

# 中國國畫市場

ZHONGGUOGUOHUASHICHANG

第1輯

主編 郭宏

关注当代 关注学术 关注名家 关注市场

江溶

封面名家



艺术市场：春天还远吗？

——当前中国艺术市场透析

名家自述——何家英

名家欣赏

北京工艺美术出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国国画市场第1辑 / 郭宏主编. —北京: 北京工艺美术出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5140-0302-4

I. ①中… II. ①郭… III. ①中国画—绘画艺术市场—中国—现代—文集 IV. ①J124-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第018252号

出版人 陈高潮  
责任编辑 杨世君  
装帧设计 郭宏  
责任印制 宋朝晖

## 中国国画市场 第1辑

顾问 刘大为 杨晓阳 何家英  
王明明 张志民 何水法

主编 郭宏

副主编 张杨  
艺术总监 王珏玲  
设计总监 张鹏洲  
学术总监 高志成  
主编助理 李金虎  
事务主管 高静

采编 张杰 梁倩 席丽 张鹏  
编辑 《中国国画市场》编辑部  
电话 010-66101867  
电邮 zqghsc@163.com

出版发行 北京工艺美术出版社  
地址 北京市东城区和平里七区16号  
邮编 100013  
电话 010-84255105 (总编室)  
010-64283671 (发行部)

传真 010-64280045/84255105

网址 www.gmcbs.cn

经销 全国新华书店

印刷 廊坊市佰利得彩印制版有限公司

开本 210毫米×285毫米 1/16

印张 10

版次 2013年2月第1版

印次 2013年2月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5140-0302-4

印数 1~5000

定价 68.00元

## 目录

【聚焦】  
【名家自述】  
【名家作品】  
【谈艺论文】

【名家作品】  
【热点收藏】  
【润格】  
【藏品推荐】

## 封面主题

P04—13

### 艺术市场：春天还远吗？

——当前中国艺术市场透析

中国艺术品市场深度调整过冬 文/岳瑞芳

从一路高歌猛进到直接掉头向下,2012年艺术品市场的变化可以用“惨淡”二字来形容。

其实,中国艺术品市场调整从2011年秋拍起便显露端倪,进入2012年,市场状况持续低迷。据中国拍卖行业协会披露的数据,今年春拍期间,中国嘉德、北京保利、北京翰海、北京匡时等市场前10家艺术品拍卖公司总成交额97.67亿元(含买方佣金),与2011年春拍相比成交额全面下降,基本回落到2010年春拍水平。秋拍总体情况也不容乐观。

P14—25

何家英 文/何家英

绘画对我而言也许是一种天性,因为我从小就喜欢它。那时只要有个纸头,就要画点上东西。小时候家里穷,哪有什么纸张供我画画呀!母亲为维持生计给服装厂做外加工活,盛扣子的小纸盒就成了我画画的宝贝疙瘩。虽然父亲总在家里写文章,有稿纸,但一张都不许我们用,因为那是公家的。

四五岁时,随母亲上街,回来总是把看到的東西画出来,什么马拉车、汽车、电车、桥梁……尽收笔底。有一次母亲说我画的电车不对,说人家电车的连杆是弓形的,而我却画了两个小辮子。

P26—33

康庄 文/刘大为(中国美术家协会主席)

山东画家康庄先生独辟蹊径,自成一家,以中西合璧、前无古人的绘画技法,将水的千姿百态信手拈来,开拓出一个意蕴无穷的世界;他以前瞻性的视角重新建构山水画,成功地击活了“画水史”上的新经典,给了今人关于山水画继承发展问题的无限启示。

P34—43

孙恩道 文/林阳(中国美术出版总社、人民美术出版社总编辑)

当我翻阅承载着孙恩道先生倾注近十年心血积累而成的让人赏心悦目的画册打样时,不免为之动容。

P44—53

江溶 文/刘德扬

江溶的山水画很静。

有趣的是,江溶的“溶”字,其本义是溶化、溶解。而在他的画里,的确就弥漫着那令人遐想的溶溶诗意。

# PREFACE

## 刊首语

当前，由社会变革催生的文化现实中，中国的书画家何止几万、几十万，但有较高艺术素养、真正能够左右市场的恐怕只有数百位，基中抛去钱权诱惑和追逐、潜心创作优秀作品的则仅仅是数十位。

有人评价，当今画坛无大师。的确，没有学术价值的作品，进不了主流艺术的殿堂；没有文化底蕴支撑的艺术家，位列美术史那是痴人说梦。而为数众多靠高强度炒作的画家们，却常常自诩为当代大师。其实，其作品的真正价值与其市场表现严重脱节，意欲在中国美术史上占有一席之地确实很难，至多算是昙花一现罢了，泡沫早晚都要破灭。

因为中国美术史的定论是靠时间和实践两个维度来定位的。

在西方美术史中，我们熟知欧洲文艺复兴时期是艺术巨匠频出的时代；当今中国，处于风云跌宕、多层结变革的特殊时期，更能催生精彩的艺术作品，这是个不争的事实。

一批活跃于画坛的中坚力量，以独到的艺术风格代表着现时代美术创作的主流，成为当代主流艺术家。他们拥有丰厚的学术素养、扎实的基本功和高超的技艺，潜心创作精品，以极具个性的语言和创新于传统的艺术形式，真诚地直抒胸臆诉说感受，精妙地描述当代社会现实，淋漓尽致地表现中国画的笔墨精神和审美情趣。

他们是对“当代无大师论”的最好回应。一方面，他们的确还不能称作大师；另一方面，他们却实实在在是名家，是主流，大浪淘沙过后，其中必将产生新时代的大师。毕竟他们的艺术价值和在绘画史中的地位将会得到众人的认同，以他们为主流的艺术作品已被市场高度接纳，并呈现奔逸绝尘的发展之势。

艺术家们谁能代表21世纪的中国画坛？屈指算来，谁也不敢妄下结论；预测未来，这个答案更有点恍惚。但可以肯定的是，今天的精品注定成为明天的经典，今天的主流名家铁定孕育未来的大师。

