

艺

ART



ECONOMICS

术

经

济

学



中国商业出版社

艺术经济学

林日葵 著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术经济学/林日葵著. —北京:中国商业出版社,
2006.4

ISBN 7-5044-5615-2

I. 艺… II. 林… III. 艺术经济学 IV. J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 027941 号

责任编辑:陈朝阳

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京明月印务有限责任公司印刷

*

880 毫米×1230 毫米 32 开 8.5 印张 200 千字

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

定价:22.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

序

艺术产品作为一种特殊的商品,既具有意识形态的属性,也具有经济的属性。在经济全球化的浪潮推动下,经济与文化一体化已成为一种社会发展趋势。在此背景下,经济与艺术的融合成为一种历史的必然。经济与艺术的融合或艺术与经济的融合必然产生一种新的经济形态——艺术经济形态。

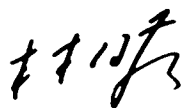
我认为,艺术经济学是融合艺术学与经济学的一门交叉学科,是现代经济学的一个分支学科,是经济科学面临的一个新的课题。艺术经济学要吸取经济学和艺术学及相关学科的精华,构建其本身的逻辑结构,建立自己的科学体系;它还要研究这门学科自身的发展规律和与其他相关学科的关系。

从某种意义上来说,艺术文化是生产力之源。因为艺术生产力在现代文明中的作用,已经成为当今世界各国的共识,因此,我们要用现代知识经济的标准来衡量生产力。我认为,艺术经济生产力不仅应该是综合国力的构成要素之一,而且也应该是衡量一个地区综合竞争力的一个重要标志。

改革开放以来,国内先后出现了证券业、房地产业和艺术产业三个新的投资领域。许多有超前意识和战略眼

光的人已经抓住了证券和房地产投资的机会。他们不仅积累和创造了大量的财富,而且也成为这两个行业中的“领头羊”。我大胆预言,艺术产业的投资高潮即将到来,谁抓住了这个机遇,谁就拥有了财富,并且有可能在这个产业中获得先机。

因此,我们要学习和研究艺术经济学的理论,建立艺术经济学的科学体系,认识艺术产业发展的规律和趋势,探索艺术生产和流通的实践问题;寻找经济中的艺术、艺术中的经济,经济外的经济、艺术外的艺术;以期推动中国艺术产业的健康发展。



2005 年 11 月 1 日

Preface

With the globalization of world economy, the blend between economy and culture has become a trend in the development of society. In this background, the combination of economy and art will also show its certainty. Take art products for example, it not only shows its nature in spirit but in economy as well. Therefore the mixture of art and economy will definitely produce a new form of economy, that is art economy.

To my knowledge, art economics is a sort of science which combines art and economics. It's a branch of modern economy as well as a new economic science. Thus, art economics has to absorb the essence of economic science and art, to form logic structure of art economics, to establish a scientific system of art economics and research its development trend and study the relation between art economics and other forms of science.

As far as I am concerned, the art economy productivity is not only one of the factors which show its overall GDP, but an important symbol of competition in a certain region. Hence, we must measure the productivity force by standard of modern knowledge on economics because art productivity has played a very important role in modern civilization, which has become a common sense all over the world. In one sense, art culture is the origin of the productivity.

As we know, since China began to practice the open-door policy, we have witnessed the growth of investment areas such as securities, real estate and art products, which have attracted so many investors. Many people who have strong sense of investment have grasped the good opportunities in the business of securities and real estate. They not only have made a great fortune but also become the leading roles in these two investment areas. Thus, I predict that the investment in art business will boom in the near future. Whoever grasps this opportunity, he will possess a great deal of fortune by investing in this business and will be the richest.

In a word, it's time for us to study the theory of art economics, to form a scientific system of art economics, to learn about the development trend of art business, and to explore the practical problems in art production and circulation. Now let's start to search for the art in economy, the economy in art, economy through economy and art through art in order to enforce the healthy development of art business.

