# 名画购买合同范本(汇总7篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2025-06-12

*名画购买合同范本1甲方(卖方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(买方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_双方经\*等自愿协商，\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日在省市区签订本合同以共同遵守。第一条艺术品概况序号：。艺术品名称：。数量：。单位：。规格尺寸：。质...*

**名画购买合同范本1**

甲方(卖方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(买方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

双方经\*等自愿协商，\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日在省市区签订本合同以共同遵守。

第一条艺术品概况

序号：。

艺术品名称：。

数量：。

单位：。

规格尺寸：。

质地：。

保存现状：。

瑕疵：。

备注：。

第二条艺术品权属

甲方应保证对本合同第一条所列艺术品拥有完全所有权及处分权，同时甲方应如实向乙方披露艺术品现状及瑕疵等真实情况。

第三条交易价格

经甲、乙双方确认，本合同交易艺术品的价格合计为：￥元(大写)，甲、乙双方均应对本合同约定的交易价格保密，任何一方因泄露交易价格给对方造成损失的应承担赔偿责任。

第四条付款方式

乙方应\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日前将上述款项付至甲方银行账户。

甲方指定账户信息：

开户名称：。

开户银行：

账户号码：。

第五条艺术品的交付及验收

甲方应自本合同签订之\_\_\_\_\_日起\_\_\_\_\_日内将艺术品交付给乙方。

甲、乙双方应交付时进行验收：

(1)验收方法：双方书面确认。

**名画购买合同范本2**

供货方：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿（以下简称甲方）

购货方：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿（以下简称乙方）

签约时间：＿＿＿＿＿＿＿

签约地点：＿＿＿＿＿＿＿

第一条双方交易活动，必须履行本合同条款。具体品类（种），需签订要货成交单，并作为本购销合同的附件；本合同中的未尽事宜经双方协商需补充的条款可另附协议书，亦视为合同附件。合同附件与本合同具有同等效力。经双方确认的往来信函、传真、电子邮件等，将作为本合同的组成部分，具有合同的效力。

签订成交单，除上级规定按计划分配成交外，其余商品一律采取\*\*选购，看样成交的方式。

第二条合同签订后，不得擅自变更和\*\*。如甲方遇不可抗拒的原因，确实无法履行合同或乙方因市场发生骤变及其他不能防止的原因，经双方协商同意后，可予变更或\*\*合同。但提出方应提前通知对方，并将“合同变更通知单”寄给对方，办理变更或\*\*合同的手续。

按乙方指定花色、品种、规格生产的商品，在安排生产后，双方都需严格执行合同。如需变更，由此而产生的损失，乙方负担；如甲方不能按期、按质、按量、按指定要求履行合同，其损失甲方负担。

第三条成交单中的商品价格，由双方当事人商议决定，或以国家定价决定。

在签订合同时，确定价格有困难，可以暂定价格成交，上下幅度双方商定。

国家定价的商品，在合同规定的交（提）货期限内，如遇国家或地方行政部门调整价格，按交货（指运出）时的价格执行。

逾期交货的，如遇价格上调时，按原价执行；遇价格下调时，按新价执行。逾期提货的，遇价格上调时，按新价执行，遇价格下调时，按原价执行。由于调整价格而发生的差价，购销双方另行结算。

第四条运输方式及运输费用等费用，由双方当事人协商决定。

第五条各类商品质量标准，甲方严格执行合同规定的质量标准，保证商品质量。

第六条商品包装，必须牢固，甲方应保障商品在运输途中的安全。乙方对商品包装有特殊要求，双方应在合同中注明，增加的包装费用，由乙方负担。

第七条商品调拨，应做到均衡、及时。对合同期内的商品可考虑按3∶3∶4的比例分批发货；季节性商品按承运部门所规定的最迟、最早日期一次发货；当令商品，零配件和数量较少的品种，可一次发货。

第八条对有有效期限的商品，其有效期在2／3以上的，甲方可以发货；有效期在2／3以下的，甲方应征得乙方同意后才能发货。

第九条甲方应按乙方确定的合理运输路线、工具、到达站（港）委托承运单位发运，力求装足容量或吨位，以节约费用。

如一方需要变更运输路线、工具、到达站时，应及时通知对方，并进行协商，取得一致意见后，再办理发运，由此而影响合同期限，不以违约处理。

第十条商品从到达承运部门时起，所有权即属乙方。在运输途中发生的丢失、缺少、残损等责任事故，由乙方负责向承运部门交涉赔偿，需要甲方协助时，甲方应积极提供有关资料。乙方在接收商品时发现问题，应及时向承运部门索取规定的记录和证明并立即详细检查，及时向有关责任方提出索赔；若因有关单据未能随货同行，货到后，乙方可先向承运部门具结接收，同时立即通知甲方，甲方在接到通知后5日内答复；属于多发、错运商品，乙方应做好详细记录，妥为保管，收货后1日内通知甲方，不能自行动用，因此而发生的一切费用由甲方负担。

第十一条商品的外包装完整，发现溢缺、残损串错和商品质量等问题，在货到半年内（贵重商品在7天内），责任确属甲方的，乙方可向甲方提出查询。

发现商品霉烂变质，应在3天内通知甲方，经双方共同研究，明确责任，损失由责任方负担。

接收进口商品和外贸库存转内销的商品，因关系到外贸查询，查询期为乙方收货后的6天，逾期甲方不再受理。

乙方向甲方提出查询时，应填写“查询单”，一货一单，不要混列。查询单的内容应包括唛头、品名、规格、单价、装箱单、开单日期、到货日期、溢缺数量、残损程度、合同号码、生产厂名、调拨单号等资料，并保留实物；甲方接到“查询单”后，1日内作出答复，要在3天内处理完毕。

为减少部分查询业务，凡一张调拨单所列一个品种损溢在2元以下、残损在5元以下均不做查询处理（零件除外）。对笨重商品的查询（如缝纫机头、部件等的残品）乙方将残品直接寄运工厂，查询单寄交甲方并在单上注明寄运日期。

第十二条商品货款、运杂费等款项的结算，购销双方应按\*人民银行结算办法的规定，商定适宜的结算方式，及时妥善办理。

货款结算中，要遵守结算纪律，坚持“钱货两清”原则，分期付款应在成交单上注明。有固定购销关系的国营、供销合作社商业企业，异地货款结算可采用“托收承付”结算方式；对情况不明的交易单位，可采用信用证结算方式，或先收款后付货。

第十三条甲、乙双方的任何一方有违约行为的，应负违约责任并向对方支付违约金。因违约使对方遭受损失的，如违约金不足以抵补损失时，还应支付赔偿金以补偿其差额。如违约金过分高于或者低于造成的损失的，当事人可以请求人民\*\*或者仲裁机构予以适当减少或者增加。

甲、乙两方所签订的具体合同要求，一方未能履行或未能完全履行合同时，应向对方支付违约合同货款总值＿＿＿％的违约金。但遇双方协商办理变更或\*\*合同手续的，不按违约处理。

自提商品，甲方未能按期发货，应负逾期交货责任，并承担乙方因此而支付的实际费用；乙方未按期提货，应按\*人民银行有关延期付款的规定，按逾期提货部分货款总值计算，向甲方偿付逾期提货的违约金，并承担甲方实际支付的保管费用。

甲方提前交货和多交、错发货而造成的乙方在代保管期内实际支付的费用，应由甲方负担，乙方逾期付款的，应按照人民银行有关逾期付款的规定，向甲方偿付逾期付款违约金。

对应偿付的违约金，赔偿金，保管、保养费用和各种经济损失，应在明确责任后，1天内主动汇给对方，否则，按逾期付款处理，但任何一方不得自行用扣发货物或扣付货款充抵。

第十四条甲、乙两方履行合同，发生纠纷时，应及时协商解决，协商不成时，可向人民\*\*\*\*。

第十五条本合同一式4份，甲、乙两方各执2份，并送交当地人民银行及\*\*\*\*，\*\*执行。

第十六条本合同（协议）双方签章，\*\*生效，有效期为1年，期满双方如无异议，合同自动延长。凡涉及日期的，按收件人签收日期和邮局戳记日期为准。

开户银行：＿＿＿＿＿＿＿开户银行：＿＿＿＿＿＿＿

帐号：＿＿＿＿＿＿＿＿＿帐号：＿＿＿＿＿＿＿＿＿

地址：＿＿＿＿＿＿＿＿＿地址：＿＿＿＿＿＿＿＿＿

传真：＿＿＿＿＿＿＿＿＿传真：＿＿＿＿＿＿＿＿＿

电话：＿＿＿＿＿＿＿＿＿电话：＿＿＿＿＿＿＿＿＿

供货方（甲方）签章：＿＿＿＿购货方（乙方）签章：＿＿＿

签订日期：＿＿年＿＿月＿＿日 签订日期：＿＿

——买卖合同：买卖合同范文 (菁华1篇)

**名画购买合同范本3**

1、中止交易：

（1）乙方有确切证据证明标的艺术品存在下列情形之一的，有权单方解除本合同，并不承担由此产生的法律责任：

①标的艺术品的来源不合法或其来源与甲方承诺不符；

②标的`艺术品的权属存在争议或权属状况与甲方声明不一致的；

③标的艺术品并非真品或存在甲方未声明的重大瑕疵的。

（2）本合同因中止交易而提前终止后，甲方应在接到乙方通知之日起\_\_\_\_\_\_\_\_个日内领回标的艺术品，超过期限未领回的，乙方有权收取保管费。

2、违约责任：

（1）甲乙双方在本合同执行过程中，任何一方不履行合同、违反本合同条约内容，即为违约，且应承担违约责任。

（2）任何一方拒不履行本合同或违反约定单方解除本合同，应向另一方支付约定交易总价\_\_\_\_\_\_\_\_%的违约金。

（3）任何一方迟延履行交付义务，则每延迟一日应向另一方支付逾期款项金额或逾期物品价值\_\_\_\_\_%的违约金；逾期超过\_\_\_\_\_\_\_\_日时，每日的违约金标准为逾期款项或逾期物品价值的\_\_\_\_\_%。

