学校的理想装备

电子图书·学校专集

校园网上的最佳资源

艺术品投资

BOOK

内部资料 非卖品

艺术品投资

第一章　艺术品投资概况

风险小、升值快、格调高，艺术品投资以其独特的魅力越来越为人们所注目。正如一位艺术品投资者所言：“做这买卖很轻松，没压力，欣赏第一，买卖第二，受人尊重，还引起不少人的羡慕。”可观的经济效益和高雅的情调，使得艺术品投资具有其他投资工具难以比拟的优势。

自然，同任何事业一样，艺术品投资者也应信奉“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”的古训。意欲在艺术品投资上一显身手，有所作为，就必须不断完善自己，在艺术品投资知识方面多下功夫。

●第一流的投资

无论是投资于字画、古董，还是投资于邮品、珠宝，艺术品投资都具有股票、期货、债券、外汇、房地产等其他投资形式所不具备的独到优势。这是艺术品投资之所以在发达国家兴盛不衰，在中国日益红火的原因所在。

（一）艺术品投资风险最小

与其他投资形式相比，艺术品投资风险最小。在股票、期货等投资中，风险往往如影随形。股市变化多端，涉身其中如同在惊涛骇浪里驾舟行船，稍有不慎，便可能招来灭顶之灾。期货投资只交少数保证金便可做 100%的交易，此种“以小搏大”的投资方式存在预测不准可能全盘覆没的风险。如何减少投资风险，成为投资者关注的问题。

投资艺术品便能使问题迎刃而解，由于艺术品具有稀缺性和不可再生性，因而具有极强的保值功能，一旦购入，很少会贬值，投资者不必担心行情突变带来的风险，属于安全性投资。

当然，投资艺术品也并不意味着毫无风险。对艺术品投资者而言，风险主要在于对艺术品的鉴别能力与变现能力，即购入真正的艺术品以后，能否尽快出手变换成现金。这是艺术品投资者，尤其是资金较有限的中小投资者所应重点考虑的问题。

（二）艺术品投资收益率极高

通常而言，投资收益与投资风险成正比例。投资风险越大，可能的投资收益越大；投资风险越少，可能的投资收益越小。这种规律在艺术品以外的其他投资形式上表现得十分明显。

艺术品投资却与此不同，虽然其风险少，但投资潜在收益却非常高。这主要是由艺术品的稀缺性和不可再生性所致，艺术品具有极强的升值功能。在风险与收益这一对矛盾中，正所谓“鱼和熊掌可以兼得”。

根据索思比拍卖行艺术市场综合指数（指数构成包括巨匠油画，现代油画、欧洲瓷器、中国瓷器及欧美古董家具等），以 1975 年为基数 100 计算，至 1988 年的 13 年中，该指数已跃为 740，相当于每年以 21%的涨幅上扬，其投资收益率远远高于债券、股票、房地产等投资形式。这种趋势早在本世纪中期就已初露端倪（见图 1-1），而到本世纪末及下世纪初，艺术品作为

特殊的投资工具，必将随着经济的高速发展，日益成为人们更加热门的投资对象。

图 1-1 显示，在不到 20 年的时间，世界巨匠版画的价格抬高了 18 倍，20 世纪现代绘画提高了 15 倍，中国瓷器增加了近 14 倍，印象派作品增加了 9．5 倍，英国 18 一 19 世纪的绘画增加了 7．5 倍，而同期美、英两国的股票价格则只分别增加了 4．5 倍和 2 倍多一点。

{ewc MVIMAGE,MVIMAGE，!01401100_0003-1.bmp}

资料来源：《英国年鉴》，1969 年英文版，第 115 页

据美国的统计资料，情形也没什么两样。1983 年至 1993 年的 10 年间，年投资收益率最高的依次是：艺术品 28%，股票 17%，房地产 5．1%，而艺术品中的字画收藏投资收益率更高达 41．5%。

相对于西方发达国家的艺术品市场，中国的艺术品市场尚处于发展初期。投资艺术品如投资股票一样，先入市先受益，因而投资收益率更是可观。

1978 年买一张李可染三方见方的画为 90 元，现在同一幅画价格涨到 20 万元，升值高达 2000 多倍。中国画家董寿平的《竹子》1994 年在北京拍卖时，成交价是 19000 元，而 1995 年，此画已增值到 28000 元。另一位画家的《枯枝疏叶》，1990 年出价 1000 元可买到，而 1995 年开价 15000 元也难到手。深圳一位艺术品投资高手，以独到的眼光，以 15 万元买进一方田黄石章，2 个月后以 35 万元忍痛割爱，一次净赚 20 万元。

（三）艺术品投资可以获得精神享受

艺术品不仅具有极强的保值、升值功能，其作为精神产品，还具有极强的欣赏功能。因而投资者不仅可以通过艺术品投资获利，还可以通过艺术品收藏来美化生活、陶冶自己的精神生活。尤其是近年来，随着居室装修热的不断升温，能带来高品味艺术享受的字画作品等艺术品更倍受人们的青睐。

●艺术品投资种类

艺术品是个极其广泛的概念，字画、邮品、珠宝、古董等，都属于艺术品的范畴。对于艺术品投资者而言，是不会也不可能对所有种类的艺术品进行投资的。投资者应根据自己的兴趣爱好、知识水平、经济实力等不同情况，选择某一种类或某一项艺术品进行投资，这样才有可能收到较好的效果。

常见的艺术品投资主要有以下几种：

（一）字画投资

字画是书画家的艺术作品。依法书写汉字，使书法与章法科学巧妙地结合起来，使之成为一件具有较高欣赏价值的艺术作品，可以说这是中国的独秀。画的种类较多，包括油画、国画、版画、水粉水彩画、漆画、雕刻等。

应该指出，并非所有的字画都可以成为投资的对象。字画投资的对象，主要是指名人的字画，除造诣较深、声望较高的书画名家的字画作品外，其他名人、伟人的字画作品，也在其列。

（二）邮品投资

集邮本来是一种相当普及的消遣方式，但近几十年来，它也是一种极受注意的投资方式。邮票，首先作为邮资的等价物，具有使用价值；同时，作为一件艺术品，又具有欣赏和收藏价值。它的这一双重价值决定了它可以作为一种投资工具。

早在半个世纪前，欧美等国便将邮票作为“小市民的股票”，成了投资对象。60 年代初的意大利邮票商雷鲍迪，受梵蒂冈教廷委托，推销梵蒂冈邮票。此人最先想出印发精美的估价价目表，估计梵蒂冈绝版旧邮票的价值。他的估值虽然偏高，但却被人视为足以代表邮票的实值。于是，这些邮票价格倾刻飞涨。雷鲍迪乘机大炒特炒，首开炒作邮票之先河。

近些年来，在全国许多城市，都有邮票市场。目前，全世界集邮人数已逾 5 亿，中国集邮爱好者亦有 1 千万左右。我国一些财力雄厚的集邮家致力于我国早期邮票的搜集，使中国邮票在国际邮票市场上成为抢手货。由于邮票的印、行有一定的限量，因而使得邮票供小于求，邮票价格也便节节上涨。

一枚 1981 年发行的“红楼梦”小型张面值 2 元，10 年之后，售价已跃至 150 元，超过面值 74 倍。1978 年发行的、面值 0．65 元的“全国科学大会”小全张，1991 年已涨到 460 元，60 年代发行的面值为 3 元的“梅兰芳舞台艺术”小型张，90 年代初交易价即已突破 5000 元大关，1980 年发行的面值每版（80 枚）6．4 元的猴票，价格在 90 年代初就已达 2 万元。

邮品投资对象不仅只包括邮票，还包括与邮票有关的首日封，邮戳及集邮文献等。

（三）珠宝投资

珠宝主要包括钻石、玉石、珍珠、红宝石、蓝宝石等内容。由于珠宝体积小、价值大，和黄金一样，成为财富的象征。它既可以凭借其天然美使人们怡情悦性，又可以帮助人们职累财富。如果投资准确的话，可以为人们带来丰厚的利润。贮藏珠宝是世界上流行的一种有利可图的投资方式。

（四）古董投资

收集古董一向被视为一种兴趣，而不是一种投资工具。其实，以投资观点来看，古董的确不失为一种理想的投资工具，尤其是年代悠久的古代艺术品。

以中国古董为例，1986 年 11 月在香港举行的赵从衍古董拍卖会上，一件明代洪武年间釉里红牡丹莲花大盘，以 4370 万台币由日本一企业家拍得。名贵的古董动辄数以千万计。尤其是一件经国际公认的古董，除了增值率高外，也成为身份地位的表征，可赚钱亦可陶冶性情，真可谓是一种有气质的投资方式。

古董范围极广。从广义而言，1949 年中华人民共和国成立以前，中国和外国制造、生产或出版的陶瓷、金银器、铜质器及其它金属器、玉石器、漆器、玻璃器皿，各种质量的雕刻品、家具、织绣、字画、碑帖、邮票、货币、器具等，都属于古董的范围。

做古董投资必须将它当作一种嗜好，想要成为一名成功的收藏家，必须有丰富的经验积累和超群的鉴赏力。而这种鉴赏力，是靠长期不断跑拍卖场、文物商店、博物馆及搜集有关资料培养出来的，不是真有兴趣的人，很难做到这一点。

●艺术品投资程序

艺术品投资者如果能将其投资行为建立在有条不紊的基础上，就有利于抓住机会，减少差错。为此，艺术品投资必须遵循一定的程序，否则，任一阶段的疏忽都可能造成巨大的损失。

艺术品投资的基本程序如下：

（一）选定艺术顾问

正如各个企业都有自己的生产、经营、技术方面的高级顾问一样，投资艺术品也需要专家给予指导。尤其是进行大宗、高价的艺术品投资，更缺少不了艺术顾问。艺术顾问的主要职责是帮助投资者选择所投资的艺术品种类、投资哪些艺术家的作品、投资时机及帮助投资者鉴定艺术品的真伪、质量等。

艺术顾问主要来自下述几种途径：

1．艺术院校里的专家、教授。

2．艺术研究机构及博物馆、美术馆等收藏机构的学者、专家。

3．美术出版社或美术出版物的编辑。

4．经常在艺术刊物上发表文章或出版艺术方面著作的作者。

5．艺术公司专门研究艺术与市场发展规律的专家与学者。

6．画廊、文物商店、珠宝商店、集邮用品商店等艺术品经营机构有经验的经营专家。

7．熟悉艺术市场行情的艺术家及艺术品鉴定家。

如果艺术品投资者可能拥有一个涉及艺术领域各方面知识的艺术顾问小组，可以使投资者在艺术品投资中取得更大的收益。

（二）艺术品投资策划

在选定艺术顾问的基础上，投资者要会同艺术顾问在广泛掌握艺术市场行情的基础上制定艺术品投资决策。

投资者所要掌握的艺术市场行情主要包括：

1．艺术市场动向及其发展趋势。

2．以前艺术品交易的成交价格情况。

3．拟投资的艺术家情况及其发展潜力。

4．有关法规对艺术品交易的规定。

在对上述艺术市场行情进行分析之后，投资者及其艺术顾问要作出如下决策：

（1）所投资艺术品的种类及其数量分布。即是投资字画、珠宝，还是投资邮品、古董，各种艺术种类内部的投资选择，它们的数量分别是多少。

（2）艺术家选择。即是购买国内艺术家还是购买海外艺术家的作品，他们的年龄结构如何等。
（3）艺术品投资时机选择。
（4）艺术品购买渠道决策。
（5）对所投资的艺术品所能出的大致价格。
在此基础上，投资者对艺术品投资作出预算。投资预算不仅要考虑艺术品的营利机会，也要考虑投资者自身的经济承受能力。

（三）购买艺术品

即投资者根据已制定好的艺术品投资决策，亲自或通过自己的委托人在艺术市场上购入艺术品。此时，关键须防止赝品的流入。

（四）扩大宣传

购买艺术品之后，不要急于出手。期望取得良好经济效益就需要对购藏的艺术品开展宣传工作。宣传的方式主要有以下几种：
1.举办展览，使社会各界了解投资者的收藏，扩大影响。
2．召开专家、学者学术座谈会，讨论、分析购藏作品的艺术价值、学术地位。
3．在新闻媒介领域作购藏作品艺术欣赏方面的宣传。
4．请专家撰文发表于艺术类报刊。
5．出版收藏作品的学术性画册，此种宣传颇为有效。

（五）投放市场

当宣传工作有了一定的规模和成效时，便可有计划地将购藏的艺术品投放市场，投放市场的方式多种多样，主要包括：
1．展销。此种销售方式要注意与画廊、企业和收藏家作事先的联络，注意搞好事先的目录宣传以及展览期间的新闻传媒的宣传。
2．大型综合联展，即参加其他单位举办的展览。
3．国际展销。
4.寄销，将作品让某一艺术经营机构代为销售。
5．与收藏家或其他买主私下成交。
6.拍卖。

●艺术品投资时机的确定

“机不可失，时不再来”。对艺术品投资如同其他任何一种投资方式一样，必须把握住投资时机，否则贸然投入，难免血本无归。
艺术品投资时机的把握应从以下几点入手：

（一）宏观政治、经济环境的把握

一般而言，在一个政治及社会比较稳定的社会里，艺术品的供给和需求在总体上是比较平衡的，如果说有上升，也是两合同步上升。但在兵荒马乱或社会大动乱的年代里，两者之间便发生不平衡。中国近代历史上清末、抗战期间，官方和民间收藏无法保存，人们食不裹腹，便大量抛售自己收藏的艺术品。此时艺术品价格便宜，若有稳定的资金来源和收藏条件，不失为艺术品投资的好机会。中国现代史上的文革时期，把艺术品收藏视为玩物丧志的颓废行为，把珍贵历史文物视为封资修，收藏者和创作者纷纷抛售自己的藏品或作品，一时价格与价值严重脱离，一落千丈，几十元钱能买进一件珍贵的艺术品。

就宏观经济而言，一个国家的艺术品市场是否发达，首先取决于需求能否上升，而需求的首要原因是本国的国民收入以及企业的经济实力。当前，中国艺术市场的需求方主要来自海外的格局已开始改变，在 1994 年嘉德春秋两次拍卖会上，国内买家就占了总成交额的 60%。这种变化源于改革开放以来中国经济持续增长，使得企业经济实力和个人收入有很大提高。国内艺术品需求量的加大，表明将艺术品视为投资形式的人越来越多，艺术品投资更有流动性和升值潜力，是艺术品投资的好机会。

在 1988 年、1989 年的时候，西方大国以及亚洲的日本、香港、台湾、新加坡等地都处于经济的良好发展期，投资艺术品十分活跃。台湾地区新开好几百家画廊。此后，西方经济不景气，一连数年，人们削减支出和投资，首先又是艺术品，于是近几年国际上的艺术品交易并不很景气。当然，极度的经济萧条虽难免给艺术品投资带来冲击，但在通货膨胀肆虐之际，它仍是最好的保值工具，只要投资者不急于变现，拥有长期的闲置资金。

（二）对艺术市场动向及其发展趋势的把握

投资者投资艺术品不可忽视艺术市场的价值动向及其变化趋势，即不可脱离艺术市场的需求偏好而盲目投资。当然，这并不意味着投资者应永远追随市场潮流，跟在市场潮流之后。如果一味刻意追随，可能吃大亏。前些年，大陆许多艺术家追求一种中西合壁的艺术作品，因为在港台，一批在海外留学回来的学者，崇尚这种非中国传统又不是纯西方绘画风格的作品，于是带动了这方面的创作。一时此类艺术品比较畅销。然而在这两年，一挥而就的抽象绘画过多过滥，供大于求，于是价格下跌，人们的审美情趣又转向传统和功力。若投资者看不准这一市场动向，则必然导致亏本。优秀的投资者善于预测和领导市场潮流，等别人明白过来，他已获利甚丰了。

（三）对艺术品价格及艺术家情况的把握

在艺术市场上，不难查明 5—10 年间艺术品价格变动趋势。只要某位艺术家的作品或某类艺术品的价格在 10 年间维持上扬的曲线，而且坡度越来越陡，便是值得尝试的投资对象。

通常在画展和画廊中的艺术品标价，是由艺术家自定的。因此，要注意这些价格的市场接受能力。这一点可以从艺术家个人展出中看出。如果艺术家的成交数量高并维持标价，表示市场的确接受此价位和作品；反之，打折求售或成交有限，只能算是有行无市。多向画廊探问，即可了解真象。自然，

市场接受能力大的艺术家较适合投资。

艺术品价格变动的影响因素很多，如艺术家的名望和地位、作品本身的优势、多寡、市场的需求等都是。了解艺术家的状况，有利于把握其作品价格的变动趋势。值得投资者注意的是，已成名艺术家的健康状况，它是艺术品价格上涨的信号灯。一旦某知名艺术家健康状况不佳时，其作品价格立刻大幅度上涨，此时若先明投资，收益将十分巨大。

台湾某报记者就因为把握了这一点而大受其益。该记者受命采访大陆著名国画大师李可染。当他兴冲冲地来到李宅时，方知李可染已乘鹤西去。因某种原因，李公辞世的消息尚不为人知。

这位记者探知到这一情况，心中怦然一动，立即赶往荣宝斋等寄售李可染作品的店堂。一见大喜，李可染的绝笔书画仍挂在那里，价格原封不动，丝毫未变。

记者马上致电台湾，让其亲属倾全家之财富，将大笔款项用电汇方式汇到北京，将李可染生前寄售的作品尽数买下。

时隔 1 个月之久，港台以及海外人士才得知李可染辞世的消息，待他们纷纷赶到北京，欲购李可染生前亲笔作品时，李可染的绝笔墨宝早已踪影全无、捷足远遁了。

而购得李可染墨宝的这位台湾记者，随着李可染画价的急升，一夜之间成了富翁。

●艺术品的抉择

并非任何一件艺术品都在市场上看好，也就是说并非每一件艺术品都适合投资。投资者必须从浩如烟海的艺术品世界中挑选出那些有升值潜力的艺术品。

一般而言，适合投资的艺术品应具备以下四个标准：

（一）真

艺术品的真伪是最主要的投资前提。谁都知道，由于代笔、临摹、仿制以及故意的伪造，使艺术品鱼目混珠，在艺术市场上花大钱买回假货，不但会失去盈利的机会，可能连本也得赔进去。

（二）精

艺术品虽说由于每个艺术家的个性和风格不同，作品也不同；就一个艺术家而言，其一生的作品也是数量可观的，但其中不少是应酬之作，称得上是精品的并不多。以黄宾虹而论，一生绘画作品达万余件，仅现存于浙江省博物馆的就达几千件，但神形俱备的精品又能有多少？齐白石一生的作品据统计亦有万余件，大多为一般的作品，高价位的精品也并不太多。

以精为标准选择所要投资的艺术品，并不意味着大家的一般性作品就没有市场。对许多中小投资者而言，甚至根本无能力问鼎大家一件逾百万元的作品，艺术大家的一般性作品也就有了市场。以精为标准选择投资品的原则是，在相同或相似的价位下，应尽量从其中挑选出最优秀的作品。这样，艺

术品才具有较大的获利可能。

（二）全

投资艺术品，如八屏条或四屏条的字画缺少某个条幅，这种不全极影响其升值的潜力。对于单件艺术品而言，或有虫蛀孔，或有破损，虽经修补还是露出破绽，或有污渍，画面不干净，均称为不全。此类艺术品卖价大打折扣，甚至无人问律，不适于投资。

（四）稀

在艺术史上那些独树一帜的艺术品，是艺术品投资的稀罕品。那些具有创新意义、首开先河的艺术品也极有投资价值。如达·芬奇的《蒙娜丽莎》，乃稀世之珍品，限本无法计值，仅是在 1962 年因到美国展出作的估计即已达到 1 亿美元。珍稀作品极有获厚利的可能。

就艺术品投资种类而言，也是“物以稀为贵”。在社会大众还未认识到某一类艺术品的收藏价值之前，抢先进行收藏，不但收购的机会较多，而且收购价格较低。一旦该类收藏价值为社会大众所认同，收藏的难度就要大得多。而此时，抢先入市的投资者就可以高价售出他的藏品，凭借其独到的收藏眼光，而获得巨大的投资回报。

●艺术品投资价格确定

从理论上来说，任何一件商品的市场价格应与其实际的价值大体相等，同时，随供求关系的影响价格随价值上下波动。而从艺术品交易的角度看，情况要复杂得多。艺术品价格的复杂性，须引起投资者的重视。

（一）艺术品价值的特点

艺术创作是一种独特的复杂的高智能劳动，正因为此，艺术品价值具有不同于一般商品价值的难以量度性、稀缺性和无限增值性。

1.艺术品价值的难以量度性

艺术品价值之所以难以量度，原因有三个：

（1）学术界、评论界对某一件艺术品、某一个艺术家、某一个艺术流派，从来就是各持己见，没有也不可能有一个统一的公认的评判标准。

（2）艺术品创作是一种复杂劳动，复杂劳动所创造的价值是简单劳动所创造价值的倍加，但具体是加多少倍，没有统一的标准。

（3）一般的商品是体力劳动为主的产物，比较容易制定出标准；而艺术品如同高科技产品，是脑力劳动为主的产物。如果说高科技产品还可以以它所创造的生产潜力宋衡量它的价值，艺术品则主要是对人们精神的影响，其价值难以衡量。

2．艺术品价值的稀缺性

一个艺术家在高度投入艺术创作之中时，常常是物我两忘的境界。在这种境界中，往往有“神来之笔”，创造出自己事后也不可能再现的所谓无法

之法。

就艺术家一生的创作而言，数量也是有限的。处于创作高峰期（指已形成自己熟练的创作风格的时期）所创作的优秀作品会更少。更何况任何两幅作品之间又有不同之处。这就决定了出自不同艺术家之手的作品价值不同，对于同一艺术家的同一题材的两幅作品，其价值也可能极为悬殊。收藏者出于审美偏好或投资方向的选择，会对某一艺术家、某一作品表现出极强的定向，特别是在拍卖的场合，往往会不惜重金争购。一旦购入，也不希望看到类似或同样的作品出现。大量的作品复制、风格模仿、赝品伪造，往往是作品跌价的原因。

3．艺术品价值的无限增值性

无限增值性是艺术珍品的特征。通常只有在艺术家本人去世后才能实现。当这个世界上再也不可能有人继续提供同类作品，而作品经历史检验和这个艺术家一致获得公认之后，作为一种不能重复的历史阶段中精神创造的产物，艺术品才可能具有永恒的价值——无限增值性。中外美术史上那些享誉世界的艺术大师们，其作品都具备上述三个特征。

（二）艺术品价格的确定因素

只要认同作为商品的艺术品的上述三个特点，就不难发现确定艺术品价格的因素主要有以下 5 个方面。这是艺术家和投资者作出价格决策时所必须考虑的。

1．艺术品本身的质量

艺术品本身的质量是决定艺术品价格的本质因素。由于艺术品的收藏者较少考虑艺术品的原材料、展览、宣传、运输、包装费用、税金、管理费以及艺术家创作期费用，主要是依据作品的题材、风格、获奖情况、艺术家年龄、地位等等而定价，故艺术品的质量从根本上决定着其价格的高低。在正常情况下，艺术品的艺术价值大体与市场价格一致，作品的艺术价值越高，其市场价格也越高。当一件优秀的作品尚未为人认知，或作者未具知名度，该作品的市价必被低估，因此该作品具有较强的升值潜力，以恢复至相应的价值。同样，当一作品的艺术价值不高，而市场价格被人为地抬高，最终被高估的市场价格必有下跌的危机。正如欧洲印象派大师凡·高的作品，生前无人问津，不值一文，死后渐被人们所认同，终创天文数字的市场价格。

2．艺术品的稀缺程度

艺术品的稀缺程度往往与艺术品价格密切相关，艺术品越是稀缺，价格可能越高。以齐白石的作品为例，齐白石的艺术成就相当高，尤其是画虾，艺术价值空前绝后。但在艺术市场上，其画虾的作品远不如其他冷僻题材的作品如《老鼠偷油》之类卖得起价。这主要是因为齐白石画虾的作品数量大多，而《老鼠偷油》之类，虽然艺术价值也许不如画虾来得完美，但“物以稀为贵”，价格反而居画虾之上。

有这么一个故事，很能说明这一问题。

有一年，在比利时一个大画廊里，美国一画商看中了印度画家带来的三幅作品，标价为 250 美元一幅。画商不愿出此价，双方的讨价还价陷入了僵局。那位印度画家被惹火了，当着美国画商的面在画廊外烧掉了其中的一幅画。

美国画商看到这么好的画被饶掉，感到十分可惜。他问印度画家剩下的两幅画卖多少价，回答还是 250 美元一幅。美国画商又拒绝了这个报价。

这位印度画家横下心来，又烧掉了其中的一幅画。美国画商当下只好请求他千万别再饶掉这最后一幅画。当再次询问这位印度画家愿卖多少价钱时，印度画家回答：“ 最后一幅画要卖原来三幅画的价钱。 ”

最后，这位印度画家手中最后一幅画竟以 600 美元的价格拍板成交。

3，社会经济发达程度

艺术品是属于社会上层建筑的东西，是人们在满足物质生活需要之后所追求的精神生活的组成部分。经济繁荣、生活水平越高，艺术品的需求量越大，艺术品的市场价格就越高。艺术市场也会随之发展和成熟起来，专门从事艺术品拍卖的机构和经营艺术品的机构会增多，其活动会趋于活跃。

4．艺术收藏者的爱好，审美情趣和投资选择

一个有购买力的艺术品收藏者对于自己钟爱的艺术品，往往会不惜重金来购买。若对某一艺术家、某一题材的艺术品特别感兴趣，认为必有增值的潜力，往往会提高该艺术家及其作品的市价。购买艺术品的人是有钱之人，但有钱的人并不一定等于有很高艺术修养的人，他要按自己的欣赏习惯、特殊需要、甚至图个吉利购买艺术品。因此，艺术品市场上艺术品价格有较大的随意性。

5．艺术家的地位及健康状况的变化

艺术家的地位可能随着他的获奖、个展而急剧上升，在舆论导向有利的条件下，艺术家适当地提高自己的身价既是情理之中的事，也有利于巩固自己的地位。成名艺术家的健康状况对其作品价格影响亦很大。如台湾画家席德进，当他生病的消息传出，画价立刻以不合理的幅度上涨，但收藏者仍接受。

●艺术品投资渠道

投资者涉足艺术市场，必须根据自己的情况选择合适的艺术品投资渠道。可供投资者选择的艺术品投资渠道主要有：

（一）从艺术家或其他艺术品所有者私下收购

这种私下收购，可以不经过任何中间环节，从而省许多流通费用，如运输费、保管费、付给中介人的佣金等等，亦减少了中间环节对潜在利润的层层扣除。这样一来，投资者的购入价可以相对较低，获利的机会较大，利润回报较高。尤其是在民间收购艺术品，若投资者独具慧眼，往往可能以极低的价格购进上等的艺术品。

然而，这种投资渠道亦有它的不足之处。对从艺术家私下收购的投资者而言，由于艺术家作品价格的确立与升值，很重要的一点就在于有无市场价格记录。过份依靠私下交易的艺术家，交易行为不可能公开，没有公开的价格记录，导致投资者所持有的艺术品升值潜力较小。对从其他艺术品所有者收购的投资者而言，极有可能花高价买到赝品，上当受骗。尤其是在一锤子买卖的情况下，由于双方不再见面，此种情形更多。

（二）通过代理人或经纪人购买

由于代理人或经纪人对艺术市场的情况较为了解，通过他们购买艺术品不失为一个较好的投资渠道。这些代理人或经纪人可以是画廊、文物商店等经营机构，亦可以是对艺术品投资较有研究的个人。通过代理人或经纪人购买，关键在于寻找理想的代理人或经纪人。一般而言，理想的艺术代理人或经纪人应具有以下几项标准：

1．对某一家、某几家或某一流派艺术家艺术特色及主张有全面了解。

2．懂商务知识和市场规律，掌握国内外的市场信息和销售渠道。

3．具有艺术经营的实践经验和经济实力。

4．具有可靠的人品及信誉。

5．本人懂艺术，最好有一定的学术层次和知名度。

6.事业心和责任感强。

（三）从拍卖行通过竞价方式购买

拍卖主要是在拍卖人（拍卖行）、委托人（艺术家、收藏者或他们的代理人）、竞买者这三者之间进行，价高者得。拍卖的作品底价由拍卖人与委托人之间商定，如拍卖成交，买家向拍卖行交付一定的酬金（大约为成交价的 10%），同时，卖家亦须向拍卖行支付一定的佣金。如果作品未能售出，拍卖行也要按公布的比率扣除未能出售的佣金。在拍卖行投资艺术品一般能确保作品的真实性，通过拍卖行的宣传，投资影响较大。

（四）从画廊、文物商店、珠宝商店、集邮用品商店购买

这是投资艺术品的主要渠道之一。通过这一渠道购买的艺术品，一般而言，艺术品的质量有保证，不容易买到赝品。不足之处在于这些地方所售的艺术品价格均比较高。货比三家不上当，投资者不妨多走几个地方，多问多看，最好能先结识几个画廊、文物商店、珠宝商店、集邮用品高店的人，和他们先交朋友，摸清艺术市场的行情，而不贸然投资。

（五）从艺术品展卖会上购买

艺术品展卖会主要有以下三种形式：

1．个人作品展览

艺术家通过搞个人作品展览，既是一个展览的过程，也是一个潜在的售画机会。艺术家搞个人作品展览一般是租赁美术馆、画廊或艺术院校的场地进行。对投资者来说，个人作品展览是选购中意艺术家作品的好机会。

2．大型综合联展

在大型综合联展中，投资者可以对众多艺术家的众多作品进行选择比较，挑选出最适合自己投资的艺术品。

3．艺术博览会

艺术博览会是近年国际和国内艺术市场广为运用的一种艺术品交易方式。投资者参加艺术博览会，不但有很大的机会购买到自己喜欢的艺术品，

还可以通过博览会了解艺术市场的发展动向及价格变化态势，作为今后投资的参照系。

第二章　艺术品拍卖

作为艺术品投资的主要渠道之一，拍卖的地位极其引人注目。从毕加索的《皮埃雷特的婚礼》（4890 万美元）到凡·高的《加歇医生的肖像》（8250 万美元），从佚名氏的《元人秋猎图》（187 万美元）到刘宇一的《良宵》（286 万港元），从明成化青花花卉纹宫碗（1045 万港元）到英国黑便士邮票（240 万美元），艺术品成交的每一次高价，都与拍卖行的名字紧密联系在一起。

艺术品拍卖行情，成为艺术品投资的指示器。人们从艺术品拍卖中捕捉投资的热点和价格走势，而一旦投资者有实力参与艺术品拍卖的角逐，拍卖行就更成为他们注目的焦点。

●何谓艺术品拍卖

所谓艺术品拍卖，是一种充分利用价值规律、供求规律的艺术品交易方式，是艺术品买卖双方通过专门的中介企业——拍卖行，在公开、公正、公平的商业环境中，由买方以价格竞争为手段，以价高者得为原则，以拍板成交为形式的艺术品买卖活动。

任何一次艺术品拍卖活动，都必须包括以下几个基本要素：

（一）艺术品出卖人

艺术品出卖人是指对一定艺术品享有所有权或处分权并将其付诸拍卖的人。出卖人即卖主、卖家，俗称上家，可以是任何个人或组织。但在一般情况下，出卖人并不是自己主持拍卖，而是委托专门的拍卖行来进行，因而出卖人又称委托人。

（二）艺术品竞买人

艺术品竞买人是指参加拍卖活动并通过竞争承买行为欲购得一定拍卖艺术品的人。竞买人即买主、买家，又称下家。一旦因成功出价而竞得拍卖艺术品的竞买人，又称买受人、竞得人或拍定人。

（三）艺术品拍卖人

艺术品拍卖人是指接受他人委托，以自己名义公开拍卖他人艺术品并收取报酬的人。拍卖人即受托人，俗称中间人。在现代经济条件下，拍卖人一般都以拍卖行的形式出现。各拍卖行都有拍卖师，负责组织每一场拍卖活动。

（四）拍卖艺术品

拍卖艺术品即出卖人委托拍卖人进行拍卖的各类艺术品，包括字画、古董、邮品、珠宝等等。拍卖艺术品一经售出，又称拍定艺术品。

艺术品出卖人、竞买人和拍卖人是促使艺术品拍卖成立的三方当事人，构成一次完整拍卖活动中的必要主体；而拍卖艺术品则是艺术品拍卖活动中的重要客体，是拍卖当事人相互之间权利和义务赖以产生和存在的基础。在艺术品拍卖中，出卖人和拍卖人以拍卖艺术品的出让和收取为媒介，确立起法律上的委托代理关系；拍卖人和竞买人则以拍卖物的售出和竞得为媒介，确立法律上的买卖成交关系。

在艺术品拍卖中，主要采用增价拍卖方式，其基本含义是：拍卖师宣布拍卖艺术品的起叫价，即预估的最低价，竞买人以此价为限由低至高竞相应叫，最后以最高应价定槌成交。由于增价拍卖起源于英国，因而又称为英国式拍卖。与增价拍卖相对应，还存在减价拍卖方式。因为这种拍卖方式起源于荷兰，因而又称荷兰式拍卖。荷兰式拍卖起价很高，高到没有竞买者出价的地步，这时拍卖师逐步降价，直降到有人高呼“我要了”，即表示拍定成交。减价拍卖主要用于生鲜物品的大宗交易，在艺术品交易中很少采用。

增价拍卖的最大优点在于：最高竞价上不封顶，因而能够使本身就具有极高收藏价值、观赏价值、研究价值的拍卖艺术品再进一步得到高不可测的价值增殖。许多举世公认的珍贵艺术品，都是在增价拍卖过程中创下拍卖价的天文数字。在中国嘉德’94 春季拍卖会上，创下拍卖冠亚军纪录的两幅作品，即张大千的《石梁飞瀑》和齐白石的《松鹰》分别由 30 万元和 78 万元起拍，最后各自以 209 万元和 176 万元的高价成交。凡·高的作品《向日葵》和《鸢尾花》，也分别由 1500 万美元和 500 万英镑起叫，最后价格扶摇直上，最终以 5390 万美元和 2475 万英镑的特高价位拍定。

●拍卖行投资的魅力

无论是投资者在拍卖行买进艺术品还是抛售艺术品，相对于其他艺术品交易形式而言，拍卖都有许多独到的好处。这正是目前各拍卖行艺术品拍卖之所以热火朝天的原因。

（一）拍卖对艺术品竞买人的吸引力

对艺术品拍卖中的竞头人而言，拍卖这种艺术品交易形式主要有以下几个方面的好处：

1．竞买人可以买得放心

拍卖行普遍最有良好的商业信誉，从而有利于保证拍卖艺术品的质量。在国外，一些拍卖行售出的欧美艺术品都附有专家的鉴定证书，保证其绝对可靠，一旦有假，立即退款。特别是象索思比和克里斯蒂这样的世界级大拍卖行，更不会轻易砸自己的牌子。

在国内，拍卖行的可信度也在不断提高。如中国嘉德国际拍卖有限公司就有一则极为严格的规定，即在征集艺术投拍品时，对其真实性一律从严掌握。任何一件作品，在公司聘请的 4 位国家级鉴定专家当中，只要有 1 人拿不准，该作品即被排除在投拍品之外，不予拍卖。

2．拍卖行情的传播有利于提高艺术品竞得人的身价

任何一个拍卖行能否生意兴隆，拍出好价位，很重要的一点在于其宣传工作做得如何。与其他艺术品交易形式相比，拍卖结果借助众多的大众传媒

的报道，为广大的社会大众所认识。前次拍卖会的竞得人，尤其是某一贵重艺术品的竞得人必然会名声大振，这无论对其以后开展艺术品投资活动，还是开展其他业务，都打下了深厚的基础。

3．艺术品竞买操作手续极为简单

前往拍卖行进行艺术品投资，可以根据拍卖目录和拍卖品展样，充分了解标卖品及其估计价值，做到拍卖前心中有数。现场操作亦很简单，如果看中某项拍卖艺术品，只要举起应价牌示意或按动桌前电钮即可。而在国外一些拍卖行参拍，若利用电话等现代通讯设备竞价，则家门都不必出，操作非常方便。

（二）拍卖对艺术品出卖人的吸引力

进行艺术品投资，必然是要赚取买卖之间的差价。投资者购藏艺术品一定时间后，遇有适当的时机，他便可以将其抛出获取利润。艺术品拍卖对抛出艺术品也有许多好处：

1．拍卖行的权威性将使艺术品出卖人更多受益

据统计数据显示，一件相同质量的艺术品，由拍卖行中介销售，其增值幅度要远远高于卖主直接销售：而由著名拍卖行拍卖则价格又远远高于一般的拍卖行，其主要原因便取决于拍卖行的权威性高低及其所体现出来的拍卖技巧和操作手段的娴熟程度。事实上，一件拍卖品为拍卖行所接受，本身就充分体现了其较高的品位。

2．拍卖会上买主的聚集和竞争有利于艺术品成交并获得较高的价位

由于拍卖会通常是在事先规定的时间和专门指定的地点举行，因此，它至少能保证吸引一些基本买主前来参加。这些买主一方面对拍卖会上即将销售的大量艺术品能产生购买兴趣，另一方面又对能在大量投拍艺术品中进行自由充分的选择感到十分满意。

由于投拍艺术品少而买主多，因而通常都会产生一种比较强烈的竞争气氛，众多的买主可能会围绕同一件艺术品展开激烈的价格大战。尤其是在买主存在着较强的炫耀身份、提高自身形象地位的情况下，竞价尤为激烈。综观国内外大大小小的拍卖会，众多买主之间进行几轮、十几轮甚至几十轮竞价的现象为数甚多。在此种情形下，艺术品拍卖可能出现奇高的价格也就不足为奇。在卖主获得巨大价款的同时，拍卖行也获得了随价款成比例上升的佣金。在朵云轩首届书画拍卖会上，汪精卫的《行书轴》从 0．3 万港币起价，最后竞以 22 万港币成交，升幅之大，令人瞠目结舌。

3．拍卖信息的传播有利于抬高出卖人的身价

拍卖行的历次拍卖成交价，成为新一轮拍卖会厘定扣卖艺术品预拍估计的参照系和整个艺术品市场未来行情的晴雨表，有利于投资者日后更有利地出售艺术品。

●有备无患

不太了解拍卖行业的人，把拍卖看得过于简单。在他们看来，拍卖会的程序基本上就是拍卖的全过程。殊不知，作为一个成功的艺术品投资者，无论他是艺术品的出卖人还是艺术品的竞买人，都要做大量细致的准备工作。

（一）艺术品出卖人的准备工作

作为艺术品出卖人的投资者，应与拍卖行相互配合，在正式拍卖活动之前，做好以下准备工作：

1．规定拍卖条件

拍卖行通过广告或直接向可能的艺术品出卖人发通知的形式征集待拍卖的艺术品。出卖人在得知艺术品拍卖会信息，确认应参拍后，直接找到拍卖行或电话联系约定看货时间、地点。一般是出卖人带艺术品或其照片找拍卖行。

此时，出卖人应携带有效证件，以供拍卖行业务人员验看，并负责回答拍卖行业务人员所提出的有关艺术品来源、归属、有无争议等问题。在此基础上，出卖人和拍卖行双方拟定拍卖条件，在达成一致意见后，签订《拍卖委托书》。

拍卖条件主要包括：

（1）预定拍卖艺术品的底价。拍卖艺术品的底价是出卖人和拍卖行双方协商后书面确定的拍卖物品的最低售价，其水平高低应根据拍卖艺术品状况和市场行情等因素综合决定，有些拍卖品可以不设底价。但凡设定底价的拍卖艺术品，拍卖行便不能以低于底价的价格拍卖；而且，底价对外应严格保密，不得公开发表，以防投买人串通作弊。

（2）明确各种费用支付。拍卖行有权向出卖人收取成交佣金、不成交手续费及各种其他拍卖费用，如拍卖行用于拍卖实际支付的鉴定、评估、公告、公证、分类、保管、保险等费用。出卖人则有权向拍卖行收取扣除成交佣金及其他各种拍卖费用之后的艺术品拍卖收益款项净额。

2．运送拍卖艺术品

由于艺术品拍卖通常都是现货交易并按拍卖行所在地仓库交货条件成交，因此，在拍卖艺术品前，出卖人必须将拍卖艺术品按期运到拍卖行指定的仓库存放，以供拍卖行挑选、分类，并按件统一编制序号。

（二）艺术品竞买人的准备工作

在艺术品正式拍卖之前，竞买人所要做的准备工作包括：

1．仔细阅读拍卖公告

拍卖公告是拍卖行通过适当媒介向一定的社会层面所发出的拍卖信息，其目的是广而告之，吸引有意参加拍卖的竞买人正式参加拍卖活动，对拍卖交易做出表示。

拍卖公告的内容通常包括拍卖时间、拍卖期限、拍卖地点、拍卖种类及数量、质量等信息和竞买人的资格规定、展样的时间地点、成交价金的支付等信息。竞买人应对上述内容逐一审阅，以决定是否参加投买。

为了不错过好的投买时机，竞买人应对拍卖公告的主要形式有所了解。通常而言，拍卖公告主要有以下四种形式：通过报刊杂志予以登载；通过广播电视予以播放；在特定场所通过海报予以张贴；在潜在买主当中通过信函予以散发。目前，艺术品拍卖公告用得最多的是第一种形式，其他三种形式则用得很少。

2．仔细审阅拍卖目录

潜在的竞买人应阅读拍卖公告，若对艺术品拍卖极感兴趣，有意参与投买，就应向拍卖行索要艺术品拍卖目录。艺术品拍卖目录主要包括两方面的内容：

（1）有关拍卖艺术品的资料。拍卖目录中载有待拍艺术品的品名、作者、来源、年代、日期、尺寸、介质、图片、真实性及参考价格等资料。当然，值得提醒竞买人的是，尽管拍卖目录内容丰富，但它只是拍卖行向竞买人提供的介绍性意见，并不构成对拍卖艺术品的任何绝对担保，即不具有切实保证拍卖艺术品万无一失的法律依据的性质。

（2）拍卖条件。在拍卖目录的最前页，还规定有种种拍卖条件，即拍卖行与竞买人之间的各种权利和义务。拍卖条件包括：

第一，明确具体的拍卖程序。一般包括拍卖行的拍卖程序，即确认买主资格、办理拍卖手续、主持拍卖活动、决定拍卖起价、规定叫价幅度、撤回拍品拒售、平息拍卖争议等等；同时，还包括竞买人的投买程序，即具备资格手续、委托竞买情况，事前抽样看货、遵守叫价幅度、成交签订合同、及时付款提货、索赔要求提出等等。

第二，明确各种费用支付。拍卖行有权向买方收取拍卖成交佣金、违约罚金及其他各种拍卖费用，如拍卖行用于拍卖实际支出的包装、运输、保管、保险费用。竞买人则有权在一定条件下向拍卖行提出拍品质量不符或数量短缺的索赔要求。

