精辟的論述，到位的真情抒懷，在中國藝術品市場的發展史上留下了自己有力的聲音。此次高層論壇，在中國藝術品市場發展進入新時代的歷史節點，就藝術品市場的現狀，收藏的新趨勢、新特點，海外回流的文物以及拍賣市場的規範化，展開深入的討論。翰海作為論壇的發起者和承辦者，通過論壇，表達了企業對藝術品市場未來的關注，對共建規範、良好的行業環境的呼籲。

2004年11月，翰海舉行十周年慶典拍賣會，業績實現歷史性突破。2004年秋十周年慶典拍賣會，一次推出近三千件拍品，中國書畫、油畫雕塑、玉器、佛像、古籍善本、古董珍玩、古代家具等十三個專場，藝術品門類豐富、多元。大量海外回流文物珍品、皇家珍品、大師力作薈粹一堂。三天的拍賣，天天都有驚喜、天天都有新紀錄產生。

被專家稱為展現“新、真、美”的傳





抱石名畫《茅山雄姿》，以2090萬元的成交價打破了畫家本人作品的拍賣記錄。李可染的《井岡山》以1100萬元的高價創造了李可染作品拍賣記錄。長達1915厘米，描繪北京至蘇州之間的山川景色的徐揚《南巡紀道圖》，鈐蓋“乾隆御覽之寶”、“三希堂精鑒璽”、“石渠寶笈”等九方鑒藏印，曾經文化部中國古代書畫鑒定小組七人專家的鑒定，收錄于北京文物出版社1986年出版的《中國古代書畫目錄》第一冊，以1980萬元成交，再次打破了宮廷畫的國內最高紀錄。雍正宮廷陳設品，“清雍正青花礬紅海水雲龍大盤”以1298萬元成交，創下雍正瓷器拍賣的國內最高紀錄。“清初黃花梨雕雲龍紋四件櫃”以1100萬元成交，創下家具拍賣的國內最高紀錄。

如果說“明星級”作品的成交突破歷史紀錄，是源于其珍貴、稀有的價值，在市場已獲得公認。那麼，翰海十周年拍賣中，一些作品的成交，則反映出另一種趨勢，在美術史上具有重要影響的藝術家及其代表作品，成為收藏“新貴”。書畫拍賣中，很多記錄出人意料，京津畫派領軍人物徐操的《大明殿會鞠》圖，拍前的估價只有12萬至15萬元，而成交價卻鎖定在440萬元。創下徐操作品拍賣的最高紀錄。溥儒為張大千所繪，僅一平方尺的絹本手卷《江南春》以132萬成交，不僅刷新了溥儒作品的最高紀錄，也創造了書畫單平尺成交的最高紀錄。直接來自畫家家屬送拍的石魯作品系列，其中《小米加步槍》以101.2萬元成交，加之其

餘九件作品全部落槌，共拍得465萬元。縱觀這些作品，無一不是畫家非常具有代表性的精品，更重要的是，具有唯一性或獨特的價值，通俗地講“有故事”。正如拍後新聞，媒體的評價“來自家藏的石魯作品，經歷半個世紀的保存和研究，集中、完整、系統地體現了石魯藝術的真實風貌和演繹過程。對於深受贗品困擾的石魯藝術研究者和收藏家來說，家藏作品是一份最可靠的資源”。

在藝術品市場開疆擴土的時代，全國藝術品拍賣年度成交倍次遞增的現實，是建立在拍品數量的大幅增多，以及買方市場充裕的資本投入。新興資本高調入場，競買頗具實力，以地產、金融、IT業等為主營業務的企業收藏者，沒有傳統的包袱，最為看重作品的可靠品質和精珍價值。在這種市場背景下，“真、精、稀”作品成交沖破價格箱體，刷新紀錄，“流傳有序、遞藏清晰”成為一種價值標籤，“藝術家家藏”、“知名藏家舊藏”被醒目地標注于拍賣圖錄的介紹。代表時代審美和藝術成就的“宮廷珍品”，越來越顯著地成為一個收藏主題，拍賣公司也有意識地將“宮廷御用”組成專場或專題。這些針對市場的“精耕細作”，在此後的十年，成為業界主流。而習慣從藝術史的發展和文物內在價值挖掘亮點，細化審美的翰海，在十周年之際，面對市場的變化，又一次站在創新的前沿。

