

分类号 _____
密 级 _____

学校代码 10408
研究生学号 2220053007



景德镇陶瓷大学
JINGDEZHEN CERAMIC UNIVERSITY

学术型硕士学位论文

当代陶瓷艺术品价值评估研究

Research on the Valuation of Contemporary Ceramic Artworks

学 位 申 请 人	彭晓菡
导师姓名及职称	李海东 教授
一 级 学 科 名 称	艺术学
一 级 学 科 代 码	1304J1
研 究 方 向	艺术市场营销与管理
所 在 学 院	管理与经济学院
论 文 提 交 日 期	2025-05-25

摘 要

本文旨在探讨当代陶瓷艺术品的价值评估维度，为陶瓷艺术品的价值评估提供一套全面科学的指标体系。研究过程中，采用了问卷调查、专家咨询和统计分析等方法，对陶瓷艺术品的多个价值维度进行了深入剖析。

基于当前陶瓷艺术品市场的快速发展和价值评估的复杂性，如何准确评估陶瓷艺术品的价值成为一个亟待解决的问题。在问题分析阶段，本文通过对陶瓷艺术品价值的构成进行深入分析，将其划分为艺术价值、文化价值、市场价值、社会价值和技术价值五大类。每一类价值下又包含了多个具体的维度，如艺术价值包括创作造型创新性、作品稀缺性和色彩表现力等；文化价值包括地域文化代表性、文化传播贡献度和跨文化交流意义等；市场价值包括拍卖成交记录、二级市场流通性和画廊定价体系匹配度等；社会价值包括公众认知度、公共空间影响力和馆藏机构等级等；技术价值则包括材料技术创新、工艺完成与技术难度和可复制难度等。

在问题解决阶段，本文设计含 25 个指标的问卷，经两轮专家咨询筛选优化。问卷设计兼顾指标全面性、可操作性与科学性，首轮咨询后根据专家意见修改完善，第二轮咨询后用变异系数法进一步优化，最终确定含 17 个指标的当代陶瓷艺术品价值评估维度体系。

研究发现当代陶瓷艺术品价值评估是复杂多维过程，需综合考量多方面因素。研究还探讨影响当代陶瓷艺术品成交价的关键因素，通过量化分析构建包含艺术、文化、市场、社会和技术价值五个维度的评估体系，引入拍卖行等级、创作年代、作品尺寸和特殊属性等控制变量。数据收集选取 50 个当代陶瓷艺术拍品样本，开展描述性统计与相关性分析，结果表明地域文化表达、拍卖溢价率及拍卖行等级是影响当代陶瓷艺术品成交价的关键因素。

综上所述，本文通过对当代陶瓷艺术品价值评估维度进行深入研究，为陶瓷艺术品的价值评估提供了一套全面、科学的指标体系。同时，对于陶瓷艺术品市场参与者、投资者以及评估机构具有一定的参考价值。最后，我们指出了研究中存在的局限性，包括样本选择、数据量化以及市场变化等因素，需要在后续研究中进一步探讨和完善。

关键词：陶瓷 艺术品 艺术品市场 价值评估体系 层次分析法

Abstract

This paper aims to explore the value evaluation dimensions of contemporary ceramic artworks and provide a comprehensive and scientific index system for the value evaluation of ceramic artworks. During the research process, methods such as questionnaires, expert consultations, and statistical analyses were adopted to conduct an in-depth analysis of multiple value dimensions of ceramic artworks.

Based on the rapid development of the contemporary ceramic art market and the complexity of value evaluation, how to accurately evaluate the value of ceramic artworks has become an urgent problem to be solved. In the problem analysis stage, through an in-depth analysis of the composition of the value of ceramic artworks, this paper divides it into five major categories: artistic value, cultural value, market value, social value, and technical value. Each category of value contains multiple specific dimensions. For example, artistic value includes innovation in creative modeling, rarity of works, and color expressiveness, etc.; cultural value includes representativeness of regional culture, contribution to cultural communication, and significance of cross-cultural communication, etc.; market value includes auction transaction records, liquidity in the secondary market, and matching degree of the gallery pricing system, etc.; social value includes public awareness, influence in public spaces, and the level of collection institutions, etc.; technical value includes innovation in material technology, completion of craftsmanship and technical difficulty, and difficulty of replication, etc.

In the process of problem-solving, this paper designed a questionnaire comprising 25 indicators and conducted two rounds of expert consultations to screen and optimize these indicators. During the questionnaire design phase, full consideration was given to the comprehensiveness, operability, and scientific nature of the indicators. After the first round of expert consultations, the indicators were revised and improved based on the experts' opinions and suggestions. Following the second round of expert consultations, the indicators were further optimized using the coefficient of variation method, ultimately determining a value assessment dimension system for contemporary ceramic artworks that includes 17 indicators.

The research results show that the value evaluation of contemporary ceramic art is a complex and multidimensional process, which needs to consider many factors comprehensively. In addition, this study explores the key factors influencing the auction prices of contemporary ceramic artworks. Using quantitative analysis, we developed an evaluation system comprising five dimensions: artistic value, cultural value, market value,

social value, and technical value. We also introduced control variables such as auction house ratings, creation dates, work sizes, and special attributes. In terms of data collection, we obtained sample data from 50 contemporary ceramic art lots and conducted descriptive statistics and correlation analyses. The research findings indicate that regional cultural expression, auction premium rates, and auction house ratings are critical factors affecting the auction prices of contemporary ceramic artworks.

In summary, this paper provides a comprehensive and scientific set of evaluation criteria for contemporary ceramic art through an in-depth study of the dimensions of value assessment. It also offers valuable references for market participants, investors, and appraisal institutions in the ceramic art sector. Finally, we highlight the limitations of our research, including sample selection, data quantification, and market changes, which need to be further explored and improved in future studies.

Keywords: Ceramics artworks art market value evaluation system AHP

目 录

1 绪论.....	1
1.1 研究背景与意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	1
1.2 文献综述.....	2
1.2.1 艺术品多维价值评估模型的构建与演进	2
1.2.2 当代艺术品市场的特殊性及其运作机制	2
1.2.3 陶瓷艺术的传承创新与文化传播.....	3
1.3 概念界定与研究方法.....	3
1.3.1 概念界定	3
1.3.2 研究方法.....	4
1.3.3 技术路线.....	5
2 当代陶瓷艺术市场现状分析	6
2.1 当代陶瓷艺术市场交易模式	6
2.1.1 传统交易模式.....	6
2.1.2 现代交易模式.....	6
2.1.3 全渠道模式：从线下到线上的无缝衔接	8
2.1.4 新兴交易模式：互联网技术的深度应用	9
2.2 当代陶瓷艺术品交易存在的问题	10
2.2.1 市场供需结构失衡,高端产品稀缺中低端过剩	10
2.2.2 市场规范化不足,价格体系混乱.....	11
2.2.3 价值评估方法局限与定价机制缺陷	11
2.3 小结.....	12
3 马克思主义理论视域下当代陶瓷艺术品价值评估指标体系构建 ..	13
3.1 马克思主义理论视域下价值评估逻辑	13
3.1.1 价值观维度.....	13
3.1.2 历史观维度.....	14
3.1.3 辩证法维度.....	15
3.2 AHP 模型中矛盾权重的分配逻辑.....	17
3.2.1 层次分析法在平衡多元价值中的适配性	17
3.2.2 构建矛盾指标的层次化分解框架.....	17
3.2.3 专家问卷与一致性检验的组合验证	17
3.3 当代陶瓷艺术品价值影响因素整合研究	18
3.3.1 多维价值视角的文献分析.....	18

3.3.2 各维度间的逻辑关系.....	20
3.4 价值评估体系的构建与验证	21
3.4.1 德尔菲法的专家共识形成.....	21
4 基于 AHP 模型的当代陶瓷艺术品价值评估维度指标构建	31
4.1 层次结构模型构建.....	31
4.1.1 目标层-准则层-方案层划分	31
4.1.2 SPSSAU 数据录入与矩阵生成.....	31
4.2 各指标维度权重计算与 AHP 层次分析	33
4.3 一致性检验.....	35
4.4 AHP 模型结果分析.....	36
5 当代陶瓷艺术品价值评估体系的实证检验	38
5.1 实证研究设计.....	38
5.1.1 数据来源与样本选取.....	38
5.2 变量定义与量化标准.....	47
5.2.1 变量定义.....	47
5.2.2 量化标准.....	48
5.3 实证分析步骤.....	51
5.3.1 描述性统计	51
5.3.2 相关性分析.....	52
5.3.3 结论.....	52
参考文献.....	54
附录 A: 当代陶瓷艺术品价值评估指标体系权重研究专家评估一轮 问卷	56
附录 B: 当代陶瓷艺术品价值评估维度指标——专家二轮咨询	67
附录 C: 雅昌艺术拍卖网样本数据量化评分表	69

1 绪 论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

在当前全球化和信息化的背景下，陶瓷艺术品作为文化传承与创新的重要载体，其价值评估问题日益凸显。习近平总书记指出：“文化是民族生存和发展的重要力量。人类社会每一次跃进，人类文明每一次升华，无不伴随着文化的历史性进步^①。”这一论断深刻指出了文化在社会发展中的核心地位。陶瓷艺术作为中华文明的重要组成部分，其承载着丰富的历史信息和文化价值，是连接过去与未来的桥梁。因此，深入研究当代陶瓷艺术品，不仅有助于我们更好地理解其在文化传承中的作用，而且对于推动文化产业的创新发展具有重要意义。

艺术品价值既蕴含于物质属性，更体现于文化、社会与历史价值维度。马克思提出“价值决定价格，价格反映价值”，在当代陶瓷艺术品市场，构建价值评估体系至关重要。艺术品作为一种特殊的商品，陶瓷艺术品价值评估复杂性突出，既需考量创作劳动投入，也需兼顾其在文化传承、社会教育、历史记忆等层面承载的功能意义。

本研究立足当代艺术市场与文化发展实际，构建全面系统的当代陶瓷艺术品价值评估体系，深度剖析其经济、文化、社会及技术价值。通过科学评估陶瓷艺术品价值，旨在为艺术品市场确立公正合理的价值判断标准，推动陶瓷艺术行业健康发展。

1.1.2 研究意义

理论意义上，本研究将马克思主义的美学理论与当代陶瓷艺术品的价值评估相结合，拓展了马克思主义美学的应用领域，丰富了艺术价值评估的理论内涵。通过对当代陶瓷艺术品价值的多维度分析，本研究有助于深化对艺术商品化、艺术与社会关系等马克思主义美学核心议题的理解，为艺术价值的理论探讨提供新的视角。

现实意义上，本研究对当代陶瓷艺术品价值的评估体系构建，有助于规范艺术品市场，提高艺术品交易的透明度和公正性。通过科学合理的评估，可以为收藏家、投资者、画廊和博物馆等提供决策参考，促进艺术品市场的健康发展。同时，本研究还能够提升公众对陶瓷艺术品价值的认识，增强社会对陶瓷艺术文化的重视，推动陶瓷艺术的传承与创新，促进文化产业的繁荣发展。

^① 北京周报.习近平：在文艺工作座谈会上的讲话
(2015-10-15)[2025-4-19]http://www.beijingreview.com.cn/shishi/201510/t20151015_800040353.html

1.2 文献综述

艺术品价值评估与市场机制研究已形成多学科交叉态势，研究视角突破单一美学属性，向文化内涵、情感因素、市场供需等多元维度拓展，方法论从传统理论分析转向实证建模与技术创新实践。国内外研究进展主要体现在四方面：其一，构建整合主观审美体验与客观市场数据的艺术品多维价值评估模型；其二，探究艺术品市场特殊性与运作机制，聚焦非西方市场发展路径；其三，关注传统艺术形式如陶瓷艺术的现代转型与国际传播；其四，推动评估技术科学化与数据驱动发展，引入机器学习及跨学科研究方法。当前研究遵循“理论框架构建—实证模型验证—技术迭代优化”的递进范式，但在跨文化比较分析、主客观因素深度融合、动态市场变化追踪等领域仍有待深入探索。

1.2.1 艺术品多维价值评估模型的构建与演进

价值评估研究不再局限于以市场成交价为核心的单一逻辑，转而纳入文化符号、情感反应、视觉特征等多元解释变量。国内外学者运用实证模型探究多维因素对艺术品价值的影响机制，在变量选择与技术路线方面存在差异。

一方面，是主观维度的深化。Fekete (2023)^[1]基于维也纳艺术图片系统(VAPS)的数据集，提出了艺术品价值与观众的个人经验、文化背景和情感反应呈显著相关，揭示了视觉复杂性和熟悉度等指标的权重。另一方面，是客观模型的优化。国内学者重点关注技术方法的科学化。比如，詹棠森等(2014)^[2]采用模糊层次分析法，构建了陶瓷艺术品定价模型，并将年代、珍稀度等客观指标纳入其中；张纯等(2016)^[3]进一步提出艺术、社会、历史、市场的四维价值指标体系；黄惠喆等(2020)^[4]通过特征价格法构建 Hedonic 模型，量化了工艺复杂度等影响因素；白雅力克等学者(2021)^[5]则提出了一个结合定量和定性的混合评估框架，以减少单一方法可能产生的偏差；吕红娣等(2022)^[6]则引入 GR-RFR 算法，利用拍卖数据来训练预测模型，提升了评估的动态性、精确性。

国内外研究共同表明艺术品价值具有“主客交互性”特征，既需关注个体审美反应又要借助大数据进行市场预测。未来研究可尝试整合两种路径，如在 Hedonic 模型中引入情感反应变量，或运用机器学习技术分析跨文化审美差异。

1.2.2 当代艺术品市场的特殊性及其运作机制

作为全球艺术生态重要组成部分的中国艺术品市场，其发展路径与西方存在显著差异，学者们从市场结构、商业化矛盾、价值评判体系等视角揭示了中国特色艺术品市场的复杂性。

国内学者围绕中国艺术市场展开深入批判与分析。孙文杰(2020)^[7]指出中国艺术市场一级与二级市场界限模糊，致使定价权失衡，并主张构建独立于西方模式的价值评判体系。申一方等(2020)^[8]、滕梓好(2023)^[9]分别从商业化困境与审美价值角度，批判资本逐利对艺术审美价值的侵蚀，强调审美认知重要性，提出通过

完善市场机制、聚焦内在价值重构市场合理性以协调收藏与投资功能；苗秋菊（2021）^[10]从历史动态视角系统梳理东晋至今中国艺术市场演变，揭示其与经济、意识形态的紧密关联并警示价格泡沫化及规范化不足风险，这些研究共同完成对中国艺术市场现状与问题的全面审视。

国内研究已形成了一种“批判—重构—历史验证”的逻辑脉络，凸显全球化背景下非西方市场的特殊问题：在全球化艺术市场中，像中国这样的非西方国家的当代陶瓷艺术品在评估时，面临着两个大问题。第一，我们不能直接使用西方的评估标准，因为这些标准往往不符合中国陶瓷艺术的文化特色。第二，我们还要解决资本追求利润和艺术审美本质之间的冲突。后续研究可从两方面深化，一是探索市场机制国际化路径，如分析区块链技术提升交易透明度的作用；二是推进定量与定性研究融合，例如运用社会网络分析揭示收藏家行为模式。

1.2.3 陶瓷艺术的传承创新与国际传播

作为中国传统文化物质载体的陶瓷艺术，其当代转型路径集中展现“传统符号现代化”与“本土文化国际化”双重命题，学者们围绕设计理念、教育模式、传播机制等层面展开深入探讨。

王立德（2016）^[11]等提出“制器尚象”造物理念，主张陶瓷创作融合外形、材质、工艺与情感实现语言创新；雷雨童（2021）^[12]聚焦彩陶纹样现代应用，指出其美学逻辑与自然和谐的一致性；在国际化实践中，杨科朋（2020）^[13]等认为陶瓷艺术馆通过展览及国际收藏活动推动本土艺术全球传播；顾越（2023）^[14]通过比较中英艺术家对传统陶瓷的诠释，揭示文化背景对传统艺术重塑的影响；在教育体系方面，周志雯（2024）^[15]等分析陶瓷教育从传统师徒制向多元化模式转变，强调技术传授中文化隐性传承的重要性。

现有研究明确了陶瓷艺术在文化认同建构中的战略意义，但其创新路径仍面临三个主要的挑战：首先，我们需要找到一个平衡点，既能保留传统符号的特色，又能使其现代化；其次，在向世界介绍陶瓷艺术时，我们要避免让外国人误解我们的文化；最后，我们需要建立一个系统，既能传承传统技术，又能培养跨学科的人才。未来，我们可以利用数字技术来创造更加沉浸式的文化体验，或者通过研究已有成功案例来提炼出有效的传播策略。

