

突围

中国画廊联盟年度人物

◀ 2008 ▶

西沐◎著 邓枫◎彩绘

中国书店

突围

中国画廊联盟年度人物 (2008)

西沐◎著 邓枫◎彩绘



中国书店

图书在版编目 (CIP) 数据

突围：中国画廊联盟年度人物. 2008 / 西沐著. —北京：
中国书店，2009.4

ISBN 978-7-80663-663-3

I. 突… II. 西… III. ①中国画—作品集—中国—现代
②中国画—艺术评论—中国—现代 IV. J222.7 J212.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 043848 号

突围：中国画廊联盟年度人物 (2008)

西沐 著 邓枫 彩绘

责任编辑 辛迪 李亚青

出 版	中国书店
地 址	北京市宣武区琉璃厂东街 115 号
邮 编	100050
电 话	010-63150310
发 行	全国新华书店经销
设计制作	李云
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	22.5 印张
版 次	2009 年 4 月第 1 版 第 1 次印刷
书 号	978-7-80663-663-3

定 价	98.00 元
-----	---------

前言

做一个负责任的中国画廊联盟年度人物

——为中国画廊联盟年度人物评选活动而作

中国画廊联盟年度人物是中国画廊联盟依靠全国画廊评选出的值得藏家持续关注的中国画家。在评选过程中，广大画廊及藏家始终坚持公开、公正、公平的基本原则，尽最大可能收集、归纳藏家的各种建议与意见，力争把年度人物评选活动办成藏界的重要看事，以及收藏界交流、研究的平台，从而为中国画市场的健康发展尽一份应有的努力。

当前，正处于转型期的中国画市场又面临着新的市场发展机遇与挑战。就是在这个时候，在中国画市场不断进行调整的进程中，中国画廊联盟以推动中国画市场不断发展为契机，审时度势，携手理论批评界、传媒及广大藏界，对中国画市场进行了认真的分析与梳理，以培育市场认知能力为核心，以市场潜力、学术能力及对藏界的责任表现为基本点，经过由上而下的推荐和自下而上的投票、宣传，最大限度地突出学术界、媒介及藏界的声音。可以预言：中国画廊联盟年度人物评选活动定会成为中国画市场发展过程中一件让人难以忘怀的事情。

(1) 市场认知能力：中国画市场推广的核心能力

市场认知能力在中国画市场推广中占有极其重要的地位。市场认知能力的培养是一个复杂的过程，需要做长期而又艰苦的工作。市场认知能力是由藏界聚集而起的对画家为艺、为人及做事的一种认同。在中国画市场推广过程中，这是一种大众化、市场化推广行为所追求的核心目标。可以说，不断提高市场认知能力是每一个画家走向市场的前提条件，更是中国画市场推广的基本要义。

① 藏界的认知能力

藏界的认知能力决定着中国画收藏、投资活动的运行质量。中国画市场正处于转型期，生活节奏的加快造成了对某一关注对象研究时间的减少，这导致很多藏家及爱好者对艺术认知能力存在一定程度的欠缺。在这种情况下，有研究能力和相当鉴赏水平的收藏家就属少数。多数收藏家更多地受市场价值取向的影响，思考得不多，往往是道听途说，在从众心理的作用下，为市场中兴起的风风火火的乱象添油加醋。收藏家应有的认知水平和能力未能有效地拭去中国画艺术价值取向上的尘埃，让市场像脱缰的野马，一任前行。失去平衡的市场似乎在一夜间发生了变化。有的收藏家对市场也有一些个人研究及看法，可是，在整个混杂的市场中，没有人听得进去，