3．参观艺术品展示

仅从艺术品拍卖目录看艺术品的资料和照片还不能完全了解艺术品的品相，因而竞买人有必要亲自参观艺术品展示。

●正式拍卖阶段

正式拍卖阶段也是一个循序渐进的过程，熟悉这一过程的每一步骤，可以使艺术品投资者更好地在拍卖场上进行角逐。

（一）竞买人领取竞价号牌

在艺术品拍卖中、一般要求竞买人手持编号长柄木牌应价，以便拍卖师清点喊报。对此，各拍卖行的惯例是：竞买人在拍卖当天入场时，先登记姓名、国籍、地址、电话等个人简况，然后藉此换取竞价号牌进场。有些拍卖行规定，买主需凭拍卖行事先发放的竞买证换取号牌，并同时缴纳一定数量的保证金（无成交者拍卖会结束后予以退还）。凡未领号牌者，视为观众，竞价无效。

（二）拍卖师宣布拍卖规则

拍卖师宣布拍卖会开幕后，通常还需扼要宣读该次艺术品拍卖会的拍卖规则。其主要内容一般是着重强调几个例行条款，如“价高者得，落槌成交”，“拍板不得反悔，违约当受处罚”等。以便进一步提醒竞买人严格按照拍卖规则行事。重要的艺术品拍卖会亦可安排有关领导作简短讲话，但切不可作

长篇大论，以免影响艺术品拍卖的顺利进行。

（三）柏卖师主持拍卖

艺术品拍卖是以拍卖师为核心展开的。拍卖师是艺术品拍卖的主持人，又称主拍；拍卖师配有助手，称作监拍，以观察竞买人的叫价和动作。

1．拍卖师报出起始价

拍卖师按艺术品拍卖目录所编排的顺序逐一对艺术品进行拍卖。每拍到一件艺术品时，应介绍该投拍品的名称及其基本情况，尤其应向竞买人介绍拍卖行已知道的该投拍品的瑕疵。

在艺术品拍卖中，当拍卖师高声叫出某件艺术品的起始价后，竞买人可能出现如下三种情况：

（1）没有一个竞买人应价。此时，作无成交处理。

（2）有一个或两个以上的买主同时发出信号表示竞买。此时，拍卖师就按适当的幅度报出提高的价格，继续开价。在始终只是一个买主时，拍卖师的高报价基本上没有什么意义，只是希望引诱其他买主的竞价，拍卖通常走向成交；而若出现两个以上的买主时，拍卖师的高报价便可引起买主之间的相互竞争，拍卖必然走向深入。

（3）众多买主主动依次按事先规定好的加价幅度竞相叫价。此时，拍卖师除了适时予以重复外，不必也无法更多介入众多买主的竞价过程，而可以只听凭竞价逐渐上升，直至无人再叫价时，才最后出来一槌定音。

2．拍卖师落槌以示成交

拍卖槌是拍卖师手中的特殊工具，它在拍卖中主要有两项作用：其一，拍卖师击槌表示接受竞买人的叫价；其二，拍卖师落槌表示成交。

在艺术品拍卖这种增价拍卖中，拍卖师落槌表示成交主要有两种方式：

（1）拍卖师在拍卖艺术品竞价无人再应之际，就最后应价重复三遍，或连喊三声“准加价”，仍无人再加价时，落槌以示成交，最后应价为成交价。

（2）拍卖师在拍卖艺术品竞价无人再应之际，在最后应价的基础上按预定幅度重新加价并连报三次，仍无人应价，即落槌以示成交，最后应价为成交价。

在拍卖师击槌表示成交之前，竞买人可以撤销其出价；但一旦拍卖师落槌之后，导致击槌的应价者即成为竞得人，拍卖即告成立。这种成交关系具有法律效力，不得因竞得人反悔而变更。

3．拍卖艺术品序号的变更

在艺术品拍卖过程中，因一些特殊情况的出现，拍卖师有权决定调换拍卖艺术品的顺序或临时撤销、增加少量拍卖品，但无权变更基本程序和拍卖原则。因为，这时竞买人的全部精力集中于拍卖品的竞争上，如果拍卖程序大幅度调整，竞买人会因为无思想准备而无所适从，对拍卖会极为不利。

（四）拍卖的笔录和公证

1．拍卖笔录

在艺术品拍卖中，拍卖行常责成有关专职人员于拍卖现场进行拍卖笔录。其主要记载艺术品拍卖的实施情况，包括：拍卖会举行的日期、时间及

地点等；拍卖艺术品的号码、种类、数量；拍卖成交事实或拍卖不成交原因等，尤其应载明竞得人的最高应价。拍卖笔录是正确处理拍卖纠纷的主要依据，必须记载详细、明确、及时。

2．拍卖公证

为加强艺术品拍卖的公正性，减少拍卖纠纷的隐患，每次拍卖活动拍卖行常委托公证部门进行公证。拍卖公证包括场内公证和场外公证两种。场内公证指的是公证人员亲临拍卖现场的公证。场外公证指的是公证人员不到拍卖现场，只在拍卖成交后对买卖双方所签订的契约实行公证。

●善后阶段

在正式拍卖阶段结束后，并不意味着一了百了，投资者还应做好如下善后工作：

（一）签订成交合同

在艺术品拍卖成交当时或第二天，竞得人与拍卖行之间必须签订拍卖成交合同，以进一步从法律上确认拍卖成交事实。

拍卖合同应包括以下主要内容：拍卖艺术品名称和特性；拍卖成交价格；拍卖艺术品交付竞得人的时间、地点、方式；竞得人的价金支付或结算方式；违约责任等。

1．拍卖合同中应规定的拍卖人的主要义务有：

（1）转移拍卖艺术品的所有权。

（2）交付拍卖艺术品。

（3）保证拍卖艺术品的质量符合规定。对于已告知的瑕疵，拍卖人不负责任；对于有意隐瞒的瑕疵，拍卖人应承担责任。当然，不管属于何种瑕疵，竞得人均应在受领拍卖艺术品的一定期限内提出请求。

2．拍卖合同中规定的竞得人的主要义务有：

（1）支付价款。买主应按规定的时间、地点和方式支付所拍定的艺术品的价金。竞得人如果不按合同规定支付价款，拍卖人有权撤销该项拍卖，竞得人还必须承担拍卖人为此次拍卖所花费用以及下次拍卖与此次拍卖最高价之间差额的赔偿责任。

（2）受领拍卖艺术品。买主应按合同规定的时间受领拍卖的艺术品。买主受领拍卖品的义务不是绝对的，它仅在拍卖人按照合同规定期限内交付、并且所交付艺术品符合其所申明的质量条件下发生。对于拍卖人提前交付或不合质量要求的拍卖品，买主无受领义务。但对于因拍卖品不合质量规定而不受领的情况，买主负有举证的责任，应当在规定的或一个合理的期限内提出异议。

（二）付款

如果艺术品拍卖会采用现场付款的方式，收款台一般设在拍卖会场之中，买主竞得拍卖艺术品后即可现场交费，拍卖行确认收足货款及成交佣金等应缴费用后，开具税务局批准的特殊发票——成交确认书及提货单。

竞得人分期付款的，要按事先规定的成交价比例及时向拍卖行支付一部分货款作为定金。其未付部分通常都按“尽速付款”条件支付。对于尽速付款的期限，艺术品拍卖一般为 1 周左右。

拍卖会收取的市种因拍卖会的规模、拍卖品的档次、竞买人的组成状况不同而不同。一般艺术品拍卖会，拍卖行以人民币招价，收取人民币现金、支票、汇票、信用卡等。也有以美元、港元报价的拍卖会，收取的币种包括人民币及其他自由外汇及其相应支票、信用卡等，汇率一般以当天人民币与外币兑换牌价为标准。

（三）交割艺术品

艺术品拍卖成交后，拍卖行必须按规定向竞得人迅速交付售出的艺术品。各国拍卖行一般采取款到即付的交割方式。对于竞得人而言，如其按时履行合同义务后，即可获得拍卖艺术品的所有权；但如其未能按约定取得拍卖艺术品而受到损失，则可向拍卖行提出索赔要求。如果竞得人未按时履行合同义务而造成延期付款或提货的，拍卖行可以向其加收各种应计费用，甚至可以取消拍卖成交合同而对拍卖艺术品另行拍卖。

（四）其他善后工作

对于艺术品出卖人而言，在接到拍卖行的书面或电话通知后，应到拍卖行取款、结算，并取回未拍卖出去的艺术品。如果是合作拍卖，则合作各方要召开清算会议，按合同分配收益。

●艺术品拍卖竞价技巧

在艺术品拍卖中，投资者竞价是一件极富有技巧性的事。竞价高，则拍定的可能性大，但却减少了盈利的可能性；竞价低，盈利可能很高，但却可能竟买不到该件艺术品。投资者可以根据自己的经济实力、投资目标确定不同的竞价技巧：

（一）最优价格法

如果投资者旨在竞买成功后在较短时期内便转手再卖，以获取更高的价格，他不防采用最优价格法。

最优价格法的基本做法是：竞买者先进行市场调查，分析将拍定的乞术品再转手的市场前景，并测算出再转手的最高价格。然后，竟买者再确定再转手的最低盈利及从拍定到再转手之间的各种费用、开支。在此基础上，用再转手的最高价格减去可能的盈利及有关费用等，就是参与竞价的最优价格。高于这个价格拍定，就会减少盈利，不划算。自然，低于这个价格拍定，是求之不得之事。

（二）高阶止刹法

以最优价格法竞买可能存在这样的风险：虽然竞买的价格很划算，但却可能因别的竞买人出价更高而导致投拍落空。因而，对于经济实力较为雄厚、又不急于转手的投资者而言，为了拍定某件艺术品，可以采用高价止刹法。

高价止刹法的基本做法是：在艺术品拍卖中，投资者在别人开价的基础上打破逐级加价的常规，而是开出比别的竞买者高出几个级别的价格。在别的竞买者看来，这样开出高价肯定资本雄厚、竞争力强，不可与之争斗。开高价的竞买者在气势上、心理上吓住了对手，高价起到了止刹作用。

前几年，欧洲拍卖一批文艺复兴时期的油画作品。一收藏家布朗看中了其中的一幅，他得此画后，与已收藏的几幅画可配成一个系列，所以，他志在必得。

此画以 10 万美元的底价开拍，每次加价幅度 500 美元。价格在 10 万、11 万、11．2 万的幅次中逐渐上抬。几番加价中，布朗不露声色，在一旁冷眼旁观。当加到 11．5 万美元时，布朗一口气就将价格抬到 15 万美元。

这一叫价使其余的竞买人都对他侧目而视，拍卖场上顿时安静下来。在拍卖师高举拍卖槌准备击落之前，有位女士喊出了 16 万美元的价格，以示自己与布朗竞争之决心。但她的话音刚落，布朗马上加到 19 万美元。这令其余的竞买对手咋舌。在拍卖师三声叫喊后，拍卖槌击下，布朗成为拍定人。

这里，布朗所采用的就是高价止刹法。他两次抬价都是异乎寻常的，不是逐级加价，这显示了他强烈的竞争心理，令对乎畏缩，他从 16 万美元一下子加到 19 万美元，给对手制造了心理障碍——对手如在 19 万美元的基础上再加价，要冒布朗放弃加价，而以自己不感兴趣的高价买定的风险，到头来吃不了兜着走。与其冒险抬一次价，不如看水流舟，让人买走。

事后，布朗也承认，他两次抬价显示了一定要买，非我不可的决心。这比逐级加价要经济。有关专家认为，这幅画在逐级加价中，至少要卖到 21 万美元。

（三）谨慎跟价法

谨慎跟价法是指竞买者每次以不高于规定幅度加价，很谨慎地跟着别人加价。如果别人的加价超过自己的承受能力，则不能再跟，应放弃。这样，买定时，价格不太高，欢喜；未拍定时，价格太高，自己出不起价，无妨。谨慎跟价法常为资本较少的竞买者采用。

●识破艺术品拍卖中的底牌

所谓底牌，是指艺术品拍卖买卖双方之间、出卖人或竞买人与拍卖行之间私下约定的一种有损拍卖“公平、公开、公正”原则的地下交易活动，其实质是以拍卖形式为掩护的不合规范或不合法律的艺术品交易。虽然在艺术品拍卖中，底牌只是偶尔出现，但若不识破和根除，往往使艺术品投资者吃亏上当，同时也妨碍艺术市场的进一步发展。

（一）出卖人底牌

艺术品出卖人在艺术品拍卖中玩弄的底牌伎俩主要有如下几种：

1．请人作托

出卖人将其作品送交拍卖，拜托朋友在现场作托，一而再，再而三，使自己作品的拍卖价格不断上涨。虽然拍卖的作品大多最终回到自己手里，拍卖的费用也基本出自自己腰包，但如此一来，作为艺术创作者的出卖人却渐渐有了大名声，为自己制造了“行情”。

2．自拍自买

出卖人既无知己相助，又无机构关注，只好自己送拍，自己又披挂上阵充当竞买者，将自己的作品捧上较高的价位。

3．既拍又送

艺术品出卖人让愿意收藏自己作品的人士以高价竞买自己的某一件或几件作品，然后再私下再奉送几件作品，以摊平其成本，收藏者以低价获得作品，而卖家则获得价位更高的行情。

4．假手于人

艺术创作者与某一经营机构（如画廊）订约，以低价甚至无偿提供一批作品，由经营机构投资拍卖，将其作品哄抬到一定价位。经营机构事后逐步抛出手中握有的该批作品，收回投资，并获取可观的回报；艺术创作者则获得越来越高的价位。

5．价款返回

艺术创作者送一“巨作”投拍，怂恿某富翁以高价竞拍成交。其后，出卖人再将拍卖所得通过捐赠的形式返回给富商建立的公益事业，其中，资金在周转过程中的损耗由出卖人以作品抵偿。经过如此周折，双方均创下拍卖高价位的好名头。

（二）竞买人底牌

艺术品竞买人在拍卖中常用的底牌伎俩有以下几种：

1．损人利己

某些竞买人受海外巨商或其他机构的委托参与艺术品竞买。为了使自己按比率多提佣金或使出卖人（其熟人或朋友）多赚钱，而不顾委托人的利益，漫天出价。

2．假公济私

某些国有企业家以公款哄抬一两位艺术家，艺术家则以作品酬谢。或者，以公款收藏，开支入帐，而藏品归己，最多让其在办公室中多挂几日而已。

3．参拍逃税

此种底牌经常被个体工商户所采用。他们投巨资于拍卖，所投资金列入经营成本，无需缴税。艺术品个人所有，工商税务部门不可能核实。久而久之，藏品即使以原价倒手，也得以逃税。

4．另有他谋

竞买人以高价竞得有关人士的藏品，以之交换获得特殊优惠待遇或批文等。

5．竞买垄断

竞买人在艺术品拍卖前相互串通，商量好在拍卖中不竞争或尽量少竞争，从而最终以低价买进所拍卖的艺术品。之后，丙利用种种手段，将低价买进的艺术品用高价卖出，所获利润在竞买人之间分配。

（三）拍卖底牌的防治和化解

拍卖底牌在艺术品拍卖中的出现，违背了拍卖的“三公”原则，使拍卖业潜伏着危机，也危及在拍卖中正当经营的投资者的利益。因此，如何防治和化解拍卖中的底牌就成为政府，行业管理部门及投资者的当务之急。

1．加强拍卖的法律建设和督查工作。

对于拍卖行业及其活动，国家内贸部颁发的《拍卖管理办法》才刚刚实施，在执行中大打折扣，通用的法律法规又缺乏足够的力量与手段运用，督查乏力。艺术家或收藏家请人托市，工商部门无从查考。机构（尤其是海外机构）做市，更是既难以查证，也无从规范，只好听之任之。由于收藏成本无从把握，出卖人即使获得巨额利润，也无须缴纳所得税。

把拍卖当作“团结上级”的手段或以此做交易，在拍卖中，纯属“周瑜打黄盖，一个愿打，一个愿挨”；但在社会标准中，却属于法纪管辖范围，这给纪检、司法、新闻媒介等部门提出了新的要求，要求它们对拍卖行业与拍卖行为加强社会监督。

2．在拍卖行业组建行业公会，加强拍卖行的自律管理国际拍卖界有明确的行规，如索思比、克里斯蒂等国际性大拍卖行既靠不断上推的商情，也靠诚实不欺的信誉而领风骚。我国拍卖行大多在拍卖中参照国际行规。但在我国的某些拍卖公司及其拍卖活动中，行规遵守不严。一部分拍卖行唯利是图，多失其责，只要买卖双方交足手续费，明知其中有诈，也不去干预，因此，有必要建立拍卖行业公会，以强化拍卖行“公平、公开、公正”的行业准则，对买卖双方利益负责。

3．投资者不断强化自身修养

艺术品拍卖中的底牌之所以能得逞，一方面是因为这些底牌有一定的隐蔽性，另一方面却是由于艺术品投资者缺乏必要的拍卖知识，艺术品知识及冷静的投资心态，不善于识破拍卖中的陷阱，到头来吃亏上当的是自己。为此，艺术品投资者应注意加强艺术知识、拍卖知识、艺术市场行情等方面的修养，善于洞悉和规避种种底牌，在艺术品拍卖中游刃有余。

●国内外拍卖行简介

艺术品拍卖活动是围绕拍卖行展开的。深入了解各拍卖行的情况，选择合适的拍卖行开展艺术品交易，直接关系到艺术品的质量和成交价格，关系到投资者的切身利益。为方便读者，下面将对国际国内的主要拍卖行作一些介绍。

（一）欧美主要拍卖行

1．索思比拍卖公司（Sotheby’s）

索思比拍卖公司由索米鲁·博卡于1744年创立，距今已行250多年的历史。该行最初从事古籍方面的拍卖，从本世纪初开始涉足绘画领域。如今，已成为世界上最大的拍卖公司。索思比又择作苏富比。

公司总部设在伦敦，拍卖主要是在伦敦和纽约举行。其它，则根据地域

划分举行各种拍卖，如：宝石拍卖在瑞士，美术装饰方面在摩纳哥，中国陶器在香港，等等。世界各地共有 28 个分公司，拍卖品在绘画方面也有各种分类：如巨匠绘画，巨匠素描习作，19 世纪绘画，1500—1650 年的英国油画、水彩和素描，更有维多利亚时期的绘画以及现代拉丁美洲、美国绘画，其它如中国美术、古陶瓷，希腊、罗马时期的美术和日本的古代美术，等等。

作为大拍卖公司，索思比许多单件拍卖品的拍卖价均破历史记录，比如，法国画家高更 1892 年一幅题为《往昔》的作品，以 2420 万美元的高价在纽约拍卖成功。1983 年，原西德国际财团以 14 万英镑的破记录价格从索思比买走了德国 12 世纪一位重要君王的手稿,这份手稿是中世纪德意志最有权势的王公亨利，即萨克森和巴伐利亚公爵于 1170 年的手谕，它是德国现存的中世纪最重要的历史文献。

与此同时，公司的营业额也在不断上升，1980—1981 年，索思比的交易额为 6 亿美元，到 1988 年，营业额达到 18 亿美元，1989 年，拍卖交易额又增到 29 亿美元。近几年来，交易额仍保持在数十亿美元。

在经营管理上，索思比锐意进取，大胆改革。自 19 世纪起，索思比就开始对买方提供经济服务，20 世纪 50 年代又开创“卖方最低保证金制度”。1983 年，美同地产商阿尔发·陶伯曼买下索思比后，对它大加改革，从以行和经纪人打交道转为和私人买方谈生意。他发展卖方最低保证全制度，并为买方提供 50%的贷款。

80 年代末期至 90 年代初期，索思比又一次迎来国际拍卖业的黄金时代。在拍卖机构方面，索思比的全球分行和办事处已达 78 家之多。在拍卖价格方面，一项项新的纪录以几何级数上升而被神话般地创造出来。

1987 年 11 月，凡·高的名画《鸢尾花》在纽约索思比以 5390 万美元成交，成为当时全球单件艺术品的最高价。1989 年 5 月和 12 月，索思比又先后两次打破毕加索作品的最高拍卖纪录，即 1901 年所作的自画像《约·毕加索》售价 4790 万美元，《皮埃雷特的婚礼》冲上 5130 万美元。1990 年 5 月，法国印象派画家雷诺阿的《红磨坊街的舞会》也在该行脱手，新纪录价为 7810 万美元。从其他拍卖艺术品来看，1987 年 5 月，香港索思比拍卖 14 世纪末一件中国明代花瓶，创中国瓷器最高拍卖价 1122 万港元。

索思比公司现任董事长高瑞伯爵是个传奇式人物。他出生于 1940 年，大学毕业后曾任英国驻联合国代表，从此进入政界，曾任美国财政大臣（1979）和艺术大臣（1983—1985）。后来出任索思比的董事长，用他的话来说：“在喧闹的政治生活之后，喧闹的索思比能使我换换口味。”

2．克里斯蒂拍卖公司（Christie’s）

克里斯蒂拍卖公司是世界第二大拍卖行。通常又译作佳士德。公司创立于 1776 年，创始人詹姆思·克里斯蒂当时只有 31 岁，从事绘画、宝石、家具、书籍等艺术品的拍卖。年轻的詹姆恩·克里斯蒂由于具有较好的口才，才使得他在当时激烈的竞争中取胜，成为最优秀拍卖主持者。但到了创始人以后的三代人，拍卖公司已不存在克里斯蒂家族成员。经营者几经变更，到目前已成为克里斯蒂、玛索、昂德·乌兹三人联名的拍卖公司。

克里斯蒂公司拍卖内容首先是绘画，其中可分为巨匠作品、印象派、近代绘画、19 世纪绘画、英国维多利亚时代绘画等。也有版画、家具、银器、宝石、陶瓷（其中也分为欧洲、中国、日本等）、书籍。另外，拍卖公司还具有帮助国立博物馆收藏国主级艺术品的义务。

克里斯蒂拍卖公司的拍卖会场遍及世界备地，欧洲有伦敦、罗马、米兰、摩纳哥、阿姆斯特丹，日内瓦等（伦敦几乎每天都进行拍卖，摩纳哥一年两次，日内瓦一年举行 12 次左右）。在美国主要有纽约、洛杉矶、芝加哥等处。分公司有 78 个。伦敦会场共有两个，其中主要会场可以同时进行二个拍卖会，拍卖种类也相当丰富。例如：公司规定星期一举行陶瓷的拍卖，星期二举行绘画的拍卖，星期三则是家具的拍卖等等。即使是同类拍卖也要根据出品地区的不同而规定在不同的时间举行拍卖。纽约市场主要是综合性的拍卖，由于和索思比公司的拍卖日期是有意错开的，因此到了拍卖那天，世界各地几乎所有的收藏家、企业家、美术馆人员都有机会一同参加，同时在现场的商店也准备了高级艺术品出售，因此画廊主和古董商也非常乐意光顾。另外，拍卖公司夏天也照常举行较低价格拍卖品等各种形式拍卖会。

70 年代末 80 年代初，是克里斯蒂的黄金时代，其拍卖业日益走红，风调雨顺，好戏连台。1979—1980 年拍卖季期，仅伦敦克里斯蒂就获得了 8300 万英镑的营业额，大大超出两年前的克里斯蒂环球营业额 6640 万英镑；而纽约克里斯蒂则亦成交 4900 万美元，比上季提高了一倍；二处合计约为 1．03 亿英镑，同索思比相比略分高下。1981 年 10 月，克里斯蒂在纽约拍卖了一个曾先后属于英国玛丽女王和安妮女王的连桌书柜，竟以 86 万美元售出，超过估价 3 倍，成为当年同类拍卖物的最高纪录，比 1973 年该柜在洛杉矶的拍卖价 9 万美元上涨了近 10 倍。1983—1984 年度，克里斯蒂的环球营业额更是猛增至 3．6 亿英镑，超过上年度 53%，落后于索思比 5000 万英镑，是两大拍卖行历年来商业差距最小的一次。

步入 80 年代中后期以来，克里斯蒂又领先于索思比，接二连三地创下文物艺术品拍卖的世界纪录，令人一次次眼花缭乱，瞠目结舌。1985 年 4 月，伦敦克里斯蒂拍卖意大利文艺复兴早期帕多瓦画派大师曼坦尼亚的作品《智者朝圣图》，创世界纪录 810 万英镑、约合 1117 万美元的最高价。两年后，即 1987 年 3 月，凡·高的名画《向日葵》又由伦敦克里斯蒂拍卖，买主付出 2475 万英镑，约合 4009 万美元之巨，是以往单件艺术品最高拍卖价的 3 倍。尽管此项纪录不久就被纽约索思比以 5390 万美元的拍卖价所打破，但克里斯蒂处处冒尖的念头却丝毫未减。

同年 5 月，香港克里斯蒂拍卖我国著名画家吴冠中的《高昌遗址图》，原估价 15—20 万港元打住，但实际卖得 187 万港元，创下当代在世中国画家绘画作品的最高纪录。6 月，纽约克里斯蒂又下一城，将我国古代佚名作者所画的一幅《元人秋猎图卷》，以 3 倍于估价的 187 万美元售出，创下海内外历年中国画拍卖的最高纪录。

1990 年 5 月，在纪念凡·高逝世 100 周年的热潮中，纽约克里斯蒂再拔头等，将凡·高自杀前半个月所作名画《加歇医生的肖像》付诸拍卖，以 8250 万美元的巨额高价创下有史以来的世界拍卖纪录，且至今尚未有任何艺术品能逾越这项成交额。借此良机，克里斯蒂的环球营业额稳步上升，1989—1990 年度又比上年度增加了 40%，达到 14.6 亿英镑。

90 年代初，克里斯蒂一如既往，生意兴隆，事业有成。1991 年 11 月 21 日，伦敦克里斯蒂拍卖了意大利文艺复兴盛期威尼斯画派大师提香的一幅作品《维纳斯和美少年》，成交额 740 万英镑，是事前预拍估价的 7 倍，刷新了这位画家作品历年拍卖价的最高纪录，在国际拍卖界引起轰动。在当天的拍卖会上，还有另外 3 名近代欧洲二流画家的作品分别以 260 万、180 万、

180 万英镑相继售出，并且都打破了各自以往的拍卖封顶价。同年 12 月，纽约克里斯蒂拍卖了美国南北战争时期的总统亚伯拉罕·林肯的一封亲笔信，以 74．8 万美元创造了美国人手迹的世界纪录。一年后，这家拍卖行又拍卖了林肯亲笔书写的一篇 76 字短文，其中有人们十分熟悉的名言，即“不要对任何人存心不良，要对所有人仁慈宽容”，从而以 132 万美元的高价重新改写了美国人手迹的世界纪录。

1993 年 11 月 2 日，纽约克里斯蒂刚刚拉开秋季拍卖序幕就喜从天降，数位印象派大师的作品以总计 5130 万美元拍卖成交。该行共卖出了 45 幅绘画作品，其中有 18 件突破了 100 万美元大关。如法国印象派画家德加的一幅作品卖得 704 万美元；勒努瓦的两幅作品共卖得 640 万美元；毕沙罗的一幅作品卖得 414 万美元；等等。良好的开端使克里斯蒂为之大振，预示着 1993—1994 年拍卖季期又有丰厚的收入和惹眼的利润。据统计，仅此次秋季拍卖，纽约克里斯蒂的进项就在 1 亿美元左右。

3．菲利普斯拍卖行

菲利普斯是英国第三大拍卖行，以拍卖文物艺术品为主。二次大战后，它在格伦迪宁拍卖公司和帕蒂克—辛普森拍卖行共同参股下，逐渐扭转了财务混乱的恶性循环局面，开始较快地发展起来。1972 年，伦敦菲利普斯拍卖了 18 世纪由美国著名工匠约翰·科尼打造的一个银制餐用碗，售价 15500 英镑，在拍卖界大出风头，改写了同类物品的拍卖纪录。1973 年，该行又在伦敦拍卖了一件 15 世纪的中国明代瓷器，以 13．5 万英镑成交，名列前茅。1977 年，菲利普斯又在美国纽约开业，与索思比和克里斯蒂展开竞争，将跨国经营业务推向高潮。1983—1984 年拍卖季期，菲利普斯的环球营业额为 4410 万英镑，尽管远不及上述两大行，但亦比上季增加了 16%。目前，它已成为世界上屈指可数的几家著名国际性拍卖行之一。

4．陶洛士拍卖行

陶洛士是奥地利名扬四海的拍卖行，总部设在首都维也纳，迄今已有 290 年左右的历史。该行原属官办性质的国有企业，后改组为以私营企业方式运作的股份有限公司。陶洛士是一家综合性拍卖行，拍卖物品的范围相当广泛，从金银首饰、古董瓷器，到名画乐谱、家具汽车，五光十色，琳琅满目。此外，陶洛士还附设了一家当铺，一家高利息储蓄银行和一家超级市场，用于以副养主，以主带副，共同繁荣。近年来，陶洛士每年平均进行 2000 次左右的大规模拍卖活动，并增设代客估值的有偿服务。在 90 年代初，陶洛士拍卖所得超过 6．5 亿奥地利先令，约合 6000 万美元。

5．德鲁奥拍卖行

德鲁奥拍卖行是法国最大、最重要的拍卖行。其拍卖范围很广，有美术作品、古本书以及历史文物、中国陶瓷等。虽然德鲁奥在规模上比不上索思比和克里斯蒂，却有自己的独到之处。一方面，他们拍卖的物品价格相对比较便宜，因而吸引来众多的竟买者。另一方面，竟买者可以自己拿在手里鉴赏拍卖品，专家就站在旁边介绍各种知识，这样拍卖行就与顾客建立了一种亲切、和谐的关系，有利于拍卖成交。

德鲁奥拍卖行最多时每天举行 6—7 场例行拍卖会。1989 年 5 月，德鲁奥在北京人民大会堂成功举办了一次国际艺术品拍卖会。由 58 位美国、法国和中国著名画家提供的 92 件作品，全部售出。其中法国罗伯尔·赫森贝格的作品拍得 27 万元人民币，荣登此次义拍之首宝座；而我国国画大师李可染的

《雨过泉声急》，则以 14．5 万元创下国内作品拍卖的最高纪录。

（二）港台主要拍卖行

1．索思比、克里斯蒂分号

港台的拍卖活动起步较晚，其拍卖行大多是索思比和克里斯蒂等欧美大拍卖行的分号。

香港人从本世纪 70 年代开始涉足艺术品的收藏，于是，索思比、克里斯蒂这世界两大拍卖行从 70、80 年代起在香港设立分公司，专门从事中国艺术品的拍卖。这两家分号都不大，每个分公司只有数名工作人员，每次拍卖都得现租场地，但其拍卖业务很红火，吸引了台湾、东南亚、甚至欧洲的收藏家来竞买。随着两大拍卖行开始开拓香港市场，到 80 年代中期，香港成为世界上最大的中国近现代书画拍卖地。

80 年代，台湾经济崛起，台湾人开始收藏艺术品，索思比和克里斯蒂看中了台湾这个市场。索思比捷足先登，在台湾先行设立分公司，进行艺术品拍卖。克里斯蒂也不甘示弱，于 1990 年 12 月在台湾设立办事处，建立了自己的分公司。如今，台湾也成了两大拍卖行拍卖中国文物、书画艺术品的主要市场，不时举办各种拍卖活动。

2．香港拍卖行

香港拍卖行建于 1965 年，长期以来主要依附于香港政府及其司法机关，通常拍卖罚没物资、破产企业等，60 年代后期开始涉足房地产拍卖。70 年代，随着香港文物、艺术品拍卖热的兴起，香港拍卖行也逐步调整业务方向，跻身于文物、艺术品拍卖行列。

香港拍卖行每年定期举行 4 次大型文物，艺术品拍卖会，主要拍卖中国近现代字画、历代陶器、瓷器、古玩等。以 836 万港无成交的大陆肖像画大师刘字一的作品《良宵》就是由香港拍卖行落槌定音的。

3．建德国际艺术品拍卖公司

建德国际艺术品拍卖公司是台湾第一家也是最大一家文物、艺术品拍卖行，成立于 1984 年。公司隶属于台湾最大的文物商之一的胜大庄文化企业集团。该公司于 1990 年邀请刘海粟、林风眠等 8 位大陆书画大师访台，不但一举促成台湾当局通过了《大陆杰出人士访台办法》，也使其拍卖艺术品的来源迅速扩大。迄今为止，建德已举办多场文物、艺术品拍卖会。

4．协联拍卖行

协联拍卖行于 1983 年成立于香港，每年于 5 月、11 月定期举办两次文物、艺术品拍卖会，拍卖字画、古玩、玉器、陶瓷等，同时，不定期拍卖一些来自银行、律师事务所、会计事务所的机械设备、房地产、船只等。

该行曾与大陆荣宝斋等艺术品商店联手，成功举办过数次文物、艺术品拍卖活动。1992 年 5 月，该行和荣宝斋香港有限公司举办的中国近现代书画拍卖会，创下国画大师李可染作品历年拍卖最高成交价 231 万港元，而这幅题为《千岩竞秀万壑争流》的作品，1988 年 5 月仅拍得 13 万港元。

5．香港永成古玩拍卖有限公司

成立于 80 年代末期的香港永成古玩拍卖有限公司与大陆朵云轩关系甚密，曾数度合作拍卖文物艺术品，成效显著。1992 年两次与朵云轩合作的拍卖，成交额均突破 1000 万港元。

（三）大陆主要拍卖行

1．北京市拍卖市场

北京市拍卖市场成立于 1988 年 5 月，是一家综合性拍卖行。建行之初，该行仅以拍卖罚没物资为主，后来拍卖范围陆续扩大，已涉及古董字画，珠宝翠钻、邮品、工艺品等。

1992 年 10 月 11—14 日，北京市拍卖市场举办 ’92 北京国际拍卖会。此次拍卖会不仅是中国大陆拍卖界首次举办的面向海外的大型国际拍卖会，也是中国大陆第一次向国际公开拍卖批量高值历代古董的文化盛典。为期 4 天的拍卖会共推出中国瓷器、金银铜器、珠宝玉器、书画邮品、纺织品、木器、钟表、汽车及其他传统工艺美术精品 2020 件，总计售出 902 件，成交价共为 335 万美元。1993 年北京市拍卖市场又成功举办 ’93 北京当代书画精品国际拍卖会、首届民间收藏品拍卖会、 ’93 北京国际拍卖会珠宝翠钻工艺珍品单元、 ’93 中国书画名人精品拍卖会。1994 年 5 月 15 日，该行举办的中国书画名人拍卖会共拍卖书画作品 188 件，其中成交 127 件，成交率为 67．6%，总成交额为 640．8 万元人民币。

2．中国嘉德国际拍卖有限公司

1993 年 5 月，中国嘉德国际文化珍品拍卖有限公司在北京成立。同年 11 月，公司改名为中国嘉德国际拍卖有限公司。嘉德以中外文化艺术品拍卖为重点，同时兼营不动产、企业产权、土地使用权、各类知识产权、罚没抵押物品的拍卖，并开展艺术品的收售、鉴定、估价、展览等业务。

嘉德仿照国际惯例，每年春秋两季定期举行大型艺术品拍卖会。1994 年 3 月，嘉德在北京长城饭店首次亮相，举行了中国嘉德 ’94 春季拍卖会，创下 1423 万元人民币的成交总额，244 件作品成交 186 件，为 1994 年的中国艺术市场带来第一阵春风。嘉德 ’94 秋季拍卖会上，著名油画家陈逸飞表现西藏题材的新作《山地风》以 286 万元价格成交，创造了当时在世华人油画家油画作品拍卖的世界最高价格。

3．上海朵云轩艺术品拍卖公司

上海朵云轩艺术品拍卖公司于 1993 年 2 月成立,其拍卖标的范围包括私公藏中外艺术品、字画、油画、水粉版画、雕塑、刻品、瓷器、乐器、书籍、唱片、摄影作品、工艺品（除金银饰品）、签名、古董、文房用品、纪念物、手稿等。公司组建，于 1993 年、1994 年连续两年成功举办了中国书画拍卖会。光是朵云轩首届中国书画拍卖会 153 件拍品即成交 110 件，成交率为 75%，成交总额为 750 万港币，为全部估计成交额 500 万港币的 150%。

4．北京瀚海艺术品拍卖公司

北京瀚海艺术品拍卖公司是国内首家经国家文物主管部门批准的从事新旧艺术品拍卖的专业公司，得益于全国各文物商店的货源支持，充分发挥了文物系统主渠道的专业优势，名人名作精品荟萃。

1994 年至 1995 年春季，瀚海拍卖总成交额为 1．38 亿元人民币。其中 6995 年春季拍卖会于 4 月 10—11 日在北京京广大厦举办了中国书画、扇画，古董珍玩三场拍卖。990 件拍品经国内外 350 余位买家的激烈角逐，总成交额 1．05 亿元，总成交率 93．1%。其中国画专场成交额为 5127 万元，成交率 87．4%；扇画专场成交额 1026 万元，成交率 99．4%；古董专场成交额

4358 万元，成交率为 94．2%，取得了空前的拍卖好成绩。

大陆拍卖行还有许多，涉及艺术品拍卖业务的还不少，这里就不再一一赘述。为方便读者查阅，现将主要艺术品拍卖行及相关资料列表如下（资料来源：1995 年 1 月 10 日《中国商报》所载《国内贸易部拍卖市场审核公告》第一号）。

表 2-1　中国大陆主要艺术品后卖行一揽表

拍卖行名称	拍卖行地址	注册资金	法定代表人
北京市拍卖市场	北京宣武区廊房头条 41 号	50 万元	刘俊年
中国嘉德国际拍卖有限公司	北京市朝阳区东三环北路长城饭店	2000 万元	陈东升
上海朵云轩艺术品拍卖公司	上海南京东路 422 号	200 万元	祝君波
北京瀚海艺术品拍卖公司	北京宣武区和平门外琉璃东街 80 号	60 万元	秦公
上海拍卖行	上海延安东路 400 — 404 号	100 万元	林一平
上海德康典当拍卖公司	上海建国西路 69 号	100 万元	周福亨
南京艺术品拍卖有限责任公司	南京市北京东路 31 号 4 楼 A 座	108 万元	秦文
广东拍卖业事务（深圳）公司	深圳市东门中路江南大厦北座楼 14 楼	100 万元	林生
长沙市拍卖行	长沙市黄兴中路 4 号	60 万元	黄定华

续表

拍卖行名称	拍卖行地址	注册资金	法定代表人
吉林省拍卖总行	长春市重庆路 12 号银行大厦 4 楼	340 万元	姚洪举
天津市拍卖总行	天津市和平路 47 号	100 万元	师宝华
山西省恒宏拍卖行	太原市迎泽大街 57 号	100 万元	曹德强

●附：近年部分艺术品拍卖会成交情况

香港索思比 1989 年艺术品拍卖会结果

续表

画家	作品	尺寸	价格
吴昌硕	梅石图	151 × 82.5 公分	460000
张大千	墨荷	43.2 × 162 公分	190000
黄秋园	清溪归棹	67.3 × 55 公分	40000
孙星阁	松韵泉声图	137.5 × 69 公分	32000
吴冠中	杂集 12 开册		300000
丁衍庸	杂集 14 开册		110000
崔子范	杂集 8 开册		58000
沈耀初	蕉叶小鸟	58 × 39.7 公分	18000
丁衍庸	人物	54.5 × 69 公分	15000
朱屺瞻	苍岭烟霞	96.2 × 106 公分	78000
钱松■	山水	179.7 × 68 公分	50000
陈衡恪	山水	142.9 × 60.8 公分	260000
余承尧	山水	68.5 × 67.6 公分	48000
萧平	林壑深秀	110 × 67.5 公分	15000

（下槌价，港元）

香港克里斯蒂 1991 年中国当代油画拍卖行情

编号	画家	作品	价格
1	吴冠中	巴黎市政厅前的喷泉	330000
2	余本	收割	121000
3	颜文梁	海滨村庄	121000
4	丁衍庸	男与女	88000
5	林风眠	裸女	715000
6	吴冠中	桥头晨市	242000
7	吴冠中	河边小景	187000
8	吴冠中	江南村镇	440000
9	王征骅	向日葵	79200
10	王征骅	听海	93500
11	吴小昌	野杜鹃花	41800
12	艾轩	歌声离我远去	330000
13	艾轩	荒野之歌	82500
14	孙为民	今日没有风	66000
15	孙为民	光影	165000
16	李凯	雪后逆光下的宫门	60500
17	李凯	宫门深锁	82500
18	王忻	长城月色	44000
19	王忻	苏州运河	68200
20	夏葆元	农舍	44000
21	薛雁群	跪着的裸女	57200
22	朝戈	背坐着的裸女（约会之前）	110000
23	曹力伟	风雪归牧	88000
24	陈丹青	朝圣者	55000
25	陈衍宁	宁静的小屋	55000

编号	画家	作品	价格
26	陈衍宁	红瓜黑籽	74800
27	陈川	阳光下的树	121000
28	胡建成	海边的船	82500
29	胡建成	梦	132000
30	李忠良	苏州庭园	187000
31	王沂东	新年火锅	60500
32	王沂东	风停了	253000
33	孙景波	一条小河	35200
34	孙景波	哲蚌寺的女香客	88000
35	陈逸飞	浔阳遗韵	1357000
36	陈逸鸣	油桃和明信片	71500
37	陈逸鸣	落潮	165000
38	蔡楚夫	冬日小溪流水	121000
39	蔡楚夫	桂林的渔鹰	121000
40	姚运	沉思	71500
41	姚运	储存在树上的干草	60500
42	杨飞云	梳妆	297000
43	袁正阳	走廊尽头的门	46200
44	袁正阳	斜影	44000
45	王怀庆	白墙衬托的立木	90200
46	王怀庆	黑窗格剪碎白窗纸	110000

（下槌价，港元）

嘉德 1994 年秋季拍卖会当代油画拍卖结果

编号	画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价（港元）
1	颜文梁	冬日	24 × 33	5/7 万	3.2 万
2	关良	越秀山	27.7 × 35.6	8/10 万	流标
3	林风眠	风景	54.6 × 66.7	10/12 万	30 万
4	颜文梁	苏州桃花坞	46 × 60.7	8/10 万	7.2 万
5	艾中信	雪中放牧	50 × 60	6/8	5.2 万
6	吴作人	青岛中心公园	53 × 73	25/30 万	21 万
7	罗工柳	蓝裙子	104 × 78	6/8 万	3.8 万
8	刘国枢	吹笛子的人	53 × 36	3/4 万	2.8 万
9	葛鹏仁	云	100 × 80	6/8 万	3.8 万
10	陈钧德	海滩	70 × 80	3.5/4.5 万	2.5 万
11	陈丹青	哺	56 × 71	4/5	7.8 万
12	罗中立	早春的日光	64 × 811	2/14	12 万
13	曹力	和谐	60 × 70	2.8/3.8 万	流标
14	贾涤非	有黄色背影的花	60 × 80	2.5/3.5 万	流标
15	邵飞	花乡	108 × 84.5	5/6 万	5.8 万
16	朱乃正	五月的星光	67.2 × 91.6	10/12 万	9.2 万
17	匡剑	帕米尔之光	145.5 × 112	4/5 万	3.5 万
18	杨飞云	瞬间的静止	86 × 76	12/15 万	16 万
19	张义波	童年的记忆	81.5 × 100	2.5/3.5 万	5.2 万
20	毛以岗	回望田野	88 × 88	2.5./3.5 万	2.8 万
21	丁方	祈褥的灵魂	70 × 110.3	3.5/4.5 万	6.2 万
22	王路	古战场	80 × 100	6/8 万	6 万
23	何多苓	火把节的黄昏	72.8 × 91	10/12 万	9.2 万