（4）标的艺术品交付后，因甲方隐瞒其瑕疵或其权属瑕疵，应赔偿由此给乙方造成的损失。

3、争议解决：

（1）双方因合同的解释或履行发生争议，应先由双方协商解决。

（2）如协商不成，向\_\_\_\_\_\_\_\_人民法院提起诉讼。

4、本合同一式\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_份。自双方签署后生效。

5、本合同双方的联络方式如下，任何一方改变其联络方式，均须书面提前通知另一方，否则送达至原授权代表或以原联络方式送达即视为有效送达：

（1）甲方指定联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_，手机\_\_\_\_\_\_\_\_，电子信箱\_\_\_\_\_\_\_\_，通信地址\_\_\_\_\_\_\_\_。

（2）乙方指定联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_，手机\_\_\_\_\_\_\_\_，电子信箱\_\_\_\_\_\_\_\_，通信地址\_\_\_\_\_\_\_\_。

甲方（签章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（签章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第一讲 艺术品收藏的历史与现状

一、体。

\_文化部《艺术品经营管理办法（征求意见稿）》：“本办法所称艺术品的范围包括：（1）绘画作品；（2）书法、篆刻作品；（3）雕塑、雕刻作品；（4）艺术摄影作品；

（5）上述作品的有限复制品。”

 1.奢侈品类 2.陈设品（工艺品）与非食用品类  3.国家荣誉、民族情感的寄托品类  4.民间日常用品类 5.明星藏品类  6.系列藏品类 7.礼器与祭器类

 8.民俗用品与民族用品类 9.民间艺术品与文体用品类. 10.国粹藏品类 11.武器、军用品与军事藏品类  12.工业制品类 13.舶来品类 14.化石与标本类

二、中国历史上的收藏热及每次收藏特点

中国历史上曾有过四次收藏热潮：

第一次是在北宋末年；

北宋尤其是宋徽宗时期的政和、宣和年间至“靖康之变”后的南宋，应该是古代收藏热形成的第一个时期。因宋徽宗本人是著名书画家，又独创瘦金体书法，还创办了“翰林书画院”，并使画院成为整个科举制的一部分。此时，求仕途者学画、藏画成风，此时收藏赏玩书画应为最有影响力的收藏项目之一。宋代赵明诚、李清照夫妇是当时著名的古物书画收藏家。宋代最有名的收藏典籍有宋陈《负暄野录》，主要论书画收藏；宋赵希鹄《洞天清禄焦》，主要论古玩杂项收藏。第二次是在晚明时期，晚明应该是古代收藏热形成的第二个时期。尤其是明“隆庆”开关之后，海外大量的珍贵木材、犀牛角、象牙的进口及从海外传入的珐琅器工艺制作的日趋影响，古玩杂项工艺制作名人辈出。如明开创嘉定派竹刻的竹刻大家朱松龄、制玉大家陆子刚、制铜手炉大家张鸣岐、制墨大家方于鲁、版刻大家黄应光，还有明式硬木家具的兴起、明宣德炉的竞相仿制。此外，明代文人画收藏虽然流行，但此时，收藏古玩杂项应为最有影响力的收藏项目之一。明代最有名的古玩典籍为董其昌的《古董十三说》，曹昭的《格古要论》，文震亨的《长物志》，均为明代古玩收藏名著。从董其昌所说的赏玩骨董(后人称古董，今人称古玩)之要义等，我们可以分析出：明代应该是“鉴古可以进德，收藏可以成才”的玩物长志论的奠定期。第三次是在康乾盛世；

康乾盛世应该是古代收藏热形成的第三个时期。清康熙皇帝在文化上的杰出贡献是甘愿让满族文化融入到汉族文化之中。康熙派督陶官郎廷极去景德镇烧瓷，当时郎廷极督烧的一件郎红釉瓶，在故宫成立80周年之际，作为故宫十件藏品中的瓷器代表展品，可见郎红釉的传世影响力。雍正亲自参与瓷器纹样设计，雍正时期的督陶官叫年希尧，其所烧的窑俗称年窑。乾隆时期的督陶官叫唐英，其所烧的窑俗称唐窑。乾隆80岁时为其祝寿督烧的“瓷母”瓶，十五种釉彩，十六层纹饰，高，堪称陶瓷工艺上的经典。康乾盛世是我国陶瓷工艺的顶峰期，也是宫廷瓷器收藏的繁盛期。清俗称“乾隆工”的玉雕、竹雕、木雕、牙雕、角雕、清紫檀木家具等，都是后世竞相仿制的经典工艺收藏品。此外，康乾盛世名人字画收藏也依然流行。但此时赏瓶的流行，也说明宫廷带动下收藏精品瓷器应为最有影响力的收藏项目之一。清初最有名的古玩典籍是戏剧理论家李渔的《闲情偶寄?器玩部》，专讲文玩品鉴；谷应泰的《博物要览》是一部资料性汇集的古玩著述，十二卷分列碑刻、书画、铜器、窑器、砚、漆器、奇石等鉴赏。此外，《博物要览》基艺术品的含义与种类

艺术品泛指经人类加工、制造的，具有艺术观赏价值、收藏价值和非再生性，体现个性和民族性的艺术载本上分别评定了碑刻、书画、青铜器、瓷器在中国文玩器物史的历史文化地位，对后世文人主要追求“金石碑帖”的收藏颇具影响力 第四次是清末民初。

清末民国初年应该是古代收藏热形成的第五个时期。清末时期，满清王朝摇摇欲坠，宫廷内大量古器文物流出宫外，流露民间。末代皇帝溥仪以赏物之名，让其弟带出众多名画，为维持小朝廷的开支向银行抵押库存官窑器物。众多太监偷盗宫廷古器变卖，没落王爷贱卖宫廷遗珍。因古物卖家与买家出现，形成古玩群体市场，故清末年间北京琉璃厂古玩市场一度兴旺，日本欧美古玩商闻风而动觅商机。第五次收藏热即将来临——基于：

1.中国经济发展迅速，社会稳定；

2.中国民间收藏活动正在向广度和深度发展； 3.艺术品市场正在蓬勃发展；

4.艺术品拍卖高潮迭起，成交价格屡创新高； 5.众多机构争相进入艺术品市场；

6.收藏方面的研究成果涌现，媒体报道推波助澜。

三、艺术品价格的影响因素

（一）艺术品的吸引力

美国经济学家戈德哈伯指出：“成功地吸引注意力是艺术存在的全部意义。” 注意力经济实际上是基于不断地创新或者至少设法新颖。

从某种意义上讲，影响艺术品价格的决定性因素并不是艺术品本身所具有的艺术价值和艺术品的存世数量，而是艺术品所能吸引到的注意力。

1、艺术家的知名度

案例一：波普艺术家—利希滕斯坦 “美国最差的艺术家之一” “艺术界不值一文的挪用品”

——《时代》多尔蒂

“利希滕斯坦的作品无知、恶劣、赶时髦、令人恶心——是目前最轰动一时的事物。”

——《国家》科兹洛夫 案例二：劳森伯格

荣获威尼斯双年展的第一位美国艺术家； 也是迄今为止最年轻的一位； 这次获奖标志着波普艺术被引入欧洲。

2、艺术品所涉及的题材

案例：1997年，在中国嘉德国际拍卖会上，齐白石唯一的一幅以苍蝇未题材的作品虽然尺寸仅为厘米\*7厘米，但由于其题材特殊而成为全场的焦点，最终拍出了万元的高价。被一些媒体称为：“最昂贵的一只苍蝇”

（二）艺术品的炫耀性

美国经济学家凡勃伦在《有闲阶级论》中指出：“艺术的效用同它的价格高低有密切的关系，这类物品对占有者的效用一般主要不在于它们所具有的艺术上的真正价值，而在于占有或消费这类物品可以增加荣誉，可以祛除寒酸、鄙陋的污名。

（三）艺术品的体验性

派恩和吉尔摩在《体验经济》中指出： “我们已经进入了体验经济的时代。”

收藏者愿意为由于艺术品所带来的体验付费，是因为“这种体验美好、难忘、非他莫属、不可复制、不可转让。” 体验是一种使收藏者以个性化的方式参与其中的事件。案例：芭比娃娃和泰迪熊

（四）艺术品的投机性

英国经济学家凯恩斯认为：所谓投资，就好像玩一种“叫停”、“传物”、“占位”的游戏，谁能够不先不后地说出“停”字，谁能够在音乐终了之时占到一个席位，谁就是胜利者。

理性的投资行为显然并不是选择自己喜欢的艺术品，而是选择那些最可能被大多数人关注和欣赏的艺术品。成功的收藏投资应该建立在对大多数人购买心理的预期之上。

第二讲 艺术品的价格问题

一、艺术品的分类

（一）文物和历史艺术品

（二）名人纪念物

（三）4、三、现代艺术品

日常生活用品

5、现代科学技术资料 6.自然资源 存世量、出世量和流通量 1.现代美术品

2、现代工艺品

3、民间艺术品

（一）存世量：

存世量是指某种收藏品尚存于世的所有数量，既包括已经为人们所知的收藏品数量，又包括尚未为人们所知，但却是存在于世，而且可能在将来为人们所知的收藏品数量。（二）出世量：

出世量是指已经被人们发现的某种收藏品的数量。

（三）流通量：

流通量是指在一段时间内某种收藏品在艺术品市场上流通交易的数量。

三、供给量、需求量与价格

（一）供给量：

所谓供给量是指在一定的时间、一定的地点和某一既定的价格水平下，卖者愿意并且可能提供的某种收藏品的数量。

供给量与价格是同方向变动的。一般情况下，价格越高，供给量越大，这就是供给规律。(二）需求量：

所谓需求量是指在一定的时间、一定的地点和某一既定的价格水平下，买者愿意并且有能力购买的某种收藏品的数量。

需求量与价格是反方向变动的。一般情况下，价格越高，需求量越小，这就是需求规律。

四、影响艺术品价格的因素

（一）收藏品的质量：

包括艺术品的材料、风格、艺术水平、年代、品相等。

在正常情况下，收藏品的质量应该与市场价格相一致，他们之间是一种正相关关系。

但是因为收藏者的审美判断力参差不齐，多数人为主流价值判断的被动接受者，所以就使得两者经常不一致。

（二）收藏品的数量：

收藏品的数量与价格的关系非常密切。一般来说，收藏品的数量越是稀缺，其价格高昂的可能性也就越大。

（三）“偏好”因素

“偏好”是指消费者按照自己的意愿对可供选择的商品组合进行的排列。

偏好是微观经济学价值理论中的一个基础概念。偏好是潜藏在人们内心的一种情感和倾向，因而是主观的，引起偏好的感性因素多于理性因素。偏好有明显的个体差异，也呈现出群体特征 艺术品市场的“家乡偏好”