Lin Rikui

Nov. 1, 2005

目 录

序	(1)
第一章 艺术经济学导论	(1)
第一节 艺术经济学是一门科学	(1)
第二节 艺术经济学与其他学科的关系	(16)
第三节 艺术经济学的研究方法	(23)
第二章 艺术生产	(27)
第一节 艺术生产的概念	(27)
第二节 艺术生产过程	(36)
第三节 艺术生产的历史	(40)
第三章 艺术生产力	(47)
第一节 艺术生产力的概念	(47)
第二节 艺术生产力系统	(52)
第三节 艺术生产力的特征	(56)
第四章 艺术生产关系	(63)
第一节 艺术生产关系的概念	(63)
第二节 艺术生产关系的特征	(69)
第三节 艺术生产力与艺术生产关系的关系	(72)
第五章 艺术产品	(75)
第一节 艺术产品的概念	(75)
第二节 艺术产品的特征	(82)

第三节	艺术产品的价值	(85)
第六章	艺术市场	(91)
第一节	艺术市场的概念	(91)
第二节	中国艺术市场的现状	(103)
第三节	中国艺术市场的发展	(111)
第七章	艺术消费	(117)
第一节	艺术消费的概念	(117)
第二节	艺术消费的主体	(122)
第三节	艺术消费心理的表现	(129)
第八章	艺术品经营	(133)
第一节	艺术品经营的概念	(133)
第二节	艺术品经营的策略	(140)
第三节	艺术品经营的趋势	(148)
第九章	艺术品收藏	(155)
第一节	艺术品收藏的概念	(155)
第二节	艺术品收藏的原则	(168)
第三节	艺术品收藏的风险	(173)
第十章	艺术品投资	(179)
第一节	艺术品投资的概念	(179)
第二节	艺术品投资的策略	(187)
第三节	艺术品投资的特点	(195)
第十一章	艺术品拍卖	(201)
第一节	艺术品拍卖的概念	(201)
第二节	艺术品拍卖的策略与技巧	(212)
第三节	艺术品拍卖的特点	(223)
第十二章	经济与艺术发展	(229)

第一节	经济与艺术发展	(229)
第二节	艺术发展与经济背景	(234)
第三节	经济周期与艺术发展的关系	(240)
后记		(249)
主要参考文献		(251)

Contents

Preface	1
Chapter 1 Introduction to Art Economics	1
Section 1 Art Economics Is A Science	1
Section 2 The Relationship between Art Economics and the Other Sciences	16
Section 3 The Research Methodology of Art Economics	23
Chapter 2 The Art Production	27
Section 1 The Concept of Art Production	27
Section 2 The Procession of Art Production	36
Section 3 The History of Art Production	40
Chapter 3 Art Productivity	47
Section 1 The Concept of Art Productivity	47
Section 2 The System of Art Productivity	52
Section 3 The Characteristics of Art Productivity	56
Chapter 4 Art Production Relations	63
Section 1 The Concept of Art Production Relations	63
Section 2 The Characteristics of Art Production Relations	69
Section 3 The Relationship between Art Productivity	

and Artproduction Relations	72
Chapter 5 Art Products	75
Section 1 The Concept of Art Products	75
Section 2 The Characteristics of Art Products	82
Section 3 The Value of Art Products	85
Chapter 6 Art Market	91
Section 1 The Concept of Art Market	91
Section 2 The Current Situation of Art Market in China	103
Section 3 The Development Trend of Art Market in China	111
Chapter 7 Art Consumption	117
Section 1 The Concept of Art Consumption	117
Section 2 The Group of Art Consumption	122
Section 3 The Psychological Performance of Art Consumption	129
Chapter 8 The Business Management of Art Products	133
Section 1 The Concept of Business Management of Art Products	133
Section 2 The Strategy of Business Management of Art Products	140
Section 3 The Trend of Business Management of Art Products	148
Chapter 9 The Art Products' Collection	155
Section 1 The Concept of Art Products' Collection	155
Section 2 The Principle of Art Products' Collection	168
Section 3 The Risks of Art Products' Collection	173