更谈不上一起讨论。于是，时间一长，藏界更多的是跟着市场大势去投机。

现在，我们举办年度人物评选活动，就是想通过对藏界、学界及媒介的信息分析、处理，力图推出值得藏家关注与信赖的画家，让藏家有一个研究、比较与交流的平台。通过交流，收藏家已获得的对绘事的辨别、分析、思考、认知能力与水平重新得到了校正，并且会进一步提高，从而不断推动中国画市场中的理性思维高高飘扬。所以，在年度人物评选活动中，我们更多时候是让收藏家以研究专家及鉴赏专家的面目出现的。他们有机会对艺术及艺术品发表自己的真知灼见，并将这些意见呈交相关的画廊处理，这有利于整合各方面对艺术价值的认识，也会对中国画市场的发展产生一种新的导向功能，使收藏进入一个全新的理性分析与研究阶段。

② 媒介的认知能力

媒介全面介入中国画市场的推广由来已久。当媒介发现艺术及艺术市场有利可图时，就放下架子，一拥而上，没有研究、没有导向、没有批评，只是一窝蜂地赞美，充当了不少江湖画家的喉舌。当然，觉醒早的主流画家也在利用媒体制造品牌、扩大影响、提高社会的认知度，这是市场的生存之道，无可厚非。但是，部分画家，包括一些所谓的“名家”，过于谄通此道，在言过其实的包装中，借助媒介的推广，成为藏界及社会认可的画家。他们不只是尝到了甜头，更是取得了难以置信的财富，对藏界伤害很大。

为了有效地扭转媒介这种混乱的局面，我们与有理性思考的主流圈媒介合作，举办了年度人物评选活动。活动把责任放在第一位，发动媒体传播，让媒介对中国画市场运作、宣传有了新的认识，让媒介明白了其对于艺术市场的运作不是单纯的广告叫卖，而是要建立社会公信力。只有关注市场价值与艺术价值的双向互动和共赢，使推广机制中的源头由“多头”变为两个定位——学术定位与市场定位，才能正确引导中国画市场走系统化、规模化的发展路子。媒介要对画家的创作有相应的评价导向作用，携手创作、展览、市场，系统化地运作中国画市场，为中国画市场的健康发展添力加油。

③ 学术研究界的认知能力

当前，市场向纵深发展过程中所面临的问题很多时候都是在缺乏学术研究的盲目状态下发生的。理论批评界对中国画市场发展的现状集体失语，学术研究界也没有自己的主张，表现的不仅仅是一种思考与批评能力的丧失，而且是一种道德层面的沦丧。为金钱而作、为小团体既得利益而作的研究与写作状态已成为一种常态。批评的权威似乎在一夜之间成为一种好看的摆设，权威的影子已经变得可有可无。由于缺少学术研究的支撑，中国画市场成为一个被盲目炒作和非理性冲动所左右的市场、一个缺少学术水准支持和不研究中国美术史的市场。年度人物评选活动致力于

改变这一格局，用学术研究的专业视角来评选人物，让学术研究界认识到自身对市场发展的重要性，明白没有学术研究的中国画市场是没有根基、没有中心的市场，从而把学术研究做得更加深入、有效，以保证中国画市场的健康前行。

④ 画界的认知能力

凭心而论，当今画家生存状态之好是史无前例的。不少画家就在这种热闹的环境下，失去了理性的思考与文化精神的追求，把物质消费欲望当成一种事业上的追求，致使好坏、高低等学术水准统统迷失，使原本学术气息浓厚的画界也成了认知能力低弱的领域。大多数画家一方面享受着计划经济的恩泽，有着一份虽数额不大却旱涝保收的“工资”；另一方面却又沐浴着市场经济的雨露，让画作走向市场，再把所有的卖画收入全部装进自己的腰包。即便是如此天方夜谭式的优厚待遇，也未能激起画家们潜心求索的热情，作为艺术家最为可贵的深山抱璞的执著精神却日渐衰微。今天，在画界中，不少人热衷于在其作品风格被市场认同的有效期内，“只争朝夕”，反复克隆，以谋求最大的经济收益。