续表

编号	画家	尺寸（cm)	估价	成交价（港元）
24	俞晓夫	100 × 80	6/8 万	4.8 万
25	闫振铎	80 × 100	4/5 万	7.5 万
26	孙向阳	65 × 146	4/6 万	8 万
27	靳尚谊	65 × 50	40/50 万	30 万
28	毛栗子	65 × 81	5/6 万	5.2 万
29	陈文骥	100 × 100	4/5 万	流标
30	孙为民	43 × 58	3/4 万	2.5 万
31	何大桥	122 × 142	8/10 万	8.2 万
32	刘影钊	100 × 90	4.5/5 万	3.5 万
33	喻红	45 × 38	1.5/2 万	1.6 万
34	姚远	120 × 145	4/6 万	5.2 万
35	张钦若	100 × 80	3.5/4.5 万	2.5 万
36	陈逸飞	188 × 255	60/80 万	260 万
37	邵晶坤	80.6 × 66	4.5/5.5 万	4.2 万
38	李延洲	80 × 65	2.5/3 万	1.8 万
39	王沂东	60.5 × 72.6	10/12 万	10 万
40	袁正阳	90 × 100	4/5 万	4.2 万
41	谭涤夫	57.4 × 69.3	1.5/1.8 万	流标
42	司子杰	45.5 × 50	1.8/2.3 万	3.5 万
43	龙力游	180 × 230	8/10 万	9 万

续表

编号	画家	作品	尺寸（cm)	估价	成交价（港元）
44	马林	春寒	80 × 100	2.8/3.3 万	3.5
45	盛姗姗	古代岩古马	127 × 173	5/7 万	（未运到）
46	周春芽	石头	100 × 80	4/5 万	5 万
47	李贵君	多梦时节	120 × 100	7/8 万	7 万
48	刘小东	独自在家	371 × 52	6/7 万	6.5 万
49	宫立龙	大嫂	100 × 80	4/5 万	3 万
50	王向明	吉祥鸟的问候	61 × 75.7	3.5/4.5 万	3.2 万

（以上成交价未包含 10%买家酬金）

香港索思比’95 春季拍卖会中国当代油画拍卖结果

画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价（港元）
劭晶坤	《百合》	75.2 × 80.6	6/8 万	6.9 万
吴冠中	《富春江上打鱼船》	45.7 × 61	40/60 万	流标
钟蜀珩	《少女闲读》	90.8 × 65.4	8/10 万	15.525 万
钟蜀珩	《春消息》	60.3 × 73.3	4/6 万	4.6 万
蒋昌一	《江南少女》	63.5 × 78.7	10/12 万	流标
李忠良	《杏花春雨》	66 × 50.8	8/10 万	9.2 万
艾轩	《有香客自路边经过》	76.2 × 91.4	12/15 万	流标
韦蓉	《旧京梦华》	76.2 × 116.8	6/8 万	7.475 万
何大桥	《七月的微笑》	98.7 × 79.7	5/7 万	5.75 万
何大桥	《静物》	99.4 × 80.6	5/7 万	5.75 万

画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价（港元）
陈衍宁	《静静的泉边》	76.2 × 101	6/8 万	6.9 万
李全武	《诗思》	61 × 45.7	6/8 万	6.9 万
孙为民	《牛栅里的男孩》	48.2 × 64.1	4/5 万	4.6 万
李斌	《梦乡》	41.9 × 61	3.5/4.5 万	4.025 万
吴健	《朝晖》	76.2 × 101.6	5/7 万	5.176 万
吴健	《塞纳河畔》	61 × 91.4	4/5 万	4.025 万
陈逸飞	《涨潮一闽南系列》	81.3 × 116.81	5/20 万	13.8 万
艾轩	《拉萨牧歌》	61.1 × 50.8	5/7 万	流标
扎西	《筛青稞》	66 × 76.2	4/6 万	流标
曹立伟	《祁连牧歌》	76.2 × 101.6	5/7 万	5.175 万
胡建成	《海韵》	63.5 × 78.8	5/7 万	流标
郑志岳	《正午的草原》	81.3 × 127	6/8 万	6.9 万
陈衍宁	《梦想者》	76.2 × 101.6	6/8 万	流标
翟新建	《天鹅梦》	99.7 × 80	5/8 万	5.175 万
罗中立	《檐下童子》	99.1 × 80.6	20/30 万	流标
孙向阳	《闹春》	80 × 99.7	4/6 万	5.52 万
王忻	《水上童年》	79.4 × 120	6/8 万	6.325 万
李耕	《赶集》	87.9 × 176.2	12/15 万	24.15 万
曹立伟	《雪地上的牧人》	61 × 76.2	3/4 万	3.45 万
曹吉冈	《晴空》	63.5 × 89.5	4/6 万	流标
孙景波	《小街》	80.3 × 99.7	4/6 万	流标

续表

画家	作品	尺寸（cm）	估价（港元）	成交价
王沂东	《宁静》	114.3 × 88.9	5/7 万	6.325 万
王怀庆	《故园》	99.1 × 79.4	12/15 万	13.8 万
曹力	《永乐通宝》	61 × 68.6	3/4 万	流标
刘野	《金色时代》	101.6 × 91.4	4/6 万	8.97 万
毛栗子	《文物》	92 × 71.1	6/8 万	7.13 万
张弓	《时速九十》	101.6 × 76.2	4/6 万	5.52 万
邵飞	《波光■影》	80.6 × 99.4	7/9 万	6.9 万
毛栗子	《绳带》	80 × 99	5/7 万	流标
王浩	《画室》	91.4 × 71.1	4/6 万	4.83 万
喻红	《红墙下的女孩》	130.2 × 97.2	5/7 万	4.6 万
刘晓东	《饮者无名》	129.5 × 99.7	6/8 万	流标
曹力	《吹笛的人》	61 × 71.1	3/4 万	流标
刘野	《为了蒙特里安的黄色和蓝色》	45.1 × 45.1	3/4 万	3.45 万
张弓	《电脑病毒》	145.7 × 111.8	6/8 万	6.9 万
韦蓉	《暇日》	40.6 × 61	4/5 万	5.75 万

（下槌价，港元）

香港克里斯蒂 1995 年春季中国当代油画拍卖结果

画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价
罗中立	《抱牧草的农妇》	50 × 60	10 万/12 万	16.1 万
魏照平	《秋色》	60 × 59	4 万/5 万	4.37 万
雷坦	《向日葵》	72.× 590	5 万/6 万	6.9 万
林达川	《福建港湾》	54 × 73	5 万/7 万	8.05 万
胡建成	《海畔》	80 × 115	3 万/4 万	5.175 万
王路	《日月潭之晨》	97 × 145	10 万/12 万	流标
闫振铎	《树丛》	71.8 × 91.5	3.5 万/4.5 万	3.45 万
程丛林	《静静的山村》	60 × 79	6 万/8 万	流标
艾轩	《三月融雪》	91.5 × 91.5	15 万/18 万	流标
张利	《云南少女》	78.8 × 61	8 万/10 万	流标
杨飞云	《带珊瑚项链的女孩》	40.8 × 30.3	5 万/7 万	流标
潘世勋	《萨迦的房子》	80 × 80	8 万/10 万	流标
陈逸飞	《威尼斯水乡》	66 × 86.5	40 万/45 万	流标
扎西	《男孩与马》	30.8 × 41	1.2 万/1.5 万	流标
李耕	《西藏人》	97 × 128	5 万/7 万	流标
曾四游	《重生的抹大拉》	198 × 243.8	8 万/10 万	8.625 万
林宏基	《春醉》	120 × 90	10 万/12 万	流标
李忠良	《夏日庭院》	111 × 199.5	18 万/20 万	18.4
贾鹃丽	《仕女与笼鸟》	100 × 100	4 万/5 万	8.625
石虎	《钟馗》	70 × 57	4 万/5 万	4.6
刘小东	《痴情少年》	86.5 × 76	6 万/7 万	流标
张建国	《红鞋》	91.5 × 71	5 万/6 万	8.05
金高	《锦练图》	76.2 × 152.2	10 万/12 万	10.35
王征骅	《葵花》	55.3 × 79	6 万/8 万	流标

画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价
蔡楚夫	《瑞雪》	73.5 × 91	8 万/10 万	8.05 万
胡善馀	《冷香亭》	61 × 46.4	6 万/8 万	流标
颜文梁	《月光河》	34.5 × 46	6 万/8 万	8.05 万
陈衍宁	《花市》	116.8 × 162.5	30 万/35 万	28.75 万
姚强	《新生》	55 × 46	2 万/3 万	4.37 万
刘影钊	《静物》	90 × 90.5	4 万/5 万	4.025 万
吴冠中	《中流》	73 × 60.5	65 万/75 万	流标
潘鸿海	《水乡之晨》	95 × 129.5	8 万/10 万	8.625 万
孙云台	《云飘水长》	53.3 × 73.6	8 万/10 万	13.225 万
孙为民	《绿荫》	120 × 120	12 万/15 万	16.1 万
翁诞宪	《夏》	145 × 128	10 万/12 万	流标
张大中	《飘过的科季》	80 × 130	5 万/7 万	6.325 万
徐天润	《浦江旧事》系列——两小无猜	91.5 × 122	8 万/10 万	9.2 万
李全武	《阑亭深闺》系列之——青岛	167.6 × 142.3	18 万/22 万	27.6 万
罗中立	《晌午》	129.5 × 97	28 万/30 万	62.5 万
姚远	《草原之子》	87.5 × 88	3.5 万/4.5 万	3.45 万
袁正阳	《少女》	49.5 × 59.6	2 万/2.5 万	流标
张重庆	《渔归》	100 × 100	8 万/10 万	流标
洪凌	《银色山坳》	116.5 × 116.5	5 万/7 万	4.37 万
董启喻	《梦幻曲》	75.2 × 101.6	4 万/5 万	6.9 万

续表

EMBED Word.Document.6 \s 续表

画家	作品	尺寸（cm）	估价	成交价
朱德群	《凯旋的蓝色》	73 × 60	10 万/12 万	流标
邵飞	《午者》	64 × 79	5 万/7 万	5.175 万
张弓	《爱情要素》	100 × 80.3	4 万/5 万	流标
宋永红	《圆环道》	65 × 80	1.8 万/2.2 万	流标
尤绍曾	《街景》	97 × 70	3 万/3.5 万	流标
马艺星	《迷惘》	94.5 × 119.5	4 万/5 万	流标
朝戈	《女体》	129.5 × 98.5	10 万/12 万	流标

（下槌价，港元）

第三章　画廊和艺术博览会

对艺术品投资者而言，画廊不仅是一种主要的艺术品购买或抛售渠道，也是艺术品交易行情的集中表现处。因而，熟悉画廊及其操作办法就显得极为重要了。

作为集展出、销售和交流于一体的艺术品交易办法，艺术博览会对艺术品投资者具有极其重要的作用。这种在一定地点定期举行的、由众多艺术家、

艺术品经营机构、艺术品购藏者参与的艺术盛会，以其宏大的规模、艺术精品的荟萃吸引着众多的艺术品投资者。

●画廊概说

作为艺术家展示其作品的窗口，画廊对艺术家而言具有至关重要的地位。在西方国家，对一个刚踏上艺术生涯的艺术创作者而言，第一个奋斗目标就是使自己的作品进入画廊，从而摆脱江湖艺术的困境。进入画廊标志着社会对他的职业及作品的承认。只要能让自己的作品在画廊展销，有的艺术创作者不惜减少甚至放弃自己的分成来与同行竞争，以求在画廊取得立足之地。在中国，艺术家的竞争虽未达到如此激烈的地步，但在众多的画廊中（尤其是知名画廊）形成自己的行情，无疑有利于提高艺术家的地位及其作品的身价，是艺术家梦寐以求的事。

90 年代初，仅日本东京的银座一地就有画廊 400 多家；纽约的苏荷区画廊更是鳞次栉比；韩国的汉城亦有画廊 800 余家，大都集中在钟路区仁寺洞一带。在中国，北京市文化局注册经营字画的画廊在 1990 年就已达 200 余家，琉璃厂文化街一处就有 50 家左右。与此同时，上海、广州两地的画廊均已逾百家。伴随着艺术市场的发展，中国画廊业者还在增多。像荣宝斋这样的名牌店已走出国门，在美、日、新加坡、香港等处设立了经销机构。

画廊分档次。以香港为例，画廊分为艺术展馆和低档画廊两类。

艺术展馆属于档次较高、规模较大的一类，兼有展览和销售性质，通常仅承接正规的展览，专营名家的画作，类似北京荣宝斋的中、西画廊。

低档画廊十分繁杂，大体也有两种类型。一类只做字画作品的交易，另一类除作字画作品的交易外，还兼营陶瓷、工艺品及绘画材料等。

在美国纽约，画廊按其学术层次所表现的档次则更为明显。

所谓低档画廊，即常规画店，以一般艺术消费者为服务对象。有专为顾主订制肖像的，有专卖风景、静物或人物画的，有专卖唐三彩的。艺术品在这里就如同花店里的一束鲜花、成衣店里的一件衣裳，所悬之物，只看卖相，与现代艺术的最新探索不甚相干。

高档画廊则以推出艺术新人，新品为主要特色，名和利是成功之后才能获得的远期报赏。此类画廊向社会推荐与展示的艺术家及其创造物具有相当强的学术性、试验性和前卫性。虽然人们常常被展品惊得不知所云，但依然能感受到异样浓厚的严肃探索气息。例如：

——画廊 A。刚进门就听见不息的哗哗声，里间大厅有 10 余架人字梯，腰际间装了驱动器，四脚装了小轮，各自在地板上一开一合地滑动，与地板磨擦发出滑旱冰般的声响。每当有两架梯子相撞粘住了，值班的黑人姑娘就会走过去，象裁判分开胶着的拳击手一样将其分离，那人字梯又自去哗哗了。

——画廊 B。乘电梯升入，展厅大门的下半部分封上了 1 米高的玻璃，厅内铺满了 1 米高的黑土，名曰“纽约土壤室”，是一件永久性陈列的装置名作。

——画廊 C。射灯辉煌，展室空空、大厅四壁各粘着一只直径约 10 厘米的圆形透明胶盖——酸奶瓶盖，这便是全部的展品。置身这种几乎等于无的空间，使人想起在钢琴旁默坐一刻钟的现代音乐演奏。

纽约这些类似“纽约土壤室”的画廊之所以能够维持，能够支付高额的

房租及雇员、宣传、装修、设备、水电等等开支，表达其所欲表达的意念，原因在于社会上各种文化基金的支持。一些基金会或大公司的财政预算中往往有一笔预备投入文化艺术事业的资金。画廊可以申请捐助，基金会也可以从信息库检索值得资助的项目主动赞助。

自然，诸如“纽约土壤室”这种非盈利性的画廊，在众多的画廊中只是极小的一部分，对大多数画廊而言，均是盈利性的。这些盈利性画廊，主要有以下经营方式：

（一）出租场地

画廊按天出租展出场地，按天收取租金，不负责组织客户，售画收入全归作者或其径纪人。目前，国内不少画廊的主要收入不是荐自作品销售，而是场祖。它们既不长期（以合同方式）代理若干艺术家，也不为艺术家主动推荐客户、推动宣传，办展览、出画册等均由艺术家去做。从场租到宣传招待费用，一切由艺术家自己去负担。采用这种经营方式的画廊，如果提前数月，容易租到。

租画廊也有学问。如在韩国汉城，每年 8 月份或节假日，最易租到画廊。可是办过画展的人都大呼上当。因为在此期间，有钱购买艺术品的客户，不是去避暑度假，便是和家人亲友团聚，无暇光顾画展。

（二）买断作品

画廊先垫支一定的资金，用来收购艺术家的作品，再加价出售给艺术品购藏者。

由于画廊资金较为有限，此种情形较为少见。一般只是少数资金实力较为雄厚的大画廊在遇到升值潜力特别大的艺术品时才采取先买断的做法。

（三）寄售作品

目前国内大多数画廊，主要采取寄售作品的经营方式，即艺术家或艺术品投资者将艺术品拿到画廊，委托画廊代为销售，艺术品售出后，画廊再按事先约定的数额领取成交佣金，并将销售所得收入在扣除佣金及其他费用后支付给艺术家或艺术品投资者。采用寄售方式无需画廊占压资金，画廊亦不承担艺术品售不出去的风险。

（四）代理艺术家

画廊代理艺术家指的是画廊与艺术家签订代理合同，由画廊负责对艺术家进行全方位的宣传介绍，调定画价，出资请一定级别的评论家予以评论，并不断对艺术家提出艺术要求和导向，负责展出艺术家作品，并组织客户购画，售画收入由画廊和艺术家按合同分成。

在西方国家，画廊主要采取这种经营方式。北京东方油画艺术厅的经营方式也在逐渐向代理艺术家这个方向过渡。代理艺术家这种经营方式有利于画廊与艺术家的长远合作，是一种很有前途的经营方式。

●艺术品寄售

与出租场地和买断作品不同的是，艺术品寄售和代理艺术家涉及较多的问题，因而有必要单列出来进行讲述。

（一）艺术品寄售的优缺点

艺术家将其作品交给画廊寄售，此时，艺术家即委托人，画廊即受托人，艺术家与画廊之间的关系是一种委托关系，而非买卖关系。正是由于这种委托关系，使得艺术品寄售具有如下优缺点。

1.艺术品寄售对艺术家的优缺点

（1）寄售艺术品出售前，艺术家持有艺术品的所有权。因此，寄售尽管已将艺术品运往画廊，但对艺术品的销售处理和价格确定等大权，仍操在艺术家手中，有利于艺术家随市场行情的变化调整艺术品销售策略。

（2）由于在艺术品售出之前，艺术家持有艺术品所有权，其间由于艺术市场行情的变化而可能形成的价格风险全由艺术家承担，画廊不承担因此而产主的风险。

（3）寄售艺术品的货款收受较缓慢，一旦画廊不守协议，可能导致艺术品售出很长时期后仍不支付货款给艺术家。因此，艺术家采用寄售方式销售艺术品时，必须严格选择寄售画廊，订好寄售协议。

2.艺术品寄售对画廊的好处

对画廊而言，艺术品寄售不失为一种有利的经营方式。画廊不占用资金，不负担风险与费用，一旦艺术品售出，可能获得较丰厚的佣金。

（二）艺术品寄售的基本做法

1．艺术家在选定寄售画廊之后，双方签订寄售协议。寄售协议的内容，根据双方的要求不同而各有不同，但一般艺术品寄售协议必须包括下列内容：

（1）协议双方之关系条款。一般在艺术品寄售协议中要明确画廊与艺术家之间的关系，明确阐明画廊是以代理人的身份办理寄售业务；寄售艺术品在未出售之前，仍属艺术家之财产；画廊售出艺术品后，一般应以自己名义，向买主收取货款，处理争议。艺术家有权监督画廊执行寄售协议中的各项条件。

（2）关于寄售艺术品的价格条款。这一条款，主要规定寄售艺术品的作价办法，通常有以下三种：

第一，规定最低售价。如若画廊能够卖出较高的价格，那么高出的部分可在合同中订明处理办法：或者全由画廊占有，或者由画廊按一定的比例再提取一部分佣金。通常，协议中应明确，这一最低售价是否包括佣金在内。这种做法比较合理可行。

第二，不限价。在艺术家和画廊具有长期合作关系的基础上，由画廊自由代替艺术家出售艺术品，在价格上不作限制。但不限价的最低限度应当是艺术家以前类似作品的最低售价。

第三，销售前艺术家自行报价。这种做法，富于弹性，最能反映艺术家的主观意愿。但操作不易，不容易开展，容易贻误艺术品销售时机。

（3）佣金条款。寄售协议中佣金条款主要涉及以下内容：

第一，佣金率。佣金率的大小，直接关系协议双方的利益。艺术品寄售的佣金率目前中国大都在 30%—50%之间。

第二，佣金结算时间。即画廊售出艺术品后，何时同艺术家结算，在货款中扣取自己的佣金。

2；艺术品在画廊中展售，由画廊负责向可能买主宣传，介绍艺术品，并向实际买主收取货款。

3．艺术品售出后，寄售双方进行结帐。结帐分定期和不定期两种。关于货款，画廊应按协议规定的方式和数额付给艺术家。关于佣金，一般是按规定的出售价格总值提取一定比例的佣金，或规定佣金的基本数额，再根据售画廊代售的效果，给予合理的奖罚增减。

●代理艺术家

代理艺术家是有实力旦有远见的画廊的主要经营方向。自然，画廊在与艺术家签订代理合同之后，帮助艺术家选定主攻方向，提高艺术家的知名度需要投入较多的资金。在西方国家，画廊推出一位艺术家投资在 10 万美元以上。但只要画廊眼光准，选择了有潜力的艺术家，通过该艺术家作品的迅速升值，能很快收回其投资并获得收益。正所谓羊毛出在羊身上，画廊在艺术家身上的投资能很快从艺术家的作品中赚回来。

1992 年，台湾的“ 随缘 ”基金会和香港的“ 汉雅轩 ”画廊代理一批大陆前卫艺术家，正是出于这一动因。由于相同的原因，深圳的“ 东辉 ”公司也紧步其后。代理者为艺术家提供相应的作画、生活条件，被代理的艺术家则必须为代理者提供若干幅作品，作品由代理者全权经销。事实上，代理的魅力不只为画廊所领略，一些个人也加入了艺术品代理与经纪的行列，从中赚取丰厚的收入。

对艺术家而言，代理的好处在于：在艺术家还未形成稳定的艺术品销售渠道之前，代理有助于艺术家打开市场。同时，代理亦可以使艺术家集中精力进行艺术创作，而不必将过多的精力花费在艺术品的销售上。

那么，艺术品代理该如何进行操作呢？

（一）艺术品代理种类的选择

1，独家代理与多家代理的选择

所谓艺术品独家代理是指艺术家授予某一画廊或其他艺术品经营机构在某一特定区域内具有独家销售的权利，艺术家的作品在该地区全部由该代理商代理销售。

所谓艺术品多家代理是指艺术家不授予某一艺术品代理商在某一地区内的独家代理权，艺术家在该市场区域内可以有多家销售代理商，他们共同开发该市场。

艺术品代理双方要在独家代理与多家代理之间进行选择，必须首先对二者的特点及其选择的影响因素有较深入的了解。

（1）艺术品独家代理利弊分析。对艺术家而言，艺术品独家代理的优、缺点如下所示：

第一，艺术家较易获得画廊等代理商的充分合作，双方立场容易统一。独家销售代理中，艺术家在某一市场区域内只有一家代理商，因此对代理商的业务状况与要求更为重视；而对于画廊等代理商而言，本市场上该艺术家作品的全部销售由其代理，若代理不成功，责任无可推卸。因此，双方都相互支持，力求将艺术品销售工作做好。

第二，艺术品独家代理代理商更乐意做广告宣传。多家代理条件下，一家代理商在某市场区域作广告，其他代理商均受益，因而容易挫伤代理商宣传的积极性。而在独家代理条件下，由于特定市场内的销售全部由一家代理商代理，因此在该市场进行广告宣传的促俏效果就全部归自己所有。

第三，艺术品独家代理条件下，艺术家与代理商更容易沟通，双方信息传送比较方便。

第四，艺术品独家代理条件下，艺术家易受代理商的要挟。由于艺术家在某一市场区域内只有一家代理商，因此颇有点“鸡蛋放在一个篮子里”的味道，该代理商业绩的好坏直接影响到艺术家的利益。正因为独家代理有此特点，代理商常以此要挟艺术家，向他提出较为苛刻的各种要求。

对于画廊等艺术品代理商而言，独家代理无疑有利于提高其对艺术家的控制力度，但推出该艺术家所需资金不能够与其他代理商分担，一旦不成功，风险较大，但是一旦成功，却能独享该地区的销售市场。

（2）艺术品多家代理利弊分析。对艺术家而言，相对于独家代理，多家代理的优缺点如下：

第一，多家代理方式下，代理商之间相互牵制，艺术家居于主动地位。在独家代理方式下，独家代理商若不配合艺术家的行动，或是独家代理商的促销能力不足，则艺术家无计可施，销售失败便是无疑的。而多家代理方式下，艺术家不是依赖某一代理商，若一家代理商有意要挟，尚有其他代理商作为依靠。况且，在多家代理方式下，往往是备代理商相互竞争，有利于达成对艺术家有利的代理合同。

第二，多家代理方式下，艺术家所拥有的销售网络远比独家代理宽广。

第三，多家代理容易造成代理商之间的恶性竞争，形成内耗，这不但对代理商不利，对于艺术家而言也是致命的打击。

第四，多家代理方式下，代理商的士气，不如独家代理商的士气那么高。这主要是因为独家代理商拥有独家代理权，权责分明，在代理销售艺术品上比多家代理方式的代理商要积极。

对画廊等艺术品代理商而言，多家代理可以减少每一家代理商推出艺术家的代理费用，从而减少画廊的投资风险。但却不利于画廊等代理商对艺术家的控制，在代理获得极大成功的条件下，也不能独享某一区域的市场。

（3）选择独家代理与多家代理的影响因素。从以上分析，我们可以看出，不能绝对地认为独家代理好还是多家代理好。艺术家及画廊等艺术品经营机构在决定拟选择何种代理时，应考虑到以下因素：

第一，艺术家名望及发展潜力。艺术家在市场上还未闯出路子之前，最好找一个画廊对其进行独家代理。画廊对艺术家进行考察，若确认艺术家有发展潜力，进行独家代理有较大的获利机会。当艺术家在艺术市场上已闯开局面、为广大的投资大众所认同时，可以考虑增加代理商的数目。

第二，市场潜力。采取多家代理方式的前提是一定区域内市场潜力较大，需要多家代理商共同开发市场。市场潜力过小，多家代理商同时代理，反而有一些代理商无业务可做，这时一般采用独家代理的方式。

第三，画廊实力。独家代理画廊应当有较强的销售能力、较宽的销售网络，并应有较为雄厚的实力。否则，艺术家应考虑采用多家代理的方式。

2．是否允许分代理

对于独家代理而言，又有是否允许分代理之分。如果该代理商统一代理某艺术家作品在某地区的销售事务，同时它又有权指定分代理商，有权代表艺术家处理其他事务，那么这一代理商就是总代理商。因此总代理商必须是独家代理商，但独家代理商并不一定是总代理商，独家代理商不一定有指定分代理商的权力。

总代理制度下，代理层次更为复杂，因而，常常称总代理商为一级代理商，分代理商则为二级或三级代理商，分代理商受总代理商的指挥。

采用总代理制的优点是可以利用分代理商迅速拓展艺术品市场，缺点是代理层次增多，易造成管理不善。艺术家及其代理商应结合自己的实情考虑是否实行总代理制。

（二）艺术品代理合同

艺术品代理合同是明确合同双方权利与义务的法律文件。其主要内容包括以下几项：

1．合同双方

艺术品代理合同的双方为委托人和代理商，艺术家为委托人一方，画廊或其他艺术品经营机构为代理商。委托人的授权必须经过代理商的接受，代理关系才宣告成立。艺术家授权代理商的代理内容，必须在合同中明确规定。也就是说，应明确是独家代理还是多家代理，独家代理是否允许分代理。

2．指定代理的艺术品

合同中应明确说明代理艺术品的种类及其材质、特征等。

3．代理区域

代理区域指的是代理商有权开展代理业务的地区。通常有下列约定方法：

（1）确定一个国家或几个国家。

（2）确定一个国家中几个省市。

（3）确定某一城市。

确定代理区域的大小，应考虑下列因素：

（1）代理商的规模及能力。

（2）代销商所能控制的销售网络。

（3）艺术家本身的考虑，如是否影响艺术家作品将来的销售潜力，是否受制于人等。

4.代理权限

该条款的内容差异程度较大，取决于不同性质的代理商。如果是多家代理，委托人应在合同中规定：保留委托人在代理商的代理区域内，在代理商不参与的情况下，直接同买主进行谈判和成交的权利。

如果是独家代理，通常要规定提供专营权的条款，即排他性条款。独家

代理合同这一条款有两种规定方法：委托人向代理商提供绝对代理权使他成为该地区艺术品唯一的销售者，艺术家自身亦无权在该地区同买主进行直接交易；委托人也可授权代理商有限代理权，即委托人可保留对该地区对一定的买主直接进行艺术品交易的权利。不过，在这种授权情况下，通常委托人对代理商计付佣金。

5．合同有效期及中止条款

代理合同既可以是定期的，也可以是不定期的。定期的大都为 1—5 年。如不规定期限，双方当事人应在合同中规定：其中一方不履行合同，另一方有权中止协议。

6．代理商佣金条款

关于代理商佣金条款，是代理合同的重要条款之一，其中又包括下列内容：

（1）代理商有权索取佣金的时间。该内容明确了代理商在完成何种代理业务活动时，向委托人收取佣金。一般做法是，只要代理商代表委托人行为，均有权收取佣金或抵充佣金的艺术作品，甚至在属于委托人的原因而未能履行某一行为时，代理人仍有权向委托人索取佣金。

（2）佣金率。若佣金按艺术品成交额计算，佣金率大多在 30%—50%之间。也有用艺术品直接抵充佣金的，艺术家应与代理商在合同中约定艺术品的种类，数量及其特征。

（3）偿付佣金的方法。偿付佣金的方法可以是一笔交易完成后逐笔支付，也可以是一定时期结束后汇总支付。

7．非竞争条款

有的画廊只为某一艺术家或某一艺术家团体代理艺术品销售，因而常订立非竞争条款，指明代理商在合同有效期内无权销售与委托人相竞争的艺术品，也无权为该种艺术品作宣传。

8．宣传条款

代理商负责为推出艺术家作一系列的宣传工作，包括请评论家评论、出资举办个人展览、出资为艺术家印制宣传画册、为艺术家做广告等。这些事项应在合同中明确规定。

9．版权条款

艺术家在与代理商签约时，需在代理合同中加入版权条款，以使代理商在出售艺术品时，知道如何洽谈艺术品的版权问题。艺术家应当尽可能要求保留版权，如此可以分享别人复制该艺术品所赚取的一部分利润。

10．商情报告条款

在艺术品代理合同中，一般规定有商情报告条款。这一条款约定：代理商在代理合同有效期限内，有义务向委托人提供艺术市场变化趋势的资料。报告时期原则上应是随时报告。在事务不太多时，委托人也可规定代理商定期报告。

●艺术博览会

所谓艺术博览会，是指在一定地点定期举行的，由众多艺术家、艺术品经营机构、艺术品购藏者参与的，集展出、销售和交流于一体的艺术品交易办法。在西方国家，艺术博览会已有很长的历史，1993 年 11 月 16 日，中国

大陆首届艺术博览会在广州开幕。至 1995 年底，已举办了 3 届艺术博览会。

（一）艺术博览会主要特点

作为艺术品交易的一种重要形式，艺术博览会具有如下特点：

1．艺术博览会将艺术品展出、销售和艺术交流结合为一体

一般而言，艺术博览会均有数百个展位，供参展的画廊、艺术团体和艺术家依据自己的需要租赁，每一届艺术博览会均汇集着成百上千艺术家的艺术作品，无疑是一个艺术作品的大展览、大荟萃。在博览会期间，画商和艺术品购藏者看到中意的艺术品，可以同艺术家直接磋商成交。众多艺术品创作者、购藏者和艺术品流通中介的聚集，又为博览会的参与者提供了一次艺术交流的机会。

2．艺术博览会产生的影响面比较广，作用比较大，有利于参展的艺术家和画廊推出自己

艺术博览会对参展艺术家和画廊的好处主要表现为：

（1）由于艺术博览会作品征集对象广，想打入艺术博览会的艺术家及画廊又极多，能够在博览会上取得展位，本身就意味着艺术家及画廊拥有相当的实力，是艺术家及画廊身份的一种表现。博览会统一画册的印制强化了这种作用。

（2）通常，艺术博览会举行之前都会作大量的宣传，艺术博览会是一个买主聚集的场所，如果参展的艺术品具有相当实力且符合购藏者的口味，无疑潜在着许多成交的机会。

(3)博览会期间所形成的艺术交流有利于艺术家及画廊改进自己的创作及经营方向，跟上艺术市场形势的发展，同时也可以为他们提供一个交结艺术同仁、发展长期客户的机会。

当然，进入艺术博览会需参展方缴纳较高昂的展位租赁费用。如果博览会上未成交或成交额较小，可能入不敷出，存在着一定的风险。但对于有远见的艺术家和画廊而言，他们常常将这种情形视为一个开端，视为一个宣传自己的机会。

3．对博览会的潜在买主——画商和艺术品购藏者而言，艺术博览会具有下列好处：

（1）艺术博览会一般均是艺术精品的展出，便于画商和购藏者买到质量较高的艺术品。

（2）艺术博览会一般均汇集了多种类型、多种风格的艺术作品，便于潜在买主根据自己的喜好、预测购买适合自己购入的作品。

（3）艺术博览会是一个信息相对集中的场所，便于潜在买主了解艺术市场发展的最新动态，为今后自己的购藏行为提供信息指导。

（二）艺术博览会的举办程序

举办艺术博览会是一项需要费时较长的系统工程，主办者必须依照一定的程序，有条不紊地进行，才能减少工作失误，提高博览会质量。大体而言，艺术博览会的举办由前至后大致需要涉及如下工作。

1．确定博览会场所、展场面积和展位数

博览会场所的确定首先必须选定举办城市。该城市必须艺术市场基础较好，对艺术品的需求较旺盛，且交通方便，有利于吸引外来购藏者。1995 年的第三届中国艺术博览会主会馆之所以从广州移至北京，就是因为博览会组委会考虑到北京的艺术市场发育程度较广州要高。在此基础上，应确定合适的场馆、展场面积及展位数目，划分展区。

2．发布博览会消息，征集参展艺术品

向艺术家及画廊征集参展艺术品的途径主要有两条：

（1）在报刊杂志上做广告。这类传媒包括全国性的大报，如《人民日报》、《光明日报》等及专业性报刊杂志，如《美术》、《江苏画刊》、《中国艺术报》、《美术家通讯》等。

（2）发私人邀请函。邀请对象主要是中国美协会员、海外艺术家及海内外画廊。

发布征集作品的消息主要包括下列内容：博览会举办时间、地点、组委会成员、展位安排情况、展位租金、征集艺术品的要求等。邀请函中一般附有报名表，以备组委会进行资格审查。广告中有时也附报名表，亦可在看到广告后向博览会组委会索取报名表。

艺术家及画廊在接到邀请函或看到广告后，结合自己手头上的作品情况、数目、时间安排、艺术市场运作计划等，决定是否向组委会报名。

表 3—1 艺术博览会报名表（艺术家）

姓　　名		性　　别	
职　　称		出生年月	
工作单位		职　　务	
代表作品		创作时间	
尺　　寸		材　　质	
联系地址及电话			
本人主要事迹			
注：各栏填写均请中英文对照			

3．办理报名手续、资格审核及交费

艺术家及画廊凭藉报名表向组委会办理报名手续。报名时，需向组委会缴纳作品反转片数张，以备资格审核及印制博览会图录用。同时，向组委会申明欲租用的展位数目及展区位置。

组委会根据报名表及反转片对艺术家及画廊进行资格审查，以保证艺术博览会的质量，确保博览会“精品专卖”的形象。

在资格审核的基础上，组委会确定参展的艺术家及画廊的名单，合格的艺术家及画廊向组委会缴纳展位祖赁费、图录印制费、报名手续费及其他参

展费用。

4．印制博览会图录，发布招商消息，吸引潜在购藏者参加博览会

组委会应广泛联系艺术收藏界、商界、企业界、通过各种新闻媒介向潜在购藏者提供博览会资讯，介绍博览会特色，以吸引艺术品消费者和投资者参加博览会。特别应推出艺术家及其作品，印制中英文对照的大型图录刊登主要参展作品，及早印制招商手册投放社会。有条件的情况下，组委会还可通过我国驻外使馆、领馆转发参观邀请函，邀请外商及收藏界人士前来参观和从事交易活动。在国外亦可以通过美国的《艺术新闻》等艺术刊物做广告，及早将博览会情况介绍给国际社会。

5．艺术品运输、布展

参展艺术家及画廊应在博览会之前按照组委会规定的时间将艺术品运抵博览会举办场所。在指定的展位上按预定时间布置展览。在此之前，参展艺术家及画廊应事先印制好作品介绍，以备博览会期间分发给参观者。艺术家及画廊亦可以配合博览会在报刊杂志上请人撰写介绍或评论文章，以扩大自己的影响。

6．艺术博览会正式举行

在此期间，组委会的主要工作是维护博览会正常秩序，为博览会的顺利进行提供一系列服务。博览会一般都收取门票，门票统一由组委会出售。参展艺术家、画廊及其工作人员凭组委会发的参展人员证出入。组委会还负责博览会期间的安全工作。

参展方与购藏者通过磋商成交。交易达成后，为了不影响展览的进行，一般在艺术品上贴上红点，表明作品已售出，博览会结束后再交割艺术品，购藏者可以先办理付款手续，亦可以先缴纳一定的定金，交割时再支付贷款。货款结算由组委会指定的结算机构统一进行，组委会藉此收取一定比例的佣金，购藏者凭借其开具的发票可以将艺术品携带出博览会场馆。有时，艺术品交易双方为了免交佣金和税金，也有以口头协定约定博览会结束后私下交易的，这一问题令组委会一方棘手，有待想办法解决。

7．博览会结束后的善后事宜

艺术品博览会结束后，参展的艺术家及画廊应与组委会办理各种结算手续，结清已售出艺术品的货款、佣金及税金。并会同组委会妥善进行撤展工作，将来售出的艺术品运出博览会场。第四章

字画投资

字画是书画家的艺术作品。依法书写汉字，使书法与章法科学巧妙地结合起来，使之成为一件具有较高欣赏价值的艺术作品，可以说这是中国的独秀。画的种类较多，包括油画、国画、版画、水彩画、年画、漆画等。由于优秀的字画作品非富有艺术天赋、经过专门训练的书画家所难为，因而就使得字画不仅具有极强的欣赏功能，而且具有极强的投资功能。在各国的艺术市场上，最活跃的艺术品投资都是字画投资。中外拍卖行中所形成的一个个字画拍卖的天文高价，使字画投资越来越为人们所注目。

●字画投资种类的选择

不同种类的字画作品市场态势各不相同，为了更好地进行字画投资，投资者有必要对不同种类的字画作品的市场态势作一个大致的评析。

（一）油画

在世界艺术市场上，单件艺术品成交价格最高的便是油画。凡·高、达·芬奇、雷诺阿、莫内、毕加索等大师最显赫、成交价格最高的作品都是油画。

对中国而言，油画是从西方引进的外来画种，只有几十年的历史。但就当代画作的市场成交价而言，油画价格远较其他画种为高。在世艺术家高价成交的作品，其中大多数是油画。尤其是近几年，中国油画卖出了高价。如陈逸飞的《夜宴》，在 1992 年 3 月的香港春季拍卖会上卖得油画类的最高价—198 万港元。次年，另一幅作品《玉堂春暖》又以 167 万港元成交。

中国油画目前在海外很大部分是作为艺术消费品流通的，著名博物馆、画廊、收藏家购藏作为投资品的不是太多。一般说来，欧、美市场相对注重学术性、试验性的作品，中国现代油画艺术作品多流向这些国家。东南亚市场市民欣赏层次不高，购买的作品多数是民俗风情画、风景画、静物画、裸体画等，用来进行室内装饰。

从国内情况看，美术馆、画廊等有能力购藏优秀油画作品的很少。一些新型企业和高收入者的出现，使优秀油画作品的收藏成为可能。如以 286 万元人民币成交的陈逸飞的《山地风》，购买者就是国内的一位收藏家。由于油画作品相对于其他种类的画作花费艺术家的时间和精力较多，因而价格较之其他画种，如国画等要高不少。

目前，对油画作品的需求，写实的更受欢迎。这在国外和国内部一样，在美国，有不少华人画家，其中收入稳定和较受画商青睐的都是画风写实、笔法细腻的画家，如陈逸飞、蔡楚夫、单有瑞等。

中国的油画历史还很短，油画材料的质量还未能达到上乘水平，艺术家们也未能全面吸收西方的油画技术，如 1987 年在纽约举办的《中国当代油画展》，很多作品发霉、发灰、剥落、龟裂就暴露了其弱点，需油画家们进一步改进。

（二）国画

国画是中华民族的传统绘画。目前，在艺术市场上卖高价的国画作品，主要是古代和近、现代前辈艺术大师，如唐寅、齐白石、张大千、李可染等人的作品。在世艺术家只有少数人，如吴作人、范曾、黄胄等人的作品售价较高。

国画的主要外销市场是东南亚、日本、韩国、港澳台地区及欧美国家的华人，由于这些人受中国传统文化影响较深，对国画艺术有认同感，因而愿意购藏国画，尤其是其中的名家作品。对西方人而言，由于他们对国画本身的艺术构成缺乏了解，国画收藏并不普及。70 年代末，传统国画写意作品，如牡丹、大虾之类、使爱看新奇的美国人大开眼界，但时间很短，基本上一闪即逝。西方人，尤其是美国人在购藏国画方面，对古代作品较感兴趣，一般明以前的作品，售价始终居高不下，而当代作品，售价并不能达到理想价位。

在国内，国画具有广泛的群众性的普及基础，因而，即便是在物质生活不太富裕的 50—60 年代，购藏国画作品的人仍不少。由于创作国画所需的时间和精力较之油画也少许多，因而除了名家作品，国画售价一般不高，几百元一幅，为国画走进大众生活创造了条件。

对艺术家而言，创作一幅国画，尤其是写意国画往往费时不多，但就各人的艺术功力而言，往往大相径庭，这是国画价格之所以存在着巨大差别的原因所在。

困扰国画市场化进程的一个巨大问题是：油画市场不太容易造假，而国画市场上造假现象十分普遍。据估计，目前流传海外的国画中，有一半左右系假画，比例之高，着实惊人！这一点值得国画投资者引起重视。

（三）版画

中国古代版画由于佛经、农、工、医书和话本小说插图的需要而兴起，直接起源于商业性缘由。欧洲版画发展的兴衰，也因社会对版画的欣赏趣味、商品化需求的变化所致。19 世纪中叶，由于摄影术“以艺术的姿态出现”，给当时主要以复制其他艺术品为目标的铜版画，木口本刻造成极大的威胁，“版画展的场地竟成了恋人们躲避人群的好去处。”19 世纪末至 20 世纪初，许多著名艺术家直接参与创作版画，使版画成为独创原作的艺术，带来了崭新的美学观念和新的技艺效果。特别是第二次世界大战后，广大的中产阶级认识到版画原作的价值与市场上的彩色印刷品的重要区别，购买这种原作的价格也不至太高，加上现代版画的创新精神颇为新一代人所欣赏，用以装饰他们的现代房间更合适。因而，随着欣赏者与购买者的变化，版画的市场又兴盛起来，版画艺术在西方得以进一步的复兴与发展。

今天，随着中国社会改革、开放的深化，广大民众物质财富有了较大的增加，进而开始了对精神享受的追求。大批小康之家的出现，具备了相应的经济购买能力，为版画市场化提供了良好的契机。

