

雅昌艺术品鉴证备案：推动艺术品金融市场健康发展

文 / 雅昌艺术网

今春，艺术品市场仍处在持续调整中，大幅波动的市场行情也将这个行业长期存在的短板暴露无遗。为了推动行业全面转型，进而推动市场交易有序发展，为下一步的艺术品金融化发展铺路，去年以来，种种迹象表明，国家有关部门也在加快科学检测和鉴证备案等市场基础建设的步伐。

作为国内最早在探索市场信息透明化、交易规范化等方面发力的文化机构，雅昌是鉴证备案的先行者，已成为艺术家、藏家可信赖的机构。

数据监测，多角度解析

目前全球在艺术市场价格数据都是以拍卖二级市场作为主要参考对象，形成这一行业现状的原因在于：一是二级市场的价格数据信息至少有 20 年的积累，是艺术市场里最透明公开的，并且涵盖了大部分重要品类，具有可比性；二是二级市场在 2000 年以来发展速度快，具有比较高的媒体关注度和定价话语权，部分经纪人、画廊主甚至艺术家也会通过拍卖市场来维护或者建立价格标杆。

艺术品拍卖市场具有定价话语权，而该话语权是否具有参考价值，要看一旦这个二级市场价格信息确立，是否对相关艺术品市场价格构成影响；如果是，那么艺术品作为非标流通商品的定价就需要参考这一价格信息。

对于价格数据，在雅昌看来，不要简单看一件作品的某一次价格，对艺术家或艺术品类其它作品的价格，历史价格演进情况多重判断会更有效，有助于了解某一次成交价格是否有非理性因素，因此，雅昌会尽可能提供多方面的数据信息，作品、年代、艺术家或创作人、著录、成交地点时间、历史纪录、相似作品等等。另外，每年都在调整的样本拍卖企业以及与中拍协、ARTPRICE、TEFAF 等机构合作的报告都在从不同角度对数据进行解析。

雅昌深知，一级市场数据没有捷径，必须依靠实地调研和扎扎实实的数据积累。雅昌艺术网几年前就在与画廊协会合作进行画廊市场的调研，其后推出的画廊黄页和古玩黄页产品截至目前收录 8200 家画廊以及 26000 家古玩店铺信息，其中一部分画廊以及店铺列出作品售价，帮助雅昌积累了相当一部分一级市场价格数据。这两年与上海、广东等地文化厅合作进行当地艺术品一级市场调研，同时成为国家文化部艺术市场监测点，进行全国范围的一级市场数据调研。

雅昌艺术网的数据库不仅仅是 750 多万的拍卖市场价格数据，还包括 28800 场展览、8200 家画廊、26000 家古玩店铺、33800 位艺术家、5300 家文博机构，这些信息底层是由 3680 万件艺术品信息构成的。这些信息是从二十多年前开始逐日累计的，而且不断有新的数据进入。例如从去年开始与 9 大美院合作“破壳计划”毕业生展示平台以来，一年的时间积累了 4000 多位年轻艺术家的 12000 多



何家英现场眼学鉴定

幅作品。2015年至2016年主要工作是把这些海量信息在底层进行打通，将数据结构化和标准化的基础工作做完，之后数据与数据之间的罗盘效应就可以出现，艺术家与作品、展览、市场行情、代理机构等一系列信息进行准确有效关联，雅昌要做的就是为用户提供最全面、最便捷、最专业的数据参考信息，提供对于信息进行甄别的有效产品和工具，最终的决策和判断交给用户自己来做。

鉴证备案惠及更多人群

雅昌鉴证备案项目启动2年多，截至目前签约艺术家3000多位，合作藏家超过6000位，艺术品鉴证备案数据库累计10万余件作品信息，从平面架上绘画到三维雕塑和工艺美术作品都已经开发出鉴证备案的技术方法。该项目起初是响应文化部号召，并成为北京文化局试点单位，之后陆续获得版权协会和质检协会的支持。雅昌在这个领域做得最早，覆盖也是最广，因此更关注雅昌自身的流程和标准的优化，以及产品的迭代。2016年以来这个项目的市场需求愈发明显，除了艺术家本人参与的鉴证备案以外，部分文博机构也在与雅昌合作馆藏

作品的备案服务。海外一些重要鉴定机构，例如毕加索等重要艺术家的专业鉴定机构，也在洽谈合作。雅昌会进一步与文博机构、拍卖行、画廊、保险机构等领域推进艺术行业的“诚信联盟”体系建设，同时会多入口提供鉴证备案作品信息真伪查询，向全球公开。

雅昌艺术市场监测中心（AMMA）与中国人民大学财政金融学院建立合作关系以来，用了一年多的时间对目前研究出来的针对艺术品这种非标商品定价模型进行数据测试，选出特征价格法作为中国艺术品市场价格评估的主要模型，并对绘画、书法、雕塑、瓷器等多个品类和多个学派进行建模，利用特征价格法为主，重复交易法为辅，结合定性干预的方式提供艺术品价格评估，目前已经在与故宫博物院就此项目进行合作。同时，鉴证备案依靠的是艺术家本人现场眼学鉴定加上技术备案的方法。

以上两个服务是通过雅昌在艺术行业超过20年的专业积累和数据资源，为艺术品流通甚至更大范围的艺术品消费提供基础的市场公允价以及真伪判断依据，接下来会通过产品化的方式让这两项服务可以惠及更多人，降低艺术购买的准入门槛。同样，这两项服务也可以帮助艺术品金融的发展，但雅昌自我的角色定位始终是服务提供商。

线上艺术品交易，理清涵盖范围

2015年至2016年，雅昌艺术网在主要的拍品、黄页、媒体新闻、展览等产品页上都做了移动端适配，移动端产品和PC时代不一样，虽然可以利用人们碎片化的时间，但要求产品聚焦定位、功能简单、界面清晰，因此雅昌尝试将原来的“雅昌拍卖电子图录”优化，增加直播、在线拍、全球拍以及提高用户体验。针对媒体信息聚合开发了“艺术头条”，作为媒体功能和展览、艺术家等重要罗盘基础信息的载体，将社区和电商整合在年初开始测试的“兜藏”等。

艺术品线上交易是可行的，前提是理清艺术品涵盖的范围。线上交易适用于具有广泛收藏或购买人群基础，定价偏低的品类，在线模式看准的应该是艺术消费的人群和趋势，而不是存量的高端藏家市场。这种品类在中国不论是货源还是人群都具有广泛基础。