在这种情况下，年度人物评选活动的举办可谓恰逢其时。活动就是要选择出近一年来在中国画市场发展过程中做出重要贡献及产生重要影响的中国画画家，评选标准真实而又理性，让画界认识到，对中国画的文化内涵和艺术趣味有着较多理解、能够通过自己的追求和扬弃发挥自身的优势、引导消费、提升市场的鉴赏水平和认知能力的画家才会被入选。而且，这次评选活动也让画界认识到，市场的主体力量不是来自别的方面，而是来自于市场的主体——画廊。中国画廊在不断地从边缘向市场中心地带游移，画家的直接炒卖也逐渐不符合理性市场的要求。评选活动会使越来越多的画家不再将艺术与市场有意地对立起来，而是尽量把自己的艺术理念及可能具有的学术定位介绍给藏家与社会大众层面，在普及之中达到市场推广的目的，在艺术原创性的基础上建立自己的品牌。

(2) 市场潜力：年度人物的聚焦基础

市场潜力就是市场发展的前景，不是事物当前、眼下的发展状态，而是事物未来发展的走向和空间。对于中国画市场来说，看一个画家的市场潜力，不仅仅是看他当下的作品有多优秀，更要具有前瞻性眼光，要能通过分析画家的实力去透视他未来的艺术走向和发展潜力。市场潜力是年度人物的聚焦基础。

从理论上讲，当下能创作出好作品不等于有市场潜力，具有很大市场潜力的画家或作品也不等于眼下的当红画家或作品。有的画家，尤其是年轻画家，其作品在市场上反应很好，但这不代表他的发展就有很大的市场潜力。这可以从两方面来分析：

① 如果这个画家没有厚实的绘画功底和绘画所需要的陶养及潜质，他就会有被浮躁

的市场炒作起来的嫌疑，赚点钱、发点财都是一锤子的买卖，根本谈不上市场潜力。

② 如果这个画家是一位有境界、有追求的画家，其作品在眼下确实有些水平，但这也只能代表他在某一阶段所展现出的能力。也许，他的能力到此就很难强化了，是极限了，再也不能提升高度了，这样的画家也不能说是具有市场潜力的。这个道理与演艺明星的发展是一样的。有的明星年轻时风风光光，红得发紫，可也就是那么一两年的事情，或者是因为某部电视剧而让他走红。此后，这位明星就没音了，看不到了，没有戏码了，演艺圈称之为“死了”；而有的明星虽然没有被渲染得大红大紫，但是谁也不能否认他是实力派。随着演艺经历的增长，他越来越受到观众的追捧，越来越受欢迎，这就是有潜力的明星。因此，看画家是否具有市场潜力，要将眼光放长、放远，不看一时、一部之作，而是看画家未来的前景。

那么，有市场潜力的画家需要有什么样的条件呢？概括起来讲，分析当代画家的作品是否具有市场潜力，应该考虑以下几个因素：一是艺术功底厚。功底厚才能底气足。一个中国画画家的基础知识和基本技能可被概括为师古人与师造化。一个成功的艺术家必须具备深厚的传统功底，能够吃透古人，深入传统，博取众家之长，才能有所发展。二是有特色。画家学习古今的优秀技法是为了更好地创造自己的风格，与众不同，形成自己的东西，独创一家，而食古不化，模仿、跟风、趋同的画家终将丧失自己。历史上每一位成名的画家无不具有强烈的个性。三是画路广。如果一个花鸟画家除了能画几笔花鸟就不敢涉猎别的画种，这不是艺术家的气概，而是画匠的来派。诚然，中国有“一招鲜，吃遍天”的说法，但现代社会的中国画市场人才济济，不仅需要专才，更需要博学。绘画领域狭窄的画家容易将自己封闭在小圈子内。一个好的画家往往是兼工带写，山水、花鸟、人物等各个画种均能涉猎，还要具备书法、篆刻功底及文学修养等，其作品方能令人爱不释手。四是常变常新。艺术贵在求新、求变。画家一生都要不断学习、钻研、探索和创造，不断突破前人，超越自我，从而使不同时期的笔墨风格皆能独立成趣、各具特色。如果画家一辈子只是一个套路，就那么一两个题材，那么他恐怕与工匠没有太多的区别。绘画不是一种技术活，不是机械而又一成不变的，更多的时候是有灵性的艺术活动，而灵则来自于变，变则通，通则久，画家才能在画坛立得长久，并且在风起云涌的艺市上一展风采。

