

拍賣國寶： 中國大陸文物拍賣市場的興起與發展*

李 玉 瑛

(元智大學社會暨政策科學系副教授)

摘 要

在 1992 年之前，中國大陸沒有文物拍賣，然而在 2010 年中國大陸榮登全球藝術品拍賣市場冠軍寶座。中國大陸的文物拍賣，是在缺乏藝術市場的情況下所產生的，它為探討中國大陸如何從社會主義的控制經濟逐步邁向市場經濟，提供了一個很好的案例。市場不是自然形成的，其中必須有行動者，有效的組織結構與法律規範。本論文認為國家在中國文物藝術品拍賣市場的形成佔有關鍵的治理角色。本文以國家對文物的治理方式之別，把中國大陸文物藝術品拍賣市場發展分為三個階段來討論。從管控期（1949-1978），嘗試改革期（1978-1994），到 1995 年之後的建立規範期。文物在社會主義中國是一種非常特殊的物品，國家對於文物的嚴格管控，也延伸到對新興文物藝術品拍賣市場的管理。在改革開放期間，一切向前／錢看的氣氛，鼓勵冒險的行動者願意成立新興的商業組織。國營企業的經理人從香港習得拍賣文物的交易模式，國營企業成為推展文物拍賣的行動者，將文物交易市場化。在經過一段衝撞體制的嘗試期之後，國家介入施行綿密的法規治理，同時還成立「中國拍賣行業協會」代理國家實際扮演監督管理的角色。中國文物藝術品拍賣市場只有 20 年的發展歷史，其中處處可見國家的角色，是國家支配型市場經濟的典型案例。

關鍵詞：文物、拍賣、藝術市場、市場形成

* * *

* 本文為作者國科會專題研究計畫「拍賣：一個從社會建構觀點的研究」（計畫編號 100-2410-H-155-032-MY2）部分研究成果，特此致謝。作者感謝兩位匿名審查人所提供寶貴的審查意見，也感謝政大講座教授王振寰對本文所提供的批評與討論。

壹、前言

根據 2011 藝術市場趨勢報告，^①中國再次蟬聯榮登全球藝術品拍賣市場冠軍寶座。中國以佔據 41.4% 的全球成交額之勢「超英趕美」，共有 6 位中國藝術家：張大千、齊白石、徐悲鴻、吳冠中、傅抱石和李可染進入全球十大最昂貴藝術家之列，張大千全球排名第一，齊白石居次，安迪沃荷位居第三，以往拍賣會的常勝軍畢卡索則屈居第四。中國有 5 座城市：北京，香港，上海，杭州和濟南榮膺全球十大最佳拍賣城市排行榜。中國拍賣行的快速崛起，已經威脅到蘇富比和佳士得兩大龍頭的地位，其市場佔有率從 2000 年的 73% 下降到 2011 年的 47%。2011 年，中國文物藝術品拍賣市場全國成交總額達到 576.22 億元人民幣（以下非特別註明者均以人民幣計），比 1992 年首場拍賣會成交 300 萬元，增長了 19,207 倍，並且產生超過億元的作品 28 件，使得中國文物藝術品拍賣市場進入了「億元」時代。北京保利、中國嘉德兩家公司成交額雙雙突破百億，超過蘇富比、佳士得兩大國際拍賣公司，北京已經被公認為是中國文物藝術品世界交流中心。

在 1992 年之前，中國沒有文物藝術品拍賣市場，因為在社會主義經濟體之下，文物由國營文物商店專賣。古董文物在大陸文革期間，被視為邪惡的傳統「四舊」之一，沒有人敢擁有。但是在最近 20 年，文物卻成為人人追逐的「寶貝」，傳統文物在拍賣市場屢創上億元的拍賣價格，熟悉中國拍賣發展史的趙榆^②形容：「這是中華民族的光榮，全世界華人的驕傲」。^③在共產黨執政的中國大陸，中華文物從被揚棄的麻煩東西，轉身成為「為國爭光」的寶物，這樣巨大的轉變不但值得研究，而且也顯示出政治和市場經濟如何翻轉古董文物的意義和價值。

從全球的視野觀之，拍賣和國家名譽、地區經濟榮枯有緊密的關係。區域強權的興起支撐全球藝術市場的浮現。1987 年日本保險業鉅子後藤康男以 3,970 萬美元的價格，從倫敦佳士得拍賣會標下梵谷的「向日葵」，被認為是對世界宣示日本的經濟實力。2005 年 7 月，英國佳士得公司拍賣會以 2.3 億元人民幣的高價，成交一件元青花珍品「鬼谷子下山」，創下該公司亞洲藝術品拍賣的最高成交紀錄。^④此次成功的拍賣

註① 「2011 藝術市場趨勢報告」，Artprice 全球藝術市場信息網，http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2011_zh.pdf。

註② 趙榆，中國國家畫研究院副院長，曾任職國家文物局、文化部。1995 年退休後，從事文物藝術品市場研究工作。被聘為中國拍賣行業協會藝委會顧問，北京保利國際拍賣有限公司顧問，中貿聖佳國際拍賣公司顧問，北京翰海拍賣公司常務顧問。主要論著有：趙榆，*中國文物拍賣 20 年 1992-2011*（北京：文物出版社，2013 年）；趙榆，*拍賣業在中國*（北京：北京燕山出版社，1999 年）等。

註③ 趙榆，「文物藝術品拍賣市場 20 年的三個高潮」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=234884。

註④ 「文物拍賣史上的神話『鬼谷子』引發元青花熱」，北京日報，http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/collection/2010-03/15/content_13174182.htm。

不但提升了中國文物在世界藝術品市場的地位，中國富豪也成為國際拍賣會場上廣受矚目的舉牌大軍。目前中國經濟繁榮，國力強盛，中國人在海外拍賣會買回自從英法聯軍火燒圓明園之後散失歐美的中華文物，這是用財力來洗刷過去中國積弱不振，以致於無法保護國寶的恥辱。

古董行和古玩市集在傳統中國社會歷史悠久，但是公開拍賣古董卻是道地的舶來品。拍賣是西方藝術市場中一個高端的交易平台，而且是能見度最高，最具有符號價值和展演效果的舞台。拍賣會是一個將平凡的物品（artifact）轉變為神聖收藏品的儀式。^⑤既有的文獻顯示，藝術拍賣市場需要有成熟的藝術界來支撐。藝術社會學區分藝術市場（art market）與藝術界（art world）之別在於後者為前者打下基礎。^⑥藝術市場通常指的是實際交易的場域，如拍賣會、畫廊、古董行等。而藝術界比藝術市場來得大且範圍較廣，其中包含生產者／藝術家；中介機制，有商業的與非商業的單位，如博物館、教育機構、傳播媒體、雜誌報刊、畫廊等；以及消費者／收藏家。藝術界的中介機構雖然不涉及實際的交易買賣，但是它會影響市場的喜好、品味、趨勢、價格。例如參賽得獎作品，在國家美術館舉行畫展等，都會提高畫家的知名度，同時也會提高其畫作的市場價格。

1990年代中國的藝術市場和藝術界都可說是非常薄弱，但是卻生成了一個高端的文物藝術品拍賣市場。本論文認為它提供一個很好的案例來探討市場的社會建構過程，而且中國文物拍賣市場興起也見證了社會主義的控制經濟，如何逐步邁向市場經濟。市場不是自然形成的，其中必須有行動者、有效的組織結構與法律規範，本文認為國家在中國文物藝術品拍賣市場扮演關鍵的治理角色。本文第貳節首先介紹市場形成理論；第參節敘述中國大陸文物拍賣市場的興起與發展；第肆節討論國家對文物拍賣的法規治理；第伍節是結論。

貳、市場形成理論

對拍賣最早有興趣的是經濟學家，畢竟拍賣是一個明顯可見的市場交易行為，拍賣品的價格該如何計算推演是經濟學的議題。在一般商業場域中，拍賣（sale）意味著減價、大清倉、給消費者撿便宜。但是在藝術場域，拍賣（auction）意味著公開為藝術品定價，而拍賣品由喊價最高者得。一般而言，商品都有定價，商品的價格是由成

註⑤ Russell W. Belk, *Collecting in a Consumer Society* (London and New York: Routledge, 1995); Jean Baudrillard, "The System of Collecting," in John Elsner and Roger Cardina eds., *The Cultures of Collecting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994), pp. 1~24. 兩位作者對於收藏與拍賣有精彩的分析。

註⑥ Robert Morgan, *The End of the Art World* (New York: Allworth Press, 1998); Stuart Plattner, *High Art Down Home: An Economic Ethnography of Local Art Market* (Chicago: University of Chicago Press, 1998); Joy Annamma and John F. Sherry Jr., "Framing Considerations in the PRC: Creating Value in the Contemporary Chinese Art Market," *Consumption Markets Culture*, Vol. 7, No. 4 (December 2004), pp. 307~348.

本、供應和需求來設定的，而商品的價格通常是由賣家／供應者來定價。而拍賣品則似乎脫離這樣的規則，通常文物藝術拍賣品都是沒有實用價值的物品，然而卻往往飆出天價。拍賣所呈現的是不對稱的資訊，因為參與人對價值的定論是不一樣的。基本上有兩種差異，一種是私人價值（private value），也就是說個人願意付出的價格，個人的喜好和價值計算是不會互相影響的。另一種是純公認價（pure common-value），也就是根據市場的供需和該物品的稀有性或是普遍性的價值，容易計算也會互相影響的。然而在拍賣會場中，若是有多個競標者出現，就看哪一個私人價值最高／在乎，就會得標。經濟學者企圖建立「拍賣理論」（auction theory）來解釋拍賣品的價格是如何被計算出來的，其重點在於數學模型的公式計算和演繹說明，假設人們都是理性的去追求個人最大的利益。^⑦