# PREFACE

## 刊首语

当前，由社会变革催生的文化现实中，中国的书画家何止几万、几十万，但有较高艺术素养、真正能够左右市场的恐怕只有数百位，基中抛去钱权诱惑和追逐、潜心创作优秀作品的则仅仅是数十位。

有人评价，当今画坛无大师。的确，没有学术价值的作品，进不了主流艺术的殿堂；没有文化底蕴支撑的艺术家，位列美术史那是痴人说梦。而为数众多靠高强度炒作的画家们，却常常自诩为当代大师。其实，其作品的真正价值与其市场表现严重脱节，意欲在中国美术史上占有一席之地确实很难，至多算是昙花一现罢了，泡沫早晚都要破灭。

因为中国美术史的定论是靠时间和实践两个维度来定位的。

在西方美术史中，我们熟知欧洲文艺复兴时期是艺术巨匠频出的时代；当今中国，处于风云跌宕、多层结变革的特殊时期，更能催生精彩的艺术作品，这是个不争的事实。

一批活跃于画坛的中坚力量，以独到的艺术风格代表着现时代美术创作的主流，成为当代主流艺术家。他们拥有丰厚的学术素养、扎实的基本功和高超的技艺，潜心创作精品，以极具个性的语言和创新于传统的艺术形式，真诚地直抒胸臆诉说感受，精妙地描述当代社会现实，淋漓尽致地表现中国画的笔墨精神和审美情趣。

他们是对“当代无大师论”的最好回应。一方面，他们的确还不能称作大师；另一方面，他们却实实在在是名家，是主流，大浪淘沙过后，其中必将产生新时代的大师。毕竟他们的艺术价值和在绘画史中的地位将会得到众人的认同，以他们为主流的艺术作品已被市场高度接纳，并呈现奔逸绝尘的发展之势。

艺术家们谁能代表21世纪的中国画坛？屈指算来，谁也不敢妄下结论；预测未来，这个答案更有点恍惚。但可以肯定的是，今天的精品注定成为明天的经典，今天的主流名家铁定孕育未来的大师。

## 图书在版编目(CIP)数据

中国国画市场第1辑 / 郭宏主编. —北京: 北京工艺美术出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5140-0302-4

I. ①中… II. ①郭… III. ①中国画—绘画艺术市场—中国—现代—文集 IV. ①J124-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第018252号

出版人 陈高潮  
责任编辑 杨世君  
装帧设计 郭宏  
责任印制 宋朝晖

## 中国国画市场 第1辑

顾问 刘大为 杨晓阳 何家英  
王明明 张志民 何水法

主编 郭宏

副主编 张 扬  
艺术总监 王珏玲  
设计总监 张鹏洲  
学术总监 高志成  
主编助理 李金虎  
事务主管 高 静  
采 编 张 杰 梁 倩 席 丽 张 鹏  
编 辑 《中国国画市场》编辑部  
电 话 010-56101867  
电 邮 zgghsc@163.com

出版发行 北京工艺美术出版社  
地 址 北京市东城区和平里七区16号  
邮 编 100013  
电 话 010-84255105 (总编室)  
010-64283671 (发行部)  
010-64280045/84255105  
网 址 www.gncbs.cn  
经 销 全国新华书店  
印 刷 廊坊市佰利得彩印制版有限公司  
开 本 210毫米×285毫米 1/16  
印 张 10  
版 次 2013年2月第1版  
印 次 2013年2月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5140-0302-4  
印 数 1~5000  
定 价 68.00元

版权声明: 本书刊登的所有图文作品未经本社同意不得转载或任何其他形式使用, 违者必究。

## 目录

【聚 焦】  
【名家自述】  
【名家作品】  
【谈艺论文】

【名家作品】  
【热点收藏】  
【润 格】  
【藏品推荐】

## 封面主题

P04—13

### 艺术市场: 春天还远吗?

——当前中国艺术市场透析

中国艺术品市场深度调整过冬 文/岳瑞芳

从一路高歌猛进到直接掉头向下, 2012年艺术品市场的变化可以用“惨淡”二字来形容。

其实, 中国艺术品市场调整从2011年秋拍起便显露端倪, 进入2012年, 市场状况持续低迷。据中国拍卖行业协会披露的数据, 今年春拍期间, 中国嘉德、北京保利、北京翰海、北京匡时等市场前10家艺术品拍卖公司总成交额97.67亿元(含买方佣金), 与2011年春拍相比成交额全面下降, 基本回落到2010年春拍水平。秋拍总体情况也不容乐观。

P14—25

何家英 文/何家英

绘画对我而言也许是一种天性, 因为我从小就喜欢它。那时只要有个纸头, 就要画上点东西。小时候家里穷, 哪有什么纸张供我画画呀! 母亲为维持生计给服装厂做外加工活, 盛扣子的小纸盒就成了我画画的宝贝疙瘩。虽然父亲总在家里写文章, 有稿纸, 但一张都不许我们用, 因为那是公家的。

四五岁时, 随母亲上街, 回来总是把看到的東西画出来, 什么马拉车、汽车、电车、桥梁……尽收笔底。有一次母亲说我画的电车不对, 说人家电车的连杆是弓形的, 而我却画了两个小辫子。

P26—33

康 庄 文/刘大为(中国美术家协会主席)

山东画家康庄先生独辟蹊径, 自成一派, 以中西合璧、前无古人的绘画技法, 将水的千姿百态信手拈来, 开拓出一个意蕴无穷的世界; 他以前瞻性的视角重新建构山水画, 成功地击活了“画水史”上的新经典, 给了今人关于山水画继承发展问题的无限启示。

P34—43

孙恩道 文/林阳(中国美术出版总社、人民美术出版社总编辑)

