

杨蓉 著

多视角下的 中国绘画艺术品 价格问题研究



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

多视角下的 中国绘画艺术品 价格问题研究

DUOSHIJIAO XIA DE
ZHONGGUO HUIHUA YISHUPIN
JIAGE WENTI YANJIU

杨蓉 著



西南财经大学出版社

Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

多视角下的中国绘画艺术品价格问题研究 / 杨蓉著. —成都:西南财经大学出版社,2017. 11

ISBN 978 - 7 - 5504 - 3245 - 1

I. ①多… II. ①杨… III. ①绘画—艺术品—价格—研究—中国 IV. ①J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 251860 号

多视角下的中国绘画艺术品价格问题研究

杨蓉 著

责任编辑:高小田

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	13.75
字 数	250千字
版 次	2017年11月第1版
印 次	2017年11月第1次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 3245 - 1
定 价	78.00元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前言

改革开放使得我国经济发展取得了举世瞩目的成就，而随着市场化、商品化改革的逐步深入，我国经济发展方式开始经历从粗放式向集约式转型，经济增长方式开始从投资和出口拉动向消费拉动转型。人们经济收入水平的提高增加了人们对精神文化的需求，越来越多的人回归传统文化的研究和学习，越来越多的艺术家开始研究文化的批判和继承，越来越多的人开始了解并爱上艺术品。这些都对中国艺术品的快速发展和繁荣起到了根本性的推动作用，使中国艺术品的商品性得到了充分体现，艺术品市场价格水涨船高。许多热爱艺术、热爱文化的艺术品收藏者，特别是一些终生从事艺术品收藏的中国艺术品收藏家，已随着中国艺术品市场的发展而身价暴涨，成了千万富翁甚至亿万富翁，成为人们热议的话题和争相模仿的对象。艺术品的商品化过程是我国艺术品市场的发展历程中的重要阶段，而艺术品的财富效应和造星运动更是吸引了更多的人、更多的资金进入艺术品市场，进一步强化了艺术品作为投资品的保值增值的诱人属性，进而吸引更多来自资本市场的热钱形成投资需求，这又促使艺术品的商品化发展到了新的高度。艺术品价格在2000年前后进入一个循环上升通道，在2007年前后更是进入了加速上涨阶段。然而，随着实体经济走下坡路，国内外热钱的撤出，艺术品市场的一路高歌到2011年下半年戛然而止，艺术品市场与很多二线城市的房地产市场一样，进入了“有价无市”的尴尬境地。天价艺术品仍然吸引着大众眼球，但收藏者、投资者等市场参与者和作为看客的普通百姓的心境却可能截然不同。

在艺术品价格高涨低迷变化莫测的现象后，在艺术品市场繁荣萧条周期更替的趋势下，到底是否有支撑艺术品繁荣的内部真实价值体系及促使其低迷的价值规律在起作用？有哪些因素会促成艺术品市场价格的形成并影响价格变化？是否可以通过建立相对客观的、科学的价值评估及价格评估体系和制度来对艺术品价格的真实合理性进行判断？这些都成了关注艺术品市场的每一个参

与者和研究者心中亟待得到答案的疑问。对于绘画艺术品特别是名家绘画艺术品而言,其物质载体的成本价值相对于其市场价格来说几乎可以忽略不计,而每一幅绘画艺术品都因其独特性而较难实现相互比较,再加上收藏购买名家绘画艺术品在我国具有悠久的历史,同时古往今来的名家绘画艺术品市场交易量也是艺术品总类中最大的,故本书力图以政治经济学的思维和视角,通过研究名家绘画艺术品这类艺术品的典型代表来研究有关艺术品的上述问题。