由于复制影印时代的来临，量产的观念打破了单件艺术品的传统观念。人们希望能够不受时空的限制，在不同的地点欣赏到上乘的艺术原作。复数性是现代物质文明的标志之一，报刊、录相、录音带、电影等等都具备复数性特征而成为商品在世界流通。版画相对于其他画种，最大特征和优势就在于它的复数性。具备复数性的版画原作，适合于观众的大量参与。适合于作者与更广泛观众的直接交流，更适合于中等财力的家庭消费和投资。

当前，在中国，广大的小康阶层对版画艺术认识还不够深刻，因而，版画投资还较少。正是在这种情形下，有远见的投资者更容易抢占版画投资的有利阵地。当版画投资渐渐普及时，就可以获得投资的主动权和较多的收益。

（四）水彩画

投资水彩画，主要需考虑以下几个因素：

1．作品题材

当前，水彩画投资者最欢迎的题材首先是风景，静物次之，再次为人物。少量反映少数民族风情的作品也被收藏。表现穷困，凄苦或看后使人感到压抑的作品，因不宜脱手，不适合作为投资对象。事实上，一些表现贫穷农村

人物、破旧房舍的作品较少有人问津。

2．作品色彩

过于灰暗的水彩画不太受市场欢迎，尤其是在美国，偏爱鲜艳、明快的色彩。不少潜在的购买者和画廊的经营者表示，过于灰暗的水彩作品不适宜家居布置。

3．水彩技法

西方国家的购买者对水彩艺术的欣赏水平较高。在美国所售出的水彩画中具有娴熟技法的作品占据了多数，一些在国内展览中被认为是尝试佐的作品在美国难以出售。那些画得酷似油画效果的水彩画虽然人们较感兴趣，但若谈到购买，他们宁可去买一张真正的油画，不太适合投资。

4．作品价格

1991 年，美国经济开始出现衰退的迹象，但那时不少购藏者对标价在 300—500 美元的中国水彩作品还有购买能力。1991 年中国美协组织的赴美当代中国水彩画展览，500 余件作品标价以 250 到 2000 多美元，成交率为 37%。1993 年，美国经济不景气状况已达到十分严重的地步，因而当年的展览虽然前来观看的人不少，但真正买的人廖廖无几。74 件展品，仅售出 3 件，占全部展品的 5%，标价从 450 到 1000 多美元。在国内，价格则更低。

水彩画虽是西方的舶来画种，但却和国画可以互相吸收。那些将国画笔墨技巧借鉴到水彩画中，讲究立意有境、气韵生动、虚实处理夸张、追求笔、色、水趣的作品，较适合投资。

（五）年画

前些年，年画销售市场曾红极一时。尤其是在其他画种在市场上还很少流通的年代，年画出版曾因居民较低的收入水平而十分火爆。近年来，由于居民家庭装饰日益高档化，年画印刷品的销售市场日渐缩小，年画出版热也逐步降温。对年画原作投资主要侧重于古画和名家画，相对于其他画种而言，年画原作价格一般要低得多。

（六）漆画

漆画作为一个独立的画种，具有独特的绘画材料—油漆和胶合板。由于漆液的特殊性质，漆画的技法呈现出多元性。没干的漆液有粘性，可作粘合剂，可贴可嵌；干后的漆有韧性，有硬度，可雕可刻，也可打磨；漆液有稠有稀，可堆可描，也可泼洒……漆的可塑性格使漆画形成了多种技法和风格：可与重彩媲美的彩绘，类似莫赛克镶嵌画的嵌漆，和雕塑有姻缘的堆漆和雕漆，与版画相通的刻漆以及变幻莫测的磨漆等。上述所说的漆画创作的各种技法还可以穿插结合，更是变化万千。

由于漆画独特的材料和技法，它特别适合于家庭装饰。它不但美化功能极强，而且经久耐藏，不易污损和变质。正是由于这些原因，漆画具有极高的收藏价值。再加上它是一种新兴的画种，在别人还未认识它的市场价值之前抢先投资，好处自不待言。

（七）书法

古典书法从整体上看，属实用艺术的范畴。它的第一要素是书写内容，其次才是艺术因素。现代书法强调视觉审美效果，变实用为主为艺术为主。

中国书法的市场主要存在于国内、港台、东南亚、日本等华人聚集区或受中国古代文化影响较大的地区。在欧美的华人圈里，名人书法也是一种高档的收藏品。一些西方人士从出国留学生及访问的书法家那里开始接触和了解中国书法，也有收藏中国书法的。

由于书法作品在艺术上的重复现象十分严重，困扰着书法艺术的进一步发展。今人与古人重复、今人与今人重复、自己与自己重复的现象比比皆是。三个重复导致书法几乎变成了一种技术。因而，投资书法作品要十分重视作品的内在质量，不要为书法家的名气所累。

●艺术家的选定

进行字画投资，必须确定投资哪位或哪些艺术家的作品。如果在选择字画创作者时不慎考虑，不仅可能导致较低的增值率，还可能引发一些不必要的麻烦或纠纷。

有一场因希特勒作品引发的闹剧，就是由于不慎重选择字画创作者的结果。

事情发生在 1988 年，在智利圣地亚哥阿巴金多大街的一家拍卖行内，人头攒动，人们慕名来观赏希特勒年轻时的画作——《魏德豪芬一瞥》。

这幅画高 48 公分，宽 38 公分，着意描写奥地利一个宁静的街景，右角还有阿道夫·希特勒的亲笔签名。据一位美术评论家说，作为一个业余绘画者，此画出手不凡。记者们纷纷询问这幅画的来历。拍卖行老板萨利那斯·利昂回答说，此画来历清楚：它大约作于 1912 年，原为希特勒的私人秘书马克·夸尔特所有，此画作为遗产，由夸尔特的女儿带进智利。

上述拍卖行老板除了要拍卖这幅《魏德豪芬一瞥》之外，还要拍卖 30 幅希特勒描绘巴伐利亚风情的铅笔画。萨利纳斯向围着他的大群记者说：“尽管希特勒本身并非艺术大师，但他青年时代的画作和雕塑却引起人们极大的兴趣。鉴于它们的历史价值，所以售价昂贵。这幅《魏德豪芬一瞥》要是在欧洲的话，准能卖到 3—4 万美元。如果它在智利找不到买主，我将把它送到伦敦的拍卖行。”

拍卖时，拍卖行里挤得水泄不通，大部分人是来看热闹的，但等槌声一响，有人竟出 450 万比索（约合 1．8 万美元）买下了《魏德豪芬一瞥》。

买画的是异邦商人，他本是来圣地亚哥为老子奔丧的，广告的诱惑和商人的敏感使他身不由己地进了拍卖行。他说他是希特勒的崇拜者，一直梦想得到希特勒的遗物。但第二天他就叫苦不迭，一夜之间，他受到多次匿名者的死亡威胁，因为憎恨希特勒的人大有人在。

投资者选择购买谁的作品，最重要的是从商业角度考虑在竞争的艺术家中谁的作品更受顾客欢迎，更能带来经济效益，以及谁更有潜力可挖。

毫无疑问，大陆的投资者可以选择海外艺术家的作品作为投资对象。但海外艺术家的作品价格相对较高，尤其是名家的作品，价格高昂，非资金十分雄厚者不能做到。且大陆投资者对海外艺术市场行情及艺术观念、技法远不如对国内情况了解得清楚，加之在海外艺术市场上运作费很高，因而大陆

的字画投资者购藏的主要是国内艺术家的作品。

就国内艺术家而言，不妨可依三个层面来考虑：

（一）前代艺术家或已成名的在世前辈艺术家

这批艺术家由于主导中国美术发展史，故在地位、艺术史及画风等方面均已被世人所认可，作品具有较高的收藏价值和保值、增值功能。但基于他们的身价已高，一张字画投资金额往往动辄十万元以上，购藏须占用较多的资金，投资者在需资金较快周转的情况下应谨防为艺术家名气所累。

（二）50—60 岁左右中坚辈艺术家

投资此类艺术家不妨就其作品、价格、产量来评估。其中又以他的作品是否已被普遍收藏为最重要，若只是少数几个人收藏，则表示不易被社会所接受，最好不对其投资。由于中坚辈艺术家大多有较大的名气，其作品价格的高低成为投资考虑的一个重要因素，名气大、价格却较低的作品自然受投资者的欢迎。而就中坚辈艺术家产量而论，宜精不宜多。现时艺术家越精工细琢，购藏价值越大，今后越有大幅度升值的可能。投资此类艺术家的好处在于：艺术家己有较大的声誉，但作品价格却又不至于太高。

（三）未成名的年轻艺术家

虽然收购这类艺术家作品不必花费太多经费，但将来其是否持续创作或成名，则无疑将是最大风险。不过，任何投资皆有风险，字画投资有赖于用自己的眼光来承担风险。投资于此类艺术家要有巨大的超前性，要充分考虑到将来艺术市场潮流与该艺术家的风格相合，要对年轻艺术家的实力有充分的把握。如果投资者眼光准，并能配合艺术家进行宣传，投资此类艺术家无疑会获得巨大的回报。

至于有些靠人情、关系卖字画，在世时作品价位很高，去世后则不名几文；其次，作品长期不见进步或过分杀价才能出售作品者，均不是理想的投资对象。

●字画投资价格的把握

影响字画价格变动因素主要包括字画的质量、稀缺程度、社会经济发达程度、艺术市场喜好及艺术家自身状况等。这些影响因素在第一章中已详细讲过，这里不再赘述。但是，综合考虑这么多因素来定价非常麻烦。而且，不少艺术家已经形成较为稳定的市场行情，因而，他们常常凭借过去的经验和对今后的预测，按作品的尺寸大小制订字画的价格。由于作品尺寸的大小大致与艺术家所付出的劳动成正比，因而，此种定价方法既简便，又比较合理。若能辅之以字画本身的质量作为考虑依据，则更能反映字画的价值。熟悉此种定价方法，便于投资者在艺术市场上操作。因此，对投资者来说，也就显得十分必要了。

1．油画的定价

以号数计价，依此单位可知着某位画家将其 1 号大小的画作订价为 1 万元，则其 10 号作品便为 10 万元，20 号作品则标价为 20 万元。但号数若达一定程度，有些画家每一号累进价格可能稍微下降。例如，某画家将其 1—3 号作品画价定为每号 2000 元；4—6 号作品画价定为每号 1800 元；8—50 号则为每号 1500 元；50 号以上则为每号 1400 元。

油画尺寸号数有欧美、日台之分，亦有肖像（F）、风景（P）、海景（M）之分，采用何种价格标准，画家可参照自己作品情况及艺术市场行情确定。

2．国画的定价

以平方尺定价，若一位画家的国画价格为 1 尺 5000 元，那么 4 尺的国画即为 20000 元。

3．水彩、版画的定价

以纸张开数计算，例如全开、对开、四开、八开等。若八开定价为 3000 元，则对开价格为 1．2 万元。

表 4-1　欧美通用油画基准尺寸表　单位：cm

号数	F （肖像）	P （风景）	M （海景）
0	18 × 14	18 × 12	18 × 10
1	22 × 16	22 × 14	22 × 12
2	24 × 19	22 × 16	24 × 14
3	27 × 22	27 × 19	27 × 16
4	33 × 24	33 × 22	33 × 19
5	35 × 27	35 × 24	35 × 22
6	41 × 33	41 × 27	41 × 24
8	46 × 38	46 × 33	46 × 27
10	55 × 46	55 × 38	55 × 33
12	61 × 50	61 × 46	61 × 38

续表

号数	F （肖像）	P （风景）	M （海景）
15	65 × 54	65 × 50	65 × 46
20	73 × 60	73 × 54	73 × 50
25	81 × 65	81 × 60	81 × 54
30	92 × 73	92 × 65	92 × 60
40	100 × 81	100 × 73	100 × 65
50	116 × 89	116 × 81	116 × 73
60	130 × 97	130 × 89	130 × 81
80	146 × 114	146 × 97	146 × 89
100	162 × 130	162 × 114	162 × 97
120	195 × 130	195 × 114	195 × 97

表 4—2 日本、台湾通用基准尺寸表单位：cm

号数	F （肖像）	P （风景）	M （海景）
0	17.9 × 13.9	17.9 × 11.7	17.9 × 10.0
1	22.1 × 16.6	22.1 × 13.9	22.1 × 11.7
S、 M	22.7 × 15.8	—	—
2	24.0 × 19.0	24.0 × 16.1	24.0 × 13.9
3	27.3 × 22.0	27.3 × 18.2	27.3 × 16.1
4	33.4 × 24.3	33.4 × 21.2	33.4 × 19.1
5	35.0 × 27.0	35.0 × 24.3	35.0 × 22.7
6	41.0 × 31.8	41.0 × 27.3	41.0 × 24.3
8	45.5 × 38.0	45.5 × 33.3	45.5 × 27.3
10	53.0 × 45.5	53.0 × 40.9	53.0 × 33.3
12	60.6 × 50.0	60.6 × 45.5	60.6 × 40.9
15	65.2 × 53.0	65.2 × 50.5	65.2 × 45.5
20	72.8 × 60.6	72.8 × 53.0	72.8 × 50.0
25	80.3 × 65.2	80.3 × 60.6	80.3 × 53.0
30	91.0 × 72.8	91.0 × 65.2	91.0 × 60.6
40	100.0 × 80.3	100.0 × 72.7	100.0 × 65.2
50	116.7 × 90.9	116.7 × 80.3	116.7 × 72.7
60	130.3 × 97.0	130.3 × 89.4	130.3 × 80.3
80	145.5 × 112.1	145.5 × 97.0	145.5 × 89.4
100	162.1 × 130.3	162.1 × 112.1	162.1 × 97.0

●字画的鉴定

进行字画投资，最怕的就是买到赝品。自然，在投资中，投资者可以求助于字画鉴定专家来帮助鉴定，但这样往往需要花费较多的时间和金钱，不是贻误投资时机，便是增加投资成本。因而，掌握尽可能多的字画鉴定知识也就显得十分必要了。

（一）字画鉴定的依据

1．时代风格

毫无疑问，字画作品总会打上时代的烙印，从时代风格来分析字画作品，成为字画鉴定的主要依据。

不同时代的书法是不一样的。宋以前人写字，席地而坐，一手拿简册，一手悬时挥写。后来用高桌子，手和臂的姿势以及执笔的方法也随之改变。由于科举制度的盛行，不同时期的考试规定，对书法亦作出了不同的要求。明代虽要求写小惜，但书体还未作限制。由于写小楷笔锋活动范围有限，手指握笔管离开笔尖的距离变近了，手臂也随着贴案。清康熙以后，科举考试要求更为严格，要求行行齐整，字字匀称，横平竖直，又光又圆，于是手腕亦挨着桌面了，形成了馆阁体书风。在野文人、方外的僧道，在一定程度上也受到科举风气的影响。

从文学方面来看，不论是诗是文，词汇的运用，都有它的时代风格。今天人们用“千古”作为对死者的哀悼，明代却用来对生人表示尊敬。清人书画题款惯用的“某某仁兄雅属”，明人是不会这么写的。

不同时代的绘画也有不同的风格。早期人物的描法，如“春蚕吐丝，始终如一”，继之而起的有轻重提按近似兰叶的衣纹，标志着用笔的进一步发展。转折快利、顿挫分明的描法到南宋才开始流行。

山水画起初不讲究比例，“人大于山，水不容泛”是它的时代风格。等到画家知道只要按照比例就可以将大自然缩写到画幅之中，又不禁对此“奇迹”大为叹服。在这种思想影响下，早期山水多摄取全形，到南宋李唐、马远、夏圭诸家截取山腰、山脚、取景才向另一种局势发展。北宋大家如李成、郭熙，所画树石皆中原景色，南宋才出现水天空濛的一角“残山剩水”，这和宋室偏安江南是分不开的。元代文人画讲求笔情墨韵，不以形似为工，使山水画面目又为之一变。

绘画中服饰器物，反映的时代特征更为鲜明。古代画家也有画错了前代衣冠制度的，但只有混淆了前代已有的，而一般不会预先画出当时尚未有的，如画中出现有戴红顶花翎的人物，绝不会是清以前的作品。

书画件幅也有它的时代特征。北宋人常画高头大卷。团扇宋元均有，明代较少，清道光时才又时兴。折扇明初流行起来，初时用来写字，后来才作画。对联产生于明代晚期，清乾隆以后开始流行。

2．个人风格

个人风格比时代风格还要具体，更易捉摸。书画家各人思想不同，性格不同，审美观不同，习惯不同，甚至使用的工具都不同，作品自然也就互有差异。作画时的运笔、线条、构图、人物无不反映出作者的个人风格特征。当然，要熟悉各个书画家的个人风格并非易事，光是记清各个书画家的名号，都需花很多的时间。但一旦掌握了，对鉴定大有用处。就象我们身边熟悉的人写的字，一看便知是谁写的。

3．纸绢

书画家各有自己喜用的纸绢，这不仅与他们的艺术表现有关，也与获取的方便程度有关。如米蒂喜用一种黄色纸，刘墉、梁同书等人喜用蜡笺。米蒂、欧阳修都用过一种白色发灰的纸，只北宋有。明大家沈周、文征明常用一种白棉纸，纸松而易变黑。

绢也有很多种。宋画院所用的绢，光句细致，历久不纰。明中期有一种粗绢，疏透如纱，张平山常用。

早期绘画多用绢，如宋代画家马远、夏圭等，多用水墨烘染，故绢素为宜；后期绘画多用纸，自元以来的文人画偏重皴擦，用纸便于表现。

4．印章

由于印章的质地比较坚固，某一家的印章可以延续若干年，甚至一生。所以从印章的真伪来帮助判定作品的真伪，是有相当根据的。前代鉴定家，尤其是 19、20 世纪之交的收藏家曾将印章视为鉴定字画的主要依据。

唐宋作品盖有图章的较少，没盖章亦算完卷。宋以前大多用铜章，偶尔也用象牙、犀牛角作章。明初王冕开始用花乳石作章，明中叶后才有青田、寿山、昌化等各种石章。作伪者或不明此理或为了容易刻，一律用石章。由于不同质料印章印迹不一，从中可分辨真伪。

不同时代和个人所用印泥亦不一样。宋人讲究的用蜜印，一般人用水印，

油印出现较晚。蜜印、水印色淡而模糊，与油印区别甚大。

5．题跋

题跋可分三类：作者的题跋、同时代人的题跋、后人的题跋。其作用在于说明创作过程、收藏关系或考证它的真与美。对有名贤题跋的字画，如能证明其所题跋为真，就不必查作品真伪作如何，一般是真迹无疑。古代名人字画无题跋已有收藏价值，如果再伪作题跋，被人发现后岂不破坏原作的价值，没人干此蠢事。所以题跋是假作品必伪，题跋若是真迹，作品大多为真。

6．收藏印章

收藏印章对字画鉴定有一定帮助。一则是有些烜赫名迹经过历代鉴赏家盖上自己的收藏印章，可以弄清它的传世经过；二则是眼力特别高的鉴赏家所盖的收藏印章，大多为精品；三是收藏印章可以为作品创作的下限年代提供可靠的依据，即作品创作年代不晚于收藏年代。

7．装裱

各时代的绫、锦、花纹、色泽多不相同，装裱的式样也有出入。前人收藏印多盖在裱件的接缝上，因而它和装裱形式也有密切关系。民间裱工南北传授不同。手法各异。熟悉了以后。一看装裱便知是何时、何地的裱工，从而为鉴定提供了线索。

8．墨色

墨色由于时间长久，会有一些特征。宋代及其以前作品。其墨色上会出现一层白霜，细看则无，剥刮也不褪去。墨色之内有一层霉苔，似隐似理，亦剥刮不退。元明作品虽晚于宋代，墨色也深入里面。新作或伪作墨色均在表面。

9．著录

前人对于看过或收藏过的字画，往往著录成书。著录者多数在鉴定上花了一番功夫，虽然难免有误，但大多是正确的，有很大的参考价值。著录大体分为两类：一类是个人的收藏，如安岐的《墨缘汇观》、庞元济的《虚斋名画录》。各朝内府的收藏者著录，如赵佶的《宣和书画谱》亦属此类。另一类是经手或过目的著录，如郁逢庆的《书画题跋记》、吴其贞的《书画记》、吴升的《大观录》、顾复的《平生壮观》等。

（二）字画作伪方法

“知己知彼，百战不殆”。字画投资者欲意在艺术品市场上有所作为，避免上当受骗，必须了解各种作伪手段，以便采取针锋相对的防治办法。一般而言，字画作伪主要有以下办法：

1．摹仿

摹仿是字画作伪最常用的办法。旧时有些字画商专招收小学徒，让他们分别模仿古时名家的笔墨真迹。过得十数年后，终有人能达到以假乱真之程度。此时老板就让学徒按该名家笔法自行自意设词绘画，然后用熏旧法将作品变旧，并用旧式样装裱，拿到该名家故里或活动时间较长的地方去卖个好价钱。现在在名家故里或旅游发达地区，仍有人采用摹仿手段伪造名家字画。

2．割改题款

所谓割改题款是指割去字画原有题款，改用他人题款。此时，原字画作者一般技艺较佳，唯名气不高，卖不了高价。割改题款者了解到其师家某一

名人或其作品与某一名人作品风格相近时，往往将其原有题款挖去，仿补上该名人题款，以期卖个好价钱。由于古字画年代久远，残缺在所难免，一般情况下不会怀疑遭到割款。作伪者也就常常能够得逞。

3，补题款

宋元人作画，很多不题款。明清字画无题款者也甚多。补名家题款，抬高作品价值，顺理成章也就成为一种作伪手段。

4．新画染旧

新画染旧最常用的是两种颜色：一是鼠灰，一是麦黄。鼠灰色是用糊墙旧纸加碱水与画一起煮，煮完晒干即成。麦黄色系用红糖水调藤黄染到画上，然后加一层香灰。

5．揭裱旧字画

自明代起，字画多用宣纸。宣纸制造工艺特殊，一次制作多不匀平。因而必先做极薄一层，随所用之价值而加层。普通所用的宣纸系四五层叠裱为一张，厚的能达十数层，这样一张宣纸可揭出好几张。

名贵字画一落入作伪者手中，往往将原件揭得尽可能多。揭掉一层，墨色必减。作伪者就先用普通宣纸托上，墨迹轻淡处依样添补，露出新墨迹处就用熏旧法处理。字画投资者若有名贵书法欲装裱时，切应注意，防止上层最好的部分被人揭去。

6．利用旧纸仿作

鉴别古字画，若纸料与作者年代不符，必瞩伪作无疑，因而用旧纸作伪也便应运而生。解放前上海曾有人用白棉纸的明版书，切下天地头，泡成纸浆，重制成小幅笺纸，看起来和明朝纸质料一样，用来作伪，不易分辨。

7．补描

字画自晋代产生，距今已有 1600 多年，年代久远，因而许多唐宋残缺，没有收藏价值，收藏只能廉价处理。这些作品一到作伪者手中，往往用与原件相同的旧纸加以重新装裱，然后请精于字画之人照样或酌照原意加以添补，充当原件以售高价。

8．利用旧著录作伪

作伪者伪造作品时怕露馅，必须找些根据，以坚定购藏者的信心。他们往往从旧著录中寻找出只言片语，然后利用这些传闻伪造作品。如《香祖笔记》载，康熙在处理政事之余，喜好书射，曾赐王士祯大字一幅，共 27 字。于是作伪者伪造出此字幅，使爱好收集康熙书法的人信以为真。

●字画的收藏

投资者进行字画投资，并非一经购入就立即进行转手倒卖。这样，中间必定会经历一个字画的收藏阶段。良好的字画收藏不但有利于保持字画的安全、完整，还有利于把握住抛售时机。

（一）字画的登录

字画作品的登录，是投资字画的基础。投资者应备有专门的登录册予以登录。只要字画一经抉择纳入投资收藏的决定作出之后，便应及时办理登录手续，以免日后移动、选用及再投入市场时发生混乱。

字画登录应尽量详细、具体，达到“见其文如见其物”的效果。一般可以依编号、品类、创作年代、款式、作者、品名、尺寸、买进时间、买进价格、卖出时间，卖出价格分别记载。字画投资登录表如表 4-3 所示。

字画一经售出，应及时注销。在表中注出卖出时间和卖出价格。

（二）字画的保管

1．国画和书法的保管

由于国画和书法作品的主要材质是宣纸和绢绫，二者都极怕受潮、挤压，因而在保管中要格外注意防潮、防压。

保管今人作品，应根据不同情况作不同的处理。对采用生宣纸的作品而言，由于生宣纸很脆，受压会出现严重折痕，甚至破裂，宜平放且不能受挤压。对采用熟宣纸的作品，由于其质地较软，稍作折叠则无甚要紧。对于刚完成不久的作品，由于墨色、颜料及图章印痕极易晕开染到周围部分，故在保管时应以棉纸相衬，对于暂不装裱的作品，可先行送往装裱店托底，以免因折痕而产生破损。

收藏价值高昂的古字画作品，要比今人作品的保管谨慎，小心得多。古字画作品由于年代久远，无论纸质还是颜色均已受到岁月的侵蚀，因而将其置于充满氮气的玻璃柜内是最为稳当的保管方式。但如若不具备此项设备，放入严实、密闭的木箱之中，也不失为一种较好的保藏办法。木箱中除放置可变色的防潮粒以助于观察箱内湿气外，每隔一定时期最好将字画作品取出晾干，如此一来也可以避免因久未移动而引来蛀虫侵蚀的风险。当然，为保险起见，箱内以放置除虫剂为好。

2．油画的保管

保管油画作品，最重要的是保持合适的温度和湿度。油画作品存藏最适宜的温度是 15-16℃（60-62°F）。由于油画作品最怕潮湿和不通气，若能腾出一间既宽敞、又有空调的屋子再好不过。但若无此条件，则柜藏亦是一种可取的办法。

现成的铁柜或特别订做的储藏柜应置处于通风、干燥处，避免放在墙角、壁面等不通凤的地方及阳光直接照射的地方。存藏油画作品，切忌不取下玻璃护下，否则由于密不通风可能导致画面发霉。在贮藏柜中也不能放置樟脑丸，否则，容易使油画作品产生斑点。

3．字画资料的保管

除了字画本身需要妥善保管之外，与字画有关的各类相关资料，如交易合同、书法家履历、字画投资登记表、书画家作品集、有关书画家的介绍文章及音像资料、作品买卖情况、书画家所发表的文章等。这些资料是字画艺术价值的重要依据，也是今后抛出身价的表现，应分门别类保管好。

（三）字画作品的展示

我们知道，字画投资兼具投资功能与欣赏功能，在字画作品作为投资工具的同时，也可以作为精神享受的工具。因而，字画作品展示也就成为字画收藏很重要的一个方面。

展示字画作品，最适宜的温度为 15-20℃（60-70°F），应远离厨房（油

烟）、卫生间（湿气）、窗口（阳光）、冷暖机送风口、强烈聚光灯投射之处，以免作品纤维、原料变质。移动作品，最好拿画框部分，千万不能拿内框的本条，以免手指顶起画布而使颜料掉落。画面高度应以水平机线中点对准画心。

在以下几种情况下，不适宜展示字画作品：

（1）酒后。酒后周身发热，手脚不听使唤，容易损伤或搞脏字画作品。

（2）潮湿天气。阴雨天空气中水分含量较多，较易侵蚀字画作品。

（3）夜晚。字画的颜色和效果在灯下看不真切，有偏差。

（4）有外人。对于珍稀的字画作品而言，小心防范总无害处，以免引起不必要的麻烦。

（四）字画作品污损的处理

字画作品在保管过程中，可能由于工作疏漏或其他原因而形成污损。投资者可以比照以下情形分别进行处理：

1.油画出现裂纹的处理

由于油画存藏过久，画面因油脂的发散而干燥，出现细小的裂纹，此时，为使画作与空气、湿气能暂时隔绝，可轻涂透明的凡士林，以永保画作色泽艳丽。

2．霉斑的清除

字画作品因潮湿而出现霉斑时，可直接用脱指棉球沾上氨水或酒精，轻轻在霉斑处擦拭，直到除净为止。

3．苍蝇便污的处理

用脱脂棉球沾上醋液或酒精，在污点上轻轻擦拭，除净为止。

4．油渍的处理

对于字画作品上不小心沾上的油渍，可先将吸水纸放于字画作品油污处的上、下方，用电熨斗轻熨几遍，便可清除油渍。

5．墨水污的清除

此时，先在污处下方垫上一层吸水纸，而后用 20%的双氧水浸湿污点，再在污处上方亦放上几张吸水纸，压上重物，待吸水纸染上墨污，便可拿起。如此反复，可除去墨水污。

6．手指污的清除

观摩字画作品时，手指污较容易留在裱背布上。可用柔软的布料蘸上肥皂水，轻擦裱布污处后，然后再用吸水纸擦干，即可清除手指污。

字画作品如果污损较大或较严重、自己把握不大时，收藏者最好到专业装裱店等处请有关专家来帮助解决，以免自己贸然行事而损伤字画作品。

●中国字画投资行情

投资中国字画，最重要也是最辛苦的工作是熟悉字画交易行情，关注字画市场的交易情况及交易价格，以便为自己今后的投资提供一个准确、可靠的参照系。否则，盲目入市，草率投资，不是买假上当，便是出价太高，吃亏上当的是自己。

了解字画交易行情并非易事。事实上，每天都有字画交易在进行，因而

每天也就都有新的市场行情。投资者应养成多读报、勤看杂志、多跑画廊的习惯，以便了解字画交易的最新行情。有条件的投资者，可以对所获资料按艺术种类、艺术家或时间顺序加以整理，以便随时查用，并归纳出字画价格变化的走势。

为方便读者查阅，以下特对中国从古至今一些名家的交易行情作简要介绍。

赵孟頫（1254—1322）　浙江湖州人，字子昂，号松雪道人，别号欧波、水宫道人。善诗词、书法、绘画、音乐。绘画方面擅山水、人物、竹石、花鸟、工笔、写意、青绿、水墨。赵孟頫可以说是元代画坛的祖师爷，元代知名画家大多与他有关，无不受其熏陶和影响。

1986 年，纽约拍卖行中推出一幅赵孟頫的《惠兰图》。赵孟頫的作品一般由大博馆收藏，即使私人藏有他的作品，非到万不得已也不会拿出来拍卖。这个消息震动了全世界的收藏界人士，他们想利用这个千载难逢的机会，将此画纳入自己的收藏目录。因而，拍卖时竞价异常激烈，价格扶摇直上，最后以 33 万美元成交，买家是台湾首富蔡万霖。

赵孟頫的书法作品也具有极高的市场价值。1990 年 11 月 28 日，纽约佳士德拍卖行拍卖一幅他的《小楷妙法莲花经》，估价 25 万美元。当时正值海湾危机严重之时，战争指日可待，世界艺术市场因受其影响而显疲软，这个估价已显过高。拍卖结果，高出估价 1 倍，以 50 万美元成交。

文征明（1470—1559）　江苏苏州人，初名壁，字征明，以字行。又改字征仲，又号衡山居士。文征明在绘画上可谓是全才，山水、人物、花卉无一不通。

文征明传世作品很多，其精品大多现存国内故宫、辽宁博物馆等地，一部分藏于台北故宫。海外博物馆和私人手里也有不少作品，国内民间亦有一些。自中国古代字画价格上升后，海外艺术市场上纷纷出现文征明的作品。1987 年 12 月，佳士德在纽约拍卖的一幅《桃源别境》手卷，原估价 8—10 万美元，结果以 17 万美元拍出。1990 年 11 月一次拍卖季节，世界两大拍卖行即拿出 10 幅文征明的作品，价格以 3200 美元至 18 万美元不等。

文征明作品由于伪作较多，影响了价格。又由于文征明绘画面貌多样，伪作更难于辨认。其书法作品伪造的情况也较多，尤以小楷为甚。

唐寅（1470—1523）　字伯虎，更字子畏，号桃花庵主，逃禅仙史，江苏苏州人。唐寅为明代画坛一代才子，不论人物、山水、花鸟都卓有成就。他的绘画作品运笔灵活，毫不泥滞。书法功力也很深，写得俊迈轶群。

从 80 年代末始，世界两大拍卖行开始出售其作品。由于他在人们心中有很高知名度，所以许多人愿花重金收藏其作品，1989 年 6 月 1 日，纽约佳士德举行了一次中国重要古画拍卖会，头号作品即为唐寅的《山静日长图》，这件作品以高出估价 3 倍多的 66 万美元成交。1991 年 11 月，该行又推出一幅《春风酒盛图》，引起买家激烈竞争，以 72 万美元成交。

影响唐寅作品价格的一个原因是赝品太多。据称他在世时为应付众多的求画者，常找人代笔，就连他的老师周臣也常为他代笔。古时仿画加现时的作伪，使人难辨真伪，不敢轻易抛金购买。

董其昌（1555—1636）　字玄宰，又字元宰，号思白，上海松汇人。一生极为勤勉，又享高寿，所以创作了许多字画作品。山水用水墨或兼用浅绛，青绿设色。书法擅行楷书。

董其昌作品比较珍贵，但在流传过程中赝品不断充进去，至今已难见精品。海外艺术市场上董其昌作品较多，欧美收藏家喜欢他的字画，但由于难辨真假，所以不敢轻易出大价钱购买。但一旦能确认是真品，则不惜重金。1989 年纽约拍卖过一幅他的《婉娈草堂图》，被专家认可，价格一下子抬了上去，达到 165 万美元，成为仅次于《元人秋猎图卷》的第二幅价格最高的中国古代书画。

八大山人（1626—1705）　姓朱名耷，八大山人是其号。八大山人为画坛全才，亦工书法。山水学黄子久，在构图上颇受董其昌影响。但用笔干枯，一片荒凉气象。花鸟画笔情纵恣，不落恒蹊，而苍翠圆晬，时有逸致。其用笔用墨，于豪放中有温雅，于单纯中有含蓄。其画对后世影响深远，清代中期的扬州八怪、晚期的海派以及现代的齐白石、张大千、潘天寿、李苦禅等巨匠，莫不受其影响。八大山人行楷学王羲之，纯朴圆润，无明人习气，狂草亦怪伟，自成一家。

八大山人的绘画不易摹仿，传世作品也不甚多。目前海外市场上很少能见到八大山人作品。由于他在美术史上占有重要地位，公私博物馆一般不轻易出售其作品。1990 年 11 月纽约佳士德拍卖行拍卖过一幅《描石图》轴，水墨纸本，以 1．8 万美元成交。1991 年 5 月 29 日纽约索思比拍卖过两幅，行书《爱莲说》以 1．32 万美元成交，《荷花》拍到 34 万美元。1991 年 11 月 26 日，《花鸟册》在纽约佳士德拍得 60 万美元。

石涛（1642—1707）　姓朱名若极。广西全州人。曾为僧，法名原济，字石涛，又号苦瓜和尚、大涤子、清湘陈人等。擅画山水，吸取前人所长，尤善于体察自然景物，主张“笔墨当随时代”，画山水者应“脱胎于山川”，“搜尽奇峰打草稿”，进而“法自我立”。所画山水、兰竹、花果、人物、讲求独创，构图善于变化，笔墨恣肆，意境苍莽新颖，一反当时仿古之风。对杨州画派和近现代中国画影响很大。

石涛画价很高，但亦少见。即使是一般之作，价格也不低。1990 年 11 月纽约佳士德拍卖两幅石涛作品，《书画册》卖到 5 万美元，《临流独啸》轴卖到 2．6 万美元。1992 年 6 月，该行拍卖的《松壑飞泉》拍得 51 万美元。

郑板桥（1693—1765）　江苏兴化人，字克柔，号板桥。早年随父学画，宗法徐滑、石涛、八大山人画派，擅长画竹、兰、石。书法初学黄庭坚，后融入兰竹笔意，自创“六分半书”。

郑板桥存世作品中有许多伪品，据传其门下木匠谭子猷就是伪造郑板桥作品的高手，但他的伪品笔力软弱，苔点多而呆板，天真迹之神韵。郑板桥的字画作品，拍卖价格从数千美元至数万美元不等。在书法中，郑板桥的草书最能体现他的风格，要比行书珍贵。

虚谷（1829—1884）　安徽歙县人，本姓朱，别号倦鹤、紫阳山民，虚谷是出家后的字。擅画花果、山水、禽鱼，运用于笔以偏锋或逆锋，冷峭新奇，匠心独运，别具一格。

虚谷的画画得很好，传世却很少，所以在国内价格已高达 5 万元 1 尺，国外则高达 10000—12000 美元 1 尺，甚至达 3 万美元 1 尺。1990 年虚谷的《杨柳岸晓风残月》轴拍得 66 万港元。

任颐（1840—1896）　字伯年，浙江绍兴人。他长期在上海以卖画为生，能融西画于中国画中，使他的中国画造型更为丰满。最长写照，线描淡染，笔墨不多而有神情。兼擅花鸟、人物、亦能山水。所作花鸟，重视写生，形

象活泼生动，勾勒、点、簇、泼墨往往交施互用，而设色鲜淡，别具一格。

任伯年 30 多年的绘画创作，留下了数以千计的作品，是历史上少见的多产画家。其艺术市场上作品极多，但赝品亦多。他的画一般在 1 尺 2—3 万元间。1988 年精品就已达到 70 多万港元。

表 4-4　1986—1991 年任伯年部分作品拍卖价格

拍卖时间	作品名称	作品形式	规格(cm)	价格(港元)
1986.5	人物册(共四幅)	设色绢本	29.5 × 34.5	160000
1986.11	人富贵亦寿考图	设色纸本　立轴	148.5 × 81	62000
1987.1	仿金农种植图	朱砂纸本　立轴	123.8 × 43.8	150000
1988.5	人物花鸟团扇	册　页		748000
1989.9	刘海戏蟾图	设色纸本　册页	130.5 × 52.5 立轴	110000
	玉兰孔雀	设色纸本　册页	147.3 × 77.5 立轴	70000
	竹鸟	团扇轴	直径 28	50000
	山水	设色纸本　小幅	29.3 × 17.2	40000

续表

拍卖时间	作品名称	作品形式	规格(cm)	价格(港元)
1990.3	花鸟		141.3 × 40.5	165000
	钟馗		134.7 × 64	82500
	三鸽图	扇面	18 × 54	44000
	山水花鸟	团扇册面		66000
1990.5	花卉野鸭			44000
1990.11	荷塘白鹅(1882 年)	设色纸本立轴		115500
	莱莲图	设色纸本成扇		57200
	寿老仙姑	设色纸本立轴		77000
	桃树(1878 年)	设色纸本立轴		99000
	钟馗(1874 年)	设色纸本立轴		385000
	人物(1885 年)	设色纸本立轴		242000
1991.3	花鸟(与任薰合作)		29 × 38.5	30000
	花鸟		180 × 52	165000
	黑猫与蝴蝶花		28 × 42	30000
1991.4	花鸟		17.8 × 51.8	40000
	牧童水牛		17.8 × 51.8	75000
	山水人物		18.2 × 52.3	30000
	钟馗	设色纸本立轴		935000
	花鸟山水人物(与任熊、任薰、任预合作)	设色绢本册页七开		121000
	寿桃莲藕	设色纸本镜片		24200
	寿星	设色纸本立轴		385000

吴昌硕（1844—1927）　原名俊、俊卿，字昌硕、仓石，别号缶庐、苦铁，70 岁后以字行。浙江安吉人，侨居上海。擅长写意花卉，书法擅篆书、金文、石鼓文。

吴昌硕传世作品很多，且多在民间流传。仿吴昌硕的伪作亦多，一般从落款可初步区分其真伪，他 1911 年以前署款“吴俊”，辛亥革命后落款“俊卿”，再后就写“吴昌硕”了。他的画一般为 20000 元 1 尺。

齐白石（1864—1957）　湖南湘潭人，原名纯芝，字谓清，小名阿芝，号白石、白石翁、寄萍、借山翁、杏子坞老民、齐大、木居士、三百石印富翁等。生前曾任美术协会主席、中国画研究会主席、中国画院名誉院长。

齐白石的画在中青年时因未得到社会认可，画价非常一般。直到 1947 年，也就是他年近 80 岁的时候，他的画才真正值大钱。他的作品中艺术价值比较高的是他的 90 岁以后画的大写意山水、花卉、人物及他中、晚年画的带工笔草虫的作品，尤其珍贵的是贝叶草虫。齐白石传世作品上万件，他画的虾为中国画一绝。

齐白石的作品价格一般为 1—2 万元 1 尺。如果画的是贝叶草虫，一个贝叶算 1 尺，一个草虫算 1 尺。一张 5 个贝叶、4 个草虫的画在国内得卖到 30—40 万元，在香港可卖到 50—100 万港元，他的精品可达 10 万，甚至几十万 1 尺。

黄宾虹（1865—1955）　名质，字朴存，中年更号宾虹，是现代杰出的山水画大家，对考古、全石、书法、印学、诗文、字画鉴赏均有研究。解放后曾任中国美术家协会理事，民族美术研究所所长。

黄宾虹遍历国内名山大川，曾九上黄山，五上华山，四上岱岳，他的画在用墨用水上大有独到之处，其山水画特点是“墨密厚重”，但虚实得当、善藏善露、成就极高。他生前曾对友人说：“我死后 50 年，我的画会热闹起来。”他的作品价格在艺术市场上一直是稳中有涨，1990 年 3 月，《浮岚暖翠》卖了 41．8 万港元。

表表 4-5　1980—1991 年黄宾虹部分作品拍卖价格

拍卖时间	作品名称	下槌价（港元）
1980	山水（附题诗）	27000
	黄山景色（1939 年作）	20000
1981	山水（1946 年作）	52000
	山水（1922 年作）	14000
1982	山水（1934 年作）	40000
1983	篆书（88 岁）	9000
1984	富春山水	48000
1985	香馆论设色图	40000
1986	峨眉龙门峡	42000
	湖山秋色（1943 年）	90000
1987	写生山水册	100000
	山水四轴	360000
1988	山水（88 岁）	170000
1989	青山雨舍图	80000
1990	浮岚暖翠	418000
1991	阳朔山水	104500
	巴蜀山水	132000
	潭湖钓隐图	121000

朱屺瞻（1892—）　乳名增均，号起哉、二瞻老民，江苏太仓人。精通中西艺术，其画贯通古今，融合中西。擅画山水和花卉蔬果，作品清新质朴，雄健磅礴，意境高远。

从 50 年代以来，朱屺瞻先后在上海、南京、北京、香港、新加坡等地举办过十多次个人画展。1983 年为美国旧金山国际机场画巨幅《葡萄》，1986 年应邀赴美讲学。他已过百岁，还在上海举办过一次画展。朱屺瞻现为上海中国画院画师、上海大学艺术系教授、美协顾问。他的画一般为 1 万元 1 尺，代表作可达 2 万元以上。

徐悲鸿（1895—1953）　江苏宜兴人，是兼采中西艺术之长的现代绘画大师、美术教育家。建国后曾任中央美术学院院长、中华全国美术家协会主席。

徐悲鸿少时家贫，刻苦学画，后得高奇峰、康有为指点，留学日本、法国。1933 年曾携中国近代珍画作品赴法、德、比利时、意大利及苏联展览。抗战时期，屡以己作在国外展览。