说市场潜力是年度人物的聚焦基础，就不得不谈谈重视画家的市场潜力的意义。从量化上看，市场潜力表现出来的是一种市场效应，如中国画廊联盟所分析的关注指数、潜力指数、市场化指数等，但实质上，市场潜力代表着画家作品的收藏前景与投资回报率。推出有潜力的画家不但使画家本身有了一定程度的自信，也会使其受到消费者的关注与尊敬。潜力画家才是优秀的画家群体，有客观的投资前景，是

许多投资人、投资公司求之不得的，能够带来长线效应。收藏界有“攀高就低”之说，即指收藏家既要追逐那些市场价位一路飚升的画家作品，因为这类作品在短期内会不断创造新高，同时也要看到那些有实力、市场价位还留有相当增值空间的画家作品，因为它们会带来更大的收益。现在，市场进入了调整阶段，“就低”成为大多数收藏、投资人的选择，且这种选择更趋于理性。这一点与房市有异曲同工之处。拿北京的房市来说，前几年，人们就盯着西直门好、西单好、王府井好，少有人在前几年就在北五环外或东五环外购房。现在，交通迅猛发展，四通八达，前几年在远郊地区购房的业主如今其房子都得到了较大的增值，不亚于市内。这就是市场，这就是一个有共性的市场所表现出来的基本规律。因此，市场潜力大能够证明画家艺术市场的基础是坚实的，让更多的人投资得放心、收藏得安心！

（3）学术能力：年度人物的核心呈现

一般而言，“学术”是系统的、较专门的学问的一种表称。学术能力指专门对某一学问进行系统的理性或理论研究的能力，这些能力不仅包括思辨方面，而且还包括实践方面，以及感性的认知能力等方面。对于画家来说，学术能力指一个画家对绘画进行创造或系统的理论研究的创新能力。

绘画能力不等于学术能力。如果我们把能画作为绘画的评判标准而不去观照画家本身的文化精神和艺术上的创新追求，那么学术能力就只是一个概念而已，因为再漂亮的形式与技巧都是一种表现方式，而不是艺术本身。在现在的画家中，如果问谁对美术史论有透彻理解、对当今画坛学术问题有所见解、对绘画理论有所研究等等，则是凤毛麟角，这也许就是学院派画家受欢迎的原因，因为学院派画家不仅搞创作，而且还会做一些学术研究。具有学术能力的人不是只会摆弄技术、迷失艺术真谛的人，而是具有问题的发现与提出的能力、文献的收集与整理的能力、概念的生成与厘定的能力、做出学术命题的能力、设计研究过程的能力和对学术前沿的敏感度，对中国画坛的现象及中国画创作的发展有着独到的看法和研究。他们的作品也是基于学术性，有学术定位和学术内涵，是真正有实力的表现。其实，优秀画家品牌的核心正是要立足于学术性，如果没有学术的支撑，一些现象是不会长久的。

对于一个画家来说，要想增进学术能力，一是要读书。法国著名社会学家皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)曾说过：“没有理论的具体研究是盲目的，而没有具体研究的理论则是空洞的。”这就需要画家进行大量的学术阅读，而阅读也正是画家学术素养生成的一个必要途径。没有广泛的阅读，就不可能形成自己的观点，更不可能提出自己独特的理论。在广泛阅读的过程中，画家既能够获得知识与信心，又能够受到思维与方法论潜移默化的影响。画家不仅要阅读中国美术理论、美术史，还要透彻了解外国艺术理论、美术史以及学术类的著作和期刊杂志、专业网站上的学