对于第一个问题,笔者认为绘画艺术品的价格仍然是由其价值决定的,是其价值的货币表现。所以,其价值决定成为了核心问题。由此,涉及对绘画艺术品的内涵外延及绘画艺术品价值、使用价值的深入研究。所以,文章首先对艺术、艺术品以及本书所研究的绘画艺术品等相关概念进行了厘定,并对绘画艺术品作为商品的特殊性进行了分类研究。文章认为,西方现代经济学偏重对价格的现象问题、外在影响因素分析研究的比较,只有运用马克思的劳动价值理论,才能够对艺术品使用价值和价值进行全面系统科学的分析,才能从本质层面帮助我们理解艺术品价格的形成。马克思在劳动价值理论中虽然并未对艺术品这种特殊商品的价值决定进行专门的研究,但其劳动价值理论仍然为我们研究绘画艺术品价值决定和理论价格形成提供了丰富的理论资源和指导思想,是本书展开分析所利用的核心和基础性理论。文章对马克思关于劳动价值论基本观点进行了梳理和总结,指出绘画艺术品创作者通过作画这一具体劳动创作出的艺术作品,一旦进入流通领域,被购藏者所购买并最终脱离最初的艺术作品创作者而独立存在,就是本书所研究的绘画艺术品,即绘画艺术品首先是商品。绘画艺术品既具有一般商品的特征,也有自己的特殊之处,而绘画艺术品的价格仍然是由其价值决定的,它是一种特殊商品。鉴于此,李嘉图将罕见的雕塑和绘画等稀缺商品排除在政治经济学的研究范围之外;穆勒将古代雕刻、古代图画等这类数量绝对有限、供给不能任意增加的商品与一般工业化生产的商品区分开,称之为特殊的“小类商品”;马克思也把那些价格昂贵的古董、艺术品即笔者所说的高端艺术品作为一种特殊商品对待。这类商品的价格在遵循劳动价值论规律的基础上,“可以由一系列非常偶然的情况来决定”。但马克思并未就他所说“非常偶然的情况”做进一步的说明。因此,如果简单地将马克思关于一般商品的价值决定照抄照搬到绘画艺术品的价值决定上,典型绘画艺术品的异质性、个性化和不可再生性势必导致其研究的线索就此阻断。为了找到绘画艺术品的价值决定的必然规律,笔者力图利用马克思劳动价值理论和精神生产理论相关论述对绘画艺术品这种特殊商品的价值决定进行深入的分析 and 探讨。通过分析发现,绘画艺术品作为一种特殊商品,其价值仍是该幅绘画艺术品作者抽象劳动的凝结,其价值量仍然是社会必要

劳动时间。只是对于具有“难以复制性”“异质性”“独创性”特征的典型、稀缺的艺术品而言,社会上没有其他生产同样艺术品的人,所以其社会必要劳动时间往往就是个别劳动时间。而由于个别劳动时间是千差万别的,我们难以研究其共性和规律,故考虑到艺术家艺术创作劳动是典型的复杂劳动,本书利用马克思提到的复杂劳动折算为简单劳动这个逻辑来展开对价值量决定中诸多复杂因素的分析。

第二个问题,实际就是价格发现和形成的问题。绘画艺术品市场价格作为其的价值的货币表现,影响其的供求关系中涉及的参数更多、更复杂,且对于同一件作品来说其交易还存在低频性,所以偏离其价值的幅度比一般商品大,有时还存在有价无市现象,属于马克思所说的“非常偶然的情况”。笔者主要从影响绘画艺术品市场价格形成的外部因素进行分析。本部分的研究主要借助西方现代经济学的微观经济学的均衡分析方法、博弈分析法、垄断价格法及行为经济学理论。因为,这些理论相较于马克思科学理论虽然有深层缺陷,但对瞬息万变的绘画艺术品市场供求现象的分析应更加形象化而具有参考意义,其精髓可以成为马克思劳动价值论在价格发现和形成上的有益补充。西方经济学中的微观经济学,研究目的是揭示市场机制在其所处经济社会中的运行规律及其在整个社会经济资源配置中的作用,研究对象主要是经济社会中各个参与市场的经济主体的经济行为,以及各项经济变量数值分别相互如何决定。微观经济学分析个体经济单位的经济行为,关注点在个人和各组织作为市场参与者在市场中相互间的交换过程,其基本理论观点是供求决定市场价格,核心理论是供求决定市场价格理论,故其又被称为市场经济学或市场价格理论。与微观经济学更偏向于对影响市场价格变动的供应方、需求方等微观因素的现象规律分析不同,马克思的劳动价值价格理论中对商品价值内涵和对社会关系进行深挖,而微观经济学看重的这些微观影响因素是马克思所说的“非常偶然的情况”的重要组成部分。所以,在对外部影响因素及影响绘画艺术品个别劳动时间换算成为社会必要劳动时间参数的分析中,笔者首先分析了影响艺术品价格的外部主要微观因素。具体从微观经济学的假设及艺术品交易特殊性,成本、价格预期、创作周期、存世量、周转速度等供给方面因素,以及消费偏好、可替代性、外部性、可支配收入、价格预期等需求方面因素进行分析,并用均衡分析的方式对艺术品的供给消费弹性、收入效应和替代效应进行了初步的可视化分析。其次,随着艺术品商品化纵深发展的深入,影响其价格的外部因素中除了微观因素外,宏观因素的影响作用也越来越大。文章通过分析我国宏观经济指标中的人均国民生产总值、货币价值、利率水平、汇率水平等的历