翰海十周年慶典拍賣會，成交額超過6.2億元。在此次拍賣中，百萬元以上的拍品多達一百餘件，千萬元以上成交的拍品達



六件之多。自十周年拍賣會起，油畫雕塑成為常規品類，此後逐漸擴展為中國現當代美術、二十一世紀現當代藝術及插畫、宣傳畫手稿等專場。拍賣門類多元化成為翰海大型拍賣的一個趨勢，這一方面是針對市場競爭激烈、可流通文物數量有限的自我調節，另一方面，也是挖掘市場低估板塊，引入更多具有收藏價值的藝術品，給予藏家豐富的選擇。面對新資本的湧入，買家結構的變化，翰海在延展拍賣品類的同時，更為注重對文物藝術品專業的研究、考證和論述，使重要作品的價值被市場充分認知。在翰海十周年拍賣會上，一件精品佳作，成為一個非常獨特而又特別閃耀的“明星”，徐悲鴻《巴人汲水》圖在2004年秋以1650萬元天價成交，這一價位也打破了畫家本人作品的拍賣紀錄。此幅《巴人汲水》圖曾于1999年在翰海春季拍賣會以132萬元拍出，時隔五年後，身價上漲了十幾倍。這個紀錄在2004年被媒體評價為“石破天驚”，僅僅六年後，《巴人汲水》圖在翰海的拍場創下更為震撼的紀

錄，被譽為拍賣史上的“傳奇”。而這個傳奇的締造，從翰海十周年慶典之際，就已經開啓。

十周年，作為一個承前啓後的基點，以創造歷史的紀錄，為翰海自成立起的十年里程鑄下豐碑，並為未來，書寫精彩的開篇。

市場時代

2004年，全國拍賣業取得六十億的年度成交額以及持續地創造成交紀錄，有效地鼓動了全民收藏的高潮，收藏群體的擴大，使中國的拍賣從行情時代進入市場時代。

市場時代下，拍賣公司和拍品數量的大幅增加，直接考驗市場的吸納力。拍賣場上不僅出現諸多出手驚人、頗富實力的新買家，也有越來越多的企業、機構參與競買。企業收藏，將藝術品作為固定資產的投資或者文化消費，在海外市場很常見。中國藝術品拍賣，發展到新階段，買家結構的多元化，也體現出市場的日益成熟。與此同時，市場的開放，也使得諸多資深藏家或者企業經營者，出資成立拍賣公司，無形中改變着市場資源與資金的流通。

翰海作為國企轉型的老牌拍賣公司，與眾多體制靈活、資金充沛的新興公司，參與市場競爭，很多人都表示出擔憂、疑問，老牌國企在市場時代能否延續傳奇。

現實無疑給出肯定的答案。

2005年6月，海內外的文物藝術品愛好者、收藏家、投資家，又習慣地將視線聚焦到翰海。翰海春拍推出十一個專場，二千餘件藝術珍品，在三天的拍賣會上隨着起落的槌聲，捷報頻傳。

“近現代書畫專場”共推出四百三十八件近現代大師的書畫作品，其中《貞松永茂》冊頁收錄了186位書畫名家的一百九十件作品，分裝成“福”、“祿”、“壽”、“喜”四冊。《貞松永茂》集成于1944年，海上商界聞

人趙厚甫為祝母親六十壽誕，酬贈重金，遍邀海內名流題詠作畫。迄癸未至甲申的一年間，有186位書畫家“樂而應之”。此煌煌巨製，乃古今祝壽冊面之首，書畫的排列，大抵以聲望為取法，齊白石、吳湖帆、湯定之、于非闇具列于前。應邀的參與者清楚海內百餘家共集一冊，執筆落墨無不運思良深，盡逞絕



藝，使之成為民國時期的佳書妙墨之大觀。

一部書畫冊，集合近二百餘同時代的書畫家，近乎完整地展示了二十世紀中國書畫流派的風格和面貌，于後人欣賞、鑒定這一時期的書畫家的筆墨、風格、題款、用印，可稱圭臬。二十世紀上半葉，中國美術界正醞釀着“中西融合”、“變革傳統”等漸變與巨變，于畫冊內可見齊白石、黃賓虹、于非闇等大家的變法之貌。《貞松永茂》不僅是近現代美術史的盛舉，亦是一部近現代美術史的重要文獻。備受矚目的《貞松永茂》最終以1760萬元成交，落槌之時，座無虛席的現場立刻爆發出熱烈的掌聲。

古董專場，焦點集中于高端的永宣青花和康雍乾三代官窑。“明永樂青花折枝花卉八方燭台”于藏界名聲赫赫，2001年上海敬華首拍曾以封面推出。此器造型模仿西亞地區的銅製燭台，綽約姿態中有一種金屬的剛性，為永樂時期經典之作，最終以2035萬元成交，創下國內瓷器拍賣最高紀錄。

清初，康熙隆重師儒，以周禮為本，朝廷

設計了一整套禮樂之器。古董專場“清康熙銅鑲金楷書倍無射八卦編鐘”，為倍律編鐘之一。此編鐘高31.8厘米，銅鑲金，以失蠟法鑄就，鐘的正面浮雕陽文“康熙五十四年製”，背面浮雕陽文“倍無射”，“倍無射”奇跡般的出現，打破了國家大典禮樂之器絕跡國內拍賣場的歷史，作為國之重寶、國體象徵，不僅對於研究清代禮樂、工藝具有重要史證價值。此類編鐘曾在國際拍賣市場拍賣成交，價格在60萬—70萬元，而此件編鐘首次在國內拍市亮相就拍出194萬元，其價格也超出了市場所能估測的標準。“清乾隆銅鑲金高浮雕雲雙耳爐”也是一件用于朝廷祭祀的禮用之器。爐底鐫“養心殿精鑿璽”楷書款，款的上部鐫“誕膺天命”，下鐫“農用八政”，從這八個字，可知此爐為帝王祭祀天地的禮器。此件估價300萬元，最



終以555萬元成交。

古代書畫，被普遍認為是收藏門檻較高的品類，作品的著錄、遞藏也對其成交起到重要影響。翰海2005年春拍推出多件流傳有序的古畫精品，董其昌《山水圖》曾見于



《石渠寶笈》三編“延春閣”著錄，此畫流傳有緒，原為清宮舊藏，後流至海外。此次拍賣以995.5萬成交，創造了董其昌山水畫國內成交的最高紀錄。清初山水大家王翬的鴻篇巨製《溪山行旅》圖，以1870萬元成交，創下了王翬作品拍賣的最高成交紀錄。錢維城《富春秋色》卷為奉旨繪畫作品，縱36.5厘米，橫562厘米，此卷之長，在錢維城奉旨繪畫之首，珍稀程度超過了迄今拍賣的、入編《石渠寶笈》的錢氏作品，此件作品以440萬元成交。

2005年春拍，文物珍品的成交，在價格與價值的對位中，體現出宮廷題材的走熱。另一大看點，是拍場越來越受關注的現當代美術板塊，此次推出“台灣山藝術基金會藏品”，專場從林明哲董事長“台灣山藝術基金會”的六千件典藏品中選出，包括現當代水墨藝術、新中國美術以及海內外當代油畫作品。七十六件品質甚佳的作品100%的成交，總額3535萬元，平均單件成交47萬元，成為單件拍品成交最高的專場。

2005年9月，“第二屆北京國際美術雙

年展”在中華世紀壇和中國美術館隆重舉行。同年，國際鼻烟壺協會再次在北京召開年會。為配合這兩項重要的藝術盛事，翰海秋拍特別推出相應的主題專場。北京國際美術雙年展專場推出六十件作品，可謂是中國當代畫壇上向市場邁出的重要一步。鼻烟壺專場的拍賣，拍品包括瓷、玉、水晶、琥珀、翡翠等各種質料的鼻烟壺二百件。其中“清乾隆御製料胎珐瑯彩開光山水鼻烟壺”以352萬元成交。鼻烟壺寸小之器，集百藝之大成，鼻烟壺在國際市場的受關注，為國人也帶來了民族文化的自信。