术类文章，通过阅读，及时了解国内外美术动向。二是要写作。论文写作是培养、锻炼、提高画家学术能力的重要途径。多写学术论文不仅能够促使画家不断寻找新的学术兴趣点，占有学术资源与资料，还能促使他们利用这样的机会反思已有的学术成果，对他们以后的学术研究无疑具有重要作用。三是要思考与训练，重视思维模式与研究方法的训练。方法论意识和方法论是做学问的核心要素，方法论的核心是思维模式与研究方法。尝试多种研究方法或者将多种研究方法综合使用，会对学术研究大有益处。学术研究能否有所创新，关键在于研究中所采用的思维模式与研究方法是否对该研究有所助益。画家要想具有较高的学术研究素养和能力，对方法论的学习就是一个不可回避的重大方面。

说学术能力是年度人物的核心呈现，主要是因为：

(1) 学术能力有助于画家形成学术洞察力。洞察力之高低往往能够决定人们对事物的质的规定性的认识程度。因此，重视洞察力的培养能够提高人的认识能力。洞察力能够为人们提供一种审视事物、学理、学问的直觉，这种感觉能够促进感知的主体迅速把握感知对象的特征、范畴与本质。对于年度人物来说，洞察力的培养是一个极为重要的方面。我们评选的年度人物不是挑选“画呆子”，而是要大力培养具有敏锐洞察力的研究型人才。具备较强洞察力的人往往是具有创新精神的人，因为洞察力能够启发智识，并且促生新思维、新认识、新方法，从而帮助主体走向创新大道。唯有具有洞察力的画家，才能够在学术领域开拓出新的天地，而那些抱着书本、守着成见、缺乏洞察力的画家则很难进行高质量的、具有创新性的学术研究工作。

(2) 学术能力有助于培养画家的学术创造能力。对于学术研究而言，学术鉴赏力是一种极其重要的能力，它能够帮助研究者敏锐地觉察到某些学术问题、学术理论、学术方法论的意义和价值，也能够帮助人们形成内在的关于学术的独特能力。人才不是知识的罐子，也不是信息的储存器，而应是在具有了一定的知识储备的基础上同时具有创造能力的人。从某种意义上说，没有学术鉴赏力的画家是不合格的画家，因为画家要有创新性，而创新性需要以学术鉴赏力为依托。

(3) 学术能力有助于提高画家的学术判断力。判断力是学术研究过程中一种不可或缺的关键能力。在学术领域里，诸多问题尚待我们进一步钻研，一些传统的学术见解也仍然需要我们不断反思、深化、发展，这就需要一种学术判断力，即判断这些问题或者已有的见识究竟是否还需要我们进一步研究。没有学术判断力的人或者学术判断力不强的人不可能对似乎定论了的观点、知识、理论等提出挑战，而那些具有良好的学术判断力的人却能够通过反思，从看似是常识的学术成见中找到开掘新理论的切入点。此外，学术视野的开阔也需要杰出的学术判断力。能够准确把握

学术走向、趋势，认清学术未来发展的人往往能够通过挑战习惯理论、挖掘新理论来打开正确而宽阔的学术视野，从而学有所成。

(4) 对藏界的责任表现：年度人物的道德底线

中国画创作本来是一项审美创造与视觉感受结合得非常密切的、学术而又风雅的活动，但在很多时候，由于价值观的扭曲，一些画家让这种风雅之事变成了低俗之举。作品生产者——画家在追逐物欲的圈子里丧失了应有的艺术信念，其颓废程度已经变成了投机者。他们举着绘画的大旗，进行着形形色色的牟利活动：