当我翻阅承载着孙恩道先生倾注近十年心血积累而成的让人赏心悦目的画册打样时, 不免为之动容。

P44—53

江 溶 文/刘德扬

江溶的山水画很静。

有趣的是, 江溶的“溶”字, 其本义是溶化、溶解。而在他的画里, 的确就弥漫着那令人遐想的溶溶诗意。

## P54—61

### 梅墨生 文/韩朝

近几年,梅墨生投入到水墨画的创作之中,也算是重操旧业吧。这次在国际艺苑举办的画展只是画家近两年半的成果,却给观众耳目一新的审美感受。一方面促使人们对画家梅墨生的艺术道路进行探寻,另一方面又引发人们对当代中国画一些问题的思考。两者相互彰显,正是梅墨生画展的意义所在。

中国画近二十年迅速呈现出多元的态势,期间不乏优秀的艺术家和美术作品。但不能否认,种种非艺术因素的介入使中国画处于一种繁荣与委靡并置、精英与平庸同在的尴尬境地。

## P62—73

### 米金铭 文/罗娜(新加坡当代艺术策展人)

当代水墨创作往往面临着看似不可调和的两个方面:一方面,既要保持中国文化身份的水墨传统,另一方面,将水墨融入当代现实,表达对当下的感悟。如何解决择“黑”或取“白”的二元对立呢?其实,在“黑”与“白”之间,存在着广阔的“灰色地带”。这一“灰色地带”包含了当代水墨创作更多的可能性。当我们看到米金铭的水墨作品时,可以感受到他努力地发掘这种可能性。

## P74—78

### 谈艺论

## P79

### 画廊

## P80—89

### 宣兵——创作手记

当代画坛,人物画家可谓摩肩接踵、流派众多,名家不胜枚举。先贤和前辈们的艺术成就,丰富多彩、博大精深,有着深厚的历史文化底蕴,是我艺术创作过程中汲取营养的源泉。牛顿曾说:“如果说我看得比别人更远些,那是因为我站在巨人的肩膀上”,我之所以有一些进步或是成绩,很大程度上是受益于先哲和大师的启迪。为此,我常怀感恩之心,在艺术创作的道路上不敢有半点懈怠。

## P90—99

### 王永顺 文/许祖良

中国画是诉之于感觉,同时又是超感觉的。这是讲画之“形与画之“道”,是创作应达到的一种境界。王永顺的不少中国山水画作品是趋向这种境界的,对一个中青年画家来说,颇难能可贵。

## P100—107

### 郝爱平 文/刘大为(中国美术家协会主席)

1987年爱平就读于解放军艺术学院,他是一位勤奋上进的学生。而后,他与几位同学在军博举办的联展中,看到了他一些充满灵气、格调高雅的作品。2004年,他又以优异的成绩考入了我的工作室,成为高研班中我的一名研究生。

## P108—117

### 包少茂 文/陈履生

在中国画领域,过去有很多人是守着前人的粉本而生活,所以画面中很难感受到自然启发的性情。这种画家在当代已经很少。但是又出现了另外的情况,那种所谓的现实题材,比如江南的小景、黄山的烟云,也呈现出一种公式化和概念

化的倾向,在画面中同样表现不出生动的自然和勃发的性情。西部画家包少茂笔下的黄土高原,不仅没有人们常见的那种流行性的习气,而且以水墨的特性表现出黄土高原的生机。他把生活的干裂、贫瘠、苍凉、迷茫,都转化为一种希望。

## P118—127

### 朱荣华 文/李人毅(中国作家协会会员、中国美术家协会会员、国家一级美术师、人民美术网总编辑)

品读朱荣华的中国画最大的精神享受是视觉上的舒服感,每幅作品都很养眼,可谓赏心悦目了。这倒引伸了一个话题,美术作品的评价标准,是以秀美怡人为佳呢?还是以看了费解又被标榜成高深莫测为好呢?当然,真正的美术作品还应以大众审美需求为最高举要,而上乘的中国文人画莫不是以骨秀为内质……

## P128—137

### 杨声 文/吕中元(中央美术学院教授 传媒设计系主任)

通过《孔子执教图》《十八罗汉》《观鱼图》《归田园居》等画面,我们看到了一个似乎正在发思古之幽情的传统书生。而《夜行列车》《忧郁》《玫瑰花蕾》等这些渗透着现代人情感信息的作品,我们又发现,对于城市生活、对于现代情境,画家其实一直都是一个在场者。他的作品反映了精神的游离,却又深陷其中。

这就是杨声,他思维的触角总是一面伸向古典,一面指向现代。我知道,其实他并没有给自己的艺术行为编一个很堂皇的理由,比如说继承与创新之类,他只是要表达。因为生活对于他永远都是两种状态:存在,或是向往。

## P138—145

### 杨运高 文/邵大箴

杨运高是一位勤奋、善于思考和很有才气的青年画家。勤奋对从事任何职业的人都很重要,可以说是成功的基础。可是,只有勤奋而不善于思考和缺乏天赋的人,也很难有真正的作为,反之亦然。自幼爱好丹青的杨运高,在广西艺术学院中国画学院学习时,就表现出刻苦的钻研精神,他不仅虚心学习技巧,而且注意发现问题、研究问题。大家都要完成课堂学业,要完成学年创作,他却开动脑筋寻找他最熟悉的题材和运用与人们不同的语言符号,来加以表现。他出生在广西象州,他的故乡有一条流经广西西北大部分地区的红水河。这条被他称之为母亲河的红河奔腾在群山峰峦之中,伴以树木草丛,其雄奇,其险峻,其温和,其秀美……随着气候变化而呈现出各种迷人的景象,给予他视觉、感情和心灵以深刻的感染。

## P146—151

### 李春安 文/慧敏(作家、山东省文艺评论家协会理事)

小桥流水的怡然,名山大川的雄伟,孤帆远影的飘逸,峡谷溪涧的幽静……这是从李春安的山水画中读的一种精神格调。

艺术是艺术家生命的再现;人格品位、精神境界的成象。李春安将生命的激情化作笔墨的灵动,把大自然的神韵风情化羽为心象,借翰墨之魂,挥毫泼墨方寸间,还原了自然万物的生命状态,艺术地升华了其内在的精神境界。