徐悲鸿擅长中国画、油画，尤精素描。他的画作满含激情。最能反映他个性、表达他思想感情的莫过于他画马的作品。他对马的肌肉、骨骼及神情动态作过长期观察，画了数以千计的速写。他画的马图笔墨酣畅，奔放处不狂狷，精微处不琐屑，筋强骨壮，气势磅礴，形神俱足。他的马卷价值颇高，在艺术市场上件件皆为高价。他的油画和素描也被视为珍品。1990 年 3 月在香港拍卖的《天马行空》达 82 万港元。

刘海粟（1896—1994）　别署海翁、静远老人、存天阁王，常号存天阁、艺海堂、江苏常州人。

刘海粟成名很早，作品很快流入市场，并受到国际收藏界瞩目，1931 年

他去欧洲讲学时，曾在巴黎巴莱蒙画堂举办旅欧美展，法国政府买了其杰作《卢森堡之雪》，珍藏在亦特巴姆国家美术馆中。1934 年，他又在柏林举办现代绘画展览，震动欧洲艺坛，在 45 天展览中，参观者多达 40 余万人。抗战时他又到各地办巡回画展，筹款 1200 万元支援国内抗战。

建国后刘海粟的作品多由国家收购，当时国家出售价格在数百元一幅。80 年代价格放开以后，他的作品价格与其他几位书画大师的作品一起猛涨。1991 年《黄山不老松》的卖价为 11 万港元。

潘天寿（1897—1971）　浙江宁海人，原名天授，字太颐，号寿者。精于写意花鸟、山水，尤善画鹰、八哥、蔬果及松、梅。并长于指画，被推崇为我国“指画大师”，在国内外享有盛誉。生前曾任全国美术家协会副主席、浙江美术学院院长。

潘天寿作品进入国际市场拍卖是在 1986 年，一幅《竹石图》卖了 1．8 万港元。第二年价格大幅度上升，《兰竹》达到 4 万港元。两年后的拍卖价格基本上稳定在 10 万港元上下，《鸟石图》是 10 万港元，《仿八大山人鸟石图》是 15 万港元，立轴《飞帆千片》是 44 万港元。1990 年 11 月在国际艺术市场普遍不景气的情况下，他的两幅作品仍保持在 13 万至 25 万港元之间。潘天寿的书法价格非常高，1990 年 3 月出售的一幅草书达到 14 万港元。

李苦禅（1899—1983）　山东高唐人。1919 年入北大附设勤工俭学会，同时在北大书法研究会随徐悲鸿习素描。1922 年转入国立北平艺术专科学校西画系，翌年拜齐白石为师。1930 年至 1934 年任国立杭州艺专教授。1946 年任北平艺专教授。1949 年后任教于中央美院，擅长大写意花鸟画，兼擅书法。

他的画最低 1000—2000 元一尺，最贵的 1．2 万元 1 尺。

张大千（1899—1983）　四川内江人，名爱、季、爱凌，字大千，号大千居士。他成名较早，青年时期就能画一手很好的具有石涛、八大山人画风的作品，几乎可以以假乱真。他 27 岁在上海首次举办个展，展出 100 幅作品，全部售出，奠定了他走向职业画家的基础，是中国卖画较早的现代画家。37 岁在北京展出大幅黄山险景，令艺林惊叹，同时在英国伯灵顿美术馆展出作品。1941 年起他面壁敦煌 2 年半时间，画艺大进，成为国际知名画家。张大千画的荷花和海棠最为著名。

张大千的画作在艺术市场上十分抢手。1963 年，美国《读者文摘》社以 6 万美元的高价购藏他的大屏巨幅《荷花》，创下当时中国画的最高价格。1982 年，纽约拍卖他的六条屏《荷花》，卖了 7 万美元。1987 年 5 月，香港索思比以 170 万港元拍出泼墨山水《桃源图》，创下香港中国近现代绘画拍卖最高记录。1989 年 9 月，香港克里斯蒂又以 120 万港元的高价拍出他的《巫峡清秋图》。

林风眠（1900—1994）　生于广东梅县，原名林风鸣。17 岁赴法国留学，进入法国当时最著名的哥罗孟画室。1925 年回国，得蔡元培赏识，出任北平艺专校长。1927 年在杭州创办国立艺术院（浙江美术学院前身）。70 年代定居香港，1979 年在巴黎举办个展，取得极大成功。1990 年在北京举办个展，一时京城遍谈林风眠。

林风眠的作品从内容上看，有一种悲凉、孤寂、空旷、抒情的风格；从形式上看，一是正方构图，一是无标题。他的仕女画和风景画最为著名。他的画特点鲜明，读者一望便知。他的画在香港达 4 万港元 1 尺。《少女月琴》

和《裸女》在 1990 年分别拍得 38．5 万港元和 55 万港元。

傅抱石（1904—1965）　江西新余人，自称抱石斋主人。生前曾任中央大学艺术系教授、江苏国画院院长、中国美协副主席、美协江苏分会主席。他出身贫寒，自幼爱画，青年时留学日本，壮年于各地写生，足迹遍布全国各地。在他 40 多年的创作生涯中，共留下 2000 多幅画作。人民大会堂的巨幅山水画《江山如此多娇》便是他与关山月合作的杰作。

傅抱石在山水画上成就巨大。在布局上，他常将山峰的顶峰伸出纸外，或者顶着画纸上边，不大留出天空，打破了传统的格局，形成遮天盖地的磅礴气势。他在满纸上下充塞山峦林木，形成“大块文章”的结构。还擅长绘水和雨，独创“抱石皴”法。他的人物画也自成一格，大多以古代文学名著为创作题材。

在他去世后，无论是他传神精妙的人物画，抑或是酒醉泼墨的山水画，画价都很高。1980 年，香港索思比举行第一次中国近现代名家绘画，傅抱石的《湘夫人》落槌价高达 18 万港元。1984 年，一套《唐人诗意》十六开册页（1948 年作），以近 200 万港元的高价成交，举座欢呼。1989 年，《九张机》十一开册页（1945 年作）以 340 万港元的高价在香港克里斯蒂为台湾蔡氏收藏。

李可染（1907—1989）　从小喜爱绘画，少时考入蔡元培创办的国立杭州艺专，拜黄宾虹为师，从此绘画大进。在重庆举办个展时，结识徐悲鸿，建国后在中央美院任教。40 岁时，经徐悲鸣介绍，拜齐白石为师。齐白石对李可染最为器重，悉心指导他。

尽管李可染有幸得到三位大师的指教，但他并未拘泥于摹仿，而是勇于探索，敢于创新。他走遍大江南北，作了无数写生，终于成为山水画大师。他擅长画牛，漓江是他经常表现的题材。

李可染一生留下 800 余幅作品。1989 年 12 月，李可染逝世之后不久，国内已有新规定，李可染画作限制出口，本来供求就已极不平衡的李可染画作，被这一规定刺激，其价又急升。1990 年 3 月 19 日，香港太古佳士德拍卖会上，李可染一件《烟江夕照图》即以 100 万港元的下槌价拍出。

李可染作品造假现象时有发生。但伪作烟云呈灰色，无神采，逆光山峦的光是散的，用笔呆板，书法呈扁平。1990 年 11 月香港索思比就发现一幅标明李可染的《黄山烟云》，此画印章精美，足可乱真，但题款书法不对，画面呆滞，山峦堆砌笨拙。

吴作人（1908—）　吴作人是现在世最著名的中国画和油画大师之一。江苏苏州人。年青时得到徐悲鸿的赏识，资助他去欧洲求学，在比利时受过巴思天的严格训练，成绩卓著。建国后担任过中央美院院长、中国美协主席。1985 年被授予法国艺术与文学最高勋章，吴作人是中国画家中得此殊荣的第一人。

吴作人兼精油画、国画。擅人物、风景、静物。国画则以动物画享誉画坛，他画的熊猫为动物画中的精品。

谢稚柳（1909—）　江苏常州人，擅长山水、花鸟、人物，亦擅长字画鉴定。

谢稚柳的画在 50、60 年代比较贵，人物、山水、花鸟每尺 120 元，已高于同时代书画名家。80 年代后，作品价格大幅度上涨，虽比不上过世名家（如齐白石、张大千、石鲁等人），但与在世名家朱屺瞻等人价格差不多。1986

年，他的作品开始固定地流入国际性拍卖行。现在他的作品价格大多稳定在单件 5—10 万港元之间，个别精品超过 10 万港元。1990 年《春江晓泛》达到 17 万港元。

陆俨少（1909—）　上海长定人。擅长山水画，早年师从王同愈、冯起然。

陆俨少作品自 1986 年起在艺术市场上开始处于稳定地位。当年 5 月一本山水册（共 12 幅）卖到 12 万港元。1987 年 1 月香港艺术市场上又出现他一件作品《王荆公诗意》册页（八幅），卖到 7．8 万港元。陆俨少作品价格低则在 3—4 万港元，高则 11—12 万港元。

关山月（1912—）　原名泽霈，广东阳江人，师从高剑父。早在 1959 年，为庆祝建国 10 周年，关山月与傅抱石合作为人民大会堂正厅创作大型国画《江山如此多娇》，深受美术界的好评。1979 年又为人民大会堂东厅创作大幅国画《春到南粤》。

1980 年 11 月，关山月的《红梅》轴就已 10 万港元售出，这个价格在当时是极为罕见的，已超过吴昌硕、齐白石等谢世名家。但这个价格没保持下来，原因是价格太高，收藏关山月精品的人不肯轻易拿出来拍卖。后来几年，拍卖均未见到精品，价格在 1—5 万港元左右，增长幅度极小。1990 年有两幅作品超过 10 万港元，最高达 23 万港元。

启功（1912—）　姓爱新觉罗，字伯元。他诗、书、画全精，在古文学方面造诣极深，还擅长字画鉴定。香港的重要国际性艺术投资杂志《名家翰墨》专门为他出版了专集，集中介绍他的书画成就。

启功海外市场价格比较高。1991 年他挑出自己多年创作的书法作品 100 幅，绘画作品 10 幅，在香港义展义卖，得款 250 余万港元。北京荣宝斋经常出售他的作品，1991 年夏展售的一幅对联是 1．5 万人民币。

石鲁（1919—1973）　原名冯玉衍，四川仁寿人。在中国美术史上，石鲁属于开山立派之人，他的画大拙浑古、气势磅礴，作品中有一种很强的力感。美国著名收藏家埃尔斯沃思非常欣赏石鲁的作品，称石鲁是“中国的凡·高”。

1985 年纽约拍卖他的国画《华岳之雄》，拍卖行专家估价为 2 至 2．5 万美元，众人不相信能卖这么高。拍卖结果，《华岳之雄》卖了 5 万美元。1989 年，《荷雨图轴》卖了 85 万港元；1990 年，《华山一枝峰》卖了 66 万港元。

因石鲁作品珍贵，造假者甚多，但造假者难以画出他的气魄。石鲁作品以气势大见长，连小画亦能见大家气。

吴冠中（1919—）　江苏宜兴人。青年时得林风眠指点，留学法国。现为中央工艺美院教授。

吴冠中既是油画大师，又是国画大师，所以进入艺术市场的主要是国画和油画。另外，写生册也是重要的争购对象。

吴冠中的油画造诣很深，在海外拍卖能卖得高价。1989 年 5 月香港艺术市场出现过一幅名为《庭园小景》（35×27．3㎝）的作品，以 20 万港元成交，同时出售的《黄山》（69×41．5㎝）达到 26 万港元。

他的国画作品，从 1984 年以后，就没有低于 3 万港元的。1989 年香港万玉堂展出吴冠中 74 件作品，展览第一天头一个半小时即售出 50 件。

表 4-7　1984—1991 吴冠中部分作品拍卖价格

拍卖时间	作品名称	下槌价（港元）
1984	北戴河图	2.7 万
1986	滨海小镇	3.4 万
1987	燕语	8.5 万
1988	巫峡魂	13 万

续表

拍卖时间	作品名称	下槌价（港元）
1989	高昌遗址	170 万
1989	大漠图	26 万
1990	巴黎蒙马特景色（油画）	104.5 万
1991	黄河东区	60 万
1991	江南村镇（油画）	40 万

黄永玉（1924—）　湖南凤凰人，土家族。他的木刻较著名，但未见出售。目前市场上所售为传统中国画，他作品数量不太多，但精品较多。1986 年其作品进入拍卖行，价格起点较高，至目前只增长数倍，低则 5 万港元，高则 20 万港元。

王明（1924—）　安徽合肥人，1941 年毕业于淮南艺专。50 年代专攻中国画，擅长人物，山水画。曾任江苏省国画院副院长。现为中国美协常务理事、美协江苏分会主席、南京大学教授。中国美术馆及许多国外的博物馆均收藏有他的作品，曾多次在新加坡、日本举办个展。

黄胄（1925—）　河北蠡县人。擅长中国画，富收藏。集资、捐款修建了炎黄艺术馆。黄胄画的驴和速写人物堪称一绝。

黄胄的画私下收 1000—5000 元 1 尺。在画店 1 万多元 1 尺，炎黄艺术馆卖 1 一 2 万 1 尺。由于他画得比较多且送了很多画，所以画价受到一定影响。

韩美林（1931—）　山东济南人。韩美林成名较早，影响比较大。1979 年就在中国美术馆举办过个展，在香港举办韩美林装饰画展。1980 年在美国 21 个城市巡回展出韩美林画展，影响颇大，圣地亚哥市赠送其金钥匙一把，纽约曼哈顿宣布 1980 年 10 月 1 日为“韩美林日”。

韩美林作品在台湾市场已成为固定出售品，由画廊定期办展出售。1990 年 3 月由皇冠艺文中心出售的一幅水墨画是 1．2 万台币。1991 年 2 月由周一画廊出售的另一幅水墨画升到 2 万台币。

靳尚谊（1934—）　河南焦作人。1949 年考入北平艺专，1953 年毕业于中央美院后留校为研究生。现任中央美院院长、油画系教授、中国美协常务理事。其油画作品被中国革命博物馆和中国美术馆收藏。其作品《人体》在 1994 年嘉德秋季拍卖会上拍得 30 万元。

范曾（1938—）　江苏南通人。1957 年入中央美术学院美术史系，半年后转入中国画系。1962 年毕业后分配在北京工作。1984 年调南开大学东方艺术系并任系主任。擅长中国人物画，兼长书法、诗文，日本冈山有范曾美术馆。

范曾作品在绘画语言上有创新，在国内卖 1 万元 1 尺，私下收 1500—5000

元 1 尺。

丁绍光（1939—）　丁绍光作品主要通过办展销售，同时也搞过专项拍卖。订立绘画合同是销售作品的另一种形式。他所售作品主要是装饰画。1980 年，丁绍光到达美国。1982 年在美国举办了第一次个展，展出的 20 多幅作品几天之内全部售完。美国国家广播公司作了专访。此后他的作品在美国各大城市及墨西哥，前联邦德国、日本等国举办了多次成功的展览，两次夺得国际比赛头奖。仅 1989 年 1 年，客户从画廊中就买走丁绍光作品总计达 3000 万美元。丁绍光成为当时中国历史上卖画最多、最高、最成功的人。第五章

邮票投资

收藏，是很多人的喜好和兴趣，但是在如此繁多的收藏品中，邮票可以说是最受人们青睐的。因为参与收藏邮票的人数最多，其影响层面也最广。根据联合国教科文组织统计表明，目前全世界集邮的人数达到近四亿人，我国的集邮队伍也发展到 1500 多万人，其人数之多，堪称世界第一。

兼之，邮票既是国家名片，又是百科全书；既是袖珍艺术品，又是珍贵的历史文物；同时，邮票还是一种有价证券，是一种特殊商品，邮票中的稀世珍品价值连城，这就更使集邮蔚为一时的风尚。

●集邮面面观

（一）邮票的魅力

小小一枚邮票为何有如此大的魅力？竟能吸引如此多的爱好者蜂涌而至，乐此不疲。究其原因，收藏邮票实在是有众多的好处，概言之，它集艺术性、知识性、娱乐性、增值性于一身。

1．艺术性

邮票可以说是一种小型的艺术品，人们收集邮票的过程，其实也就是欣赏艺术的过程。大多数邮票都是经过专家精心设计出来的，它不仅能传达给人们审美感受，且有助于提高人们的审美修养和艺术鉴赏能力。

因此，对邮票的欣赏和研究，从某种特定的意义上来说，就是对艺术的欣赏与研究。

2．知识性

在收集五彩缤纷的邮票过程中，不同的邮票都向人们展示了有关社会历史、政治经济、文学艺术、科学技术、自然风光、风俗人物的不同侧面，每枚邮票都包含着丰富的知识。

因此，对邮票的收集和研究，从一定意义上说，也是知识的积累过程。

3．娱乐性

集邮是一种有益的业余文化娱乐活动，通过对集邮品的收集和研究，人们既可以愉悦性情、陶冶情操、丰富生活、获得乐趣，同时又可以培养出持之以恒的毅力，不愧是一种高尚的文化活动。

4．增值性

邮票作为一种特殊商品，具有很高的增值性。1962 年 9 月 15 日发行的

“梅兰芳舞台艺术”小型张邮票，原票面价格是 3 元，1990 年 10 月中旬，国家公布的牌价涨到 3200 元，1991 年上海等地拍卖价则近 7000 元。

1968 年发行的错票“全国山河一片红”也是身价倍增，一枚面值 8 分的邮票，国内新上品的交换价在数万元以上，在香港、美国则分别为 14270 元和 18290 元。

即使是近年发行的邮票，其价格也让投资者们深受鼓舞。早期的 JT 新邮票及小型张，其增值率最差的也在 10 倍以上。一般的翻了几十倍。好的品种如：J1、J8、J41M、J42M、T28 及 M、T37 及 M、T44 及 M、T46、T54 及 M、T56 等，其增值率都在一百倍、数百倍至上千倍不等。由此可见，投资邮票的经济效益是非常可观的。

正是由于收集邮票本身所带来的诸多好处，人们普遍认为投资邮票不仅是精神财富的积累，同时也是物质财富的积累。于是，一支壮大的邮票投资队伍就这样形成了，并在不断地发展、扩大。

（二）邮票的种类

1840 年 5 月 1 日，英国发行了世界上第一套邮票。邮票的出现，使邮政上的收费手续大大简化。因此，这种简便易行的收费方法立即就为世界各国所仿效。

在世界各国发行的五花八门的邮票当中，根据其发行邮票的目的，大致可以将邮票分为以下几类：

1．普通邮票

普通邮票是邮政部门根据人们日常交寄各类邮件纳费的需要而发行的一般性邮票。

这种邮票，发售量大，发售时间长，票幅较小，图案基本稳定，色彩较单调，邮票面值种类齐全。普遍邮票往往多次印刷，因印次不同，版式往往也有所不同。

1840 年 5 月，英国发行的“黑便士”邮票，是世界上第一枚普通邮票。我国第一套普通邮票，是清代“海关大龙”邮票，发行于 1878 年。中国人民邮政发行的第一套普通邮票（普 1），发行于 1950 年 2 月 10 日。

2．纪念邮票

纪念邮票，是为纪念国际、国内的重大事件、知名人物以及其他值得庆祝、纪念或广为宣传的事件而发行的邮票。它在作为邮资凭证的同时，又是很有意义的纪念品和宣传品。

这种邮票票幅一般都比较大，图案和印刷都比较精美，印量也有限，一般不再版，在邮局限期出售。而且，这种邮票一般都印有庆祝、纪念的主题文字、年代、徽志和相关图案。

世界上最早的纪念邮票，是 1871 年秘鲁发行的纪念南美铁路通车 20 周年邮票。

我国第一套纪念邮票，是清代于 1894 年 11 月 7 日发行的“慈禧寿辰”邮票（又称万寿票），共九枚。中国人民邮政发行的第一套纪念邮票是“庆祝中国人民政治协商会议第一届全体会议”邮票（纪 1），发行时间是 1949 年 10 月 8 日。

国外编印的邮票目录或邮票年鉴一般将纪念邮票和普通邮票编在一起，

不加区分。中国人民邮政发行的纪念邮票有专门志号：1967 年 3 月前为“纪”；1974 年 5 月以后为“J”。

3．特种邮票

特种邮票在许多国家是指有特殊用途或特殊作用的邮票。我国的特种邮票却是指纪念邮票和普通邮票以外的、以特定选题为图案的邮票。它的范围很广，包括自然、历史、文化、艺术、社会、政治等各个方面。

我国发行的第一套特种邮票是“国徽”，发行时间是 1951 年 10 月 1 日。

我国发行的特种邮票同纪念邮票一样，在左下角也印有志号。1966 年 5 月以前为“特”，1974 年 1 月以后为“T”。

4．航空邮票

航空邮票是专供航空邮件贴用的邮票。航空邮票的面值一般较高，也可以在其他邮件上贴用。航空邮票上，一般都印有“航空邮票”或“航空邮政”的字样。

世界上最早发行航空邮票的国家是意大利，于 1917 年为都灵—罗马航邮试验，在普通邮票上加印了“航空”字样。

我国第一套航空邮票是 1921 年 7 月 1 日由北洋政府发行的，共五枚。新中国成立后，共发行过两套航空邮票，第一套为 1951 年 5 月 1 日发行的，五枚；第二套是 1957 年 9 月 20 日发行的，四枚。

5．欠资邮票

欠资邮票，是用于向收信人收取欠付邮资的一种专用邮票。这种邮票邮局不出售，只供邮政人员在欠付邮资的邮件上使用。但是集邮部门可作为集邮品出售。

世界上第一套欠资邮票是荷属东印度（印度尼西亚）于 1845 年发行的。我国第一套欠资邮票是 1904 年发行的，共 6 枚。中华邮政时期第一套欠资邮票是 1913 年发行的。中国人民邮政共发行了两套欠资邮票，一套是 1950 年 9 月 1 日发行的，另一套是 1954 年 8 月 18 日发行的。此后，我国就没再发行欠资邮票。

6．小全张与小型张

小全张与小型张是性质相同的一种邮票，但又有所区别。

小全张是将全套邮票印在一张纸上，它的枚数、图案、面值等与同时发行的邮票完全相同，周围加上相关文字和花纹。

小型张是将一枚或数枚邮票，印在一张面幅较大的纸上，既可以是原来邮票的图案、面值，也可以单独设计图案和另定面值。

小全张与小型张通常总是随纪念邮票、特种邮票同时发行的，编号与邮票相同，但它们也可以单独发行。

小全张与小型张都可按面值作邮资使用，发行小全张与小型张的主要目的除了纪念或宣传某一重大事件或某一人物外，主要是为了满足集邮爱好者的需要。

（三）奇异的邮票家族

最初邮票的诞生，仅仅是为了满足邮政的需要。而如今，它的存在就不是那么简单了。由于世界各地集邮活动的掀起，人们越来越关注邮票的收藏价值，为了适应这种需要，许多国家不但在选题、图案设计、印刷等方面精

益求精，甚至在印制邮票所用的材料和其形状等方面也不断创新。这就使得世界邮票家族更显得五彩斑斓，光怪陆离。

1．金属邮票

1955 年，匈牙利为纪念本国制铝工业创建二十五周年和国际轻金属产业会议的召开，发行了一种铝箔航空邮票。

这是世界上最早的金属邮票，图案是一架飞机正在飞越烟囱林立的冶金工业区上空，印在厚度只有 0．009 毫米的铝箔上，背面裱有一层薄纸，刷有背胶，可与普通纸质邮票一样使用。

由于铝箔价格低廉，印刷容易，继匈牙利后，前苏联曾多次发行以宇航成就为题材的铝箔纪念邮票。非洲和一些阿拉伯国家也发行过。

在铝箔邮票出现后，1965 年，非洲的加蓬为悼念休伯依查博士发行了一种金箔邮票，面值高达一千法郎。由于这种邮票面值很高，当时共发行了 5 万枚，几乎都被邮票收藏者所购求。

除了铝箔、金箔邮票以外，不丹于 1969 年还发行过一套钢箔邮票，全套共 12 枚，印在厚度为 0．025 毫米的钢箔上。

2．塑料邮票

塑料工业的发展也为印制邮票提供了新的材料。

1967 年，不丹首先发行了以美国阿波罗登月为题材的立体塑料邮票，共七枚。此后波斯湾的岛国马那马曾发行一套以火车为图案的立体塑料邮票，最奇妙的是，它正看是史蒂芬逊发明的世界上最早的蒸汽机车，侧看却又变成了一列现代化的高速火车。

塑料邮票没有齿孔。发行以前，由印刷厂一枚一枚地压切好，上面标有面值和国名。虽然这种邮票也能在信件上贴用，但由于不易盖销，因此实际贴用的极少，绝大部分都被集邮爱好者们收藏了。

3．丝绸邮票

1958 年，为纪念波兰创办邮政 400 周年，波兰发行了世界上第一枚以丝绸印制的小型张，尺寸为 86×76（毫米），面值为 50 兹罗提，图案是一辆古代邮车。

尽管丝织品纤维很粗，但这枚邮票用暗绿色单色印制，效果很好，与纸质相比毫不逊色，邮票的四周饰以曲线花纹，与优美的图案、醒目的文字和谐地组合在一起，显得古朴而富有诗意。

4．发光邮票

磷光邮票和荧光邮票都称为发光邮票。这是为了适应信函自动分拣机的需要而发行的一种新型邮票。世界上最早发行这种邮票的国家是英国，发行时间是 1959 年。

磷光与荧光邮票在日光下观察并不显示特殊的颜色或光亮。但在紫外线灯下观察，邮票表面能显示出鲜艳夺目的磷光或荧光颜色，如红、橙、黄、绿、蓝等。

磷光与荧光邮票的区别在于：在暗室里用紫外线灯照射时，灯一熄灭，荧光邮票上的亮光会立即消失，而磷光邮票上的亮光则会经过一段时间之后，才慢慢地消失。

我国第一套磷光邮票是 1980 年发行的，分为本市、外埠、航空三种。本市（4 分）印两条磷光条杠；外埠（8 分）印四条磷光条杠；航空（10 分）印五条磷光条杠。此外，还有面值 2 分的邮票，印一条磷光条杠。

目前，世界上发行发光邮票的有许多国家，由于世界各国印制发光邮票的方法各异，收集和研究这些闪闪发光的邮票，也就成为了邮票收藏者的一项乐趣。

5．唱片邮票

唱片邮票是不丹于 1973 年首次发行的，这的确是一项独出心裁的创举。这套唱片邮票共 7 枚。其中 2 枚为航空邮票，直径为 10 厘米。另外 5 枚是普通邮票，直径为 6．8 厘米。背面有黄色的衬纸，无背胶，无齿孔。

2 枚航空邮票的中心图案是图腾，充满了宗教色彩。同时还印有国名、面值和唱片所录制的内容。5 枚普通邮票的中心部分也印有国名、面值及两条各种颜色的龙，象征着不丹王国古老的文化和历史。

这些唱片邮票分别用不丹语和英语录制了不丹的历史、国歌和民歌，听起来就和普通唱片一样清晰、悦耳，使人仿佛置身于那美丽、古老的山国之中。

6．奇形邮票

在 1840 年至 1850 年的最初十年里，世界各国发行的邮票大都是长方形的。

1851 年，加拿大的新不伦瑞克发行了一种面值 3 便士的正菱形邮票，这是邮票形状突破传统形式的开始。紧接着，好望角于 1853 年发行了世界上最早的三角形邮票。1886 年，墨西哥发行了一种椭圆形邮票。1898 年，土耳其发行了一种八角形邮票。

但奇形邮票的大量出现是从 20 世纪 60 年代开始的，其中发行奇形邮票最多的国家是汤加和塞拉利昂。

从 1963 年以来，汤加发行的奇形邮票可谓千奇百怪、种类繁多：金币形、单香蕉形、双香蕉形、赛跑运动员形、喷气式飞机形、轮船形、石油井架形、照相机镜头形、西瓜形、可可仁形等。

非洲西部的塞拉利昂也以发行奇形邮票闻名于世。从 1964 年开始，塞拉利昂发行的奇形邮票主要有：该国地图形、非洲地图形、钻石形、棕榈仁形、书卷形、心形、人形、手表形、花瓶形等。

这些奇形邮票都是一枚枚经过冲压制成的。每枚邮票的背面都有一种粘着力非常强的背胶，只要一贴到信封上，便再也无法完好地把它揭下来。

我国发行的邮票大部分都是横长方形或竖长方形的，正方形的邮票不多。而三角形的邮票则只有 1951 年发行的纪 10“ 保卫世界和平 ”（第二组）。

●世界珍稀邮票

珍稀邮票往往价格高昂，极难觅藏。但这是邮票投资者选择长期投资的极好目标，只要过一段时间，稳赚不赔，所获利润必然是相当可观。

下面我们就对一些世界珍稀邮票作一介绍。这些邮票大多数是罕品、珍品，要获得这些珍邮已超过了一般人的能力，仅有少数最富有的集邮者才有可能收藏。然而，正因为这些邮票堪称世界之最，越是难以问津，人们越是对这些珍邮梦寐以求。

（一）1952—1956 年墨丘利报纸邮票

早期奥地利报纸邮票大多数是珍品，其中最吸引人的是红色墨丘利邮票。它之所以珍罕的原因，就在于它本身的用途。

这种邮票在包报纸的封皮纸上贴用，而收报的订户很少仔细注意包报纸的封皮，大多数封皮都被订户撕坏。

奥地利第一批报纸邮票发行于 1851 年，以罗马信使神墨丘利头像为图案。这种邮票没有面值，因此很奇特，它以不同颜色表示不同的邮政资费。蓝色邮票相当于 0．6 克罗采，黄色邮票相当于 6 克罗采，玫瑰色邮票相当于 30 克罗采。

1852 年开始，玫瑰色和黄色邮票都被当作 0。6 克罗采邮资使用。在这批邮票中，蓝色墨丘利票最普通。在《斯科特邮票目录》中，该票的新票价为 175 美元，旧票为 100 美元。

黄墨丘利和玫瑰红墨丘利邮票都是极珍贵的。在《斯科特邮票目录》中，黄墨丘利新票标价为 12500 美元，旧票为 7500 美元，而玫瑰红墨丘利新票标价 17500 美元，旧票为 10000 美元。这套邮票的珍品是第二版红色墨丘利票，发行于 1856 年 1 月 1 日。这种邮票现仅存世 7 枚。其之所以珍贵，是因为它发行时间很短，1858 年便被另一种新票取代。

目前，红色墨丘利邮票的新票标价为 35000 美元，旧票为 37500 美元。

（二）毛里求斯 1847 年 1 便士和 2 便士邮票

1902 年，当一个法国男孩在翻检自己的信件时，他在满是灰尘的邮件中，发现了一枚贴有 1 便士和 2 便士邮票的信封。这封信寄自毛里求斯的火山岛。

这两枚邮票是英国殖民地最早发行的邮票，它们的面值分别为 1 便士（桔黄色）和 2 便士（深蓝色）。

这两种邮票是由一位名叫巴纳德的钟表匠雕刻和印刷的。据说他是一个半盲人，他将“PostPaid”（邮资已付）错刻为“PostOffice”（邮局）。邮票的图案是维多利亚女王像。邮票是贴在请柬上用的，需赶在 1847 年 9 月毛里求斯总督夫人戈姆女士举行舞会前发行。

这两种面值的邮票，各自仅发行了 500 枚。当这个法国男孩得知自己发现的邮票值一大笔钱时，便将此票拿给巴黎的邮商利梅尔鉴定，被他用 4000 法郎买下了这个信封。

1922 年阿瑟·海因德买到这个封。1934 年在伦敦由 A·R·哈默举办的海因德邮集拍卖会上，海因德的邮集被 M·伯斯买去。维力公司用 78400 美元购到此封。

1897 年，集邮者 C·霍华德，在逛印度市场时发现另一枚贴有两枚毛里求斯 1 便士邮票的信封。1906 年，此封被沃辛顿买去，1917 年卖给了列支登斯坦。列支登斯坦去世以后，他女儿 L·B·戴尔得到这个封。1968 年 10 月 21 日，在 H·R·哈默举办的邮票拍卖会上，维力公司以 380000 美元的高价购得此封。

1904 年，一枚面值为 2 便士的新票被威尔士亲王购得，后来威尔世成了国王乔治五世。此票现存白金汉宫的英国皇家邮集中。另外一枚 2 便士新票在 1972 年汉堡邮票拍卖会上以大约 60000 美元卖出。据有关资料统计，这两种面值的邮票存世仅 30 枚。

（三）美国 1845 年 5 分纽约临时邮票

19 世纪 40 年代，美国邮政当局一直在仔细搜集人们对世界上第一套刷有背胶的英国黑便士邮票的反映。邮政官员虽然考虑也在美国发行同样的邮票，但一直未付诸行动。因此，当纽约邮政局长罗伯特·H·莫里斯决定发行一种临时邮票时，他们都投了赞成票。

1845 年 5 月，美国第一套临时邮票在纽约问世。邮票的主图为乔治·华盛顿的头像，面值 5 美分，共印出 142，240 枚邮票。

纽约临时邮票发行后，莫里斯最担心的问题是如何防止伪造假票，他授权他的职员，让他们在出售的邮票背后，签上自己名字的缩写字母。莫里斯本人也亲自在一些整版票后签了名。

在《斯科特邮票目录》中，背后有莫里斯亲笔签名的邮票，新票标价 10000 美元，旧票标价 2250 美元。

有许多纽约第一套临时邮票的背后签有“A、C、M”字母，那是莫里斯的姐夫名字的缩写。但最珍贵的，还要算是背后签有“M、M、J，”——莫里斯姐夫的哥哥的名字缩写的邮票了。迄今为止，只在一个寄往弗吉尼亚的信封上发现了这样一枚邮票。

在纽约第一套临时邮票中，最为珍稀的，莫过于一个寄往纽约的路易斯·哈斯布鲁克先生的邮封了。封上贴了这种邮票的第一个横三连和九连票。此封是一个商人在 1952 年购买哈斯布鲁克先生遗产时，从留存信件中发现的。当时，它的拍卖价为 3750 美元，买主是维力公司的一位代理人。几年后，这位代理人又把它卖给了别人，然后。他又于 1969 年以 20000 美元买回。1978 年，一位集邮者出价 37000 美元将此封买走。

（四）1871 年 40 雷普塔暗红色错色票

1871 年 40 雷普塔暗红色错色票，是希腊邮票中最珍贵的邮票，据称此邮票仅存世 9 枚。这 9 枚邮票均在希腊的比雷埃夫斯贴用过，目前尚未发现还有新票存世。

1870—1871 年的赫耳墨斯大头像邮票印刷时，用的是过去的印版，邮票用纸质量低劣而且很薄。40 雷普塔邮票用淡红色印刷，因此，很引人注目，希腊古典邮票背面都印有控制号。40 雷普塔邮票的控制号用淡紫色油墨印刷。

在邮票印制过程中，印刷者开始用褐色油墨印刷邮票的正面，背面仍用淡紫色油墨印刷。但不知为何，有一整张 40 雷普塔的邮票、正面却是用淡紫色油墨印刷的，这种油墨本来是印刷背面控制号。这就产生了有名的“暗红色”错色票。因为早期集邮者将这种错色票叫成“暗红色”，而不是实际上的淡紫色，这种叫法也就因此流传下来。

已知的 9 枚 40 雷普塔错色票均为信销票，有 1 枚贴在 1 张残片上。在 1984 年希腊邮票“极限”邮集的拍卖中，这枚残片上的暗红色错色票拍卖价为 107000 美元，这是希腊单枚邮品的最高价格。这种邮票在《斯科特邮票目录》上的标价为 8500 美元。

（五）1849—1850 年对倒色列斯邮票

集邮者迷恋于法国的第一套邮票的原因，不仅是因为它的图案精美，而是因为它有对倒票。

这套邮票是巴黎造币厂总雕刻师琼·雅克·巴雷设计的，图案是有名的谷物女神一色列斯头像。阿纳托尔·赫洛特在印制这套邮票时没有打孔。邮票发行后，发现赫洛特将某些印版上的一个或两个印模放倒了。

有些人相信这是偶然事故，而另一些人则认为，这是古怪的赫洛特故意倒置了印模，印制了对倒票。不论是出于偶然还是故意，这种对倒票如今已成为世界上难得的珍邮。除了 40 生 J 桔黄色邮票外，1849 年至 1850 年的邮票每种面值都有对倒票。

有对倒票的邮票分别为：10 生 J（深褐）、15 生 J（黄绿）、20 生 J（黑）、20 生 J（暗黑）、25 生 J（淡蓝）、1 法郎（桔红）和 1 法郎（暗洋红）等票，其中 15 生 J（黄绿）、1 法郎（桔红）和 1 法郎（暗洋红）三种邮票的对倒票，每种仅存世 1 枚。

15 生 J 的对倒票是连封票。这个封上还有一个 15 生 J 正常双连票，和一个 1 法郎（桔红色）对倒双连票，但它们都已破损。

1 法郎（暗洋红色）对倒双连票是一个四方连的半截，据说这个四方连是在一张旧桌子里发现的，后为西奥多·钱皮恩所获。

这些对倒双连票的价钱不等，它们主要是根据不同面值的珍贵程度而定，在《斯科特邮票目录》中，这种对倒票的标价为 4500 美元至 200000 美元不等。

（六）1867—1868 年 1 先令“贞女失踪”邮票

1867—1868 年维尔京群岛发行的玫瑰色和黑色的，面值为 1 先令，印在蓝纸上的“贞女失踪”邮票，一直吸引着广大的邮票投资者。

19 世纪末，伦敦的一位店主在寻找维尔京群岛的邮票和样票时，发现了此票。邮票的主图是一圈四射的太阳光线，估计它是围绕着贞女圣·厄休拉的，可这位圣女却从邮票图案上失踪了。

长期以来，集邮界为此争论不休，一些人认为“贞女失踪”是印刷上的错误；一些人则认为“贞女失踪”邮票是废票，本应销毁。

“贞女失踪”邮票 20 枚 1 版，横 5 竖 4 排列。迄今为止，共发现 8 枚“贞女失踪”邮票。

1978 年此票在某一拍卖会上，曾以 19500 美元的价格卖出。在《斯科特邮票目录》中，“贞女失踪”邮票标价为 110000 美元。

●邮票投资的工具、方式和途径

俗话说：“工欲善其事，必先利其器”。为了更有利于邮票投资，使邮票投资者获得更高的投资回报率，就必须有效地掌握投资邮票的必备工具，并根据自己的实际情况和个人喜好，选择自己的邮票投资方式和途径。

（一）邮票投资的工具

任何进入邮市的投资者，都应具备两种投资邮票工具：投资邮票工具书和集邮工具，这是保障您能在邮票市场的商海中顺利畅游的最基本条件。

1．投资邮票工具书

我国的邮票，统一由邮电部发行，邮电部经常会提供各种集邮报道、新邮预告，以及当前供应的各种纪念邮票和特种邮票与价目表的各种信息。

凡是想投资邮票的人，都应与邮局保持经常联系，了解邮票发行部门的发行行情以及价目行情，并应经常性地去邮票市场逛逛，以随时把握行情和动态。

同时，拥有投资邮票的指南性工具书，对于自己的投资抉择也是大有裨益的。此类工具书大致包括以下几类：

（1）邮票目录。也称邮票年鉴，是集邮者用来检索邮票发行情况以及进行价格参考的工具书。

邮票目录一般附有全套或部分邮票版图、发行日期、齿孔度数、票幅大小、主要图案内容、颜色、各枚面值及新、旧票参考价格、特殊的纸质、背胶情况，通常变体票也包括在内。

邮票目录在体例上是多种多样的：有按国家、地区形式编写的邮票目录（如世界邮票目录）；有按发行时间形式编写的邮票目录（如世界古典邮票目录）；也有按主题内容分类的邮票目录（如体育邮票目录、动物邮票目录、花卉邮票目录）。

世界最早的邮票目录是 1861 年在法国巴黎出现的手抄本“世界邮票目录”。它记录了当时各国所发行的 500 多种邮票。

我国于 1957 年 10 月发行了《中华人民共和国邮票目录》，这是我国目前唯一具有权威性、准确性、实用性的中国邮票彩色图谱目录。邮局出售的邮票目录中印有邮票发行量、面值、最新牌价以及市场交易参考价等，这是您进行邮票投资的好指南。

（2）世界标准目录。是指在国际上公认的，历史悠久、权威性较大的世界邮票目录。

这主要包括英国出版的《吉朋斯目录》、美国出版的《斯科特目录》和《明库斯目录》，以及法国出版的《香槟目录》等几种目录。同时，日本、香港、台湾等地每年也都会发行巨册、年册目录，标示中外邮票最新行情。查阅这些邮票目录，有助于您了解和掌握世界邮市行情和信息。

（3）集邮图鉴。是附有清晰版图介绍的集邮知识书籍。

集邮图鉴除了印有与内容相关的邮票版图外，有的还印有介绍齿孔、水印和珍贵邮票细部的插图。

这种图文并茂的方式，使集邮者通过阅览，增进了感性认识。但这是插图本集邮图书，而不是用于进行系统检索的集邮工具书。

（4）邮刊。是介绍集邮知识、研究集邮学术、报道集邮活动、传播集邮信息的专门刊物。

邮票投资者应订阅在全国公开发行的《集邮》、《集邮博览》、《上海集邮》等权威邮刊，也可订阅《中国集邮报》、《集邮报》、《集邮家》等报纸。

通过这些窗口，投资者就能够得到各方邮讯，及时地了解整个中国邮坛的大致状况及世界集邮动态走势。同时还能知道邮商广告、拍卖品清单、邮

票行情动态等。

（5）价目表。即邮票出售价格表。分为官方价目表和邮商价目表两种。由于邮票市场供求情况随时变化，因而价目表也经常随时得到修订。邮票投资者应密切注意其动向。

2．集邮工具

每一位邮票投资者，都起码应拥有一套完整的、相应的集邮工具，其中包括镊子、放大镜、量齿尺、胶水纸、衬纸、护邮袋、集邮插册、集邮贴册等等。这一系列集邮工具对于邮票投资者的重要性，就好比画笔、画布之于画家，实验器材之于科研工作者。

（1）镊子。邮票是精致的印刷品，因此，对于每一枚邮票的品相要求是十分严格的。

在邮票的收集活动中，为了避免对邮票的污染和损坏，忌讳用手直接触摸邮票。因为手的皮肤表面容易渗出一些细微的汗粒，用手去触摸邮票，这些小汗粒就会粘到邮票上，从而形成污点。因此，在欣赏或整理邮票时，都应该使用镊子。

夹邮票时要使用镊子，但并不是所有的镊子都能用来夹邮票。镊子的形状因用途而异。用于集邮的镊子尖端必须扁平、圆滑、无锈，松紧程度也要适宜，过紧会使邮票留下夹痕，过松易使邮票脱落。

初次使用新镊子，最好找几枚废票反复练几次，以避免因使用不当而使邮票受伤。保存时注意不要把尖端弄脏或挫伤，也不要用手指去摸，否则就失去了使用镊子的意义了。

如果一时疏忽，把镊子弄脏了，要用布、纸或者挥发油擦试一下再用。

（2）放大镜。邮票一般印刷得都很精细，单凭人们的肉眼，很难观察清楚许多细微的地方。放大镜是用来观察邮票细部，印刷工艺和鉴定品相优劣的常用集邮工具。

集邮用的放大镜一般为 5 一 20 倍，使用时要选择光线充足的地方，但应避免阳光直射到邮票上。镜片要保持清洁，避免磨损。放大镜用完后，应及时将它放入套子或盒子里，脏了可以用擦试眼镜的柔软棉布擦净。