①有些画家完全是在画“行活”，不讲学术与创新，大量复制、模仿或粗制滥造。行画的制作过程与其说是画画，不如说是体力劳动，所谓作品只是价格低廉的“艺术品”的克隆品。客户只要下订单，根据价格选择不同水平的画师，这些加工行画的人就会加个夜班，画出你想要的任何作品。

②有的画家有些绘画水平，也有点功底，但是绘画的目的性很强，一张口就是钱，完全是为金钱创作。这个时候，他们把创作好的作品拿到市场上去卖，或者通过画商直接成交，俨然像大企业的大老板。

③有的画家精神极度流俗甚至低劣。他们不去创作具有健康境界的作品，而是故意去画一些莫名其妙的写真、写实作品来吸引观众。这些作品肉感欲滴、丝毛毕现，是对艺术的践踏。他们利用人们人性中的庸俗及在艺术欣赏中的低俗趣味，大肆地赚取了不少好处。

④有的画家无视收藏家及收藏界的利益，随意应对市场，欺瞒藏界；还有人把自己当成大师耍大牌，说一套做一套，鱼肉藏家；更有甚者，出尔反尔，不见诚信，落入江湖之圈，严重践踏收藏家及画廊的利益与尊严。

⑤有的画家见自己学术能力不强，就收买评论家、媒体帮着自己搞宣传、打广告、壮名声。他们用金钱砸倒权威的力量，自己却蜚声画坛。这些画家的行为冲垮了他们的道德底线，甚至是没有道德，直接导致的后果就是迷惑了受众与藏界，一些优秀的实力画家也因此越来越难以出头。理性的收藏家的观望态度越来越明显，画作价格的迅速攀比、上扬与作品质量的不断下滑让他们很是茫然无助，不敢轻易收藏，或者说收藏不起，新入市的资金也望而却步；而有些不顾良知的收藏家就跟着画家一起炒作、一起胡闹、一起分享利益、一起对整个收藏界不负责任，让中国画市场逐步陷入一种怪圈。

中国画廊联盟年度人物的推出，正是我们要改变此种没有责任的现状而做出的用心之举。年度人物的出笼，是一种基于民间自发力量的大聚合、大爆发，为中国画市场描绘出了一幅真实的图画。推出年度人物，是以公平、公正的原则，站在收藏的立场上，倾听收藏家的声音与意见。搭建起藏界的交流平台，本着服务和对藏家

负责的态度评选出年度人物，可以值得信赖。年度人物的道德底线就是对藏界负责的最大表现。他们是在中国画市场发展过程中做出重要贡献及产生重要影响的画家，他们的道德水准经过了多年的评估与严格考核、选拔，并建立了相应的淘汰机制，每年评一次，完全是动态的。