所谓“家乡偏好：是指在同等条件下，收藏者更愿意购买本地书画家的作品，换句话说，就是书画家作品的受青睐程度都会或多或少地受到地域性因素的影响。例如：天津——孙其峰、孙克纲； 江苏：傅二石、赵绪成； 四川：彭先成、戴卫； 浙江：陆俨少 “家乡偏好” 产生的原因：

1.购买本地书画家作品的品质风险较小。2.购买本地书画家作品的炫耀性消费价值更大。3.本地书画家作品的地域\_割能力较强。

（四）投机和心理因素

在艺术品市场上，投机者的心理变化与收藏品投机因素形成一种相互制约、相互依赖的“共生现象”，它们共同作用于艺术品市场，造成艺术品价格的剧烈波动。艺术品消费的“凡勃伦效应” 美国经济学家凡勃伦指出：

“我们从使用和欣赏一件高价的、而且认为是优美的艺术品中所得到的高度满足，在一般情况下，大部分是出于美感名义假托之下的高价感的满足。”任何贵重的艺术品，要引起我们的美感，就必须能同时适应美感和高价两个特征。

从某种意义上说，“凡勃伦效应”是一种社会心理效应，而不完全是一种经济效应。具有艺术价值的物品带给购买者的总效用不仅包括直接“消费”这件物品所带来的“物理效用”，而且包括由于这件物品本身的高昂价格所带来的“社会效用”。

（五）经济形势

（六）政治形势

如：中国的当代艺术。戈德哈伯的“注意力经济”理论

金钱和注意力是双向流动的。金钱可以买到注意力，注意力也可以赢得金钱。“人们甚至可以制造虚假的注意力以保持双方注意力的平衡。”

“艺术的目的就是吸引注意力，成功地吸引注意力是艺术存在的全部意义。” 一旦注意力被吸引，理智就会在不知不觉中退隐到背后。

从某种意义上讲，影响艺术品价格的决定因素并不是艺术品本身所具有的艺术价值和艺术品的存世数量，而是艺术品所能吸引到的注意力 艺术品投资的“更大笨蛋理论”：

英国著名经济学家凯恩斯集数十年艺术品投资经验得出的结论，另一位经济学家麦吉尔将凯恩斯的这一结论归纳为所谓的“更大笨蛋理论”——Theory of Greater Fool: 你之所以完全不管某件艺术品的真实价值，即使它一文不值，也愿意花高价买下，是因为你预期会有更大的笨蛋花更高的价格从你手中买走它，而投资成功的关键就在于能否准确判断究竟有没有比自己更大的笨蛋出现。

五、如何理解拍卖价格

美国经济学家阿尔钦（Alchian)指出： “价格决定什么比什么决定价格更重要。”

（一）拍卖价的真实性

（二）拍卖价的随机性

（三）什么决定拍卖价

（四）拍卖价决定什么

（四）拍卖价决定什么：拍卖价的重要作用在于：它以价格信号的形式将买家的价值判断和购买能力公之于众，并且通过大众媒体的宣传报道的“放大效应”使得这个价格信号得以广泛传播，以此影响藏家个人的主观判断，从而影响艺术品市场的主流判断，进而影响艺术品市场的供求状况，最终影响艺术品的成交价格。

拍卖价所传递的价格信号影响甚至决定着艺术品市场的新一轮行情。

第三讲 艺术品收藏与投资的成本

一、艺术品收藏投资的成本（一)资金成本

资金成本是指艺术品收藏投资所必须支付的货币形式的资本。1.资金来源 2.对投资收益的依赖程度 3.投资对象 4.投资比例

（二）学习成本

1.知识——书到用时方恨少

入门知识：考古学、鉴定类书籍报刊；

技术知识：与收藏相关的边缘学科，如冶金学、地质学、陶瓷学、纺织学、古文字学等； 宏观知识：古今中外的历史、美学、社会学、心理学、经济学等。

2.经验——绝知此事要躬行

（三）信息成本

1.信息的真实性 2.信息的时效性 3.信息的透明性

（四）谈判成本

1.明确谈判的预期目标 2.有效调节谈判的进程 3.排除心理因素的干扰 4.恰当控制利益的进退（五)管理成本

1.保险 2.保管 3.维护 4.出手

（六）机会成本

机会成本是一种观念上的成本或损失。

机会成本是作出一项决策时所放弃其他选择的代价。“鱼和熊掌不可兼得”

二、艺术品市场的资本结构（一)长期沉淀资本

主要由公共博物馆和“铁杆”收藏者投入到艺术品市场上，这类资本的流动性很小，长期“沉淀”在艺术品市场上，随着艺术品市场的日渐升温，这类资本在艺术品市场的资本总额中所占的比例越来越小，约在10%以下。

（二）中期投资资本

中期投资资本的所有者既包括机构投资者，又包括私人投资者，他们以对抗通货膨胀，获得资本利得为主要目标，这类资本在艺术品市场的资本总额中所占的比例在80%以上。

（三）短期投资资本

短期投资资本是专门进行短期投机套利的“游资”，这类资本在艺术品的资本总额中所占的比例约在10%以下。

艺术品市场资本结构调整的一个重要趋势是，长期沉淀资本越来越少，而短期投机资本日益活跃。

三、艺术品市场指数

（一）艺术品市场指数的历史与现状

所谓艺术品市场指数，是指反应一定时期内艺术品市场的整体价格水平或某件（类）艺术品价格变动情况的统计指标。

历史上最早的艺术品市场指数或许当数由苏富比拍卖公司编制的艺术品市场综合指数（Art Market Index)。1985年9月，苏富比拍卖公司创办了《艺术品市场公报》，并定期在上面发布艺术品市场综合指数，包括早期绘画、现代绘画、欧洲瓷器、中国瓷器、古董家具等十个类别。

目前艺术品市场最具代表性和影响力的艺术品市场指数主要包括以下三种： 新梅—摩西艺术品指数（Mei-Moses)雅昌艺术品市场指数（AAMI）中国艺术品市场投资指数（AMI)它们均由市场综合指数、流派分类指数和艺术家个体指数组成。

（二）艺术品市场指数 ——艺术品市场的晴雨表

1.描述最具代表性的艺术家作品的整体市场行情 2.反映艺术品市场的整体发展趋势

3.成为金融机构对高端客户进行理财指导的工具 雅昌艺术品市场指数的目标定位：

以艺术品市场指数的形式反映中国艺术品市场的发展变化轨迹和当前成交状况；通过客观的数据分析，准确把握中国艺术品市场的脉搏，全面分析艺术品市场的形势和热点，总结和掌握艺术品市场的发展规律，从而预测未来行情走势，为艺术家、经销商、收藏者、投资者和政府提供信息服务和决策依据。

（三）艺术品市场指数 ——准确？客观？

 艺术品市场指数编制机构与艺术品市场的利益相关性强弱，在很大程度上直接影响着艺术品市场指数的准确性和客观性。

艺术品市场指数：一把双刃剑

一方面，它可以较为全面地反映中国艺术品市场的整体变化趋势和发展轨迹；

另一方面，它既无法有效区分艺术品的精粗，也无法有效辨别艺术品的真伪，尤其是艺术家个体指数很容易被人为地操纵，从而对艺术品市场产生误导。

在大众传媒非常发达的今天，艺术品市场指数将大大强化艺术品市场的价格“放大效应”，对艺术品市场行情产生推波助澜的重大影响。

第四讲 艺术品鉴定

一、赝品、复制品与仿制品

（一）赝品

所谓赝品，是指冒充真品的复制品或仿制品。

一件赝品是相对于某件真品而言的，前者与后者在概念上对立，但在可感性上相似。

（二）复制品

所谓复制品，是指从材料、形体、工艺、风格等方面都要求与真品保持一致，力求做到神形毕肖，从而可以乱真的艺术品。

人们制作复制品的目的，既有盈利的动机，也有保护原作、继承传统和提高技艺的动机。

（三）仿制品

仿制品与复制品最大的区别在于仿制品的制作不受材料 形体、工艺等因素的限制，只是力求做到形神相近，可以批量生产，并且广为销售。

不管是复制品还是仿制品，只要在艺术品市场上以真品的面貌流通交易，就是不折不扣的赝品

二、艺术品市场的“假象” 1.赝品 2.假拍 3.拍假

三、艺术品市场“假象”的背后

1.市场的需要 2.技术的进步 3.利润的吸引

四、艺术品市场的打假及其可行性 1.打假的成本问题

A.打假机构的日常运作费用、工作人员的培训费用、工作人员的薪水开支，等等。B.谁来支付这笔费用？ 2.真伪的鉴定难题

A.如何鉴定？ B.由谁鉴定？

事实上，艺术品市场是一个“难得买卖不骗人，鲜有买货不受骗”的特殊市场。中国收藏界的传统“行规”：

在艺术品市场上，如果以赝品的价格买到的真品，称为“捡漏”；如果以真品的价格买到了赝品，则称为“打眼”，双方都认为是眼力问题，统统不能称之为骗人或受骗

第五讲 艺术品投资的风险

一、艺术品投资的主要风险： 1.品质风险

在艺术品市场上，赝品数量最多的艺术品种类主要集中在：书画、家具、瓷器和玉器等方面。故宫博物院研究员杨新认为：

目前我们正处于中国历史上第四次书画作伪高潮。在艺术品市场上，“看朱成碧”的风险到底有多高？

在艺术品市场上，古玉器的赝品数量约占总量的90%，古陶瓷的赝品数量高达总量的95%。而第四次书画作伪高潮已经发展到了专业化运作、流水线生产、产业化经营的程度。因此，对于艺术品投资而言，品质风险不容忽视。2.品相风险