從新古典經濟主義者的觀點而言，拍賣會只是追求個人最大利益和喜好的交換行為，拍賣的儀式過程、地點、參與者和拍賣的傳統（社會結構）都不會影響拍賣的進行和結果。社會學者 Charles Smith 的專書〈拍賣〉，^⑧提出了與經濟學者不一樣的看法。Charles Smith 拋棄經濟學的拍賣理論和數字，將拍賣放置回實際的社會文化脈絡來理解。他認為拍賣解決了物品的不確定性和模糊性，它為物品建立了價值、身分、和所有權。他強調的是：拍賣價值深植於複雜的社會脈絡之中，有許多細緻的人類行為互動因素是經濟學家所看不到的。有些人類的行為不是「個人的自由／理性選擇」模式所能解釋的。實際的情況是，在拍賣官中敲下槌子之前，拍賣品的價格通常難以預估。因為這個價格牽扯許多因素，例如這個拍賣品在藝術史的位置、先前的市場價格、以前被收藏的歷史、想要擁有它的是甚麼樣的人、有多少人競標等等。所以這個價格恐怕不容易被經濟公式預估出來，因為社會文化和參與拍賣會者的心理因素是難以被看透的。針對那種「唯一」的物品，若是有一個以上的人想要得到它，這裡面會牽扯到收藏家／買家的個人因素，如中國人自海外奪回「國寶」志在必得，則價錢就會一直加高。可是類似的物品在之前或是之後，都不能保證會拍出相同的價錢，因為每一次參與人不同，個人因素也不同，所以拍賣的價格很難被預測。例如一張 200 年歷史的法式古董椅子可以拍賣到 275 萬美金，因為買家就是要買它來搭配已經擁有的同一款式古董桌子。為了配成一套，他可以不計成本的拍下這張具有唯一性的古董椅子。若是不考慮個人因素，就難以理解一張椅子可以有這麼高的價值。同理可證，圓

註⑦ 相關研究參閱 William Vickrey, "Counterspeculation, Auctions, and Competitive Sealed Tenders," *The Journal of Finance*, Vol. 16, No. 1 (March 1961), pp. 8-37; William Vickrey, "Auctions and Bidding Games," in Oskar Morganstern and Albert Tucker eds., *Recent Advances in Game Theory* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962), pp. 15-27; Paul Robert Milgrom, "Auction Theory," in Truman F. Bewley ed., *Advances in Economic Theory: Fifth World Congress* (Cambridge: Cambridge University Press, 1987), pp. 1-32; Paul Robert Milgrom, "Auction and Bidding: A Primer," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 3, No. 3 (Summer 1989), pp. 3-22; John Riley and William Samuelson, "Optimal Auction," *American Economic Review*, Vol. 71, No. 3 (June 1981), pp. 381-392.

註⑧ Charles Smith, *Auctions: The Social Construction of Value* (London: Collier Macmillan Publishers, 1989).

明園獸首的拍賣價格。

然而以上對拍賣的討論，不論是經濟學的價格決定或是社會學的文化脈絡觀點，都假設了一個健全市場的存在，也就是已經有可交易的商品，有既存的收藏家／買家與拍賣商、以及一個可以操作的拍賣規範和規則，然後交易者之間可以理性計算或基於「價值」的選擇來交易。這樣的理論觀點，對於中國文物拍賣市場的生成，並無法提供有效的解釋。因此我們需要不同的理論視角，去探討一個從無到有的「市場建構」過程。

人類的交易行為，在市場社會出現之前就存在，依照博藍尼^⑨的說法，它們基於三種不同的原則，分別是：分配、互惠、和家戶。在以分配為原則的交易中，例如部落或封建社會，貿易與生產是集中管控，然後再分配給社會成員；在以互惠為原則的交易中，物品的流通是基於互惠交換而不是商品買賣，它們基本上是以禮物形式相互交流；最後在家戶形式中，生產是以家戶的消費為主，家戶內部分工生產並不涉及市場價格，而是合作形態。博藍尼認為這三種交易形態在市場社會出現之前，是人類經濟行為的普遍形態，而現代的資本主義市場經濟出現的「鉅變」，就是由於現代國家的介入，摧毀舊有的封建制度，釋放被地主約束在土地耕作的勞動力，才逐漸改變和建立了現代商品市場經濟交易形態。這樣的改變，即國家透過權力壟斷，建立新規範的過程。馬克思早在其〈資本論〉中，把這樣一個現代資本主義市場建構的初始過程，稱之為「原始積累」。

從制度論（institutionism）的觀點，現代商品市場建構的過程，其實就是市場交易制度穩固建立的過程。任何的交易都需要制度和秩序，而這需要有清楚的價格訂定和競爭機制，以及交易規範，以維持一個能夠讓交易者之間可以預期和穩定交易的制度基礎。^⑩正因為市場的競爭充滿不確定性，因此更需要建立一個讓大家都接受的規範和制度（regulations and institutions）。這樣的制度建構，在現代社會只能透過國家的手來建立。因此，社會學家 Neil Fligstein 就認為市場不是憑空出現的，他在〈市場即政治〉^⑪論文中認為市場其實也是社會政治所建構的，現代國家要進入資本主義，首先要解決的是支撐市場能順利進行的規範和制度，例如財產權、治理結構、交換規則等，以讓市場中的行動者得以自我組織起來，競爭合作與交換。國家所建立的制度，型塑了市場組織的方式，也型塑了「控制概念」（conception of control），也就是對於市場如何運作的概念和世界觀。^⑫對於新興的市場而言，控制概念經常採借自鄰近市場，以建立市場規範。不過，Neil Fligstein 也指出，就像是一個國家的形成一樣，市場的

註⑨ Karl Polanyi, *The Great Transformation* (Boston: Beacon Press, 1957).

註⑩ Jens Beckert, "The Social Order of Markets," *Theory and Society*, Vol. 38, No. 3 (May 2009), pp. 245-269.

註⑪ Neil Fligstein, "Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions," *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 4 (August 1996), pp. 656-673.

註⑫ Neil Fligstein, *op.cit.*, p. 658. 舉例來說，控制概念在台灣指涉市場中大多為中小企業，因此水平關係網絡是市場組織的主要概念，而南韓則是垂直整合的大公司。在本文中，將會看到國營企業的市場經營是中國大陸主要的控制概念或世界觀。

形成也是充滿衝突競爭，不同社會網絡關係彼此之間有權力的消長，也都會企圖影響政府部門介入管理和建立規範，因此，市場經常是處於一個動態變化的狀態。由於本文研究一個無中生有的市場生成過程，所以將借用以上國家建構市場觀點，特別是 Neil Fligstein 對市場形成之政治建構部分理論架構，來分析中國文物市場建立的過程。本文也將特別分析，國家如何建立規範和制度、以及誘導行動者 (agent) 參與市場制度並建立秩序的過程。以下的分析，將先討論中國文物藝術市場破冰而出的歷史與社會文化背景，也就是解釋為什麼 (why) 會有文物拍賣而不是其他的交易方式。其次再依序說明國家在何時 (when)，透過哪些行動主體 (who)，以及如何 (how) 建構出中國文物拍賣市場。

參、文物拍賣的興起與發展

本文認為中國大陸的文物拍賣市場是一個無中生有的市場，主要是因為在中國共產黨執政後，取消私有財產，一切收歸國有，在 1978 年改革開放之前，並沒有市場可言。改革開放期間，出現各種新興的交易方式，挑戰既有僵硬的制度。在經過一陣混亂之後，才慢慢建立起制度規範。本節將這段文物拍賣的歷史分為三個階段來討論。第一階段稱為管控期，從 1949 年到 1978 年改革開放。第二階段是嘗試開放期，始於 1978 年改革開放，各種新興的文物交易方式鬆動既有的國營壟斷，最重要的是拍賣呈現了文物的市場價值，拍賣儼然成為文物定價的一種重要方式。第三階段是建立規範期，始於 1995 年國家文物局批准 6 家文物拍賣試點單位，可視為國家正式認可文物拍賣，並且由官方授意成立中國拍賣行業協會，作為市場和官方的中介單位，協助政府部門貫徹執行國家政策法令，展開行業管理，並向政府反映市場現況和需求。中國大陸文物拍賣市場的發展過程繁雜，對於文物管理的規定也很多，本文無法詳述，謹將大事紀和相關法規整理如表 1。本節先敘述各個階段文物拍賣發展的重點，法規治理將留待第肆節來討論。

一、國營壟斷的文物交易 (1949-1978)

雖說文物拍賣是來自西方的交易方式，但是收藏字畫、文玩古董市場在中國已經存在。中國歷史悠久，自古留傳下來可移動的文物，不可移動的古蹟和文化遺產不可勝數。早在宋朝開始，古董文玩已經形成一個成熟的自由流通商品交易市場，原本這是一個屬於仕紳階級的小眾市場，和一般人的生活並沒有太大的關係，對民生經濟也沒有太大的影響。古董行和古玩市集在傳統中國的通都大邑皆有之，是一個屬於文人雅士，達官顯要和富商大賈的玩賞天地，因為只有他們有能力欣賞，有財力擁有。古董買賣是沒有公定價格的，通常都是店家和買家私下決定價格，外人無法得知。有道是古董行「三年不開張，開張吃三年」。不但買賣古董價格不公開，不透明，連品質也都沒有保證，各憑眼力。

表 1 中國大陸文物拍賣的歷史階段

年代	大事紀	相關法規
管控制期 1949-1978	1956年公私合營商店 1960年文物商店 1966-1976年文化大革命	1951年8月政務院頒佈《禁止珍貴文物出口的暫行辦法》 1961年《文物保護管理暫行條例》
嘗試開放期 1978-1994	1986年廣州成立了第一家國營拍賣公司 1990年成都市拍賣市場拍出清末民初趙熙的一幅對聯 1992年深圳動產拍賣行在深圳博物館舉行首屆當代中國名家字畫拍賣會 1992年文物「首拍」：92北京國際拍賣會 1992年第一家國營文物拍賣公司上海朵雲軒成立 1993年上海朵雲軒首拍 1993年中國嘉德國際文化珍品拍賣有限公司成立 1994年中國嘉德首拍	1982年《中華人民共和國文物保護法》 1989年《1989年經濟體制改革要點》 1991年修訂《中華人民共和國文物保護法》 1992年8月《國務院辦公廳關於公物處理實行公開拍賣的通知》 1994年7月國家文物局發佈《關於文物拍賣試點問題的通知》、《文物境內拍賣試點暫行管理辦法》
建立規範期 1995-	1995年國家文物局批准6家文物拍賣試點單位 1995年「中國拍賣行業協會」成立 1995年第一場超過一億元的拍賣會，北京翰海春拍 1995年第一件超過千萬元的拍品，北京翰海推出的北宋張先〈十詠圖〉 1999年「中國拍賣行業協會」設立「文化藝術品拍賣專業委員會」 2009年第一件超過億元的拍品，中貿聖佳推出的徐揚〈平定西域獻俘禮圖〉1.34億元 2010年創拍品最高的紀錄黃庭堅〈砥柱銘〉4.3億元，保利春拍賣出 2010年中國拍賣行業協會推出〈中國文物藝術品拍賣市場統計年報〉 2011年中國拍賣行業協會推動「中國文物藝術品拍賣標準化達標企業評定」	1995年海關總署、國家文物局發佈《暫時進境文物復出境管理規定》 1996年國家文物局頒發《關於1996年文物拍賣實行直管專營試點的實施意見》 1997年實施《中華人民共和國拍賣法》 2001年3月國家工商局頒佈《拍賣監督管理暫行辦法》 2002年修訂《中華人民共和國文物保護法》 2002年12月3日頒佈《拍賣規則》 2003年7月國家文物局發佈實施《文物拍賣管理暫行規定》 2003年7月國務院《中華人民共和國文物保護法實施條例》 2004年8月修訂《中華人民共和國拍賣法》 2005年1月國家商務部頒佈實施的《拍賣管理辦法》 2007年修訂《中華人民共和國文物保護法》 2010年7月商務部頒佈實施《文物藝術品拍賣規程》行業標準 2011年6月中國拍賣行業協會發佈《中國文物藝術品拍賣企業自律公約》 2013年國家工商局頒佈《拍賣監督管理辦法》 2013年修訂《中華人民共和國文物保護法》