這一年的秋季拍場，瓷器成為市場熱度最高的版塊之一。2005年7月，倫敦佳士得，“元青花鬼谷子下山大罐”以1400萬英鎊拍出，成交價折合人民幣約2.3億元，創當時中國藝術品在世界上的最高拍賣紀錄。國際拍場的天價，給國內藝術品市場極大的震動，瓷器拍賣的行情由此上揚。翰海2005年秋拍，上拍的二百件瓷器，成交率91%，明成化青花纏枝花卉紋瓜稜瓶、元青花纏枝牡丹罐、宋官窯花口盤等均高價成交，而較之國際行情，精品仍具有很大的升值空間。

2005年秋拍，最大體量的一件拍品當屬“明代銅藥師佛坐像”，通體高2.2米，製作嚴謹，細緻精美，體型碩大，傳世稀少，



為海內外所藏三件巨型銅佛中法相最為完整的一尊。造像以1100萬元高價成交，創下國內銅佛拍賣最高紀錄。佛像受到越來越多藏家的喜愛，不僅因為所承載的歷史、文化，還因為佛像自身所蘊含的美好寓意。而藝術品拍賣，同樣是發現美好與詮釋價值的過程。

國寶回歸

知名拍賣公司的大型拍賣會，有評論稱之為“超級拍賣會”。“超級”首先是指其涵蓋古代文物珍品與當代藝術佳作，品類全面；其次，成交數量多、成交金額大，在市場中占有一定比例，具有被業界普遍關注、產生影響力的拍品。與此同時，是搭建了海內外藝術品交易、文化交流的平台。

翰海自2000年前後，將征集的渠道延展至全球，海外征集已成為常態，也組織了多個海外藏家專場，回流拍品的數量在增大，諸多散佚海外的文物珍品，也借由拍賣的平台，回歸本土，并被永續珍藏。

2006年春拍，翰海自海外征集到現代繪畫大師徐悲鴻的經典油畫作品《愚公移山》，創作于中國人民抗日的艱苦年代，使之歷史性地成為中國現代美術的非凡實踐。翰海公

司為使社會普遍認識《愚公移山》作品的歷史意義和學術地位，于拍賣會前兩周在徐悲鴻紀念館，與徐悲鴻紀念館、雅昌藝術網、《畫廊》雜誌、《藝術新聞》雜誌聯合舉辦了“徐悲鴻油畫《愚公移山》作品觀摩與學術研討會”。在會上徐悲鴻夫人、徐悲鴻紀念館館長廖靜文先生做了主題發言。廖靜文先生、徐慶平先生以及美術界、收藏界的與會者表示：《愚公移山》是二十世紀中國美術史和油畫史上，最具革命性和精神價值的重要作品，這件國寶的最後歸宿，令美術界、收藏界尤為關注。

半個月後，學術研討會的錄像在預展現場一遍遍播放，參觀的人無不駐足，感受着《愚公移山》傳遞的精神，在抗日戰爭的危急時刻，畫家意在以愚公挖山不止的氣概，表達國人抗日決心和毅力，鼓舞和激勵大眾爭取全民族的最後解放。

最終，《愚公移山》以3300萬元成交，創下中國油畫拍賣的世界紀錄以及徐悲鴻作品的拍賣最高紀錄，并被國內機構購藏，在海外飄零六十五載後，重歸故土。

《愚公移山》長達六十五年的流傳及最終的回歸，不僅體現了海外炎黃子孫對徐悲鴻的藝術的熱愛和犧牲精神，并且推動中國油畫藝術價值回歸。尤其海外文物回流的波



瀾，使之成為一幅永可紀念的史蹟。

古董珍玩此次成交1.85億元，再次刷新了中國拍賣市場瓷器單場拍賣的最好成績。本場瓷器成交在百萬以上的有三十八件，位列成交價首位的“南宋官窑琮式瓶”以1650萬元成交，此器造型仿自新時期文化玉琮的形制，古樸凝重，釉質肥潤，釉面有縱橫交錯的開片，自然天成，紋線變幻莫測，黑胎細膩，極為罕見，為宋代典型的官窑珍品，出版于1994年東京國立博物館《中國的陶瓷》。古董圖錄封面，“明永樂青花寶相花綬帶葫蘆扁瓶”造形、紋飾有異域風格，反映出當時中外文化交流與影響，較為罕見，以1540萬元的高價被藏家收入囊中。