品相好的艺术品具有四个主要特征： 善——完整无缺 精——工艺精湛 稀——世间少有 美——美妙绝伦

对于不同种类的艺术品而言，品相对艺术品价格的影响是不尽相同的。

例如：中国嘉德第82期周末拍卖会上一件明代崇祯年间的青花花鸟筒瓶（口微伤）以万元成交； 20\_年伦敦拍卖会上一件清代乾隆年间的青花荷塘纹贯耳瓶最终以万英镑成交，名列该伦敦秋拍瓷器类成交价格的第二名。越是稀缺的收藏品，品相风险越小。

1856年发行的英属圭亚那洋红色帆船邮票，面值一分，洋红底子，黑色图案，是世界珍贵的邮票，现传世仅一枚。

1980 年，在美国纽约举行的“世界奇珍异宝”拍卖大会上，拍了85万美元。3.价格风险

艺术品价格会因为买入时机、卖出时机、买入地点、卖出地点以及买方和卖方的不同而不同，这些因素无不直接或者间接地影响到艺术品的买入价格和卖出价格的高低，进而直接影响到艺术品投资收益率的高低。4.保管风险

如果说品相风险是一种静态风险，主要发生在购买艺术品时，保管风险则是一种动态风险，它贯穿于从买入到卖出艺术品的全过程的始终。造成各类收藏品受损的原因有:温度、湿度、光线、有害气体、灰尘及霉菌等

不同质地的艺术品有着不同的适宜温度和湿度，长期处于温度和湿度变化剧烈的环境中的艺术品，其物理性能会发生变化，内部结构疏松的过程也会加快。

对于艺术品的品相风险须小心一时，而对于艺术品的保管风险须小心一世。5.道德风险

所谓道德风险是指因为人们的不诚实、不良企图或者欺诈行为所带来的不确定性。

道德风险也可以理解为：从事经济活动的人，在最大限度地增进自身效用时，做出不利于他人的行动。6.偏好转移风险

偏好是决定收藏者选择什么种类的艺术品的重要因素之一。

尽管偏好的转变并不频繁，然而，偏好的转移还是会或多或少地发生在不同种类的艺术品，或者同一种类的艺术品的不同类型身上。7.交割能力风险

交割能力风险主要涉及两个方面： 第一、艺术品能否顺利交割 第二、艺术品能否以预期的价格交割

艺术品的变现并不像其他那些可以进行标准化交易的投资品种那么容易，希望在合适的时间、合适的地点、以合适的价格将艺术品出手，并不是那么容易。

从某种意义上讲，艺术品投资的交割能力风险与“羊群效应”有很大的关系。

所谓羊群效应：是指投资者在信息不确定的情况下，行为受到其他投资者的影响，模仿其他人的决策，或者过度依赖于舆论，而不考虑信息真实性的行为。8.法律政策风险

许多珍贵的艺术品同时也是珍贵的文物。

《\_文物保护法》对文物的规定：下列文物受国家保护，包括具有历史、艺术、科学价值的古文化遗址、古墓葬、古建筑、石窟寺和石刻、壁画；与重大历史事件或者著名人物有关的以及具有重要纪念意义、教育意义或者史料价值的近现代重要史迹、实物、代表性建筑；历史上各时代重要的文献资料以及具有历史、艺术和科学价值的手稿、图书资料等；反映历史上各时代、各民族社会制度、社会生产、社会生活的代表性实物。

二、艺术家制造的动态投资风险

一般来说，艺术品的市场价格不仅取决于艺术家的知名度和艺术品本身的质量，而且还取决于艺术品的数量。

如果某种风格和题材的书画作品受到市场的青睐，艺术家有足够的理由继续“复制”类似的书画作品，以满足市场的需要。这就给收藏带来的动态投资风险。

也有些艺术家意识到了问题的严重性，并竭力通过“信号显示”的方式来增强收藏者的信心。案例：吴冠中“毁画”事件。

三、艺术品投资的战略选择：多元化与归核化

诺贝尔经济学奖得主斯蒂格勒有一个著名的投资理论：“不要把鸡蛋都放在同一个篮子里。” 即投资者可以通过投资的多元化战略来分散投资风险，以达到“东方不亮西方亮”的目的。

艺术品投资的多元化战略主要是增加投资品种，从而达到规避偏好转移风险和交割能力风险的目的。艺术品投资的归核化战略主要是通过减少投资品种，从而达到规避品质风险、品相风险、道德风险、价格风险、保管风险和法律政策风险的目的。

经验地看，艺术品投资的品质风险、品相风险、道德风险、价格风险、保管风险和法律政策风险要远大于艺术品投资的偏好转移风险和交割能力风险。

因此，对于艺术品投资者而言，与其说“把鸡蛋放在不同的篮子里”，倒不如“把鸡蛋放在同一个篮子里，然后看好这只篮子。”

第六讲 艺术品市场的运行机制

二、艺术品市场的分类

（一）地摊交易市场

有组织或自发形成的艺术品集市，广泛存在于北京、上海、广州等大中城市。著名的有：北京的潘家园、琉璃厂；上海的豫园、济南的英雄山等。

（二）门店交易市场

有固定的经营场所和相对专业的经营人员。著名的有：北京的荣宝斋、上海的朵云轩等。

（三）拍卖交易市场 拍卖交易市场是指用公开出价和竞价的手段实现艺术品的交易。从事拍卖的商行统称为拍卖行，从拍卖成交的金额中收取一定比例的金额作为手续费，或称为佣金。

著名的拍卖行有：佳士得、苏富比、北京的嘉德、北京匡时、上海崇源和上海工美等等。

四、艺术品交易市场的特点（一)地摊式交易市场

1.流动性大； 2.品种繁多； 3.赝品量多；（二)门店式交易市场

1.交易成本高； 2.道德风险大；

（三）拍卖交易市场 1.透明度高； 2.竞争性强；

第七讲 艺术品的拍卖

一、拍卖方式

拍卖方式有英格兰式拍卖、荷兰式拍卖、英格兰式与荷兰式相结合的拍卖方式。1.英格兰式拍卖：

也叫“增价拍卖”，或“低估价拍卖”。是指在拍卖过程中，拍卖人宣布拍卖标的的起叫价及最低增幅，竞买人以起叫价为起点，由低至高竞相应价，最后以最高竞价者以三次报价无人应价后，响槌成交。但成交价不得低于保留价。2.荷兰式拍卖：

也称“降价拍卖”或“高估价拍卖”。是指在拍卖过程中，拍卖人宣布拍卖标的的起叫价及降幅，并依次叫价，第一位应价人响槌成交。但成交价不得低于保留价。3.英格兰式与荷兰式相结合的拍卖方式：

是指在拍卖过程中，拍卖人宣布起拍价后及最低增幅，由竞买人竞相应价，拍卖人依次升高叫价，以最高应价者竞得。若无人应价则转为拍卖人依次降低叫价及降幅，并依次叫价，以第一位应价者竞得。但成交价不得低于保留价。

二、拍卖的功能

1.商品流通功能：将商品从委托人手中通过拍卖人的中介，转移给出价最高的竞买人。

2.中介服务功能：拍卖人既不占有拍卖标的，又不会成为拍卖标的的买主，它只是帮助供需双方以拍卖这种独特的方式完成商品交易过程。

3.价格发现功能：通过拍卖形成的价格，不是人为规定和制造出来的，而是在拍卖市场上，由竞买人通过激烈的竞争，商品价格水平不断更新，最终由出价最高者决定商品成交价格的一种价格形成机制； 4.保值增值功能：经拍卖的商品一般增值都在30%以上，这种增值是在拍卖竞争中实现的。

第八讲 艺术品博览会

一、艺术博览会简介

艺术博览会通常是由某一个文化艺术组织机构和一些大型的艺术商业中介结构，或者某一大型艺术品经纪公司主办。它有着丰富的艺术品货源、广泛的客源和系统完善的销售网络，属于艺术品交易二级市场，是目前世界上规模最大的一种艺术品展示和交易活动。

1967年德国科隆创办了世界上第一个艺术博览会——“科隆国际艺术博览会”，此后30余年间，世界上许多大城市群起仿效，形成了一股举办艺术博览会的热潮，至今这一发展势头仍十分强劲。目前，在世界各国举办的艺术博览会总数不下50家。

二、策展人

全称“展览策划人，指在艺术展览活动中担任构思、组织、管理的专业人员。

常设策展人：通常是指在博物馆、美术馆等非赢利性艺术机构专职负责藏品研究、保管和陈列，或策划组织艺术展览的专业人员。

独立策展人： 在身份上不同于在美术馆、博物馆等艺术机构的常设策展人，他们游走于艺术家、美术馆、赞助人之间，运用他们的智慧、能力和关系，策划出颇具创意和影响的艺术展览。

三、“独立策划人” 兴起的原因

第一，战后西方国家新建了大批艺术博物馆、美术馆、艺术中心等展览空间，而其本身的常设策展人或负责人由于资金、精力和知识的局限，无法策划足够数量和质量的艺术展览来填充空间。在某些艺术领域(尤其是当代艺术最新潮流方面)有精深研究和实践经验的独立策展人便应运而出。

第二，许多西方城市竞相举办双年展、三年展、文献展之类的大型当代艺术活动，提升城市文化品位，刺激旅游观光。这些展览经常举办，不断变换主题，提倡创新，吸引了众多独立策展人参与。

第三，由于大多数艺术博物馆、美术馆、艺术中心等尚未设置当代艺术策展人职位，一些研究当代艺术且有志策展的专业人士便自然成为独立策展人，而西方社会已经相当成熟的基金会制度和社会赞助制度等也为其提供了稳定的资金来源和生活保障。

第四，由于外界的机会日益增多，独立策展人职业又享有较多的自由度和独立性，这就导致一些艺术机构常设策展人转变为独立策展人。

四、策展人的素质

策展人首先需要具备艺术语言的感觉能力。为此，他应当非常熟悉各种艺术媒介如油画、装置、行为、版画等的特征，熟悉不同的艺术媒材内含的丰富文化象征意涵。他需要在同所策划的艺术家的创作经验的交流中、在阅读其他批评家对其作品的深度评论中检验、确定自己的这种能力。