史变动数据与艺术品拍卖数据的对比关系,对艺术品价格与宏观经济的相关性进行了粗略讨论。

最后一个问题,是对于我国绘画艺术品理论价格的评估问题,这是绘画艺术品市场上估价的方法及路径问题。文章在对国内外学者研究成果的分析、总结和借鉴的基础之上,结合本书的研究成果,对常用的简单、定性的评估方法进行了分层次、多维度的梳理和归纳;同时,针对绘画艺术品这样的异质商品的具象问题,本书采用形象化、操作性强的西方计量方法特征价格法和 Hedonic 模型对市场交易量最大的近现代和当代国画以及油画定价进行实证研究,以对马克思理论在艺术品价格研究方面进行有益补充和印证。首先,本书在理论层面上比较了 Hedonic 模型中几类亚模型的优劣,确定了将半对数模型作为本书实证研究的模型;其次,根据相关章节对绘画艺术品价格决定或影响因素的定性讨论,本书确定了模型的十个自变量;然后,笔者通过运用网络数据爬虫技术在雅昌艺术网站上选取了我国主流的全国性知名画家 30 人自 2000 年春拍到 2016 年春拍的 27 949 组有著录或展览记录的拍卖成交数据,并根据研究需要从中筛选出 11 226 组有效数据。接着,笔者将数据以各位画家、近现代国画家、当代国画家、油画家以及所有画家这几种分类方式分别带入回归方程,对方程中各变量的系数进行估计,并通过残差、 R^2 、 t 检验及 F 检验等计量方式对变量、方程的显著性、模型方程的解释力等方面进行评估。最后,在逐项分析了回归结果后,笔者认为,总的来说,回归模型的假设基本满足,模型是合适的,而且该定量分析结果可以从一定程度上验证本书在理论性定性分析部分得出的结论;同时,从不同分类下回归结果的一些细节和差别中,笔者还发现了一些和通常认知有出入的现象,从而对绘画艺术品市场参与主体提出一些合理化建议。

包括绘画艺术品在内的商品及其交易制度必须建立在商品本身的使用价值的真实性基础上,即“货真价实”。基于绘画艺术品所具有的“难以复制性”“异质性”和“独创性”,使得市场上出现“假冒伪劣”商品,及“赝品”的可能性更大。绘画艺术品市场上最大的问题也就出在“货真”与“价实”这两个环节。要解决这个问题,不外乎还要从绘画艺术品市场规划建设入手,其中,艺术品价格的评估与确定就是一个大的课题。其重要性在业界具有较高的共识,但是一是由于问题复杂、系统性难度大,二是这项研究需要多学科的知识与方法协同,三是对中国艺术品市场这一新兴的市场形态的规律分析与认识需有一个积累过程。所以,目前对艺术品内在价值体系和外在价格评估的系统性研究较少,笔者力图在这一方面做出积极的探索和努力。