## P152—155

### 润格

## P156—160

### 藏品推荐



# 艺术市场：春天还远吗？

——当前中国艺术市场透析



引言——

## 中国艺术品市场在深度调整中过冬

文◎岳瑞芳

从一路高歌猛进到直接掉头向下，2012年艺术品市场的变化可以用“惨淡”来形容。

其实，中国艺术品市场调整从2011年秋拍起便显露端倪，进入2012年，市场状况持续低迷。据中国拍卖行业协会披露的数据，今年春拍期间，中国嘉德、北京保利、北京翰海、北京匡时等市场前10家文物艺术品拍卖公司总成交额97.67亿元（含买方佣金），与2011年春拍相比成交额全面下降，基本回落到2010年春拍水平。秋拍总体情况也不容乐观。雅昌艺术品市场监测中心最新监测数据显示，截至12月19日，大中华地区艺术品秋季拍卖成交总额为255.9亿元人民币，较去年同期下降约50%，成交规模近乎“腰斩”。衡量市场热度的高价拍品数量也急剧下滑，截至目前，今年仅有1件亿元拍品诞生。

面对深度调整中的中国艺术品市场，萎缩论、崩盘论等观点甚嚣尘上。业内专家近日表示，此种论调并无根据，中国艺术品市场的调整要通过总量和质量来判断。

在出席99艺术网主办的“2012第三届中国艺术品市场高峰论坛”时，与会专家普遍认为，受宏观经济等诸多因素影响，艺术品市场调整不可避免，具体表现为成交额大幅下滑。但依托成熟的产业链，中国艺术品市场定会在变革和发展中越来越好。

中国拍卖行业协会艺委会副主任刘尚勇认为，市场的艺术品资源目前进入到一个相对“枯竭”的时期，市场上好拍品减少，拍卖公司征集作品困难；未来应从宽度和广度两方面考虑解决：从广度上，拍卖行业应引进新的拍卖品种、艺术资源；从宽度上讲，拍卖公司应直面挑战，挖掘艺术品背后的文化价值。

虽然各方对市场“调整”已达成共识，但对市场预期及何时“见底”仍持异议。收藏家刘锡荣认为，此轮调整至少持续二三年，市场各方要做好“过冬”准备。不过，中国嘉德拍卖公司副总裁寇勤对市场看法则相对乐观。他认为，艺术品市场遭遇的最坏状况已经过去，经过1年多的调整，市场下滑的势头有所缓解，各方心态日趋理性，明年艺术品市场在宏观经济向好的背景下也将略有回升。

透析——

## 国内艺术品拍卖市场还要调整多久

文◎季涛

2012年终于来到了年底，各方面的数据表明，经过近三个月的秋季拍卖，国内艺术品市场继续表现出全面缩量和调整的势头。

### 秋拍调整态势不减

中国嘉德秋拍总成交从春拍的21.4亿元下滑到17.45亿



元，环比2012春拍下降18%，同比2011秋拍下降55%。北京保利从春拍的30.3亿元下滑到秋拍的23.1亿元，秋拍环比春拍下降24%，同比2011秋拍49.2亿元成交下降约53%；北京匡时则从春拍的12.6亿元下滑到9.3亿元，环比下降26%，同比2011秋拍18亿元成交下降了约48%；北京荣宝2012秋拍成交总额为2.2亿元，相比春拍2.56亿元环比下降14%，同比2011秋拍4.5亿元成交下降约51%。

雅昌艺术品市场监测中心最新监测数据显示，截至12月19日，大中华地区艺术品秋季拍卖成交总额为255.9亿元人民币，较去年同期下降约50%，成交规模近乎“腰斩”。2012年秋拍中，能够衡量市场热度的高价拍品的成交数量急剧下滑，以亿元拍品为例，2010年秋拍中，成交价上亿元（含佣金）的拍品有16件，2011年春拍也出现了15件亿元拍品，而2012年秋拍，仅有1件亿元拍品诞生：即保利拍卖的元代纪实风情长卷王振鹏的《江山胜览图》，以1.012亿元成交。

各个艺术门类中，当代艺术板块行情惨淡，成交率大跌，瓷器杂项继续趋冷，只有中国书画相对坚挺，起到“中流砥柱”的作用。截止到12月19日雅昌的统计，书画拍品仍然占据半壁江山，占总成交额50%。瓷器占22%，油画占9%。书画总成交额是131亿，比起去年秋季最火爆的时期257亿，减少了约一半。瓷器杂项拍卖总成交额57亿，比起去年瓷器杂项最高时期的116亿，也将近减半。油画及当代艺术，历史上最高峰出现在2007年的秋季38亿元总量。今秋23.66亿，比2007年减少约三分之一，其中，当代艺术的下滑更严重些，传统油画市场相对比较稳定。

### 市场表现出“惜售”和“惜买”

随着经济环境、艺术品市场的变化与不稳定因素的存在，不管是投资人、藏家还是卖家，都感到国际国内环境有很多不可控性，对经济环境没有绝对的预测与把握，因此大家的预期都在发生着变化。作为艺术品卖家，对艺术品价格涨势的预期仍然很高，定价难免与市场预期存在差距，为了避免损失而不卖；买家确在观望，想买却不愿出高价，由此出现

了僵持胶着状态，形成“惜售”与“惜买”的博弈。2012年秋拍与春拍存在着同样的问题：拍卖企业征集作品难、交易付费难、聚拢人气难。

相比以往而言，2012年秋拍的成交主要集中在中低价位的拍品，买家出手较为谨慎、理性。对于中国近现代书画板块来说，不仅是亿元大关难过，千万级别的拍品也相应减少。成交最多的价位反而是几十万到几百万的拍品。大家都明白，现在是该买东西的时候，但是买涨不买落的“羊群效应”，仍然导致了更多的观望。据了解，秋拍中，仍然不断有新的买家入场，拍卖场上的买家人数并没有与成交额成比例地减少。人还在，钱没走！围观的多，举牌的少。这是今年秋拍各大拍场的普遍情形。