其次，艺术历史的批判能力，迫使策展人对于整个人类艺术史本身尤其是西方自十九世纪以来的现代艺术、二十世纪六十年代以来的后现代艺术、本世纪以来的“另现代”艺术应当有内在的精神把握，从而将自己所策划的作品纳入长时段的艺术史视野。

第三，艺术精神的表述能力，作为对前两者能力的概括，明显表现在策展人对展览的命名上。个展或群展的标题，是基于策展人对于“什么是艺术”、“什么是人”之问题的回答，更是对于人作为意识生命、文化生命之存在的规定性的探究，反应出策展人在东西方传统中的文化修养、在中外哲学方面的理论素质、在心理经验中的人格结构、在修辞表达方面的语文功夫。

五、艺术博览会的功能

（一）促进艺术品销售

（二）推动文化艺术交流

（三）发展培育艺术品市场

（四）提高举办单位和城市知名度 六、五家著名国际艺术博览会 德国“科隆国际艺术博览会”

德国“科隆国际艺术博览会”被称为“艺博会之母”，展场面积万平方米，参展画廊稳定保持在250家左右，每个展位通常不少于50平方米。参展作品的门类和题材从古典到当代，跨度极大。参观人数最多时达到7万人。

1980年起，“科隆国际艺术博览会”联合德国政府，在艺术博览会中建立了专门提供年轻艺术家特别展览的赞助制度，至今已有近800多位新锐艺术家获得这一资助；

博览会还通过与德国“画廊联盟”的合作，设立“科隆艺术奖”，奖金达到10万欧元，主要颁发给推动当代艺术发展的杰出贡献者。瑞士“巴塞尔国际艺术博览会”

是公认的当今世界上最高水平的艺术博览会，被誉为“世界艺博会之冠”，并以其悠久历史和巨大交易额而被视为是全球艺术市场的“晴雨表”。

与一般的艺术博览会侧重于取悦参展商的做法迥异，始终以有效整合收藏家资源而形成特色。

“巴塞尔国际艺术博览会” 对参展画廊坚持严格的审查和评选，通常只有超过3年开办历史的画廊才有申请参展的资格。

20\_年博览会组委会还首创了交流性平台——“艺术休闲厅”，由咨询台、艺术书屋、视听空间组合而成，参观者可以在约定时间与参展艺术家、知名博物馆负责人、画廊经纪人以及收藏家会面，同时主办者还安排了主要参展商每天半小时在此聚会。西班牙“马德里现代艺术博览会”

创办于1982年的西班牙“马德里现代国际艺术博览会”（ARCO），展场设在卡洛斯一世展览馆。展场面积3万平方米，参观人数高达近20万人次。

1994年起建立了“邀请荣誉主题国”制度：即每年邀请一个国家作为本届艺术博览会的主题国。马德里艺术博览会还从1986年开始创设“会员制”，会员已达数千人，形成了令人艳羡的市场拓展模式。20\_年西班牙“马德里现代国际艺术博览会”还与纽约“军械库展”达成了联盟，开创了跨大西洋的协作机制。

美国“芝加哥国际艺术博览会”

利用密执安湖畔的海军码头为展场的美国“芝加哥国际艺术博览会”（CIAE）创办于1979年，以其高质量和高品位成为引领美国艺术潮流的艺术博览会。

自1993年起参展作品转以当代艺术为主，被称“另类品位的艺术交易所”。展馆面积达万平方米，划分为6个大展厅，共有24个国家的200余家画廊参展。参观人数超过4万人次。

艺术博览会近期更致力于艺术资源的整合，而整合的力度也因从本国拓展至洲际而显得引人注目。艺术博览会对“威尼斯双年展”、德国“卡塞尔文献展”、“里昂双年展”等大型艺术展览参展作品不失时机地吸纳，为观众提供了全球性的当代艺术景观，反映了当代艺术的创作趋势，以及相应的市场走向。法国“巴黎国际现代艺术博览会”

创办于1974年而被人们誉为“世界艺博会先驱”的法国“巴黎国际当代艺术博览会”（FIAC），展场最早设在巴士底旧火车站，后迁至大皇宫博物馆。从1993年起又移至塞纳河畔的布朗丽广场，自此之后人们就把这个广场称为“艺博会广场”。

\_年曾创下4亿法郎成交额的记录。1992年的参观人数曾创下15万人次。

法国“巴黎国际当代艺术博览会”始终着意在商业交易之外，赋予展会浓郁的文化色彩。进一步完善VIP区的服务档次，引入赞助商的资金与艺术资源，展现艺术发展的最新趋势；高科技的运用无所不在，既运用于保安、仓储等服务领域，也直接运用于艺术作品的展陈方面，有机地创生出更人性化的、优质的展会服务模式。

第九讲 艺术品经纪人（案例分析）

一、艺术经纪人概说

艺术经纪人就是在艺术市场上为艺术品交易双方充当中介而收取佣金的人。画廊画商、拍卖行法人和艺术博览会组织者，都可以称为艺术经纪人。

艺术经纪人的商业行为方式有经纪艺术品、经纪艺术家和开办艺术品经纪公司三种。

二、艺术经纪人的基本素质

（一）必要的书画艺术品鉴赏知识

艺术品经纪人应热爱艺术，具有丰富的鉴赏知识、即鉴别真伪、欣赏高雅艺术的能力； 具有渊博的艺术史、文物考古、文学、哲学以及历史知识；

拥有一定的艺术批评能力，并能将理论知识与实际应用操作结合起来。

（二）优秀的道德信誉和自觉的法制观念 善言谈而不吹嘘 促成交而不乞求 重友谊而不偏袒 讲法律而不徇情

（三）灵活的经济头脑与强烈的市场意识

艺术经纪人要具有市场学和经济学的相关知识，迅速及时地把握市场脉搏，掌握现代通讯工具，去捕捉信息、传递信息。具有发现和预测市场变化、发掘艺术新人的敏锐眼光，抓住时机和及时应变的能力，商战策略的制定和运用能力，具有丰富的市场操作经验和商务经验。

（四）优秀的公关能力

广泛良好的公共关系、积极恰当的公共策略是艺术品经纪活动得以顺利完成的保障。艺术经纪人要广交朋友，建立良好的社会关系网。

不仅要有众多艺术界和商业街的朋友，而且要广交新闻、媒体、网络界的朋友。

二、艺术经纪人的经营决策

（一）经纪艺术品的经营决策

所谓经纪艺术品，就是艺术经纪人与被代理人或委托人之间、就艺术品或艺术服务项目签订经纪合同，作为艺术经纪活动的依据。

其经营决策的关键是能够选择物有所值和有增值潜力的品味高雅的艺术品

 未来中国艺术市场的发展走向大体上要经过以下三个阶段：  1.名画复制品  2.复数性艺术品  3.当代艺术原作

（二）经纪艺术家的经营决策

经纪艺术家其真正意义只是指长期代理或称作品垄断代理，即指艺术经纪人在一定时期内充当某艺术家全部作品销售的独家代理人。

其经营策略侧重于为艺术家提供一定的或全部生活保证、创作保证，提供展览、出版、交流等展示艺术的机会和条件、借助艺术批评、广告宣传、新闻媒体等途径为艺术家扬名。

中国的艺术经纪人所需要的第一个品格就是超群的艺术眼光。他们应独具慧眼去发现人才，充分依靠自身操纵舆论、从事社会运作的能力，从社会与时代的需求出发去培养人才。

1、鼓励创造，反对重复。

2、鼓励精品意识，反对纯商业化倾向。

3、鼓励本土文化的再创造，反对尾随西方“文化中心主义”的盲目仿造。

（三）艺术经纪公司的经营决策

艺术经纪公司是为艺术品投资收藏、消费服务的中介机构，它的主要职能有： 1.培养、经营书画艺术经纪人才。

2.为艺术品投资收藏者提供“掌眼”、“把市”服务。3.为艺术品投资者设计投资方案、提供投资理财服务。

第十讲 中国书画艺术品的投资与收藏

（一）中国书画艺术品的形制

立轴，屏条，对幅，横披，手卷：国画装裱中横幅的一种体式。以能握在手中顺序展开阅览得名。因幅度特点为“长，故又称“长卷”。如宋人王希孟的“千里江山图”。用一匹整绢画成，长达一千多厘米。又因手卷为横幅，所以也称“横卷”。手卷的内容可以是：由多幅独立的字联结而成，也可以是由多件各自独立的字混合穿插联结起来 册页：册页是书画作品的一种装裱形式，也是我国古代书籍装帧传统形制中的一种。书画册页是受书籍册页装出现的影响而形成的。册页装由最早的卷轴装经经折装的过渡后发展而来，现存最晚的古代书籍基本以线装书为主。而书画册页则由宋代时受书籍册页装的影响出现的。作为一种书画小品，其尺幅不大，易于创作，易于保存的特点深受书画家和收藏家的喜爱。

镜片，扇面，屏风

（二）中国绘画的基本法则： 1.气韵生动：气韵生动就是指画面形象的精神气质生动活泼，活灵活现，鲜明突出。也就是“形神兼备”，中国画的要求，不仅要描绘出对象的外形，而且还要表现出它的精神。人物有精神，山水、花鸟也有精神。达到神似，就能气韵生动。许多画家认为，没有气韵的作品是不能称之为画的。当然，要表现出艺术形象的生动性、真实性，即气韵，也与其他五法分不开的。气韵生动也离不开构图立意、笔墨技法的，因此，它和其余五法是一个整体。其他五法同时也离不开气韵生动，否则，也就成为了缺乏灵魂的纯技术性的东西。

2.骨法用笔 ：骨法原来是指人物的外形特点，后来泛指一切描绘对象的轮廓。用笔，就是中国画特有的笔墨技法。骨法用笔总的来说，就是指怎样用笔墨技法恰当地把对象的形状和质感画出来。如果我们把气韵生动理解为“神”，那么也就可以简单地把骨法用笔理解为“形”了，囵此，气韵生动和骨法用笔又有着密不可分的内在联系，“形”的描写借助于笔墨写出来，而写形又不过是手段，其目的是表现“神”，这与顾恺之的“以形写神”的表现客体的法则是一致的。