目 录

第一章 绪论 / 1

第一节 研究背景及意义 / 1

一、研究背景 / 1

二、研究目的和意义 / 3

第二节 国外学者关于艺术品价格的研究 / 4

一、有关艺术品经济学的研究 / 4

二、有关艺术品经济属性的研究 / 6

三、有关艺术品价格指数编制的研究 / 7

四、有关绘画类艺术品价格影响因素量化研究 / 9

第三节 国内学者关于艺术品价格的研究综述 / 10

一、有关艺术品特征功能的研究 / 11

二、有关艺术品价格理论的研究 / 12

三、有关艺术品定价方法的研究 / 16

四、综合评述 / 19

第四节 研究的问题及对象 / 20

一、研究问题 / 20

二、研究对象 / 20

第五节 本书组织安排 / 21

一、结构安排 / 21

二、理论框架 / 25

三、研究方法 / 26

第二章 我国绘画艺术品的概念、特征及使用价值 / 28

第一节 概念界定 / 28

一、艺术的概念 / 28

二、艺术品的概念及分类 / 29

三、绘画艺术品的概念及分类 / 31

四、本书对绘画艺术品的特别界定 / 33

第二节 我国绘画艺术品的本体特征 / 33

一、作为文化产品的特征 / 34

二、作为艺术品的特征 / 37

三、我国绘画类艺术品的特征 / 39

第三节 我国绘画艺术品的使用价值 / 40

一、绘画艺术品是特殊商品 / 40

二、核心使用价值：审美使用价值 / 41

三、衍生使用价值：装饰使用价值和教化使用价值 / 41

四、或有使用价值：文物研究使用价值与纪念使用价值 / 42

五、附随的使用价值：符号使用价值 / 43

六、艺术品使用价值与艺术品收藏与投资的关系 / 44

第三章 我国绘画艺术品的价格决定研究

——基于马克思劳动价值论视角 / 45

第一节 理论基础及适用性分析 / 45

一、价值内涵的历史演变 / 45

二、马克思劳动价值理论 / 46

三、马克思精神生产理论 / 49

四、价值理论的评述及适用性分析 / 50

第二节 我国绘画艺术品价值的实体构成 / 54

一、绘画艺术品是一种特殊的商品 / 54

二、绘画艺术品价值是抽象劳动的凝结 / 54

三、抽象劳动的特点 / 55

第三节 我国绘画艺术品价值的量的决定 / 56

一、衡量单位 / 56

二、折算公式 / 58

三、复杂程度倍加系数的确定 / 59

第四节 我国绘画艺术品价值转化形式 / 63

一、艺术家生产方式不属于资本主义生产方式 / 64

二、绘画艺术品的价值转化形式与一般商品的异同 / 65

三、绘画艺术品价值持续增加与纯粹流通费用的固定加价 / 66

第五节 我国绘画艺术品的商品二因素与其价格决定的关系 / 68

一、绘画艺术品商品二因素之间的关系 / 68

二、绘画艺术品使用价值与其价格决定的关系 / 68

三、绘画艺术品价值与其价格决定的关系 / 69

第四章 我国绘画艺术品市场及拍卖的价格发现功能

——基于博弈论视角 / 71

第一节 基于马克思唯物史观的研究：我国绘画艺术品市场的形成 / 71

一、艺术品生产和商品化属于历史范畴 / 71

二、我国绘画艺术品市场发展 / 74

第二节 我国绘画艺术品市场分类 / 80

一、按交易目的分类 / 80

二、按交易形式或场地分类 / 81

三、按绘画艺术品是否初次交易分类 / 83

第三节 拍卖是艺术品交易最重要的方式 / 84

一、拍卖行业历史简述 / 84

二、拍卖的特点及功能 / 85

三、拍卖是艺术品价格发现的最重要交易方式 / 86

第四节 博弈分析：我国绘画艺术品拍卖市场价格发现功能 / 87

一、博弈论与拍卖 / 87

二、绘画艺术品拍卖中的博弈主体及博弈层次 / 88

三、保留价的确定：卖方与拍卖公司的博弈分析 / 90

四、成交价的确立：竞买人之间的博弈分析 / 91

第五章 我国绘画艺术品的价格形成研究

——基于垄断及非理性条件下的均衡分析视角 / 93

第一节 理论基础 / 93

一、均衡价格理论 / 93

二、垄断价格理论 / 95