（5）共同期待：年度人物代表着一种文化精神

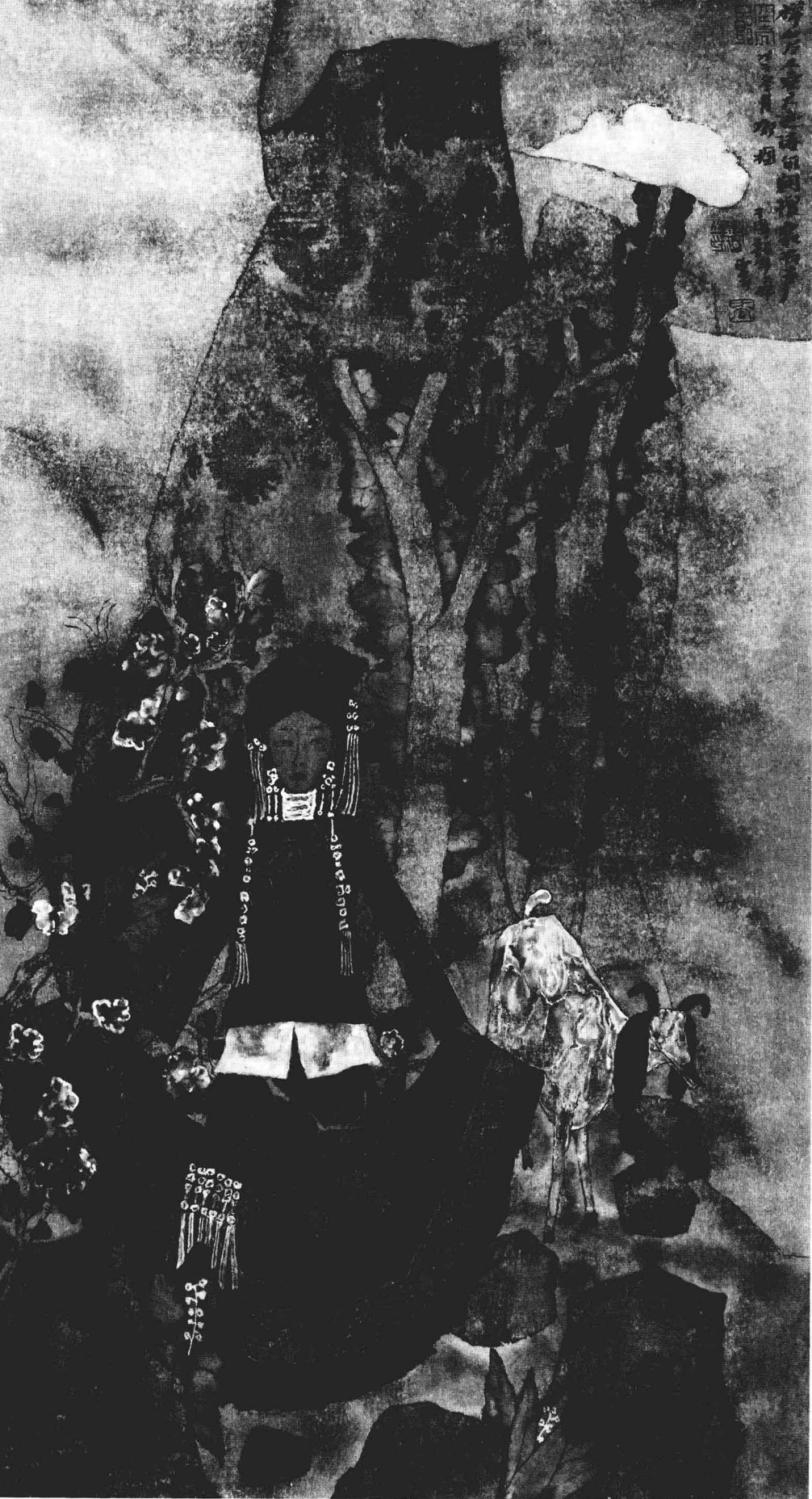
中国画廊联盟年度人物的评选活动不仅仅是一项市场化活动，更重要的是，这项活动肩负着一使命——传递中华民族文化精神的使命，而年度人物的酝酿与产生让我们有了更多关于文化精神不断得到发扬的期待。

中国绘画，特别是中国画，是对中国传统世俗文化的超脱。中国绘画历来关注精神层面的问题，而世俗文化往往使人在相互关联的体制内变得世俗，在世俗文化中生存与成长起来的艺术家也常常会在享受世俗的狂欢中失去了文化的方向。中国世俗文化中恶的一面给予我们的教训是深刻的。同时，这种缺乏人本与人性的内核也是当代中国画画家所面对的文化战略与机遇，为中国画追求真、善、美开拓了巨大的生存空间。