3.应物象形 ：就是画家在描绘对象时，要顺应事物的本来面貌，用造型手段把它表现出来。也就是说，描绘事物要有一定的客观事物作为依托，作为凭借，不能随意的主观臆造。也就是客观地反映事物，描绘对象。但是，作为艺术，也可以在尊重客观事物的前提下进行取舍、概括、想象和夸张。这可以说是指一种创作态度和方法。

4.随类赋彩 ：则是指色彩的应用了，指根据不同的描绘对象、时间、地点，施用不同的色彩。中国画运用色彩同西洋画是不同的，中国画喜欢用固有色，即物体本来的颜色，虽然也讲究一定的变化，但变化较小。

5.经营位置：则是指构图。经营是指构图的设计方法，是根据画面的需要，安排调匿形象，即通过所说的谋篇布局，来体现作品的整体效果。中国画也是历来重视构图的，它要讲究宾主、呼应、虚实、繁简、疏密、藏露、参差等种种关系。

6.传移模写 ：就是指写生和临摹。对真人真物进行写生，对古代作品进行临摹，这是一种学习自然和继承传统的学习方法。

（三）书画艺术品的保藏：

1.书画艺术品的保藏设施配备：储藏室、通风、除湿和防火设备、安全监控设备等。2.书画艺术品入藏之前的清理：

主要方法有熏蒸、晾晒、紫外线照射等。3.书画艺术品的存放：

独立包装、分别放置、温度控制、干湿度控制、室内光源控制、污染控制等。4.书画艺术品的悬挂、展阅和外运包装：

（四）书画艺术品的著录：

著录是指对收藏或见到过的书画作品经过鉴赏后，用文字记录下来，或将之编撰成书。书画著录书籍可以帮助鉴别书画的真伪。

专门记录宫廷内府收藏的：《宣和画谱》、《宣和书谱》、《石渠宝笈》。

专门记录私人收藏的：周密的《云烟过眼录》、卞永誉的《式古堂书汇考》、高士奇的《江村消夏录》、顾复的《平生壮观》等。

作用：代表了一种流传有序；帮助鉴别书画真伪；帮助提升艺术品价值

三、中国古代书画艺术品的投资背景分析：

中国艺术品市场经过近20年的发展，历经正反两方面的经验教训，已日趋成熟，逐渐形成了中国艺术品市场的主流拍品和品牌公司。

中国古代书画是中华文化的代表，其深度和广度都无与伦比，作为艺术品收藏和投资的首选毫无异义，这也是中国古代书画几年前在拍市表现欠佳，而今天却冠绝市场的根本原因，今后古代书画仍将成为中国艺术品市场的风向标。

（一）投资中国古代书画艺术品的理由 1.独特的历史价值 2.丰富的文化内涵 3.深厚的笔墨功力 4.稀缺的存世数量 5.与国内同时代“工艺品”的价格比较 6.与国外同时代绘画作品的价格比较 7.大量资金开始投资古代书画

8.收藏家、投资家的成熟推升古代书画价格

（二）投资中国书画艺术品的风险 1.真伪风险 2.政策风险

3.损坏和失灭的风险 4.投资规模方面的风险

5.时机因素的风险 6.投资品种选择上的风险 7.资金风险 古字画不受追捧的原因有：

90年代以后，古字画出现在国内艺术品市场，但备受冷落，价位也不甚理想。其原因是： 1.古字画真伪难辨，投资收藏者望而却步；

2.古字画反映的是古代人的审美情趣，与现代人的审美情趣相去甚远； 3.古字画品相陈旧，不适合现代居室的装饰。

第十二讲 玉器的收藏与投资

一、玉石的主要品种

新疆的和田玉 河南的独山玉 辽宁的岫岩玉 湖北的绿松石

一、玉器的分类——（1）高古玉（2）古玉（3）明清玉

二、玉器收藏与投资的首选——明清玉

 一是明清玉多以和田玉为主，材质的稀缺性决定了它的升值潜力；  二是明清玉工艺精湛，造形美观，具有很高艺术升值空间；  三是相对高古玉和古玉而言，真假较易辩別；  四是升值空间，收藏二十年来不断升温。

第十三讲 陶器

一、陶器与瓷器的区别

1、烧成温度不同

陶器烧成温度一般都低于瓷器，最低甚至达到800℃以下，最高可达1100℃左右。瓷器的烧成温度则比较高，大都在1200℃以上，甚至有的达到1400℃左右。

2、坚硬程度不同

陶器烧成温度低，坯体并未完全烧结，敲击时声音发闷，胎体硬度较差。瓷器的烧成温度高，胎体基本烧结，敲击时声音清脆，胎体表面用一般钢刀很难划出沟痕。

3、使用原料不同

陶器使用一般黏土即可制坯烧成，瓷器则需要选择特定的材料，以高岭上作坯。烧成温度在陶器所需要的温度阶段，则可成为陶器。高岭土在烧制瓷器所需要的温度下，所制的坯体则成为瓷器。但是一般制作陶器的黏土制成的坯体，在烧到1200℃时，则不可能成为瓷器，会被烧熔为玻璃质。

二、唐三彩概述

三彩器是唐墓中一種重要的隨葬品，它伴隨着厚葬之風的瀰漫而盛行。製作一件精美的三彩器，雕塑水平是關鍵。塑造大致可分為兩個階段：

构思階段包括典型的概括和粉本的塑造。

製作階段包括造型、製模、壓模、修整、素燒、施釉、釉燒。三、三彩器的特色

是在器物的胎體上施以黃、綠、赭三種釉彩，有的單色藍彩或黃、綠兩彩，都屬於唐三彩的範疇。是唐代陶瓷手工業的一個新品種，屬於低温釉陶系統。

釉色較釉陶多彩，釉質亦較細膩；胎質較瓷器粗鬆，且釉色不透明。

瓷器的燒成温度在一千三百度以上，三彩的素燒温度為一千一百度；釉燒温度為八百度至九百度。

四、唐三彩的影響

這批器物運送到北京，引起了國外古器物研究者和古董商的重視，在歐美人士的讚美聲中，聞名於世。三彩是唐代陶瓷手工業的一個新品種，是繼漢代黃、綠釉陶器的基礎上發展起來的，進一步提高了陶製品的製作技術。

工匠們在塑造唐三彩時，既注意到人物形象、動物體態、又著意刻畫了它內在的精神狀態，做到形神兼備，具有強烈的藝術生命力。

第十四讲 瓷器的收藏与投资

一、宋代五大官窑

宋代是中国陶瓷的首个高峰期。

当时全国瓷窑林立，各类窑场如雨后春笋般遍布各地。据20世纪50年代以来陶瓷考古调查结果表明，中国19个省、市、自治区的170个县中，保存宋代瓷器窑址的就有130个县，占现存历代窑址总数的75%，可见宋代瓷业的繁盛程度。

宋瓷有两大系统，一个是官窑系统，即宋代五大名窑；还有一个民窑系统，分为八大窑系。宋代五大名窑是汝、官、哥、钧、定。汝窑排在第一，“汝窑为魁”。

（一）汝窑的特征

北宋汝窑瓷器被誉为青瓷之冠，传世极少，目前全世界典藏不足七十件，台北故宫博物院收藏了二十一件，堪称世界之最。1 蟹爪纹。2 鱼鳞状开片。3 香灰色的胎。胎薄，釉厚。4 釉色是天青色。5 一般为素器，没有纹饰。

（二）官窑的特征：(1)紫口铁足(2)都有开片(3)胎体厚薄不同

（三）哥窑的特征：(1)金丝铁线：哥窑瓷器也有开片，烧制好后把瓷器放进炭黑水中浸泡，开片边缘就染上了黑色，细碎的开片因为氧化而呈黄色。(2)紫口铁足，同官窑。

（四）均窑的特征：(1)乳浊釉：釉色不透明，遮盖力强(2)窑变：入窑一色，出窑万彩。(3)蚯蚓走泥纹。(4)款识刻数字。

（五）定窑的特征：(1)以产白瓷著称，也兼烧黑釉、酱釉和釉瓷。(2)釉面非常薄，易于雕刻。(3)重雕工纹饰。

三、宋代八大民窑：

北方： 磁州窑、耀州窑、钧窑、定窑

南方： 饶州窑(今景德镇)、龙泉窑、建窑、吉州窑

四、元代釉里红

 釉里红以特殊的色泽在中国的陶瓷史上占有一席之地。

五、釉里红的特征：

1.创烧于元代，与青花几乎是同一个时期。2.在“还原”的气氛中烧成。3.以“铜”为呈色剂。

4.对温度的控制非常严格，只允许有10度的温差，因此成品率非常低。

在历史上，只有元代、永宣时期以及康乾盛世这三个时代充分地烧造过釉里红，其他的时期非常罕见。

六、釉里红在明朝兴盛的原因

第一，改朝换代后表示正统的颜色，一般都用红色。第二，红色在五行学说中主南方，代表南方的颜色。因为在南方发迹，所以朱元璋认为红色是非常吉利的颜色。

第三，他本身姓朱，朱就是红色。年号洪武，又跟红谐音。再加上朱元璋历史上参加的是红巾军，导致他对红色极感兴趣，所以现在能看到的洪武时期瓷器，釉里红反多于青花。

近观红木家具

红木家具的分类

国家对红木的界定仅限于五属，按照原材料的不同，红木家具可分为8类6等； 第一等：为黄花梨、紫檀木。

第二等：为黑酸枝、乌纹木（也称黑檀木）、非洲紫檀木。第三等：为红酸枝。第四等：为其他酸枝木。

第五等：为东南亚花梨木、鸡翅木、豆科类的“红檀”木以及南美、非洲白酸枝等。第六等：为南美、非洲的花梨木。

有关的市场价格

据报道，在1985年的时候，海南黄花梨的价格仅为每公斤2元。到了1992年前后，这个数字到了每公斤12元，涨幅并不算太大。然而，之后的情况便有所相同了：20\_年，市场上的海南黄花梨价格几乎涨到每吨2万元左右。到了20\_年前后，更是蹿升至每吨800万至1000万元，甚至到了有市无价的地步。最近的8年时间里，海南黄花梨的价格翻了400倍不止。海南黄花梨的原木如此，成品的价格就更高了。