Chapter 10 The Investment of Art Products	179
Section 1 The Concept of Art Products' Investment	179
Section 2 The Strategy of Art Products' Investment	187
Section 3 The Characteristics of Art Products' Investment	195
Chapter 11 Art Products' Auction	201
Section 1 The Concept of Art Products' Auction	201
Section 2 The Strategy and Technical of Art Products' Auction	212
Section 3 The Characteristics of Art Products' Auction	223
Chapter 12 Economy and Art Development	229
Section 1 Economy and Art Development	229
Section 2 Art Development and Economic Background	234
Section 3 The Relationship between Economic Cycle and Art Development	240
Postscript	249
Bibliography	251

第一章 艺术经济学导论

艺术和经济,艺术学和经济学本来是两个不同性质的门类和学科,但我们却试图把两者融合起来,建立一门新的学科,即艺术经济学,应当说,这是学科发展的需要,也是市场经济发展的必然产物。

第一节 艺术经济学是一门科学

从20世纪60—70年代起,国内外有的学者就提出艺术经济学的概念,开始研究艺术经济学的问题,但他们没有从一门独立的学科或科学的角度来分析和研究。可以这样说,到目前为止,人们对艺术经济学的问题还是感到很陌生。因此,本书力图从建立和构建一门新的学科或科学的高度对艺术经济学的问题进行分析和阐述。

一、艺术经济学的研究对象

这里首先遇到这样一个问题,什么叫艺术?艺术学?艺术经济学?我认为,艺术是通过塑造形象来反映社会生活,表现作者思想感情的一种社会意识;艺术学是研究艺术的学科,或者说,艺术学就是研究艺术现象的学科;艺术经济学是研究艺术生产和消费活动整个过程的规律的科学,或者说,艺术经济学是融合艺术和经济发展一般规律的一门科学。

（一）先来看艺术

我相信每一位读者对艺术都有着某种基本的经验和体认,区别只在于经验和体认的或多或少、或深或浅罢了,而决不会是有与无的问题。艺术是人人都喜爱的东西,区别仅在于所喜爱的是这一种艺术或那一种艺术,决不会有对艺术无动于衷的人。因此,提起艺术,人人都会说出它是什么,或列举出一长串自己所喜爱的艺术品和艺术家的名单。之所以人们对艺术都有着感觉和喜好,是因为从孩提时代开始,大家就从家庭和学校不断地接受各种各样的艺术教育和熏陶。比如,我们阅读小说、诗歌,聆听音乐,观看电影、画展及各种文艺表演;当我们漫步街头、公园时,各式各样的建筑物、亭台楼榭、雕塑便会涌入眼帘;甚至在自己的居室中,也会挂着一两幅书法或绘画作品,书桌上也摆放着一两件小型的工艺品。我们把这一切“艺术”自然地融入到自己的日常生活中,并使它成为生活中一个不可缺少的部分。因此,可以这样说,艺术是我们最熟悉不过的对象之一。

我们认为,通常人们对艺术的认识,主要来自于所接受的艺术观念。尽管美学史上关于艺术的定义和理论各式各样,不尽相同,但它们之间仍然有某些基本的共识,正是这些传统美学理论让我们对艺术有了一个最基本的理解,这些正是人们所普遍持有的最基本的艺术观念。例如,艺术是表现情感的,艺术是对我们的生活世界某种形象化的再现,艺术是美的等等。

（二）再来看艺术学

我们认为,艺术现象作为艺术学研究的对象,就是艺术事实。艺术现象或艺术事实,在现实生活中广泛存在着,唱歌、作画、跳舞、吟咏、谱曲、书写,固然是艺术;就是剪贴刺绣、对联谜语、盆景木雕、体育游戏,也无不是艺术;文物收藏、珍品收集以及包含构形情趣活动都可称为艺术;至于现代西方由艺术生活化、生活艺术化文化思潮而导致的活动,或由情趣引发的活动,都可视为艺术;其