我们也意识到，中国画能够屹立于世界民族之林的法宝不是其形式和千变万化的技法，而是绘画所表达出的中华民族特有的文化精神。在中国国力强大之后，我们能够解决中国文化与艺术的推广及其在全世界的认知问题，这是中国画在 21 世纪行走的重要保障；而文化精神则是中国文化及绘画的内在灵魂。文化是艺术的根基，再绚丽的艺术之花也要开在文化的怀抱中。中华民族博大精深的文化存在永远是中国画生存、发展和壮大的肥沃土壤。中国画的发展要以艺术性与文化性的统一去进一步确立与弘扬中华民族文化核心的价值。民族文化是中国画学的根基，民族精神是中国画学的灵魂。只要中华民族不先于其他民族消亡、只要多元的文化生态未陷入灭顶之灾，中国画就会以不同于西方绘画的精神特征和语言特色存在、发展。中国画的精神无论如何变迁，都要以中国传统文化为旨归。现在，文化精神在当代不断向纵深渗透，已经成为一种很重要的发展趋势。因此，我们审时度势，顺应时代文化大潮，推出了年度人物评选活动。因为，这些年度人物恰恰走在了中华民族文化求新求变的宽阔大道上，走在了文化精神的前沿。他们组成了一个文化精神的堡垒，成为一种文化精神的象征，代表着当代文化的发展倾向，能让更多的受众对中国画审美充满精神消费的愉悦。

我们希望，随着活动的不断深入，一年又一年的年度人物评选会一步步走进文化精神的视野。入选的年度人物画家宛若田野中高立着的参天大树，在当代文化消费的飓风中傲然挺立，成为一种文化精神的代表。虽然这条道路并不平坦，但却是一条通往理想之门的正途大道！

让我们为中国画廊联盟年度人物的评选活动鼓与呼！









邓枫艺术简历

邓枫，中国美术家协会会员，入选文化部文化市场发展中心《中国画当代艺术30年》重点研究案例，北京大学访问学者，中国画廊联盟重点签约画家。

邓枫 人物 纸本设色



目 录

前言

做一个负责任的中国画廊联盟年度人物 /4

年度聚焦

我们需要一种新的突围 /1

陈苏平 /10	陈永锵 /14	崔振宽 /18	何水法 /22	龚文桢 /26
郭石夫 /30	韩敬伟 /34	胡正伟 /38	霍春阳 /42	纪京宁 /46
林容生 /50	刘大为 /54	龙 瑞 /58	卢禹舜 /62	田黎明 /66
吴冠南 /70	袁 武 /74	张江舟 /78	张峻德 /82	张立柱 /86
张志民 /90	赵 卫 /94	赵振川 /98	周荣生 /102	朱兴华 /106

年度关注

艺术需要批评 市场更要批评 /110

中国画市场更需要批评 /114

艺术批评的力量需要资本的助力 /119

罗 杨 /122	韩 浪 /124	黄耿辛 /128	贾广健 /132	蒋世国 /136
李健强 /140	黄耿卓 /144	李晓柱 /148	李彦伯 /152	刘 临 /156
牛 尽 /160	王书侠 /164	王学礼 /168	邢庆仁 /172	邹立颖 /176
赵跃鹏 /180				

年度观察

中国艺术品身份的大转变 /184

当代中国艺术的主题 /191

崔 海 /194	范治斌 /198	李晓军 /202	李 阳 /206	刘明波 /210
杜平让 /214	马硕山 /218	熊广琴 /222	张 喆 /226	张伟革 /230

年度研究

软实力与中国艺术品市场的崛起 /234

关注与负担：中国艺术品市场的成长之痛 /238

艺价比：中国艺术品拍卖市场价值回归之路 /240

价值投资凸显 中国艺术品市场面临新机遇 /245

安 奇 /250	崔 见 /254	邓 枫 /258	顾 平 /262	郭 丰 /266
耿庆力 /270	李溪境 /274	焦子生 /278	刘继红 /282	吕书峰 /286
苏高宇 /290	王国兴 /294	关 羽 /298	王西洲 /302	王英钢 /306
吴泉棠 /310	谢定超 /314	叶 烂 /318	余光清 /322	石 英 /326

年度补记

让艺术擦亮人性的光芒 /330