20\_年11月，中国嘉德的一场拍卖会中，一件“明黄花梨簇云纹马蹄腿六柱式架子床”以4312万元人民币高价成交，这创造了黄花梨家具拍卖史上的最高纪录。这张黄花梨做的床也成为“史上最贵的床”。此外，此次专场还拍出了“史上最贵的柜子”——3976万元的“清乾隆黄花梨龙纹大四件柜一对”。最终，这场黄花梨专场拍卖会的所有拍品全部拍出，并以总成交价亿元收槌。

就在所有人将目光投向于中国嘉德之时，12月12日，南京一家之前并不知名的拍卖公司却创造了更加让人咋舌的纪录。当天，一把明代黄花梨交椅以6200万元被拍出，加上佣金总成交价6944万元人民币。新的黄花梨家具纪录又一次被刷新。

事实上以紫檀木为代表的清式家具没有超越此前的明式家具，但是有一点却是比较特殊的。清式家具不仅继承了明式家具的优点，而且，对西方文明也进行了大胆借用。从目前得以保存的清式家具来看，采用西洋装饰图案或装饰手法者占有相当的比重。而且，紫檀家具色调沉稳，给人以含蓄、庄重之美，可以说是代表了宫廷皇室审美的最高标准，因此，其在拍卖场上受到高端买家的热捧。曾在上世纪90年代担任美国加州中国古典家具博物馆馆长的美国专家柯惕思曾表示：由于紫檀比黄花梨更珍稀，所以紫檀的宫廷家具一直被高价追捧，创造了一系列拍卖纪录。如前两年被拍到8000多万港元的一张龙椅就是紫檀做的；这一轮行情开始时的20\_年，一个紫檀的12条屏曾经拍到2000万港元，在当时就是中国古典家具的最高纪录。

购买红木家具的四大价值：

1、实用价值：红木家具质地坚硬，气孔少，固而不易腐蚀，不易虫蛀，有微香味，经久耐用，当可传世。

2、增值保值：红木生长缓慢，红木成材需要几百年甚至上千年，资源奇缺，且呈逐年剧减趋势，有的已面临灭绝。我国产的红木，不但树种少，而却产量极低。国内生产的红木家具民用的红木，均从印度、缅甸、老挝、越南、泰国等东南亚国家进口。随着国际环保呼声的日益高涨，联合国及这些国家都相继采取了严格的限制采伐和出口改革，因而进口渠道日益狭窄，艰难，预计数年后，这些珍贵木材将无法供应，到那时，人们富余了，想享受豪华名贵的红木家具，恐怕也很难买到了。所以这类红木家具的升值空间巨大。

3、观赏价值：红木家具秉承传统文化，历史底蕴深厚，文化内涵丰富，造型独特图案精美，置于厅堂、卧室、书房将给你到来无穷的艺术享受。

4、收藏价值：因为红木家具利用手工方式，利用传统工艺制作，只有相似的，没有完全相同的，件件独具匠心，堪称孤品，有极强的收藏价值。古典家具的收藏与升值潜力

目前，纯正明清古家具的流通量非常少，一般都留在藏家手里不再出售。仿古红木家具因采用老红木料，又是全部用手工精雕细刻制作而成，所以其售价目前虽不到明清红木家具的十分之一，但具有较高的升值潜力。普通收藏者购买仿古红木家具应该去有信誉的生产厂家和名牌红木家具专卖店，挑选那些用料正宗、厚实的红木家具购买。对于一般收藏者来说，只要木材好、造型好、工艺好，就是好的收藏品。

对于收藏家来说，最好以收藏紫檀、黄花梨木为主，这些仿古家具吸收了明清家具线条优美的特点，继承组合严密的榫卯结构，加工考究，雕刻细腻，造型古朴清秀，具有很高的收藏价值和艺术欣赏价值。随着时间的推移，这些仿古家具的升值和保值空间都不可估量。

目前最具升值潜力的古典家具有两类：一类是明代和清早期在文人指点下制作的明式家具，木质一般都是黄花梨；另一类是清康熙、雍正、乾隆三代由皇帝亲自监督，宫廷艺术家指导制作的清代宫廷家具，木质一般是紫檀木。这两类家具存世量至今总共不超过一万件，其价可比黄金。

从投资角度看，明代和清早期的家具是最具升值空间的，真品投资几乎没有风险。经济条件好的投资者，可以把顶级、经典的成套古典家具作为收藏与投资的首选品种。对一般的家具收藏者来说，要量力而行，可以把中档次成套古典家具作为收藏与投资的首选品种，同时适当考虑收藏软木家具和其他竹木器杂件。如明代金丝楠木床，好的已经卖到60多万元人民币。对普通的小康之家来说，应量力以单件古典家具作为首选品种，并可考虑新旧结合的收藏方式。\_规定“五木”，即紫檀、黄花梨、鸡翅、铁梨、乌木五种珍稀木料家具不准出口，这引发了这五种木材的市场价格陡涨，从前几年的每吨2万元人民币涨到每吨至少

农民画

中国的民间乡土艺术，源于农村，源于生活，又高于生活。它赖以生存的土壤，是中国农村；它赖以创造艺术审美价值的，是广大的中国农民。它遵循着自身的发展轨迹而生生不息，它支撑、丰富和活跃着广大劳动者的精神世界。它如山花般灿烂，浸润着中华民族最基本的民族自强精神和深厚的文化内涵，在中国广袤、美丽、有着淳朴民风的农村土地上绽放…

农民画源于民间，所画内容多取材于人物、动物、花鸟等，构图简洁美观，注重色彩数量，追求强烈的直观效果，乡土风情浓厚，形成了独特的艺术风格。

农民画的表现手法有着明显的地域特色，它以大红大紫的色彩，夸张化的描述，寓意深刻的主题，简洁明快的风格勾画出了画乡户县美丽的田园风光，栩栩如生的农家生活，气氛热烈的劳动场面和欢天喜地的节日庆典，充分体现了现代民间艺术的特点

农民画与优美的民歌一样，它抒发中国农民对新生活的热爱与追求，它歌唱着自己日新月异的美丽家乡，它洋溢着中国农民淳朴、善良、和豪迈的感情本色，闪耀着现实的美好与理想追求的绚丽色彩，她所取得的荣耀声誉和巨大成果凝聚了多少画乡人的汗水和心血。

唐三彩

唐三彩《抬腿飞扬马 》 定购编号:TM039

唐三彩豪情满怀、昂首嘶叫，它风姿绰约、傲然独尊，随时准备奔向远方；它造型浑厚丰满、线条流畅，釉彩互相浸润交融，斑驳淋漓，绚丽夺目。是家居装饰、馈赠亲友的理想选择，寓意一马当先，马到成功！仿古唐三彩《抬腿马》 定购编号：TF 013

仿古唐三彩比工艺品唐三彩多几分的古朴、陈旧、浑厚，仿古唐三彩更具有真品唐三彩的神态，对了解大唐文化，记录那一辉煌时期的历史意义是非同寻常的。苍老的千年陈旧感,仿三彩釉面的光泽虽也柔和、温润。

唐三彩悠久的历史，灿烂的文化”才会得到较为直观的证明。洛阳唐三彩秉承中华悠久历史文化，宣传发扬河南艺术瑰宝。洛阳唐三彩在中华文化中，散发着无穷的魅力，龙的故土，蕴涵着神奇的瑰宝。

唐三彩的品种很多，主要有三彩马、三彩骆驼、三彩胡俑、三彩镇墓兽、三彩灯和三彩瓶，等等。

唐三彩各种马的形象一般都气宇轩昂，有个性，有情调，有姿态，线条流畅，骨肉停匀，神完气足，每匹马都有着独特的动感造型，马颈或伸展、或收缩、或左顾、或右盼，千姿百态，栩栩如生，即使是站立的马眼睛也是有动态的，再加上斑灿绚丽的彩釉，使马的造型更是不同凡响。马的头、颈、胸、背脊、肚腹、臀部、腿蹄的结构，用富有弹性的线条，既流畅又有力的组成形体，变化自然，生机勃勃，具有强烈的时代精神，是光辉灿烂的大唐文化的一个体现。尤其是肥硕的臀部，强健丰满，体现出的是运动中的强健之美。产品名称：《仁女图》 定购编号：TB 002

唐三彩是唐代生产的一种釉陶器，釉彩有黄、绿、白、褐、蓝、黑等色，而以黄、绿、白三色为主，故而称之为“唐三彩”。因唐三彩最早、最多出土于洛阳，亦有“洛阳唐三 彩”之称。

唐三彩壁画传承了古老的唐三彩的艺术风格，它的釉面圆润饱满，色泽鲜艳。唐三彩陶瓷画，100％手工制造，由专业的绘画人员在陶版上以三彩釉为颜料精心绘制，再经过高温烧制而成，釉面晶莹润泽、釉色鲜艳自然。

唐三彩壁画使这一古老的陶瓷艺术再度升华，并走进大众家庭的每个角落，唐三彩装饰画是继承和发展了唐三彩由立体造型转向平面造型的第二代产品。该产品由面砖素坯施以唐三彩陶釉，通过绘画、立线、施釉等烧制而成，画面通过烧制自然流动渗合形成独特画面富丽堂皇，别具一格，由单片至数百片组成画面。

它不仅可以做成壁画、磁贴来点缀墙壁，也可做成茶杯垫，锅垫，首饰盒，托餐盘等生活用品，集装饰性与实用性于一身。它还可做成各种规格的壁画悬挂在你的客厅，卧室，餐厅，卫生间等来装饰你的家居环境。也有人把它做成大型壁画来用于室外建筑及门牌和交通标志等来美化环境。它的表现内容更是丰富多彩，从自然风光的山、水、光、色到大千世界的动物、植物、人物，从古典的东方绘画形式到现代的西方艺术表现，均可表现得淋漓尽致。更有人特制加工，在产品上签上自己的名字来馈赠亲朋好友，作为永久的纪念。！