作為這一季京城春拍的收官之戰，翰海2006年春拍以4.4億的總成交額落幕，延續了油畫、古董珍玩市場行情上升和中國書畫行情勢日趨平穩的勢頭。



翰海的古董珍玩拍賣，在業內一直頗受好評，每一季的拍賣都受到業內的特別關

注。究其原因，首先是翰海在瓷器工藝品板塊，廣征博採，嚴謹選件，拍品較為整齊，每一場都有引人注目的精品。其次，受國際市場的帶動，瓷器工藝品行情整體提升。此外，關鍵的一點，翰海對專場的策劃和圖錄的編排，比較注重審美細化和貼近市場，從專業的角度體現拍品的內在價值，成交結果體現市場的真實行情，所以被業界視為具有標桿價值的拍賣。2006年秋拍，翰海古董珍玩專場推出三百七十件藝術精品，總成交1.43億元，延續了春拍瓷雜市場強勁的勢頭。“元代青花荷蓮魚藻紋罐”為元代青花瓷的精品，十分罕見，最終以935萬元成交。中國玉器專場，一件具有極高史料價值的清乾隆《御製後藏四十韻》玉冊頁，受到文博界、收藏界的密切關注。《御製後藏四十韻》以五字韻文的體例，把元、明、清三朝對於西藏地區與中央王朝的關係做了概括性總結。重點記敘康、雍、乾治理西藏的豐功偉績。玉冊精選十二片墨玉，片片純黑如漆，尺幅之大，數量之多，足見乾隆皇帝選材之精，規格之高的皇家御用標準。最終以525.8萬元的成交價再次證明了它的珍貴。

佛教藝術品自二十世紀八十年代至今一直受到國際藏家的重視。較之海外，國內佛教藝術品市場起步較晚。2006年，是內地佛教藝術品市場的轉折點。香港“佛華普照——重要明初鎏金銅佛收藏專拍”的驚人成功，觸動內地佛教藝術品市場燃起熱潮。2006年秋拍，翰海在業內率先推出佛像藝術品專題拍賣，“永樂氣象——明初宮廷鎏金銅佛像和法器”專題，匯集十件永樂宮廷造像及法器，包括鎏金銅彌勒佛像、鎏金銅羊銜荷花像、鎏金銅金剛鈴杵等，俱是永樂宮廷所製的上乘佛像和法器。翰海佛像部邀請國內外專家、學者對永宣時期宮廷造像進行專業闡述及探討，引導藏家清晰認知宮廷造像蘊含的宗教精神和藝術價值。佛像專題的十件拍品總成交額達到了1475萬元。



油畫雕塑專場，同樣業績斐然，上拍二百件作品，總計一百六十件成交，成交總額超過1.1億元，單件作品平均價位計71.5萬元，遠超過國內其他油畫專場的單件作品平均成交值。繼2006年春徐悲鴻油畫《愚公移山》創下3300萬曆史性拍賣紀錄。2006秋拍再度重磅出擊，推出吳冠中《長江萬里圖》油畫長卷，堪稱本季中國油畫拍賣市場超級拍品，并于開拍前夕收悉多位海外重量級藏家的諮詢與委託競標。競拍當日，沸騰的氣氛中，《長江萬里圖》最終以3795萬元成交，不但創下吳冠中作品世界性最高成交紀錄，也創下中國當代在世油畫家作品的最高紀錄。

2006年，翰海春秋兩季大拍共推出四千二百餘件拍品，合計成交8.44億元。據統計，2006年北京市文物藝術品拍賣市場共舉辦拍賣活動三百二十場次，上拍各類文物藝術品近九萬件，成交金額為81.08億元。北京地區的成交額在全國範圍內占據半壁江山。翰海作為國內資深的拍賣公司，在藝術品市場開疆拓土，市場格局急劇變革的新時代，用持續位列前茅的業績，擲地有聲地給予市場肯定的答案，體現出老牌公司的專業實力。

無限風光在險峰

業內對於藝術品市場的發展，有一個年代感很強的評價，叫“後非典行情”，這一輪行情起始于2003年後，在2003年—2006年，中國藝術品拍賣，逐步完成了初創階段向市場時代的轉型，無論是參與收藏和競買的人群，還是拍賣的門類和細分的專場，多元化都成為一個主流，而競標的重點則越來越集中于精品。受珍品需求的刺激，拍賣公司在海內外的征集中，竭盡全力尋找“真、精、稀”的藝術品，對審美價值的詮釋，越來越深入、細化和精緻。

2007年春，翰海自海外征集到一件官窯重器，“清乾隆粉彩霽藍描金花卉大瓶”。此器腹部為六瓣瓜棱形，白地粉彩分繪菊花、杏花、荷花、牡丹、芍藥、梅花六組花卉，設色豐富雅致、圖案華貴嬌艷，流光溢彩，盡顯皇家氣韻。雖無款，但海內外權威專家一致認定，此瓶為乾隆早期官窯所製，具有創新意義的大器。類似尺寸官窯大瓶存世僅四件。為使市場能充分認知此件粉彩大瓶的價值，也為此件國寶級珍品能回歸國內，翰海組織人員大量查閱典籍、考證資料，邀請專家撰文，詳細闡述，並為此件拍



品出版單行本圖錄。最終“清乾隆粉彩霽藍描金花卉大瓶”以2408萬元成交，被國內收藏機構競得，結束了海外漂流一百六十餘年的歷史。

受投資理論的引導，藝術品在市場流通中體現出愈加明確的金融性。流通是一把雙刃劍，符合投資規律的輪轉，是推進市場前行的動能，而急功近利的高頻率換手，則意味泡沫的生成。2007年的拍場，明顯體現出流通對行情的影響。自2006年進入調整期的近現代書畫，行情數次波動，品類龐雜的古董版塊，對應國際市場，整體呈上升態勢，特殊的精品和特別的專場，都成為市場的焦點。

2007年春，佛像拍賣推出“經辯——金銅佛像”專場，其中明永樂年間的銅鑲金龍王菩薩，在預展期間就引起了藏家的廣泛關注，造像肌體語言強烈，形象生動，被業內人士稱為是多年以來文物藝術品拍賣市場上難得一見的永樂時期宮廷造像的典範名品，也是唯一現存的一對明代永樂時期鑲金龍王、龍妃銅像之一，拍賣現場引起了買家的

爭奪，以604.8萬元成交。曾為台北鴻禧美術館舊藏的明永樂款鑲金文殊菩薩銅像，堪稱館藏級珍品，以1009.12萬元的高價成交。

翰海2007年秋季拍賣會舉行之時，已近年末，可謂國內大型拍賣會的收官之作。此次秋拍，共推出十六個專場，為翰海歷屆最多的一次，總成交額5.5億元，產生了兩個天價成交紀錄，一為“清雍正銅海水龍紋瓶”爆出成交價1570萬元的傲人成績，創造清代宮廷銅器國內市場拍賣的最高紀錄，二為“昌化雞血石雕樓閣山子”以1344萬元成交，創造中國當代工藝品競買交易市場的最高紀錄。同時此季秋拍還推出三個首創，分別為國內首推“康雍乾官窑單色釉瓷器專輯”、“當代工藝品專場”以及“國石”專場，這兩個天價記錄和三個國內首創，無疑為市場和藏家引領投資方向、打開新的收藏領域，產生積極長遠的意義。

清三代官窑器被譽為“拍場不落的太陽”，2007年秋拍，翰海將六十餘件康雍乾官窑單色釉瓷器精品，集結成專題，如此集中而全面的展示清三代單色釉瓷器，在國內拍場尚屬首次，因而受到廣泛關注。拍賣當天，“清乾隆粉青釉暗刻夔龍紋如意耳尊”以795萬元成交，“清雍正仿古玉釉缸”以448萬元成交。從龐雜的門類中挑選具有賣點的題



材，細化審美視野，并非翰海一家的舉措，然而，專題或專項拍賣的成功與否，首先要看拍品的齊整、精珍程度，其次是題材的選擇和策劃，是否尊重和呈現了藝術品的審美價值。所謂創新，實際是價值的發現與審美的詮釋。

2007年秋拍，古董珍玩專場推出一件高65厘米的“清雍正銅海水龍紋瓶”，此器通體鑄海水雲龍紋，銅質精良，紋飾精美，署“大清雍正年製”楷書款，估價50萬—70萬元。拍賣現場，買家以百萬元為階梯展開激烈競價，成交價最終落在1570萬元，創當時清代宮廷銅器國內拍賣市場的最高紀錄。這件拍品無疑是當季拍賣的“黑馬”，而不久以後，虯曲矯健的“騰龍”一飛沖天，“宮廷御用”占領行情的至高點，對“清雍正銅海水龍紋瓶”感到驚訝的人們，才意識到這其實是預示著蛟龍出海的衝力。

機遇是留給有準備的人，經過長時間的市場調研和籌備，翰海在2007年秋拍新辟當



代工藝品專場，“國之瑰寶——當代工藝品”和“日精月華——國石藝術”，這兩個專場俱為國內首創，拍品除個別石材異常珍貴、令人不忍奏刀的原石外，全部為當代工藝大師的精品力作。國家級雕刻大師牛克思所製昌化

雞血雕樓閣山子，以700萬元的高價起價，經過數十手激烈的競爭，該件拍品最終以1344萬元成交，創造了中國當代工藝品競買交易市場的最高紀錄。專場的成功釋放出一個信號，即非歷史傳承的新工藝品也有一批實力不菲的收藏群體，拍賣為當代工藝品的收藏提供高端、開放的交易平台，使一些在中華民族藝術史上曾經輝煌的傳統技藝，通過經濟的手段得以傳承和保護，煥發出新的生命力。



對市場的培育，也是對未來的引導。2007年秋拍前，翰海公司與中國銀行合作舉行高端講座，同期舉行秋拍精品展，會場選用油畫王沂東《醉新郎》製作巨幅招貼，每一個進入大廳的人，映入眼簾的是宏大、濃烈、熱忱的藝術感觀，強大的感染力直入心脾，于無形中闡釋了藝術直白又深沉的魅力。偉大的藝術家與藝術品，則將這種魅力持久、超凡脫俗地留在時間的長河裡。2007年秋拍，配合李可染誕辰百年紀念活動，翰海推出二十件李可染先生不同時期的精品力作，《無限風光在險峰》無疑是拍場的“明星”。而對於藝術品拍賣市場而言，2007年之後，既有無限風光，又有險峰危壑，抉擇就在眼前。

變革之年

2008年，是藝術品拍賣的變革之年。與

運主題出現在大型拍賣，聖火的熱度溫暖了上半年的拍場，從2005年起逐漸進入“調整期”的近現代書畫，在數次行情探底後，重新梳理價格體系，回到穩中有升的態勢。當代藝術在兩年里實現梯級遞增的漲幅，2008年秋，國際金融海嘯拍岸，與國際市場關係密切、海外藏家參與操盤的當代藝術版塊，率先受到衝擊。金融海嘯拍打市場的燥氣與泡沫，也為行情划出清晰的分水嶺。

翰海的2008年春拍，成績相當穩健。這一季最為精彩拍品當屬“清乾隆粉青釉描金鏤空開光粉彩荷蓮童子轉心瓶”。“轉心瓶”為乾隆初期督窑官唐英供奉皇帝觀賞的獨出心裁之作，工藝複雜，燒造難度極大，存世量十分稀少。“清乾隆粉青釉描金鏤空開光粉彩荷蓮童子轉心瓶”巧妙結合了貼花、鏤雕、刻花、彩繪等工藝技法，令人稱絕，最終以2133.6萬元高價成交。