三、行为经济学理论 / 96

第二节 绘画艺术品的供给及其影响因素 / 97

一、绘画艺术品的供给的含义 / 97

二、绘画艺术品成本对供给的影响 / 98

三、绘画艺术品价格预期对供给的影响 / 99

四、其他因素对绘画艺术品供给的影响 / 99

第三节 绘画艺术品的需求及其影响因素 / 101

一、绘画艺术品的需求及其特点 / 101

二、消费者可支配收入对绘画艺术品需求的影响 / 102

三、消费者偏好对绘画艺术品需求的影响 / 103

四、其他人需求对绘画艺术品需求的影响 / 104

五、其他因素对绘画艺术品需求的影响 / 104

第五节 我国绘画艺术品价格的均衡分析 / 105

一、普通商品均衡分析假设条件 / 105

二、绘画艺术品市场供求分析的特殊假设条件 / 107

三、绘画艺术品的供给弹性 / 109

四、绘画艺术品的需求弹性 / 111

五、绘画艺术品市场均衡价格形成 / 114

第五节 外部宏观因素对绘画艺术品价格的影响 / 118

一、国内生产总值对我国艺术品市场价格影响 / 118

二、货币价值对我国艺术品价格的影响 / 120

三、利率对我国艺术品价格的影响 / 122

四、汇率对我国艺术品价格的影响 / 123

五、税收对我国艺术品价格的影响 / 125

第六章 我国绘画艺术品定价方法及验证估价模型研究 / 127

第一节 常用艺术品定价方法及其分类 / 127

一、卖方策略定价法 / 128

二、简单估算法 / 129

三、专家估价法 / 130

四、重复出售定价法 / 131

五、特征价格模型法 / 131

六、其他艺术品估价法 / 133

第二节 我国绘画艺术品价格评估指标体系 / 134

一、建立指标体系的原则 / 134

二、现有学者的研究成果 / 135

三、建立适合我国绘画艺术品价格评估的指标体系 / 137

第三节 定量分析与验证: Hedonic 模型分析 / 138

一、模型理论基础 / 138

二、模型选取 / 139

三、特征指标变量选取 / 141

四、数据来源和分析工具 / 145

五、样本的选择 / 146

六、回归结果 / 147

七、结果分析 / 190

第七章 研究结论及建议 / 194

第一节 主要结论 / 194

第二节 进一步完善我国绘画艺术品市场制度 / 200

一、将艺术品交易情况纳入全国信用系统 / 200

二、建立绘画艺术品鉴定专家及评估公司专业库 / 201

三、创新绘画艺术品网络交易机制 / 201

第三节 对绘画艺术品市场交易主体的建议 / 202

一、对购藏者的建议 / 202

二、对画家的建议 / 203

三、对中介机构的建议 / 203

参考文献 / 205

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

当今的中国,依靠改革开放 30 年迅速发展所积累起来的物质财富,已逐渐跻身世界大国之列。但是,一方面这些物质财富的积累是以资源消耗、环境污染为代价,另一方面大国并不等于强国,更不等于发达国家。一个强国、一个发达国家不仅指其在军事、经济、能源及科技方面拥有过硬的实力,更暗指其在精神文化领域的导向、经济行业标准制定推广和价值观输出等方面具有很强的软实力。中国经济发展面临岔路口,要么在高耗能、高污染的粗放式发展道路上继续走下去,为获取眼前的蝇头小利而牺牲子孙后代的健康和幸福,要么改变经济发展方式、主动淘汰落后产能并进行产业升级;要么被同化,沦为跟班,要么同化别国,成为标准制定者。这既是选择也不是选择,因为生路和真正的发展之路就只有一条。中华民族有着悠久而灿烂的传统历史文化,如何让我们的文化宝藏在新的历史时期焕发新的光彩,如在迫在眉睫的产业升级的同时利用悠久文化传承在世界文化传播角力的竞争中占有重要一席地位,成为了中国强国路上必须要思考和解决的问题。而中国艺术品交易市场的发展除了能为中国物质生产的升级换代和精神生产的快速发展提供良好的市场氛围,更能为民族文化、民族精神的发扬光大以及提升我国文化对世界的影响力提供平台和路径。