许多人认为现在的艺术品市场存在着泡沫，我以为，泡沫永远会存在，只是伴随着经济形势和市场信心而存在。泡沫也不可怕，每一次市场下滑调整，就是把急功近利者、盈利丰厚者洗出局的过程，就是挤出泡沫，让真正的收藏和长线投资沉淀下来的过程。这次市场持续调整最根本的因素还是市场自身的规律在起作用，2009年以来艺术品的过度上涨所形成的虚高价位超过了当前经济水平的支撑，因此市场掉头向下，在调整中完成“挤泡沫”的过程。



## 市场调整中拍卖企业不乏对策

市场调整期也许正是艺术品拍卖企业研究总结，重新审视和确定今后发展方向的时候。因而，有些拍卖行在尝试开发新品种，尤其尝试拍卖那些以前没怎么拍过，没怎么涨过的品种。比如中国嘉德秋拍中开设了“人体艺术专场”和“灵感”艺术设计专场；“灵感—设计艺术专场”总成交近1190万元。北京华辰拍卖的影像专场的成交额超过500万元，市场相对稳定，没参与调整；华辰还首次推出老唱片专场拍卖。北京荣宝继续春拍推出的烟斗专题，秋拍又新推出20余支的“古董高尔夫球杆”的拍卖。北京保利继去年首次推出的小提琴专场后今年又有两架钢琴上拍，首次推出的“科技古董”专场上拍了110件老式相机和镜头。北京匡时的茶道具专场已经举办了三季，今次又有120件拍品上拍；更为新颖的是，开辟了126件香道具的专场，算是一种新鲜尝试。

2012年国内无论春拍，还是秋拍，最为抢眼的拍品一定属于古籍善本！2012年6月北京匡时的“过云楼”藏书以2.16亿元创下中国古籍拍卖的世界纪录；秋拍中，匡时“南长街54号”藏梁氏重要档案的146件拍品全部成交，成交额超过6709万元。北京保利秋拍中的“广韵楼”藏珍贵古籍善本专场总成交额近7500万元。北京匡时拍卖公司从文化角度、历史角度对梁启超的信札进行了广泛的普及、推广和深入的挖掘，其结果既发扬了拍卖企业在促进文化发展的巨大作用，也有效地提升了匡时的企业品牌。也许今后艺术品拍卖市场最应该做的就是这样去深入挖掘所经营的艺术品或者收藏品背后的文化价值。今后，促进以价值发现为主线的新型收藏投资文化的兴起，正是艺术品市场走向成熟的重要标志。

市场调整期，也许有助于拍卖企业强化自己的企业品牌，培训员工队伍，加强企业管理和服务意识。北京保利秋拍预展时，在展馆开辟专门的美食区域，把各地美食小吃、下午茶甚至火锅都搬到了现场。说明拍卖企业在努力吸引大众收藏者的参与，提高拍卖服务水准。

目前艺术品拍卖市场存在的问题主要在于：投资、投机的需求超过了对于艺术品真正的审美及收藏需求。想要一夜暴富的人远远大于珍赏、研习艺术品的人。现在很多的投资者实际上充当的是投机者的角色，春拍买而秋拍卖，上海买的北京卖，真正出于收藏目的的买家比例有限。如此的频繁换手势必会增加买家的风险。市场调整期也正好给了收藏爱好者和投资者学习研究文物艺术品的时间。人们在逐步改变投资甚至是投机的理念，慢慢转化为收藏、装饰为主，长线投资为辅的方面来。市场调整期，正好可以使许多暂时被套的投资者反思和总结，树立艺术品收藏和长线投资的理念。

市场调整期也许是买家出手“抄底”的时候，多去分析国内的政治经济形势，研究历年来拍品的涨跌规律，在此伏彼涨中发现机会，从而决定入手的时间。收藏爱好者要多咨询业内人士，“抄底”一定是抄那些以前涨得少的，近期跌过头的东西。

市场调整期也有利于拍卖企业的优胜劣汰。最近，北京匡时与上海恒利合并重组就表明：借助双方的品牌优势、地

域优势、经营优势，强强结合，优势互补，降低成本，也许成为了市场调整中的一种应对策略。一些先收图录费、鉴定费的，故意卖假货的拍卖公司就会难以为继，靠赝品吃饭会难上加难。每一次市场下调都是将赝品更多地洗出市场的过程。古董市场中的一些乱相将会在发展中，借助市场杠杆作用逐渐地被调整和消除。

市场调整期也许有助于艺术品一级市场的成长。目前我国的画廊业不够成熟，主要反映在代理机制尚不健全，画廊主通常较为急功近利，对艺术家的推广宣传不够全面到位，因此画廊与艺术家的信任度经常出现问题。趁着市场调整，正好可以使画廊腾出时间去了解和选择画家和作品，对代理画家进行学术分析和推广展览的活动。

## 市场已经接近了“黎明前的黑暗”

2012，虽然艺术品市场进入了持续的调整期，但从长线来看，艺术品市场仍然处于上升期。业内人士普遍认为，虽然受宏观经济和市场自身原因等影响，艺术品市场的调整不可避免，但调整的存在实际上更有益于今后的上涨。随着艺术品市场的调整过程，市场各参与方将会更加趋于理性，这十分有助于市场长远、健康地发展。

2013年的艺术品拍卖市场也许还在探底中，目前调整的深度已经明显超过了2006-2008年的那次调整，继续下滑的空间应该不会太多。在国内外经济状况不出现明显滑坡的情况下，2013年秋拍或2014年春拍也许就是分水岭，到那时市场很可能会出现反弹！历史的经验表明，一旦出现反弹，就往往是疾风暴雨般的，令人追涨不及！所以收藏者和投资者把握入市的时机将十分重要！

信息——

## 一种积极信号

文◎郭宏

去年6月，国家文物局发函通知行使国家优先购买权，优先购藏日前在嘉德春拍中以554.4万元成交的“陈独秀等致胡适信札”。

这是我国政府首次采用如此方式的“文物优先购买权”，对拍卖市场出现的有必要国家收藏的重要文物进行购买。过去，我国更多地是采用限定竞买者方式，如规定只允许国家博物馆和国营企业参与竞拍。这次政府有关部门并不参与直接竞拍，而是在拍卖之前发布声明，将根据某几件拍品的拍卖结果考虑是否行使优先购买权。这种方式的推出，被普遍认为既考虑了国家收藏的需求，又尊重和兼顾了各利益方利益的多赢之举。

新时期以来，由于各种生存及危机的压力，文化从来没有像今天这样受到政府层面的重视与关注，难怪不少有志之士发出感慨：文化的春天到了。在这个节骨眼上，又发生了一件让人兴奋的事件，即国家文物局首次启用国家优先购买权。看似一个微小的变化，一件普通而又简单的事件，却让

我们可以从中解读出比较丰富的信息：

一、在市场化领域用市场化的手段去实现国家的意图，是施政理念的一次重大变革，特别是在刚刚起步的艺术品市场，为实施更加积极的国家公共艺术政策提供了新的示范与手段，开启了艺术品市场发展的一种新的可能性。

可以说，行使国家优先购买权，首先，加快了国家艺术品发展基金的建设，以带动社会资本的有效聚集、整合，激发民间发展艺术品市场的动力与活力，引导与带动社会资本服务于艺术品市场建设与发展的整体布局，从而打造较为完整的艺术品消费链条，实现艺术品市场规模效应的充分释放。其次，将国家专项资金与政策性银行金融支持互补，推动我



幽谷 160cm×80cm

国艺术品资本市场的发育，强化其对国内外市场的资本支撑，推动我国艺术品市场国际化的格局。

二、随着中国软硬实力的增强，首次行使优先购买权，是国家释放推动艺术品市场发展，公开、公正参与艺术品市场的一种积极的施政与调控的心态，是一种国家担当、不与民争利的积极态度。

虽然当下的中国艺术品市场政策及体制长期错位，艺术品市场的一级市场和二级市场结构倒置，但拍卖市场秩序的建立有利于一级市场的发育与壮大。一级市场的主体是画廊，其职能是将艺术品通过流通渠道转化为商品，通过规范的商业运作作为艺术家的成长和成功创造条件。二级市场的主要形式是拍卖，其经营方式是艺术品经营者接受艺术品所有者的委托，将艺术品投入市场的销售方式。再加上艺术品市场还不具备艺术品减免税的配套政策，依然受到艺术品资产化的困扰，致使艺术品虽然价格昂贵却不能抵押。本次国家首次启用优先购买权是在公开的二级市场上而不是在私下进行交易，为建立市场秩序走出了重要的一步。

三、首次实施优先购买权是国家实施文化战略，标示国家文化意愿与立场的一种话语通道，是国家意志在市场运作中的体现。

无论是中国艺术品的早期收藏，还是近年来艺术品市场的高涨，无不受到经济占强势的西方世界的影响，这种影响直接体现在对艺术品价格的制定上，即以西方国家为中心的定价原则。这种原则牵引了中国艺术家的创作，是学术话语权和市场上价格话语权的体现。在这种影响下，中国艺术家为了寻求个人更多的利益，会更多地迎合西方艺术理念及文化，中国的艺术作品的标准就会渐变为是否符合西方口味、是否被西方接受，国际拍卖也形成了以西方为权威的价格体系，中国艺术品本身所应具有学术价值将在作品的类型化和趋同感被强化中成为一种附庸。因此，国家首次启用优先购买权保护中国文化利益，争取中国艺术品在市场上的话语权，建立中国艺术品市场的中心定价原则，意义重大。

四、行使国家优先购买权为有效地维护国家文化利益，保障国家文化安全提供了新的探索空间。

文化的市场化过程总是伴随着市场文化价值化的过程。中国艺术品市场的发展程度不仅关系到市场各利益主体的兴衰，而且也关乎着中华民族的核心文化利益，关乎着中国文化战略的高度。在现代世界格局中，国家力量的当代衡量不再局限于经济和军事力量，利用文化影响力提高自身的国际地位已成为世界各国的战略选择。中国的艺术家是民族文化



精神的符号与代表,其作品的市场价格与状况在一定程度上也影响着世界对这个民族文化的认知与评判。因此,艺术品市场的发展应站在中国文化这个大背景下去进行一种文化审视。应该引以为戒的是,发展艺术品市场,不能离开学术导向,国家首次启用优先购买权可以看作是中国艺术品市场形成学术运营及学术推广机制的一个开始与可能,这会引导中国艺术品市场走出纯粹的民间市场和自由市场,为国家文化战略服务,有效保障国家文化利益与安全。

五、公共财政积累的空前壮大,使中国艺术品市场启用国家优先购买权在政府层面有了强有力的经济支撑。

国家首次启用优先购买权是公共财政支出的一种形式,中国艺术品市场处于发展初期,公共财政积累对于改善艺术品市场因资金匮乏而造成的发育不良大有裨益。可以说,公共财政是国家发展艺术品市场的坚强财力后盾。我们有理由相信,首次启用国家优先购买权绝对不是最后一次,公共财政积累的空前壮大,使政府可以更自如与更自信地对艺术品市场进行强有力的支撑。

当然,优先购买权的实施为艺术品市场的发展注入了新的血液。但在其执行过程中我们还需理性地面对:1. 既然优先购买权是一种国家行为,一种制度安排,就不能当成一

个个案一事一议,应建立相应的运作机制;2. 在国家文化战略层面上,要研究中国艺术品市场发展的内在规律,建立相应的标准及实施示范,避免随机性、协议化地行使该项权利,以避免官僚主义及以一己之好恶来确定涉及国家文化战略的高度问题;3. 建立严格的监管制度,以切断利益共同体的以国家之名义,市场化的手段达成其利益目的;4. 实施优先购买权要充分尊重公众的知情权,在无涉国家秘密的前提下尽可能与公众共享其信息,减少暗箱操作的嫌疑,毕竟这种优化购买是市场化的,花的是国家财政、纳税人的钱。

当然,我国公共权力相对集中,加强领导,特别是依托领导的层级也是非常重要的方面。既要建立保证有效领导、完善政府公共艺术政策宏观管理的调控机制,又要充分发挥市场对资源配置的基础性作用。我们相信,优先购买权这项新的制度安排会被进一步完善,并能充分发挥其作用,为国家文化战略的实施,维护国家文化安全,推动中国文化市场的发展发挥其应有的示范及带动作用。





正是枫叶几度红

#### 专家观点——

### 艺术品市场理性回调 藏家接手的好时机

今秋中国各大拍卖公司的艺术品成交数据呈下滑趋势，但真正流传有序并具有重要艺术史价值的精品仍广受收藏家青睐。业内专家称，在经历了高速增长后，中国艺术品市场正处于理性回调期。

荣宝斋（上海）2012 秋季艺术品拍卖会以 3.43 亿元人民币落锤，相比去年秋季超过 10 亿元的成交总额降幅不小，但一些兼顾名望与品质的杰作仍取得佳绩，如齐白石《多子、大利、大寿三条屏》和郑板桥《兰竹图》，均以 1207.5 万元人民币成交。保利秋拍更延续着“书画亿元时代”，在其古代书画夜场中，元代王振鹏的《江山胜览图》以 1.012 亿元人民币成交，成为今秋全球首件成交价过亿的中国艺术品。此外，在佳士得秋拍中，中国古代及近现代书画精品也是走势坚挺，成交率超过八成，总成交额近 6500 万美元。

自 2009 年以来，中国艺术品市场开始了爆发式的增长，亿元成交纪录屡屡出现，如吴彬的《十八应真》1.6 亿元人民币、曾巩的《局事帖》1 亿元人民币、黄庭坚的《砥柱铭》4.3 亿元人民币、王蒙的《稚川移居图》4 亿元人民币。

“流传有绪的名家精品始终获得市场的极大关注和肯定。”保利拍卖古代书画部总经理左昕阳说：“‘书画亿元时代’是中国艺术品价值在市场上提升的体现，也显示中国

收藏家整体认知能力和收藏实力的提高。”佳士得亚洲区总裁高逸龙则认为：“中国艺术品市场的繁荣源于中国经济腾飞使富裕人群大增，他们中的一些人把艺术品收藏当成了财富和品位的象征。”

近几年来，由于中国实力买家的追捧，中国顶级艺术品和世界顶级艺术品的价差已大大拉近。2004 年，毕加索作品《拿烟斗的男孩》以 1 亿零 4 百万美元成交，同期最贵的中国艺术品是元代的青花图罐《鬼谷下山》，成交额仅 2700 万美元。2011 年，世界上最贵的艺术品仍来自毕加索，其画作《裸体、绿叶和半身像》的成交价为 1 亿零 6 百万美元，但同期最贵的中国艺术品《乾隆吉庆有余瓷瓶》的成交价已升至 8000 万美元。

2011 年，中国书画家张大千作品的总成交额超过了毕加索作品的成交额。当今世界十大拍卖公司中，中国公司已占据四席，“忘了伦敦、纽约和日内瓦吧，北京和香港等亚洲地区才是当今世界艺术品市场的新格局。”高逸龙说。左昕阳表示，如今中国艺术品市场现理性氛围，也是那些“真、精、希”艺术品价值体现的时候。荣宝斋（上海）常务副总经理许娟则称，在市场表现平稳的时候，正是藏家接手的好时机。

## 董国强：艺术品市场不再是有钱人说了算



北京匡时国际拍卖有限公司董事长董国强

**董国强，书法家，书画鉴赏家。现任北京匡时国际拍卖有限公司董事长、总经理，匡时国际拍卖（香港）有限公司董事长，中国书法家协会会员，文化部艺术评估委员会委员。2005年，身为艺术市场知名人士的董国强创建匡时拍卖，在2006年4月举行的首拍即取得2.4亿元的成交额，令行业瞩目。2009年全年成交额首次突破10亿，2010年全年总成交额达26.4亿元，2011年更是取得40亿元总成交额。短短几年时间，匡时拍卖凭着强大的专业队伍和良好的信誉已经稳居中国艺术品拍卖行业第一集团，成为中国艺术品拍卖业的知名品牌。近日，针对当前艺术市场状态，他发表极具见底的见解。**

中国文物艺术品拍卖市场从1992年起到今天整整过了20年。艺术品市场发展的20年是市场和买家在逐步走向成熟的过程。今天的市场和20年的相比有非常大的不同。市场在初级阶段以资金为主导，就是说谁有钱谁说了算，有钱人喜欢什么东西，什么东西就贵。比如，在初期的市场是画得漂亮的，画得满的，画得细的价格高，这就是初级阶段的表现。

现在艺术品市场到了第二个阶段，即以专业主导市场的阶段。专业成为主导市场的力量，体现到很多方面：例如更多的专业人士参与拍卖公司的经营，更多的博物馆的专业人士成为买家顾问，更多的艺术家关注市场、参与到市场中来。所以，我们看到古代书画市场这几年呈明显上升势头，这就是专业的功劳。

从第二阶段再往更高阶段走，就是文化主导市场，这也是艺术品市场的最高阶段。那些文化价值高，真正代表和传承中华文明的重要文物会越来越受到关注，例如古籍以及对历史具有佐证作用的文物。从这方面来说就需要社会更多的文化界人士的支持和国家政策对市场的扶持。

从这一点来看，未来的艺术品市场已经朝着第三个阶段发展，例如我们2012年春拍拍卖的“过云楼”古籍，秋拍推出的“南长街54号”梁启超重要档案都得到市场广泛关注并且取得很好的成绩。这两场拍卖我觉得更重要的是过程，而不是拍出的最终结果。

秋拍这批梁启超的档案，在征集的过程中是几家拍卖公司争相竞争，最终委托方能交给匡时，不仅仅因为我们为这场拍卖所做的系列策划和整套计划，也是基于我们的团队对梁启超的敬重和认识打动委托方。我们认为，这批重要的档案能保存到今天非常不易，如何发挥最大的社会价值，这是最重要的。所以，我们一开始定下的目标就是，通过这次拍卖推动社会上对梁启超的研究和认识的提高，我觉得我们做到了。

