



□ 三水

2011 年,中国拍卖行业协会与有关专家合作,对于中国嘉德、北京保利、北京翰海、北京匡时、西泠印社、中贸圣佳、上海朵云轩、北京诚轩、北京荣宝、北京华辰等 10 家文物艺术品拍卖公司进行了数据整理和分析。得益于国民经济的增长,人们对艺术品市场预期信心增强,艺术品金融资本和民间资本的积蓄进入等积极因素,中国艺术品拍卖市场在 2011 年春季取得了强劲的增长。

统计显示,10 家公司共举办 218 个专场拍卖,成交额 205.09 亿元,与 2010 年春季 102.14 亿元的成交额相比,增长超过 100%。这比很多人预言已到了高点 的 2010 年秋季还增长了 36.8%。具体到拍卖专场来看,不同门类的艺术品各有自己的特点。

书画占据半壁江山

2011 年春季,10 家公司中国书画共成交 10735 件(套),仅占总拍品数的 36.87%;而成交额达到 127.82 亿元,占据了整个市场的 62.33%。其成交额同比增长 90.68%,有力地带动整体市场的增长。中国书画拍卖中,古代书画为 35396934 万元,占 27.69%;近现代书画为 87102349 万元,占 68.14%;当代书画为 5328542 万元,占 4.17%。

近现代中国书法应运而生

近现代绘画名家是市场的中坚力量。近现代名家作品因具备较大存量、作品出版著录较多,鉴定相对容易,因而一直被市场所追捧。近年来文物艺术品拍卖市场中各门类价格升幅最大的莫过于近现代绘画。据统计,此次 2011 年春季 10 家公司超 1000 万元拍品中就有 119 件为近现代书

盛世收藏 文化传承与财富成长 的大产业

[本专题详见 A1、A2、A3 版]

具的不可复制性和不可再生性使其成为一种稀缺的投资资源。100%、中国跃居成为全球第二大艺术品交易市场。专家认为,艺术品本身所独市场交易额达 200 多亿元,到 2010 年,总成交额已逾 500 亿元,增长率超过文化复兴的主要标志之一就是盛世收藏。数据显示,2009 年,中国艺术品政通人和、百废俱兴,一个伟大的文艺复兴时代已经到来。

国内艺术品收藏开启大场面



画,所占比例达到 37.42%,119 件成交总额为 314356.9 万元。在近现代画家里,张大千、齐白石、徐悲鸿、李可染、傅抱石、黄胄等人尤为突出,单件成交额上千万的拍品中,他们的作品多达 102 件。

近现代中国书法应运而生,后市看好。随着近现代绘画市场的持续火热,近现代书法作品也水涨船高,成为今春拍卖亮点之一。2011 年时值辛亥革命一百周年纪念年,中国嘉德、北京保利、北京匡时、上海朵云轩和西泠印社等公司分别开设了 6 个有关辛亥革命名人书法专场,成交件数为 637 件(套),成交率达 90.10%,成交额为 24241.56 万元,平均价格为 38.06 万元每件(套),其中上百万元共有 45 件。在近现代书法中,弘一法师、郭沫若、蒋介石、康有为、于右任、赵朴初等名人政要的作品屡创佳绩。

瓷玉、文房稳步发展

2011 年春季,10 家公司瓷器成交件 1241 件(套),占拍品总件数的 4.26%;成交额为 17682522 万元,占市场总额 8.62%;玉器成交 531 件(套),占拍品总件数的 1.82%;成交额为 4130944 万元,占市场总额

201%;文房清供成交 1718 件(套),占拍品总件数的 5.9%,成交额为 46923.7 万元,占市场总额 2.29%。

瓷器、玉器和文房清供均比去年稳步增长。在古董拍卖市场里,宫廷御制品一直是热点中的热点。高水准的品质以及皇室所赋予的特殊身份象征决定了其在市场上的风靡程度。今年春季,10 家拍卖公司共推出近 10 个宫廷专场,成交 340 件(套)拍品,成交额达 148210.4 万元,平均价格为 435.91 万元/每件(套)。其中 100 万元以上拍品为 189 件(套),占该类拍品件数一半以上;而上 1000 万元的也达 40 件(套)之多,占该类拍品件数 11.76%。

杂项拍品行情突破

近几年来,以古籍善本、古典家具、古琴、铜镜、邮品钱币、珠宝首饰、名家紫砂壶等为代表的杂项门类逐渐在艺术品市场脱颖而出,拍卖价格逐年攀升。

杂项类在今年中国艺术品春季拍卖中异彩纷呈,很多公司根据市场需求进一步拓宽经营范围,推出新的拍场亮点。其中古琴、古典家具、邮品钱币等尤为突出。

[下转 A2 版]

短评 | DUAN PING

艺术市场背后的文化竞争

□ 邱家和

在一向以世界顶级艺博会自诩的欧洲古董艺术博览会(以下简称 TEFAF)现场,记者强烈地感觉到一个初露端倪的变化:那些历来传统而保守的古董商人把目光投向了欧洲,而一向只关注本国艺术市场的中国买家也将目光投向了欧洲艺术市场。

欧洲艺术市场对中国买家的吸引力,首先取决于欧洲文化的主流影响力。尽管有类似“文明冲突”的背景,有意识形态的对抗,也有此起彼伏的民族主义浪潮的冲击,但因其所代表的自文艺复兴以来几百年中占据主流地位的文化,欧洲艺术市场无疑对中国买家而言,具有强大的吸引力。

其次,虽然 TEFAF 把目光瞄准中国买家有他们自己的利益计算,但他们的思路方式却超越了简单的利益诉求,正如 TEFAF 的主办者欧洲艺术基金会的执行委员会主席本·简森所指出的,他们首先关心的是 TEFAF 这个品牌,而不是在眼前能在中国赚多少钱。这是欧洲艺术市场本身的魅力所在:有成熟的市场体制,有发育而完备的诚信体系,有充分而透明的市场信息,有独立有效的学术研究和艺术批评。目前,率先进入中国市场的是他们的奢侈品品牌,相比之下,TEFAF 作为艺博会的品牌进入中国市场也许更具有潜力。

再次,对于中国买家而言,新一代买家正在迅速成长,他们和改革开放年代前接受教育的老一辈收藏家比,有三个“更有”:更有宽阔的国际视野,更有包容性、更有主体意识。与此同时,大量涌入中国艺术市场的庞大资金流中,也有相当的份额投入国际艺术市场。这些资金会成为中国新一代买家的有力武器,让他们在国际艺术市场上长袖善舞。

从某种意义上看,国际艺术市场如此风云变幻也是一种文化竞争,不仅受文化传播的规律所支配,也服从于市场的规律,受到资本的运营规则与效率诉求的制约。

当前,中国政府正在大力倡导建设文化产业,倡导民族伟大复兴,这不仅需要民族精神的再造,也要在艺术市场上成功地运用市场规律,借助现代金融工具与资本市场手段,通过取得市场的成功在文化竞争中立于不败之地。由此来看,不仅从艺术收藏或消费的角度看,TEFAF 是欧洲艺术市场的橱窗,从市场的运作和管理来看也是一扇橱窗,值得中国的业内同行认真研究。

告读者

从 3 月 31 日起,本报推出《人车邸》专刊,每月一期,出版日期为每月最后一个星期六。其他时间段每星期六仍出版《财富情报(文摘)》。

经理日报社
2012 年 3 月 29 日

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件,本报持证人员均在本报官方网站《金浪网》(www.jlrnet.cn)上公布,可供查询或手机上网查询(jlrbl231.bizcn.com)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报传真:028-87325242
经理日报社