当今的世界,经济的全球化趋势日趋明显,我国的艺术品市场也在经济全球化浪潮中发生着巨大变化。2000 年以来,中国、印度、俄罗斯等国的艺术品市场日趋表现活跃,逐渐成为了继纽约、伦敦欧美等传统发达艺术品市场之后的新兴的热点市场。从目前中国艺术品市场发展现状来看,必须经历也正在

经历艺术品的商品化、资产化和金融化过程。在整个过程中,商品化是基础,资产化是关键,金融化是战略方向^①。古今中外的经济学的研究以及生活常识都告诉我们,一切市场的核心问题都会牵扯到价格问题,几乎所有的市场运行也都围绕价格展开。所以不管是在绘画艺术品的商品化阶段还是资产和金融化的阶段^②,价格在市场发展过程中有着重要地位,艺术品价格评估都是核心问题。艺术品的商品化过程是我国艺术品市场的发展历程中的重要阶段,而艺术品的财富效应和造富运动更是吸引了更多的人、更多的资金进入艺术品市场,进一步强化了艺术品作为投资品的保值增值的诱人属性,进而吸引更多来自资本市场热钱形成的投资需求,这又促使艺术品的商品化发展到了新的高度,艺术品市场的一切变化都体现在其价格的变化之上。艺术品价格在2000年前后进入一个循环上升通道,特别是作为我国收藏历史最为悠久、收藏者群体最大的一类艺术品——绘画艺术品,其价格在2007年前后更是进入了加速上涨阶段,成为热钱的追逐对象,绘画艺术品市场俨然已成为热钱和投机资本的蓄水池。然而,所谓成也萧何败也萧何。随着实体经济走下坡路,国内外热钱的撤出,艺术品市场的一路高歌到2011年下半年戛然而止,艺术品市场与很多二线城市的房地产市场一样,进入了“有价无市”的尴尬境地。天价艺术品仍然吸引着大众眼球,但收藏者、投资者和隔岸观火者的心境却都是冰火两重天。可见,由于中国市场经济还不够发达,艺术品走向市场的时间较晚,这使得近年来的国内艺术品市场虽然表面上呈现出蒸蒸日上,暗地里却是乱象丛生。其中的关键问题之一,就是有效、科学的艺术价格评估体系的缺乏、价格标准的混乱以及价格评估方法的单一。

反观学术领域,关于艺术品价格的研究远远不能适应飞速发展和变化中的市场的需要,远远滞后于市场实践的需求。到目前为止,我国有关艺术品市场现象评述的杂志、期刊类文章有一些,但系统而深入地研究艺术品价格的学术文章仍较为少见,关于艺术品价格理论的专门的论著更是屈指可数。尤其是在2000年后,中国艺术品市场价格与国内外经济波动联动性增大,在快速发展和震荡中暴露出自身的不完善和各种问题。艺术品作为特殊的商品,其精神和观念属性、文化和审美内涵、异质和独创特征、价值与使用价值对其价格形成

① 刘晓丹,《艺术品价格原理:破解艺术品市场的价格之谜》[M].北京:中国金融出版社,2013:7.

② 西沐,《应重视艺术品市场交易平台建设》[N].中国文化报,2013-01-07(2).

的作用,消费者、收藏者和投资者对艺术品的了解和价值判断^①,市场供需双方、宏观经济环境、投资替代品价格变化对艺术品市场的影响等,都需要从理论与实践的结合上对艺术品价值价格理论及艺术品定价评估方法进行研究和探索。