他诸如环境布置、物品陈列、人体动作、言谈举止、姿态仪表、扭曲变形等也都含有艺术的成分。换句话说,艺术与生活同在,历史的留存,现实的涌现,真是千千万万,散见各处,数不胜数。由于样多量大,所以艺术现象复杂而丰富;又由于有共同性,都具备可称之为艺术的特性,因此艺术现象又是系统而整合的。所以作为艺术学的艺术现象,首先就在于它是一种行为,一种活动。艺术活动又总是一种对象性活动,总与艺术对象相关联,而艺术对象就是艺术产品,艺术现象又必然包括可以作为艺术对象的艺术产品。而艺术产品作为物态化或物化的存在物,又是一种相对静态的存在物。有的已存在万年以上,如旧石器时代法国西南部和西班牙西北部多乐多涅拉斯科洞穴岩画《公鹿饰带》;有的正在现实生活中时刻涌现,这是一个难以估计的艺术群体系统存在,从建筑、雕像,到装饰、纹样。毫无疑问,这些艺术历史演变而成的稳定的系列存在,是可看得见、摸得着的事实。

由此可见,艺术学就是研究艺术的学科,艺术作为经验事实,是可以感觉和体验到的一种现象,它内容丰富,是一个由多种因素、关系、运动、形式、环节、规律、本质构成的整体,从这个意义上说,艺术学就是研究艺术现象的学科。这和物理学是研究物理现象的学科、心理学是研究心理现象的学科,文化学是研究文化现象的学科是一个道理。艺术学的历史和现状表明,艺术与审美总是联系在一起的,美学研究艺术,艺术也研究审美,这样往往造成美学与艺术学混而不分,给研究带来诸多疑难问题。现在把艺术学规定为研究艺术现象的学科,就是给予艺术学以独立的学科地位,而不再附属于美学。

当然,从现代美学和现代艺术学的观点来看,没有非审美的艺术,因而艺术现象必然与审美现象交织,这是很自然的。但是艺术现象还与非审美的艺术现象交融,这同样也是自然的。所以艺术学研究艺术现象只是表明不再把审美现象作为主要的或基本的方面,但这不表明不再研究审美现象,更确切地说,艺术学是把审美

现象作为艺术现象的一个层面来研究的;审美融合或附丽艺术,艺术不是把审美作为惟一的要素,除了审美之外,艺术还融合着更基本的非审美层面或要素。

(三) 最后来看艺术经济学

我们认为,艺术经济学,从广义上来看,应包括以下三个方面的涵义,或者说包括三个层面的内容,即艺术品(艺术品经济学),艺术经济学,艺术文化学。下面我们作一个简要的分析。

第一,关于艺术品问题。“艺术”与“艺术品”两个概念有联系但并不相等。在欧洲艺术理论史上,关于什么是艺术的讨论颇多,但关于什么是艺术品的讨论十分有限,因为在传统艺术时代,艺术品的确定性并非难题。从古希腊到 19 世纪,欧洲艺术在物性的呈现方式上,已形成一些基本范型,几乎不可能引起争论,比如悲剧、绘画、雕塑、诗等等都作为艺术品,这些东西的地位得到了人们的共识。希腊时代建立起来的悲剧和雕塑的范式、文艺复兴时期建立起来的绘画和小说范式等等,在长期的演进中形成了以艺术名称出场的同一性。这种同一性表现出以下内涵:

- (1) 艺术品是一种人工制品,是人的技艺活动的结果;
- (2) 艺术品以具象形态出现,它保持着世界的实体表象的质感;
- (3) 艺术品是虚拟的物,是人类想像活动的实体化;
- (4) 艺术品中包含着某种能够被感知的激情。

现代主义艺术诞生之前,在欧洲艺术史上,上述四种涵义关于艺术品属性的同一性表征一直界定着艺术品的范围。而且传统欧洲艺术特别强调对范式的遵循,诸如悲剧这种主流性的艺术形式,其基本范式沿袭达千年之久。自从现代主义登上艺术舞台之后,打破范式几乎成了艺术活动的“范式”。

下面我们对上述的四种涵义作一个简要的分析:

首先,在关于艺术品是一种人工制品的问题上,现代主义时而激烈地排斥技艺而将艺术品归结为一种心灵的经验,时而又排斥