名為“拈花微笑”的金銅佛像專場，共推出一百四十三件拍品，總成交6517萬元，超百萬元成交拍品達十七件之多。十三世



紀“黃銅嵌金嵌銀嵌紅銅佛本生故事像”堪稱世界級頂尖拍品，拍前即備受關注，最終以806.4萬元成交。此造像主尊釋迦牟尼佛，背後是大蓮瓣形背光，上雕有釋迦牟尼像生平故事，以及摩羯魚、怪獸、金翅鳥等六拿具。整體工藝精湛，繁複中極盡細膩，令人嘆為觀止。與此風格相類造像在國際市場十分少見，內地博物館極少收藏，海外僅少數幾家博物館有藏。此尊造像能在國內拍場出現并高價成交，體現出翰海佛像拍賣的國際水準。另一個更具前瞻性的舉措，是引入高古造像，“七至八世紀的斯瓦特式蓮花手觀音坐像”藝術性極高，存世量稀少，堪稱世界館藏級高古佛像精品，以313.6萬元成交。從永宣造像、宮廷造像擴展到造像藝術發展史，翰海不僅在追隨市場，更是在解析價值，傳播文化。

專業、嚴謹，持續創新，一場場的拍賣，付出的是心血，贏得的是口碑。2008年春拍，海外藏家將規模化的收藏交付翰海拍賣，源自日本一商社舊藏的“瑰寶堂藏畫——日本回流重要名家精品”專場，作品非常整齊，九十三件拍品成交單價超過25





萬元。齊白石的《七雄圖》以超出起價六倍的336萬元成交，徐悲鴻的《獨立》以308萬元易主。古代書畫專場，項元汴的《竹菊圖》手卷，為張學良先生舊藏，收錄于《石渠寶笈三編》等重要的著錄，拍賣現場，經過激烈的拼搶，最終以739.2萬元成交。書畫拍場的成交，傳遞了一個信號，出處可靠、流傳有序、著錄明確的作品，被市場愈加看重，拍賣公司必須做好功課。

秋拍之前，金融寒潮的影響已在海外拍場顯現，整個市場瀰漫着一種低落與觀望的情緒，國內拍賣經歷自2003年後最大的考驗。面對市場現狀，翰海2008年秋拍“推進多元收藏、回歸理性價位”為理念，精簡拍品，估價回調，以貼近主流收藏為前提，推出中國古代、近現代、當代的書畫、油畫雕塑、玉器、金銅佛像、古董珍玩等專場，預展及拍賣現場，仍保持旺盛人氣。從成交結果看，傳統版塊表現較穩健，高端拍品凸顯價值和收藏潛力。其中，《石渠寶笈》著錄

的古代書畫鄒一桂《花卉冊頁》以超估價數十倍的683.2萬元成交，為市場注入信心。佛像兩個專場，集中諸多十分高端造像拍品，成交情況非常良好。首次推出中原佛造像專場，六十餘件作品成交3845萬元，體現出多元引導收藏給市場帶來成效。古董珍玩方面，“清嘉慶黃地粉彩花卉紋包袱瓶”以996.8萬元高價成交。

藝術品市場有別于其他金融領域，遵從其內在規律，依然有尚待挖掘空間。翰海2008年秋拍用業績說明，高端藝術品具有抵禦經濟寒潮功能，藏家群體愈加理性、成熟，市場主體呈現從行家轉向藏家的趨勢。

珍品橫空出世

2009年，國家採取“適度寬松的貨幣政策”，將接近十萬億的信貸注入經濟體。在流動性支持下，中國經濟率先回暖。與此同時，流動性引發的資產價格上漲，連鎖地影響藝術品的評值標準和成交。

春風拂面，2009年春季的拍賣，延續2008年秋拍的調整，在平穩中湧動回暖之勢。經歷金融寒潮的洗禮，精明的買家，清晰地看到藝術品的核心價值才是市場的“硬通貨”。2009年春拍，翰海精心籌備的十六個專場，覆蓋常規藝術品拍賣的所有門類，並趨向審美細化，突出藝術與史學價值。精珍、稀有的館藏級拍品備受追捧，紛創佳績。