二、研究目的和意义

从本书的写作初衷和现实意义来看,主要有以下几点:首先,有利于帮助艺术品特别是绘画艺术品的鉴赏者、收藏者以及投资者加深对艺术品内涵、概念、特点的理解,并启发其对绘画艺术品价值、使用价值与其价格关系的思考。作为本书研究的首要问题,我国绘画艺术品的内在属性、特点及其价值、使用价值和其外在的价格表现到底有怎样的联系,这是每一位购藏者和市场参与者都力图弄明白的问题,因为问题的答案是直接影响到绘画艺术品市场参与者做出买或卖、藏或弃等市场决策的关键,是促成绘画艺术品消费行为、投资行为理性化发展的动因。其次,有利于帮助绘画艺术品市场参与者变被动为主动地全面考虑各种因素对艺术品价格的影响。本书力图从绘画艺术品的本体特征、外部微观和外部宏观等多个方面寻找决定或影响艺术品价格的各类主要因素,给艺术品购藏者及其他市场参与者提供一个由内而外的决定或影响因素参考系统,以便其对艺术品价格可能的变化进行全面而客观的考量。再次,有利于帮助市场参与者寻找适合自己的估价模型对绘画艺术品价格进行评估。找到相关的影响因素后,每种因素对艺术品价格的影响方式、影响程度和影响时间,以及现有的评估价格的准确程度是多少,也是本书力图通过对可行的艺术品估价模型的研究而得到的答案。这可以给艺术品市场参与者以具体的指导。最后,可以为探索我国艺术品市场的健康发展和理性繁荣之路奉献一份力量。本书力图从经济学视角研究影响艺术品价格形成及运行的内部微观、外部微观、外部宏观因素,从具体到抽象地分析现象背后的经济规律,并借用经济学原理对各种因素对艺术品价格的影响进行分析,最终依据分析结果从抽象到具体地选择艺术品价格评估模型,以期指导艺术品的生产者、投资者、收藏者以及其他市场参与者站在各自角度对艺术品进行估值,并对我国政府对艺术品交易制度及艺术品交易市场管理制度的建立和完善提供可行的建议,以建立一个良性循环,即制度推进合理价格的产生和运行、制度抑制艺术品市场不良现象

^① 李亚青,西沐.中国艺术品市场信息化建设的初步探索[J].电子政务,2008,(12):96-98.

的出现,使市场参与各方均受益,而多赢的结果又反过来繁荣艺术品交易市场,使我国的文化艺术产业走上健康发展道路。

从理论研究意义角度来讲,首先,本书对马克思劳动价值理论在艺术品这类特殊商品上的应用做了有益补充。通过整理、归纳马克思的劳动价值理论及其精神生产理论思想,本书对于马克思在劳动价值理论中回避不谈的艺术品、古董类特殊商品的属性、价值决定和使用价值进行了探讨,力图在马克思的经济理论思想框架内完善其对艺术品商品价格的研究。其次,本书对艺术品价格的决定和影响因素进行了分类探讨,为构建艺术品价格影响因素体系做出了有益探索。笔者认为由内而外地分析各种相关因素对于绘画艺术品价格的影响是研究绘画艺术品价格理论的核心内容,也是进一步提出艺术品价格定价模型的前提条件。最后,本书采用理论与实践相结合的方式对现有的艺术品定价模型进行了比较和分析,用模型得到的实证数据对基本理论观点进行子论证验证和量化,为我国绘画艺术品市场价格理论的经验与实证研究的结合做出了有益的尝试,以期进一步深入中国艺术品价格理论研究,进一步引发对该问题研究的关注与深入,从而更好地推动中国绘画艺术品市场科学化、规范化、有序化发展。

第二节 国外学者关于艺术品价格的研究

国外有关艺术品和经济之间联系的研究,最早可以追溯到19世纪,从那时起,开始不断有哲学家、社会经济学家、历史学家从其各自不同的视域来对艺术与社会、艺术品与经济之间的相互关系进行考察。西方艺术品市场随着各国经济发展而日趋繁盛,市场化开始时间早,发展历史长。所以从艺术品刚进入市场进行流通的早期商品市场阶段,到艺术品作为金融领域投资标的的金融投资市场的形成,国外艺术品市场交易数据较为丰富,便于国外研究者对艺术品的定价与投资做广泛的研究,包括早期以理论分析为主的研究,以及后期更加侧重定量分析的研究。

一、有关艺术品经济学的研究

国外研究者对艺术及艺术品与社会和经济生活的关系的探索始于19世纪,最初和艺术品价值定义和概念相关的理论,源于英国伦敦剑桥大学修订的教材,该教材在对古代艺术品范围进行研究时,将“古董珠宝”纳入其中,并