（3）量齿尺。是用来度量邮票齿孔度数的集邮工具。

各国发行的邮票，都有齿孔度数（无齿孔票除外），所谓齿孔度数，就是指在 20 毫米的长度内有多少个齿孔。

测量齿孔时，把邮票放在量齿尺上，上下左右移动，直到邮票齿孔与量齿尺上的齿孔完全吻合时，它所指示的度数就是邮票齿孔的度数。

制作量齿尺的材料有很多种：硬纸板、金属板或塑料板等等。表示方法也不同，有用线条的、有用黑点表示的。

（4）胶水纸。把邮票放到贴票册上的最好办法是使用胶水纸—一种裁切得很整齐的一面带胶的小纸条。

胶水纸是用来连接票背和贴页的，可以把邮票安放在贴页上，同时避免邮票与贴页的直接接触，起到保护邮票的作用。胶水纸一般都是成袋出售，买回来后要换到带盖的小塑料盒或铁盒里，不要装太多，以免互相粘连。

使用方法是，先用镊子夹住邮票，把背面翻过来，再用镊子夹住胶水纸，用水稍微沾湿一端，轻轻贴到距邮票上方稍稍靠近齿孔的地方，然后以同样的方法，再把胶水纸的另一端弄湿，连同邮票一块儿轻轻贴到预定的位置上。贴好后，用镊子将邮票掀起来看一下，万一胶水纸上沾水过多渗出来，使邮

票背胶着水，邮票就有可能粘到邮册上。

胶水纸所需水分极少，不可沾水过多。在胶水纸的水分完全干燥以前，不要动它，否则邮票或邮册的表面很容易被撕破。约 10 分钟左右，胶水纸就能干透。

揭取胶水纸也有一定的方法，不能随意乱撕，要用手轻轻按住邮册，再用镊子夹住邮票和胶水纸，顺着邮册的水平方向轻轻拉。用力过猛容易损坏邮票，胶水纸也会撕裂。从邮票上揭取胶水纸时也用同样的方法。胶水纸上的胶很薄，一般只用一次。

（5）衬纸。是衬托在邮票背后的一种较厚的黑色或其他较深颜色的纸。其目的是为了使邮票更加醒目。

一般衬纸的边要宽出邮票 1—1．5 毫米，这样可以起到较好的衬托效果。

（6）护邮袋。是一种由表面透明纸与深色衬纸两层构成的卡片，起到保护邮票和衬托邮票的作用。

使用时，将邮票放入两层之间，然后根据每枚邮票的大小进行裁剪，一般在邮票四周留出 1—1.5 毫米的空余，护邮袋的一边是表面透明纸与衬纸相连的，其他三边都可以开合。最后衬纸的背面抹上胶水，粘在粘页上。

（7）集邮插册。是保存收藏邮票的邮册的一种。集邮插册由插票页组成，每页都按一定的间隔，嵌上透明玻璃纸条，形成插票槽，邮票可插入槽内。

集邮插册是目前在我国使用较为广泛的一种集邮册。集邮插册只用来暂时保存邮票，而不宜长期收藏邮票。这是因为邮票保存在插册内，易受潮粘在册页上，或使票面受到污损；一旦玻璃纸槽松驰，邮票便有脱落的危险；而且，使用插册无法在册页上书写文字说明，不便于进行专题或主题集邮。

（8）集邮贴册。是保存收藏邮票的邮册的一种。集邮贴册由贴票页组成，一般多为活页形式，以便于贴页的更换和调整。通用的贴页印有浅色的座标线，可以起到帮助定位的作用。

邮票可凭借胶水纸或护邮袋粘贴在贴页上，每页贴多少邮票，间隙大小，如何安排，都可以根据个人爱好和集邮内容的需要来组织，然后在贴页上书写与邮票相关的文字说明。

集邮贴册有利于邮票的保存，并能发挥出个人的喜好和创造力，适于传统集邮、专题集邮和主题集邮等多种方式使用，是较理想的集邮册。

（二）邮票投资的方式

邮票投资的方式，从广泛的意义上来讲，就是集邮方式，也就是收集邮票与集邮品的方法和形式。一般所谓的系列集邮、专题集邮、主题集邮等，都属于邮票投资方式的一种。邮票投资方式的选择，实际上也是邮票投资目标和方向的选择。

1．传统集邮

传统集邮，笼统地指一部分历史悠久的集邮方式，如分国家、地区、按发行时间先后的系列集邮方式等。

传统集邮方式是在集邮活动中出现最早的集邮方式，也是迄今为止仍被世界各国集邮者延续采用的集邮方式。

传统集邮方式的特点是系统性强、完整、连贯、风格统一。但是这种方式收集难度较大，比较刻板，有一定程度的局限性。

2．系列集邮

系列集邮，属于传统集邮方式中的一种。系列集邮是按照各种不同的体系形式组合的收集方法。如按国家、地区体系，专门收集某一国家、某一地区邮票；按票种体系，如收集航空邮票、慈善邮票等等，都是系列集邮方式。

其中，在较大的系列当中，又可以分成较小的系列，如某一国家的慈善邮票专集，也属于系列集邮方式。

3．主题集邮

与传统集邮相比，主题集邮是产生较晚的一种集邮方式。

主题集邮是以邮票特定的发行目的或题材内容作为类别选择的。大体可以分为两类：一类是以发行目的分类的，如红十字主题，国际儿童年主题等等；另一类是以题材内容分类的，如人物、风光、体育、绘画、宇航、动物、植物等。

主题集邮的收集方法是首先选题，然后致力于收集主题范围的邮票和邮品，再通过系统、规律的分类方法，加以编排整理，就形成了一本主题邮集。

4．专题集邮

专题集邮，也是产生较晚的一种集邮方式。这是一种为表现某一中心思想和目的的收集方式。

这种集邮方式的邮票收集，常根据表现专题的需要而进行取舍。因此可以包括各种不同发行目的和题材内容的邮票。这是一种按照集邮者主观意志进行收集的集邮方式。

（三）邮票投资的途径

邮票投资者可以通过邮票市场，以交换、出让、寄售、拍卖等形式进行邮票投资。

所谓邮票市场，是指进行邮票交易活动的具体场所。在一些国家的城市中，有邮商和邮票商店比较集中的区域，集邮者多在此处进行购买，交换、出让等活动。

1．交换

在邮票投资活动中，集邮者互相调剂短缺和所需的邮票、邮品的一种方法就是交换。在交换活动中，双方应本着良好的邮德，在双方自愿的基础上进行。

同时，除考虑到双方个人的实际需要外．还应参考当时市场供求情况，以及面值、邮票品相、目录价格等多种因素。

邮票投资者进行邮票交换时，所参照的价格比率就是交换比价，交换比价只能产生于同一货币基础之上。

2．出让

出让，也是邮票或邮品的流通形式之一，即集邮者不以谋利为目的而作价出卖邮品。

在集邮活动中，集邮者互相调剂短缺邮品的主要形式是进行交换，但有时一方虽持有复品，而另一方却无相应的邮品来交换，在这种情况下，如双方自愿，持有复品的一方就可以把复品作价出让给征求的一方。

此外，某些集邮者在停止集邮活动时，要处理以往所收藏的邮品，也可能会采取出让的方法。

出让是在不以谋利为目的的前提下，本着双方自愿的精神而进行的。因此，邮票投资者如果能抓住机会，在别人出让邮票的情形下，获得自己所需要的邮品，那真可谓是渔翁之利，不亦乐乎！

所谓出让价格，就是集邮者之间在调剂出让邮票时所定的价格。一般是根据出让者和求购者的需要，经过协商而定的。出让价格是非正式交易价格，出让价格的产生是参考当时邮票市场的供求情况、面值价格、出售价格和目录价格而决定的。

面值价格，是邮票票面所标示的价格，也包括加字改值后所标示的价格，即邮票在作为有价证券流通时所表示的价格。

出售价格，是邮票出售时所定价格。邮票作为邮资凭证时，具有有价证券作用；另一方面，邮票作为小型艺术收藏品和文物，又具有一定的商品性。因此，邮票本身的价格具有两重性，即作为邮资凭证流通时的面值价格，又有根据市场供求情况而变化的商品价格。

邮票在作为邮资凭证使用的发售期内，一般按邮票面值价格出售，超过发售期，作为集邮收藏品出售时，则根据供求实际情况按商品价格出售。

邮票的商品价格受供求关系情况变化的影响，而邮票的发行年代、发行数量、存进数量、艺术价值、面值价格等，都是决定市场供求关系变化的因素。

所谓目录价格，即邮票目录所标示的价格，目录价格不是邮票的面值价格，而是根据邮票市场的供求状况而拟定的价格。

一般“世界标准目录”所拟定的价格根据是：邮票国际市场供求情况；各国货币升值、贬值情况；各国货币的对换比值；利润加价。目录价格并不是邮票市场买卖的实际价格，而只是参考价格。

3.寄售

把邮票或邮品委托给经营邮票商业的部门或邮商代为出售，称作寄售。这也是邮票投资的一条重要途径。

4．拍卖

把邮票或其他集邮品作为商品当众出售，由购买者争购的形式，叫作拍卖。

拍卖的价格，是根据市场的供求情况而变化的，拍卖邮票时，是在底价的基础上竟相加价，当没有人再出更高价格时，即以当时可达最高价拍板成交。

拍卖形式多是邮商在处理寄售品，或把集邮藏品作为私人产业的一部分进行处理时，而采取的形式。

●邮票投资策略

邮票市场和其他市场一样，同样具有很大的风险性，想利用邮票投资发财的人可谓不计其数。然而，并不是人人都能如愿以偿。

商场好比战场，虽无滚滚硝烟，却也惊险异常。而且邮票市场上存在着很多大户，大户吃小户的现象可谓非常普遍。如果你作为一个小户，刚刚涉入邮票市场或正在邮市中捣腾，并藉以希望从中获取高额利润，那么观察市场动向，并掌握邮票投资的策略和技巧，是至关重要的。

（一）与邮局保持经常联络，掌握发行信息

中国邮票统一由邮电部发行，邮电部经常会对外公布一些关于邮票发行及其价目的各种信息，只要经常与邮局保持联系，密切关注其动向，就能获得有关邮票交易的最可靠的信息来源。

一旦掌握了发行信息，对新邮票有了总体把握，炒作起来便会得心应手，令邮票投资者们趋之若鹜的“猴”票，就发行量极少，到目前为止，其单价已突破 300 元大关，在台湾甚至竟高达 7 万台币。由此可见，掌握信息是何等重要。

反之，如果掌握不了最新发行信息，而买了一堆无人问津的邮品，只会饱尝恶果。

前几年，邮市一度出现供不应求的局面。集邮界某些权威人士曾提出“集者有其邮”的设想，试图通过扩大邮票发行量的办法来缓冲集邮难的困境。中国邮票总公司于 1985 年 5 月接受了建议，并在 5 月 24 日发行了熊猫小型张，其发行量高达 12266．83 万枚，超过同年 4 月发行的梅花小型张（291．48 万枚）的 4．1 倍。这种做法打破了邮市运行规律，致使其价格直线下降，曾一度跌至面值。

因此，凡是想投资邮票的人，都应与邮局经常联络。如果看到某种邮票在邮局长期无人问津，就千万不要沾手，如果某种邮票在邮局售完，则表明该种邮票已渐稀少，市价可能立即上涨。

（二）不断了解市场动态，丰富炒作经验

了解市场动态，对于丰富自己的投资、炒作经验也是相当有利的。途径有很多，可以经常性地去邮市走走，了解了解行情，看看他人如何交易，或是与内行人多聊，多听别人的看法。同时，还应多看登载集邮信息的报刊、杂志。这类杂志内容包括新邮信息、邮票专著、邮商广告，拍卖品清单、集邮知识以及邮票行情动态等内容。这些报刊杂志，对于您的邮票投资都很有参考性价值。

另外，邮票目录也是您投资邮票的好指南。这在中国邮局都有出售，目录中报导有邮票发行量、面值以及市场交易参考价。此外，几本世界性邮票目录，如斯科特、香槟等，都逐年发行巨册目录，标示邮票行情。

不过，许多邮票在成交时往往打个折扣，或是高于目录价，因此，目录上的价格与市场上的实际售价可能有些出入，炒作邮票时，应该注意这一点。

（三）准确选择买进邮票时机

邮票买进时机相对来说不如卖出时机重要。但是，如果把握得好，是确保交易活动稳赚不赔的基础。

要把握好买进时机，主要有以下几点决窍：

（1）邮票价格跌到低点徘徊时，您可以将邮票买进，因为这时的邮票价格已跌到极限，再也很难往下跌了。

（2）邮票价格涨势开始发动时，即价格即将上涨的前夕，或是刚开始上涨，应该及时购进。

（3）适逢节假日时期，例如年关、元旦之际，这时有的人急需要钱过节，则常常可以在邮票市场上以较低的价格，购进自己需要的，较好的邮票。

（4）邮价突然暴跌，当跌到下降的幅度与升幅相当之际，则是购进邮票的好机会。因为这时的价格与其高峰相去甚远，有很大的反弹余地。

（四）准确把握邮票卖出时机

邮票卖出时机最为关键，把握好了，直接影响到交易活动的盈亏。因而，邮票市场上流行一句行话；好买不如好卖，善买不如善卖。

要抓住卖出时机，一般应注意以下几条：

（1）价格虽上涨了，但与最低时的价格比较，差距很小，这时不宜立即出手，而需要再耐心等待，让邮价继续往上走。当您发现邮票价格上涨速度很慢时，便是卖出的好时机。

（2）当邮票行情涨到顶峰，将回落时或刚回落时，是出售的最佳时机。邮价回落，是因为涨价太高，超出了市场的支撑力。没有回落预示，难以判断是否邮价高峰。

（3）时刻注意大户的动向。当邮票大户在市场上抛出货物时，价格有可能降下来。这时您得分析是否被大户们操纵。如果您此时也想出手，那么在价格垮下之前跟上大户的步伐，一定会沾光。

（4）在邮价高涨后停滞不前时，应当售出。这一时期往往是邮价的最后挣扎期，风险很大，及早抽身退出是明智的选择。

（5）邮票市场人员流动大减，资金抽走散失，大款也已转向，并且价格跌落已是明显趋势时，一定要想方设法及早抛售手中的邮票，因为邮市瞬间难以回升。

（五）利用地区差价，采用游击战术

假如你资金比较雄厚，炒作数量成千上万，最好的赢利方法就是利用地区差价。

邮票是无国界的，它的流通不受地域限制，再加上各地差价较大，携带又方便，因此，进行跨地区交易是很有利的。

比如，东北哈尔滨与南方省市，特别是广州、海口、上海等地，邮票及邮品的差价较大，一些炒邮者就利用这一特点，来进行长途交易。他们在广州、上海等地都有固定的关系网，通过长途电话及时沟通信息，了解行情。在哈尔滨市低价收购后，便乘火车、坐飞机南下高价抛出，一次成交大都在万元以上，获利颇为可观。

近年来，又有大量海外邮票涌入中国，炒邮者便又从事起国际交易，只要目光敏锐，头脑灵活，着实能发一笔洋财。

（六）巧用讲价技巧

邮票交易如同其他交易一样，赚与亏都在于价格的变化上。因此，如何讲价钱，便成为邮票交易的一个核心。

1．叫价技巧

叫价就是向卖方示意开个价的意思。有时是先看货，确定此票不错，再问价。有时是一边看货一边问价。

有经验的卖主是根据买主的态度和情况来开价的。有的是漫开要价，有的是开实价。如果您是生人入市，也许卖主会叫出高出许多的价格。但无论怎样，对方开价之后，您都可以根据情况适当的还价。

2.还价技巧

还价也是很讲究技巧的。会还价的人，使卖主听了很畅快，因而愿意继续谈判。不会还价的，容易导致双方都不愉快。

还价一般是看过货后，根据自己掌握的情况，或是别人委托的价钱来还价。还价有时是卖主蒙买主，有时是买主蒙卖主。但经过一两轮还价后，便可大致确定价格了。

3.讨价技巧

讨价是在双方开价和还价以后，两者进行讨论的价格，也叫谈判价。此种情况下，买方总是想狠狠地压低价格，而卖主则想拼命抬高价格。

在正常情况下，双方都会作出些让步而达成协议。但在市场形势不同的情况下，双方采取的策略便不同。如果行情看涨，则对卖方有利，卖方则可以趁机抬价；如果行情看跌，则对买方有利，买方则可以狠狠压价，此时卖方因急于出手，往往无可奈何。

总之，讨价需要人们具备敏捷的反应力，正确的判断力以及见机行事的应变力等等基本素质。

4．抬价技巧

在一般情况下，买主都不会很快作出购买决定，一般是在观看、交谈之后，逛一圈再买。

当买主回头再谈时，便是卖主抬价的时机到了。因为买主认为这个价格有成交的可能，或者在他预定的购买价格范围之内，才会回头再来。因此，此时如果卖主毫不退步地与买主讲价，买主即便有些不满，也往往只好就范。

因此，邮市有句行语：好马不吃回头草。因为一旦再回头。价格便很难往下压了。因而集邮者都较忌讳这一点，除非是实在万不得已。

●邮票的鉴别和保护

进行邮票投资时，对于邮票的鉴别也相当重要。否则，在邮票市场上很容易一不小心买到瑕疵票或假票而上当受骗。

因此，邮票投资高手对于邮票的品相都是相当重视的。所谓品相，是指邮票的外观，包括邮票正面、背面的各部分情况，也包括邮票背胶和齿孔的情况。其中，除了邮票的纸张、印刷效果外，有无破损、揭薄、污痕、斑点、折痕、齿孔短缺等，都关系到邮票的品相。

邮票投资者们都追求品相极佳的邮品，所谓品相极佳，即指邮票本身既无印刷、打孔、刷胶等工艺过程中所造成的缺陷；也没有在发行、出售和收藏过程中人为的任何损害，无论票面、系背、背胶、齿孔诸方面都没有任何瑕疵。

对于邮票的鉴别，也需要一定的知识和方法，其中，对于邮票的鉴别，主要是指对于瑕疵票和假票的鉴别。

（一）瑕疵票

瑕疵票，是指有瑕疵的邮票。邮票在票面、票背、齿孔和背胶四个方面，发生不同程度的伤残或损坏，如票面污损、折痕、缺齿、断齿、折胶、揭薄等，都属于有瑕疵的邮票。

1．破损

邮票一般都是用纸印制的，处理稍不得当，特别是从邮件上揭取邮票时，很容易使邮票受伤。

一旦邮票破损了，即使缺口再小，也属于瑕疵票。一般有破损的邮票都属于品相不好，应予以淘汰，不被收入邮集。当然，对于珍罕邮票另当别论。

2．齿孔伤残

缺几个齿孔，或某个齿孔破碎以及棱角变圆的邮票，都是瑕疵票。

其中，齿孔伤残包括以下几个方面：

（1）缺齿。是指光齿或毛齿邮票的一侧上的一个或几个齿，因人为的损坏，如撕开时不慎或保存不慎所致，造成短缺，使两个或两个以上的齿扎之间缺少了齿的间隔的现象。

（2）断齿。是指光齿邮票某一侧上的一个或几个齿，因人为的损坏，造成齿的一部分缺少的现象。

断齿在伤残程度上比缺齿较轻，但也是属于瑕疵票。

（3）秃齿。是指光齿邮票的一侧或一侧以上的齿因人为的损坏，造成原来的齿孔变小，齿变秃钝的现象。秃齿邮票是齿孔的轻度伤残。

（4）折齿。是指邮票上的齿因保存不慎而发生折损的现象。

折齿邮票的齿并没有缺少，只是邮票纸张上的折纹。折齿现象多易发生于邮票的角部。折齿邮票是属于品相稍有缺陷的邮票。

3.揭薄

揭薄，是指从邮件上揭取邮票时，因方法不当或背胶没洗净，致使邮票的一部分粘连在信封上，使揭下来的邮票背面部分变薄。

鉴别邮票品相好坏的一条重要原则，就是“表面第一”。因为人们主要是观赏邮票的画面，所以，同样的伤残，位于表面比背后要严重得多。

表面揭薄的邮票，印面残缺，当然不能收入邮集。背面揭薄的，只要从正面看不明显，可以暂时收入邮集，等有了品相好的再将它换下来。检查邮票是否有揭薄现象，只要用镊子夹住邮票的一角，朝亮处照一下就能看到，被揭薄的部分比别处亮。

一般情况下，都是外行人或初集邮者将邮票从信封或明信片上硬揭下来，使邮票背面的一部分纸片残留在信封和明信片上而导致的。有时，未使用过的邮票也会出现这种情况，这是由于有人在撕下旧胶水纸时不注意而造成的。有些风格不太高的集邮者，在撕坏的地方贴上新的胶水纸加以掩饰，因此，在购买或交换邮票时，应多加注意，最好把邮票翻过来仔细看一看，再朝亮处照照。

4.折痕与褶皱

把一张平整的纸折一下再打开，会明显地留下折痕，而且极不容易去掉。如果纸张很脆，折的力量又大，则折过的部位可能发生断裂。邮票的用纸很薄，就是不折，稍微用力不当，也会出现褶皱，因此更要格外小心。带折痕与褶皱的邮票当然也属品相不好之列。

所谓折痕，就是在邮票的票面和票背上所显示的被折叠过的痕迹，对未使用过的新票来说，有折痕存在，就必定会有折胶现象。

所谓褶皱，是指发生在邮票票面和票背上的象衣纹一样的皱纹。邮票用纸很薄，尤其是收集信销邮票时，背胶被漂洗，如果用力不当，就会使票面或票背产生褶皱。轻微的褶皱，有时经再次漂洗，小心展平，可能会使褶皱消失。较严重的褶皱，即使漂洗展平，也会留下损伤的痕迹。

5．不褪色的铅笔记号

邮局常常由于疏忽而忘记在邮票上盖销。在这种情况下，邮递员有权在忘记盖销的邮票上，用不褪色的铅笔划销。

这种邮票没有收藏价值。如果把它侵入水中，这种不褪色的铅笔记号就会溶解，紫色的粗线便会扩散到邮票上，甚至会沾污其他好邮票，因此还是不要将它浸入水中为妙。

若是非常需要这些邮票，可以将它浸入酒精中浸泡 10—20 分钟。经过这样的处理，有时可以除掉紫色的铅笔痕迹，至少可以变得不那么明显。把纯酒精倒入小水缸，稍过一会几再加进一些酒精，重复进行同样的处理，这也是一种好办法。

当然，这种处理会影响邮票的刷色，有可能使邮票受到更严重的损伤。但目前还找不到能够去掉这种铅笔痕迹的最有效办法。

6．票面污痕

票面污痕，是指邮票的票面部分被墨水、油渍、茶水等弄脏而留下的痕迹。或者把受了潮的邮票放进邮集，过不久，邮票上也很容易出现茶褐色斑点。

这些污痕一般都很难去掉，如果使用药物，往往容易把印面连同污痕一块洗掉了。油脂类可以用清洁的挥发油除去。有时将邮票浸过挥发油以后，夹在两张吸水纸中间用熨斗熨也是一种好办法。

至于受潮产生的褐色斑点和由于发霉而形成的灰黑色斑点，至今还很难找到有效的好办法。

邮票上产生的油斑，可以用含有 90%的乙醚、7%的醋酸、3%的丙酮的混合液进行消除。这种溶液挥发性和易燃性很强，使用时必须十分小心，一定要装在带软木塞的瓶里，上面还要用透明胶布封死。如用玻璃瓶塞，即使塞子和瓶口完全吻合，也会迅速挥发。

具体操作方法如下：把邮票放在一个浅平玻璃容器里，再在邮票上加少许这种混合溶液，稍候片刻。如果斑点大，一次难以去掉，就只好把整个过程再重复一次。这种溶液挥发得很快，操作时最好打开窗户。这种药液有时会溶解印刷邮票的油墨，因此不是对任何邮票都适用。

7．褪色

邮票是否褪色，也是衡量邮票品相好坏的一个因素。品相良好的邮票，其刷色应该是发行时的刷色，鲜艳而无斑点。

任何人都希望自己的邮票印色经久不变，完好如初。然而，事实上印色却常常是随着岁月的流逝而逐渐发生变化的。

褪色的原因很多，紫外线的照射就很容易导致邮票褪色。因此国际邮展都尽量使用避光的展厅，不得已时就拉上大窗帘遮住阳光。另外，邮票受潮也会使邮票部分印色发生变化，所以邮集一定要存放在通风处。

（二）假票

目前有些邮商为贪图暴利，经常会在邮市上抛出一些假票，使缺乏经验的邮票投资者上当受骗。

鉴别邮票真伪，首先要查对比较权威的邮票图鉴。凡是图鉴上没有载入的，或是与图鉴上标明的某些内容不符的，必须慎重对待。但一些水平较高的仿制品，用图鉴就不好区分了，最好是向有经验的邮票专家请教，平时多积累有关邮票的知识，并多多留神，小心上当。

假票大致包括以下几类：

1．完全假票

这是一种彻底的伪制品，从印刷、用纸、盖销、背胶、齿孔到加盖，全部都是假的。

这种假票危害性最小，因为伪造者无意去模仿真邮票的所有细微的特征。即使是初涉邮市的人，也可以在较短的时间内学会识别假邮票，其中的秘诀就在于细心观察。

2．无齿孔假票

无齿孔票一般很少见，而且较珍贵。而无齿孔票在若干年后有可能加齿孔后再发行，伪造者往往趁此机会，将廉价邮票的齿孔剪掉，冒充无齿孔邮票。

因此，投资邮票者必须非常熟悉邮票印张上图案之间的间隔是多少。知道了间隔的大小，就可以知道邮票应有多宽的边，从而排除剪齿孔的可能性。

鉴别此类邮票的真假，最好是用高倍数放大镜观察其邮票边缘，在大多数情况下，就看到假票四周孔的痕迹。因为伪造者为尽量留出比较宽的票边，就不得不最大限度地减少剪掉的部分。

您在投资邮票时，对单线齿孔要特别注意。邮票的印张在打齿孔工序中移动的位置有时会稍稍超过需要，结果邮票的横向比普通的邮票宽，而纵向稍长，甚至整幅邮票变大。这种邮票很受那些伪造邮票者的欢迎。因此，购买无齿票，最好以带纸边的、拐角票、连票为上策。

3．假齿孔票

有些带齿孔的邮票会比无齿票更珍贵。在这种情况下，伪造邮票的人就会试图给无齿票加上齿孔。但是，这很容易鉴别出来，复制的齿孔针与真正的齿孔针直径和间隔不可能完全一致，假齿孔的孔间隔往往是不规则的，齿孔的排列也不在一条直线上。

4．假加盖票

假的加盖票极其危险，因为邮票本身是真的，如果加盖很简单，是用活版以普通的活字加盖的，那么，只要假票不是非常粗糙，一般很难看出来。

此时，如果您又急需购买这张珍贵的加盖票，又无从判断其真伪时，最好的方法就是请有关专家加以鉴定。

5．假背胶票

假背胶极常见，也是一种危险的邮票。很多珍贵的古老邮票由于年代久远，而往往背胶已部分或全部脱落。为提高其价值，伪造者们常常在这些邮票背面重新徐上一层配比正确的、带颜色的背胶。因此，您在购买古老邮票时，应注意看看其背胶是否自然，邮票背面是否有护邮纸的痕迹。

6．修补过的邮票

许多人靠修补邮票为生，其修补技术可谓高超无比。他们能把缺口、缺齿、断齿、揭簿等瑕疵修复得几乎不留任何痕迹。这就给邮票投资者们带来了更大的障碍。

但是，无论修补者技巧再高，修补过的邮票再怎么天衣无缝，总是难以与原票媲美的。只要您仔细观察，总是能够发现一些蛛丝马迹。最好的办法是将邮票用挥发油处理一遍，一般能看出修补的痕迹。

获得了自己所喜爱的珍贵邮票，对其进行有效地保护也是相当重要的。如果因为自己的保护不慎，而导致这些邮票有所损伤，那真是后悔莫及。

因此，掌握好保护邮票的一套方法，对于邮票投资者来说，是大有必要的。邮票的保护主要包括以下两方面：

1．邮票的揭取

剪票一般都带有衬纸，要把邮票从衬纸上揭取下来，最常见的办法是水揭法。

具体操作方法如下：

先预备一个盛水的容器，刷洗干净的脸盆或冲洗照片用的扁平盘都行，以及一把镊子，将容器注满清水。

为使邮票背胶溶解得快些，也可用温水。剪票一次不要泡入过多，以 30 枚左右为宜，否则水中溶解的背胶太多，会使全部邮票变滑，不易洗净。

浸泡时间一般为 10—30 分钟，等邮票从衬纸上自然脱落，背胶完全溶化才行，这样可以防止邮票干后打卷，可以多换几次水，直到水不再混浊为止。

洗背胶时，可以用镊子轻轻夹住邮票的一角，用食指慢慢地在水里搓洗。操作时要格外小心，稍一用力过猛，就易使邮票受到损伤。

背胶洗净后，用手指轻轻地把邮票拨到盆边沿上，滴掉邮票上的水份，再轻轻用镊子把邮票图案朝上地放到吸水纸上。

要想获得品相好的信销票，最好的办法是只使带背胶的一面与水接触，而不将邮票全部侵入水中，尤其是影写版邮票，更不能完全浸入水中，时间一长，其印面就会失去光泽。

另外，有些不是用黑油墨的邮戳着水后可能会褪色，碰到这种情况，就应单独挑出来进行处理，以免污染其他邮票。

2．邮票的干燥

把洗净背胶的邮票平铺在吸水纸上阴干是最好的办法，如果不用吸水纸，一般的吸水性能较好的干净纸也可以。

但千万不能用书报杂志纸垫在邮票下面，以防上面的油墨污染邮票。

为防止邮票起褶皱，要避免阳光直射在邮票上。在邮票还没有完全干透前，应该用书或本子将它夹起来压平，等邮票完全干透，再收入邮册。如没完全干透就插进邮册，邮票容易出现斑点或变色。第六章

古董投资

古董，即古代遗存之珍品，前人因视它们的主要价值乃在于玩味欣赏，因此也称之为古玩。

古董之所以珍贵，主要在于其自身的价值，其中包括品质的精妙，做工的优良，后世无法仿造等特点。古董在作为可欣赏、玩味的高雅艺术品的同时，还具备文物价值，是考古学家研究古代历史、人文艺术的重要依据。

然而，在商业买卖场上，古董吸引人之处，不仅仅在于它们的欣赏与研究价值，而主要在于其稀有性。所谓“物以稀为贵”，因而古董的制作年代越久远，留存于世的数量越稀少，其价值也就越高，这正是人们纷纷购买、投资古董以求保值的原因所在。

以往收藏古董，本是有闲阶级的消遣，要有相当的经济实力和社会地位的人才有此闲情雅致，寻常老百姓却是难得问津的，然而，近年来，随着我国的经济迅速发展，对外开放的不断扩大，人民生活水平的提高，古董市场日益活跃起来。买者，或为收藏，或为保值，其最终的目的都是为卖而买，即古董投资，正是由于这一支声势浩大的投资队伍，掀起了一股又一股的古董收藏热潮。

●古董投资的策略和途径

随着古董投资热潮的掀起，古董市场上更是热闹非凡。人们挖空心思想发财，应运而生的自然是古董市场上琳琅满目、鱼目混珠、真假难辨的各式古董。

这就给古董投资者带来了很多的困难和障碍。要知道人们一旦上当受骗，买到假货，就造成了一笔经济损失，而投资越大，损失则越大。于是，古董投资者们都小心翼翼，如履薄冰，以防上当。

在古董投资过程中，具备这种心理准备是非常重要的。然而，最根本的武器还是人们应具备一定的鉴赏水平和技能。

古董也是属于艺术品之列，而艺术品投资的一个最大特点就是，投资者不仅得有钱，而且需要有头脑、有文化，拥有对艺术品的鉴赏能力。只有做到这一点，艺术品投资才有可能顺利开展。否则，连艺术品的真伪都难辨，艺术品价值高下也不太懂的人，又谈何从中获取高额利润呢？

因此，在涉足古董市场之前，您最好先了解和掌握一定的鉴赏古董的知识和技能。任何一件古董都是在一定的历史条件下产生的，如果超时间、超空间地再造一件与其完全相同的物品，是根本不可能的，只能是模仿复制。因而，只要掌握了一定的鉴赏能力，任何一件伪品和复制品都是有可能鉴别的。

关于如何进行古董的真伪鉴别，应具体情况具体分析，不便泛泛而谈。

学习并掌握古董的鉴定知识，大致有以下途径：

（1）多跑跑书店、图书馆，阅读有关方面的文献资料的记载。这样对于您掌握和了解各个时期、各类古董的造型、色彩、质地、做工筹备方面的特征能有所帮助。

（2）多逛逛博物馆，古董市场。尤其应多看博物馆里陈列的考古发掘出来的古董。如果说文献资料是认识古董的文字资料的话，考古发掘出来的文物则是认识古董的实物资料，有助于加深您的感性认识。

（3）应多向有经验的人请教，这对提高自己的鉴别能力有很大的帮助。如果有可能的话，尤其应多向前辈文物鉴定家请教，他们经过多年的研究、实践，总结出了一套完整的鉴别经验。这些鉴别经验，对于古董鉴定，有着重要的指导作用。

（4）勤学牢记是提高自己鉴别技能的重要因素。否则，即使有丰富的资料，高明的前辈、老师指点也无济于事。

掌握了对古董的鉴定知识之后，您就有如法宝在身，可以在古董市场上大显身手。如果您进而懂得了古董投资的诀窍和原则，就如虎添翼了。

古董投资的小诀窍，需要您在投资过程中通过自己的实践经验，慢慢总结出来。例如，有空暇的时候，您可以多去古董市场转一转，多听、多看、多问、多比较。这样既有助于您了解到市场行情，还可以帮助您积累丰富的经验；有些精明的投资者，花更多的时间去逛一些不起眼的小收藏品商店，或是有更多的时间、精力者，则专程访察穷乡僻壤，在那儿很可能发现到令人难以置信的稀世珍宝，他们以低价收购这些古董，然后加以宣传，遇到识货者，则可以极高的价格卖出去，从中大发一笔；同时，买古董切忌一见钟情、头脑发热，这样往往容易买到伪品。因为由于你太喜爱这件古董，往往就忽略了对其真伪的考察，而且容易导致您花高价钱买下名不副实的古董，因为您一旦喜形于色，对方就能断定您对它爱不释手，而往往把价格抬得很高：再就是买古董也不能抱着贪小便宜的心理，希望能够花小钱买到好东西。当然，这种情况也不是没有，但往往您就买回了一大堆不值钱的破铜烂铁，岂不是得不偿失？诸如此类的投资小窍门，还需要您在实践过程中总结、归纳。

有关古董投资专家建议，投资古董最好掌握以下几项原则：

（1）以兴趣、爱好为前提。

（2）以不买赝品为原则。

（3）以近现代精品为主要投资对象。

（4）多看，多听，少买。

（5）要有花一定代价购买上乘古董的心理准备。

（6）购买古董的资金最好不是来自借贷。

（7）初涉古董市场者，应先从小件的真品着手。

●古瓷投资

在 1990 年 10 月香港太古佳士得的拍卖会上，一只明初宣德青花凤凰瓶，以 330 万港币卖出；明初宣德青花石榴瓶，以 220 万港币卖出；明初永乐青花花卉纹碟，以 287 万港币被人买走；清朝雍正年间珊瑚红地珐琅彩花卉纹碗，以 155 万港币卖出；清朝雍正年间黑地绿釉花瓶，以 154 万港币卖出……这样的价格是惊人的，而事实上，中国瓷器的国际市场行情只会愈走愈高，从而吸引了众多的投资者。

（一）古瓷的分类

瓷器借鉴了陶器的诸般特征，可以说是由陶器演化而来的。人类在原始社会便能制陶，直至汉时发明了釉料，人们将陶器表面怖以釉，从此中国便有了瓷器，但汉朝的瓷并非真正意义上的瓷，只是涂有釉的陶器罢了，及至唐朝，真正高火度的瓷器才研制成功。从此，瓷业发达，著名的瓷器相继问世，名人雅士的争相收藏，更加促使了名瓷的生产。

中国的瓷器大致可以分为以下几类：

1．青花瓷

中国的青花瓷素来在国际市场上倍受收藏者们的青睐。1990 年 3 月，清

乾隆年间的一只青花反口天球瓶，在香港佳士得拍卖会上，以高达 183 万台币的价格成交，而这种价格对于青花瓷的拍卖行情来说，可以说是屡见不鲜，可见青花瓷的魅力有多大！

关于青花瓷的起源与发展，据考古出上报告可上溯至唐朝，当时的青花瓷已具备了典型的青花瓷特色：釉下彩绘钴蓝的运用，高温烧制的瓷胎及透明釉的使用。

青花瓷发展到宋代，则无论在数量上及胎、釉和青花色泽的质量上都远远不如唐朝。

然而，到元代，青花瓷的制作有了飞速的发展。元代青花瓷大量外销，并为适应各地区不同的生活习惯而制作各种不同类型的青花瓷。外销到土耳其、伊朗等中东地区的青花瓷以大器为主，各式圆口、葵口大盘，口径一般在 40—50 公分左右，有的达 50 多公分。另外大碗、大罐、玉壶春瓶、梅瓶、扁壶等也常见于中东地区。

在东南亚、菲律宾、印尼一带，外销的元青花瓷则以水注、水滴、小罐、小碗等小件器较常见，纹饰也以简笔草草的花纹为主，与中东地区繁琐复杂的花纹大不相同。

元代青花瓷最具有特色的纹饰应推元末时期盛行的元代戏曲故事人物题材，无论是用笔、构图皆自然流畅，画面讲究情节性、戏剧性。另外还有文人鸟意式的花、草、松、竹、梅以及鸟、兽、虫、鱼等题材，均形象生动，情趣高雅。其中也不乏富于变化、层次丰富的装饰图案。

这一类纹饰华美繁复的元青花瓷在市场中价格高昂。以八角形的玉壶春瓶为例，1990 年 3 月佳士得在香港拍卖的成交价为 110 万港币；稍后，5 月份索思比类似的八角玉壶春瓶卖价也达 132 万港币。总之，元代青花瓷以其特殊的绘画风格及题材，代表了元代工艺艺术的最高成就，在整个中国瓷器史中占有重要的地位。

明代永乐和宣德年间是青花瓷的黄金时代，自永、宜以后，青花瓷的制作便成为瓷器的主流。

永、宜的青花瓷较元代在器形上有所革新，如大型天球瓶、单面扁壶、抱月瓶、花浇、尖底莲子碗等都是元代没有的新造型。

永、宣之后，青花瓷的发展又见衰退，直到成化才见复兴。成化时期以斗彩闻名于世，然而，成化青花瓷同样为瓷器珍品，成化青花瓷传世数量不多，量少而质精，因而在市场上身价惊人。

在清代康熙时期的青花瓷器制作中，官窑以发展单色釉为主，青花器则多为小型饰品及日常生活品一类，纹饰规矩、严肃，图案多为龙凤、缠枝莲、云鹤、花卉、山水等题材。而康熙民窑青花瓷却呈现出活泼多样的风貌，不仅器型丰富，而且图案纹饰更具特色，大多采用满构图的设计，大量采用民间故事题材，与官窑瓷器严谨作风大异其趣。

雍正时期官窑青花器制作基本上沿袭康熙时期的风格，但更趋向精致秀雅，并出现了大型陈设器，如盘口弓耳瓶、如意耳瓶、贯耳瓶等。

乾隆时期工艺的共同特色是图案、花纹繁复精细，青花瓷器也不例外。乾隆时期的青花瓷器是清初三代中纹饰最工整、繁复的。乾隆之后，青花瓷的制作日趋没落，再也没有出现如明永、宣、成化及清三代的精品了。

2．斗彩

斗彩是由釉下青花和釉上彩绘结合而成的，从花纹图案看，所有的花纹

都经过青花打轮廓线，再经由釉上彩绘各种颜色填入轮廓线内。

一般人往往容易将斗彩和五彩混淆，其实要分别两者并不难，从花纹图案来看：所有的花纹皆经过青花打轮廓线，再经由釉上彩绘各种色料填入轮廓线内便是斗彩。而五彩，青花只当作青色使用，不打轮廓线，也就是色彩的外围没有青花轮廓线。

所有的斗彩器当中，明代成化斗彩器最为人们珍重，在明代就已经有成窑一对酒杯值百金的说法。其中的一个原因就是因为烧造斗彩必须入窑两次，这就增加了烧制成本，而且破损率又高，所以一般只有官窑才会不计成本地制造。从景德镇明代珠山官窑遗址出上的破片中，可以清楚地了解到，当时官窑对瓷器要求很严格，稍有不对，颜色烧失或器形不正，便被一律打掉。

清代斗彩则以雍正、乾隆两代最出色，而且喜欢仿成化，但又独具特色。明代成化斗彩，青花色料在早期是用进口色料，色泽浓深有黑斑；晚期用产于江西饶州府乐平县的平等青，这类青花发色淡雅，透明度佳，很适合制造优雅细致的小瓷器。而雍、乾两代的青料是产于浙江的浙料，青花呈色层次分明，浓淡色调变化丰富。清代乾隆年间更利用粉彩的技巧施于斗彩瓷器上，使颜色更为丰富多采，成为清代斗彩的另一特色。

近年来，拍卖市场上很少见到成化斗彩器，大概收藏者都意识到其价值的可贵，不到非常时期不会轻易抛出。不过，清三代斗彩器的价格也是高居不下，为国际古董收藏家们争相收藏。

3.珐琅彩

珐琅是属于低熔点的玻璃，烧成温度约为 650—800℃，基本上是透明、带有光泽的，加入各种不同的金属氧化物着色后而成色彩各异的彩釉。因珐琅釉熔点低，所以金属氧化物呈色非常稳定、鲜艳，有利于表现细致、层次分明的画面。

珐琅彩瓷的造型以小件物品为主，碗、盘一类最多，也有小型瓶、罐及盒子等。从现今传世器的数量稀少和烧制精美来判断，这些珐琅彩瓷多为陈设欣赏用，而非日常实用器皿。

康熙时期的珐琅彩瓷，多以蕃莲、牡丹、婴罂、四季花等花卉为题材，款识有红款、蓝款、黄款，款文一律是“康熙御制”楷款，其中黄款少且多用于宜兴胎的珐琅彩瓷。

雍正时期的珐琅彩瓷，以写生花卉为主要题材，并增加了兽鸟草虫的描绘，同时还出现了楼阁山水画题材，并且诗画并茂。其款识都很统一规整，都是仿宋体写法。

乾隆时期珐琅彩瓷除承袭雍正时诗、书、画统一的绘画风格外，更具备了富丽堂皇的风貌。款识都很工整，但形式、写法较雍正时期复杂。

珐琅彩瓷自康熙时由西方传人，到雍正、乾隆为鼎盛时期，其后因粉彩兴盛而被取代，兼之乾隆以后的皇室对瓷器的饶造不再重视，虽然光绪时期慈禧太后烧造一批“大雅斋”瓷，为清末彩瓷增添了一分光彩，但终究不如清三代绚烂耀眼。

