

第四节 文物与艺术品的关系和特征

一、文物与艺术品的关系

（一）文物与艺术品的关系

艺术品与文物相互交叉，既有联系，又有区别。艺术品可以是文物，如艺术品中一部分主要是已故艺术家的作品或列入文物年限的可以称为文物。但是，文物不完全等于艺术品，文物的范围更宽泛，它由所在国家的法律来确定，即把一定年限内和一定范围内的实物定为文物，但它们不是艺术品。一般来说，文物类艺术品兼具了文物价值和审美价值，在拍卖市场中尤其受到人们的青睐。

（二）国际上对文物的规定

根据 1930 年美国关税条例的规定，凡 1830 年以前制作的艺术品免收税金，在国际上一般把这个年限定位文物的下限。1952 年联合国教科文组织曾发起组织 17 个国家签署了《佛罗伦萨协定》，互相保护签约国的文物，再次确认了美国规定的年限。

二、文物的特征

从《文物保护法》来看，文物的特征有：

第一，必须是由人类创造的，或者是与人类活动有关的，一般具有历史、艺术、科学三个方面的价值。具体到每一件文物，不一定都具有三个方面的价值，但至少应具有其中一方面的价值，否则就不能称其为文物。

第二，必须是已经成为历史的过去，不可能再重新创造的，同时也应是重要的、有代表性的实物。

第三，国家保护的文物具有广泛性，应是反映历代社会制度、社会生产、社会生活、文化艺术、科学技术等方面的有代表性的实物。各个方面的文物之间具有广泛和密切的联系。只有全面保护各个方面的文物，才能

使文物的价值不受损害。

三、艺术品的特征

与满足人们吃穿住行的商品相比较，艺术品是极为特殊的商品，它具有以下特征：

（一）非统一性

从本质上讲，艺术品不是大工业标准化、大批量生产的产品，而是一种个性化、独立劳动的产物。它受到不同民族、不同地域、同一民族不同历史阶段、同一历史阶段不同艺术家、同一艺术家不同创作时期等因素的

影响。比如：中国、欧洲、非洲的雕塑风格各异，各具个性化；比如西方油画和中国画，虽同为平面艺术，但

从所用材料、技法到表现形式、内涵，却有很大不同。西画重视色彩、明暗、透视；中国画突出线条、笔墨，

讲究功力和气息。正因为艺术品的非统一性，才造成了它的多样性、丰富性和独立性，从而引起人们占有这种

商品的好奇心和新鲜感，使得艺术品交易尤其是拍卖长盛不衰。

（二）非实用性

艺术品在艺术家创作的时候，只是为了满足艺术家审美表达或者情感表达，尤其在古代，艺术家绘画不是为了给人使用，更不是为了个人牟利。今天人们把绘画艺术品用于投资、馈赠或者用于居家布置，并不是艺术

品本身被使用消耗，而是它的艺术性满足了人们的审美需求。

一些艺术品，当时有实用功能，比如官窑瓷器是供皇帝、大臣在宫廷里使用的，比如青铜器是古人祭祀、记事、礼仪等用的，随着时间的推移，历史的变迁，这些具有使用功能的艺术品因其稀缺而身价大增，实用价

值被淡化了。在艺术品拍卖中，人们主要通过收藏来实现个人审美或者投资理财，不再使用器物本来的功能。

西方盛行拍卖名人的衣物，衣物本是名人穿过的，收藏家已把它看作纯粹的纪念品，不再重视它的实用性。强调艺术品的非实用性，只是说明这种商品的奇妙之处：一是它不为人的适用需要而存在，它是一种审美活动，而人的审美差异很大，差别，是拍卖方式存在的基础。实用性强的东西，人们认知的误差小；审美性强

的东西，人们认知的误差很大，所以对艺术品的认知很不统一，很难用一种使用标准来定价和交易，这是艺术

品之所以适合拍卖的重要理由。二是收藏艺术品不是消耗艺术品，所以艺术品总是在不同的收藏之间转手，尤

其是一旦经过名家收藏后的转手，其价值会再次得到提升。

（三）非再生性

每一种艺术品都是某些人或某位艺术家在某个阶段独创的产物，它具有很强的时间性，过了这个时间生产出来的艺术品就是另外一个阶段的产品了。最典型的是美术家，他们的作品有早期、中期和晚期之分，其中有

一段成熟期，但其创作的作品数量是有限的，过了这个时段，则再也不能重复地创作出来。还有一类艺术品，

比如美国在 1850 年铸造了一批币值 20 美元的金币，据说后来只剩下三枚，两枚在美国财政部，一枚在市场流

通，于 2002 年 7 月纽约苏富比的拍卖中以 759 万美元成交，天价成交的原因就在于它是非再生的商品。非再生

性的有限的存世量使人们的收藏、投资和交易有了保值、升值的可靠保证。

（四）非确定性

在市场完备的条件下，绝大部分商品的价值是确定的，价格在供求规律的影响下围绕价值主轴上下波动。

但是，艺术品的价值往往是很不确定的，人们喜欢用“价值连城”来形容它的这种属性。艺术品的拍卖之所以

富有戏剧性，成交结果常在人们的意料之外，关键即在于它的非确定性。有的艺术品在某地流标，而在另一地

却拍出了高价；有的艺术品在拍卖时几倍、十几倍地超出估计，但也有的却最后流标，从而证明艺术品是一种

有价值但价值难以揭示的商品，且因人而异，难以达成共识，如因情感及财力、眼力、胆量的不同，往往会造

成人们对同一件艺术品看法的巨大差别。人们对艺术品看法不同，造成了艺术品价值的不确定性和人们出价时

的差异，这就给拍卖时的竞价以存在的空间，同时也诠释了在今天西方拍卖从普通商品退潮后，艺术品拍

卖一枝独秀，艺术品拍卖的两大巨头佳士得、苏富比能声名日隆，国内如嘉德公司等艺术品拍卖公司如日中天的原因。

总之，艺术品因为具有非统一性、非实用性、非再生性、非确定性的特点，从而构成了它的价格差异，这就可能使艺术品通过拍卖这一特殊交易方式寻找比较合理、令人信服的价格，从这个角度讲，艺术品拍卖最符

合拍卖的本质。