資料來源：作者自行整理。

中國共產黨對於文玩古董有著矛盾的情節，一方面這些東西都是屬於傳統社會資產階級癖好，是舊社會的「遺毒」，是不應該被允許擁有和交易的東西；但是另一方面對於老祖宗的遺物也必須善盡保護的責任。文玩古董在中國共產黨執政之後被統一稱為「文物」，並且是以「保護」的態度來面對之，受到嚴格控制。1951年8月政務院頒佈了《禁止珍貴文物出口的暫行辦法》，1961年3月公布的《文物保護管理暫行條例》即規定，在中華人民共和國境內，一切具有歷史、藝術、科學價值的文物，都由國家保護，不得破壞和擅自運往國外。一切現在地下遺存的文物，都屬於國家所

有。

在中國共產黨執政之下，國家成為古董文物「唯一」合法的擁有者。首先在 1956 年全國私人古玩店都被改為公私合營商店，1960 年文物的經營管理全都收編進國有的文物商店。文物的收購和出口遵循「三統政策」，由文物部門統一收購，統一定價和統一銷售。文革期間，在破四舊的口號帶領下，紅衛兵對古蹟文物的破壞，讓一般民眾不敢擁有古董文玩，文物商店根本是沒有生意可做。1978 年文物商店才恢復營業。

國家對文物的壟斷除國有文物商店外，還有由商業或外貿系統領導的經營工藝品的公司。前者的主要目的是看管國家文物，後者的主要目的是販賣文物為國家換取外匯。被允許外銷的文物是經過專家鑑定，由文物部門打上火漆印出口，專門賣給外國人作為創匯方式，只收取外匯券不收人民幣。矛盾的是，將國家文物出口外銷，就是在「賣祖宗遺產」，其實是和保護文物的政策相抵觸的。然而當時中國大陸實在太貧窮，中華文物是能夠為國家賺取外匯的少數物品，只好靠賣文物創匯支援國家建設，但是文物出口堅持「少出高匯，細水長流」的政策。嚴格控制文物出口：數量控制、總量控制、級別控制。這是在計畫經濟下對文物控制的兩手政策。

二、嘗試開放期（1978-1994）

控制型的計畫經濟之下，國營文物商店的交易如同一潭死水。根據前中國國家文物局局長張德勤^⑬的敘述，文物商店經營壟斷生意有三個困境。^⑭第一是「大鍋飯」主義，不夠積極進取，經營心態是「多一事不如少一事！」第二，文物商店一向有分「內櫃」與「外櫃」之分。外櫃面向海外人士，還有一些品相不錯的文物出售，而國內買家只能在內櫃購買一些次級的文物。這種區別對待，讓國內買家的購買意願降低。第三，文物商店的壟斷心態，壓低收購的價格，不符合市場經濟的原則，所以無法收購到好的東西，而壞的東西也賣不出去，走投無路。

與此同時，民間的文物個體戶和黑市在改革開放之後卻開始活躍。由於傳世品文物交易自古即有，這些已經根植於中國社會的古玩文化，雖然在中國統一經濟時期暫時銷聲匿跡，但很快地在改革開放之後死灰復燃。在 1980 年代中國各地就有些花鳥市場，舊物市場的出現，這些交易都完成在黎明之前，所以也被稱為「鬼市」、「黑市」或是「早市」。但是因為國家單位有臨檢，查扣行動，使得這樣的市場曇花一現，但是仍然頭面略改，不斷流竄。因為按照 1982 年 11 月 19 日公佈的《中華人民共和國文物保護法》規定：文物不是商品，不能買賣，私人藏有的文物，只能由文化行政管理部門指定的單位文物商店收購，其他任何單位或者個人都不得經營文物收購的業務。這是制度性保障國營的文物商店獨家壟斷文物的流通和交易，但是民間非法的

註^⑬ 張德勤掌舵中國的文物事業整整 8 年（1988-1996），這段時間的正是文物拍賣的試水溫期，他在這個關鍵的位置上，主張開放，接受市場經濟，尤其是對非文物系統出身的中國嘉德的支持。

註^⑭ 陳亞南，「他，推開文物拍賣的那扇門—訪國家文物局原局長張德勤」，*中國拍賣*（北京），2007 年第 21 期，頁 23。

舊貨市場依然不斷游移壯大，對國營企業文物商店帶來挑戰和威脅。同時也顯露出國營企業缺乏彈性的窘態。例如，國營的文物店沒有錢收購，遇到守法農民自遠處帶來的新石器時代的彩陶，只能付給 5 塊錢收購，但是這物品在當地的舊貨市場的行情是 2~300 元，傷心生氣的農民就在文物店門口把國寶給砸爛洩恨。^⑮所以原本政策是要保護國寶，但是敵不過黑市的競爭，使得要賺錢的人們拼命將古董流入民間舊物市集，讓文物個體戶和黑市蓬勃發展。

依照《文物保護法》規定，國營的文物商店是合法擁有文物經營權的唯一單位，所以文物商店擁有非常多的文物。尤其是在文革過後，文物商店恢復營業初期，當時落實查抄文物政策，有些心有餘悸的人，就把剛歸還到的文物，出售給文物商店，所以這期間徵集到大量文物。商店開門就是要作生意買賣，國營文物商店面臨的問題，除了人員工作懈怠之外，還有就是貨品停滯，囤積了大量普通等級的文物，不知如何是好。偶然地，1992 年的一場拍賣帶給國營文物商店一個轉變的契機。

（一）拍賣發現文物的市場價格

在 1949 年中國共產黨執政以後，就沒有拍賣行業的存在。直到 1986 年，廣州成立了第一家國營拍賣公司，^⑯拍賣一些罰沒充公物品，才算重新恢復拍賣業，但絕無古董文玩類的物品拍賣。1988 年拍賣業在北京和上海重現，當時以拍賣海關或法院沒收查封物資為主。1989 年 3 月，國務院批轉國家體改委《1989 年經濟體制改革要點》中明確要求：「要在若干中心城市試辦拍賣市場，開展各類公物的拍賣業務」。隨後，原國家體改委決定在瀋陽、北京、廣州、天津、上海、哈爾濱、大連、重慶等城市進行試點，恢復拍賣業」。1992 年 8 月 30 日，國務院辦公廳頒發了《國務院辦公廳關於公物處理實行公開拍賣的通知》，從此開啓了拍賣市場的大門。^⑰1990 年成都市拍賣市場拍出清末民初趙熙的一幅對聯，算是文革後最早的字畫拍賣。1992 年深圳動產拍賣行在深圳博物館舉行首屆當代中國名家字畫拍賣會。會場上最高價的一幅畫是〈雄心壯太華〉以 12.5 萬港元成交，各新聞媒體紛紛報導。^⑱從國營書畫店的三、五百元人民幣，到特區拍賣場上的 12.5 萬港元，這麼大的價格懸殊充分說明了拍賣的魅力，也顯現出中國文物和市場經濟碰撞出「驚人」的市場價格。

（二）92 北京國際拍賣會

中國大陸第一次真正的文物拍賣是 1992 年 10 月 11 日在北京舉辦的「中國文物藝術品國際拍賣會」，也就是在文物藝術拍賣業內被視為「首拍」的「92 北京國際拍賣

註⑮ 周倜，古玩市場今昔考（北京：中國文聯出版社，2001 年），頁 52。

註⑯ 中國拍賣行業協會，中國拍賣 20 年（1986-2006）（北京：知識出版社，2007 年），頁 3。

註⑰ 同前註，頁 17。

註⑱ 王鳳海，「對我國文物藝術品拍賣主要成就的認識」，雅昌藝術網，http://comment.artron.net/show_news.php?column_id=11&newid=289615。

會」。起因是 1991 年 2 月 9 日北京市的拍賣晚會上，貴賓荷蘭人彼特·洋森建議，希望在 1992 年北京黃金旅遊年的活動中辦一場以拍賣中國藝品為主的「中國旅遊拍賣會」。結果由北京市拍賣市場、北京廣告公司、北京對外文物交流中心與荷蘭國際貿易諮詢公司在京聯合舉辦中國首次國際拍賣會。此場拍賣會還得到國家文物事業管理局、北京市文物局、北京海關、國家外匯管理局北京分局、北京市文化局、國家文物鑑定委員會、北京市文物鑑定委員會等多方面的支持。^⑩所以這個首拍表面上是民間主辦，但實際上是充分得到官方支持與認可的活動，否則拍賣的文物根本得不到許可。

結果這場「首拍」成交文物與藝術品 260 件，成交額 300 萬元。相較於目前的拍賣規模，這樣的成交額不大，但是「它的意義在於文物政策上的突破，開創了文物走上拍賣市場的先河」。^⑪這次拍賣會最讓中國文物經營者感到「驚艷」的就是體會市場經濟的魅力，因為在這樣的拍賣場上，人們一下子可以看到了許多拍品，同時也見到來自世界各處的收藏家，他們對拍品競相出價，讓當時的北京文物經營者得知這些文物的「市場價值」。時任北京文物局局長的王金魯提到，北京文物商店參拍的一把戰國銅劍是特許文物，在店內只能賣到 1,600 美元，但在拍賣會上以 1 萬美元成交。還有一件只算是一般文物的清末民初的大理石六扇屏，很多文物店都有這樣的東西，店內銷售只有 200 美元，但在這次拍賣竟然以 8,000 美元拍出，引起很大的轟動。^⑫參與籌備工作的賀立彬^⑬舉帽筒而言，過去帽筒被認為很粗俗，沒人要，也不值錢。但是在這次拍賣會上所提出的 20 個帽筒卻賣出了幾千美金，讓他們驚訝這種東西也能以此價格出售，以前放在文物商店裡，不知道多久才能賣出去一個。可見拍賣不但比文物商店賣得好，而且價錢也賣得高。^⑭

（三）朵雲軒的香港經驗

文物的拍賣價格與文物商店商品價格天差地別，上海朵雲軒總經理祝君波感受特別強烈清楚。朵雲軒是上海市出版局下屬企業，舊書畫、碑帖是朵雲軒的經營強項。朵雲軒的書畫經常被香港的古董商和拍賣公司買走，一開始他並不知道這些文物到香港能賣多少錢，1987 年秋天他首次到香港，才發現兩地的價差有 10 倍之多。「記憶猶新的是一套張大千春夏秋冬的山水四條屏，我們收購價 4 萬元，賣出價 6 萬元，才

註⑩ 趙榆，「改革開放的政策對文物藝術品拍賣市場的強大支撐」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=234883。

註⑪ 趙榆，「論中國文物與藝術品拍賣市場 15 年」，雅昌藝術網，<http://auction.artron.net/20090921/n87547.html#DS>。

註⑫ 王金魯，「北京第一次文物國際拍賣」，北京觀察（北京），1997 年第 6 期，頁 37。

註⑬ 賀立彬是中貿聖佳國際拍賣有限公司首席拍賣師、中國慈善公益拍賣師，從 1990 年開始從事拍賣工作，1998 年取得拍賣師執業資格，主持過各種拍賣會千餘場。

註⑭ 謝易彤，「賀立彬：細述首屆文物藝術品拍賣（下）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=222704。

賺了 2 萬，而在香港賣出了 87 萬港幣。」^④ 1992 年 4 月 26 日，祝君波和同事三個人帶著 40 多張畫去了香港，和香港一家華資永成拍賣行合作，第一次用拍賣的方式銷售朵雲軒的作品。結果所有的作品全部拍出，而且價錢比上海賣得貴多了，後來他們還去觀摩了佳士得和蘇富比的拍賣會。他們三人很興奮，感到很有收穫，發願回去也辦一家拍賣行。對祝君波而言，香港之行所獲得的是革命性的，畢生難忘的經驗。截至 1993 年秋，朵雲軒先後和香港永成拍賣行合作過 4 次拍賣，累積經驗並且習得拍賣的全部流程。^⑤

以上的文獻資料顯示出「普通的」文物在拍賣場中展現出「驚人」的市場價格，這是和把文物放在文物商店等著客人上門不一樣的經營形態。中國歷史悠久，留傳下來的歷史文物數目龐大而且品相多元，博物館只能保管展示最精美與具有特殊歷史意義的文物。上不了博物館檔次的普通物品放在文物商店是「沒有用」的東西，放在儲藏室不但佔用空間還賺不到錢。然而將其放在市場上自然會有人想要而購買，所以在文物商店「物滿為患」以及商業利益的考量之下，讓文物進入市場流通，勢在必行。

拍賣是一個公開的商業仲介平台，經過大量的宣傳將商品公諸於眾，不但印製精美的圖錄，拍賣前還要舉行大規模的展覽，招攬有興趣的買家前來鑑賞。由於事前經過規劃，拍賣過程公開，事後還要將拍賣金額公佈以昭信天下。這樣的商業形式在歐美國家已經很普遍，但是對改革開放的中國卻是「新鮮」事物。文物拍賣不但「開發」了文物的市場價格，還掀開了以往古董避談價格的神秘面紗，文物公開的拍賣價格立刻成為其他相類似商品的參考定價，這樣的定價方式對文物的交易具有正面的功能。於是國營文物店成為改革的行動者，將文物拍賣引進中國，建立新的商業機構：拍賣公司。

（四）新興的商業機制：拍賣公司

1. 上海朵雲軒

從香港所引進的文物拍賣讓國營商店的文物經營者看到一線生機。將經營文物的形態從被動等著客人上門殺價，轉變為主動行銷讓客人爭相出價，由價高者取得。1993 年 2 月 20 日，上海朵雲軒在靜安希爾頓酒店舉行了拍賣公司成立大會。同年 6 月 20 日，舉辦了一場現代意義上的拍賣會，敲響了中國藝術品拍賣的第一槌。拍賣預展在上海美術館舉行，門票 20 元，拍賣會也要憑票入場，入場券 85 元。^⑥當時印了 5 千份圖錄，靠著曾經在香港參加拍賣會所結識許多收藏家幫忙宣傳，因此香港、台灣、新加坡的收藏家都來捧場。

這場拍賣的成績是成交率為 74.5%，成交總價為 830 萬港元，有兩件拍品超過 100

註④ 祝君波，*祝君波談收藏*（上海：上海文藝出版社，2012 年），頁 145。

註⑤ 香港的拍賣經驗與詳情參閱祝君波，前引書，頁 143-148。

註⑥ 最初當拍賣還是新鮮事物的時候，想要觀奇的人很多。為了控制人數，不論是參觀預展或是拍賣會，都要購買入場券。後來當拍賣愈來愈頻繁，才開放讓人自由免費參加。

萬元。比原先兩次預估的成交 250 萬元、400 萬元有了很大的突破。此舉讓朵雲軒賺了錢，嘗到了拍賣會的甜頭。原本朵雲軒一年的利潤也只有 100 萬元左右，此場拍賣會的佣金就賺進 200 萬元，總經理決定所有現職和退休的員工都能得到分紅，讓朵雲軒的職工喜出望外。更重要的是，現場氣氛熱烈，競價激烈，真正的敲響了中國藝術品拍賣第一槌。^⑦中國拍賣業後來的菁英，如秦公、^⑧王雁南^⑨、甘學軍、^⑩米景揚^⑪等等，都在朵雲軒首拍的現場受到了鼓舞，後來成立他們自己的北京翰海、中國嘉德、北京榮寶拍賣公司。例如翰海拍賣行創始人秦公生前多次對祝君波說：「你們拍賣成功，對我刺激太大了。一個下午做了 800 多萬元生意，在當時的體制下聞所未聞。所以，你們請我吃慶功宴我沒有心情，當天晚上就在住地延安飯店策劃成立翰海！」^⑫由此可見，拍賣不僅發現了文物的市場價格，還可以讓經營者分紅得利，「利潤」可能才是真正鼓舞國營企業都想往拍賣發展的有力動機。

2. 北京翰海

上海朵雲軒首場拍賣會奪得頭彩，為國營的文物商店立下典範。全中國實力最強大的北京文物商店當然是急起直追。北京翰海拍賣有限公司，原名北京翰海藝術品拍賣公司，成立於 1994 年 1 月，是經北京市人民政府批准，工商行政管理部门核准註冊，國家文物局首批獲准拍賣一、二、三類文物的大型綜合性拍賣公司，是全國高級人民法院、北京市高級人民法院首批推薦選用的拍賣機構。總經理秦公在 1993 年觀摩上海朵雲軒拍賣成功，大受鼓舞，對拍賣文物非常肯定。以文物商店而言，本身就有許多的文物商品，原本是放在店裡等客人來殺價，或是擺在倉庫積灰塵，以新式的拍賣形式，則可以讓物品的銷售價格一路往上飆。在當時的確是令人振奮的交易方式。

翰海是中國最大的官辦文物藝術品拍賣公司，尤其公司的業務人員都是文物界的行家老手，而且全國的文物商店都可以支援，該公司的人脈強。加上他們是琉璃廠的老字號，與收藏家也熟悉，徵件當然也不困難。這樣豐富的資源是其他拍賣公司無法比擬的。北京翰海拍賣公司首場拍賣會於 1994 年 9 月 18 日在北京保利大廈劇場舉行，推出「中國書畫碑帖」、「中國古董珍玩」兩個專場，此場拍賣會成交額高達 3,300 萬元，引起業界高度關注。

註⑦ 第一次上海拍賣的詳情與經過可參閱祝君波，前引書，頁 149~160。

註⑧ 秦公（1943-2000），2000 年 5 月 20 日，於拍品甄選現場，心臟病發作，猝然去世。秦公 1964 年任職北京市文物公司，經 30 年累遷至總經理，兼北京翰海藝術品拍賣公司總經理、北京市文物公司總經理，是著名的文物鑑定專家、書法家。他是早期中國藝術文物拍賣發展史上深具影響力的人物。當中國嘉德成立之前，專家顧問都持懷疑和質疑的態度，只有秦公正面積極支持中國嘉德的成立。他這樣對甘學軍說：「我支持你們，也是支持我自己。因為我也想搞拍賣。但體制內第一個吃螃蟹不好吃。容許你們幹了，就沒理由不批准我們幹！」參閱甘學軍，「大智慧者，公也！」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=259319。

註⑨ 王雁南是中國嘉德的總經理，她是趙紫陽的小女兒，後來改隨夫姓。

註⑩ 甘學軍是中國嘉德的副總經理（1993-1997），後來擔任北京華辰拍賣有限公司董事長兼總經理。

註⑪ 米景揚 1956 年進入榮寶齋，歷任北京榮寶齋編輯、副編審、副總經理。

註⑫ 祝君波，前引書，頁 159。

同樣是由國營文物店在 1994 年成立的還有另外兩家拍賣公司，一個是位於北京由榮寶齋控股的北京榮寶拍賣有限公司，以及 1994 年 8 月成立於成都的四川翰雅拍賣有限公司。

3. 中國嘉德：民間股份有限拍賣公司

中國嘉德是以現代企業制度建立起來的第一家全國性的拍賣公司，特別的是該公司名稱頂著「中國」二字，但卻是「私營」企業。1992 年是中國改革開放過程中意義重大的一年，1992 年年底召開了中國共產黨第十四次全國代表大會，最終確立中國是走社會主義市場經濟的道路。不久，國家體改委等部門制訂公佈了《有限責任公司暫行條例》、《股份有限公司暫行條例》等相關法律條例，讓創辦真正意義上的現代企業在法律上有規可循。在國家政策的引導，讓大批政府機關、科研單位有膽識的知識份子紛紛主動下海，放棄鐵飯碗，自行創業。^③就是在這樣開放鬆動思想的大環境之下，當時任職於國務院發展研究中心〈管理世界〉雜誌社的副總編陳東升，因緣際會的創辦了中國第一家完全按照市場經濟股份制的全國型拍賣公司。

陳東升明瞭當時文物是專營，於是他策略性地向文化部申請成立「中國國際文化珍品拍賣有限公司」經營當代藝術，指的就是現世的珍品，避免去碰觸「文物」這個敏感的字眼。^④1993 年 5 月 17 日國家工商行政管理局核准「中國嘉德國際文化珍品拍賣有限公司」登記。這是由國家文化部、國務院經濟貿易辦公室批准的，與掌管文物的文物局沒有關係。但是文物能不能拍賣，還是要文物局批准。當時國家文物局局長張德勤對國營文物商店頗有改革之意，而對於拍賣事務並不清楚，他接受台灣古董商徐政夫的建議到歐洲實地考查。^⑤他認識到文物藝術品拍賣在英國行之有年，是一個公開交易制度化的平台，咸認拍賣是有助於建立中國文物交易的制度化。由於官方主事者也嘗試理解文物交易的市場經濟運作方式，他們的思想解放和政治開明務實，對嘉德的成立幫助非常大。張德勤在接受訪問時表示，由於嘉德已經獲得文化部的批准支持，他也壯起膽子願意支持。在嘉德成立酒會上，張德勤與國務院副秘書長徐志堅坐在一塊，他和徐志堅談了自己的想法，他說：「我們還是解放一下思想，讓嘉德試試看吧。」徐志堅回答：「張局長，你說到這兒，我沒意見，關鍵是要他們小步走，慢慢來。」^⑥「小步走，慢慢來」當時聽來就算是代表國家當局沒有反對的意見，因此在官方主事者善意的支持之下，中國嘉德，這個被文物局局長張德勤形容是「非文物局的

註 ③ 這批下海的企業家被稱為 92 派。知名人物有陳東升、馮倫、王石、田源、毛振華等人。

註 ④ 謝易彤，「拍賣 20 年系列之七對話陳東升：嘉德是這樣建成（上）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=240883。

註 ⑤ 張德勤帶著馮先明、耿寶昌、楊伯達，以及宋北山等人，一起到達英國考察。當時是由台灣古董商，觀想負責人徐政夫帶著他們去看了古董店，也去看了所謂的跳蚤市場，讓他們對西方藝術交易市場有所理解。謝易彤，「對話徐政夫：我把台灣收藏家推薦入內地拍行」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=235340。筆者 2010 年 3 月 27 日訪談過徐政夫，他不諱言自己對於中國文物拍賣做出很大的貢獻。

註 ⑥ 謝易彤，「拍賣，打破壟斷專營的早產兒：拍賣 20 年系列之九對話原國家文物局局長張德勤（中）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=265525。

親生兒子」，得以在文物專賣的文物體系中，打開文物藝術品的拍賣市場。嘉德在成立 10 週年的專刊中，陳東升一再感謝國家部門的支持，指名感謝：文化部常務副部長高占祥、部長助理高運甲、國家文物局局長張德勤、文化部市場司司長靳靜、對於創辦嘉德所給予正面的幫助。³⁷ 1994 年 3 月 27 日舉辦了嘉德第一次拍賣會。嘉德首場拍賣的成交額是 1,423 萬元，由於嘉德位於北京，因此它的首拍雖然比上海朵雲軒晚，但是得到的是卻是全國，甚至是全世界的關注。而且至今一直是中國文物拍賣企業的領頭羊，2012 年到香港成立分公司並舉行拍賣，2013 年歡慶成立 20 週年。

（五）國營企業成為文物拍賣主流

改革開放以來，政策鼓勵嘗試各種致富的方法，所以拍賣這個新興交易方式可以被當局容許。而從現實層面來看，文物的市場價值帶給國營文物商店的從業人員非常大的吸引力，以前怠惰的大鍋飯主義被拍賣的高價所鼓舞。國營文物商店坐擁大量的文物，不愁沒有貨源；同時國營企業有良好的黨政關係，容易取得文物拍賣的許可。中國嘉德雖然表面上是民間股份公司，但是創辦人陳東升出身國務院，擁有可靠的黨政關係，而嘉德 12 個首批發起股東中有兩個關鍵的股東，他們是中國工藝品進出口總公司和中國畫研究院，為該公司提供了具體文物來源和鑑定的專業。³⁸ 所以嘉德表面上看似沒有任何文物公司在背後支撐，如上海朵雲軒和北京翰海，但是其股東中國畫研究院以及它所延伸出去的社會網絡就保障了豐富的文物資源。

在 1990 年代初，中國社會普遍貧窮，民間畫廊，古董商都不存在。一來是沒有錢，二來是法規不允許私人交易。在這樣客觀的情勢下，國營和私營大型的拍賣公司陸續出現，成為中國文物拍賣市場興起的特殊途徑。同時也呈現出中國大陸文物藝術拍賣市場的發展，與世界其他地區的發展都不同，其特色是拍賣市場獨大。藝術品市場一般分為一級市場及二級市場，所謂一級市場主要指藝術品初次流通的市場，包括古玩城、畫廊、文物商店、藝術品博覽會等；二級市場主要指藝術品拍賣市場。根據世界各地普遍藝術市場的發展規律，一級市場先於二級市場發展，且較二級市場更為繁榮，例如英國、美國、台灣和香港的情形。但在中國卻是相反的境況，一級市場沒有發展的條件。以北京文物商店所支持的翰海拍賣公司為例，翰海的首場拍賣就很成功，所以接著就一路往拍賣發展，反而使得一級市場的文物商店經營更困難。由於佔據領先位置的拍賣公司都有國營企業當靠山和支撐，彼此之間有實力互相競爭，導致

註³⁷ 「嘉德 10 年」，中國嘉德國際拍賣公司官方網，<http://www.cguardian.com/tabid/203/Default.aspx>。在 2013 年嘉德成立 20 週年的酒會上，張德勤、高占祥、靳靜依然是座上貴賓，深受敬重。參閱「嘉德通訊 2013 年第 3 期」，中國嘉德國際拍賣公司官方網，<http://www.cguardian.com/Portals/0/pdf/2013/2013%E5%B9%B4%E7%AC%AC3%E6%9C%9F/20%E5%91%A8%E5%B9%B4%E5%BA%86%E5%85%B8.pdf>。

註³⁸ 根據趙榆的敘述，當時中國畫研究院並沒有錢入股，但是嘉德認為中國畫研究院的專業支持太重要了，還是給了七個股份給中國畫研究院，並請趙榆擔任顧問。謝易彤，「趙榆，記錄歷史同樣被歷史記錄」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=282995。筆者於 2013 年 8 月 13 日在北京訪問趙榆先生，他再次表明當初中國畫研究院沒有拿錢出來。

拍賣這個二級市場有聲有色的發展。這是中國特有的文物政策導引出這樣特殊的文物藝術品拍賣市場，同時也顯示，文物市場化的過程和中國大陸的國家領導型資本主義發展模式是一致的。

三、建立規範期（1995-）

（一）拍賣試點單位

囿於文物在中國是一種被保護管控的商品，除了國營的文物商店，沒有任何人或單位可以合法交易文物。因此，在改革開放的年代，文物拍賣公司是由國營文物商店順應潮流，提高企業的營收主動帶頭提出的改革機制。而國家則是適時地配合情勢，制訂法規來應付逐漸出現的市場。1994年7月國家文物局發佈《關於文物拍賣試點問題的通知》、《文物境內拍賣試點暫行管理辦法》都是順應趨勢適時推出的法規。1995年國家文物局批准6家公司為文物藝術品拍賣試點單位，但是在經營業務上有所區隔。他們是中國嘉德、北京翰海、北京榮寶、上海朵雲軒、中商聖佳、四川翰雅。當局規定北京翰海和四川翰雅貨源從國內市場和全國文物商店徵集，中國嘉德從國內及國外徵集，上海朵雲軒和北京榮寶主要經營近現代書畫和文房四寶，中商聖佳貨源主要是從海外徵集。中商聖佳公司開始隸屬於商業部，後改制更名為中貿聖佳公司。劉亭擔任董事長，劉亭是劉少奇的小女兒，擁有豐沛的社會資本，該公司最早推出西洋鐘錶拍賣專場、當代前衛派繪畫作品拍賣專場，打響中貿聖佳公司的知名度。這6家當中，只有嘉德是民間股份有限公司。有4家是原本國營文物商店分支的新事業，其中四川翰雅公司的基礎是四川省文物總店，後來因為國企轉制等原因經營不善，以後的發展則不順利。其他5家則一直在業界引領風騷至今，被業界稱為「老五家」，整理如表2。

表2 1995年文物藝術品拍賣試點單位

拍賣公司 負責人	成立年代	地點	徵件來源	批准單位	隸屬單位／特色
朵雲軒 祝君波	1992	上海	近現代書畫和文房四寶	上海市新聞出版局	上海書畫出版社／第一家國營拍賣公司
北京翰海 秦公	1994	北京	國內市場和全國文物商店	北京市人民政府	北京市文物公司／擁有最多文物資源
四川翰雅	1994	成都	國內市場和全國文物商店		四川省文物總店／西南地區建立最早的一家拍賣企業
北京榮寶 米景揚	1994	北京	近現代書畫和文房四寶	國家新聞出版署，北京市工商局	中國美術出版總社／擁有琉璃廠老字號榮寶齋的資源
中商聖佳 劉亭	1995	北京	海外徵集	國務院商務部中國貿易部	中國商業部／官方資源，海外關係
中國嘉德 陳東升	1993	北京	國內及國外徵集	國家文化部、國務院經濟貿易辦公室	第一間私營企業／民間股份有限拍賣公司

資料來源：作者自行整理。

(二) 百花齊放

1995 年的「文物藝術品拍賣試點單位」代表官方對於文物拍賣的市場經濟模式還是小心翼翼。因為並非所有的人都贊成開放文物拍賣這個市場，反對文物拍賣的意見是認為文物拍賣會助長挖墳盜墓，文物拍賣會加速文物的流失。贊成者則是認為拍賣是市場的趨勢，同時可以搶救和保護文物，讓國寶回流。在 1995 年底，在北京、上海、廣州、成都、南京、深圳、杭州、天津等地，經國家貿易部批准的拍賣公司已經有 79 家之多，^⑳這樣的發展速度反映了市場的需求性。1995 年北京翰海、中國嘉德、上海朵雲軒和北京榮寶四大公司，成交的拍品有 6 千件，成交額 4.8 億元。拍品成交額超過百萬元的有 10 件，其中有一件超過千萬元，是北京翰海推出的北宋張先〈十詠圖〉，由故宮博物院購藏。北京翰海在 1995 年的春季拍賣會成交額達 1.05 億元，創造了第一場拍賣會超過 1 億元的紀錄。^㉑

從 2000 年開始，文物拍賣公司在中國大陸如雨後春筍地出現。幾家具有全國知名度的一線拍賣公司陸續成立，如北京華辰拍賣有限公司（2001 年 11 月），東正文物拍賣公司（2004 年 6 月），杭州西泠印社拍賣公司（2004 年 12 月），北京保利國際拍賣有限公司（2005 年 7 月），北京匡時國際拍賣有限公司（2005 年 10 月）。其中最令人矚目的是隸屬中國保利集團旗下的北京保利，它擁有豐沛的資金以及強大的黨、政、軍資源背景，為保利拍賣的強勢崛起奠定了堅實的基礎，2005 年保利首次拍賣就以 5.6 億元傲人的成績稱霸拍賣業，往後每年拍賣成交總額都排在全國第一，並且創造很多最高紀錄，黃庭堅〈砥柱銘〉4.3 億元的拍賣紀錄，在中國大陸至今尚未被打破。

中國文物拍賣市場的拍品最高價格從早先的百萬元，逐漸提升到千萬元，2009 年中國拍賣場出現了億元拍品，從此將中國文物藝術品帶進「億元時代」。截止到 2011 年秋季在中國大陸產生的超億元的中國文物藝術品已經有 28 件，使中國文物藝術品國際交流中心，從英國的倫敦、美國的紐約、中國的香港，轉移到首都北京。距離 1992 年中國改革開放後第一次的公開文物拍賣「92 北京國際拍賣會」只有 20 年的時間，中國的拍賣交易額已經「超英趕美」，名列世界第一。而中國藝術家與藝品價格也都成為全球關注的焦點。從數字顯示，中國大陸的文物拍賣從 1995 年的 6 家增加到 2012 年的 355 家；文物拍賣交易額從 92 首拍的 300 萬元到 2012 年近 300 億元。^㉒國家如何治理這個新興的拍賣市場，下面說明之。

註 ⑳ 「亟待健康發展的中國藝術品拍賣市場」，唐人文化網，<http://www.cc5000.com/hanghai/hanghai9.htm>。

註 ㉑ 統計數據出自趙榆，「文物藝術品拍賣市場 20 年的三個高潮」，前引文。

註 ㉒ 中國拍賣行業協會，2012 中國文物藝術品拍賣市場統計年報（北京：中國拍賣行業協會，2013 年）。

肆、國家的角色：指導與治理

中國官方對於文物一直有著嚴格管控，在改革開放的年代，我們看到的是拍賣先行於法規制度，例如 1992 年就開始有文物拍賣，但是《中華人民共和國拍賣法》要到 1997 年才公佈實施；到 2002 年第二次修訂《中華人民共和國文物保護法》才明文承認文物商店和拍賣公司是「唯二」合法的兩種文物公開的交易方式。^④然而跟著改革開放的腳步，國家的相關機構一直都適時提出「辦法」或是「暫行條例」來規範文物拍賣，然後在時機成熟才頒訂正式的法規。而且早在 1995 年就由官方輔導成立了「中國拍賣行業協會」作為拍賣企業和國家之間的媒介，業界提出各種市場上所遇見的問題，國家很快地回應並制訂法律條款作為相關行事依據。

《中華人民共和國文物保護法》和《中華人民共和國拍賣法》是規範文物拍賣主要法律。本節並不打算逐一討論法條，而是從對文物的保護，對拍賣的規定來討論國家於文物拍賣的約束和規範，其次再討論「中國拍賣行業協會」的角色與功能。

一、對文物的保護

1961 年中國就制訂了《文物保護管理暫行條例》開宗明義的載明，「在中華人民共和國國境內，一切具有歷史，藝術、科學價值的文物，都由國家保護，不得破壞和擅自運往國外」。1982 年公佈的《中華人民共和國文物保護法》取代《文物保護管理暫行條例》，該法案完整定義文物的範圍，文物保護的單位，對於考古發掘、館藏文物、私人收藏、文物入出境管理以及獎勵和懲罰有明確的規定。《文物保護法》明文規定文物是專賣制度，嚴禁私人交易。中華人民共和國境內地下、內水和領海中遺存的一切文物，屬於國家所有。所以出土的文物都不可以拍賣，只有能證明持有文物屬於海外回流或 1949 年前就出土／出水，方可進行拍賣交易。為了防止文物流失海外，嚴禁私自賣給外國人。

（一）外資不准許介入文物拍賣

《文物保護法》第 55 條第 3 款：「禁止設立中外合資、中外合作和外商獨資的文物商店或者經營文物拍賣的拍賣企業」。這非常明顯的立基於保護文物的心態，不讓外商／資插足中國文物拍賣，所以至今國際拍賣公司如蘇富比和佳士得登陸，也只能在特區中舉行當代藝術、珠寶和紅酒的拍賣，對於古董文物拍賣無力介入，同時也是被法律禁止的。

註④ 第 55 條：「除經批准的文物商店、經營文物拍賣的拍賣企業外，其他單位或者個人不得從事文物的商業經營活動。」但在 53 條、54 條也規定文物銷售與文物拍賣是兩種獨立的企業，不得混合經營。

（二）國寶回流

爲了貫徹保護文物的目標，國家容許文物拍賣，其中有一個重要的「理性」考量是讓拍賣企業到海外去把流失的中華文物給找回來。根據趙榆私人的統計，1994 年至 1998 年回流文物約 1 萬件，而國家文物局統計 1999 年至 2003 年 10 月間回流的文物爲 22,954 件。^④一般普通的文物自由流通，但是只要有國寶級的文物出現，則歸國家。《文物保護法》第 58 條：「文物行政部門在審核擬拍賣的文物時，可以指定國有文物收藏單位優先購買其中的珍貴文物。購買價格由文物收藏單位的代表與文物的委託人協商確定」。例如 1995 年北京翰海拍賣公司，從英國倫敦徵集到一件英法聯軍從圓明園掠走的清乾隆〈銀獸面鋪首〉在拍賣會上以 8.8 萬元被中國歷史博物館購藏。2002 年春北京首都博物館以 800 萬元購得中貿聖佳拍賣公司從日本東京徵集來唐朝閣立本〈孔子弟子像〉。同年中貿聖佳拍賣公司從東京徵集到宋代米芾〈研山銘〉手卷參加秋季拍賣會，國家文物局以 2,999 萬元購得後在故宮博物院舉辦了專題展覽。

由此可見，國家願意讓文物拍賣企業成立的政治考量，是讓拍賣企業名正言順到海外去徵集文物，除了商業營利的目的之外，也符合國家保護文物的一貫政策，還能不斷地充實國家博物館的館藏。在這樣的情形下，拍賣企業以能夠覓得「國寶」作爲自己對國家社會的貢獻，正當合理化了商業買賣的營利行爲。爲了吸引海外文物回歸，1995 年海關總署和國家文物局發佈《暫時進境文物復出境管理規定》，也就是讓海外的文物可以進入中國大陸，不論是參加展覽還是拍賣，事後可以自由出境，不受到《文物保護法》的拘束和限制，提高文物回流的意願。

二、對文物拍賣的規定

國際拍賣公司蘇富比和佳士得所拍賣的古董物品純屬商品，純粹從拍品的藝術美學或是歷史價值來判定，不受任何政府權力的干涉與管理。然而，文物在中國被視爲一種特殊的商品，曾經是禁止自由流通的。因此，文物拍賣前要經過政府主管文物部門行使監督與同意權，說明國家對於文物拍賣市場有著決定性的治理權。縱然拍賣市場看似一個自由市場，國家卻能決定什麼樣的物品能夠流通。不論是拍賣企業的設立或是每一次的物品上拍，均需經過國家的核准。

（一）文物拍賣許可證

文物和其他公物，房地產或是汽車的拍賣最大的不同在於，文物拍賣企業必須向國家文物局申請文物拍賣許可證，文物拍賣許可證不得出租、出借或轉讓。《中華人民共和國文物保護法》第 54 條規定：「依法設立的拍賣企業經營文物拍賣的，應當取得國務院文物行政部門頒發的文物拍賣許可證」。《文物拍賣管理暫行規定》第 4 條，申

註④ 趙榆、利民，「國寶回歸話十年 略述拍賣市場與國寶的回歸」，收藏家（北京），2004 年第 3 期，頁 55~59。

請文物拍賣許可證時，應當提供下列材料：

- 1.拍賣企業設立時，所在地的省、自治區、直轄市拍賣行業管理部門的審核許可檔和工商管理部門頒發的營業執照影本；
- 2.註冊資本的驗資證明；根據拍賣法第 13 條：「拍賣企業經營文物拍賣的，應當有 1 千萬元人民幣以上的註冊資本。」；
- 3.五名以上取得高級文物博物專業技術職務的文物拍賣專業人員的資格證明材料；
- 4.所在地的省、自治區、直轄市文物行政部門的審核意見。

（二）對拍賣文物的審核

擁有文物拍賣許可證的企業，每一次拍賣的文物拍賣前還需得到官方主管單位的審核同意，方可舉行拍賣。《中華人民共和國文物保護法》第 56 條：「拍賣企業拍賣的文物，在拍賣前應當經省、自治區、直轄市人民政府文物行政部門審核，並報國務院文物行政部門備案；省、自治區、直轄市人民政府文物行政部門不能確定是否可以拍賣的，應當報國務院文物行政部門審核」。《中華人民共和國拍賣法》第 8 條：「委託拍賣的文物，在拍賣前，應當經拍賣人住所地的文物行政管理部門依法鑑定、許可」。國家對於拍賣文物管控，其目的並非是為拍品的好壞真偽作鑑定，而是在為國寶把關，^④不能讓珍貴文物流失，讓國家的典藏單位有優先購買權。

（三）對拍賣從業人員的規定

從事文物拍賣的專業人員需要經由國家文物局認定資格，經認定合格者，發給文物拍賣專業人員資格證書。《文物拍賣管理暫行規定》第 6 條，從事文物拍賣的專業人員應當符合下列條件並取得文物拍賣專業人員資格：

- 1.熟知國家文物保護的法律、法規和規章；
- 2.具備一定的文物保護知識和鑑定能力；
- 3.具備一定的文物拍賣運作知識和能力。

（四）對拍賣師的規定

英國和美國對於拍賣師並沒有專業的規定和限制，所以國際拍賣公司蘇富比和佳士得的從業人員都可以當拍賣官，而中國和法國則是目前少數有拍賣師執照制度的國家。《中華人民共和國拍賣法》第 14 條規定拍賣活動應當由拍賣師主持，而「拍賣師資格考核，由拍賣行業協會統一組織。經考核合格的，由拍賣行業協會發給拍賣師資

註④ 根據筆者與北京文物局官員的訪談確認（2013 年 8 月 14 日），文物局只是針對拍品的級別作審視，文物級別可分為珍貴文物和一般文物；珍貴文物分為一級文物、二級文物、三級文物。文物局的工作是篩選保護國寶而不管拍品真偽，拍品的好壞和價格是由市場決定，而非文物局。

格證書」。

三、監督管理拍賣市場：「中國拍賣行業協會」

早在 1995 年，中國商務部即主導成立「中國拍賣行業協會」，簡稱中拍協。雖然它是一個由全國拍賣業自願結社的非營利組織，但屬於半官方性質。它的主要功能是作為拍賣產業與政府部門之間的中介，傳達市場與政策所需的訊息。至今有 30 個省級協會，有超過 2,400 家會員單位，遍及中國所有省市。它也是培訓拍賣師、提供考試與授證的法定機構。1997 年實施的《中華人民共和國拍賣法》第 17 條：「拍賣行業協會是依法成立的社會團體法人，是拍賣業的自律性組織。拍賣行業協會依照本法並根據章程，對拍賣企業和拍賣師進行監督」。根據此法律規定，中拍協有權責監督拍賣企業，並且合法培訓拍賣師。同時也對拍賣市場的發展和建立秩序責無旁貸。1999 年中拍協將重要的文物拍賣企業結合在一起，成立「文化藝術品拍賣專業委員會」，簡稱藝委會，來負責督導文物拍賣相關事務。藝委會的主任由中國嘉德的王雁南擔任，北京翰海、北京榮寶、中商盛佳，以及上海朵雲軒都是骨幹成員。^④

（一）建立文物拍賣行業標準

中拍協透過制訂行業標準化評定以及定期發佈「統計年報」來達到對拍賣市場的管理。此乃透過良幣逐劣幣的方式，逐步淘汰不健全的拍賣企業。誠如中拍協現任會長張延華表示，通過達標評定活動公開宣達：「告訴企業，一個規範的、健康的企業應該是什麼樣子的；告訴社會，一個規範的、標準的、一個想要做百年老店的拍賣企業應該是什麼樣子的。」^⑤

中拍協是拍賣業權威的規則制訂者，自 2010 年已經推出一項國家標準：「拍賣企業等級評估與等級劃分」。以及五項行業標準：「文物藝術品拍賣規程」、「拍賣術語」、「不動產拍賣規程」、「動機車拍賣規程」和「拍賣師操作規範」。這些規程可視為行業標準化的開始，也代表國家想透過這些標準的治理來達到揚善抑惡的目的。「中國文物藝術品拍賣標準化達標企業評定」由中拍協於 2011 年 9 月啟動。整個評定跨越 2011 秋拍和 2012 春拍兩季大拍，歷經企業申報、資料審核、現場核查等九大階段，前後歷時一年，最終從 74 家參評企業中評選出了此次發佈的 44 家「達標企業」，其中一半企業具有 AAA 級（拍賣行業最高資質等級）。44 家達標企業 2011 年成交總額為 397.63 億元，佔 2011 年全國文物藝術品市場七成（71.84%）；其 2011 年納稅總額（86.70%）和營業稅總額（81.82%）分別占文物藝術品拍賣業的八成以上。^⑥

註④ 藝委會包含 25 個事業單位，設置主任一位，副主任三位。

註⑤ 「我國文物藝術品拍賣進入拍賣標準化時代」，法制日報，http://big5.china.cn/gate/big5/art.china.cn/market/2012-09/26/content_5367444.htm。

註⑥ 中國拍賣行業協會，2012 中國文物藝術品拍賣標準化狀況報告（北京：中國拍賣行業協會，2012 年），頁 30~31。

代表這些「達標企業」在文物拍賣市場上佔據了絕對性的力量。

（二）自律公約

中國文物拍賣市場一直有「三假」亂象：造假、售假、拍假，此乃是被社會以及大眾媒體廣泛討論而且詬病的問題。不論是大陸的報章雜誌、專書、專欄，^④或是本研究訪問的行家、收藏家全都不諱言拍賣會有作假的行為。所謂的「做價」是指每一場拍賣的成交金額非常的高，讓拍賣公司帳面紀錄上很好看，但是委託方、買受方、拍賣公司事先約定「真實成交價」和「真實佣金」。比如約定拍品的底價為 1,000 萬元，再加 10%的佣金，最終成交價為 1,100 萬元。此後，拍賣就進入了表演階段。拍賣師會再虛叫到 2,000 萬元落槌，加上 10%的佣金，最終成交價變成 2,200 萬元。但是這個價錢是帳面上表演給外人看的，實際上並不會按這個價錢進行結算。這樣的好處是拍賣公司不論如何都可以得到佣金，而拍品可以得到一個漂亮的拍賣記錄，有利於往後的交易參考價值。若是這樣的拍品是「禮物」的話，就是明擺的賄賂價碼。拍賣場上的「洗畫」、「假拍」大都是為了達到送禮賄賂的社會功能。

針對此，中拍協在 2011 年 6 月 10 日發佈的《中國文物藝術品拍賣企業自律公約》，明文規定：不知假拍假；不得在拍賣前向委託人收取任何費用；不從事經營性鑑定業務；不進行虛假宣傳；堅決杜絕「假拍」行為等等。其實自律公約所規範的事項，明顯的表示那些都是在文物拍賣市場中普遍存在的亂象，所以才需要「被規範」。一開始有 56 家文物藝術品拍賣企業成為首批成員，承諾遵守「自律公約」。2013 年全中國大陸有 355 家文物拍賣公司，其中有 169 家企業簽署自律公約，他們佔據整個中國文物藝術品拍賣市場九成以上的交易額，表示檯面上具有知名度的「正派」拍賣企業願意遵循法律，自我規範。但還是有一半以上的文物拍賣企業未簽署自律公約，他們的所作所為依然會影響整個市場。

（三）發佈統計資料

中拍協自 2005 年就展開行業經營統計，自 2010 年開展文物藝術品拍賣專項統計，推出〈中國文物藝術品拍賣市場統計年報〉，報告內容涵蓋市場規模、結算狀況、市場結構、區域比較、營利水平與行業貢獻等。根據《中國文物藝術品拍賣企業自律公約》規定，所有簽署自律公約的企業均有義務依法將各自公司的營運統計數字如實的報告給協會，因此這份統計報告的數據可信度頗高，也得到國家文物局、文化部、商務部等官方單位之認可。此統計年報最大的功能是詳實的顯示各企業拍品的付款結

註④ 參閱周涵，「中國拍賣行業亂象揭秘」，*文史參考*（北京），2010 年第 13 期，頁 32~35；李沙，「藝術品拍賣『三假』亂象」，*博覽群書*（北京），2011 年第 11 期，頁 6~12；李磊，「揭秘拍賣行黑幕」，*管理與財富*（福州），2005 年第 5 期，頁 38~40；李磊，「拍賣黑幕」，*經紀人*（北京），2005 年第 5 期，頁 58~59；李磊，「揭開文物拍賣行業黑幕」，*西部大開發*（西安），2005 年第 6 期，頁 45~47；吳樹，*誰在拍賣中國*（台北：漫遊者文化出版社，2010 年）。

算的情況、實收佣金的數額、實際的營利和稅款，如此讀者可以清楚的看到哪些企業是腳踏實地在經營，哪些是吹噓成交額的灌水企業。中拍協秘書長李衛東在接受本研究訪談時表示：「這份統計年表就像是對企業作體檢，讀者的眼睛是雪亮的，他們看了之後應當理解今後該和哪些企業往來。」^⑩所以，從達標企業的評定，自律公約或是發佈統計資料，這都代表中拍協作為國家的代理人，透過法律規章、建立標準、核發證照等來治理文物拍賣市場，逐步建立秩序。

伍、結論：國家支配的文物拍賣市場

本文以 Neil Fligstein 對市場形成之政治建構部分理論架構，來分析中國文物市場無中生有的過程。本文以國家對文物的治理方式之別把中國大陸文物拍賣市場分為三個階段來討論。第一階段是管控期（1949-1978），因為文物在中國共產黨執政之下，取消私有財產，一切收歸國有，文物是屬於國營文物商店的專賣權限，並無市場可言。第二階段是嘗試改革期（1978-1994），92 北京國際拍賣會發現了文物的市場價格，為停滯的文物商店帶來一線生機。國營企業的經理人從香港習得拍賣文物的交易模式，國營企業成為推展改革的行動者，帶動文物交易市場化。在經過一段衝撞體制的嘗試期之後，國家積極介入建立規範制度，1995 年之後就進入了建立規範期。中國大陸文物市場的興起與發展，有它生成的主客觀條件，其中細節及發展過程已如上述。在此，我將歸納出以下三點作為總結。

一、國家在文物拍賣市場中扮演關鍵的角色

從政治面而言，中國大陸在 1992 年確立了改革開放的路線，給予文物拍賣一個友善生存的條件。中國共產黨建國之初對文物保護的政策，以及文化大革命時代對民間文物的徵集等因素，使得國家成為文物唯一合法的，而且是最大的擁有者。文物在國內不能夠自由流通，外銷海外的文物則背負著為國家賺取外匯的「政治」使命。由於文物在社會主義的中國是一種非常特殊的物品，國家對於文物的嚴格管控，也延伸到對新興文物拍賣市場的管理。由此說明中國文物拍賣市場的生成，國家扮演一個關鍵的角色。若是文物專賣的政策不鬆綁，文物拍賣不可能持續發展。若是沒有改革開放向前／錢看的氣氛，也就不會有冒險的行動者願意成立新的商業組織。中國文物拍賣市場無中生有，主要是由國營企業領先改革機制，所以也型塑了國營的「控制概念」。文物拍賣的兩大龍頭，中國嘉德和北京保利雖然都不是由國營的文物商店體系出身，但是背後都有著豐厚的黨政軍關係，依然帶有國營色彩。國家在建立市場秩序扮演積極介入的角色，施行綿密的法規治理，不論是拍賣物品或是拍賣企業成立都需要得到

註⑩ 2013 年 8 月 16 日筆者拜訪位於北京的「中國拍賣行業協會」，與秘書長李衛東，「文化藝術品拍賣專業委員會」的副主委劉幼錚，委員榮寶拍賣總經理劉尚勇進行座談。

國家審核許可。同時還有一個中拍協代理國家實際扮演監督管理的角色。當文物拍賣市場在 2009 年達到「億元」拍品百花爭鳴的高潮時代，中拍協在 2011 年開始以標準化達標企業評定和自律公約來建立文物藝術拍賣市場的秩序。中拍協也主動帶領中國拍賣業與國際拍賣業交流，從先進國家極力汲取經驗。中國文物拍賣市場只有 20 年的發展歷史，其中處處可見國家的角色，是國家支配型市場經濟的典型案例。

二、數字背後的問題

中國文物拍賣市場的問題之多和它成長的速度成正比，各大小拍場贗品比例之大，成交率出奇的高，呆帳也高。也就是說每一場拍賣的成交金額非常的高，讓拍賣公司帳面紀錄上很好看，但是卻有許多拍賣品已經成交，但是遲遲沒有付款結帳，完成交割。這是中國拍賣市場特有的情形，看似風光中國拍賣藝品進入「億元時代」，享譽國際，而「不付款」的情形也是享譽全球。^⑩中國大陸新貴收藏家都是在拍賣市場培養出來的，他們可能不懂得欣賞文物的內涵，但是都看懂藝術文物的「商業價值」。所以鍾愛藝術文物之美的買家少，熱衷以藝術文物作為獲利工具的人多。中國文物拍賣牽涉到文物鑑定以及送禮文化，洗錢賄賂等這些問題都值得再深入討論，本文限於篇幅暫且存而不論。

三、大中華區域發展

從經濟面向而言，文物藝術拍賣是屬於一個高端的交易市場。改革開放以前，中國大陸既無成熟的藝術市場，也沒有大量的收藏家。在這樣市場條件不充足的情況下，大陸的文物拍賣市場卻能順利的發展，其特色就在於中國大陸的文物拍賣市場乃是一個大中華地區經濟發展的結果。當大陸地區人民還沒有餘錢買奢侈消費品的時候，這樣的市場消費端其實是由富裕的海外華人來填補。在大陸改革開放之際，雖然中國對市場經濟的運作模式不清楚，但是在中國大陸旁邊的香港和台灣卻已經有豐富的資本主義市場經濟經驗，台灣與香港的收藏家與人力資源對孵育中國大陸的拍賣市場居功厥偉。在同文同種，沒有隔閡的情況之下，台灣與香港的行家不僅介紹拍賣的經營技術、提供拍品，而且還是拍賣場的主力買家。也才讓中國大陸的文物拍賣市場從顛預學步，很快的步入發展正軌。這當中有許多細節，限於篇幅，本文無法詳論。本研究認為中國文物拍賣市場的研究，還可以放在大中華地區港澳台的區域架構一起來討論兩岸三地古董文物市場的發展與消長。

* * *

(收件：102 年 9 月 16 日，接受：103 年 7 月 16 日)

註⑩ 孫冰、賀兆順，「拍賣公司多半『白忙活』」，中國經濟週刊（北京），2013 年第 8 期，頁 84-85。

Auctioning National Treasures: the Formation of Chinese Antiques Auction Market

Yu Ying Lee

Associate Professor
Department of Social and Policy Sciences
Yuan Ze University

Abstract

This paper argues that the antique auction market in China constitutes a different route of art market formation in which the state plays a key role. This paper deals with essential questions regarding how a distinctive type of market is formed and sustained in the tradition of the sociology of market. Now, China has become the biggest antique auction market in the world, surpassing that of New York and London. The performance of the Chinese art market is worthy to be studied. In western societies, art auction is a high-end art market underpinned by a mature art world which includes collectors, antique dealers, art critics, museums, galleries, and academia. However, when China launched the first trial on artifact auction in Beijing in 1992, there was neither an art market nor art world in China. How did state-owned cultural relics go on market? Who were the key players that have brought about the antique auction market? What was the role of the government in this auction market formation? This paper mainly explores the role of the state in governing the booming antique auction market in the course of developing Chinese state-directed capitalism.

Keywords: cultural relics, antique auction, art market, market formation

參考文獻

- 「2011 藝術市場趨勢報告」，Artprice 全球藝術市場信息網，http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2011_zh.pdf。
- 「文物拍賣史上的神話 『鬼谷子』引發元青花熱」，北京日報，http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/collection/2010-03/15/content_13174182.htm。
- 「我國文物藝術品拍賣進入拍賣標準化時代」，法制日報，http://big5.china.cn/gate/big5/art.china.cn/market/2012-09/26/content_5367444.htm。
- 「亟待健康發展的中國藝術品拍賣市場」，唐人文化網，<http://www.cc5000.com/hanghai/hanghai9.htm>。
- 「嘉德 10 年」，中國嘉德國際拍賣公司官方網，<http://www.cguardian.com/tabid/203/Default.aspx>。
- 「嘉德通訊 2013 年第 3 期」，中國嘉德國際拍賣公司官方網，<http://www.cguardian.com/Portals/0/pdf/2013/2013%E5%B9%B4%E7%AC%AC3%E6%9C%9F/20%E5%91%A8%E5%B9%B4%E5%BA%86%E5%85%B8.pdf>。
- 中國拍賣行業協會，中國拍賣 20 年（1986-2006）（北京：知識出版社，2007 年）。
- 中國拍賣行業協會，2012 中國文物藝術品拍賣市場統計年報（北京：中國拍賣行業協會，2013 年）。
- 中國拍賣行業協會，2012 中國文物藝術品拍賣業標準化狀況報告（北京：中國拍賣行業協會，2012 年）。
- 王金魯，「北京第一次文物國際拍賣」，北京觀察（北京），1997 年第 6 期，頁 36~37。
- 王鳳海，「對我國文物藝術品拍賣主要成就的認識」，雅昌藝術網，http://comment.artron.net/show_news.php?column_id=11&newid=289615。
- 甘學軍，「大智者，公也！」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=259319。
- 吳樹，誰在拍賣中國（台北：漫遊者文化出版社，2010 年）。
- 李沙，「藝術品拍賣『三假』亂象」，博覽群書（北京），2011 年第 11 期，頁 6~12。
- 李磊，「揭開文物拍賣行業黑幕」，西部大開發（西安），2005 年第 6 期，頁 45~47。
- 李磊，「揭秘拍賣行黑幕」，管理與財富（福州），2005 年第 5 期，頁 38~40。
- 李磊，「拍賣黑幕」，經紀人（北京），2005 年第 5 期，頁 58~59。
- 周侗，古玩市場今昔考（北京：中國文聯出版社，2001 年）。
- 周涵，「中國拍賣行業亂象揭秘」，文史參考（北京），2010 年第 13 期，頁 32~35。
- 孫冰、賀兆順，「拍賣公司多半『白忙活』」，中國經濟週刊（北京），2013 年第 8 期，頁 84~85。
- 祝君波，祝君波談收藏（上海：上海文藝出版社，2012 年）。
- 陳亞南，「他，推開文物拍賣的那扇門—訪國家文物局原局長張德勤」，中國拍賣（北

- 京)，2007 年第 Z1 期，頁 22~23。
- 趙榆、利民，「國寶回歸話十年 略述拍賣市場與國寶的回歸」，*收藏家*（北京），2004 年第 3 期，頁 55~59。
- 趙榆，「文物藝術品拍賣市場 20 年的三個高潮」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=234884。
- 趙榆，「改革開放的政策對文物藝術品拍賣市場的強大支撐」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=234883。
- 趙榆，「論中國文物與藝術品拍賣市場 15 年」，雅昌藝術網，<http://auction.artron.net/20090921/n87547.html#DS>。
- 趙榆，*拍賣業在中國*（北京：北京燕山出版社，1999 年）。
- 趙榆，*中國文物拍賣 20 年 1992-2011*（北京：文物出版社，2013 年）。
- 謝易彤，「拍賣，打破壟斷專營的早產兒：拍賣 20 年系列之九對話原國家文物局局長張德勤（中）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=265525。
- 謝易彤，「拍賣 20 年系列之七對話陳東升：嘉德是這樣建成（上）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=240883。
- 謝易彤，「賀立彬：細述首屆文物藝術品拍賣（下）」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=222704。
- 謝易彤，「對話徐政夫：我把台灣收藏家引薦入內地拍行」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=235340。
- 謝易彤，「趙榆，記錄歷史同樣被歷史記錄」，雅昌藝術網，http://auction.artron.net/show_news.php?newid=282995。
- Annamma, Joy and John F. Sherry Jr., "Framing Considerations in the PRC: Creating Value in the Contemporary Chinese Art Market," *Consumption Markets Culture*, Vol. 7, No. 4 (December 2004), pp. 307~348.
- Baudrillard, Jean, "The System of Collecting," in John Elsner and Roger Cardina eds., *The Cultures of Collecting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994), pp.1~24.
- Beckert, Jens, "The Social Order of Markets," *Theory and Society*, Vol. 38, No. 3 (May 2009), pp. 245~269.
- Belk, Russell W., *Collecting in a Consumer Society* (London and New York: Routledge, 1995).
- Fligstein, Neil, "Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions," *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 4 (August 1996), pp. 656~673.
- Milgrom, Paul Robert, "Auction and Bidding: A Primer," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 3, No. 3 (Summer 1989), pp. 3~22.
- Milgrom, Paul Robert, "Auction Theory," in Truman F. Bewley ed., *Advances in Economic Theory: Fifth World Congress* (Cambridge: Cambridge University Press, 1987), pp.

1~32.

Morgan, Robert, *The End of The Art World* (New York: Allworth Press, 1998).

Plattner, Stuart, *High Art Down Home: An Economic Ethnography of Local Art Market* (Chicago: University of Chicago Press, 1998).

Polanyi, Karl, *The Great Transformation* (Boston: Beacon Press, 1957).

Riley, John and William Samuelson, "Optimal Auction," *American Economic Review*, Vol. 71, No. 3 (June 1981), pp. 381~392.

Smith, Charles, *Auctions: The Social Construction of Value* (London: Collier Macmillan Publishers, 1989).

Vickrey, William, "Counterspeculation, Auctions, and Competitive Sealed Tenders," *The Journal of Finance*, Vol. 16, No. 1 (March 1961), pp. 8~37.

Vickrey, William, "Auctions and Bidding Games," in Oskar Morganstern and Albert Tucker eds., *Recent Advances in Game Theory* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962), pp.15~27.