4．粉彩

中国制瓷发展到清代，各色品种兼具。清代官窑承袭明代单色釉瓷并加以发展，变化出更多样的釉色。彩瓷方面，除有西洋传入的珐琅彩、中国传统的头彩、五彩等外，清代还发展出粉彩，它以其独特魅力和华丽风格，在

中国制瓷史上占有重要的地位。

就传世品而言，康熙时期以五彩为主流，当时珐琅彩仍属研试阶段，粉彩才刚刚萌芽。到雍正时期，珐琅彩深受皇室宫廷喜爱，粉彩也得到蓬勃发展。

清代官窑粉彩器，款识多为青花常款。乾隆时期，粉彩红款器数量颇大，是较为特殊的一类，红款字体大部分都不工整，字形不一，但是形制完整，纹饰华美，多为陈设器的瓶、罐一类。一般情况下，雍正粉彩器的款识为双圈青花六字楷款；乾隆、道光为六字篆款；嘉庆、咸丰、同治、光绪、宣统则为青花六字楷款。

（二）明、清青花瓷的区别

明、清两代都烧制出了不少青花瓷精品，它们都具有一般青花瓷的共同特点，但又各有不同，主要有以下区别：

1．釉

明代青花瓷的釉质丰润，微微泛青色。仔细看，釉里泛有气泡，呈现乳融湿透的感觉，往往色调柔和。

清代的釉质清亮，较白，釉质薄而均匀，光芒毕露，毫无融混的感觉。

2．器足

明代青花瓷的底足处理是以切削为主，比较平，一般只有官窑器才进行打磨，呈圆形。而清代的器足几乎都打磨圆熟。

3．瓶、罐坯体的内部纹路

明代器物的内壁有不定方向的竹片工具刮削的痕迹。清代器物的内壁有随制坯机旋转而留下的细线，而且清晰可见。

4．瓶、罐器物腰部的粘接痕迹

明代对于青花瓷腰部的粘接痕迹，一般不做任何处理，任其存在。而清代则会将其打磨平整。

5．青花纹饰

明代的青花纹饰生动、自然，颜色沉于釉下，产生一种深厚感。清代的青花纹饰则拘谨、呆板，颜色浮于釉中。

6．款识外围圈线

明代的款识外围圈线的特征是，两道圈线相隔距离较远。圈线的起点和终点常常不在同一点上，总是超出起点而出现一小段重复。

清代的内外两道圈线的距离则较近，起点和终点重合得天衣无缝，看不到重复的接头。

7．器口

明代器物的口沿较厚，口沿的下部略见凝釉的隆起现象。而清代的口沿较薄，见不到积釉现象。

8．造型

明代青花瓷的造型普遍给人一种厚重古朴的印象。而清代的青花瓷造型一般给人一种轻巧俊秀的感觉。

（三）古瓷的仿制和作伪

古瓷的仿制大约起于明代正德年间，以后渐渐兴起，尤以清代为盛。然而，清代仿明代，无论怎样，还算是古仿古，特别值得古董投资者们提高警惕的是今天的仿品。

清代有“康仿成化雍仿宣”的说法，而今天是无所不仿。上至宋、元影青瓷，下至民国的各种瓷器都有仿品和作伪现象。投资时应特别注意。

最常见的作伪方法就是假底，即将底有款识的名瓷碎片装于新器上，然后在底足外抹上铁锈，并将铁锈烤干，烫上一层川白腊，则所接之痕不易显露。但这种作伪方法只限于瓶罐类，碗盘等瓷器就无法在底上做文章。其中，以康雍乾三朝及明朝有款识的瓷器作伪的居多。

辨别瓷器的新旧一般看其火光是否太盛，火光盛者为新制。因此，作伪者一般都会除去瓷器的火光。火光即釉面浮光，新瓷明亮异常，年代久远的则温润如玉。最简易的作伪方法就是先用浆花轻轻擦磨，在所磨之处存有细痕，再用牛皮胶砣沾油磨，使它平而润，与旧瓷看上去没有什么差别。

瓷质佳而款文年代较近的，作伪者往往将底釉和款全部磨去，改装烧釉，并换上年代远的款识，如将道、嘉以后的款识改换成康、乾的款识。但这种作伪方法很难，不是擅长音很难做到。

旧石器在不显眼的地方偶有瑕疵，则将裂纹处刷净，将原釉磨去少许，然后上釉吹烧，如果正好是花纹处破裂，则补救起来更容易。

宋以前的瓷器，因收藏失当，或埋藏年久，经常有磨伤或落釉的现象，作伪者常用彩画瞒人，一般人不仔细看，定为所骗。有的作伪者在绘上彩画之后，再敷一层漆，只要此器不遇热水就很难暴露其真相。

名贵瓷器缺损，如炉少耳足，瓶损口裂，就以旧补旧，加上釉药，用火烧成，便与旧器很难区分。如果用吹釉法来弥补，则修补处更是无迹可寻。

瓷器的式样千变万化，如瓶的种类就不可枚举，作伪者经常利用这一特点作伪。如高瓶长颈的，假如颈以上有破损，则将颈以上的部分全磨去，而改为短颈瓶，其口则以吹釉烧之，烧成之后和旧器没什么区别。假如吹釉不便，仍可磨成毛边状，让人以为原本是有盖的。最低劣的作伪方法，是用粘瓷药粘，如瓶罐缺耳，人物像缺手等最为常见，如不用力撮拿，也不易发现。

（四）古瓷的鉴定方法

瓷器的新旧真伪本不难辨识，但世人多受蒙蔽，主要原因就是没有仔细考察。

上面我们谈到了几种最常见的古瓷的仿制和作伪的方法，对其作伪方法有了大致了解，那么分辨其真伪也就迎刃而解了。以下介绍几种鉴别瓷器真伪的方法：

1．看底

作伪者以换旧底为最多。这是因为鉴别者多数都注意款识的真伪，以为款识真的，别的就不用考察了，因此改换旧底是作伪的最妙方案。

其中作伪精细的，从外面很难察看出来，只有在器内加以开碱水冲刷，去除其徐抹的尘埃，那么接口处的痕迹则立即显露出来。加之，新旧器的釉色、式样、火光等，终有所不同，极难掩尽。

2.看釉面

火光极亮的瓷是新瓷，也不能认为凡无火光者就是旧瓷，因为作伪者常

除去新瓷上的火光以模仿旧瓷。

此时，应辨别釉面上的痕迹。因为旧器经过数百上千年的流传，其表面上必会或多或少留下痕迹，显著的地方肉眼就可看见，稍暗的地方，迎光也可看到。用显微镜观察则更一目了然。新器肯定毫无痕迹，即使有，也是人为痕迹必不自然，只要用心细看，还是能区分清楚的。

作伪者还常将年代近的瓷器底釉和款字全部磨去，以充年代久远的沙底名瓷，或改成年久的款识，另装烧釉。因此，鉴别时必须注意底釉颜色是否与别处一致，款字走势是否与该器相符。

3.看按缝

作伪者碰到旧瓷偶有微裂、磨伤或落釉，常将其破损部分上釉吹烧，再绘制花纹，使人不易觉察。因此鉴别对遇剁不自然的花纹，或颜色不一致的花纹，便可断定是伪品。

有足耳或其他易碰落部分的瓷器，鉴别时也应详察其接连处，因为此部分易落，多有补上，再用火烧成。若是用吹釉之法补上，其痕迹则不易发现，只可以釉的新旧，火光的强弱来辨别。

4．看式样

瓷器的式样必须合乎情理，式样不伦不类，则多为损毁后的改作之物。鉴别时对于口边应十分注意，假如是没见过的式样，那么口边颜色与其他部分不一致的多为改作之物。

5．看彩绘

白色瓷器绘有彩画，务必详察其色彩与质地是否为同一光泽。若质地温润而彩画光泽极强，多为真坯假彩的伪制品。因此，对素地彩绘的瓷器应特别注意。

6．听声音

改补之器如能从表面上发觉其伪迹，当然甚妙。否则从声音上也可试出其真假。完整无疵的瓷器声音清脆悠长，改补之器的声音则沙哑暗短。精于此道的行家，只要闭目细听，对其真伪就有了大致的把握。

●古砚投资

砚何时创用，其年代不可考。最古文字，是用刀刻，应该不用砚。以后进为漆画，应该也无砚，到周初，才开始有用石墨磨汁作书的。石墨需要研，而研石墨的，无论是何器物，应该可以称作砚了。

当时所用的砚，大多是用瓦制成的，也被称作瓦砚。瓦砚是以瓦质为砚，但并不是以房屋上的瓦权作砚，而是经过精心特制出来的。其质地坚硬，声音清脆，绝无砂眼、石粒掺在其中，比澄浆金砖还要细腻。在唐以前，人们写字作画全用此砚。

唐宋时期所用的砚，种类最多，除特制的瓦砚外，还有以秦汉砖瓦制砚的，而且，石砚也开始使用。

（一）砚的种类

砚的种类，主要分为瓦砚、石砚两大类。瓦砚则因为其制作不同，又可分为澄泥和古名砖瓦两种。石砚则因为其产地不同，而有端砚、歙砚、乌金

砚、灵岩石砚、开花石砚、沅州石砚、洮石砚、紫金石砚、绿石砚、金星石砚等十余种，以下详细地进行介绍：

1．瓦砚

（1）澄泥砚。也就是澄结细泥烧炼所成的砚。以山西绛县所制者最为著名。江苏的宝山澄泥砚也较有名。

澄泥砚的颜色，以鳝鱼黄者为最佳，绿头青者次之，玫瑰紫色者又次之。其黄上见斑者，称作砂，斑点大的称作豆瓣砂，斑点小的称作绿豆砂，如果有二砂，则尤其好落墨。后人虽有仿制作伪者，但是佳泥难得，火度低微，火高粗糙损笔，且颜色庞杂，浮浅干枯，稍一比较，则真假立辨。

（2）秦汉砖瓦砚。秦汉时的著名建筑，所有砖瓦都是经过澄泥特制的。其成分完全与澄泥砚相同，并掺有些许金属在内，质地很密，体重而声音清越，用它作砚，则质量更佳。在当时即很珍贵，每件都刻有年代、瓦名和制造者的姓名。至唐、宋时期，这些砖瓦由地下挖出，人们见其质地精纯、做工佳妙，便用以制砚。因此，秦汉砖瓦砚，砖瓦的制作在于秦汉，而用它制砚则是从唐宋开始的。

由于此砚在当时烧造大费经营，所有火度极高，又因加有金属，所以质地坚实，声音清脆，后世仿者都是单人独造，很难达到那种火度，用心考核，真假也很容易区分。

2.石砚

石砚的种类很多，无法一一枚举，现选其著名品种简述：

（1）端砚。端砚产于广东高要县的端溪，所以叫“端砚”。端石的质地其美无比，既适于作砚，又可以清玩。而且产量丰富，历采不穷。

端石品质上乘者，有青花、鱼脑冻、蕉叶白、天青、冰绞、火捺斑、马尾纹、胭脂晕、鸲鹆眼等，都是石之精英。其中，尤以子石为上。总之，石性贵润，色泽贵青紫。

由于端石产于穷渊深谷，所以玉肌腻理，入手温润，看上去自有一种生气，鲜洁亮丽。隆冬季节，其他砚中的墨水常常会结冰，而端砚中的墨水则依然如故。

（2）歙砚。歙砚出产于安徽婺源的歙溪，唐开元年间，猎人叶氏逐曾至长城，看到叠石莹洁可爱，因此带回家，制造成砚，其温润超过端砚。

歙石有金星、银星、罗纹、刷丝、眉子等名目。金星石最贵重，石上充满了金黄色的小碎细点，其中又以斑点鲜明如泥金的为最佳。金星若散布如花瓣落满的，稍次。银星石，面上多有粟米大的白点，金银星石都是淡青黑色，有星的地方都不能磨墨，因此制砚时，一般将有星的一面朝外，称作金银星墙壁。罗纹石，纹路象细罗纹，质润如玉。以上这些佳石，到南唐时几乎就已采尽，到宋朝，就没有这些佳石的踪影了。

（3）乌金砚。燕畿之梅山产石如乌金，也有金星，制砚甚佳，所以很是贵重，但佳者甚少，所以不是很为世人所知。

（4）灵岩石砚。江苏苏州灵石嶁村产佳石，最佳的有淡青、鳝鱼黄两种。现在这种石已经取竭。但附近的居民仍有用其他石头制砚来蒙蔽世人的。不过伪品一般粗糙且不发墨，以此可以分辨真伪。

（5）绿石砚。产于甘肃临桃的桃河石，绿色如蓝，温润如玉，发墨不亚于端溪下的岩石，但是由于产于大河的深水处，不容易采得。

（6）金星石砚。广东琼州万州的悬崖出产金星石，可作砚。其色泽如漆，

细润如玉，用水使石潮湿，则金星立即显露出来，干后金星立隐，此石很发墨，久用不退乏，很象端、歙砚，极为珍贵。

（二）古砚的作伪

砚石，以歙砚、端砚为最。其余种类都不是很值钱，因此无人作伪。而歙砚在宋时就已绝迹，因而现在砚石的作伪，主要指端砚。

类似于端石，并常常被用来伪作端砚的石有以下几种：

1．洁石

产于九溪、溪，表面深青、里面深紫并带红色。有极细润的石，但是用来磨墨，则水寒而不松快，愈用愈光，最后顽硬如镜面。

2．沅州石

沅州墨石，颜色深黑，质地粗糙，有的有些小眼、黯然不分明。人们不了解的，还以为是黑端。实际上，与黑端相去甚远。

3．端溪附近的伪石

端溪附近有个黄冈村，居民很多，自宋以来就依石为生。常取端溪附近的石，冒充端石。由于他们世代刻石为业，所以作伪之术超过常人。他们作伪，以石眼居多。即移他石的佳眼，或染制佳眼，嵌到石上，用蜡封住。如果不是挖出来验，即使精于鉴别的人，也常常被骗。除造假眼外，还有通过刻面作伪，或照名砚的式样仿作，或刻名人的诗词，或落名人的款识等等，所谓作伪，无非如此，只要您仔细考察，就不会为其所骗。

（三）古砚的鉴别和收藏

古砚种类虽多，但最贵重者为端、歙砚。歙砚的佳品，目前已很难见到。因此，对于古砚的鉴别和收藏，主要针对端砚。

上乘的端砚有青花、鱼脑冻、蕉叶白、天青、冰纹、火捺、马尾纹、胭脂晕、石眼等。

1．青花

青花微细如尘，隐隐浮出，或如虮虱脚者，为最上乘。粗点成片的，稍次。

2．鱼脑冻

此石有如荡漾着一团生气，如澄潭月漾，故称鱼脑冻。错落疏散的，叫碎冻。洁白疏散的为上品，灰色、褐色的为下品。

3．蕉叶白

蕉叶白，浑成一片，嫩净如柔软的肌肤，如凝脂，温润而光泽，沉而密，一眼看去，深深然，隐隐然，如见其里。

蕉叶白，象蕉叶初展，含露欲滴的是上品，素而洁的稍次。黄而焦、蓝而灰的为下品。

4．天青

莹洁无疵，色泽较青的端石叫天青。天青如秋雨乍晴、蔚蓝无际的为上品；色泽阴暗晦涩的为下品。

5．冰纹

冰纹石，白晕纵横，有痕无迹，细如蛛网，轻若藕丝，即使大西洞也不

多见。

6．火捺

又叫熨斗焦，斜斑处仿佛火烧状。

7．马尾纹

象马尾临风飘扬不定的，是马尾火捺；象五铢钱，四轮有铣，色淡而晕的，是金钱火捺：如火烧漆器，或里黑如铁的，是铁捺。前两种都很珍贵。

8．胭脂晕

鱼脑、蕉白之外，有紫色围在周围，鲜艳如明霞的，称作胭脂晕。这是大西洞的绝品，他处没有。

9．石眼

石眼的品类，分为鹦哥眼、鸲鹆眼、了哥眼、雀眼、鸡翁眼、猫眼、绿豆眼等等，绿赤为上，黄赤为下。

圆晕相重，黄黑相间，黑睛在内，晶莹透亮，谓之活眼；四旁浸渍，不很鲜明，谓之泪眼；形状略具，内外皆白，毫无光彩，谓之死眼。其中，从质地上来说，活眼胜于泪眼，泪眼胜于死眼，死眼胜于无眼。

上乘的石眼，青、绿、黄三色相重，多的从外面到中心，达八九重，形状都是圆形，好象描画而成。从颜色鲜美，重数多且圆正者为上。越大的越稀有。绝大的石眼有如弹丸，小的如麻石豆。也有布列于砚上的，或如北斗，或如五星、心房形状的，价格都很昂贵。生子墨池之外的石眼称作高眼，生于墨池之内的石眼称作低眼，高眼更为世人所爱，因为它不被墨汁浸掩。

●古家具投资

近几十年以来，欧美古旧家具的售价不断上涨。1988 年，一张 1778 年制造的镶紫磁匾写字台，在巴黎古董拍卖会上，以 500 万美元售出。时隔不久，在纽约的一次拍卖会上，一张美国式的早期写字桌竟创下了 1210 万美元的空前记录。

如此火爆的世界行情不能不刺激许多中国的古董投资家们，因为中国的古家具市场行情比欧美的还强。80 年代末，古家具在香港走俏。香港的古董街以前很少有卖古家具的，如今则好好坏坏充斥于市，有的店铺里，古家具多得一直从地上探到屋顶，各式各样，令人眼花缭乱。美国的旧金山甚至还出现了世界上第一家中国古典家具博物馆，收藏既丰富又精致，都是从世界各地搜集起来的珍品。

海外市场对中国古旧家具的需求，促使了全国上下形成古旧家具收藏热。

（一），古家具的木质介绍

目前国内的古家具市场中大多数是明、清家具，这是因为明、清以前的木质家具，年代久远，留传保存不易。而明清之际的家具选材精良，做工考究，从而得以留传，并且成为古家具市场的主要投资对象。

木质的优劣，是决定家具品质好坏的一个根本条件。古家具收藏者最好应对各种木质的特性作一基本的了解，再结合个人的喜好以及对市场的预测，来选择自己的投资对象。

明清时期的家具，多半采用硬性木材，例如紫檀、红木、黄花梨、鸂鶒木等，也有用非硬性木材为材料的，包括楠木、桦木、黄杨等。下面对这些常见的木材作一简要介绍：

1．紫檀

世界上最贵重的木料，可以说就是紫檀了。紫檀是常绿叶乔木，产于热带。高五、六丈，叶为复叶，花呈蝶形。木材质地坚硬、沉重，密度极高，所以入水而沉。色泽黝黑如漆，几乎看不见纹理，经磨制上漆后，呈紫黑色，并含有黑缎似的光芒，具有皇家的雍容高贵气质，华丽而内敛。

全世界出产紫檀的热带，只有南洋群岛。中国云南、两广一带也出产紫檀，但产量甚少。明代皇家用木，最初在本国南部采办，后因木料不足，便每年派人赴南洋各地采取佳木。而采伐的木头，也不是为了现用，而是备用。清代所用的紫檀材料，都是明朝采办的。

紫檀难长，不足数百年难以成材。因此来源枯竭，这是紫檀之所以贵重的主要原因。且欧美国家的人比我们还要欣赏紫檀，以前他们以为紫檀没有大木材，只可以制成小巧器物。拿破伦墓前，有一五寸长的紫檀棺模型，参观者就无不惊羡。后来西洋人来到北京，见到种种大式紫檀器物，才感叹紫檀的精英都聚集于北京，便多方收买运回收藏。目前欧美的紫檀大式器具，基本上都是由北京运过去的。由于运输困难，他们一般也不是运整件家具，而是仅仅购买雕有花纹的柜门、桌面或箱面等，运回去后，再装上框架，作为陈设之用。

2.红木

红木是最常见的一种硬木，产自云南，叶呈长椭圆形，白色的花，花有五瓣。木质很坚硬，色泽红色。

其木质之佳，除紫檀外，当以红木为最。但是其产量甚多，得之很容易。因此不很昂贵。价值和铁力木接近。而且是在紫檀绝种、黄花梨、鸂鶒木日益减少后，才被大量使用。

目前现存的红木器物，以明代的最为昂贵，俗称老红木，因为明代制造家具，一般都选取最精美的红木为材料，有一点瑕疵或质地稍微低劣的木材就弃而不用。

3.黄花梨

黄花梨是亚热带出产的木材，产于海南岛，质地也很坚强。这种木材纹理精美，磨光处理后，泛出金黄色光芒，给人以富丽堂皇的感。清中叶以后，这种木材短缺，身份仅次于紫檀。

4.鸂鶒木

鸂鶒木肌理细密，紫褐色纹路深浅交错，尤其是纵切部面，有一种禽鸟羽翼光彩闪动的光辉。这种木材也很可贵。

5．铁力木

铁力木是硬木中长得最高大的一种，价格相对来说较低廉，材质暗红，髓线细美，适合于大件家具的制作。

6．楠木

楠木，为常绿乔木。产于贵州、四川等地的山上。高的达到十多丈，叶子呈长椭圆形，过冬不凋，花呈淡绿色，果实紫黑色。木材坚密、芳香。颜色红的坚硬，白色的略脆。

在明代，凡是宫殿或重要建筑，栋梁必定是以楠木为材料。但是至于家

具、器物，则楠木不是用得很普遍，因为楠木的外观不如硬木华丽。

7．桦木

桦木，产自辽宁，木质不贵，这是因为桦木经常长疤，俗称桦木包。

桦木锯为横截面后，花纹奇丽，经常被用来制作桌面、柜面或柜门等。但是，很少见专门用桦木作材料制作家具的。

8.黄杨

黄杨，是常绿小灌木，茎高数尺，非常难长高。俗话说：岁长一寸，遇闰则退。

这种木材很坚实，经常用于制成木梳、印板一类。也多有制成桌面、柜面、木柜或用来镶嵌于其他质料之内。

上等黄杨木，色泽如蛋黄，也很美观。

（二）古家具的历史源流

中国人生活起居的方式，在从席地而坐发展到垂足而坐的转变过程中，唐代是关键时期。从商、周到汉、魏，基本上没有太大的变化，人们都是席地而坐，因而所使用的家具也都比较矮。

唐代后期，由于外来文化的影响，诸如五胡介入以及佛教的传入，带来了西方的高坐具，例如胡床、绳床等。

自西晋以来，跪坐的礼节观念就逐渐淡薄，箕踞、趺坐或斜坐，从心所欲；南北朝时，垂足坐卧逐渐流行，导致了居住方式的变革。这种变革，同时也反映在生活上，如日用器皿的造型发生了变化，由矮而圆的器形转变为高而长的形状。家具的装饰方式也有了多样的变化，有螺钿、平脱、金银绘等。在样式方面，则出现了几、案、挟轼、箱、柜、胡床、屏风以及桌、椅等。不过，真正出现目前我们所使用的这种高脚式桌椅的，则是在宋朝。

家具由于高度的增加及面积的扩大，使得设计者们获得了更加广阔的创作领域。唐代时普遍流行的壶门装饰，就成为当时家具的主要特征与时尚。而宋代的家具设计者则开始注意到人体结构问题，这一时期的家具质朴、简洁的形式，为明代家具的成熟打下了基础。

明清时期是家具发展的颠峰时期。这不仅仅由于它承袭了宋代家具的优点，而且由于城市的繁荣与商品经济的发展，不仅使家具的需求量大增，而且还改变了社会时尚，兴起了讲究家具陈设的风气。

明代海运发达，自郑和下南洋后，开展了对外贸易，硬木得以大量输入，这种优质、充裕的来源，为家具的生产提供了良好的物质条件，工匠因而也能制造出更加精美坚实的家具。同时由于园林建筑的兴起，促发了人们对家具陈设的需求，同时也就促进了家具的制作与发展。

明代家具多以硬木制造，根据现存的明式古家具的材料来分析，大部分采用紫檀、红木、黄花梨、鸡翅木、楠木、樟木、胡桃木、桦木、柳木等材料。

明式家具的特点在于，它能够充分展现木材的色泽和纹理，不加上漆的木构架的结构楔接。就其造型来分，可以分为有束腰及无束腰两种。有束腰造型来自于壶门床、壶门案和须弥座的结构造型的演化，而无束腰造型渊源于大梁架建筑结构的体系。

明代家具之所以取得极高的艺术成就，主要是因为它巧妙地运用了工艺

美术的设计原理，注意到了意匠之美、材质之美、结构之美以及比例、线条、尺度的运用之美，因此整个家具的造型洗练、简洁、落落大方；形象浑厚，具有质朴、肃穆的效果；作工考究，线面转折严谨准确，一丝不苟，比例结构和谐，其庄重典雅，质朴无华的特质，实在是别具一格，耐人寻味。

明末清初，西风东渐，中国传统的家具制造不免要受到西方文化的影响。当时，欧洲的商人在中国制造巴洛克式家具，运回欧洲，因此无形中清式家具也受到了巴洛克式家具的影响，由明式家具的简练走向了繁琐的装饰风格，雕花装饰的面积不断扩大。清式家具和明式家具有着截然不同的风格。大体说来，明式家具形式简练，清式家具装饰繁琐；明式家具以造型取胜；清式家具则以雕饰见长。尤其在康熙时期，流行黑漆立彩螺钿家具，后期用云母染色。乾隆时期家具制作盛极一时，运用了多种装饰材料，如镶嵌、珐琅、雕漆、丝绣、玉石等，以提高家具的艺术视觉效果。

（三）古家具的选购和收藏

由于古家具市场上真货、假货琳立，优货、劣货充斥于市，对于一个刚接触中国古家具的人来说，也许一到古家具市场，就会眼花缭乱，是非莫辨。以上我们简要介绍了古家具所使用的木材的特性，下面我们再进一步谈谈选购古家具所应具备的基本常识。

1．古、新家具的区别

古家具一般上的是生漆，角落光滑，雕工别致，有创意，云石温润，有抽象意味，线条优雅，充分干燥不怕裂，高坐、素雅。

新家具上的是油漆，有锯痕，一般是成批生产，雕工不细，新云石或玫瑰石，线条繁复，易裂易变形，低坐，较舒服、华丽。

以一套太师椅（二椅一几）为例，若是古董，它的价格在 1—5 万元之间，若是民艺仿的要 3—5 千元，老的要 7—8 千元，新家具若是红木材质的要 7—8 千元，酸枝材质（未完全长成的紫檀）的则要上万元。

2．材质的鉴别

（1）紫檀。紫檀质地、纹路极其细密、坚硬，其他木料很难冒充，因此鉴别比较容易。

有一种擅香木，与紫檀完全不同，切不可混为一物。檀香是常绿灌木，产于我国的广东、云南等处，叶子是长卵形，端尖无花瓣，萼裂为四片，果实是核果。木质坚重、清香，有黄、白两种，多用为香料或用来制作扇骨、小匣等器物。

另外，紫檀也不能与酸枝木混为一谈。虽然酸技术是未完全长成的紫檀（紫檀一般需 800 年才能成材），但是酸技木与紫檀家具的价格却相差甚远。所以购买紫檀家具时，您一定要仔细区分。

紫檀木家具大件很少，一般宽不过八寸，木材质地坚硬、完好、很少雕刻，一般不作镶嵌。

酸枝木家具大件较多，大多有雕刻，镶嵌玉、牙、螺、景泰兰等。

（2）黄花梨。黄花梨亦不可与花梨木相混淆。黄花梨在前面已经述及。花梨木，是硬木中最低劣的品种，木质极坚硬，色泽偏红，丝纹极粗，不太美观，北京一般居民的家具，多数是采用这种木材，此木价值与黄花梨相去甚远。所以，您在选购家具时，可千万别错把花梨木当作黄花梨。

一般而言，黄花梨木家具，桌、椅、橱较多，以明式家具为主，没有镶嵌和雕镂。

花梨木家具，多雕刻，多镶嵌，大多是近代的家具。

（四）古家具的保养

对于高价购进的古家具，如何在兼顾实用性的同时，又不至于对古家具造成损伤，并进行有效的维护和保养，这的确需要有关方面的学问和知识。

大致说来，古家具的保养主要应注意以下几个方面：

（1）古家具首忌阳光曝晒和湿布抹擦，同时冰凉或过热的东西绝不能直接接触桌面。因此，您在陈设古家具时，一定要注意安排其适当的位置，既不要直接受到阳光的曝晒，又能够通气、通风的位置比较理想。

湿布是古家具的天敌，因为湿布中的水分和灰砂混合后，会形成颗粒状，一经摩擦家具表面，就容易对其造成一定的损害，而人们通常又意识不到其危害性，习惯用湿布擦家具。因此这一点尤其值得人们注意。

那么，古家具上积累了灰尘，该如何清扫呢？您最好用质地细、软的毛刷将灰尘轻轻拂去后，再用棉麻布料的干布缓缓擦拭。若家具沾上了污渍，可以沾取少量水溶性或油性清洁剂擦拭。

（2）木制家具因为材质的原因，过度的阳光照射或潮湿，都会损害其材质，造成木材龟裂的现象，或者是导致木板酥脆易折。因而要保证古家具不遭受过度的阳光照射的条件下，保持其干燥。尤其是在我国的南方一带，气候比较潮湿，这就给古家具收藏者带来了更多的麻烦，但只要您细心地保养，古家具是可以丝毫无损的。

（3）在搬运古家具的时候，一定要注意将其抬离地面，轻抬轻放，绝对不要在地面上左右拖拉，以避免对它造成不必要的伤害，如脱漆，刮伤，磨损等等。

（4）对古家具要经常上腊保养。应注意上腊要在完全清除灰尘之后才进行，否则将会形成蜡斑，或造成磨损，产生刮痕。

蜡的选择也很重要，一般的喷腊、水蜡、亮光蜡都可以，但是切勿使用汽车腊。上腊时，要掌握由浅入深，由点及点的原则，循序渐进，均匀上蜡。

一般来说，平均两周上一次蜡即可，但若真的遭到了刮损、碰撞或磨伤，就得请专家及时修补了。

第七章

珠宝投资

俗话说：黄金有价，珠宝无价。每一粒晶莹剔透的钻石从开始结晶到光芒四射，少则三千年，多则必须经过数十亿年的光阴。平均每粒钻石的形成期是数亿年的漫长岁月。无论钻石、红宝石、蓝宝石还是绿宝石，都是吸取了天地间的精华，是矿物的结晶，任何一粒小小的宝石都不是轻而易得的，由此可见其珍贵性。我国历史上就曾有秦王欲用 15 座城池交换和氏壁的记载，所谓价值连城真是毫不为过。由此，投资珠宝也就成了人们关注的焦点。它既可以使人们怡情悦性，宝石的天然美是震憾人心的，同时，又可以帮助人们积累财富，珠宝投资准确的话，可以带来丰厚的利润，它实在不愧为一种极吸引人的投资方式。

珠宝之所以珍贵的主要原因，还在于其自身所具有的属性：

（1）珠室的色泽极其精美、夺目。人们对珠宝的偏爱，绝大部分原因在于它的光泽艳美，质地晶莹剔透，可作为高贵的装饰品，因此，色泽越精美的珠宝，越受人欢迎，其价值也必然越高。

（2）珠宝的体积小，然而价值高。有利于储存和携带，并且耐久，不易损坏，比黄金具有更大的优越性。人们将珠宝视作财富，与黄金和钱财一样，是富有的象征。

（3）珠宝储藏可以增值。正因为珠宝的稀有价值稳定而且不断升值，储藏珠宝可以说是世界上很流行的一种有利可图的投资方式。

（4）珠宝的价值十分昂贵。珠宝可以说是大自然的杰作，是“物造主”馈赠给世人的贵重礼物，然而这份礼物却很稀有，正因为其稀有性，才显示出其价值。同时，人们对珠宝的需求量又在不断增加，就更加导致了珠宝的身价倍增。

●钻石投资

钻石，其主要成分与石墨相同，皆属于碳元素。然而，钻石却是极为珍贵、美丽而又罕见的宝石。它具有非常高的硬度和高折射度，能削切物质，并且能反射外界透进去的光线，发出耀眼、迷人的光芒。正因为这些特性，钻石自古以来就深受人们喜爱，并被誉为宝石之王。

钻石从何时起被当作珠宝，现在已无从考证。大约在公元前 800 年左右，钻石首次在印度被发现，起初专用为镶嵌印度教寺院的神像眼珠，直至孟加尔王朝，钻石才被当作王权的象征。

17 世纪之前，钻石由于本身质地坚硬，人们无法加工琢磨成合适的形状，其地位尚不及蓝宝石与红宝石。直至琢磨加工技术产生之后，钻石才显示出它独特的光泽，一跃而成为地球上最具有价值的珠宝。

18—19 世纪时，巴西、南非相继发现了钻石大矿脉，由于利用现代的采掘技术而得以大量加工，向全世界供应。更兼产业革命后中产阶级的抬头，钻石便从王公贵族的专有物，而变为受到一般大众所喜爱和收藏的对象。到今天，它更具有了国际通货的特殊地位。

自 1800 年以来，钻石便被认为是值得投资的室石。国际钻石行情，在

1980 年初，曾经因美元大幅度升值而出现价格节节下跌的情形。但近年来，全世界的钻石在戴比尔公司的经销控制下已建立了统一的行情价，而且价格年年上升，全球四个重要的钻石交易中心——纽约、安特卫普、特拉维夫和孟买的市场也热闹起来，使钻石成为稳定的投资对象。

钻石价格虽然呈稳定上涨趋势，但一般被看作是一种风险性较大的投资。原因在于钻石因重量、成色、净度、切割技术的不同，在价格上有很大差异。而这些品质的鉴定，又只有专业人员才能胜任。因此，投资者一不小心就有可能花高价钱买到劣等品甚至假货。

因此，投资者要想投资钻石，首先应掌握投资钻石的四大原则，即 4C 原则：成色（Color）、净度（Clarity）、切割（Cut）、重量（Carat）。

（一）成色

钻石以无色透明者最有价值，由于无色洁净，给人以清新的感觉。在分别钻石的颜色级别时，常用白色来比较和形容。如蓝白色、银白色、普通白色等。

但是，天然生产的钻石中，无色透明的钻石很少，多半以带有黄色、褐色的居多，这是因为钻石内部含有微量的铁成分及碳素粒子。通常能作为宝石用的钻石约只占全部开采量的 10%，其余都用作工业用途。

钻石按不同的色调而分成各种等级。我国按数字分级，以最佳白色为 100 色，以下按颜色等级的不同分为 99、98、97……至 85 色便可看出明显的黄色，75 色以下则多半不可作首饰钻石了。在美国的分级标准中，由无色到黄色可分为 0、1、2、3……共 11 级。

钻石中最常见的颜色为白色、淡黄色、褐色，有时也有其他颜色，如蓝色、粉红色、绿色、紫色等，这些颜色由于较稀有罕见，是钻石中的珍品。其中，有一种无色而透着蓝色光的“蓝白钻”，价格高于无色钻石，尤其是纯蓝的蓝钻，其价格更加昂贵。目前陈列于华盛顿史密斯博物馆的“希望之钻”，即为蓝钻的代表。

近年来，由于科技的进步，出现了使用放射线进行人工着色的情况，其颜色可以完全渗透到钻石内部，与天然钻石难以区别，购买时一定要多加注意。

（二）净度

钻石中质量最上乘者称净，或称为无瑕、完美。但是，由于钻石的结晶体较易产生裂痕，且其本身为碳素结晶体，大半含有黑色的碳素粒子，因此在多数钻石中，都存在程度不同的瑕疵。外部包括擦痕、蹦碴、刻痕之类，内部包括裂痕、白花、黑点等等。

投资者在挑选、评价钻石时，应注意遵循以下原则：

（1）看其瑕疵的多少，瑕疵多的不好，瑕疵少的好。

（2）看其颜色。黑点颜色比白花明显，黑点的就不好。

（3）看其瑕疵的位置。瑕疵在边缘，固然也不完美，但相对来说，比在中间好得多。因为瑕疵在中间，由于钻石的折射和反射，有时一个黑点看上去会变为 8 个甚至更多。一丝白花看上去会变为一片。

表 7-1　钻石品质分级表

简写	F(FL)	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
中文简释	全无瑕疵	内部无瑕疵	非常非常小的一级瑕疵	非常非常小的二级瑕疵	非常小的一级瑕疵	非常小的二级瑕疵	一级小瑕疵	二级瑕疵	一级瑕弟	二级瑕疵	三级瑕疵
									重瑕疵级		
定义(须以十倍放大镜观察)	内、外部均无瑕疵	内部无瑕疵、外部有极微小瑕疵	极其微小瑕疵，难以察看出来		微小瑕疵，难以察看出来		可察觉到明显的瑕疵，但用眼无法看出	用肉眼可从底部看出瑕疵	明显瑕疵，用肉眼看见	瑕疵大而多，肉眼可见，瑕疵已影响光泽	严重瑕疵已消灭钻石之透明度及亮光程度，与工业用钻石渐接近

（三）切割

钻石的设计叫切割。切割是使原始矿石转变为光彩精品的一种艺术加工，因此，切割加工法的高明与否，直接影响到钻石的价格。目前，全球以荷兰、比利时的切割工艺最佳。

切割的优劣，主要取决于角度和比例的正确与否、边部的厚薄、样式的新旧、底尖的情况，各个小面的均匀与对称、顶面的比例以及切割后的瑕疵情况。

传统的切割工艺为多面切割法，共有 58 个切割面，可以说是最能表现钻石的美丽、绚烂光泽的一种切法。近年则盛行新式切割法，就是把冠面切割得比原来的更宽，而尖底几乎磨成尖锐的形状，这种切割方法比传统的切割法更易表现钻石的魅力，但原石要切掉很多，较浪费，所以价格通常要贵两成。

通常情况下，将新式多面切割法的钻石列为 A 级，而旧式的多面切割法则列为 B 级，此外再根据磨光与对称的优劣，分为 C、D、E 级，将以上三种标准结合起来加以评价，最佳者为 AAA 级，次之为 ABA 级，以此类推。

（四）重量

钻石是以重量计价的，而钻石的计量单位是克拉（l 克拉=0.25 公克）。由于钻石的四个标准各不相同，故而克拉价也就不一样，如果在其他条件即成色、净度、切割方面都相同的情况下，仅就重量而言，则重量越大，价值越高。不仅如此，而且重量越大，克拉价也越高。也就是说，A 钻比 B 钻重 1 倍的话，其价格相差就远远不止 1 倍了。

钻石投资者除了注意以上四项原则之外，最好还应注意另外两项原则，即鉴定证书（Certificate）和商号信用（Credit）。

购买附有具备公信力机构发出鉴定书的钻石，较有保障。由于钻石鉴定书上一般有优劣级之分，有时也称作级位鉴定书。它并非分辨真品、赝品的鉴别书，而是可以一目了然、立即判断其价格高低的鉴定表。只要有真确的

鉴定书，即使未来见钻石本身，也能立刻了解到该钻石的品质，并根据其级位估计出适当的价格。但是，要特别防范鉴定书伪造，从而上当。一般而言，在信誉度较高、售后服务较好的珠宝店购买钻石，较为安全、保险。

●玉石投资

玉石，向来是东方人所钟爱的珠宝之一。玉的性质，温润而泽，可以和人之气血，养人之心性。人们甚至相信，玉可以使尸不朽，佩戴玉器可以避邪、消灾、祈福。因此玉在珠宝市场上有着相当的地位和行情。

（一）中国玉石分类及其特点

由于地质情况不同，中国的玉石大致可以分为三大系统：

1.东方玉

最早进入中国人生活圈的是出产于中国中原及沿海地区的玉石，那是一种与变质大理岩共生的透闪石矿物。

从成份上看，这种玉一般含有 85%左右的蛇纹石及其他类的变质大理岩，15%左右的透闪石，以及其他微量的铁、锰、钴、铬等着色氧化物。这种玉石主要出产于辽宁岫岩县、北京昌平县、吉林集安县、河南南阳县、陕西兰田县、广东信宜县，以及祈连山脉和江南的太湖流域一带。

东方玉大致具有以下特点：

（1）半透明到不透明。

（2）在磨光后有腊状光泽。

（3）玉料以杂色为主，混色的情况很普遍。

（4）色彩有白、淡绿、苹果绿、暗绿、黑、深棕色、黄褐色、淡黄色等，偶而也有紫色和蓝色，但很少见。

（5）硬度介于 4．8—5．5 度之间。

2．西方玉

西方玉是透闪石和阳起石的混合矿物，它们主要产于中国西部，因此被称作西方玉，也可称为角闪石。

由于透闪石和阳起石混合的比例并不一致，因此这类玉石的外观形象也不固定。但是大致具有以下特点：

（1）玉质半透明。

（2）磨光后有脂状光泽。

（3）大多为单色玉，少数有杂色。

（4）色彩有白、青、黄绿、青绿、青白、黄色、深绿、黑色、黑绿杂色等。

（5）硬度介于 5．5—6．5 度之间。

（6）主要出产于新疆南部和贝加尔湖一带。

3．南方玉

南方玉主要盛产于云南、缅甸一带，故而得此称呼。成份上，是一种钠铝硅酸盐的混合矿物，也被称之为硬玉，南方玉具有以下特征：

（1）多数不透明，俗称“玉根子”。少数半透明，其中绿色系的玉石称为“翠玉”，红色系的玉石称为“翡玉”，有时也连称为“翡翠”。

（2）磨光后有玻璃光泽。

（3）多数为单色玉，少数有两种或两种以上的杂色玉，俗称“福禄寿”。

（4）色彩有白、灰、粉白、淡褐、绿、翠绿、黄绿、紫红等色。产于云南的色暗，常切成簿片，面上布满工刻花或镶空花，俗称“云片”。缅甸玉则色泽较淡，透明度较高。

（5）硬度介于 6．5—7 度之间。

（6）南方玉的品相条件，第一看透明度，以玻璃胎为最佳；其次看色泽，依其品质优劣排列，翡色的有：紫罗兰、藕粉地两种。翠色的有：糖心翠、玻璃绿、鹦哥绿、黄阳绿、水绿等。

（二）翡翠投资原则

翡翠是玉中极品，在矿物学中称为硬玉。由于所含杂质的不同，造成翡翠的颜色不同。基本色有各种深浅的绿、红、黄、白、紫、灰、黑等颜色。

翡翠在古代极为珍贵，多为帝王富豪所拥有。时至今日，翡翠仍是珠宝中的上品之一。1981 年国外出售的一条翡翠项链，价格高达 109 万美元。

色泽翠绿欲滴、沁人心扉而纯正无瑕的翡翠，可以说是玉石之上上品，虽万千而难得其一。近年来需求者越来越多，而这种玉石的产量却日益枯竭，故吸引了众多珠宝投资者竞相购买，价格也因此节节攀高。从而也导致了珠宝市场上充斥着各类翡翠赝品，使购买者深受困扰。

为了防止您购买到翡翠劣品成赝品，下面为您提供投资、选购翡翠的几条基本原则：

1．首先看其色泽

翡翠的佳品一般具备以下条件：

（1）颜色浓度深但是很明亮。

（2）色泽均匀和润，通体一致。

（3）色彩纯正，无任何异色。

（4）色泽艳丽而明亮，无阴沉色。

2．其次看其质地和透明度。

翡翠的质地以“通”、“透”、“水”、“莹”为佳，其中以晶莹剔透为最佳。透明者俗称“玻璃钟”。

3．然后看其形状

一般来说，磨成椭圆形即蛋面形的翡翠价值最高。

4．敲打听其声音

将两块玉轻轻地互相敲击，如果发出的声音清脆悦耳，则表明此玉质地坚硬，无裂缝。

5．将玉石在光线下照看

真玉一般都不反光，在灯光或日光下照着看，可以清晰地看见玉中的杂质、杂色和裂纹。由此也可判断出玉石的质地优劣。

6．辨认翡翠赝品的工具和方法

识别翡翠是真品还是赝品可以借助以下工具：

（1）滤光镜。如果是染色玉，在滤光镜下颜色会变红。

（2）分光仪。染色玉在 630—670㎜ 的光谱吸收带，会呈现一黑色带。

（3）放大镜。在放大镜下，我们可观察到染色玉的纹色集中在玉石的四

周。

常用翡翠代用玉的特征识别：

（1）柘榴石。透明或不透明，内含黑点多。

（2）石英岩。内含铬云母杂质，在强光下呈反射砂金作用。

（3）斜微长石。内含浅灰绿色的格状条纹。

（4）大理石。质地有条纹状，遇盐酸起泡沫。

（5）绿玉髓。内含镍，颜色淡绿，断口，呈具款状。

（6）蛇纹石。呈腊状光泽，硬度不定。

为了避免购买到翡翠赝品，您最好去信誉度较高或是比较熟识的珠宝店去选购，同时切忌含小便宜，俗话说“一分价钱，一分货”，便宜货绝对不可能是佳品。而翡翠的价格本身就比较昂贵，如果因为贪图一丁点的便宜而买了假货，反而得不偿失，悔之晚矣。

及时珠宝投资，往往越是价格高、品质上乘的珠宝，增值越快，幅度越大，所以您一定要保持敏锐的眼光，只要看中了好货，就要舍得花钱，所谓奇货可居，紧随而来的就是一笔可观的利润了。

●珍珠投资

珍珠和钻石一样，历来被人们视为珍宝。在古代就存在着庞大而复杂的珍珠贸易，至今，人们不仅将它作为珍爱与收藏的对象，并进而成为保值、增值的投资工具。

（一）珍珠的特点

大部分宝石，例如钻石、蓝宝石、红宝石、绿宝石等等，都是矿物结晶而成的。然而珍珠不同于一般无机矿物结晶，它是属于有机物质的室石，乃动物（贝类）的一部分。

由母珠孕育而成的珍珠十分柔软。有关各种宝石的硬度，请参考宝石硬度一览表。若与硬度最高的钻石相比，珍珠的硬度只有 3．5—4 度，可以说比玻璃更柔软。当然，由于我们的指甲硬度只有 2．5 度，所以不易抓损珍珠。

诚如一般人所知，珍珠的形态越接近正圆形，其价值相对也越高。但有时奇特的变形如泪滴形珍珠，也会成为诱人的高价品。

表 7-2　主要宝石硬度一览表

宝石名称		硬度	宝石名称		硬度
钻　石		10	橄 榄 石		6.5 — 7
刚玉	红 宝 石	9	翡翠	硬　玉	6.5 — 7
	蓝 宝 石			软　玉	6 — 6.5
金椽宝石	金椽宝石	8.5	长石	月 光 石	6
	变　石			日 光 石	6 — 6.5
	猫 眼 石			正 长 石	6
黄　玉		8	土耳其石		6
碧玉宝石	绿 宝 石	7.5 — 8	蛋 白 石		5 — 6.5
	海蓝宝石		赫玛泰特石		6.5
	玫瑰柱石		青 金 石		5 — 6
	柠 檬 石		恩斯泰特石		5.5
柘榴石	铁铝榴石	7.5	角闪辉石		5
	玫瑰辉石	7.5	黑 耀 石		5
	镁铝榴石	7.5	萤　石		4
	锰铝榴石	7.25	罗多塞特石		4
电　石		7 — 7.5	孔 雀 石		4
水　晶		7	珊　瑚		3.5
玛　瑙		7	方 解 石		3
血　石		7	珍　珠		3.5 — 4
虎 眼 石		7	琥　珀		2.5

除了浑圆的程度外，有关光泽、颜色、瑕疵情况等，也都是决定珍珠的价值高低的重要因素。

一般情况，珍珠表面的颜色有白、白粉红、粉红、奶油、绿、蓝、黑、金等颜色。各个国家、各个民族对于珍珠颜色的评价，是各不相同的。例如：在日本，粉红色珍珠最受欢迎，所以粉红色的珍珠，在价格上就显得相对昂贵一些。

所谓“玉不琢，不成器”。大部分的宝石都必须经过研磨、切割等过程，才会呈现出迷人的光采。然而珍珠却不一样，每一粒珍珠从取出的那一刹那间，立刻就会显现出优雅的令人无法抗拒的魅力。

（二）天然珍珠与人工养殖珍珠

如果说钻石是大地孕育的宝石，那么珍珠则是大海孕育的珍品。

以前珍珠一直被视为海中稀罕的珍宝，不容易采撷到。据说在波斯湾与墨西哥湾沿岸的居民，是完全不带潜水装置潜入海底采取珍珠，因此不少人染上严重的眼疾。此外，适逢石油工业在此地蓬勃发展，海面受到严重污染，导致大量珠母的死灭等一连串问题，阻碍着天然珍珠的采撷。

正当全世界面临着珍珠缺乏的局面时，日本人在 19 世纪末、20 世纪初成功地培育出了人工珍珠，因而开始了养殖珍珠的新纪元。如今，市面上所

见的珍珠中，绝大部分都是人工养殖珍珠，而天然珍珠只是凤毛麟角了。于是天然珍珠就变得越发珍贵，目前市场上的天然珍珠一般都作为古董来出售，其中大部分都被阿拉伯人买走，也有些美国收藏家专门收购天然珍珠。

从养殖的珠贝中发现一粒圆珍珠的可能性是 1／50 到 1／10，而天然珍珠则为 1‰到 2‰，这就是一粒豌豆大的天然珍珠价值 4000 美元，而同样大小的人工培育出的珍珠却只值 75—100 美元的原因。

世界最著名的珍珠是 16 世纪在巴拿马湾发现的拉派格利纳，它曾易手于欧洲 12 个王室之间。1969 年理查德·伯顿在一次拍卖中将其买下，并作为情人节的礼物送给了两度与他结婚的影星伊丽莎白·泰勒，花了 37000 美元。这位影星的狗曾啃过这颗珍珠，并留有牙印，今天它因为具有较高的历史纪念意义而身价倍增。

天然珍珠的价格虽然比较高，但有时也起伏不定。1917 年，纽约一名流普兰特用一所房子的钱买了一串价值百万美元的珍珠项链。40 年后，普兰特去世，那条项链被拍卖，仅标价 157000 美元，而同时那所房子却值好几百万美元了。

但是总的来说，天然珍珠的价格一直是上涨的。达德利伯爵曾有过一颗珍珠，象一盏梨形吊灯。1902 年在伦敦拍卖时售价 13500 英镑，今天却值 75 万美元，它现在仍是世界上最大最美的珍珠之一，其价格仍在不断上升。

天然珍珠和人工培育出来的珍珠价值相去甚远，那么，它们的形成过程又有何区别呢 ”

孕育珍珠的贝称为珠母。一旦有异物，诸如砂粒、寄生虫、杂质等进入珠母体内，则珠母会尽力将这些异物排出体外。如果无法顺利将异物排出体外，珠母便会分泌出一种物体将这些异物包裹起来，而形成有层次的环状物。如此终年累月地分泌、包卷而成的东西，就是珍珠。

了解了珠母的这种特性后，人们就通过人为方式将圆形的核或珠子，放入贝中较难排泄出来的部位，它就能以核或珠为中心，不断堆积数千层砖瓦状的珍珠层，当光线照射到这些珍珠层时，光线会呈现乱射作用，而散溢出特殊的明亮光泽，这就是人工养殖的珍珠。

从外表上看，养殖珍珠和天然珍珠并无任何差异。但是，如果使用 X 光照射，就可清楚地进行区分。

（三）识别赝品珍珠的方法

所谓赝品珍珠，就是人工制造的珍珠。大部分是使用圆形玻璃珠、塑胶、粘土等原材料，数次涂上类似珍珠层的涂料，或使用带鱼等的灿烂鱼鳞研磨成粉，再炼制成涂料，涂于假珍珠的表层。此外，比较复杂的是，有的赝品珍珠还使用养殖珍珠用的核为原料。

区分的最好办法是，将人造珍珠置于木制书桌上摩擦，其外表的涂料会迅速脱落而露出本来面目；相反，将人工养殖或天然珍珠在木制书桌上摩擦，一般都不会出现受损现象。

如果再配合使用鉴定宝石用的 10 倍大放大镜，则真假珍珠就更容易分辨开来。因为赝品珍珠的表面缺乏珍珠层，所以在放大镜下会看见如火星表面似的凹凸形状；相反，真品因为具有珍珠层，所以会出现像地图等高线一样的环状纹路。

（四）珍珠的保养方法

如果您拥有了自己心爱的珍珠，当然希望它能够永保魅力。那么，如何才能做到这一点呢？这就需要您对珍珠的性质有充分的了解，并掌握珍珠的保养方法。

珍珠的保养应注意以下几点：

（1）珍珠怕酸。酸性物质如果长期附在珍珠表面，就容易腐蚀它并损坏其表面光泽。因此如果您配带珍珠项链、戒指等饰物，在流汗后，千万不要忘记擦拭珍珠。

（2）经常使用可以防止珍珠损坏。既然花了大笔金钱购买珍珠，就不要只是将其收藏于珠宝盒内，而应善加利用，使生活更富有情趣。何况，长期配戴珍珠，空气中的碱性物质能自然中和附着于珍珠表面的酸性物质，并延长珍珠的寿命。

相反，如果过分地宝贝珍珠而舍不得用，则珍珠易被酸性物质侵蚀，导致变形。也许很长一段时间后，你会惊异地发现，锁在珠宝盒内的珍珠已经面目全非了。

（3）勤于换线也是一种保养。当珍珠项链戴的时间过长导致穿线松弛，会使每粒珍珠之间形成空隙，而给人一种不雅观的感觉。更严重的是，太久不换线容易导致断线。

如果你前往原购买店要求换线，相信对方会毫无条件为你换线。同时，你也可以要求对方在换线时，顺便擦拭每一粒珍珠。因为珍珠一般呈圆形，一旦穿成项链，则有一部分无法擦到。所以，利用换线的时机可以对珍珠进行充分保养。一般而言，一年换线一、二次比较合适。

（4）经常擦拭有科于珍珠的保养，除了酸、碱等物质，会使物品呈现化学反应外，空气中还含有无数的尘埃。而这些尘埃中，硬度最高的物质是石英粉末，在摩斯硬度中，石英的硬度是 7 度以上，而珍珠却只有 3．5—4 度。因此，空气中的石英粉末如长期摩擦珍珠表面易损坏珍珠。所以，您在穿戴珍珠饰品时，千万别忘了经常用柔软而干燥的布轻轻擦拭。

●其他珠宝的投资

矿石能成为宝石，必须具备美丽、稀有性、永久性这三个条件。除钻石、珍珠之外，其他珍贵的天然色石，例如祖母绿、红宝石、蓝宝石、猫眼宝石、蛋白石等，都是宝石家族中的佼佼者，极具保存的价值。如果购买室石意在投资，就应该选择上品，以确保投资的市场性和增值性。

（一）祖母绿

祖母绿是绿柱石中的一种，它因含有少量铬金属，而可发出晶莹艳美的绿色光辉，是绿宝石中最漂亮、最珍贵的，被誉为“绿宝之王”。

祖母绿的产量极少，价格昂贵，其色彩愈浓绿，则价格愈高。优质的祖母绿宝石，其价值可以与钻石相媲美，一颗重 18 克拉的祖母绿耳环，售价可达 52 万美元。

祖母绿的硬度不强，因此天然的祖母绿内部都有细微的裂纹，这也是判断天然祖母绿的凭证之一。

南美的哥伦比亚出产的祖母绿占全世界的 80%，虽然世界各地也都有祖母绿出产，但精品难求。于是人工合成的祖母绿便应运而生，和真品相差无几，投资珠宝者不得不慎。

另外，祖母绿属于绿宝石，绿宝石与海蓝宝石虽都属于同一系统，但在颜色上，一种是绿色，一种是蓝色；在价值上，一克拉的重量价格有天壤之别。但从矿物学的角度来看，它们确同属于绿柱石系列，即碧玉宝石系列。

宝石之所以呈现不同的颜色，主要是因为内含物的差异。绿宝石的成色是众所周知的翡翠绿，而海蓝宝石则呈现出海水般的湛蓝色。此外，在碧玉宝石系列中，还有玫瑰柱石（粉红色）、柠檬石（浅黄色）等等。

虽同属于碧玉宝石，绿宝石的主要产地是哥伦比亚，而海蓝宝石的主要产地却是巴西。地质学家认为，可能由于产地的不同，地压、地热以及附近金属元素等矿物学上或化学上的差异，导致了两者外型、颜色上的差距。

（二）红宝石与蓝宝石

在矿物学上，红宝石与蓝宝石亦同属于相同的系统，即刚玉系统，产地分布于缅甸、斯里兰卡、泰国等地。

为了分辨容易，才把红色的蓝宝石命名为红宝石，而其他各钟颜色的宝石则统称为蓝宝石，如蓝色、粉红、黄色、紫色等。但人们为了方便识别，都在蓝宝石前冠以宝石的颜色，如：玫瑰蓝宝石、蓝色蓝宝石等。

红宝石在珠宝行中称玫瑰紫宝石，六方晶体，硬度 9，比重 3.99—4.02，折光率 1．76—1．77，有透明、半透明或不透明之分。红宝石因含铬离子而呈现深浅不同的红色，有血红、玫瑰红、玫瑰紫、水红、粉红、葡萄紫等，其中以血红为最佳。当红宝石内部的某种杂质按宝石结构有规律地排列时，在光源的照射下，可以反射出一种美丽的六射星光，俗称六道线，也称作玫瑰线。

目前，世界上著名的红宝石产地是缅甸，该国出产一种颜色极其鲜红、被称为“鸽血”的红宝石最为珍贵，令世界各国的珠宝商所垂涎。

另外值得一提的是，红宝石有十分相似的类似品，那就是红尖晶石，正因红尖晶石十分像红宝石，所以您在选购红宝石时，一定要对方在收据上注明是红宝石。

一般人都认为红宝石是年轻人的专利品，中年以上的人配戴蓝宝石比较合适。其实，只要您巧妙地搭配，上了年纪的人配戴红宝石也一样能平添不少魅力。

蓝宝石因含铁离子和钛离子而呈蓝色，按其颜色的深浅浓艳不同，可分为洋蓝色、涤蓝色、明蓝色、浓蓝色、淡蓝色等。其中以洋蓝色为最佳。

有的蓝宝石可以产生美丽的六射星光，被称作星光蓝宝石，也是蓝宝石中的上品。另外，还有一种变色蓝宝石，它具有红宝石的颜色特点，在阳光下，蓝的色调明显。但在灯光下，则显出红的色调，呈紫红色。这种蓝宝石也很珍贵。

目前全世界的蓝宝石产地包括缅甸、斯里兰卡、泰国和澳大利亚。其中，尤以斯里兰卡出产的蓝宝石为上品。

（三）猫眼宝石

猫眼宝石，也称猫儿眼、猫睛、金绿玉、波光石等。

猫眼宝石与变石都属于金椽宝石系统，都具有变色性，而猫眼宝石会呈现猫眼效果。所谓猫眼效果，是指宝石照射到光线时，表面会出现一条如猫眼似的闪光亮带，而且一经摇晃，亮带也会随之晃动，并如猫眼一样，可随光线的强弱而变化。

猫眼宝石，斜方晶体，硬度 8．5，比重 3.5—3．7，折光率 1．74—1.76，透明、半透明或不透明。颜色可分为各种黄色，如葵黄色、酒黄色、黄绿色等。其中，以色泽鲜明的葵黄色为最好。

猫眼宝石，是一种极为稀少、珍贵的宝石，一只好的猫眼宝石戒指，价值可达几十万美元。目前世界上猫眼宝石最著名的产地是斯里兰卡，因而也被称为东方猫眼宝石。

在购买猫眼宝石时应特别注意，有猫眼的并不一定是猫眼宝石。例如：角闪辉石和软玉电石，都能呈现象猫眼一般的变化，但其光线远不如猫眼宝石的清晰、明亮。不过，人的肉眼却很难对它们加以区别，尤其是角闪辉石更能达到以假乱真的地步。如果是购买裸石，则因为比重上的差异，十分易辨，因为角闪辉石的比重较轻。但是，角闪辉石一旦被加工成饰品，恐怕一般人就无法根据其性质、颜色分辨出真伪了。

因此，在购买猫眼宝石时，一定要对方在收据或鉴定书上写明“金椽宝石、猫眼石”字样，以防受骗。

（四）变石

1831 年，在原苏联的乌拉尔山脉中，发现了会变色的宝石。当时就引用亚历山大帝的名字，而称这种宝石为 alexan-drite。

因这种变石在矿物学上属于金椽宝石，所以和上面介绍的猫眼宝石属于同一系列。

在白天的阳光照射下，变石呈现略带绿色的灰色，或略带黄色的绿色。但是，一到了夜晚，在灯光照射下，变石就会呈现红色。此乃因为这种宝石含有铬成分。

变石的主要特征是，同一块宝石中能同时呈现如绿宝石与红宝石的色彩，因此非常稀有，在价格上自然也就相当昂贵。

如果在鉴定书上写有：“根据以上各项调查，证实为变石”的内容，那么您就可以安心地购买。但是，还有一点必须注意的是，变石的价格并非由色彩或大小来决定。

一般变石的价格是视红色变色的程度而定，虽然稍微泛红的变石与迅速红润的变石，都属于变石，但根据变红的强弱程度，在价格上也存在极大的差异。因此，您也不要一看见鉴定书上证明是变石就草率购买，而应确定其品质之后再决定是否购买。

（五）蛋白石

墨西哥出产的蛋白石中，有九成以上是输往东方国家，而仅剩的一成，大部分也都在夏威夷或香港等地区向观光游客销售，其中也几乎是东方人。可见蛋白石深受东方人的青睐。

蛋白石的主要产地是墨西哥、澳洲，但是这两个地区的产品具有很大程度的差异。

墨西哥产的蛋白石，除了以透明闻名外，成色也是应有尽有。此类蛋白石大致可分成两大类：一种是水蓝蛋白石，以蓝色为底色，呈现水珠样（又称为游色），或略带蓝色的透明底色；另一种称为火焰蛋白石，其底色略呈现红色。

至于澳洲所产的蛋白石则与墨西哥不同，大部分呈不透明或半透明，也可以分成三种：白蛋白石、黑蛋白石和石英蛋白石。白蛋白石是指乳白色的底色中呈现游色；黑蛋白石是在黑色底色中会呈现一种幻想的游色，价格相当昂贵；石英蛋白石又称为墨西哥石，若与前述两者相比，则透明度较高，类似于墨西哥出产的水蓝蛋白石。

在目前的流行趋势中，似乎是波特蛋白石最受人欢迎。波特蛋白石呈红褐色，或黑褐色不透明的底色中呈现蛋白颜色的部分也会形成游色现象。

因其外表酷似黑蛋白石，因此经常会被误以为是黑蛋白石而进行交易。的确，良质的波特蛋白石品质并不亚于黑蛋白石，但其价格却远远逊于黑蛋白石，主要产地在澳洲的昆士兰州。

波特蛋白石与黑蛋白石的差异主要在于：

（1）黑蛋白石呈断层薄片，而且蛋白石部分的厚度较薄。正因为黑蛋白石容易破损（蛋白石相当脆），所以习惯上经常与母岩一起研磨，以防研磨过程中发生裂痕现象。

（2）波持蛋白石的母岩部分呈褐铁矿。黑蛋白石是为了避免裂痕而连同母岩一起研磨，而波特蛋白石则是为了善用褐铁矿的红黑色效果，才连同附着的褐铰矿一起研磨。

（六）玛瑙

玛瑙是属于脉体矿物，主要成分是二氧化硅。

玛瑙的品种很多，主要以颜色区分。红玛瑙，古代称之为“赤玉”，是玛瑙的主要品种。绿玛瑙与蓝玛瑙，自然界中比较少见，一般是人工染成的。缠丝玛瑙，其色为红、白及无色相间，或宽如带，或细如游丝，极为好看，很受人们喜爱。水胆玛瑙，即中空而有水的玛瑙，因为极稀少而特别珍贵，以胆大水多的为上品，其透明度越强越佳。

一般的玛瑙还可分成有条纹以及无条纹两种类型。其中有条纹的称作红丝玛瑙，而无条纹的称作素玛瑙（卡瑟多尼玛瑙）。平时我们所常见的，有红色或白色条纹的，便是红丝玛瑙。

（七）琥珀

琥珀是数千万年前的一种松树分泌物，埋在地下久经高湿、高压而形成的松脂化石，是一种有机质矿物。

由于人们大多认为佩戴琥珀手串，可以迎福、避邪。而琥珀又是佛教界

人士供奉的“七宝”之一，再加上琥珀自身的晶莹剔透、华彩四溢的质地、外观，从而使得琥珀成了珠宝市场上比较受欢迎的投资对象。

琥珀按其颜色不同可以分为以下几种：透明呈红色者称为“血珀”；清澈透明、呈黄色者称为“金珀”；含大量气泡而呈不透明腊状、棕黄色者，称作“密腊”或“腊珀”；而居于其中者称为“琥珀”。

琥珀若以其开采方式的不同来分类，则可分为由海床冲出来的海珀和采自陆地的矿珀。因开采地点和性质的不同，也呈现出各种不同的色彩：红褐、橙黄、淡黄、淙黄、棕绿、绿、蓝黑等。

有趣的是，一般宝石的天然内含物程度越高，其价格将会相对降低。然而琥珀的情形却不然，即琥珀中所容纳的树叶或昆虫数国越多，其价值反而越高。

曾经有一份美国的研究报告指出：由于琥珀是藏于地底之下成千上万年的松脂化石，对研究史前吏的考古学者颇具参考价值，因此价格高昂。一块其中留有一只四脚爬虫类的天然琥珀，可值 15 万美元。

而我们在珠宝市场上，经常可以看见琥珀之中镶着一只完整的“虫”之类，一粒标价才几十元。试想，人民币几十元与美金 15 万元，可谓天壤之别，其差别就在于琥珀品质的真与假。

由此可见，天然琥珀的价格是比较昂贵的。通常一串天然琥珀的价格在千元以上，也有数万元、数十万元的，这就要看琥珀品质的优劣。

然而，令人烦恼的是，琥珀市场上充斥着假货，购买者如何才能辨别其真伪呢？一般而言，辨别琥珀的真假，有以下三种方法：

1．闻

也就是用烧得发红、发热的针灸针，触及琥珀的隐蔽处，凑到鼻子上去闻，如果闻到了松香味，则可以确定是天然琥珀。否则，就是人工合成品。但这种方法不是特别完美，它需要买了货后才能鉴定，而且损失是无法弥补的。

2．摸

触摸琥珀的表面，就全凭个人的敏感程度。假的琥珀一般摸起来都十分光滑，而天然琥珀摸上去有腊质的感觉。

3．看

购买琥珀时，应仔细观察琥珀的表面。假琥珀的表面通常会有车床磨过的痕迹，而且气泡的形状扁长；而天然琥珀的气泡则呈圆形，且表面纹路自然。

还有的合成琥珀，是将琥珀碎屑加热融熔之后，掺入亚麻仁油调色后压成，在灯光下仔细看，可以见到其熔液流动的结构。

●珠宝投资策略

如果您有意于进行珠室投资，我建议您在商海畅游之前，先作好充分的准备，例如您对各类珠宝的性质、特点了解多少，您对各类珠宝的市场行情及其投资前景了解多少等等。如您对这些问题都了解得很清楚，做到心中有数，那肯定会为您在投资珠宝的过程中增添砝码。

（一）天然宝石与合成宝石的鉴别

目前，天然宝石的产量有日渐减少的趋势，而随着人们生活水平的提高，人们对于珠宝这一充满魅力的奢侈品的需求量却在不断上升。再加上现代高科技的发展，合成宝石就应运而生了。并且在一般人眼里，天然宝石和人工合成宝石几乎是难以区分的。

于是，珠宝市场上就出现了鱼目混杂的现象，花大价钱买假宝石的现象时有发生，这一问题深深地困扰着人们。幸运的是，人们只要对宝石进行仔细的检查，还是能发现天然宝石与人工合成宝石之间细微的差别。在购买时，您可以采取以下方法来识别：

（1）合成宝石是在高温中熔解的，因此会有气泡产生，若在除琥珀以外的宝石中发现有圆形的气泡，则必定是人工合成物；相反，天然的宝石因为夹杂有其他矿物，即使有象气泡一般的孔也不是呈圆形的，并且内部含有少许的液体。

（2）用显微镜或高倍放大镜审视宝石内部，若是天然结晶体，则会形成细微的平行线；相反，人工合成宝石是经过熔解后凝成的，因此形成线是曲线。

（二）珠宝投资的最佳选择

既然选择珠宝作为投资对象，就应该选购具有市场性和投资性的宝石，即数量稀少、但需求量却不断增加、价格日益上涨的宝石。切勿选择过于稀少、价格昂贵的宝石。因为宝石虽好，却没有多大的市场性，对投资者来说，就难以获得高额利润。通常，1—5 克拉的宝石较具有投资性，市场性好，较易脱手，对投资者有利。

曾有专家建议，最值得投资的宝石是透明无色、无瑕疵的钻石，其每克拉价格 17000—20000 美元，体积小便于收藏；其次是投资翡翠，其用途广，流通性好，很受人们喜爱。每克拉价值为 10000—15000 美元；然后是投资红、绿宝石，其价值每克拉 6000—10000 美元不等。

由于珠宝不具有公开市场、公开行情、公开交易，就使得一般人对其认识不深，而往往上当受骗，买到赝品或劣质宝石。

因此，不论选购何种珠宝，最好到有专业训练、信誉度较好的珠宝店去选购。购买珠宝切忌贪小便宜。因为珠宝只要价格与品质相等，珠宝商断无降价求售的道理，除非它是有瑕疵，或是人工合成的宝石，如果那样的话，就得不偿失了。

宝石的价位受到色泽、加工、重量等诸多因素的影响，所以购买时一定要索取国际公认的鉴定书，以确保珠宝的品质与价值。目前通行于世界的鉴定书，有美国宝石学院 GIA 的鉴定书，以及欧洲联盟的 HRD 鉴定书。

但是，由于珠宝的获利性较高，所以市面上就容易出现伪造的鉴定书。因此，为了确保所购买的珠宝品质，除了购买时应注意鉴定书内容及各项声明外，最好还应请有经验的专家进行鉴定，以防万一。

（三）购买色石的三原则

即使是内行人，在购买钻石以外的色石时，也十分容易上当受骗。其主

要原因在于，色石没有象钻石一样的品质标准。

钻石越接近于无色，级位越高，价格自然也相对昂贵。然而，在宝石界中，只有钻石才能以 4C（成色、净度、切割、重量）来明确分级，至于色石则因缺乏这种客观的衡量标准，所以能加以区别的只有重量，其他标准都没有明确规定。

但是，色石相对于钻石来说没有明确的分级标准，并不说明色石没法鉴定其优劣。在此，简单介绍一下购买色石的三原则：

1．必须在光线充足的地方观察

若以最理想的时间而言，那么晴朗的下午，从北方窗户照射进来的光线最适合观察宝石的色相。

但是，一般宝石店内部不可能使用自然光线，大部分都用专门鉴别宝石用的电灯，这种电灯具有良好且稳定的光线，极适合用于鉴别、观察宝石的状况。

除此之外，宝石店内还备有 10 倍的放大镜（即宝石用显微镜），这是一种将一般显微镜改良为室石鉴别专用的显微镜。

如果您想观察宝石色相以及其有无瑕疵，因为宝石店内一般都备有特殊的工具，您应该善加利用。有关工具的使用方法，您可以事先练习，熟悉其操作方法，或当场在别人的指导下进行观察。

普通 10 倍的放大镜价格并不贵，为了方便选购宝石，您不妨自备一个放大镜，在任何场合都可以用，方便易行。

2．必须与样本进行比较

如果您对珠宝不是很了解，但又想购买宝石，您可以首先在该宝石店选择一颗价值昂贵的宝石作为样本和参照系，然后根据其色泽、成色、光耀程度、做工等各方面，考察其余宝石。一边进行比较，一边根据自己的要求，选择出最适合自己条件的宝石。

按照这种方法，您就不至于由于无知，而花高价购买到低等的室石。

3．注重颜色与光绎

决定色石价格的因素包括以下方面：重量、大小、深度、色相、光泽等，因此，当您在珠室店选购珠宝时，如您对一颗宝石犹豫不决时，您不妨先考虑一下，其价格是否符合以上五大条件呢？

假设宝石 A、B 是两颗从肉眼看起来大小、色相、光泽等十分相似的蓝宝石，此时，你可能会迷惑，不知该购买 A 还是 B。

此时，您可以从侧面方向观察两块宝石，则会发现 A 与 B 的深度不同，A 较浅，B 较深。

然后再看看两者的价格，如果 A 是 5 克拉，价格 50 万元，而 B 是 8 克拉，售价 80 万元，如果您认为 B 虽然贵了 30 万，但比 A 重了 3 克拉，而购买 B 宝石的话，您就有所损失了。

因为 B 的腰较深，所以重量较重，而且价格贵，也正因为 B 宝石较厚，所以其色相、光泽才足以与 A 相比美，假如我们将 B 宝石切割成象 A 宝石一样的厚度，那么 B 的色相肯定会有所减弱，光泽也会随之暗淡。这么一来，B 的色相和光泽肯定就不如 A 了。

●珠宝投资高手

（一）眼光敏锐的珠宝投资者

法籍华人成之凡女士对收藏、投资珠宝有着敏锐的眼光和丰富的经验。

她在谈到如何投资珠宝时，曾说过，投资珠宝、金银首饰，要买有签名的、名家设计的款式，这样既可保值，又可以升值。

她手上戴的戒指，是一枚 18K 金戒指，外形酷似卷起的蜗牛，内壁刻有制作年代、号码及设计师的名字。此戒指是 1950 年制作的。她 50 年代刚到法国时，花了 6000 法郎将其买下。可是现在，60000 法郎也难以买到了，已经成了古董。

因为这是手工制作的高档首饰，式样各不相同，具有艺术价值。而那些大众化的首饰，则是机器制作的，千篇一律，其收藏、投资价值远不及前者。

1970 年，成之凡女士逛巴黎市场，偶然发现了一种银制发卡，制作年代是 1900 年。当时法国有一股崇尚东方文化的思潮，发卡设计样式象白菊花，是日本人所喜爱的，当时很便宜。成女士一看见这种发卡，就欣喜若狂，便一鼓作气把巴黎小店出售的这种发卡统统买回去。

这一举动当时使很多人感到非常奇怪。然而 1973 年，巴黎城有人发现了这种发卡的审美价值和收藏价值，掀起了银制发卡购买热。可是人们四处搜罗，巴黎市场已经没有此货了。原来，成女士凭着她敏锐的眼光，断定这种银制发卡很有投资前景，于是把全巴黎的银制发卡都购买一空，如此一来，银制发卡就成了高价出售的宝物。

（二）使珠宝店平民化的珠宝大王

英国人拉特纳 6 年前接管了他父亲遗贸下来的珠宝店。那时的珠宝店是华丽而肃穆的殿堂，一般顾客望而却步，因此生意清淡。

拉特纳决心一改前辈的经营思想，把珠宝店办成使下层群众、普通顾客也能接受的廉价商店。在他的珠宝店里甚至有便宜到 99 便士的饰品，这在英国的珠宝店里实属罕见。

拉特纳的这一做法遭到了绝大多数同行的非议，他们嘲笑拉特纳把神圣的殿堂降到了杂货铺的水平。然而这一新的经营思想却受到了顾客的欢迎，也给拉特纳带来了滚滚财源。

如今，他已拥有 600 多家珠宝店，他的公司不仅独霸英国，而且打入了美国，成为世界上赢利最高的珠宝公司，资产总值达到 5 亿英镑之多。

（三）巧造新闻，珠宝商获暴利

1985 年，戴安娜与查尔斯王子举行婚礼，成为轰动英国和全世界的新闻。戴安娜王妃容貌出众，仪态楚楚动人，使绝大多数英国人倾倒、仰慕。

当时，伦敦有一位珠宝店老板，他灵机一动，认为抓住公众对盛典的专注心理，拍一组广告剧，必定能使濒临倒闭的珠宝店摆脱危机。于是，他挖空心思地找到了一位酷似戴安娜王妃的模特儿，对她的服饰、发型、神态、气质各方面作了一番煞费苦心的模仿训练。

一天晚上，这家珠宝店灯火辉煌，老板衣冠楚楚，神采奕奕地站在店门口，似乎是在恭候要人光临。

此举顿时吸引了过路行人，他们驻足观望。不一会儿，一辆高级卧车缓缓停在门口，“戴安娜王妃”从容地从车上走下，嫣然一笑，向聚拢来的行人点头致意。崇拜戴安娜王妃的众人都蜂拥而上，想一睹王妃的翩翩风采。有的青少年还为吻了“戴安娜王妃”的车而得意非凡。

事先接到珠宝商暗示有“佳宾”光临的电视台记者，急忙打开摄像机。警察怕影响王妃活动而急忙维持秩序。

珠宝店老板此时则笑容可掬地感谢“王妃”的光临。彬彬有礼地接待“王妃”参观，店员相继向王妃介绍项链、耳环、钻石、翡翠等各种贵重珠宝首饰。“戴安娜王妃”面露赞许之色，满意地挑选了几件。

第二天，电视台便播放了这段新闻录像，因受老板的关照，被蒙在鼓里的记者把它拍成“默片”，自始至终没有一句解说词。屏幕上出现的是热烈非常的场面和珠宝店的地址。

电视录像播放后，震动了全伦敦城，人们纷纷传播这一新闻，崇拜戴安娜王妃的青年人更是爱屋及乌，络绎不绝地跑到这家珠宝店来抢购“戴安娜王妃”称赞过的各种珠宝首饰。原来门可罗雀的珠宝店一下于变得门庭著市、生意兴隆起来，几天的营业额远远超过开业多年的总和。

但这则新闻惊动了皇家发言人，他郑重声明：“经查日程安排，戴安娜王妃并没有去过那家珠宝店。”发了财的珠宝店老板却振振有词地说：“电视片中没有一句话，我也没有说贵宾就是戴安娜王妃，这在法律上不能构成欺君之罪，是围观的公众想当然地把模特儿当作王妃了。”附录

美术品经营管理办法

（文化部 1994 年 11 月 25 日）

第一章　总则

第一条　为了加强美术品经营的管理，保护创作者、经营者、消费者的合法权益，促进美术事业的健康发展，特制定本办法。

第二条　凡美术品经营活动均适用本办法。

美术品是指：书法、碑帖、篆刻、绘画（中国画、油画、版画、水彩画、水粉画、素描、速写、壁画、漆画、仿古画等）、雕塑、艺术摄影作品等。；

美术品经营活动是指：美术品收售、拍卖，有赞助的美术品比赛、展览、展销，书画裱褙等经营服务活动。

第三条　美术品经营活动，必须坚持为人民服务，为社会主义服务的方向，满足人民群众的文化需求。

第四条　政府文化行政管理部门是美术品经营活动的主管部门。

第二章　画店、画廊、美术品公司、美术品拍卖公司

第五条　设立画店、画郎、美术品公司、美术品拍卖公司等美术品经营单位，须由所在地县级（含）以上文化行政管理部门审批。

文化部直属单位或在对外贸易经济合作部立项、国家工商行政管理局登

记注册的中外合资、中外合作企业设立美术品经营单位，由文化部审批。

中央各部门（含部队系统）、国务院各部门、全国性群众团体所属企事业单位设立美术品经营单位，文化部授权所在省、自治区、宜辖市文化行政管理部门负责审批，本办法另有规定的除外。

除以上规定外，其他企事业单位、群众团体设立美术品经营单位，由地方各级文化行政管理部门审批。地方各级文化行政管理部门的审批权限，由省、自治区、直辖市文化行政管理部门根据分级管理的原则做出规定。

第六条　申办画店、画廊、美术品公司等美术品收售单位，须向审批部门出具以下文件：

（一）申请报告；

（二）申请单位上级行政主管部门的核准文件；

（三）经营单位负责人的有关证明材料；

（四）专业人员配备资料，其中画店、画廊的专职从业人员不少于 3 人，美术品公司的专职从业人员不少于 8 人；

（五）银行或会计师事务所出具的资信证明，其中，画店的流动资金不少于 10 万元，画廊的流动资金不少于 20 万元，美术品公司的流动资金不少于 50 万元；

（六）经营场所房屋使用权证明，营业面积不少于 20 平方米；其中，画廊还须具备不少于 40 平方米的展厅；

（七）美术品来源的有关资料；

（八）经营管理规章。

第七条　设立美术品拍卖单位，须经省级（含）以上文化行政管理部门审批。

中央各部门（含部队系统）、国务院各部门、全国性群众团体所属或在对外贸易经济合作部立项、国家工商行政管理局登记注册的中外合资、中外合作企业设立美术品拍卖单位，由文化部审批。

除前款规定外，其他企事业单位、群众团体设立美术品经营单位，由省级文化行政管理部门审批，并报文化部备案。

第八条　申办美术品拍卖单位，须向审批部门出具以下文件：

（一）申请报告；

（二）申请单位上级行政主管部门的核准文件；

（三）经营单位负责人的有关证明材料；

（四）专业人员配备资料，专职从业人员不少于 8 人；

（五）省级以上文化行政管理部门认定的鉴定专家的有关材料；

（六）银行或会计师事务所出具的不少于 500 万元资产的资信证明；

（七）经营场所房屋使用权证明，其营业面积不少于 60 平方米；

（八）美术品来源的有关资料；

（九）经营管理规章。

第九章　经批准的美术品经营单位，由批准部门发给美术类《文化经营许可证》；持《文化经营许可证》向工商行政管理部门申领《营业执照》。

第三章　美术品比赛、展览、展销和拍卖

第十条　举办有赞助的美术品比赛、展览、展销和美术品拍卖等经营活

动，须经文化行政管理部门审批。

举办跨省、全国性、国际性或参与国际性的有赞助的美术品比赛、展览、展销和美术品拍卖活动，须报文化部审批。

举办地方性的有赞助的美术品比赛、展览、展销和美术品拍卖活动，由举办地所在省、自治区、直辖市文化行政管理部门审批，并报文化部备案。

第十一条 申办有赞助的美术品比赛、展览、展销活动，须向审批部门出具以下文件：

（一）申请报告；

（二）申办单位上级主管部门的核准文件；

（三）活动的组织机构及活动方案；

（四）经费预算及资金来源的证明文件；

（五）比赛、展览或展销的美术品种类、数量、档次；

（六）比赛的评选标准。

第十二条 经批准的美术品拍卖单位申办美术品拍卖活动，须向审批部门出具以下文件：

（一）申请报告；

（二）活动方案；

（三）拍卖美术品的图录、作者、品名、数量、规格、年代、底价；

（四）鉴定专家名单及鉴定证书。

第十三条 文化行政管理部门应在接到申办上述美术品经营活动的文件之日起 15 日内予以答复。

第四章 经营与管理

第十四条 美术品经营者必须遵守下列规定：

（一）取得《文化经营许可证》和《营业执照》后，方可开业；

（二）遵守国家有关法律和法规，接受文化行政管理部门的指导、监督、检查；

（三）经营的美术品须来自合法的渠道；

（四）经营的美术品须明码标价；

（五）经营名家书法、绘画等美术作品，须标有国家或省级书画鉴定委员会的印章；

（六）依照规定缴纳税费。

第十五条 美术品经营者不得从事下列活动；

（一）经营假冒美术品；

（二）经营内容反动、淫秽等有害于社会主义精神文明建设的美术品；

（三）未经文化行政管理部门批准，擅自举办美术品经营活动；

（四）举办核准登记项目之外的美术品经营活动；

（五）转租、转包美术品经营权。

第十六条 任何单位和个人不得私自买卖书法、绘画等美术品；需要出售时，须经批准的美术品经营单位收购或代销。

第十七条 各级文化行政管理部门对美术品经营活动实行分级管理。

经文化部批准的美术品经营单位，除部门指定单位由文化部直接管理外，其余授权所在省、自治区、直辖市文化厅（局）负责管理。

第十八条　申办美术品进出口经营活动，报文化部批准立项后，到有关部门办理进出口手续。美术品进出口管理的具体办法由文化部会同有关部门另行规定。

第十九条　属文物范围的美术品的收售、拍卖、展览、展销和进出口等经营活动，按国家有关文物管理的规定执行。

第二十条　文化行政管理部门对美术品经营单位实行年审换证制度。经营单位应在规定时间内，到原发证部门办理年审换证手续。

第二十一条　经批准设立的画店、画廊、美术品公司半年内未能营业，美术品拍卖公司1年年未能营业，均视为自动歇业，由原发证部门收回其美术类《文化经营许可证》。

第五章　罚则

第二十二条　违反本办法，有下列行为之一的，由县级以上文化行政管理部门视情节轻重，依照管理权限予以警告、没收违法所得、责令停业整顿、吊销《文化经营许可证》的处罚，可以并处违法所得2倍以上5倍以下的罚款：

（一）未经文化行政管理部门批准，擅自从事收售、展览、展销、拍卖等美术品经营活动的；

（二）未经文化行政管理部门批准，擅自举办有赞助的美术品比赛、展览、展销等活动的；

（三）举办核准登记项目之外的美术品经营活动的；

（四）未经批准从事美术品进出口经营活动的；

（五）经营内容反动、淫秽等有害予社会主义精神文明建设的美术品的；

（六）经营假冒美术品的；

（七）转租、转包美术品经营权的。

吊销《文化经营许可证》，须经原发证机关批准。

有上述行为，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十三条　仿制、销售、进口美术品侵犯他人著作权的，由著作权行政管理部门依照《中华人民共和国著作权法》的有关规定给予处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十四条　违反本办法被吊销《文化经营许可征》的单位，从吊销之日起2年内不得重新申办美术品经营活动。

第二十五条　文化行政管理部门根据本办法的有关规定做出处罚决定时，应制作《处罚决定书》，并通知当事人。

当事人对文化行政管理部门的行政处罚决定不眼的，可以依照《行政复议条例》的规定申请复议；对复议决定不服的，可依法向人民法院提起诉讼。当事人逾期不申请复议，不向人民法院提起诉讼又不履行处罚决定的，做出处罚的机关可以申请人民法院强制执行。

第六章　附则

第二十六条　本办法施行前设立的美术品经营单位应当在本办法施行之日起90日内，依照本办法的有关规定，重新办理审核登记手续。

第二十七条　国家对画廊实行评比定级制度，具体办法另行制定。

第二十八条　美术类《文化经营许可证》，由文化部统一监制。

第二十九条　各省、自治区、直辖市文化行政管理部门可根据本办法制定实施细则，并报文化部备案。

第三十条　本办法由文化部负责解释。

第三十一条　本办法自发布之日起施行。以前的有关规定，凡与本办法相抵触的，一律按本办法执行。