《《春风得意、如醉春风等牡丹图》》 牡丹花开方寸间 尽显富贵，祥和之意！

洛阳牡丹画名家们沉浸于管毫丹青之中，忘情于花王的千娇百媚之内。天道酬勤，终于卓然成家，我们所有洛阳牡丹画，气象万千，色彩斑斓，而更擅于营造意境，借助风烟雨露这些天然造化，来赋予牡丹摇曳生姿、影影绰绰、润泽饱满、厚重低垂、欲说还休、幽香浮动的神韵！

如何欣赏牡丹国画：

构图要引人,牡丹花花朵方向变化多姿！

老枝苍劲,嫩枝偏处,且应富有变化

通常说画花容易画叶难,叶片功夫更是要紧。

更重要是须画出牡丹的韵味！

民间剪纸是一种在纸上剪出来的画。人们将剪好的图案贴在门楣、窗面、灯笼等上面，以表达喜悦感情及生活感受，因此剪纸又称为“剪花”和“窗花”。剪纸图案多取材于人物、动物、场景、喜庆节令、五谷丰登、招财进宝、民间戏曲、故事等，具有以下几个特点：一是民间性，即所谓民间立场、民间情怀。对传统文化的深入研究。选题都是民间传统剪纸艺术的内容。二是宫廷性，使命感，继承传统技法，舍弃乡俗的一面，提升高雅的一面，显得大气，雍容华贵的贵族之质。三是文人性。

剪纸艺术最早可追溯到南北朝时期，与中国的造纸术同时出现，至今仍兴盛于中国大江南北。南方的纤巧秀逸，北方的浑厚苍劲。使剪纸艺术成为中华民族艺术宝库中一朵绚烂的奇葩。亦是收藏界一个重要组成部分。

剪纸本身就是一种深受百姓喜爱的，并极具收藏价值的传统工艺品，无论结婚、寿辰、开业庆典以及逢年过节的门窗和厅堂都可以看到剪纸的影子，千姿百态、风格万种、令人赏心悦目、留连忘返。它也是一种极具市场潜力的大众消费品。

剪纸在现代装饰中能形成独特的中国传统风格，在现代追求反朴归真的年代，具有非常高的装饰特性。

因其物美价廉、雅俗交融，又具有“招财纳福”的象征意义，所以也成为众多商家宣传自己、竭力推崇的“时尚纪念品”。

剪纸作品多吸收中国画、版画、年画及雕塑艺术有雅俗共存特色

产品名称：国色天香

定购编号：GM 015

画家齐海军先生，1959年生于洛阳，1983年毕业于安阳师范学院艺术系，系河南省美术家协会会员，河南省油画学会会员，洛阳书画研究院副院长，国家一级美术师。

洛阳地脉花最宜，牡丹尤为天下奇”宋代大诗人欧阳修的诗赞。牡丹在洛阳始种于隋、盛于唐、甲天下于宋。„千百年来洛阳人民钟爱牡丹之情、培育牡丹之志、观赏牡丹之俗始终不渝。观赏洛阳牡丹能让人感受什么是雍容华贵，富丽端庄，令人留恋忘返。

产品名称：紫气东来

定购编号：GM 026

绝不出售印刷品和水印刷品,所有书画作品均为书法家和画家纯手工书写和绘制的。

价格为一般成品裱价格，可再次装裱，也可以根据需要提供画芯或高档裱。

牡丹画家李淑贞洛阳人，独爱牡丹，她笔下的牡丹，色彩浓烈，华贵而不失坚强，绝丽而不俗媚，其作品大胆，细腻，多次参加全国省、市书画大展，并多次获奖，除写意牡丹外，她还擅长工写人物、花鸟、水粉画等

产品名称：春光、夏景、秋月、冬雪

定购编号：GS 001

民间艺人承德陈先生的山水国画在传统的基础上,又融汇了现代诸家之长,再结合了其独特的艺术理念和独特的表现技法,从而形成了绝无仅有的艺术流派“滦河画派”,现已大量招收弟子并正酝酿创立“滦河画院”.其作品既有雅俗共赏的艺术感染力,又有较高的收藏价值(纵观古今中外的艺术流派,只有独特的,超出旁人的才有生命力和价值。

民间艺人承德陈先生创作的立体国画是经过多年摸索将树皮．根 雕．手工艺．以国画形式表现出来．远看山水怡然近观 层次分明有很强的空间感，仿佛身临其境。此外承德成先生创作的长城．寺庙．农居．桥楼等已远销海外。

民间手工艺品面塑在中国民间工艺中占有主导地位，是民间艺术的花朵，在市场经济开放的今天面塑技师们已走进学校、宾馆、旅游景点和迈出国门。面塑作品也成为人们的艺术欣赏品和收藏品。也是人们在茶余饭后自己动手-自我陶醉来解生活压力的自我疗法。面塑表演性及强，它不向其它手工艺品那么耗时，它可以在短短几分钟出作品，并切色彩艳丽，受人们之欢迎。

民间艺术人士陈铁驰，为民间文艺学会会员，从事雕刻面人工作10多年，小时就特别喜欢捏面人、泥人玩，但一直都处于捏着玩的状态，通过多年的勤学苦练，不但能捏出的简单的小动物而且能捏出各种各样形象逼真的人物肖像。

王昭君、‘鼓上蚤、仙桃姑、文武双骄、钟馗

民间手工艺品面塑在中国民间工艺中占有主导地位，是民间艺术的花朵，在市场经济开放的今天面塑技师们已走进学校、宾馆、旅游景点和迈出国门。面塑作品也成为人们的艺术欣赏品和收藏品。也是人们在茶余饭后自己动手-自我陶醉来解生活压力的自我疗法。面塑表演性及强，它不向其它手工艺品那么耗时，它可以在短短几分钟出作品，并切色彩艳丽，受人们之欢迎。

李金诚，人称“面人李”。经他的手捏出的人物和动物，与别人最大的不同是其作品个个栩栩如生、神态逼真,李金诚说，面塑艺术的特点是“一印、二捏、三镶、四滚”（泥塑的步骤），还有“文的胸、武的肚、老人的背脊、美女的腰”。

洛阳的面塑艺人李金诚，生于1932年，从事面塑艺术达60余年，被人尊称为“面人李”，其面塑的人物和动物栩栩如生，令人叫绝。十几岁时就跟父亲学习捏面人这门手艺，此后走南闯北，直到如今。除了在形式上创新，在面人的材料上李老汉也没少费心思。传统的面人容易发霉开裂，但是他却研制出了一种配方，把它和在面里，可以保证捏出来的面人得到长久保存。

如今，捏面人作为一种传统的民间文化，越来越受到社会的重视。尽一面也在各地物色传人，将来好继承发扬这门古老的艺术。的“面人李”捏的大都是卡通人物，有福娃、QQ、比卡丘等，洛阳市民间艺术协会负责人他申报了民间艺术抢救的传承人，省里已通过，国家正在审批。

**名画购买合同范本4**

1、价格：

（1）双方同意，标的艺术品的总价为人民币\_\_\_\_\_\_\_\_元。

（2）甲乙双方及其工作人员均应对交易价格予以保密，任何一方违约，应向另一方支付交易总价\_\_\_\_\_\_\_\_%的违约金。

2、支付：

（1）本合同签署后\_\_\_\_\_\_\_\_个日内，支付总价的\_\_\_\_\_\_\_\_%作为定金。

（2）甲方向乙方交付标的艺术品日的\_\_\_\_\_\_\_\_个日前，支付总价的\_\_\_\_\_\_\_\_%。

**名画购买合同范本5**

甲方（买方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定\*\*人（负责人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（卖方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定\*\*人（负责人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着\*等资源、诚实信用的原则，根据《民法典》等法律、法规、规章、规范性招标文件及药品集中招标采购\*\*机构向乙方发出的中标通知书，经双方协商一致，就有关事项达成如下具体协议：

第一条药品品种、数量、价格

1、采购药品品种和数量：甲方向乙方所采购的药品品种、剂型、规格、数量等详见药品采购清单（附件一），合计：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_品种为\_\_\_\_\_\_\_\_种，签约金额为\_\_\_\_\_\_\_元，大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，含增值税，税率：\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。

2、药品的价格

（1）在合同有效期内乙方提交药品的价格必须是中标通知书中确认的价格，本价格为甲方的入库价格。

（2）中标药品价格执行期间，遇国家或省价格主管部门调整价格时，对未供货部分，甲乙双方及时调整中标供货价格（原则上按中标供货价格同比例调整）。

第二条质量标准

第三条药品有效期

1、乙方交付药品的有效期应与投标文件中规定的有效期相一致。

2、乙方所提供药品的有效期不得少于\_\_\_\_\_个月；特殊品种双方另行协商。

第四条包装标准

1、乙方提供的全部药品均应按\*\*\*\*的标准保护措施进行包装，每一个包装箱内应附有一份详细装箱数量单和该药品生产企业同批号的出厂药品批次检验记录或合格证（进口药品应提供进口药品注册证和口岸药检所的进口药品检验报告书复印件，并加盖经营企业公章）。如为拼装箱件，箱内应按前述要求附有各种药品数量单和药品质量证明材料复印件，并加盖配送企业公章。

2、特殊要求：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第五条配送服务

配送由乙方负责。乙方按合同要求对甲方提供服务，每次配送的时间和数量以乙方收到甲方的书面供货通知省医药招标采购网上的采购计划为准。原则上在乙方收到供货通知后\_\_\_\_\_\_小时内送达，属急救及加急供货的应在\_\_\_\_\_\_小时内送达。乙方负责药品的现场搬运或入库，并提供药品开箱或分装的用具。

第六条验收

乙方送达甲方指定地点后的当日，双方现场进行数量和外观验收。

第七条双方的\*\*义务

1、甲方必须按合同约定采购中标的药品品种；除本条第4项规定外，甲方不得采购其他非中标药品替代中标品种。

2、甲方须在合同规定的时间内，按实际入库的药品数量及时结算货款；并在货物验收入库后\_\_\_日内结清货款。

3、甲方在接收药品时，应于当日对药品进行验收入库，对乙方提供的药品不符合合同约定的品种、数量、质量要求的部分，甲方有权拒

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn