

基于层次分析的绘画艺术品价值评估

侯俊军，解欣

(湖南大学经济与贸易学院，湖南省、长沙市，410079)

摘要：本文旨在研究了艺术品的价值评估问题，首先对艺术品的价值构成进行剖析，将艺术品的价值分为文化、艺术、审美、历史、象征价值和社会认可度六个部分。其次，在此基础上建立一个价值评估的指标体系，将每个一级指标细化为若干二级指标。再次，运用专家打分法及层次分析法对各指标赋予权重，并以2012-2016年间10个拍卖季度为研究区间，以各季度国画拍卖价格前十位为研究样本，计算得到每个样本的加权价值评价得分。最后，研究结果表明：文化价值是艺术品价值评估中最主要的因素，其他依次是艺术价值、历史价值、审美价值、艺术家影响力和社会认可度；二级指标中，创作年代、作品的思想性、保存完整性、与现实联系密切度和在艺术发展史上的作用是价值评估中最主要的5个因素。

关键词：艺术品，价值评估，层次分析

中图分类号：F714.1 **文献标识码：**A

1 引言

近年来，我国经济发展进入新常态，在经济转型和全面深化改革的战略背景下，文化产业的发展备受关注。原来习惯说“文化搭台，经济唱戏”，现在看来文化本身就是一台戏，是新的经济增长点，是转变经济增长方式的重要抓手，也是一个国家软实力和综合实力的重要体现。然而我国的文化产业还并没有发展成为支柱性产业，据国家统计局初步测算，2014年文化及其相关产业增加值24017亿元，比上年增长12.5%，占全国GDP的比重为3.77%，远低于5%。这表明文化产业在成为我国国民经济支柱性产业上仍有差距。因此，有必要引导、挖掘人们对文化艺术领域的巨大需求，并把这些潜在精神文化需求转化为有效的市场要素和新的经济增长点。

在文化产业中，艺术品行业属于核心且传统的文化产业分支，并且表现出越来越亮眼的成绩。根据欧洲艺术品基金会发布的全球艺术品市场报告数据显示，艺术品市场销售额由1991年的97亿美元增长至2015年的638亿美元，虽然较去年有轻度下滑，但仍规模巨大。我国的艺术品市场起步较晚，但发展迅速。成交额由起步初期的年均一千多万元剧增到现在的一千亿元，2015年中国艺术品市场销售额118亿美元，市场份额19%，保持全球第三大艺术品市场的位置。^[1]同时艺术品基金、天津文交所、众筹画廊等艺术品金融创新也不断丰富着我国的艺术品市场。但由于起步较晚，并且受制于体制机制改革滞后，目前我国艺术品市场尚未形成规范的现代市场体系，在发展过程中还存在价格混乱、以次充好等诸多问题，这严重制约了我国艺术品市场的发展。艺术品价值由哪些部分构成，如何合理地对艺术品价值进行评估等问题备受关注，急需解决，因此建立一个科学合理的艺术品价值评估体系对我国艺术品市场的规范和发展具有十分重要的意义。

国内现有文献大多数是研究艺术品市场的宏观管理方面，定性分析和理论研究居多，而定量分析和微观研究较少，针对艺术品价值评估的就更是寥寥，本文在对艺术品价值构成的理论分析基础上，运用层次分析方法建立艺术品的价值评估体系，充分尊重领域专家的专业知识，并且基于专家评分的数据对所选样本进行实际评估，证明该评估体系是科学合理，并且可操作的。

2 艺术品的价值构成

艺术品的价值是多种价值的集合。艺术品的价值由内在价值和附加价值两方面构成，具体包括以下方面：

2.1 文化价值

艺术品从广义上来说属于创意产品。根据 UNCTAD（联合国贸易及发展会议）对创意产品的分类模式，艺术品属于创意产品中的艺术类—视觉艺术产品。何琦（2014）认为，创意产品的价值之所以能够经得起时间空间的考验，很大程度上是由于它源于深厚的文化土壤，包含一定的文化要素，蕴含了一定的文化价值。文化价值的含量越高，其价值增值的潜力越大。^[2]由于艺术家是有思想的人群，在创作艺术品时很难跳脱出其文化背景，如就绘画艺术品来说，西方多是浓墨重彩的油画，而东方则以挥毫泼墨的山水见长。因此文化是艺术品价值生成的基础。文化价值就是指艺术品所具有的能够满足一定文化需要的特殊性质或者能够反映一定文化形态的属性。如绘画艺术品的题材，作品反映的思想性和时代性等无不体现出文化价值。

2.2 审美价值

艺术品价值的重要载体是其审美价值。艺术品的价值与其包含的美学属性息息相关。美学理论由来已久且影响深远，在历史研究中与文化艺术产品关系最为密切，是艺术品研究者认为最为重要的文化价值之一。总体来看，审美价值主要由两方面决定，一方面是物理属性，另一方面是情感属性。艺术品具象的物理属性的美和质感给消费者带来美好的感官体验，精神层面的情感属性，则是这种审美愉悦引发的精神共鸣，带来的身心焕然一新的体验。绘画艺术品的审美属性常常包括作品的规格尺寸，保存完整程度，工艺的精细程度等方面。

2.3 艺术价值

艺术价值与审美价值概念很相近，往往在评价艺术价值时也会考虑其审美价值。但波兰美学家英伽登却将其严格区分：认为艺术价值指的是存在于作品的精神内涵，而审美价值则是消费者面对创意产品进行审美活动中呈现出来的。因此，艺术价值在创意产品创作之初就存在着，是透过本质彰显出来的，而审美价值则是在欣赏中体味到的。从这个角度看，艺术价值高于审美价值，标志着这个产品的艺术造诣地位。如一幅画作的绘画功底，用色着墨，构图布局等都可用来衡量其艺术价值的大小。人们普遍青睐艺术价值高的作品。

2.4 象征价值

艺术品通常传递出一定的精神象征意义，影响了内在价值的感知。象征价值以凡勃伦的论述是指“炫耀性消费”，即消费者进行消费的目的不仅是为了获取艺术品的功能效应，也为了彰显自己的社会地位。Levy 在 1959 年明确指出所有的产品都具有一定的象征意义。在实践中，艺术家影响力最能体现出艺术品的象征价值。市场上，人们喜欢追求名家大师的作品，拥有知名度高的名家画作无疑是自己身份和品味的体现。另外，是否为真品也是影响象征价值的重要因素，同样地两幅画，真品和赝品的价格千差万别，人民会因为拥有一副名家的真品而骄傲，但是临摹仿制品带来的炫耀性则大打折扣。

2.5 历史价值

一件艺术品价值还可能与它和历史的联系以及存在的时间相关，因此艺术品的历史性也是艺术品价值的重要影响因素。艺术品的特殊性在于，一般商品如计算机、汽车等随着时间的推移，它们的价值递减，但艺术品却会随着时间的积累而呈现边际效用递增。如 1992 年，一件明朝嘉靖五彩鱼藻盖罐以 286 万美元（折合 2230 万港元）创下了当时中国瓷器拍

卖的最高成交记录。但在香港索斯比 2000 年秋季拍卖中, 该罐又以 4404.475 万港元成交, 8 年间, 价位翻了一倍, 使该艺术品所代表的金钱与财富倍增。艺术品的这种特性一方面是因为古老的艺术品流通时间较长, 人为破坏加上自然损耗, 流传到当代已数量稀少, 寻觅不易, 故价格普遍高于当代艺术品。譬如虽然长期以来市场对赝品的态度都是敬而远之, 但是对于一些古代流传下来的“赝品”, 由于原作流失无法找寻, 而其本身又制作精湛, 加上历史时间长久, 因此也就成就了极有价值的艺术品。另一方面, 古老的艺术品自身即是其所处时代的体现, 对后世研究该时代提供了重要的参考依据, 因此具有重要的学术价值, 这是时代赋予它的特性。如著名的《簪花仕女图》、《韩熙载夜宴图》等可作为研究唐代宫廷规制和礼仪的重要参考。艺术品的历史价值可用艺术品的创作年代、在艺术发展史上的作用等属性来衡量。

2.6 附加价值

除上述艺术品的内在价值属性外, 还有一些额外变量会赋予艺术品附加价值, 从而影响艺术品市场价格的大小。如该艺术品是否有权威机构对其进行著录, 是否参加颇有影响力的展出等, 另外若曾被知名收藏家收藏或权威媒体对其进行过宣传等, 同样也会增加该艺术品的附加价值, 从而拉高其市场价格。

本章主要是对第二章中建立的评估体系进行实际操作运用, 首先根据上述评估体系建立了艺术品价值综合评分表(详见附录二)对各指标量化, 并对选取的 100 幅研究样本进行打分; 然后采取层次分析法得到了艺术品价值评估体系中各个因素的权重及各个指标的总权重; 最后对每个研究样本的每个分值根据得到的权重进行加权求和, 最终得出 100 幅样本的艺术品价值的总体评价分数。

3 艺术品价值的评估体系构建

3.1 指标设计

由第二章的分析可知, 艺术品的价值包括内在价值和附加价值, 其中内在价值由文化价值、审美价值、艺术价值、历史价值和象征价值五个方面构成, 附加价值主要为艺术品的社会认可度, 不同的评估对象在指标选取方面存在差异。因此, 本文选用我国国画艺术品为评估对象, 设置文化价值、审美价值、艺术价值、历史价值、象征价值和附加价值六个一级指标, 每个一级指标下面还可以细分为若干二级指标, 对每个二级指标采用二进制打分法, 满分为 10 分, 具体的指标体系设计如下:

1. 文化价值

对文化价值的评价可分为六个二级指标:

①题材典型度: 本指标反映艺术品题材的典型程度, 所选题材越能体现出艺术家的典型风格则得分越高。分数设计为: 非常典型(10 分)、典型(8 分)、较典型(6 分)、不太典型(4 分)、不典型(2 分)。

②题材稀有度: 本指标反映所选艺术品题材的稀有程度, 题材越稀有则得分越高, 常见题材则得分越低。分数设计为: 非常稀有(10 分)、稀有(8 分)、较稀有(6 分)、常见(4 分)、泛滥(2 分)。

③思想性: 该指标反映艺术品包含艺术家个人情感的分量, 艺术品包含的艺术家个人思想越深刻, 得分越高。分数设计为: 突破性创新, 有非常深刻思想(10 分)、有一定创新, 有深刻思想(8 分)、有较深刻思想(6 分)、思想较肤浅(4 分)、无思想内涵(2 分)。

④题材热度: 指艺术品题材在其创作时期是否为当下主流题材、热点题材, 特度越高

则得分越多，非主流题材和反面题材则得分越低。分数设计为：热点题材（10分）、主流题材（8分）、一般主流题材（6分）、非主流题材（4分）、反面题材（2分）。

⑤与现实联系密切度：艺术品的内容越是取材于现实并且密切反映现实情况的，得分越高。分数设计为：非常密切，来源现实（10分）、密切，提取现实中的元素（8分）、较为密切，可联想现实（6分）、有联系，但密切度低（4分）、无联系（2分）。

⑥时代性：反映艺术品内包含的时代特性大小，一件优秀的艺术品应该明显得反映出其时代特点。分数设计为：非常明显（10分）、明显（8分）、较明显（6分）、不太明显（4分）、不明显（2分）。

2. 审美价值

对艺术品审美价值的评价就是看艺术品在外观方面给人视觉、触觉的直观感受。审美价值可以分为三个二级指标：

①规格尺寸：本指标衡量画作尺幅大小的得分，我国国画界向来有以尺寸大小定价的传统，人们普遍偏好大尺幅的绘画艺术品，因此尺寸越大，该指标得分越高。分数设计为：十平尺以上（10分）、八平尺~十平尺（8分）、三平尺~八平尺（6分）、一平尺~三平尺（4分）、一平尺及以下（2分）。

②保存完整度：保存完整无瑕疵的艺术品从外观上就能给人们以美的感受，因此审美价值越大。分数设计为：完整，无瑕疵（10分）、基本完整，有少量瑕疵（8分）、基本完整，但下次较明显（6分）、有破损，影响完整性（4分）、不完整，严重破损（2分）。

③作品等级：本指标衡量艺术品的质量，艺术品外观包装精良，纸张笔墨选用考究等因素体现出艺术品的精细程度，花费了艺术家大量时间、精力、智慧所创作出的精品之作无疑带给人们的审美体验大。分数设计为：精品（10分）、类精品（8分）、应酬之作（6分）、敷衍之作（4分）、习作（2分）。

3. 艺术价值

艺术价值是艺术品价值的基础。对国画艺术品艺术价值的评价可从以下四个方面入手：

①艺术语言创新：衡量艺术家创作时的技巧手法，表达方式新颖，有明显个人风格的作品得分越高，照搬古法无创新的作品得分越低。分数设计为：表达方式独创，具有里程碑意义（10分）、表达方式新颖，有独特风格（8分）、表达方式较新颖，形成个人风格（6分）、表达方式较为传统，有一定创新（4分）、照搬古法（2分）。

②创作功底：反映艺术家创作的功底深厚程度，功底越深厚越稳定，则得分越高。分数设计为：功底扎实，很稳（10分）、功底较扎实，可圈可点（8分）、功底一般扎实，稍浮躁（6分）、功底不太扎实，浮躁（4分）、功底不扎实，无章可循（2分）。

③构图/布局：衡量艺术品整体的艺术结构，独创性，规整，有很强的观赏性的画作得分较高，布局传统、凌乱，观赏性差的作品得分较低。分数设计为：独创性，规整，有很强的观赏性（10分）、新颖，规整，有较强的观赏性（8分）、较新颖，较规整，有较强的观赏性（6分）、传统，规范，具有一般观赏性（4分）、凌乱，无观赏性（2分）。

④用色/着墨：中国画尤其讲究墨的运用，笔墨用色具有鲜明层次感，能够突出作品意境的得分高，反之，层次不明显，色彩掌控不当的作品则艺术价值含量少，得分较低。分数设计为：具有鲜明层次感，能突出作品意境（10分）、具有层次感，色彩掌控程度好（8分）、较有层次感，色彩掌控较好（6分）；层次不明显，基本色彩得当（4分）、对色彩掌控不当（2分）。

4. 艺术家影响力

艺术品象征价值主要受艺术家因素的影响,因此采用艺术家影响力指标代替象征价值。对艺术家影响力的评价可以分为三个二级指标:

①艺术家地位:本指标反映艺术家在同行业内的知名度。其作品在国内外的影响,是否进入国内外拍卖场取得高的价位,受收藏界欢迎的程度以及在艺术史上的成就等都是衡量该指标的因素。分数设计为:在中国艺术史上有创造性重大成就;在全国有突出的艺术地位;其作品在全国及国外产生较大影响;其作品在国际拍卖场上取得高价位;其作品受到国内外藏家的欢迎(10分)、在全国艺术创造上有显著成就;在书画界有一定的艺术地位;其作品在全国有较大的影响;其作品能进入国际拍卖舞台;在国内收藏界颇受欢迎(8分)、在全省有一定的艺术成就和艺术地位;其作品在全国有一定的影响;其作品进入全国性的拍卖会;其作品有收藏价值(6分)、其书画艺术达到国家级会员水平;其作品在全省有一定的艺术家影响;其作品可进入全省性书画拍卖会(4分)、其书画艺术达到省级会员水平;其作品在本县、市范围内有一定影响;其作品受到当地书画爱好者的欢迎(2分)。

②艺术家创作风格成熟度:反映该作品属于艺术家擅长领域的程度。艺术家对于其擅长的领域发挥越稳定,市场也青睐在特定领域擅长的画家。如齐白石擅虾,潘天寿画鹰,徐悲鸿长于马等,因此以虾为题材的则普遍齐白石作品价格高,以马为题材的则徐悲鸿更受欢迎。分数设计为:非常稳定,属于擅长领域(10分)、稳定,属于擅长领域(8分)、比较稳定,较为擅长(6分)、一般,不擅长但无差错(4分)、不稳定,很不擅长(2分)。

③艺术家年龄:艺术家年龄同样也会影响人们对于艺术家的判断,创作于艺术家盛年的作品比艺术家早期、晚年的作品更受市场欢迎。分数设计为:45-59岁(10分)、60-74岁(8分)、75-85岁,30-45岁(6分)、85岁以上(4分)、30岁以下(2分)。

5. 历史价值

对艺术品历史价值的评价包括两个二级指标:

①创作年代:根据第一节对艺术品价值构成的分析,艺术品不同于普通商品,它的边际效用随着时间积累而递增,因此创作年代越久远,艺术品的保存难度越高,流传于世的数量也越少,艺术品的价值就越高。例如清代作品价格普遍高于民国和现代作品,明代高于清代,当代作品价格最低。分数设计为:明代以前(10分)、明代、清代(8分)、民国(6分)、现代(1978年以前)(4分)、当代(1978年以后)(2分)。

②在艺术发展史上的作用:该指标衡量艺术品包含的学术价值的大小以及对后世艺术界的影响。如张大千自创的泼墨泼彩技法对后世中国画的发展有开创性意义。分数设计为:对后世有开创性意义(10分)、对后世有启发作用(8分)、对后世有影响(6分)、对后世作用不明显(4分)、对后世无影响(2分)。

6. 社会认可度

艺术品的著录、展览、市场炒作等属于社会对于艺术品的认可程度,因此采用社会认可度指标衡量艺术品附加价值的大小,其下尤可以分为五个二级指标:

①著录情况:艺术品的著录是对艺术品的文字或影像记载,经过权威机构著录,表明艺术品经得起时间检验,更具有收藏于投资价值。因此受到权威机构著录越多,则艺术品价值越大,得分越高。分数设计为:十分权威(10分)、较权威(8分)、具有一般影响力(6分)、有记载,但无影响力(4分)、无著录(2分)。

②参展情况:衡量艺术品参加国内外展览情况的指标,在重要展览中露面的艺术品会相应增加其附加价值,更容易引起投资者的投资兴趣。分数设计为:国际级(10分)、国家级(8分)、区域级(6分)、省级(4分)、市级及以下(2分)。

③专家学者的评价：受到专业学者和评论家的评价越高，得分越大。分数设计为：受到著名评论家的高度评价（10分）、受到一般专家的高度评价（8分）、受到专家评价，但褒贬不一（6分）、受到专家一般评价（4分）、无专家学者评价（2分）。

④收藏者知名度：收藏者的知名度体现出艺术品的来历和传承。那些经过名家收藏的作品能增加艺术品的象征价值，更能体现出投资者的身份和地位，因此得分越高。分数设计为：享有盛誉的著名收藏家（10分）、在区域内有一定影响力的收藏家（8分）、争议较大的收藏家（6分）、普通收藏者（4分）、无收藏者（2分）。

⑤媒体宣传情况：媒体宣传增加了艺术品的市场热度，更容易吸引投资者的眼球，媒体对艺术品的宣传次数越多，宣传媒体的影响力越大，则得分越高。分数设计为：国际权威媒体，宣传影响大（10分）、国家级媒体，宣传影响较大（8分）、省级媒体，宣传影响较大（6分）、市级媒体，宣传影响较小（4分）、无宣传（2分）。

3.2 评估方法选择

艺术品价值的评估确定是一个复杂的决策系统。艺术品的价值评估受到人们主观感受的影响，这些主观感受来源于文化、教育等方面的影响，这增大了艺术品价值评估的难度。本文在参考大量与艺术品相类似的文化产品价值评估的文献基础上，选用层次分析法艺术品的价值进行量化评估。层次分析法（AHP Analytic Hierarchy Process）是由美国运筹学家 T. L. Saaty 教授创建于二十世纪 70 年代的一种决策方法，常被运用于多目标、多准则、多要素、多层次的非结构化的复杂决策问题，具有十分广泛的实用性。该方法采用系统分析，将定性与定量相结合，能处理传统的优化方法不能解决的问题，同时计算简便，结果明确，便于决策者直接了解和掌握，因此运用该方法能够将艺术品价值这种半定性、半定量的问题量化，用数量的形式表达人们的主观感受，并通过直观的数据进行价值的评估比较。用层次分析法进行艺术品评估的步骤为：

1. 建立艺术品层次结构模型

将需要评估的艺术品价值按影响因素分解成多个因素层，再把各个因素层细化为多个指标层，给出艺术品价值的层次结构关系。

2. 构造判断矩阵

依照一定的评分标准将模型中所有因素进行两两比较判断，得出各因素和指标层的判断矩阵。对比时采用相对尺度，以尽可能减少性质不同因素相互比较的困难，提高准确度。对指标的重要性判断采用专家打分法。

3. 层次单排序

所谓层次单排序是指，对于上一层某因素而言，本层次各因素的重要性的排序。在这一步骤中需要计算确定不同因素、指标的权重。

4. 判断矩阵的一致性检验

所谓一致性是指判断思维的逻辑一致性。这一步骤中采用一致性比率 $CR=CI/RI$ 来进行检验，当 $CR<0.1$ 时，矩阵通过一致性检验，则可以采用上文计算得出的权重系数，否则就要重新进行两两比较，调整矩阵的元素，直到通过一致性检验为止。

5. 层次总排序

当一致性检验通过后，确定某层所有因素对于总目标相对重要性的排序权值过程，称为层次总排序，层次总排序从上而下依次进行，对于因素层来说，层次单排序的结果也就是总排序的结果，对于指标层，将其相对于因素层的权重与因素层相对于目标层的权重相乘，

得到指标层的总权重。

4 艺术品价值评估体系的应用

4.1 样本数据准备

本研究选取了我国拍卖市场 2012-2016 年五年十个季度拍卖成交价格排名前十的国画艺术品作为评估样本,之所以选取这些样本进行价值评分是因为本文主要研究艺术品市场价格的影响因素,在同是市场价格高的样本中,通过统计分析哪些价值因素对艺术品的高价格起到决定性作用。而且与其他低价艺术品相比,高价艺术品和艺术家的背景资料易于搜索,相对完善,便于研究数据的获得。同时时间跨度十个拍卖季度,规避了某些短期内的偶然性。其中艺术品价格的数据来自雅昌艺术市场监测中心,各拍卖艺术品和艺术家详细资料由雅昌拍卖网、雅昌艺术家个人网站和《收藏界》网站整理而来。

4.2 国画艺术品价值评估

本节以 2015 年春拍李可染《井冈山》(LOT 号: 0716)为例对该评估体系进行实际应用,其他样本艺术品的价值评估与之相同。

李可染(1907 年-1989 年),江苏徐州人。13 岁师从乡贤钱食芝学习传统山水画,16 岁入上海私立美专师范科学习。1929 年以优异的成绩进入杭州西湖国立艺术院,破格录取为研究生,师从林风眠、法国名画家克罗多两位教授,研习西画。1943 年应聘为重庆国立艺专讲师,从事中国画教学、创作。1946 年应徐悲鸿之聘,为国立北平艺专中国画教授,同时师从齐白石、黄宾虹,潜心于民族传统绘画的研究与创作。新中国成立后,他进一步致力于中国画艺术的革新。以“可贵者胆,所要者魂”、“用最大的功力打进去,用最大的勇气打出来”为座右铭,使古老的山水画艺术获得了新的生命。可染先生的山水深厚凝重,博大沉雄,以鲜明的时代精神和艺术个性,促进了民族传统绘画的嬗变与升华。可染先生自成体系的教育思想,形成了活跃于画坛的“李可染学派”。他不仅是画坛辛勤耕耘 70 余年的一代宗师,而且在艺术观念的开拓上也做出了重要贡献。其影响早已越出美术界,受到各方面的高度评价。李可染《井冈山》的价值评估表如下:

表 4.1 李可染 1976 年作 井冈山 镜心的价值评估

指标项	得分及依据
文化 价值 一	题材典型度 I_1 (9 分) 在文革时期,革命圣地山水画因其题材的特殊性更容易避开政治因素的干扰,从而成为画家创作山水画常用的题材,李可染正是该题材最成功的探索者之一。
	题材稀有度 I_2 (6 分) 文革时期,革命圣地山水画是画家创作山水画的常用题材。但相比传统中国山水画则较稀有。
	思想性 I_3 (8 分) 李可染的画扎根祖国大地,基于传统,发展于宏观世界。在借鉴西方绘画风格的基础上,以我国传统文化为体系,形成了独特的表现形式,有一定思想性。
	题材热度 I_4 (7 分) 自 20 世纪 50 年代开始,艺术界形成狂热朝拜“革命圣地”的文化情景,“革命圣地山水画”在当时属于主流题材,但现下的热点有所降低。
	与现实联系密切度 I_5 (10 分) 与特定的知识性群体(画家)对于建国后近三十年这一特定的时代范畴最直观、最纯粹的思想反馈和文化记忆紧密相连。

指标项	得分及依据
时代性 I ₆	(10 分) 1974 年“批黑画”运动中李可染的《阳朔胜境图》遭到批判，画家精神遭到严重摧残，为了最大限度的避免政治因素对于绘画的干扰，革命圣地井冈山成为了李可染经常画的题材，因此非常明显地反映了当时的时代特点。
审美价值 II	规格尺寸 II ₁ (10 分) 181×129cm，约 21 平尺
	保存完整度 II ₂ (10 分) 保存完整，无瑕疵。
	作品等级 II ₃ (10 分) 本幅《井冈山》属于李可染的代表画作，为精品之作。
艺术语言创新 III ₁	(8 分) 以本幅《井冈山》来看，“题材”没有限制李可染山水画艺术语言的发展空间，反而让李可染有了“借题发挥”的机会，他从“革命圣地”中拓展出去，将由题材所引发的“形”、“色”处置为种种意象，而将“笔墨意义”与“精神境界”视为根本。犹如“新诗”，只是不受“格律”的束缚，同样追求“音韵”与“意境”。
创作功底 III ₂	(8 分) 创作功底扎实，属画者成熟时期作品。
构图/布局 III ₃	(9 分) 本幅《井冈山》直幅构图，阳光左照。近景处作笔直云松，松下画军民三组，红旗三面；中景约占画面五分之四，写瀑布飞流、苍翠叠嶂井冈群峰，沟壑纹理排列肃整；又于中景处留白以示氤氲云气，苍苍茫茫，并向右生发出远山。与画家稍早的数幅《井冈山》相较，本幅最大的特点是在中景处明显弱化了主峰与群峰的主次关系，群峰众星拱卫主峰的态势被以层叠堆垒的诸峰按远近关系依次层叠排布的方式取代。
用色/着墨 III ₄	(9 分) 用墨方面，对于画面所占比例较小的近景，明显经过了悉心的拾掇，不仅注意以浓淡笔墨区分松树的前后关系，甚至松间点景的三组人物也十分精心的对其动态和空间排布作了处理。这样的处理不仅保持了画面的厚重感和体积感，景物的层次性和空间节奏也得到了加强。
艺术家地位 IV ₁	(8 分) 李可染（1907 年 3 月 26 日—1989 年 12 月 5 日），江苏徐州人。中国近代杰出的画家、诗人，画家齐白石的弟子。13 岁时学画山水，43 岁任中央美术学院教授，49 岁为变革山水画，行程数万里旅行写生。72 岁任中国美术家协会副主席、中国画研究院院长。晚年用笔趋于老辣。擅长画山水、人物，尤其擅长画牛。代表画作有《漓江胜境图》、《万山红遍》、《井冈山》等。代表画集有《李可染水墨写生画集》、《李可染中国画集》、《李可染画牛》等。
创作风格成熟度 IV ₂	(9 分) 李可染擅长画山水人物，尤其擅长画牛。同时红色山水画也是李可染的代表风格之一。因此该作品属其擅长领域。
艺术价值 III	
艺术家影响力 II	

指标项	得分及依据
历史价值 ≤	艺术家年龄IV ₃ (8分) 本幅创作于1976年, 此时艺术家69岁
	创作年代V ₁ (4分) 1976年作, 属现代作品
	在艺术发展史上的作用V ₂ (8分) 李可染将西画技法融入传统笔墨造型, 采用西画明暗处理方法绘制中国画, 在一定程度上对中国山水画进行了变革。
社会认可度 ≤	著录情况VI ₁ (10分) 著录: 1.《中华人民共和国现代美术》, 图版第4页, 长崎唐人馆(日本), 1977年版。2.《二十世纪中国画家研究丛书—李可染》, 第82页, 天津杨柳青画社, 1995年版。3.《李可染的世界》, 第172页, 台湾羲之堂文化出版事业有限公司, 2000年版。4.《世纪可染 纪念李可染诞辰一百周年》, 第192页, 吉林美术出版社, 2007年版。
	参展情况VI ₂ (9分) 展览: 1.“李可染艺术世纪展”, 台北历史博物馆, 2000年11月。2.“李可染艺术世纪展”, 高雄市立美术馆, 2000年12月至2001年3月。3.“世纪可染 纪念李可染诞辰一百周年展”, 中国美术馆, 2007年, 11月。
	专家学者评价VI ₄ (8分) 广州美术学院李公明教授说: “在新中国画改造过程中, 李可染的写生山水和红色山水在这一新传统中所取得的成就是具有原创性意义的。”吴作人在《李可染中国画展》的序言中说: “艺术天地至广, 而于山水匠心独运。峰峦隐显, 云烟吞吐, 乃古人所未逮; 岚影树光, 以墨胜彩, 创境界以推陈。”
	历任收藏者知名度VI ₅ (8分) “李可染年谱”中记载1976年李可染有大幅《井冈山》赠与日本华侨总会, 即为此幅。
	媒体宣传VI ₆ (8分) 曾赴台湾展出, 有一定的影响力。

注: 每个指标的最高得分为10分; 根据雅昌拍卖、《收藏界》李可染拍卖信息整理。

4.3 层次分析法确定指标权重

4.3.1 构造判断矩阵及一致性检验

对艺术品各指标重要性的判断采用德尔菲法, 将调查问卷以电子邮件的方式邮寄给从事艺术工作、艺术教育工作及经营文化艺术品的10位业内人士进行打分, 并取各指标的平均值为最终得分, 以此构造判断矩阵。本体系采用的标度为同等重要、稍微重要、明显重要、特别重要、绝对重要, 对应的标度值为{1,3,5,7,9}, 标度值{2,4,6,8}表示上述两判断值得中间值; {1/2,1/4,1/6,1/8}则表示相应两个因素交换次序比较的重要性。一级指标和各二级指标构造的判断矩阵如下表4.2、表4.3、表4.4、表4.5、表4.6、表4.7、表4.8所示:

表 4.2 艺术品价值判断矩阵

艺术品价值评估	文化价值	审美价值	艺术价值	艺术家影响力	历史价值	社会认可度	Wi
文化价值	1.0000	2.0000	2.0000	3.0000	2.0000	3.0000	0.3073
审美价值	0.5000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	2.0000	0.1508
艺术价值	0.5000	1.0000	1.0000	2.0000	2.0000	2.0000	0.1945
艺术家影响	0.3333	1.0000	0.5000	1.0000	0.5000	2.0000	0.1142
历史价值	0.5000	1.0000	0.5000	2.0000	1.0000	2.0000	0.1536
社会认可度	0.3333	0.5000	0.5000	0.5000	0.5000	1.0000	0.0796

表 4.3 文化价值判断矩阵

文化价值	题材典型度	题材稀有度	思想性	与现实关联度	时代性	题材热度	Wi
题材典型度	1.0000	1.0000	0.5000	1.0000	1.0000	2.0000	0.1543
题材稀有度	1.0000	1.0000	0.5000	0.5000	0.5000	1.0000	0.1105
思想性	2.0000	2.0000	1.0000	2.0000	2.0000	3.0000	0.2928
与现实关联度	1.0000	2.0000	0.5000	1.0000	1.0000	3.0000	0.1881
时代性	1.0000	2.0000	0.5000	1.0000	1.0000	1.0000	0.1564
题材热度	0.5000	1.0000	0.3333	0.3333	1.0000	1.0000	0.0977

表 4.4 审美价值判断矩阵

审美价值	规格尺寸	保存完整性	作品等级	Wi
规格尺寸	1.0000	0.3333	0.5000	0.1634
保存完整性	3.0000	1.0000	2.0000	0.5396
作品等级	2.0000	0.5000	1.0000	0.2970

表 4.5 艺术价值判断矩阵

艺术价值	艺术语言创新	创作功底	构图和布局	用色和着墨	Wi
艺术语言创新	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	0.2500
创作功底	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	0.2500
构图和布局	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	0.2500
用色和着墨	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	0.2500

表 4.6 艺术家影响力判断矩阵

艺术家影响力	艺术家地位	创作风格成熟度	艺术家年龄	Wi
艺术家地位	1.0000	1.0000	2.0000	0.4000
创作风格成熟度	1.0000	1.0000	2.0000	0.4000
艺术家年龄	0.5000	0.5000	1.0000	0.2000

表 4.7 历史价值判断矩阵

历史价值	创作年代	艺术发展史上作用	Wi
创作年代	1.0000	2.0000	0.6667
艺术发展史上作用	0.5000	1.0000	0.3333

表 4.8 社会认可度判断矩阵

社会认可度	著录情况	参展情况	专家评价	收藏家知名度	媒体宣传	Wi
著录情况	1.0000	1.0000	2.0000	2.0000	4.0000	0.3025
参展情况	1.0000	1.0000	2.0000	2.0000	3.0000	0.2890
专家评价	0.5000	0.5000	1.0000	0.5000	3.0000	0.1459
收藏家知名度	0.5000	0.5000	2.0000	1.0000	3.0000	0.1933
媒体宣传	0.2500	0.3333	0.3333	0.3333	1.0000	0.0693

数据来源：表 4.2-4.8 矩阵指标得分根据调查问卷整理得出

本文采用 Yaahp 软件进行层次分析和一致性检验，如上述各表所示，各指标判断矩阵均已通过一致性检验，因此可以采用计算得出的权重系数。

4.3.2 层次总排序

首先对一级指标排序，按照上文计算出的一级指标相对于总目标的权重排序即可。排序结果如表4.9所示，可以看出，艺术品价值影响因素中，文化价值排在第一位，权重达到了30.73%；艺术价值排在第二位，权重约为19.45%；历史价值和审美价值分别排在第三、四位，权重相差微小，分别是15.36%和15.08%；衡量象征价值的艺术家影响力排在第五位，权重为11.42%；社会认可度对艺术品价值的影响最小，排在第六位，权重仅为7.96%。

对二级指标排序，必须先计算出所有二级指标相对于总目标的权重，计算方法是将二级指标相对于一级指标的权重乘以一级指标相对于总目标的权重，得出的权重及排序结果由表4.10列出。结果显示，在23个二级指标中，排在前五位的分别是创作年代（10.24%）、思想性（9%）、保存完整性（8.14%）、与现实联系紧密度（5.78%）和在艺术发展史上作用（5.12%）。排在最后五位的指标分别是参展情况（2.3%）、艺术家年龄（2.28%）、历任收藏家知名度（1.54%）、专家学者评价（1.16%）和媒体宣传（0.55%）。

表 4.9 艺术品价值一级指标排序

艺术品价值一级指标	Wi	艺术品价值一级指标	Wi
文化价值	0.3073	艺术家影响	0.1142
审美价值	0.1508	历史价值	0.1536
艺术价值	0.1945	社会认可度	0.0796

表 4.10 艺术品价值指标二级排序

艺术品价值二级指标	Wi	艺术品价值二级指标	Wi
创作年代	0.1024	艺术家地位	0.0457
思想性	0.0900	作品等级	0.0448
保存完整性	0.0814	题材稀有度	0.0340
与现实联系紧密度	0.0578	题材热度	0.0300
艺术发展史上作用	0.0512	规格尺寸	0.0247
创作功底	0.0486	著录情况	0.0241
艺术语言创新	0.0486	参展情况	0.0230
构图和布局	0.0486	艺术家年龄	0.0228
用色和着墨	0.0486	历任收藏家知名度	0.0154
时代性	0.0481	专家学者评价	0.0116
题材典型度	0.0474	媒体宣传	0.0055
创作风格成熟度	0.0457		

数据来源：根据Yaahp软件计算得出

从上述分析结果来看，根据评估模型得出的排在前列的影响艺术品价值的因素与前文中对艺术品价值构成的理论分析结果基本一致，同时也与现实情况相符，因此，本文构建的基于层次分析法的艺术品价值评估指标体系具有一定的科学性和合理性，也能够基本反映影响艺术品价值的主要因素，为进一步探讨艺术品市场价格的影响因素提供参考。

4.4 基于层次分析的艺术品价值综合评价

根据层次分析的结果与我国 100 幅高价国画艺术品评分的基础数据，利用层次分析得出的权重进行加权能够得到国画艺术品价值的一种综合评价。表 4.11 列出了研究样本中综合评价前十位和后十位的价值水平。

由表 4.11 可以看出，艺术品综合价值得分第一名的是王振鹏 1323 年作《江山胜览图手卷》，综合价值得分为 8.76，其中文化价值、艺术价值和历史价值的单项排名也都处于前十，该作品同时也是 2012 年秋拍国画市场上的最高成交价格画作，在所选取的 100 幅艺术品中成交价格也处于前 25%，无疑是一个综合价值与市场价格双丰收的电影，这充分表明了内在价值高的艺术品也会有很好的市场成绩，并且从长期来看，真正经典的作品往往兼具了文化与市场。故宫博物院余辉先生在《确立“多学科解析法”——以认知<江山揽胜图>卷为例》中评价它“既是研究元代当地社会政治的“百科全图”，又是研究元代绘画百科的重要图像。”另外，综合排名前十名艺术品中，可谓各有优势，如排名第五位的张大千《巨然晴峰图 立轴》，在 4 个影响因子上都排名前十，说明这幅作品的价值表现比较均衡，属于多

方面优秀的作品。通过基于层次分析的价值评估,可以直观地看出影响艺术品价值的主要因素,并根据综合得分对其进行排名。下面将结合市场环境指标,判断绘画艺术品的市场价格。

表 4.11 我国 2012-2016 年间 100 幅国画艺术品加权得分前十名

排名	画作	拍卖时间	价值总分	文化价值	审美价值	艺术价值	艺术家影响力	历史价值	社会认可度
1	江山胜览图	2012	8.79	8.03	9.41	9.50	7.60	9.67	8.77
2	野竹图	2016	8.60	7.37	8.69	9.75	9.20	9.33	8.12
3	钓鱼图书画合璧卷	2015	8.51	7.40	10.00	9.50	8.80	8.00	8.16
4	云栖山寺	2012	8.51	7.95	9.67	8.75	8.00	9.00	7.62
5	巨然晴峰图	2016	8.48	7.00	10.00	9.75	9.60	7.00	9.45
6	仿梅道人山水树石册	2013	8.42	7.48	10.00	8.75	8.60	8.67	7.55
7	长江万里图	2013	8.40	8.58	9.41	8.25	7.60	7.67	8.78
8	烟江叠嶂	2012	8.38	7.49	9.70	8.75	10.00	7.00	8.79
9	秋江待别图	2013	8.30	6.09	9.35	9.25	9.00	10.00	8.22
10	临徐峤之贴	2012	8.29	7.49	9.41	9.00	8.00	8.00	8.52

注:底纹填充部分表示该指标在对应单项价值指标排名中位于前十。

5 结论与政策建议

5.1 政策建议

1.建立科学的评估体系和完备的艺术品资料数据库

中国艺术品是中国文化孕育之下的产物,深受中国传统文化哲学的影响。中国艺术具有独特的审美趣味和文化价值,赋予艺术家、收藏者、投资者以看待和分析艺术品的独特文化背景。本文对艺术品内在价值的合理评估,需要有科学的估价体系和完善的艺术品资料做支撑,因此,要研究我国的艺术品价值,必须在充分尊重我国本土文化的基础之上,完善艺术品价值评价体系,充分发挥艺术品的文化内涵。在本文的研究中发现,要建立一套可操作的评估体系,其核心在于建立科学合理的评估指标,并且要辅以详细完备的艺术品相关资料,这样艺术品的价值就不再难以捉摸。目前学术界关于指标体系的建立已经日趋成熟,难点在于指标的量化和艺术品相关资料的获得,组织行业内有关专家尽可能多的对各艺术品进行评价,并将评价资料汇编成册,建立一个完善的艺术品统计资料数据库,至少是名家作品数据库,将会极大地推进艺术品价值评估和价格的研究。

2.建立统一鉴定机构,提高艺术品市场参与主体不诚信成本

本文对艺术品的研究都建立在所有样本为真的前提之上,若艺术品的真假性存疑,则对艺术品价格的研究就没有意义。但现实中,艺术品真假却是影响艺术品价格最重要也是最直接的因素,但目前我国绘画艺术品市场中有部分活跃在画廊、拍卖会的伪专家颠倒黑白、指假为真,使得市场上充斥着赝品、伪造证书托高价格等现象,这主要是由于艺术品市场的相关违规成本较低,部分画廊、拍卖公司为利益驱使,不规范操作。因此,需要构建一个包含艺术品市场第三方的鉴定体系,将艺术品交易参与方的鉴定结果收录在鉴定体系中,如若在

后续的画廊、拍卖会交易中，该艺术品出现真伪问题，则不仅专家会受到法律的制裁，而且画廊、拍卖会的信誉以及社会认可度就会受到严重影响。通过这一体系的构建，能有效约束艺术品市场第三方的行为，提高其不诚信行为的成本，规范其诚信经营意识。

3. 注重文化营销，促进艺术审美趣味与市场融合

艺术品的价格在长期内由内在价值决定，但在短期内，由于市场的信息不对称和消费者的审美能力局限，使得一部分消费者非理性消费，进而造成市场上艺术品价格与价值出现偏差。具体来说，消费者或由于自身知识结构和审美品位的局限，或碍于资料获得的困难，或被市场炒作所迷惑，导致他们不愿意或不能把握艺术品价值的真正含量，盲目追求高价艺术品，从而使得艺术品价值与价格愈发背离。因此，为消除信息不对称，解决价值与价格偏离这一问题，对于那些文化艺术价值高却“曲高和寡”的艺术品，应该予以资本扶持、营销推广，将其内涵的文化价值、象征意义挖掘出来，通过营销手段包装，使其能够接近市场受众，获得更广泛或者更精英化的受众基础，使消费者充分了解该艺术品的详细资料和文化内涵，寻求沉淀于消费者心目中的文化需求、价值观念，通过文化的辐射力和认同感吸引消费者的目光，从而获得持续的市场空间。

5.2 结论

我国艺术品市场在快速发展的同时，仍然存在着胡乱定价、以次充好等问题，研究艺术品的价值评估对我国艺术品市场的发展具有重要的现实意义。本文的主要目的是构建艺术品价值评估的实用可操作体系，将艺术品的价值划分为六个维度，包括文化价值、审美价值、艺术价值、艺术家影响力、历史价值和附加价值，并据此构建起一套可操作的价值评估指标体系，选取2012-2016年10个季度的100幅研究样本，按照指标体系打分，采用层次分析法确定指标权重，加权得到100幅样本艺术品的价值总评分并排序。研究发现：文化价值、艺术价值是价值评估中最重要的影响因素，审美价值和历史价值排在第三、第四位；在23个二级指标中，创作年代（10.24%）、思想性（9%）、保存完整性（8.14%）、与现实联系紧密度（5.78%）和在艺术发展史上作用（5.12%）是最重要的5个指标，排在最后五位的指标分别是参展情况（2.3%）、艺术家年龄（2.28%）、历任收藏家知名度（1.54%）、专家学者评价（1.16%）和媒体宣传（0.55%）。

参考文献

- [1] 2016 年度艺术市场报告[J]. 雅昌艺术市场监测中心;2005:28-30
- [2] 何琦. 创意产品:价值实现与价值评估[M]. 经济管理出版社, 2015.
- [3] 马健. 艺术品价值评估的影响因素与基本框架[J]. 中国资产评估, 2008 (7) :40-43.
- [4] 强甜甜. 中国艺术品金融化现状分析和艺术品价值评估体系构建[D]. 南京财经大学, 2014.
- [5] 姜通. 马克思理论视域下的艺术品价值研究[D]. 吉林大学, 2010.
- [6] Stein J P. The Monetary Appreciation of Paintings[J]. Journal of Political Economy, 1977, 85 (Volume 85, Number 5) :1021-1035.
- [7] 陆霄虹. 中国当代绘画艺术作品特征价格研究[D]. 南京航空航天大学, 2009.
- [8] 马利娜. 基于 Hedonic 模型的中国绘画艺术品定价研究[D]. 北方工业大学, 2011.
- [9] 王征, 曹田泉. 模糊数学在中国书画评估体系下的应用与研究[J]. 艺术百家, 2014, 30 (3) :221-223.
- [10] Pesando J E. Art as an Investment: The Market for Modern Prints[J]. American Economic Review, 1993, 83 (5) :1075-1089.
- [11] Bryan M F. Beauty and the bulls: The investment characteristics of paintings[J]. Economic Review, 1985 (Q 1) :2-10.
- [12] 李庭新, 李书. 文化产品价值的经济学分析[J]. 市场周刊:研究版, 2005 (3) :93-95.

Evaluation of the Value of Painting Art Based on Analytic Hierarchy Process

HOU Junjun, XIE Xin

(Economics and Trade School, Hunan University, Changsha / Hunan Province, 410079)

Abstract: This paper aims to study the value evaluation of artwork. Firstly, it analyzes the value composition of artwork, divides the value of artwork into six parts: culture, art, aesthetics, history, symbolic value and social recognition. Secondly, on this basis, the establishment of a value assessment of the index system, each level of indicators refined into a number of secondary indicators. Thirdly, the author uses the expert scoring method and the analytic hierarchy process to give weight to each index, and takes 10 auction periods from 2012 to 2016 as the research interval, and the top ten auction prices of each quarter are the research samples, and the weight of each sample is calculated Value evaluation score. Finally, the research results show that the cultural value is the most important factor in the evaluation of the value of the artwork, and the other is the artistic value, the historical value, the aesthetic value, the influence of the artist and the social recognition degree. In the secondary index, , Preservation of integrity, relevance to reality and the role of history in the history of art is the most important five factors in value assessment.

Keywords: Artwork, value assessment, analytic hierarchy process

作者简介(可选):侯俊军, 男, 湖南长沙人, 湖南大学经济与贸易学院教授, 研究方向: 国际贸易理论与实务、标准化与技术进步、标准化与国际贸易、标准化与公共管理。解欣, 女, 甘肃庆阳人, 湖南大学经济与贸易学院硕士研究生, 研究方向: 艺术品价值与价格。

