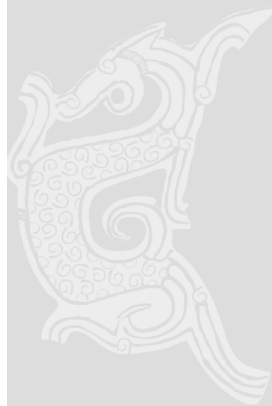


# 收藏投资

## 的理论与实务

马健 著



浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

收藏投资的理论与实务/马健著. —杭州: 浙江大学出版社, 2004.9  
ISBN 7-308-03646-4

I. 收... II. 马... III. 收藏-基本知识  
IV. G894

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 038490 号

策 划 李玲如  
责任编辑 丁文英  
封面设计 丁文英  
出版发行 浙江大学出版社  
(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)  
(网址: <http://www.zjupress.com>)  
(E-mail: [zupress@mail.hz.zj.cn](mailto:zupress@mail.hz.zj.cn))  
排 版 浙江大学出版社电脑排版中心  
印 刷 德清第二印刷厂  
开 本 850mm×1168mm 1/32  
印 张 7.25  
字 数 179 千字  
版 次 2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷  
印 数 0001-3000  
书 号 ISBN 7-308-03646-4 / G·693  
定 价 12.00 元



收藏投资

## 序

《收藏投资的理论与实务》是一本富有创新精神和学科开拓性的专著。作者本人曾受到过系统的金融学训练，出于对收藏的浓厚兴趣，多年来潜心于收藏品市场的调查与研究。作者立足于收藏品这一投资对象，以独特的视角撰写了这本专著，这是建国以来较少有人研究的关于收藏投资的理论方面的新课题。从书中的内容可以看出，这是一个非同寻常的探索过程。书中所探讨的许多问题不是一名普通的理论研究者所能深刻阐释的。作为十多年来中国艺术品收藏、投资和鉴定的研究者和见证者，我深知作者为这本专著所付出的艰辛劳动。我甚至觉得，作者关于收藏品投资的许多真知灼见远比一些名不副实的所谓“专家”之言要深刻得多、专业得多。毫无疑问，这本专著的出版将为新时期的经济学（投资学）研究开拓一个新的领域！

在市场经济高度发达的今天，收藏品已经成为与证券、房地产鼎足而立的三大投资对象之一，这正是市场体系和投资领域不断扩大的结果。收藏品投资是伴随着收藏品市场主体的增多、壮大而真正成长、发展起来的。但是，虽然关于新时期市场经济问题的研究成果颇丰，专门

收藏  
投资



研究收藏品投资的专著却极为少见。很显然,这个涵盖了经济学、收藏学等诸多学科领域的专门课题,恐怕很难单纯地从某个角度贸然下笔,泛泛而谈。这是一个具有挑战性和高难度的研究课题,其相关资料和研究成果的匮乏更使得一般的仅具有经济学背景或仅具有收藏学背景的专家难以问津。而今,年轻的作者居然选择了这个难题,并且做的很成功,不得不令人对作者勇于探索、知难而进的治学精神肃然起敬。我坚信,若假以时日,他的努力和与之成正比的研究成果必定可以填补这块久旷的空白,做出更大的学术贡献!

在作者笔下,收藏品的神秘光环被理性的分析所抹去,呈现出了其本来面目。对收藏品投资的透彻分析正是《收藏投资的理论与实务》一书的特殊价值所在。该书不仅对影响收藏品投资的因素进行了详细的阐述,而且还将经济学与收藏学紧密地联系在一起,并进行了很有价值的探索,其中不乏独到的见解。阐明了收藏品的价值、收藏品的价格等基本问题;论述了收藏品投资的成本、风险、效用和策略等重要问题。从《收藏投资的理论与实务》一书中,读者可以弄清楚进行收藏品投资应具备的参与条件,收藏品市场运行的规律等一系列问题。也就是说,读了这本书,你可以理解并真正掌握收藏品投资的特点、规律、策略和技巧,而不再是人云亦云,以感性或盲从的方式进行投资。因此,我不得不承认,《收藏投资的理论与实务》的确是一本既具有专业学术价值,又具有普遍社会价值的好书。

《收藏投资的理论与实务》一书不仅重视对收藏品投资的理论分析,而且还紧密联系实际,其可贵之处更在于针对中国收藏品市场在成长过程中所存在的实际问题,提出了对策建议供决策者参考,例如对行业法规、赝品问题、违规操作、从业人员素质和管理机制不健全等问题的探讨。这些探讨对于收藏品市场的规范化和良性化发展都具有宝贵的指导意义。

基于此,《收藏投资的理论与实务》一书的出版符合当前收藏品市场健康发展的客观要求和广大收藏品投资者的实际需要,希望它能引起收藏品投资者、经营者以及收藏品市场管理和决策部门的关注和重视,实事求是地加大改革力度,完善各项法律法规,为保护民族文化、引导理性投资和传承收藏事业发挥更大的作用!

陈步一

2003年5月30日

序于中国文物学会文博学院

收藏  
投资



# 目 录

## 第一章 收藏品的价值问题

- 第一节 收藏品的价值 ..... 3
- 第二节 收藏品的市场价值 ..... 7
- 第三节 收藏品的投资价值 ..... 11

## 第二章 收藏品的价格问题

- 第一节 收藏品的分类 ..... 17
- 第二节 供给量与价格的关系 ..... 26
- 第三节 需求量与价格的关系 ..... 28
- 第四节 价格的决定——供给弹性大的收藏品 ..... 30
- 第五节 价格的决定——供给弹性小的收藏品 ..... 32
- 第六节 影响收藏品价格的因素 ..... 34
- 第七节 “市场参考价”的参考价值 ..... 45

## 第三章 投资还是投机

- 第一节 正确认识投机 ..... 53





|                        |    |
|------------------------|----|
| 第二节 投资与投机的区别 .....     | 55 |
| 第三节 投资行为与投机行为的区分 ..... | 57 |

#### 第四章 收藏品投资的成本与效用

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一节 收藏品投资的成本 .....     | 65 |
| 第二节 收藏品投资成本的替代性 .....  | 73 |
| 第三节 收藏品投资的效用 .....     | 75 |
| 第四节 效用最大化——理性的选择 ..... | 83 |

#### 第五章 收藏投资的风险问题

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 投资风险概述 .....     | 89  |
| 第二节 收藏品投资的风险 .....   | 95  |
| 第三节 收藏品投资风险的规避 ..... | 108 |

#### 第六章 收藏投资的周期问题

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 第一节 经济周期概述 .....        | 113 |
| 第二节 经济周期与收藏品投资的关系 ..... | 115 |

# 收藏投资



的

理论与实务

|     |                |     |
|-----|----------------|-----|
| 第三节 | 收藏品的投资周期 ..... | 127 |
|-----|----------------|-----|

## 第七章 收藏投资的赝品问题

|     |                    |     |
|-----|--------------------|-----|
| 第一节 | 赝品出现的原因 .....      | 135 |
| 第二节 | 收藏品市场上的信息不对称 ..... | 139 |
| 第三节 | 赝品问题的治理途径 .....    | 142 |

## 第八章 收藏品交易市场

|     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 第一节 | 收藏品交易市场的分类 .....     | 153 |
| 第二节 | 收藏品交易市场的特点 .....     | 156 |
| 第三节 | 收藏品交易的理想方式: 拍卖 ..... | 163 |

## 第九章 收藏市场主体的行为

|     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 第一节 | 收藏品市场主体的划分 .....     | 175 |
| 第二节 | 收藏品市场主体的选择行为 .....   | 178 |
| 第三节 | 收藏品市场主体的交易行为 .....   | 186 |
| 第四节 | 风险厌恶者与风险偏好者的行为 ..... | 194 |



# 收藏投资

## 第十章 收藏投资的策略问题

|     |                  |     |
|-----|------------------|-----|
| 第一节 | 收藏品投资的策略原则 ..... | 199 |
| 第二节 | 收藏品投资策略的应用 ..... | 207 |

# 第一章 收藏品的价值问题



葛稚川移居图王 蒙立轴 纸本 设色横88厘米 北京故宫博物院藏纵126厘米

## 第一节 收藏品的价值

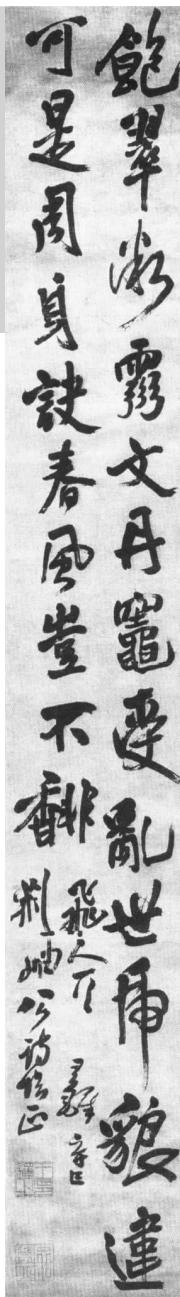
早在古希腊、古罗马时代,随着商品的出现,商品价值的观念就已经产生了。从那时起,一切伟大的经济思想家和经济学家都试图定义价值。然而,令人遗憾的是,在经济学说史上,从没有一个经济学意义上的价值定义获得过广泛的认可。在这种情况下,定义收藏品的价值显然是一件棘手的事情。不过,一些经济学家的观点对于我们理解收藏品的价值还是大有裨益的。

意大利经济学家斐迪南·加利阿尼在《货币论》一书中最早提出了效用和稀缺性价值原理。加利阿尼认为,“价值是观念的东西,不过我们的观念本身具有公正性和稳定性,因为它是以需求和享乐,即以人的内在结构为基础的。”从需求和享乐的观点出发,加利阿尼提出并系统发挥了他的效用和价值观。他认为,“价值是一种比例。它由‘效用’和

‘稀缺性’按比例构成……空气和水是对人类生活极为有用的要素,然而它们没有价值。因为它们不具有稀缺性。另一方面,来自日本海岸的一袋沙石可以说是稀少之物,然而,看来它并没有什么特定用途,所以它们也不会有价值。”把效用和稀缺性看作是价值的两个不可或缺的元素,这在经济学说史上还是第一次。

英国经济学家约翰·斯图亚特·穆勒在《政治经济学原理》一书中指出,物品要有价值,必须具备两个条件:一是有效用;二是在它的获得上存在若干困难。值得注意的是,穆勒在将各种物品划分为不同类型时,将收藏品专门划分为一类,即“供给绝对有限,而且不能再生产的东西,如古玩字画等”。

由此可见,对于收藏品的价值而言,“稀缺性”和“效用”显然是非常重要的。所谓稀缺性是指欲望超过了能用于满足欲望的资源的普遍状态。“物以稀为贵”这句耳熟能详的俗语就将稀缺性与价值的关系非常明了地联系在了一起。读者或许不难理解稀缺性的含义,那么,什么是效用呢?法国经济学家让·巴蒂斯特·萨伊在《政治经济学概论》一书中指出:“效用即物品满足人类需要的内在力量。”英国经济学家威廉·西尼尔在《政治经济学大纲》一书中对“效用”的解释则详细得多。他认为,“效用指的并不是我们称



飛人何處遇，在重磯竟以投虛白相從。

之为有用事物的内在特质。它所指的只是事物对人们的痛苦与愉快的关系。来自各个物质的痛苦和愉快的感觉,是由无数成因所引起、所变更,是时刻在变化的。”换句话说,他所说的效用指的是主观的感受。一般说来,可以把效用理解为某个人从消费某种物品或劳务中所得到的好处或满足。由此可见,效用是一个相对的、主观的、难以准确衡量的概念。

一般而言,影响收藏品价值的因素可以分为两大类:第一类是质的因素,如收藏品的历史价值、学术价值、美学价值等;第二类是量的因素,具体而言,又可以分为流通量、出世量和存世量。在收藏界中,经常使用的是“存世量”这一概念,然而,严格来说,用存世量来衡量收藏品的价值大小是不科学的。因为从理论上讲,在绝大多数情况下,存世量是无法确切知道的。在这里,有必要将流通量、出世量和存世量这三个概念进行一番比较,以便进一步分析三者之间的关系及其对收藏品价值的影响。流通量是指在一段时间内,某种收藏品在收藏品市场上流通交易的数量;出世量是指已经被人们发现的某种收藏品的数量。很显然,已经被人们发现的收藏品并不一定会在收藏品市场上流通,因此,出世量不同于流通量;存世量是指某种收藏品尚存于世的所有数量。存世量既包括已经为人们所知的收藏品数量,又包括尚

未为人们所知,但确实存在于世,而且可能在将来为人们所知的收藏品数量。存世量又可被划分为市场流通量与非市场流通量(非市场流通量包括被收藏者购藏而暂时退出市场流通的收藏品数量、尚未发现但客观存在的收藏品数量,等等)。市场流通量与非市场流通量一直处于相互转化的动态运动之中,与价格直接联系的是市场流通量。人们对存世量的感知也是通过市场流通量间接反映的。但是,市场流通量对于存世量而言并没有准确的代表性。原因很多,例如,一些纯粹的收藏者手中的收藏品是很难进入市场流通的。由此可见,市场流通量对存世量的代表性在很大程度上取决于非市场流通量在存世量中所占的权重:权重越小,市场流通量越接近存世量;权重越大,市场流通量与存世量的偏差就越大。图 1.1 直观地表明了流通量、出世量和存世量三者之间的关系。



图 1.1 流通量、出世量和存世量的关系

毕加索  
抱鸽的孩子

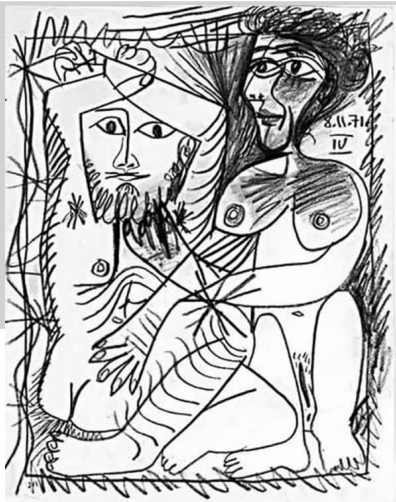
流通量、出世量与存世量并非固定不变的，而是处于不断的相互转化之中的。随着某种收藏品价格的上升，可能会有越来越多的收藏品流入收藏品市场，这是出世量中流通量的增加。随着考古活动的进行，可能会有越来越多的某种收藏品被发现，这时，这种收藏品的出世量或流通量就会增加。随着时间的推移，由于时世变迁，某种收藏品的存世量又会不断减少。总之，与收藏品价值的关系更密切的应该是其流通量和出世量，而不是不可捉摸、难以确定所谓的存世量。

的

理论与实务

## 第二节 收藏品的市场价值

首先需要指出的是，收藏品的市场价值不同于收藏品的价值，也不同于收藏品的投资价值。收藏品的市场价值是由



毕加索的画

社会需求决定的。为了弄清楚收藏品的市场价值，有必要分析一下社会需求的形成过程。

我们知道，收藏品市场是由无数个市场主体构成的。每个市场主体对收藏品的偏好是不同的。这里的“偏好”指的是人们对某种事物的喜爱或厌恶，以及喜爱或厌恶的程度。很显然，偏好不同，效用观就不同，对收藏品的价值判断也就不尽相同。被张三奉为珍宝的收藏品在李四看来可能一文不值。如果是这样的话，不同的市场主体千差万别的偏好、效用观和价值判断会使得收藏品市场上的“游戏规则”难以确立。不过，幸运的是，这种情况并没有发生。随着市场交易的不断进行和文化传统、审美倾向等因素的共同作用，在收藏品市场中逐渐形成了主流的价值判断，虽然这种价值判断并不一定会得到每个人的认同。但是，收藏品市场的每一次交易所显示出来的“价格信号”无疑会一次次地确认人们对这种收藏品的价值判断。这里尤其需要指出的是，在收藏品市场上，并非每个人都是“行家”，与此相反，事实上，“非行家”占了绝大多数。虽然他们有着自己的价值判断，但是，总的说来，他们都是主流价值判断的接受者。不一定正确的舆论宣传和未必真实的价格信号都很容易改变收藏品市场主

## 收藏投资