尽管在拍卖准备过程中我们听到不同的质疑声音，不管怎么样我很欣慰，活动和拍卖是按照原先计划进行的。学术界对这个事情给予了积极的肯定，而且也积极参与了相关活动，我们为了避免这批书札拍卖之后散了，其文献价值受到破坏，所以，我们在拍卖前和中华书局联合出版了《南长街54号梁氏档案》。同时，在清华大学举办了“梁启超与现代中国”新书研讨会，梁启超演讲周等等活动，并在国内很多城市展出这批档案。

通过这些活动吸引大量社会学者的踊跃参与，大家从梁启超来谈现在的中国，梁启超100年前思考的问题，我们现在重新来思考，很多人认为，梁启超的思想对今天的中国来说是有现实意义的。今天的中国，恰恰缺少的就是梁任公这样“知行合一”的学者。可以说，我们整个的过程是很成功的。

对于60年代所出生的人来说，身上有英雄主义、理想主义的情结。过去的文革让我们的文化遭到破坏，遭到摧残。改革开放三十年后，我们现在开始重塑文化。拍卖行业通过这项事业，可以参与我们中国文化重建的过程，是有意义的，也是十分幸运的，我经常跟我的同事讲，我们今天所做的事情将来是可以写入历史的。

在2012年我们推出了收藏寻城记活动也是一个创新。举办这个活动有两个目的，一是觉得社会上对拍卖行业缺乏了解，我们希望通过深入地方去宣传拍卖。二是我们中国幅员辽阔，每个地区有不同的地域文化，地域文化对本地收藏文化有着不同的影响，通过寻城记到各地去探讨不同的地域文化，请出当地的艺术家，学者，文化人士，通过他们的号召力引导当地群众从文化的角度来探讨收藏，对文化的传承和发展也是很有意义的。

2012年，有观点认为艺术品的市场遇冷。但是通过秋拍的成绩来看，行业内的人发现市场并没有想象中那么恶化和悲观。明年将是艺术品市场的康复期，但是这个康复期有多长，目前尚难预料。艺术品市场如同爬山，爬一段时间后，会缺氧，这就要停下来调整和休息，休息是为了爬的更高。中国的艺术品市场与中国经济发展总量，与富人阶层所掌握的财富状况比较，发展还是远不对应的，未来会有更大的空间可以拓展和挖掘。

媒体观点——

## 羊城晚报：中国经济转型将引发艺术与商业的合谋

中国画艺术尚处在价值洼地。和国外作品相比，中国的艺术品处于严重低估的状态。同为大师级作品，中国艺术品的价格只有国外的一半甚至三分之一，二线三线艺术家作品的价格差距更大。

艺术品承载了深厚的文化、审美与哲学内涵，其价值还取决于所在国家文化的价值。中国艺术品浓缩了中国上千年文明对自然、社会、人生的理解，是中国上千年文化智慧的沉淀，具有深厚的内涵价值。大国崛起必然伴随着本国特色文化的强大，而真正的强国也需要发展具有本国特色的文化产业。而中国文化目前在国际的影响力较低的情况将不会长久存在，随着大国崛起，人们将日渐认识中国文化内涵，文

化相关资产也会进行价值重估，这也是中国艺术品未来潜力之一。

中国经济转型与产业升级需求。作为有中国特色的高雅艺术，中国艺术品需要战略眼光和品牌宣传手段，使艺术与时尚相结合，通过不同的衍生产品载体，使中国艺术所承载的深厚文化内涵流动起来，在流动中实现价值。

正所谓“盛世收藏”，随着中国经济的进一步发展，处于价值洼地的中国艺术品投资将迎来高速发展时期，具有巨大投资价值。随着居民财富增长，中国国际地位的提升，以及中国经济的转型都将为中国艺术品在国内外赢得更大的认同与需求。





链接——

## 欧美艺术品投资常见模式

艺术品投资有较高的专业要求，运作管理相比一般基金、信托有其大为独特之处。且能够获得较佳收益率的投资一般要求投资运作周期较长，欧美国家艺术品投资的周期多在 7 到 8 年，甚至更长，而中国的艺术品投资周期多在 5 年左右。随着艺术品投资价值的日益显现，画廊、拍卖行及艺术品投资（咨询）公司、文交所等机构层出不穷，除此之外，国内外机构参与艺术品投资还有以下组织模式：

1. 艺术品组合基金模式。此模式常见于国内外艺术品投资基金，投资周期 2—10 年，通常收取占投资总额 2%—5% 不等的管理费用，如果年收益率超过 6%—10%，再另外从超额利润中收取 30%—50% 的分红。

2. 艺术品“PE”基金。此模式主要投资于当代艺术家作品，通过与艺术家签订协议，使艺术家专门为其创作作品，基金有权利优先购买这些艺术家的作品。

3. 艺术品对冲基金模式。在国外金融及艺术品较为发达的市场可能存在该模式。模式中投资人在买入艺术品的同时，买入与艺术品相关公司的股票的看跌期权，以对冲艺术品市场的系统性风险。

4. 艺术家共同信托模式。通过建立艺术家共同信托，艺术家参与信托计划并每年提供意见艺术品，艺术家拥有作品的所有权而将经营权转让给信托计划。信托计划运作若干年后卖出艺术品，所得收益由创作艺术品的艺术家、信托公积金专户、信托运营方按一定比例分得。

目前，随着艺术品投资价值显现，金融投资机构在投资标的方面进一步放宽，机构投资艺术品的数量、产品结构及模式日趋丰富，为解决资金来源、运作及退出提供了更灵活的选择。在越来越多机构抢滩艺术品市场的当下，及早入市，与优秀的艺术家签订合作协议，尽早积累资源，将有利于在该市场占据有利地位并获得更为可观的预期收益。



## 何家英

1957年生于天津，1980年毕业于天津美术学院并留校任教。现任全国政协委员，中国美协副主席，中国艺术研究院创作院研究员、中国工笔学会副会长，天津美协副主席。中国艺术研究院博士生导师，天津政协书画艺术研究会会长，天津画院院长，天津美术学院教授、硕士研究生导师。