1.3 概念界定与研究方法

1.3.1 概念界定

(1) 当代陶瓷艺术品

当代陶艺是当代陶瓷艺术的缩略词。当代陶艺是在当代科技与社会经济文化发展的特定环境中，以陶瓷材料为媒材，以当代艺术或主流美术的美学和创作观念为

元素的一种雕塑形式为主体的新颖艺术^①。

当代陶瓷艺术品也是传统与现代审美结合的产物，强调个性化和创新^[16]。现代陶瓷艺术品以 1970 年为界，体现工业文明；而当代陶瓷艺术品约 20 世纪 80 年代后兴起，是后工业社会的产物，时间界定灵活。当代陶瓷艺术家既从传统彩陶中提炼民族精神，又探索跨媒介表达，如与电影艺术结合；作品注重自然与艺术的融合，通过简化技法、选用特殊材料呈现物我合一的纯粹意境。此类艺术品在传承传统的同时持续契合现代审美与文化需求，彰显文化认同与艺术创作的民族特色。

(2) 艺术品价值和评估

艺术品价值包含艺术价值、历史价值、经济价值。其中，艺术价值主要是指艺术品所体现出的文化价值、美学价值及艺术手段。艺术品所反映的民族性、地域性和个性越典型，其艺术价值往往越高^②。历史价值（文物价值）是指某种艺术品的历史地位和作用，往往由时代特征和现存数量来决定，例如青铜器反映了中国的商周文化，青瓷反映了宋代的工艺。经济价值是指市场价值，它以价格来表示，由艺术市场的供求关系来决定。这三种价值又统一在艺术品的实物形态即商品形态上。艺术价值和历史价值（文物价值）是一种软标准，经济价值是一种硬标准，经济价值是建立在艺术价值和历史价值（文物价值）基础上。

基于艺术品价值复杂性构建的艺术品价值评估体系，旨在全面反映艺术品共性与特殊性，其构建遵循综合性原则，要求全面考量艺术品价值构成要素。可操作性原则，即选取的指标便于量化处理；以及定性与定量相结合原则，即结合主观判断提高评价准确度^[17]。

(3) 艺术品市场

艺术品市场被设定为广义的范畴，包括文物、绘画作品、书法篆刻作品、雕塑雕刻作品、艺术摄影作品、装置艺术作品、工艺美术作品、设计品以及衍生品等^[18]。艺术品市场需求分为消费与收藏投资两类，面向大众市场的艺术品消费构成市场持续稳定发展基础，面向中高净值人群及机构的收藏投资以获取财务收益、实现文化传承及提升社会声誉等为主要目的。艺术品市场供给主体涵盖艺术家、收藏家、收藏机构、工艺品及设计品与衍生品生产企业、艺术品经营机构等，其供给特征及弹性受价格变化影响，呈现低端市场供给弹性大、高端市场供给弹性小的特点。

1.3.2 研究方法

(1) 质性研究方法

^① 当代陶艺_百度百科[EB/OL].

<https://baike.baidu.com/item/%E5%BD%93%E4%BB%A3%E9%99%B6%E8%89%BA/10598693>.

^② 艺术价值_百度百科[EB/OL].

<https://baike.baidu.com/item/%E8%89%BA%E6%9C%AF%E4%BB%B7%E5%80%BC/10947660#reference-1>.

通过质性研究方法，如文献分析、专家访谈和案例研究，梳理现有陶瓷艺术品评价指标。文献分析主要查阅和分析现有的文献资料，了解当前陶瓷艺术品市场价值评估的研究现状和存在的问题，为构建评估体系提供理论基础。通过问卷形式邀请艺术市场专家、艺术家、收藏家等收集他们对于陶瓷艺术品价值评估的看法和建议，以丰富评估体系的内容。案例研究选取具有代表性的当代陶瓷艺术品作为案例，分析其价值构成要素，如历史价值、艺术价值、工艺技术等，以及这些要素如何影响艺术品的市场表现。

(2) 层次分析法

采用层次分析法构建当代陶瓷艺术品价值评估体系。确立当代陶瓷艺术品价值评估体系为最高层评价目标，根据逻辑关系将初筛指标划分为历史价值、艺术价值、工艺技术、艺术家声誉和市场需求等层次，并在各层次内进一步细化指标，形成完整的层次结构模型。

(3) 实证检验

通过实证检验评估体系的有效性。收集和整理拍卖数据、市场交易记录等实际数据，运用统计学方法进行分析，结合具体的当代陶瓷艺术品价值评估指标和权重，以及当代陶瓷艺术品市场价格，验证评估体系的科学性和实用性。

1.3.3 技术路线

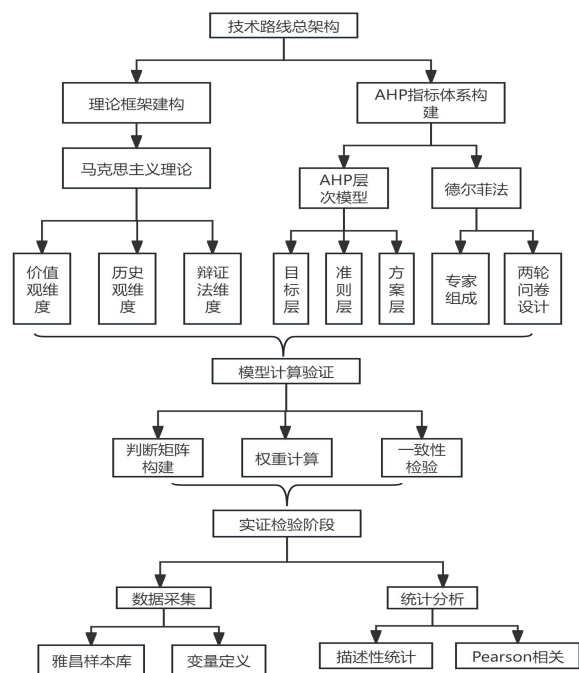


图 1.1 本研究技术路线图

2 当代陶瓷艺术市场现状分析

2.1 当代陶瓷艺术市场交易模式

2.1.1 传统交易模式

这是最悠久的交易方式，以画廊、艺术展览等实体空间为载体，消费者能够亲身体验、评估并购买艺术品。



图 2.1 陶溪川美术馆展览可售卖展品

在高端艺术品市场，这种模式依然占据核心地位，因为消费者往往倾向于亲自验证艺术品的真伪与质量。实体空间交易模式凭借其直观性和信任度，持续吸引着追求品质与体验的消费者。

2.1.2 现代交易模式

(1) 互联网+艺术品交易模式：线上明码实价与拍卖

随着互联网技术的飞速发展，艺术品交易迎来了线上化的浪潮。互联网+艺术品交易模式主要分为两类：一是线上明码实价的交易，如国际艺术品交易网等平台，消费者可以便捷地浏览并购买艺术品。

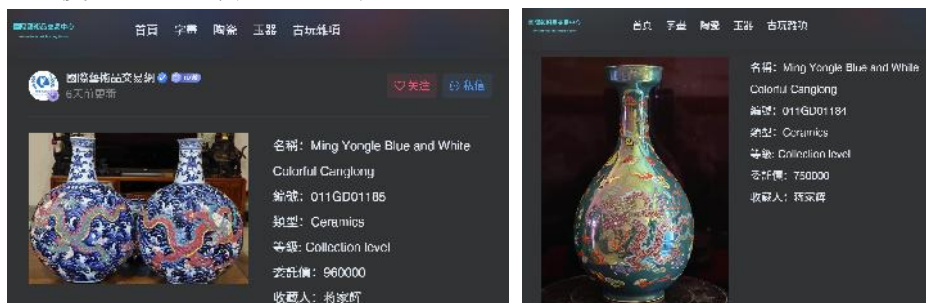


图 2.2 国际艺术品交易网在线售卖陶瓷艺术品

二是线上拍卖服务，如苏富比、佳士得等著名拍卖行推出的线上拍卖，让全球收藏家能够跨越地域限制，参与在线竞拍。还有雅昌艺术网、路易森林等在线拍卖网站等。线上交易模式不仅拓宽了艺术品市场的覆盖范围，还提升了交易效率。

2023 年度艺术品交易数据显示,在线拍卖占总销售价值的 15%,较上一年度下降了 2 个百分点。从价位分布来看,低价位的艺术品在线销售占比依旧较高,其中销售额低于 100 万美元的占比为 25%,而超过 1000 万美元的仅占 9%。尽管在线拍卖所占份额略有减少,但接受调查的拍卖行中有 81%预计电子商务将在未来几年内增长,这一比例相较于 2022 年的 60%有显著提升^①。

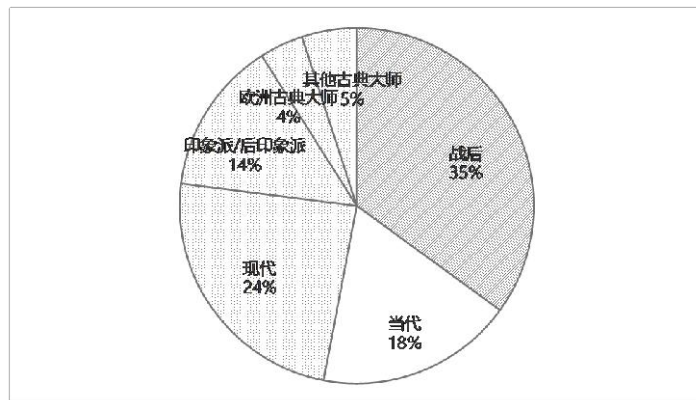


图 2.3 2023 年艺术品拍卖市场细分市场份额（按成交额）

资料来源：雅昌艺术品拍卖网

尽管网上销售中也出现了不少高价成交的案例,但最昂贵的艺术品主要还是通过线下交易完成。这表明在互联网+艺术品交易模式下,线上渠道更多地承载了中低端市场的交易,而高端艺术品交易依然依赖于传统的线下模式。

(2) 艺术品电商

在探讨陶瓷艺术品在艺术电商交易模式中的地位时,我们不得不提及专门的艺术品交易平台,如 Artsy 和 Artnet,它们为艺术市场带来了深远的影响。

① Artsy: 画廊网络的数字化延伸

Artsy 是一个创新的平台,它将画廊网络进行了数字化延伸。它的商业模式围绕在线艺术品销售、拍卖以及与画廊和拍卖行的合作展开。该平台使用户能够直接从画廊和艺术家那里探索和购买艺术品,从而培育一个充满活力和多元化的艺术生态系统。Artsy 通过艺术品销售交易费、会员订阅以及与艺术机构合作举办独家在线展览和活动来产生收入。

^① 雅昌艺术网.解读《2024 全球艺术市场报告》,中国跻身全球最大拍卖市场
[EB/OL](2024-08-22)[2024-12-2].<https://m-news.arttron.net/news/20240822/n2033575.html>

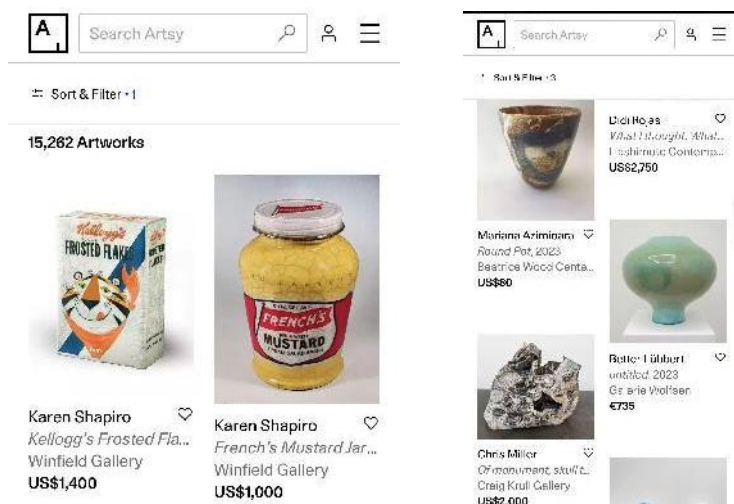


图 2.4 Artsy 陶瓷艺术品在线交易展品

② Artnet: 专业市场的价值中枢

Artnet 作为全球领先的在线艺术品交易研究平台，通过线上拍卖与即时购买两大核心功能，连接全球画廊、拍卖行、藏家和投资者。平台涵盖价格数据库、分析报告、在线拍卖、市场快报、画廊网络及拍卖行合作等模块，定期举办现当代艺术、设计品等主题专场拍卖，用户可竞拍或按固定价格购藏艺术品。平台提供透明价格数据与市场分析工具，辅助交易决策，将传统艺术市场专业性与数字化交易便捷性相结合，突破地域限制，精简艺术品流通流程，为交易双方打造高效透明的交易环境，促进艺术市场全球化发展。

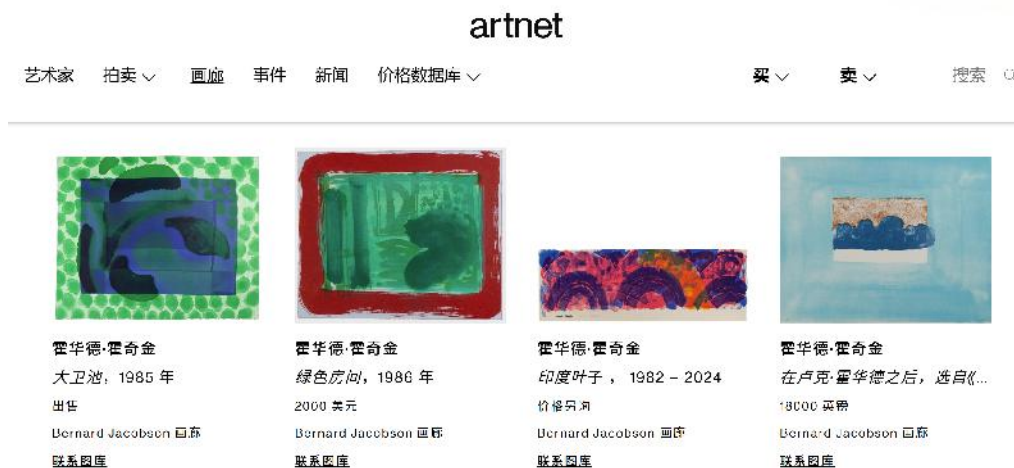


图 2.5 Artnet 部分在线出售的艺术品

在艺术电商交易模式下，陶瓷艺术品依托专业艺术品交易平台实现更广泛展示与推广。

2.1.3 全渠道模式：从线下到线上的无缝衔接

市场发展与消费需求演变推动全渠道模式成为当代陶瓷艺术品交易新趋势。该

模式整合线上明码标价交易、线上拍卖、艺术品电商等多种交易形式，并借助艺术博览会、网上商城等平台实现线上线下融合。全渠道模式既凭借现代技术拓展市场覆盖范围，又维系艺术家与消费者的直接沟通，为消费者提供多元且个性化的购物体验。

以 A12 线上艺廊网站为例，其兼具艺术品线上浏览与购买功能，通过与实体画廊、艺术机构合作实现线上线下资源整合与优势互补。消费者可在网站获取艺术品信息、掌握艺术展览动态并完成在线交易。这种运营模式有效提升交易效率，同时优化消费者购物体验。

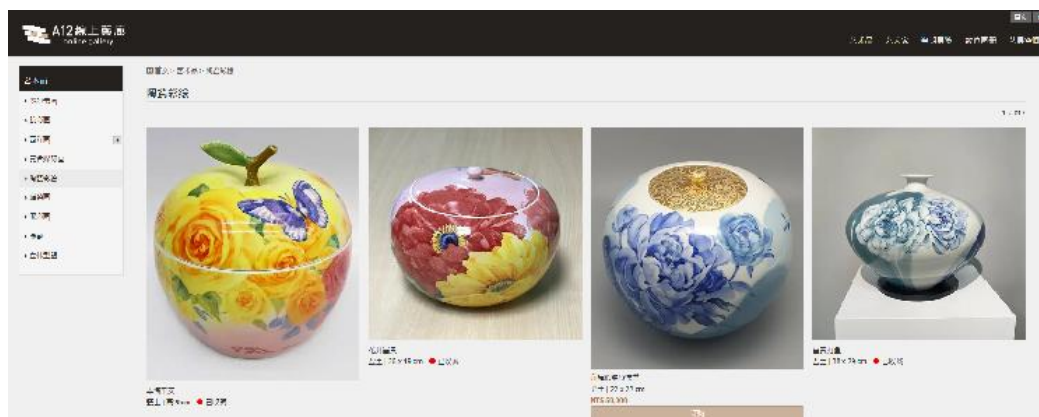


图 2.6 A12 线上艺廊陶瓷艺术品售卖

2.1.4 新兴交易模式：互联网技术的深度应用

当代陶瓷艺术市场除全渠道模式外，P2P 瓷金融交易平台、交易记录与评价体系、众筹模式等新兴交易模式逐渐兴起。

(1) P2P 瓷金融交易平台：数字资产化与流动性提升

P2P 陶瓷金融交易平台是一个创新的金融服务平台，它将陶瓷艺术品通过区块链技术数字化，实现陶瓷资产证券化，即将艺术品拆分为标准化金融产品供投资者认购份额。平台支持线上撮合交易，降低了艺术品投资的门槛，通常千元级即可起投，促进了陶瓷资产的流通。投资者可通过分红、溢价转让或实物交割等多种方式获取收益。深圳文化产权交易所景德镇陶瓷交易运营中心平台，于 2024 年 10 月正式推出。该中心将文化传承、金融创新和数字赋能融为一体，构建了一个国际化的陶瓷文化产权保护与交易平台以及大数据平台。这是陶瓷产业首次借助金融创新和数字技术的力量，实现了产业供给侧与消费侧的真正“双向奔赴”^①。

(2) 交易记录与信用评价体系：区块链重构信任机制

^① 深圳文化产权交易所.深圳文交所景德镇陶瓷交易运营中心平台亮相 2024 景德镇瓷博会，赋能陶瓷产业新发展[EB/OL](2024-10-21)[2025-01-14].https://www.szcaee.cn/home/news/bsyw/n_id/4612.html

该评价体系借助区块链技术,全程跟踪记录陶瓷艺术品从创作、交易到鉴定全过程信息,同时构建买卖双方互评机制,以此提高交易透明度。过去,陶瓷真伪鉴定主要依靠“目测和经验判断”,这使得陶瓷艺术品在交易市场中版权价值易受侵害。在2020年中国景德镇国际陶瓷博览会上,一家企业利用“陶瓷数字身份+区块链”技术,为陶瓷艺术品版权保护问题带来了新的解决办法^①。

(3) 众筹模式:社群共创与需求前置

众筹模式在新兴陶瓷艺术品交易中成为艺术家与消费者共建社群的重要方式。艺术家于众筹平台发布创作计划,消费者预付资金支持生产,形成“以需定产”的轻资产运营模式。该模式通过大数据分析用户偏好,借助VR技术搭建虚拟展厅,既优化消费者体验又精准匹配市场需求。国内摩点网自2019年起开展多项陶瓷类众筹项目,涵盖陶瓷手工艺品、手办及大师作品等领域。

美国众筹平台Kickstarter的数据显示,Gadget Labs帮助CERAMBOT 3D打印机在kickstarter上的众筹,仅用了6分钟便达到了10,000美元的项目目标金额,由此可见,无障碍陶瓷3D打印的市场需求之大^②。它为艺术品的创作与流通提供了新路径,有效促进了艺术创新与市场活力的双重增长,为陶瓷艺术领域注入了新的发展动力。2021年景德镇邦宁文化在京东众筹发起陶瓷产品众筹,借此机会推广传统手工艺陶瓷。该项目不仅在线上平台展示了景德镇陶瓷的文化底蕴与工艺创新,还通过众筹模式实现了社群共创,让消费者参与到产品设计中,有力推动了非遗技艺的市场化进程,为传统陶瓷艺术品的现代化传播与交易开辟了新渠道^③。这些数据表明,众筹模式在新兴陶瓷艺术品交易中具有显著的市场潜力和用户吸引力。

互联网技术应用推动下,各类新兴交易模式提升陶瓷艺术品市场透明度与交易效率,为艺术家与消费者拓宽选择空间、提供便利。但新兴模式在监管、安全保障及市场认可度方面存在挑战,需持续探索优化路径。

当代陶瓷艺术品交易模式正经历从传统向现代、线下到线上的转型变革。全渠道模式发展与新兴交易形态出现,为市场注入新活力。伴随技术迭代与消费需求演变,未来陶瓷艺术市场交易模式将持续创新演进,不断释放艺术价值,为市场主体创造更多效益。

2.2 当代陶瓷艺术品交易存在的问题

2.2.1 市场供需结构失衡,高端产品稀缺中低端过剩

^① 新华网.你听过“陶瓷指纹”吗?区块链技术助力陶瓷版权保护
[EB/OL](2020-11-25)[2025-01-14].<http://blockchain.people.com.cn/n1/2020/1125/c417685-31943974.html>

^② AMZ123.新品首发 | Gadget Labs 带您玩转陶瓷 3D 打印机
[EB/OL](2018-12-07)[2025-01-15]<https://www.amz123.com/t/zshRYf5n>

^③ 站酷网.【景德镇陶瓷】京东众筹案例整理一
[EB/OL](2019-03-21)[2025-01-16]<https://www.zcool.com.cn/work/ZMzM4NzIyODg=.html>

(1) 高端艺术陶瓷供不应求

高端艺术陶瓷因制作工艺繁复、文化价值深厚且具收藏投资潜力，市场需求持续高涨，但其生产难度大、产量有限，市场供给难以充分满足需求。^①。以传统青花瓷、钧瓷为代表的名窑产品，因依赖手工制作且专业传承人稀缺，难以扩大产能，致使价格长期维持高位。

(2) 中低端产品同质化严重

中低端陶瓷市场主要生产餐具、茶具等实用型产品，由于设计同质化严重、创新不足，导致库存大量积压，企业陷入价格恶性竞争。根据中研网《2024 年陶瓷行业发展现状分析》，当前陶瓷行业存在产能过剩问题，其中中低端产品过剩情况尤为显著。数据显示，受市场需求不足影响，多数陶瓷厂仅保留一条生产线，行业开窑率低于 50%；普通餐具、茶具等中低端产品市场过剩比例超过 30%，部分企业产品库存积压时间长达半年以上^[19]。

2.2.2 市场规范化不足，价格体系混乱

(1) 缺乏权威鉴定与估值标准

陶瓷艺术品的鉴定和估值缺乏统一标准，导致市场信任度较低。许多作品的真伪和艺术价值难以准确评估，尤其是对于新兴艺术家和现代陶瓷作品。根据报告显示^②，2024 年中国陶瓷工艺品市场规模预计达到千亿级别，但其中高端艺术陶瓷的鉴定和估值问题尤为突出，影响了市场的健康发展。

(2) 价格泡沫与投机炒作

部分陶瓷艺术品价格虚高，存在明显的投机炒作现象。一些作品在拍卖市场上被过度包装和宣传，导致价格与实际价值严重偏离。根据《2025—2030 年中国艺术陶瓷行业市场调研与投资预测分析报告》，2023 年中国艺术陶瓷市场规模约为 800 亿元人民币，但部分高端艺术陶瓷的价格涨幅远超市场平均水平，存在明显的价格泡沫^[20]。

2.2.3 价值评估方法局限与定价机制缺陷

(1) 缺乏统一的价值评估标准

当代陶瓷艺术品的价值评估缺乏统一的标准。一方面，专家鉴定具有主观性，

^① 原创力文档网.2024-2025 年中国艺术陶瓷市场动态监测及竞争战略研究报告
[EB/OL](2024-12-28)[2025-01-22]<https://max.book118.com/html/2024/1227/7034200021010014.shtml>

^② 原创力文档网.2025 年中国陶瓷工艺品市场竞争格局及发展战略研究咨询报告
[EB/OL](2024-12-29)[2025-01-22]<https://max.book118.com/html/2024/1228/8116030047007013.shtml>

其意见容易受到个人偏好和市场炒作的影响；另一方面，市场比较法也存在局限性，由于当代陶瓷艺术品的独特性，可比交易案例较少，难以准确反映其价值^[21]；此外，还缺乏科学的评估体系，目前尚未建立基于数据分析的评估模型，难以量化艺术品的艺术价值和文化价值。

(2) 定价机制不完善

陶瓷艺术品市场定价体系存在多重困境。价格层面，受市场炒作与投机行为干扰，价格波动剧烈、稳定性差，如 2023 年景德镇瓷器因市场需求骤增，价格短期内大幅上扬，部分作品供不应求^①。定价方法方面，传统模式多依靠专家评估和市场经验，缺少科学量化手段。此外，定价依据普遍不透明，多数交易未公开定价基础，致使消费者难以判断价格合理性。

2.3 小结

本章系统研究当代陶瓷艺术品交易模式发展历程与现存挑战。当前艺术品拍卖市场呈现分层特征，中低端市场线上销售占比提升，高端交易仍以传统线下模式为主；Artsy、Artnet 等专业艺术品电商平台兴起，革新作品展示推广方式，拓展交易渠道。全渠道模式实现线上线下融合，为消费者提供多元个性化购物体验；P2P 瓷金融交易平台、交易记录评价体系、众筹等新兴模式借助互联网技术，推动艺术市场向全球化、民主化方向发展，提升市场透明度与交易效率。

我国当代陶瓷艺术品交易市场存在结构性矛盾，高端产品供给不足与中低端产能过剩并存。同时市场规范性欠缺，价格体系紊乱，权威鉴定估值标准缺失，价格泡沫与投机炒作现象突出，价值评估方法与定价机制亟待完善。

当代陶瓷艺术品交易模式正经历深刻变革，全渠道与新兴模式为市场注入发展动能。未来需持续完善市场规范，优化价值评估与定价机制，以适应消费者需求变化与技术发展趋势，推动陶瓷艺术品交易模式创新，创造更大市场价值。

^① 搜狐网.景德镇瓷器价值暴涨，市场供不应求？为何短时间内升值这么快？
[EB/OL](2023-10-14)[2025-01-22]https://www.sohu.com/a/726855855_100049240

3 马克思主义理论视域下当代陶瓷艺术品价值评估

指标体系构建

3.1 马克思主义理论视域下价值评估逻辑

3.1.1 价值观维度

(1) 劳动创造价值的根本属性

劳动是价值的实体和内在尺度，但是它本身没有价值^[23]。陶瓷艺术品的价值源于艺术家的具体劳动（如创作、烧制）和抽象劳动（凝结在作品中的社会必要劳动时间）。以具体的当代陶瓷艺术品为例，如知名当代陶艺家刘建华通过对形状和材料的哲学性观照，他尝试了各种陶瓷制作方法，使其作品既富艺术性又有诗意，挑战着媒介的物理极限。在他的手中，瓷器呈现出水滴、水塘或手绘线条等各种形式^①。手工拉坯作为高复杂度的工艺环节之一，不仅要求艺术家具备精湛的技艺，还需要投入大量的时间和精力。这一过程中，艺术家的具体劳动得到了充分体现，每一件作品都蕴含着艺术家独特的创意和情感。



图 3.1 刘建华，《线条 13 号和 25 号》 图 3.2 刘建华，“处处有灵光”长沙当代艺术展

釉料调配也是影响陶瓷艺术品价值的关键要素。艺术家需依据作品风格与创作需求，审慎选择并调配釉料，该过程高度依赖创作者丰富经验与精湛技艺，以实现作品最优艺术呈现效果。作为凝结于作品中的社会必要劳动时间，此类抽象劳动构成决定陶瓷艺术品价值的核心要素。

(2) 社会必要劳动时间的决定性作用

^① Doors Art & Culture Agency.五位艺术家重新诠释传陶瓷艺术
[EB/OL](2022-02-01)[2025-01-25]<https://www.doors-agency.com/zh/2022/02/01/cinq-artistes-qui-reinventent-la-ceramique-cn/>

社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。而生产使用价值的社会必要劳动时间，决定该使用价值的价值量^[23]。对于当代陶瓷艺术品而言，可以分为创作劳动价值和社会劳动价值。一方面，创作劳动价值包括艺术家个人创作所需的劳动时间，比如构思陶瓷艺术品的创作所需时间、制作艺术品所需的时间。另外，还包括技艺复杂度，例如传统青花瓷制作过程中的勾线填色具有较高难度。另一方面，社会劳动价值是指市场流通中的同类陶瓷艺术品生产所需的社会平均劳动时间。当代陶瓷艺术品不同于一般的工业化陶瓷、日用瓷等批量化、大规模生产，而是通过陶瓷艺术家个人参与创作的全过程，作品生产所需的劳动时间大于普通陶瓷艺术品的社会必要劳动时间，所以其价值远高于一般陶瓷艺术品，且其中的价值量影响难以衡量。

(3) 价值与价格的辩证关系

价值是价格的基础，但价格受供求关系、稀缺性、情感价值等因素影响。其中，情感价值虽然不是直接劳动产物，但通过文化认同和社会需求间接反映劳动价值的延伸。当代陶瓷艺术品因其艺术家的创作风格、制作周期和作品数量的稀缺性，可能脱离社会必要劳动时间的定价逻辑。例如，周国桢大师作为陶艺界“大师中的大师”、世界陶瓷史上最杰出的陶艺大师之一、当之无愧的“一代宗师”，其作品已突破千万级，瓷板画《动物系列》拍达 1130 万元，更是被称为“国之瑰宝”^①。

3.1.2 历史观维度

(1) 价值的时代性与生产方式关联

艺术生产受特定历史阶段物质条件的制约，其价值需要置于“社会生产关系的总和”中考察。比如，2006 年 5 月 20 日，景德镇手工制瓷技艺成为首批国家级非物质文化遗产。2009 年 10 月，该技艺代表中国申报联合国 2010 年“非物质文化遗产代表作名录”。景德镇手工制瓷技艺的价值就体现为前工业化时代劳动分工的活态延续。再比如，近年来兴起的 3D 打印陶瓷技术反映了数字时代生产力对艺术形式的改造，其价值需要结合技术革命与劳动形态的变化来考虑。

(2) 文化符号的阶级性与历史功能

恩格斯在《家庭、私有制和国家的起源》中提出，手工艺品是“社会权力与意识形态的物质载体”^[25]。陶瓷艺术制品凭借独特的阶级属性与历史功能，成为中国传统文化的典型代表。统治阶级符号在陶瓷艺术中充分显现，明清官窑瓷器中的龙

^① 中家艺术网.2021 陶瓷春拍当代大师十二条屏拍出 1290 万元天价
[EB/OL](2021-04-30)[2025-01-22]<http://www.zggjysw.com/content1.aspx?id=3070>

纹青花瓷，作为皇权象征，沉淀着历史权力话语。瓷器上形态各异、寓意深刻的龙纹，每一处细节都彰显皇家威严与尊贵，在当代已超越物质形态，成为研究历史、解读权力话语的重要载体。

陶瓷艺术同时承载大众文化符号，民窑粗瓷碗虽朴实无华，却真实映射劳动者的生活美学。碗上简洁纹饰饱含生活气息与劳动智慧，评估其价值需置于阶级文化叙事框架下，从中解读劳动者对美好生活的向往。当代陶瓷艺术品的价值不仅体现在物质形态的美观精致，更在于背后蕴含的阶级属性与历史功能。这些制品以独特文化符号成为中国传统文化瑰宝，具有重要研究与传承价值。

因此，当代陶瓷艺术品的价值表现，不仅在于其物质形态的美观与精致，更在于其背后所蕴含的阶级性和历史功能。这些制品以其独特的文化符号，成为中国传统文化的瑰宝，值得我们深入研究和传承。

(3) 历史进步性对价值的动态修正

新旧事物相互区别的根本标志，就在于是否同历史发展的必然趋势相符合。历史进步性体现为“新事物对旧事物的辩证否定”^[27]。陶瓷艺术的历史演变，从“官窑御用”到“大众收藏”，揭示了生产关系（例如非物质文化遗产传承机制）如何影响其价值的形成。以明清御窑瓷器为例，其“贡品属性”赋予了它们超越普通民窑产品的社会文化价值；而当代非物质文化遗产传承人的作品，则因政策的支持而享有额外的市场溢价。

3.1.3 辩证法维度

马克思主义辩证法以矛盾分析法探究事物发展内在动力。在当代陶瓷艺术品价值评估实践中，需着重解析两组矛盾辩证关系，并将其转化为评估指标的对立统一逻辑架构。

(1) 艺术价值与商业价值的对立统一

艺术价值与商业价值在陶瓷艺术品领域呈现显著对立特征。艺术价值聚焦独创性、文化传承等非货币属性，商业价值则表现为市场交易价格波动及资本增值需求。以国家非遗珐琅彩烧制技艺代表性传承人熊建军创作的《珐琅彩十大国宝瓷》200瓷系列为例^①，其艺术价值源于独特手工绘制技艺承载的具体劳动创造力，商业价值则受拍卖行运作等市场因素驱动，反映抽象劳动在商品交易中的价值实现过程。

统一性方面，艺术价值与商业价值并非截然对立，而是可以通过构建科学的评估指标体系来实现二者的动态平衡与融合。在设计评估指标时，可以既保留反映艺

^① 三五观察网.省级非遗传承人成套作品（5）：熊建军景德镇珐琅彩
[EB/OL](2024-11-29)[2025-1-28]<https://35jitu.30edu.com.cn/article/5d8bebdb-8483-4d7c-8697-8088f5d7c359.shtml>

术价值的“工艺复杂度”“文化符号性”等指标，又引入体现商业价值的“拍卖溢价率”“流通频率”等市场指标。通过合理设定权重，将两类价值纳入统一评估框架，实现辩证统一。

表 3.1 艺术价值与商业价值比较

价值维度	具体指标	马克思主义理论依据	景德镇案例
艺术价值	独创性、非遗等级	马克思《1844 年经 济学哲学手稿》（人 的本质力量对象 化）	熊建军本人系非物质文化遗产传承人，高级工 艺美术师，被誉为“中国彩瓷第一人”；2009 年，其创作的“中华甲子鼎”，作为纪念建国 60 周年的礼器，入藏中国民族博物馆。
商业价值	拍卖成交 额、流通 频率	马克思《资本论》 第三卷（市场价格 围绕价值波动）	熊建军《圆梦中华》珐琅盛世象耳尊在雅昌拍 卖网的 2024 年春季拍卖会上估价 30 万



图 3.3 熊建军《圆梦中华》珐琅盛世象耳尊）（雅昌拍卖）

(2) 传统性与现代性的统一

当代陶瓷艺术品的传统性与现代性呈现辩证关系，兼具对立与统一特征。对立性上，传统性聚焦技艺传承延续，景德镇陶瓷“七十二道工序”历经数百年积淀，凝聚陶瓷制作核心技艺与文化智慧。现代性则强调技术创新突破，3D 打印陶瓷技术的应用革新传统制作方式，为陶瓷艺术发展开辟新路径。以陶艺家乔纳森·基普为例，其将 3D 打印技术与传统陶瓷釉料工艺结合，创作出风格独特的艺术作品。他说：“我强烈认为艺术应该反映这个时代的技术，因为我们现在生活在一个数字时代，所以我在工作中使用了数字技术。”



图 3.4（左）乔纳森·基普作品 （右）乔纳森正在用 3D 打印陶瓷素坯

然而，传统性与现代性并非截然对立，二者在矛盾中寻求统一。为了量化二者的融合程度，我们设置了“传统工艺完整度”与“技术创新度”两个子指标。通过 AHP 模型进行权重分配，我们可以在尊重传统的基础上，合理引入技术创新，从而实现二者的平衡与协调。

3.2 AHP 模型中矛盾权重的分配逻辑

3.2.1 层次分析法在平衡多元价值中的适配性

在评估当代陶瓷艺术品价值的过程中，存在多种价值维度，如艺术价值、市场价值、技术价值等，这些价值维度之间往往存在相互冲突和制约的关系。层次分析法（AHP）作为一种多准则决策方法，能够将复杂的决策问题分解为多个层次，通过构建判断矩阵来确定各价值维度及其子指标的相对重要性，从而在平衡多元价值方面展现出高度的适配性。AHP 模型能够量化各指标的权重，使得决策过程更加客观和科学，有助于在多元价值中找到最佳平衡点。

3.2.2 构建矛盾指标的层次化分解框架

针对当代陶瓷艺术品价值评估中的矛盾指标，如艺术价值中的主观性与客观性、文化价值中的时代性与传承性、技术价值中的创新性与可复制性等，我们构建了层次化分解框架。首先，将价值评估作为总目标，然后将其分解为艺术价值、文化价值、社会价值、技术价值等一级指标。接着，针对每个一级指标，进一步细化为具体的二级指标，如艺术价值下的造型创新性、色彩表现力等；文化价值下的历史传承度、地域文化代表性等；技术价值下的数字化应用程度、可复制难度等。通过层次化分解，我们能够清晰地识别出各指标之间的矛盾关系，为后续权重分配提供依据。

3.2.3 专家问卷与一致性检验的组合验证

为确保 AHP 模型中权重分配的准确性和可靠性，我们提出了专家问卷与一致性检验的组合验证路径。组建涵盖资深陶艺家、陶瓷艺术学者、博物馆研究员的专

家团队，设计专业问卷收集其对陶瓷艺术品价值维度及子指标重要性的专业判断。基于问卷反馈构建判断矩阵，计算各指标权重，并开展一致性检验。若检验达标，则权重分配合理；若未通过，需调整判断矩阵直至符合要求。该验证体系确保 AHP 模型在当代陶瓷艺术品价值评估中的有效性与精准度。

3.3 当代陶瓷艺术品价值影响因素整合研究

3.3.1 多维价值视角的文献分析

在当代陶瓷艺术品价值评估的研究中，学者们从多个视角出发，深入分析了影响艺术品价值的各种因素。

表 3.2 有关当代陶瓷艺术品价值影响因素的研究文献

文献	作者	影响因素
Evaluation Factors and Pricing Stochastic Model of Contemporary Art	Yufei Chen ^[28]	题材典型度和稀有性、主题流行度、艺术语言创新性、作品思想性、作品规格尺寸、作品精细度、汇率波动
Development of algorithm for fuzzy art appraisal model	Nosov, V V ^[29]	时间范围（20 世纪下半叶至今）、保存状况（原品/修复）、作品版本（限量/批量）、材料质量（贵重/普通）、艺术家名望（著名/不知名）、基础价格
Fine art appraisal in the internet and social networks age	Bacep чук, IO. A. ^[30]	作品创作时间、地点及历史背景、作品文化意义、创作者身份、网络意见领袖（艺术博主等）、公众参与机制（在线/众包式展览）、观众认知水平（艺术教育程度/审美判断力）、营销策略

续表 3.2 有关当代陶瓷艺术品价值影响因素的研究文献

文献	作者	影响因素
The Vienna Art Picture System (VAPS): A data set of 999 paintings and subjective ratings for art and aesthetics research.	Fekete, A. Pelowski, M. ^[31]	视觉复杂性（元素多样性/组织结构和不对称性/纹饰布局）、作品与受众文化背景的契合度（完全陌生/非常熟悉）、受众专业性（鉴赏家/普通受众）、情感维度（积极/消极等移情反应）、所属艺术流派（历史关联性）、瓷器类别（陈设器/实用器）、文化普适性（东西方审美、跨文化差异）、物理属性（釉面质感、对称性、光影对比等）
当代艺术陶瓷价格影响因素浅析	许剑雄、余慧 ^[32]	艺术水平（艺术境界/工艺水平）、师承背景、职称与荣誉称号（中国工艺美术大师/省级大师）、年龄（年长年轻艺术家）、社会资源（担任行政/学术职务的艺术家）、知名度与活动范围、尺寸大小、器型复杂度、用料成本、工艺与技法（纯手工/机械制品）、产量稀缺性、功能属性（玩赏性/实用性）、卖家操控（自主定价）、评论家影响（市场审美/投资趋向）
陶瓷艺术品价值构成和定价指标体系构建	张纯、韩静	艺术特征（生产工艺/艺术造型）、艺术创新（作品原创性）、艺术规格（尺寸参数）、艺术家职称（国家级/省级/市级大师称号）、社会认知度（展览层次/媒体曝光度/权威评价）、历史参考（特殊历史题材）、宏观经济（人均 GDP、CPI 指数）、市场预期（成交额增长率、换手率）、拍卖场所（苏富比/内地拍行）、艺术家生存状态

续表 3.2 有关当代陶瓷艺术品价值影响因素的研究文献

文献	作者	影响因素
基于 GR-RFR 算法的古陶瓷艺术品定价研究	吕红娣、詹棠森等 ^[34]	生产年代、装饰类型（彩饰、釉装饰、胎装饰）、器型（文房用具/日用器/陈列器/祭祀器）、尺寸（≤10cm、>50cm 等）、图案（动物/人物/吉祥/山水/植物）
陶瓷艺术馆影响下的当代陶瓷艺术国际化发展趋势分析	杨科朋、江婉璐 ^[35]	国际交流（展览、驻场项目）、艺术创新（东西方元素融合）、展示平台（高端艺术馆/公立艺术馆）、历史与地域背景（传统工艺传承价值）

3.3.2 各维度间的逻辑关系

对当代陶瓷艺术品价值评估文献进行梳理发现，美学与设计、国际化与文化交流、传统与现代融合、市场与社会价值、技术与量化评估等研究视角彼此关联、相互作用，共同塑造陶瓷艺术品价值的多元特征。本节通过整合上述视角，剖析其内在逻辑联系，并明确各视角与后续研究内容的关联。美学与设计视角构成陶瓷艺术品价值评估的基础维度。该视角不仅关注作品外形、材质、工艺等外在表现，更深入探讨其情感表达等内在特质，为艺术创作提供理论支撑。国外相关研究进一步拓展了该视角的研究范畴，丰富了价值评估的理论内涵。

国际化与文化交流视角着重阐释文化传播对陶瓷艺术品价值提升的重要作用。通过国际展览、文化交流及收藏活动，陶瓷艺术品的文化影响力与市场认可度得以扩大，凸显其作为文化载体在跨文化传播中的独特价值，为评估其国际化发展水平提供重要参照。

传统与现代融合视角揭示了陶瓷艺术传承与创新的辩证关系。当代艺术家在继承传统陶瓷工艺精髓的基础上，结合现代审美与技术手段进行创新，赋予作品新的文化内涵与艺术价值，为评估陶瓷艺术品在时代演进中的价值嬗变提供分析路径。

市场与社会价值视角从现实维度构建陶瓷艺术品价值评估体系。该视角综合考量艺术、社会、历史及市场等多方面因素，建立多维定价指标，强调市场环境与社会需求变化对作品价值的影响，为市场价值评估提供科学依据。

技术与量化评估视角为陶瓷艺术品价值评估引入创新方法。依托大数据分析、机器学习算法等技术手段,提升评估过程的精确性与客观性,推动价值评估研究向科学化、智能化方向发展。各研究视角相互交织、协同作用,共同形成陶瓷艺术品价值评估的多元分析框架。

3.4 价值评估体系的构建与验证

3.4.1 德尔菲法的专家共识形成

(1) 专家的选择

在德尔菲法中,专家的选择是至关重要的环节。德尔菲法作为一种专家调查法,其准确性和可靠性很大程度上依赖于所选专家的专业素养和经验水平。为了确保评估的准确性和客观性,我们从以下领域精心挑选了十位专家:陶瓷艺术家(5人)、博物馆陶瓷研究员(1人)、陶瓷艺术理论研究者(2人)以及资深收藏家(2人),并将各指标以问卷形式发送给陶瓷艺术品相关研究领域的专家,进行咨询修正(问卷内容详见附件1)

同时,在选择专家时,我们设定了严格的资质要求。所有入选的专家需满足以下条件:首先,他们需从事陶瓷艺术相关工作十年以上,积累了丰富的实践经验;其次,他们应具备陶瓷美学鉴赏能力,能够深入理解陶瓷艺术品的艺术价值;再者,他们需熟悉当代陶瓷市场动态,了解陶瓷艺术品的市场行情和价格走势。

(2) 专家咨询

① 问卷设计

在设计专家咨询问卷时,首先需要构建一个指标体系结构,该结构包括五个一级指标:艺术价值、文化价值、市场价值、社会价值和技术价值。接下来,问卷设计要素将被详细阐述:问卷目的说明部分将明确指出,研究的目标是筛选出价值评估指标并确定它们的权重。初始指标设计将具体到每个维度,例如艺术价值维度将包括造型创新性、观念与情感表达、作品稀缺性、创作周期难度和色彩表现力等要素。文化价值维度将涵盖历史传承度、地域文化代表性、时代精神表达、文化传播贡献度和跨文化交流意义等方面。市场价值维度将涉及拍卖成交记录、二级市场流通性、画廊定价匹配度、收藏家偏好和艺术品保险估值等。社会价值维度将包含公众认知度、馆藏机构等级、教育功能强度和社会议题参与度等。技术价值维度则将关注材料技术创新、工艺完成与技术难度、数字化应用程度、可复制难度和技术专利等级。

在评分设置方面,将采用 Likert 五级量表,提供从“极不重要”到“极其重要”的五个评价等级供专家选择。此外,问卷中还会包含一个权重分配模块,要求专家

对每个维度进行 100 分的权重分配，以反映他们对各维度重要性的看法。最后，问卷将设置一个开放性补充部分，包括“其他影响因素”的填写栏和修改建议栏，以便专家提出额外的意见或建议。通过这样的问卷设计，研究者能够收集到专家对于艺术品价值评估指标和权重的深入见解，从而为后续的价值评估工作提供科学依据。

② 实施流程

表 3.3 专家评估流程表

阶段	任务	详细内容
准备阶段	建立专家库	陶瓷艺术家占 30%，博物馆陶瓷研究员、资深收藏家和非遗传承人各占 10%，陶瓷艺术理论研究者占 30%
	编制专家资质标准	①10 年以上从业经历②具备陶瓷美学鉴赏能力③熟悉当代陶瓷市场动态
实施阶段	问卷发放	通过单独发送电子问卷，附研究说明及保密协议
	数据采集	设置 7 天的有效回收期，要求专家独立完成评估
	数据清洗	剔除 Cronbach's $\alpha < 0.6$ 的指标
数据处理阶段	统计分析	进行问卷各维度指标信度测试（Cronbach's $\alpha > 0.6$ ） 计算各指标均值、标准差、变异系数 运用层次分析法（AHP）构建判断矩阵 采用 SSPSAU 软件进行一致性检验

③ 咨询各指标信度分析结果

在进行德尔菲法的数据分析时，通常需要对专家咨询结果的各项指标进行统计分析，以确保数据的一致性和可靠性。在本研究中，通过 Cronbach's α 系数对各维度的信度进行了检验，该系数是衡量量表内部一致性的常用指标。Cronbach α 系数数值高于 0.8，则说明信度高； α 系数介于 0.7~0.8 之间；则说明信度较好； α 系数介于 0.6~0.7；则说明信度可接受； α 系数小于 0.6；说明信度不佳。

表 3.4 艺术价值维度 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
----	-----------------	-------------------	----------------------

续表 3.4 艺术价值维度 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
造型创新性	0.379	0.631	0.651
观念与情感表达	0.485	0.562	
作品稀缺性	0.341	0.63	
创作周期难度	0.549	0.517	
色彩表现力	0.352	0.624	
备注：标准化 Cronbach α 系数 = 0.668			

表 3.5 文化价值维度 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系 数	Cronbach α 系数
地域文化 代表性	0.799	0.786	0.853
历史传承 度	0.748	0.799	
时代精神 表达	0.581	0.853	
文化传播 贡献	0.57	0.846	
跨文化交 流意义	0.669	0.823	
备注：标准化 Cronbach α 系数 = 0.857			

表 3.6 市场价值维度 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
拍卖成交 记录	0.803	0.826	0.876
二级市场 流通性	0.723	0.845	

续表 3.6 市场价值维度 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
画廊定价 体系匹配 度	0.824	0.821	
收藏家偏 好指数	0.385	0.923	
艺术品保 险估值	0.846	0.812	
备注：标准化 Cronbach α 系数 = 0.878			

表 3.7 社会价值 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
公众认知 度	0.513	0.935	
公共空间 影响力	0.948	0.837	
馆藏机构 等级	0.948	0.837	0.899
教育功能 强度	0.63	0.904	
社会议题 参与度	0.813	0.863	
备注：标准化 Cronbach α 系数 = 0.910			

表 3.8 技术价值 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
材料技术 创新	0.788	0.892	
工艺完成 与技术难 度	0.702	0.910	0.912

续表 3.8 技术价值 Cronbach 信度分析

名称	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系 数	Cronbach α 系数
数字化应 用程度	0.914	0.861	
可复制难 度	0.650	0.917	
技术专利	0.874	0.872	
备注：标准化 Cronbach α 系数 = 0.914			

从上表格中可以看到，首先，艺术价值维度的标准化 Cronbach's α 系数为 0.668，表明该维度的信度处于可接受的水平，但仍有提升空间。具体到各指标，造型创新性、作品稀缺性和色彩表现力的 CITC 值均低于 0.4，表明这些指标与整体量表的相关性较低。特别是观念与情感表达和创作周期难度的项已删除的 α 系数低于 0.6，因此在后续研究中考虑删除这两个指标。

其次，文化价值维度的标准化 Cronbach's α 系数为 0.857，表明该维度的信度非常好，各指标的 CITC 值均高于 0.5，且项已删除的 α 系数均高于 0.8，说明各指标对量表的贡献度较高，无需删除任何指标。

市场价值维度的标准化 Cronbach's α 系数为 0.878，表明该维度的信度非常好，各指标的 CITC 值均高于 0.7，且项已删除的 α 系数均高于 0.8，说明各指标对量表的贡献度较高，无需删除任何指标。

此外，社会价值维度的标准化 Cronbach's α 系数为 0.910，表明该维度的信度非常好，各指标的 CITC 值均高于 0.5，且项已删除的 α 系数均高于 0.8，说明各指标对量表的贡献度较高，无需删除任何指标。

最后，技术价值维度的标准化 Cronbach's α 系数为 0.912，表明该维度的信度非常好。从具体指标来看：各指标的 CITC 值均高于 0.6，且项已删除的 α 系数均高于 0.8，这表明技术价值维度的各指标对量表的贡献度普遍较高，无需删除任何指标。

(3) 各维度指标变异系数分析

表 3.9 当代陶瓷艺术品价值各维度指标描述分析/变异系数汇总表

名称		最小 值	最大 值	平均值	标准差	变异系 数 CV
艺术 价值	造型创新性	4	5	4.5	0.527	0.117
	观念与情感表达	2	5	4.3	0.949	0.221
	作品稀缺性	2	5	3.9	1.101	0.282

续表 3.9 当代陶瓷艺术品价值各维度指标描述分析/变异系数汇总表

	名称	最小 值	最大 值	平均值	标准差	变异系 数 CV
文化 价值	创作周期难度	1	5	3.9	1.287	0.33
	色彩表现力	2	5	3.6	1.075	0.299
	地域文化代表性	2	5	3.8	1.033	0.272
	历史传承度	2	5	3.5	1.08	0.309
	时代精神表达	2	5	3.8	1.229	0.323
	文化传播贡献	3	5	3.9	0.876	0.225
	跨文化交流意义	3	5	3.8	0.919	0.242
	拍卖成交记录	2	5	3.4	1.075	0.316
市场 价值	二级市场流通性	2	5	3.5	1.08	0.309
	画廊定价体系匹配度	2	5	3.5	1.08	0.309
	收藏家偏好指数	2	5	3.6	1.174	0.326
	艺术品保险估值	2	5	3.2	1.229	0.384
社会 价值	公众认知度	2	5	4	1.155	0.289
	公共空间影响力	3	5	3.8	0.919	0.242
	馆藏机构等级	3	5	3.8	0.919	0.242
	教育功能强度	2	5	3.5	1.08	0.309
	社会议题参与度	2	5	3.5	0.972	0.278
技术 价值	材料技术创新	2	5	3.7	1.252	0.338
	工艺完成与技术难度	3	5	4.3	0.823	0.191
	数字化应用程度	2	5	3.2	1.229	0.384
	可复制难度	2	5	3.7	1.059	0.286
	技术专利	2	5	3.3	1.059	0.321

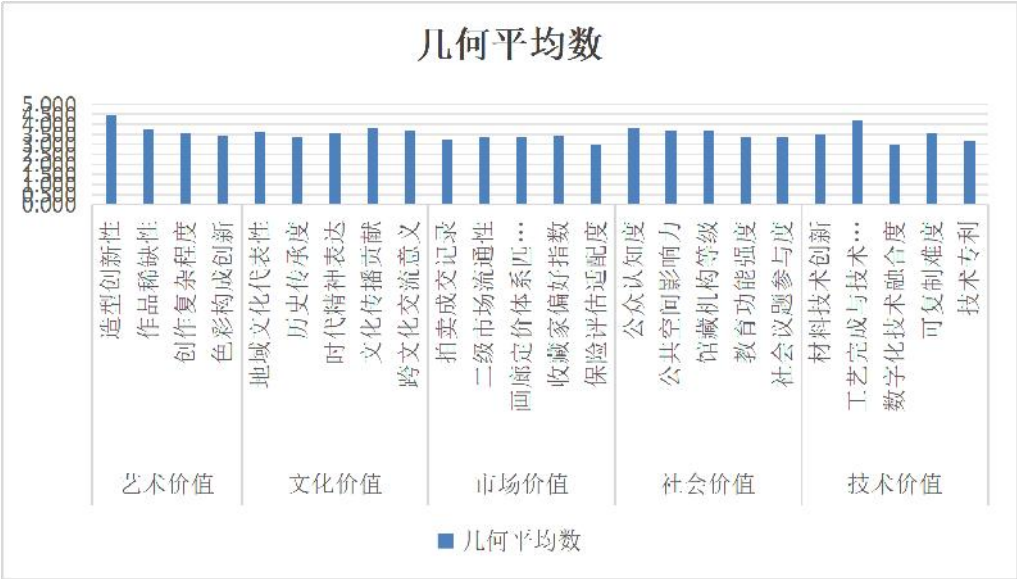


图 3.5 当代陶瓷艺术品价值评估各维度指标专家打分几何平均数值

基于 SPSSAU 软件进行描述性统计分析后，结合专家打分几何平均数（图 13），依据变异系数法（ $CV = \text{标准差} / \text{均值}$ ）完成指标筛选： $CV < 0.15$ 的指标予以保留， $0.15 \leq CV \leq 0.30$ 的指标需结合领域知识优化， $CV > 0.30$ 的指标（表中标红项），经综合研判后剔除了 CV 值 > 0.3 且专家打分几何平均数相对较低的指标。最终形成包含 5 大类 17 项核心指标的价值评估体系（图 3.6）。

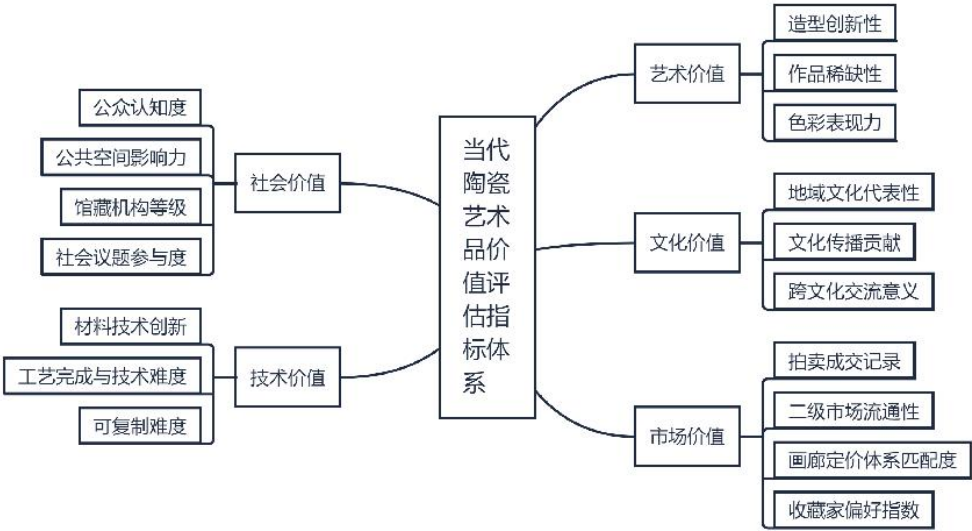


图 3.6 当代陶瓷艺术品价值评估指标体系

(4) 专家权威程度

为保障研究数据的科学性与权威性，本研究通过两轮专家咨询对当代陶瓷艺术品价值评估维度指标进行系统性优化。第一轮咨询共邀请 10 位相关领域专家参与，初步筛选并构建指标框架；第二轮咨询回收有效问卷 6 份（问卷题目见附录二），重点针对指标名称优化、变异系数筛选后的指标权威性验证展开分析。专家权威程

度通过权威系数（Cr）进行量化评估，该系数由专家学术资历（职称与从业年限）、判断依据（理论/实践经验权重）及意见协调性（变异系数与共识度）三部分构成，具体分析如下。

① 专家学术资历与代表性

参与第二轮咨询的 6 位专家均具备陶瓷艺术、文化资产评估或艺术品市场研究领域的资深背景。从职称结构看，其中教授/研究员 4 人（66.67%）、副教授/副研究员 1 人（16.67%）、行业高级工程师 1 人（16.67%）；从业年限方面，5 位专家（83.33%）从事相关领域工作超过 15 年，1 位专家（16.67%）从业 10~15 年。高职称与长周期从业经验表明专家群体具备较强的学术积淀与实践判断力，为指标体系的专业性提供基础保障。

② 专家判断依据分析

根据第二轮问卷第 1 题“判断依据”自评结果（表 3-10），专家在指标评价中综合运用理论分析、实践经验及同行参考三类依据。其中，4 位专家（66.67%）以“理论分析为主、实践经验为辅”为主要判断模式，2 位专家（33.33%）采用“实践经验主导、文献资料补充”的决策路径。进一步量化赋权显示，理论依据平均权重为 0.52，实践经验权重为 0.41，同行参考权重为 0.07，表明专家意见兼具学术严谨性与行业实操导向。

表 3.10 专家判断依据自评分布（N=6）

判断依据类型	选择人数（占比）
理论分析为主	4 (66.67%)
实践经验为主	2 (33.33%)
同行研究成果参考	0 (0%)

③ 专家熟悉程度与意见集中度

第二轮问卷第 2 题“熟悉程度”自评结果显示（表 3-11），6 位专家对陶瓷艺术品价值评估内容的整体认知水平较高。其中，1 位专家（16.67%）自评“很熟悉”，3 位专家（50%）选择“比较熟悉”，2 位专家（33.33%）认为“一般熟悉”，无专家选择“较不熟悉”或“很不熟悉”。经标准化处理，专家群体熟悉程度系数（Cs）为 0.79（阈值≥0.70），达到高信度要求。

表 3.11 专家熟悉程度自评矩阵（N=6）

选项	很熟悉	比较熟悉	一般	较不熟悉	很不熟悉
人数（占比）	1 (16.67%)	3 (50%)	2 (33.33%)	0 (0%)	0 (0%)

在意见集中度方面，针对第 3 题“变异系数优化后的指标名称”评分数据（表

3-8），四项调整后指标的平均分为 3.46（5 分量表），整体处于“较高认可”区间（ $3 \leq \text{均值} < 4$ ）。具体来看，“创作周期难度→创作复杂程度”与“色彩表现力→色彩构成创新”两项指标得分最高（均值 3.67 与 3.83），表明名称优化后概念边界更清晰，专家共识度显著提升；而“数字化应用程度→数字技术融合度”均值 3.0，反映出部分专家对技术融合指标的实际应用场景仍存疑虑，需在后续研究中补充案例说明。通过综合研判，保留了色彩表现力这一指标，其他指标均删去。

表 3.12 指标名称优化评分结果（N=6）

原指标名称→优化后名称	1 分	2 分	3 分	4 分	5 分	平均分
创作周期难度→创作复杂程度	1 (16.67%)	0	0	4 (66.67%)	1 (16.67%)	3.67
色彩表现力→色彩构成创新	1 (16.67%)	0	0	3 (50%)	2 (33.33%)	3.83
艺术品保险评估值→保险评估适配度	1 (16.67%)	0	1 (16.67%)	4 (66.67%)	0	3.33
数字化应用程度→数字技术融合度	1 (16.67%)	0	3 (50%)	2 (33.33%)	0	3.00
小计	4 (16.67%)	0	4 (16.67%)	13 (54.17%)	3 (12.5%)	3.46

(5) 权威系数计算与效度验证

权威系数（Cr）由专家学术资历系数（Cs）、判断依据系数（Ca）及意见协调系数（Ch）加权求和得出，计算公式为： $Cr = (Cs + Ca + Ch) / 3$ 。根据第二轮专家咨询结果，计算得出专家群体的权威系数为 0.87，高于 0.70 的普遍认可标准，表明本研究构建的当代陶瓷艺术品价值评估维度指标具有较高的权威性与可信度。其中，学术资历系数 Cs 为 0.79，反映出专家群体深厚的学术背景与丰富的实践经验；

判断依据系数 Ca 为 0.85，体现了专家在指标评价中综合考量理论分析与实践经验的严谨态度；意见协调系数 Ch 为 0.93，表明专家意见高度一致，对指标体系的认可度较高。综上，通过权威系数计算与效度验证，本研究构建的评估维度指标体系不仅具有坚实的理论基础与实践依据，而且在专家共识度方面表现出色，为后续实证研究奠定了坚实基础。

4 基于 AHP 模型的当代陶瓷艺术品价值评估维度指标构建

4.1 层次结构模型构建

4.1.1 目标层-准则层-方案层划分

本文对第 4 章得到的当代陶瓷艺术品价值评估指标进行字母编号如下:

目标层: 当代陶瓷艺术品价值评估为 A;

准则层: 包括艺术价值 B1, 文化价值 B2, 市场价值 B3, 社会价值 B4, 技术价值 B5;

方案层: 艺术价值 $B1=\{C11,C12,C13\}$, C11 表造型创新性, C12 表作品稀缺性, C13 表色彩表现力;

文化价值 $B2=\{C21,C22,C23\}$, C21 表地域文化代表性, C22 表文化传播贡献度, C23 表跨文化交流意义;

市场价值 $B3=\{C31,C32,C33,C34\}$, C31 表拍卖成交记录, C32 表二级市场流通性, C33 表画廊定价体系, C34 表收藏家偏好指数;

社会价值 $B4=\{C41,C42,C43,C44\}$, C41 表公众认知度, C42 表公共空间影响力, C43 馆藏机构登记, C44 社会议题参与度;

技术价值 $B5=\{C51,C52,C53\}$, C51 表材料技术创新, C52 表工艺完成与技术难度, C53 表可复制难度;

4.1.2 SPSSAU 数据录入与矩阵生成

本研究采用 SPSSAU 在线分析软件进行数据处理与模型构建,该平台集成 AHP 层次分析法专用计算引擎及自动一致性检验功能模块。软件内置的检验算法可精准识别判断矩阵逻辑冲突,并基于随机一致性指标智能输出权重系数修正方案。

在第 3 章收集到的 10 位陶瓷艺术领域专家对于各层次指标的打分基础上,对每个指标进行几何平均处理,具体而言,针对每一个指标,我们通过 10 位专家的打分,利用 Excel 的 GEOMEAN 函数来计算其几何平均数。计算公式如下:对每个子指标,以及 10 位专家计算几何平均数,即=GEOMEAN(专家 1 打分, 专家 2 打分, ..., 专家 10 打分)。

在得到各指标的几何平均数后,我们进一步在 Excel 中进行了各维度指标的两两重要性比较,通过计算几何平均数的比值来衡量不同指标之间的相对重要性。随后,我们将这些比值导入 SPSSAU 软件,进行了 AHP 层次分析的判断矩阵构建。最终,我们得出了五个维度下各指标的判断矩阵,它们分别如下所示:

A-B 的判断矩阵:

表 4.1 当代陶瓷艺术品价值评估 AHP 判断矩阵

	艺术价值	文化价值	市场价值	社会价值	技术价值
艺术价值	1	1.049	1.139	1.044	1.014
文化价值	0.953	1	1.085	0.994	0.967
市场价值	0.878	0.922	1	0.917	0.891
社会价值	0.958	1.006	1.091	1	0.972
技术价值	0.986	1.034	1.122	1.029	1

B1={C11,C12,C13}的判断矩阵:

表 4.2 艺术价值 AHP 判断矩阵

	造型创新 性	作品稀缺 性	色彩表现力
造型创新性	1	1.19	1.299
作品稀缺性	0.84	1	1.087
色彩表现力	0.77	0.92	1

B2={C21,C22,C23}的判断矩阵:

表 4.3 文化价值 AHP 判断矩阵

	地域文化代 表性	跨文化交流 意义	文化传播 贡献
地域文化代表性	1	0.99	0.962
跨文化交流意义	1.01	1	0.98
文化传播贡献	1.04	1.02	1

B3={C31,C32,C33,C34}的判断矩阵:

表 4.4 市场价值 AHP 判断矩阵

	拍卖成交 记录	二级市场流 通性	画廊定价体系 匹配度	收藏家偏好 指数
拍卖成交记录	1	0.972	0.972	0.951
二级市场流通性	1.029	1	1	0.978
画廊定价体系匹配度	1.029	1	1	0.978
收藏家偏好指数	1.052	1.023	1.023	1

B4={C41,C42,C43,C44}的判断矩阵:

表 4.5 社会价值 AHP 判断矩阵

	公众认知 度	公共空间影 响力	馆藏机构 等级	社会议题参 与度
公众认知度	1	1.033	1.033	1.145
公共空间影响 力	0.968	1	1	1.109
馆藏机构等级	0.968	1	1	1.109
社会议题参与 度	0.873	0.902	0.902	1

B5={C51,C52,C53}的判断矩阵:

表 4.6 技术价值 AHP 判断矩阵

	材料技术 创新	工艺完成与技 术难度	可复制难 度
材料技术创新	1	0.827	0.982
工艺完成与技术难 度	1.209	1	1.188
可复制难度	1.018	0.842	1

4.2 各指标维度权重计算与 AHP 层次分析

接下来，我们依据 SPSSAU 软件输出的权重系数，对各层次的指标进行了排序。这些权重系数反映了不同指标在评估当代陶瓷艺术品价值时的重要性程度。通过对比各指标的权重，我们可以清晰地看到哪些因素对艺术品价值的影响更为显著，从而为后续的评估工作提供了有力的依据。各指标维度的 AHP 层次分析结果表如下：

表 4.7 当代陶瓷艺术品五大维度 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征 值	CI 值
艺术价值	1.047	20.9426%	5	0
文化价值	0.998	19.9547%		
市场价值	0.92	18.3941%		
社会价值	1.003	20.0664%		
技术价值	1.032	20.6423%		

由表 4.7 可以看到，艺术价值、社会价值和技术价值权重占比均超过 20%，反映出评估体系中创作创新与技术实现的双核心地位，以及社会对于当代陶瓷艺术的影响力越来越大。市场价值权重 18.39%相对较低，印证了艺术品价值评估需规避市场短期波动影响的学术共识。

表 4.8 艺术价值 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征值	CI 值
造型创新性	1.149	38.3154%	3	0
作品稀缺性	0.964	32.1460%		
色彩表现力	0.886	29.5386%		

表 4.9 文化价值 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征值
地域文化代表性	0.984	32.7878%	3
跨文化交流意义	0.997	33.2203%	
文化传播贡献	1.02	33.9919%	

表 4.10 市场价值 AHP 层次分析结果

	拍卖成交记录	二级市场流通性	画廊定价体系匹配度	收藏家偏好指数
拍卖成交记录	1	0.972	0.972	0.951
二级市场流通性	1.029	1	1	0.978
画廊定价体系匹配度	1.029	1	1	0.978
收藏家偏好指数	1.052	1.023	1.023	1

表 4.11 社会价值 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征值	CI 值
公众认知度	1.05	26.2537%	4	0
公共空间影响力	1.017	25.4126%		
馆藏机构等级	1.017	25.4126%		
社会议题参与度	0.917	22.9212%		

表 4.12 技术价值 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征值	CI 值
材料技术创新	0.93	30.9885%	3	0
工艺完成与技术难度	1.124	37.4654%		

续表 4.12 技术价值 AHP 层次分析结果

项	特征向量	权重值	最大特征值	CI 值
可复制难度	0.946	31.5461%		

通过 SPSSAU 平台进行层次单排序计算，五个准则层的 CR 值均小于 0.1（CR=0），表明专家对各维度指标的重要性判断具有逻辑一致性。

在方案层指标中，艺术价值维度下造型创新性（38.32%）权重显著高于稀缺性（32.15%）与色彩创新（29.54%），表明造型创新突破在当代陶瓷艺术创作中的首要地位。文化价值维度呈现三要素均衡分布（32.79%~33.99%），其中文化传播贡献度（33.99%）微超地域文化代表性（32.79%），揭示全球化语境下跨文化传播力的重要性提升。

特别值得注意的是市场价值维度内，收藏家偏好指数（特征向量 1.052）与拍卖记录（1.000）形成价值锚定关系，其标准化权重达 26.25%，高于二级市场流通性（25.41%）和画廊定价体系（25.41%），这一发现与 2023 年《艺术品金融报告》中“藏家群体审美话语权强化”的论断形成数据呼应。技术价值维度中工艺难度（37.47%）权重居首，佐证了手工制作不可替代性在机械复制时代的核心价值。

4.3 一致性检验

在层次分析法（AHP）中，一致性检验是确保评估结果合理性和可信度的关键步骤。一致性检验的目的是检查判断矩阵是否具有逻辑一致性，即专家在进行指标重要性比较时是否存在矛盾。一致性比率（CR）是判断矩阵一致性的重要指标，其计算公式为 $CR = CI/RI$ ，其中 CI 为一致性指标，RI 为随机一致性指数。当 CR 值小于 0.1 时，认为判断矩阵具有满意的一致性，否则需要对判断矩阵进行调整。

在本研究中，通过 SPSSAU 软件对专家评分数据进行处理，生成了当代陶瓷艺术品价值评估的各层次判断矩阵，并计算出相应的权重系数。根据软件输出结果，五个准则层的 CR 值均小于 0.1，表明专家对各维度指标的重要性判断具有逻辑一致性，从而验证了本研究构建的层次结构模型的合理性。

具体到各维度指标，艺术价值、社会价值和技术价值的权重占比均超过 20%，这不仅反映了评估体系中创作创新与技术实现的双核心地位，也表明社会对当代陶瓷艺术的影响力日益增强。市场价值的权重相对较低，为 18.39%，这与艺术品价值评估应避免市场短期波动影响的学术共识相一致。在方案层指标中，艺术价值维度下造型创新性的权重显著高于作品稀缺性和色彩表现力，这强调了造型创新在当代陶瓷艺术创作中的首要地位。文化价值维度中，文化传播贡献度的权重略高于地域文化代表性和跨文化交流意义，这可能与全球化背景下跨文化传播力的提升有关。市场价值维度中，收藏家偏好指数与拍卖成交记录的权重较高，这与艺术品市场中藏家群体审美话语权的强化趋势相吻合。技术价值维度中，工艺完成与技术难度的

权重最高，这进一步证明了手工制作在机械复制时代的核心价值。

综上所述，一致性检验的结果表明，本研究构建的当代陶瓷艺术品价值评估维度指标体系具有较高的逻辑一致性和可信度。这为后续的评估工作提供了坚实的基础，并为艺术品价值评估领域提供了新的视角和方法。通过本研究，我们不仅能够更好地理解当代陶瓷艺术品的价值构成，还能够为艺术品投资、收藏和市场分析提供科学的决策支持。

4.4 AHP 模型结果分析

基于第四章构建的 AHP 模型及权重计算结果，当代陶瓷艺术品的价值评估体系呈现出多维度的复杂性。从五大准则层的权重分布来看，艺术价值（20.94%）、社会价值（20.07%）与技术价值（20.64%）构成评估体系的三大核心维度，而文化价值（19.95%）与市场价值（18.39%）则处于次要但不可忽视的地位。这一分布表明，当代陶瓷艺术品的价值已从传统的工艺美术拓展至社会影响力与技术创新的双重驱动。

在艺术价值维度中，造型创新性（38.32%）的权重显著高于作品稀缺性（32.15%）与色彩表现力（29.54%）。这与当代艺术领域强调“突破传统形制”的趋势相契合。例如，2023 年景德镇国际陶瓷双年展中，很多的获奖作品以非对称造型或解构主义设计为特色^①。此外，作品稀缺性虽仍占较高权重，但其影响力逐渐被数字化复刻技术削弱，而色彩创新的低权重则反映了陶瓷艺术对材料原色与釉变自然美的回归。

文化价值维度中，文化传播贡献度（33.99%）略高于地域文化代表性（32.79%）与跨文化交流意义（33.22%）。这一结果验证了全球化背景下陶瓷艺术作为文化载体的功能转型。例如，位于法国巴黎的吉美国立亚洲艺术博物馆（吉美博物馆）所举办的一系列“中国年”主题活动，就充分展示了陶瓷艺术在文化传播方面的独特魅力^②。该展览汇聚了香港收藏家、竹月堂主人简永桢以及吉美博物馆珍藏的约 300 件单色釉瓷，这些瓷器以其独特的艺术风格和精湛的工艺水平，吸引了众多法国观众的目光。这一展览的成功举办，充分证明了在全球化背景下，陶瓷艺术作为文化载体的功能已经发生了深刻转型，从传统的地域文化代表性向跨文化传播贡献度转变。这种转变不仅有助于提升陶瓷艺术的国际影响力，也有助于促进不同文化之间的交流与融合，共同推动世界文化的繁荣发展。

市场价值维度内，收藏家偏好指数（26.25%）的权重超过拍卖成交记录（25.41%），表明藏家群体的审美取向正在重塑市场定价逻辑。同时，中国藏家对本土新兴艺术家的支持显著影响艺术市场，报告显示 50% 的高净值藏家将支出用于

^① 景德镇陶瓷大学博物馆.2023 双年展获奖作品展示
[EB/OL](2023-12-28)[2025-04-12]<https://museum.jcu.edu.cn/info/1044/1226.htm>

^② 大公报.艺游巴黎①/中国瓷器法国绽放华彩 简素为绚
[EB/OL](2024-07-05)[2025-04-12]<https://www.takungpao.com/culture/237144/2024/0705/987780.html>

购买新兴艺术家作品，推动其作品价格快速攀升^①。另外，顶级藏家的抛售带动高价艺术市场的波动，例如 2023 年，刘益谦、王薇夫妇等资深收藏家通过拍卖释放出重要藏品，直接影响定价。其中，莫迪里安尼《宝丽特·茹丹肖像》由刘益谦夫妇释出，以 2.73 亿港元刷新亚洲西方艺术品拍卖纪录^②。此类顶级藏家的抛售行为成为市场风向标，进一步巩固高价艺术品的定价权。这些案例显示，藏家不仅是市场参与者，更是价格形成的关键推手。此外，值得注意的是，二级市场流通性与画廊定价体系的并列权重（25.41%）反映出市场透明度不足的问题，部分新兴艺术家作品因缺乏标准化定价体系而面临估值波动。

社会价值维度中，公众认知度（26.25%）与公共空间影响力（25.41%）的权重高于馆藏机构等级（25.41%）和社会议题参与度（22.92%）。这一现象揭示了陶瓷艺术从精英化收藏向公共文化消费的渗透。例如，景德镇陶溪川文创街区通过改造老瓷厂，打造集展览、市集、教育于一体的公共艺术空间，吸引年轻创作者和游客。类似项目在全国范围内推广，如成都“东郊记忆”陶瓷主题园区、佛山“南风古灶”等。这也反映了陶瓷从“博物馆藏品”向“生活美学载体”的转变。

技术价值维度中，工艺完成与技术难度（37.47%）的权重远超材料技术创新（30.99%）与可复制难度（31.55%）。这印证了手工技艺在机械复制时代的不可替代性。例如，日本陶艺家安田猛的作品，正是凭借其精湛的工艺完成度和技术难度，在全球范围内赢得了广泛的认可和赞誉。在机械复制技术日益发达的今天，真正的艺术价值往往蕴含在匠人的心血与灵魂之中，这是任何机械复制都无法替代的。

^① 搜狐网.2024 年巴塞尔艺术展：尽管市场动荡，中国藏家依然坚定追逐本土艺术 [EB/OL](2025-02-19)[2025-04-12]

https://www.sohu.com/a/860975402_121956422

^② 艺术市场通讯.年末盘点 | 2023 年中国艺术市场成交价 TOP20 拍品 [EB/OL](2023-12-29)[2024-04-12]<https://www.163.com/dy/article/IN55NMCM05347190.html>

5 当代陶瓷艺术品价值评估体系的实证检验

5.1 实证研究设计

5.1.1 数据来源与样本选取

(1) 数据来源

本研究中的实证检验数据主要来源于雅昌艺术网，该网站提供了详尽的拍卖活动信息，包括拍卖活动名称、举办年份以及拍卖专场类别。通过汇总分析 2023 年至 2025 年间举办的各类专场拍卖数据，本研究得以构建起一个具有时效性的当代陶瓷艺术品市场数据库。

表 5.1 雅昌艺术网当代陶瓷艺术品拍卖数据来源汇总表

拍卖活动名称	举办年份	拍卖专场类别
保利厦门 2024 景德镇现当代陶瓷专场	2024	现当代陶瓷
北京保利 2023 瓷甄一现当代陶瓷艺术品拍卖会	2023	现当代陶瓷艺术品
北京保利 2023 现当代艺术拍卖	2023	现当代艺术
2025 中贸圣佳四季迎春拍卖（瓷艺与画意一近现代及当代陶瓷专场）	2025	近现代及当代陶瓷
2024 佳士得二十及二十一世纪日间拍卖会	2024	二十及二十一世纪艺术
2024 江西集萃斋一文瓷逸韵当代及现代陶瓷专场	2024	当代及现代陶瓷
2024 伦敦佳士得一战后及当代艺术日间拍卖	2024	战后及当代艺术
2024 苏富比一现当代艺术晚间拍卖	2024	现当代艺术
2024 中唐拍卖一杂项及名人瓷画专场	2024	杂项及名人瓷画

(2) 样本选取

在雅昌艺术拍卖网筛选了 2023—2025 年成交的 50 件当代陶瓷艺术品（样本量适中），覆盖以下类别：

首先，将陶瓷艺术家类型归纳为以下典型类别并统计其占比分布如下：

表 5.2 陶瓷艺术家分类统计表

分类	艺术家名称	人数	占比
国家级陶瓷艺术家	中国工艺美术大师、国家一级美术师、中华艺术终身成就奖获得者、国家非遗传承人、中国陶瓷美术大师	17	34%
省级陶瓷艺术家	江西省原创工艺美术大师、江西省高级工艺美术师、江西省工艺美术大师、上海市工艺美术大师	15	30%
当代陶艺创新类艺术家	当代陶艺名家	6	12%
市级陶瓷艺术家	景德镇市高级工艺美术师、景德镇陶瓷美术家	4	8%
地方技艺传承类艺术家	代表性制瓷技艺传承人	3	6%
国际陶瓷艺术家	国外当代著名艺术家	3	6%
其他特殊背景艺术家	著名艺术家子女	2	4%

上述分类覆盖全部 50 名艺术家，层级分布呈现以国家级与省级为主导（合计 64%）、地方传承与当代创新并存的多元化格局，国际艺术家占比 6%，体现陶瓷艺术领域的跨文化融合趋势。

作品类型按成型工艺分类如下：

表 5.3 艺术作品类型及比例表

作品类型	数量	百分比
瓷板画	20	40%
瓷瓶	18	36%
雕塑	8	16%
瓷盘	4	8%

表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价（万元）	成交价（万元）	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
------	-----	--------	---------	------	-----	----	----

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价（万元）	成交价（万元）	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
荷塘清趣瓶	钟振华	30~35	33.9	当代	保利厦门	-	
心无 事即 禅花 瓶	傅益瑶	88~98	99.44	当代	保利厦门	高 71cm	
天球 九桃 瓶	何华高	13.8~14.8	15.59	当代	保利厦门	高 42cm	
荷叶 罗裙 一色 裁花 瓶	李菊生	98~108	110.74	当代	保利厦门	高 45cm	
粉彩 松鹿 图瓶	毕渊明	50~80	82.8	1956 年	北京 保利	高 21.3cm	
桃红 釉堆 白加 彩玉 兰鹦 鹉图 梅瓶	潘庸秉	100~200	517.5	60 年 代	北京 保利	高 29.4cm	








续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
粉彩《山阴道士换鹅归》高白釉瓶	王锡良	60~80	85.1	当代	北京保利	高 31.2cm	
粉彩人物《风和鸟唱歌》瓶	王锡良	70~90	101.2	当代	北京保利	高 44.5cm	
珐琅彩群仙祝寿莲子瓶	熊建军	15~25	25.3	当代	北京保利	高 46.9cm	
粉彩青绿山水爆竹瓶	徐焕文	30~40	36.8	60年代	北京保利	高 25.1cm	
青绿山水胆瓶	徐焕文	30~40	40.25	60年代	北京保利	高 28.8cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
高温色釉“沉鱼落雁”图尊	李菊生	10~15	23	当代	江西集萃斋	高49.5cm	
红尘如梦-高温色釉瓷瓶	李菊生	60~90	66	1995	景德镇艺	高39cm; 直径20cm	
粉彩花卉图瓶	刘仲卿	8~10	12.65	1950-1960	中贸圣佳	高22.4cm	
涂金水粉彩花瓶	周明、蓝国华	10~15	23	当代	中唐拍卖	高34cm	
童子献寿	曹爱勤	30~50	101.2	当代	江西中文鉴藏	-	
福娃娃	曹爱勤	80	171.6	当代	中藏艺盛	40×23cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
粉彩铁骨泥双光山水尊	邹国钧	35~55	74.75	50年代	上海嘉禾	35.5cm	
飞龙在天展神威瓷板	张天明	36~38	40.68	当代	保利厦门	80×170cm	
蝉瓷板	叶兆云	9.8~10.98	11.07	当代	保利厦门	50×50cm	
鹿游冬雪瓷板	夏明来	10.8~11.8	12.2	当代	保利厦门	80×42.5cm	
绿度姆瓷板	吴晓云	19~21	21.47	当代	保利厦门	40×60cm	
藏南秋韵瓷板	汪凯	20~22	22.6	当代	保利厦门	三尺六	
班婕妤自悼赋瓷板	沈斌	16.6~18.6	18.76	当代	保利厦门	172×85cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
晨曦瓷板画	冯通亮	9~10	10.17	当代	保利厦门	三尺六	
江山永固瓷板	曹爱勤	50~60	56.5	当代	保利厦门	三尺六	
三人行必有我师图瓷板	蔡昌鉴	19.8~22.98	22.37	当代	保利厦门	5尺6	
高温釉《老子》瓷板	裴永中	30~40	41.4	当代	北京保利	长110×55cm	
粉彩芳园八美图瓷板	任义平	80~120	132.25	70年代	北京保利	99×58.5cm	
粉彩四美图瓷板一套	任义平	25~35	46	80年代	上海嘉禾	78×23cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
粉彩 《天上的西藏》插屏	汪明	20~40	41.4	当代	北京保利	长 20 × 17.5cm	
《春到深处香自溢》	王淑凝	28~38	20.7	当代	北京保利	长 78.5 × 42.5cm	
藏珍系列粉彩 鄢用林绘清渡月瓷板	鄢用林	20~40	43.7	当代	北京保利	长 36.8 × 25cm	
辉茫旭照	张景辉	15~25	52.9	当代	江西中文鉴藏	80cm × 80cm	
粉彩梅花插屏	田鹤仙	25~35	43.7	当代	江西集萃斋	27× 38cm	
江上数峰青图瓷板	王锡良	8~10	14.95	当代	江西集萃斋	49× 49cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
粉彩红楼梦之共读西厢人物故事图瓷板	赵惠民	30~50	69	70年代	江西集萃斋	32×52cm	
粉彩花鸟瓷板	王步	30~50	69	当代	中唐拍卖	74.5×22cm	
复刻曾龙升无语佛雕塑	曾锐	13.8~15.8	15.6	当代	保利厦门	高43cm	
《观山河》七彩曜变瓷雕	张育贤	4~6	11.5	当代	北京保利	长39.4cm	
睡梦中的孩子	大谷工作室	47~75	42.2	2017	佳士得	162×154×7cm	
耳朵上的轮子	奈良美智	35.7~51.6	40.15	2018	佳士得	高32×19×19cm	
头像1	奈良美智	14.1~28.2	22.94	2018	佳士得	高29.1×27×21.4cm	
风系列(二)陶瓷雕塑	朱乐耕	38~57	41.8	2020	景德镇艺	高71cm	

续表 5.4 当代陶瓷艺术品拍卖数据汇总

作品名称	艺术家	估价(万元)	成交价(万元)	创作时间	拍卖行	尺寸	图片
自在观音陶瓷雕塑	王水彬	12~18	13.2	2018	景德镇华艺	高35cm	
禅意系列组合陶瓷雕塑	朱乐耕	99~140	110	2018年	景德镇华艺	高87cm	
昭君出塞瓷板	徐少波	28~32	31.64	当代	保利厦门	82.5×82.5cm	
粉彩花鸟瓷盘	张松茂	180~200	230	1983	北京保利	直径33cm	
粉彩梅花盘	张松茂	15~20	20.7	80年代	北京保利	直径19.8cm	
爱如山陶瓷盘	熊立新	125~140	150.65	当代	北京荣煌	直径37cm	

5.2 变量定义与量化标准

5.2.1 变量定义

(1) 因变量：成交价（对数化处理）反映市场价值。为消除量纲差异与异方差性，对成交价进行自然对数转换，记为 \ln_Price 。

(2) 自变量：①艺术家级别（国家级、省级、国际级三类虚拟变量）；②作品特征（瓷板画/瓷瓶/雕塑/瓷盘四类虚拟变量）；③市场热度指标（以艺术家近三年作品流拍率反向计分）；④装饰技法复杂度（采用釉上彩/釉下彩/颜色釉/综合技法四层分级）。

(3) 控制变量：①拍卖行等级（依据《中国文物艺术品拍卖企业评介》划分三级）；②创作年代（设置当代作品、20 世纪作品两个时段虚拟变量）；③作品尺寸（取长宽高乘积对数化处理）；④特殊属性（含获奖证书、著录出版等二元变量）。

5.2.2 量化标准

表 5.5 当代陶瓷艺术拍品量化标准表

维度	变量名称	量化方法	数据来源
因变量	成交价 (ln_Price)	自然对数转换：ln(成交价)	雅昌艺术网拍卖数据
	自变量		
艺术价值	艺术家级别	虚拟变量：国家级/国际=5，省级=3，市级艺术家=1（双重身份取最高分）	艺术家简介
	造型创新性(C11)	1~5 分制： 5=颠覆传统造型（如解构主义） 3=局部创新（非对称设计） 1=传统器型	拍卖图录描述
	作品稀缺性(C12)	孤品=5 分，限量版（≤10 件）=3 分，批量=1 分	拍卖标的物说明
	地域文化表达 (C21)	景德镇元素=5 分，其他地域=3 分，无特色=1 分	图案/纹饰分析
文化价值	国际传播力(C23)	国际参展次数累计（例：参展≥10 次=5 分；5 ≤参展次数<10=3 分；参展次数<5 次=1 分）	艺术家简历
市场价值	市场热度	流拍率反向计分：近三年流拍率≤10%=5 分，10%≤流拍率<50%=3 分，≥50%=1 分 流拍率=上拍总数近三年流拍作品数×100%（雅昌艺术拍卖网）	雅昌交易数据

续表 5.5 当代陶瓷艺术拍品量化标准表

维度	变量名称	量化方法	数据来源
		1, 计算基准值: 取估价区间下限作为基准价, 溢价率= (成交价-基准价) / 基准价 $\times 100\%$ 。 2. 分级标准: 拍卖溢价率(C31) 一级溢价: $>50\%=5$ 分 二级溢价: $20\%\sim 50\%=3$ 分 三级溢价: $0\%\sim 20\%=1$ 分 折价: $<0\%=0$ 分	拍卖记录
社会 价值	社会议题关联度 (C44)	涉及环保/传统文化/性别等关联明显=5 分, 有 一定关联=3 分, 无关联=1 分	作品主题 分析
技术 价值	装饰技法复杂度	分级: 釉上彩+雕刻=5 分, 单色釉=3 分, 素胎 =1 分	工艺说明
	工艺复杂度(C52)	全手工=5 分, 半手工=3 分, 机械=1 分	制作说明
		控制变量	
	拍卖行等级	分级: AAA=3 分, AA=2 分, A=1 分	网页数据
	作品尺寸	线性处理	拍卖图录
	作品特征	虚拟变量: 瓷板画=1, 瓷瓶=0.8, 雕塑=0.6, 瓷盘=0.4	器型分类

在本研究中, 艺术家级别的量化标准包括国家级大师、省级大师和国际艺术家两个层次。国家级大师的认定基于其是否出现在中国工艺美术协会官网公示的名单中。省级大师的认定是基于省级工艺美术大师评审委员会发布的官方名单。而国际艺术家的定义则为作品曾进入佳士得、苏富比等国际知名拍卖行的非华裔艺术家, 例如日本的奈良美智。

市场热度指标通过流拍率来衡量, 计算方法为近三年流拍作品数除以上拍总数, 再乘以 100%。由于流拍率与市场热度呈负相关, 我们将其线性转换为正向指标。装饰技法复杂度的分级依据是装饰技法中所结合的工艺数量以及技艺的稀有程度。例如, 釉上彩结合雕刻技法不仅要求匠人具备多种技艺, 而且釉上彩与雕刻的结合在陶瓷艺术中相对罕见, 因此赋予了这类作品更高的装饰技法复杂度评分。单色釉作品虽然制作精细, 但相较于前者, 其技法相对单一, 故评分较低。素胎作品, 即未施加任何釉彩或装饰的陶瓷, 虽然体现了陶瓷的质朴美, 但在装饰技法复杂度上则处于较低层次。

在控制变量方面, 我们区分了 AAA 级和 A 级拍卖行。AAA 级拍卖行包括保利、

嘉德等头部拍卖机构，而 A 级拍卖行则为地方性拍卖机构，例如江西集萃斋。在陶瓷拍品的评估与交易中，为了确保尺寸量化的准确性和一致性，我们特制定以下尺寸量化标准。

一、统一量纲处理

为了将不同维度的尺寸统一进行比较和评估，我们将各类陶瓷拍品的尺寸转换为线性尺寸（单位：cm）。具体转换规则如下：

表 5.6 陶瓷拍品尺寸转换规则		
拍品类型	转换方法	示例
瓷瓶	直接使用高度（H）	如：高度为 20cm 的瓷瓶，线性尺寸为 20cm
瓷板	计算边长 $S=\sqrt{\text{面积}}$	如：面积为 100cm ² 的瓷板，线性尺寸为 10cm
瓷盘	直接使用直径（D）	如：直径为 30cm 的瓷盘，线性尺寸为 30cm
雕塑	由于雕塑形状复杂，难以直接计算边长，此处以体积的立方根作为参考尺寸（注：此方法仅供参考，实际操作中可能需要根据雕塑的具体形状进行调整）	如：体积为 1000cm ³ 的雕塑，参考线性尺寸约为 10cm（ $C=\sqrt[3]{1000}\approx 10$ ）

二、分级评分

根据对数化处理后的尺寸，我们将其划分为五个等级，并赋予相应的分数。每个等级的分数区间为 1-5 分，具体划分标准如下：

表 5.7 陶瓷拍品尺寸分级评分表		
分数	实际尺寸范围（cm）	说明
1 分	5 - 9.1	极小尺寸
2 分	9.1 - 16.6	较小尺寸
3 分	16.6 - 30.2	中等尺寸
4 分	30.2 - 55	较大尺寸
5 分	55 - 100	极大尺寸

对于 50 个当代陶瓷艺术拍品的评分完整表见附录 C。

5.3 实证分析步骤

5.3.1 描述性统计

本研究共收集了 50 个样本数据，针对艺术品拍卖相关指标进行了全面的统计分析。具体来看，各指标的平均值、标准差及中位数等核心统计量如下表所示：

表 5.8 变量描述性统计

名称	样本量	基础指标				
		最小值	最大值	平均值	标准差	中位数
ln_Price 成交价（万元）	50	2.32	6.25	3.677	0.839	3.705
艺术家级别	50	0	5	3.94	1.406	5
C11（造型创新性）	50	1	5	1.96	1.414	1
C12（稀缺性）	50	1	5	4.76	0.87	5
C21（地域文化）	50	3	5	4.4	0.926	5
C23（国际传播）	50	1	5	1.8	1.457	1
市场热度	50	1	5	3.88	1.223	4
C31（溢价率）	50	0	5	1.74	1.291	1
C44（社会议题）	50	1	5	3.12	1.586	3
装饰技法复杂度	50	1	5	4.6	0.904	5
C52（工艺复杂度）	50	3	5	4.44	0.907	5
拍卖行等级	50	1	3	2.1	0.839	2
尺寸	50	0	5	4.02	1.059	4
作品特征	50	0.4	1	0.816	0.189	0.8

从平均值来看，ln_Price 成交价（万元）取自然对数的均值为 3.677，标准差为 0.839，表明成交价在对数尺度上存在一定波动，但整体分布较为集中。其他关键指标如艺术家级别、C12（稀缺性）、装饰技法复杂度和 C52（工艺复杂度）的均值分别为 3.94、4.76、4.6 和 4.44，且中位数与均值接近，说明这些变量的分布相对对称。然而，部分指标如 C11（造型创新性）和 C23（国际传播）的标准差较大（分别为 1.414 和 1.457），反映出这些维度的评分存在较高离散度。此外，尺寸的最小值低于平均值 3 个标准差，可能意味着样本中存在一些尺寸明显偏小的艺术品，对成交价产生影响。另外，作品特征这一变量的平均值和中位数均较低，表明样本中的艺术品在作品特征方面普遍表现一般，但考虑到标准差较小（0.189），说明这一变量的离散度不高，大多数艺术品在这一维度上的表现较为接近。综上所述，通过描述性统计分析，我们对艺术品拍卖的相关指标有了初步的了解，为后续的相关性分析和模型构建奠定了基础。

5.3.2 相关性分析

根据 Pearson 相关分析结果，研究了 ln_Price（成交价取自然对数）与 13 个变量之间的相关性。

表 5.9 变量相关性统计

Pearson 相关-标准格式		
因变量	ln_Price 成交价（万元）	
	艺术家级别	0.189
	C11（造型创新性）	-0.014
	C12（稀缺性）	-0.152
自变量	C21（地域文化）	0.334*
	C23（国际传播）	0.023
	市场热度	-0.044
	C31（溢价率）	0.316*
	C44（社会议题）	0.189
	装饰技法复杂度	0.032
	C52（工艺复杂度）	-0.068
控制变量	作品特征	-0.067
	尺寸	-0.073
	拍卖行等级	-0.291*
* p<0.05 ** p<0.01		

具体来看，仅有部分变量与 ln_Price 存在显著相关性：C21(地域文化)与 ln_Price 呈显著正相关（相关系数为 0.334，p 值为 0.018），C31（溢价率）与 ln_Price 也呈显著正相关（相关系数为 0.316，p 值为 0.025），而拍卖行等级与 ln_Price 呈显著负相关（相关系数为-0.291，p 值为 0.041）。其余变量如艺术家级别、C11（造型创新性）、C12（稀缺性）等，其相关系数接近于零且 p 值大于 0.05，表明无显著相关性。

5.3.3 结论

经过实证分析，我们得出以下结论：首先，在影响当代陶瓷艺术品成交价的诸多因素中，地域文化表达、拍卖溢价率以及拍卖行等级展现出显著的相关性。具体而言，地域文化表达越丰富，艺术品的成交价越高，这反映出具有鲜明地域特色的陶瓷艺术品在市场上更受欢迎。同时，拍卖溢价率也是影响成交价的重要因素，溢价率越高，往往意味着艺术品的成交价也越高，这可能与艺术品的稀缺性、市场需

求以及投资者的预期有关。此外，拍卖行等级与成交价呈负相关，这可能是因为高等级拍卖行在拍卖过程中会收取更高的佣金，从而在一定程度上压缩了艺术品的成交价。值得注意的是，尽管艺术家级别、作品造型创新性、稀缺性、装饰技法复杂度等因素在陶瓷艺术品评估中通常被视为重要指标，但在本次实证分析中，这些因素并未展现出与成交价之间的显著相关性。这可能与样本选择、数据量化以及市场变化等因素有关，需要在后续研究中进一步探讨。

总的来说，本研究对于一级市场和二级市场均具有重要帮助。在构建当代陶瓷艺术品价值评估体系的过程中，虽未直接针对二级市场价格混乱问题提出专项解决方案，但其研究框架与结论为解决该问题提供了理论基础与间接路径。具体而言，研究通过量化价值指标，如作品稀缺性、工艺复杂度等，减少了对概念炒作等非价值因素的依赖，有助于抑制价格泡沫。同时，实证研究显示地域文化表达、拍卖溢价率与成交价显著相关，提示市场需回归文化价值本质。此外，研究对收藏家偏好指数的强调，以及对技术价值的重视，均有助于引导市场关注艺术本体价值，减少投机性定价。在未来研究方向上，建议纳入二级市场特定指标，构建交易溯源系统，进行跨学科研究，制定政策建议，以及构建动态评估模型，以进一步向市场治理领域延伸，形成完整的“价值评估—定价规范—市场监管”链条。这些成果不仅为一级市场的定价提供了科学依据，也为二级市场的规范发展提供了有益参考。

参考文献

- [1]FEKETE A P M S E. The Vienna Art Picture System (VAPS): A data set of 999 paintings and subjective ratings for art and aesthetics research[J].Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 2023,5(17): 660.
- [2]詹棠森,吴倩,何芳生,等.基于模糊层次分析的陶瓷艺术品价格预测模型研究[J].中国陶瓷工业, 2014,21(02): 25-29.
- [3]张纯,韩静,尹俞潼.模糊综合评价法在陶瓷艺术品定价中的应用研究[J].陶瓷学报, 2014,35(06): 667-673.
- [4]黄惠喆,吴晴雯,黄弘.基于特征价格法陶瓷艺术品定价模型构建及实证研究[J].陶瓷, 2020(10): 73-78.
- [5]白雅力克,曾衍炜.模块化陶瓷艺术品的市场价值研究[J].佛山陶瓷, 2021,30(2): 45-47, 55.
- [6]吕红娣,詹棠森,陈武,等.基于 GR-RFR 算法的古陶瓷艺术品定价研究[J].江西科学, 2022,40(06): 1047-1051.
- [7]孙文杰.探索当代中国艺术市场的发展[J].美与时代(上), 2020(03): 67-68.
- [8]申一方,王光文.当代艺术品市场运作机制及其商业化困境[J].内蒙古艺术学院学报, 2020,17(02): 143-147.
- [9]滕梓好,颜晴.基于审美艺术视角的当代艺术品鉴赏与收藏分析[J].文物鉴定与鉴赏, 2023(04): 130-133.
- [10]苗秋菊.当代艺术市场发展探析[J].美与时代(中), 2021(06): 125-126.
- [11]王立德,张宽.“制器尚象”造物思想对当代陶艺的价值研究[J].包装工程, 2016,37(22): 1-5.
- [12]雷雨童.当代陶艺的本源探索与语言实践[J].美术, 2022(04): 140-141.
- [13]杨科朋,江婉璐.陶瓷艺术馆影响下的当代陶瓷艺术国际化发展趋势分析[J].中国陶瓷, 2018,54(12): 90-93.
- [14]顾越.重塑传统——当代艺术对传统陶瓷的重新诠释[J].中国陶瓷, 2022,58(10): 109-114.
- [15]周志雯,宁钢.从家族、师徒、学院到多元传承——中国当代陶瓷艺术教育发展的变迁[J].艺术设计研究, 2024(04): 121-128.
- [16]雷雨童.当代陶艺的本源探索与语言实践[J].美术, 2022,652(4): 140-141.
- [17]魏正聪,周峰.艺术品价值评估体系的探索与构建[J].湖北美术学院学报, 2016(4): 92-96.
- [18]黄隽.中国艺术品市场的理论体系研究[J].美术研究, 2021(2): 80-85.
- [19]中研普华咨询集团. 2024-2029 年陶瓷企业创业板 IPO 上市工作咨询指导报告

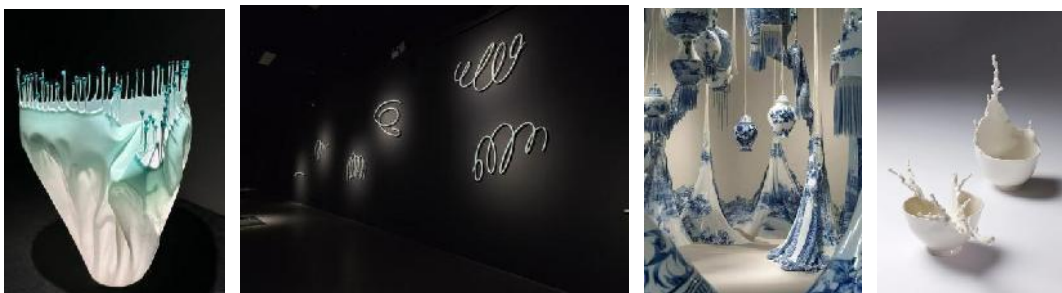
- [R].2024.
- [20]中宏经略研究院. 2025-2030 年中国艺术陶瓷行业市场调研与投资预测分析报告[R].2024.
- [21]中研普华咨询集团. 2024-2029 年中国陶瓷工艺品行业市场供需调查与投资潜力研究报告[R].2024.
- [22]卡尔·马克思.《资本论》[M].王亚南郭大力,译.上海三联书店, 2009.
- [23]马克思.政治经济学批判[M].人民出版社, 1976.
- [24]恩格斯.家庭、私有制和国家的起源[M].人民出版社, 2018.
- [25]张夫也.对中国手工艺未来走向的思考[J].美术观察, 2022(11):插 2, 5-7.
- [26]列宁.唯物主义和经验批判主义[M].人民出版社, 2015.
- [27]CHEN Y. Evaluation Factors and Pricing Stochastic Model of Contemporary Art[J]. Mobile Information Systems, 2022: 1-6.
- [28]NOSOV V V, TINDOVA M G. Development of algorithm for fuzzy art appraisal model[J]. Journal of physics. Conference series, 2021, 2131(4): 42005.
- [29]ВАСЕРЧУК Ю А, КУЦЕНКО Р Г. FINE ART APPRAISAL IN THE INTERNET AND SOCIAL NETWORKS AGE[J]. Академический вестник УралНИИпроект РААСН, 2021(2(49)): 86-90.
- [30]FEKETE A, PELOWSKI M, SPECKER E, et al. The Vienna Art Picture System (VAPS): A data set of 999 paintings and subjective ratings for art and aesthetics research.[J]. Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 2023, 17(5): 660-671.
- [31]许剑雄,余慧.当代艺术陶瓷价格影响因素浅析[J].中国商贸, 2011(30): 241-242.
- [32]韩静张纯.陶瓷艺术品价值构成和定价指标体系构建[J].中国陶瓷工业, 2016, 4(23): 43-47.
- [33]吕红娣,詹棠森,陈武,等.基于 GR-RFR 算法的古陶瓷艺术品定价研究[J].江西科学, 2022, 40(6): 1047-1051.
- [34]杨科朋,江婉璐.陶瓷艺术馆影响下的当代陶瓷艺术国际化发展趋势分析[J].中国陶瓷, 2018, 54(12): 90-93.

附录 A：当代陶瓷艺术品价值评估指标体系权重研究专家评估一轮问卷

您好！为科学构建当代陶瓷艺术品价值评估体系，本研究拟对“艺术价值、文化价值、市场价值、社会价值、技术价值”五大维度的二级指标进行筛选，并确定其权重分配。您的专业意见将为指标体系的完善提供重要依据。问卷采用匿名形式，所有数据仅用于学术研究。衷心感谢您的支持！

1. 请对以下二级指标的重要性进行评分（1-5 分，1=不重要，5=极重要）

艺术价值：造型创新性



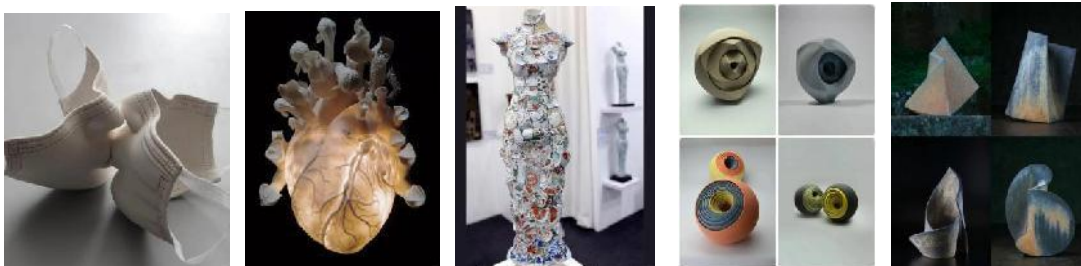
[单选题]*

造型创新性包括以下几个维度：

- ①形态解构与重组（打破传统器型的对称性、比例规则等；抽象与极简表达；动态失衡感）
- ②尺度突破（巨型公共雕塑）
- ③装置化呈现（沉浸式场域艺术）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

2. 艺术价值：观念与情感表达



[单选题]*

观念与情感表达包括以下几个维度：

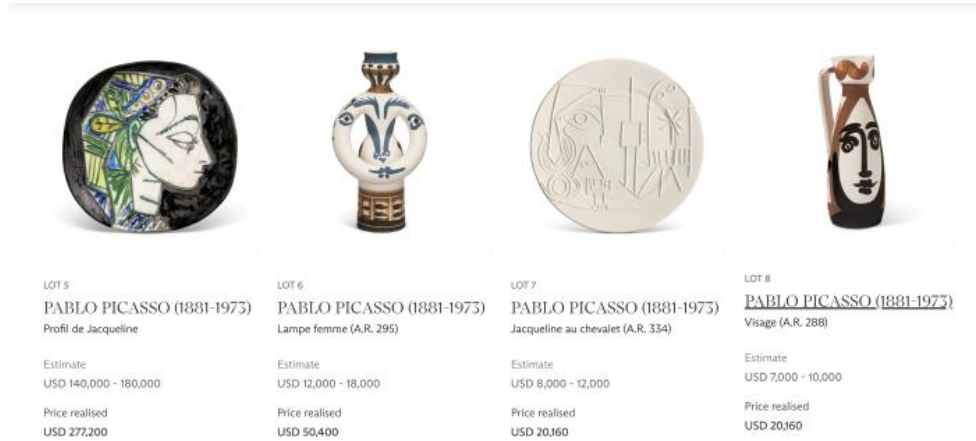
- ①符号隐喻（纹饰与社会关联性）
- ②跨文化叙事（传统元素的现代表达）
- ③视觉创新（釉色肌理的情绪表达）
- ④时代症候反思（对消费主义、生态危机的思考）

⑤身份政治表达（性别/种族的陶瓷物化）

⑥存在主义（时间的探讨）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

3. 艺术价值：作品稀缺性



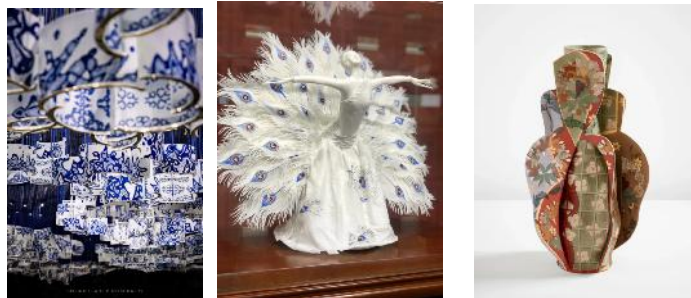
[单选题] *

作品稀缺性包括以下几个维度：

- ①艺术家创作意图的限量性（版次限定、单件孤品、创作阶段唯一性）
- ②存世状态与流通限制（博物馆馆藏、私藏等）
- ③文化符号的独特性（濒危技艺、社会议题的即时性、跨文明融合等）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

4. 艺术价值：创作周期难度



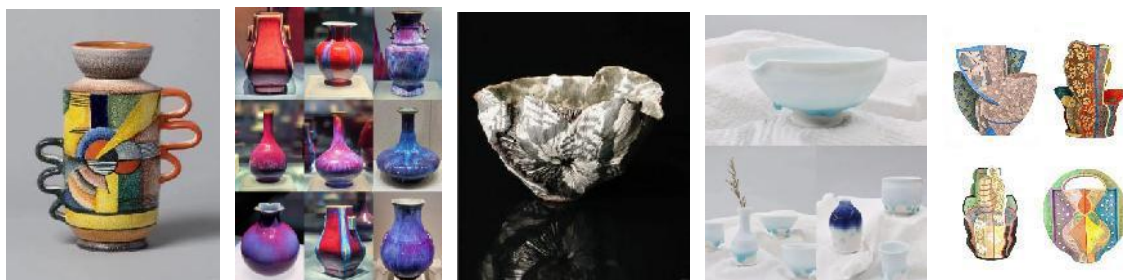
[单选题] *

创作周期难度包括以下几个维度：

- ①设计阶段的复杂性
- ②材料制备
- ③成型工艺的耗时（复杂结构、薄胎塑形等）
- ④烧制过程（多阶段烧成、窑变控制、大型作品烧制）
- ⑤后期修饰（微观修饰、残缺修复等）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

5. 艺术价值：色彩表现力



[单选题]*

色彩表现力包括以下几个维度：

- ①釉色突破（变色釉、温感釉、多层釉叠加等）
- ②色彩重构（古典范式、融合日本侘寂灰调与非洲部落高饱和色等）
- ③情绪渗透（低明度色、高饱和色和中间色调等）
- ④色彩形态共生（流动釉、哑光与亮光、裂纹釉面等）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

6. 文化价值：地域文化代表性



[单选题]*

地域文化代表性包括以下几个维度：

- ①地方性非遗技艺（景德镇手工制瓷、德化白瓷、云南傣族慢轮制陶、龙泉青瓷、枫溪瓷艺等）
- ②本土材料的文化叙事（景德镇高岭土、日本信乐烧等）
- ③跨文化表达（海上丝绸之路等）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

7. 文化价值：历史传承度



[单选题]*

历史传承度包括以下几个维度：

①传统技艺活化深度（技法可溯性：日本乐烧传承、复原失传技艺、传统工具的突破）

②文化符号重构（宋代极简美学：汝瓷、工业革命、古瓷片再生叙事等）

③文人精神的传承（器物哲学等）。

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

8. 文化价值：时代精神表达



[单选题]*

①技术伦理思辨（人工智能、算法美学等）

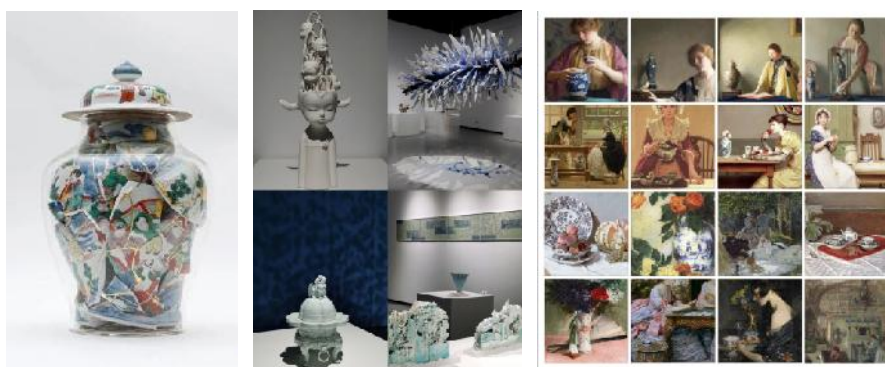
②城市文明体现（都市孤独、噪音社会和光污染等）

③消费社会解构（快餐文化、奢侈品符号、电子废弃物）

④全球危机表达（气候、生态、疫情等）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

9. 文化价值：文化传播贡献



[单选题]*

①传统符号的全球转译（跨媒介叙事、普世美学、器型重构）

②国际展览参与度（顶级双年展、东西方美学对话等）

③数字传播（在线交易平台、NFT 陶瓷衍生品等）

④公共艺术场域激活（城市记忆等）

⑤商业模式融入（奢侈品消费符号、文创赋能）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

10. 文化价值：跨文化交流意义



[单选题]*

- ①文化多样性的保护与激活（活态传承、对抗同质化）
②建立艺术共识（符号解读、共同议题联结）
③文化博弈（东西方陶艺价值的重构）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

11. 市场价值：拍卖成交记录



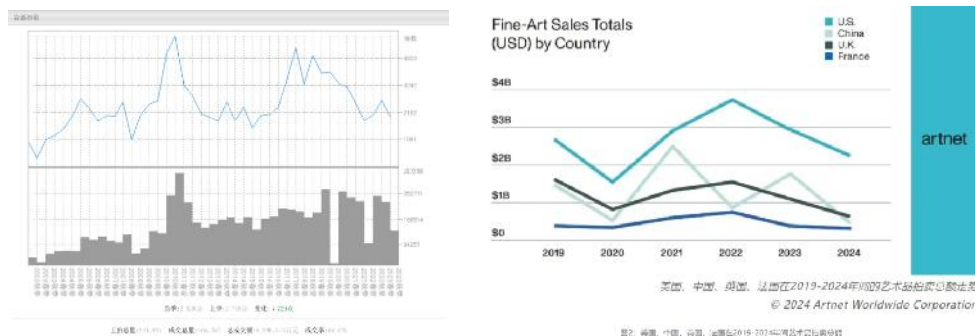
[单选题]*

拍卖成交记录可以通过以下几个维度体现：

- ①成交价格
②竞拍人数和竞价次数
③专题拍卖或展览联动拍卖
④拍卖成交的地域偏好

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

12. 市场价值：二级市场流通性



「推荐拍行」



[单选题]*

- ①拍卖市场表现（不同拍行的成交率和流拍率、价格稳定性、重复上拍率）
- ②跨区域流通能力（不同国家的艺术市场流通情况）
- ③数字化与新兴渠道（线拍卖平台数据：Artsy 等、社交媒体热度）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

13. 市场价值：画廊定价体系匹配度

「推荐画廊」



[单选题]*

- ①画廊定位与品牌影响力（高端画廊与区域新兴画廊的定价差异；目标客群；历史定价等）
- ②展览与推广策略（个展和主题展通常比群展定价更高；宣传投入；线上线下渠道覆盖）
- ③定价机制与分成模式（同类艺术家或相似风格的二级市场价格比较；按画廊与艺

术家的分成协议)

④画廊联盟定价(通过联合展览或代理协议形成价格基础)

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

14. 市场价值: 收藏家偏好指数



刘益谦夫妇在景德镇陶瓷大学艺术学院参观, 刘益谦先生对陶瓷艺术收藏有着深厚的造诣



刘益谦先生夫妇合影

[单选题]*

①社交资本和圈层认同(如收藏家张宗贤、王薇与刘益谦夫妇、乌力·希克的收藏动向对二级市场的风向标作用)

②艺术家品牌效应(国际影响力、市场活跃度、风格辨识度)

③投资属性与市场数据(艺术家拍品的年均复合增长率、溢价幅度等)

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

15. 市场价值: 艺术品保险估值



余志华《方向》装置

[单选题]*

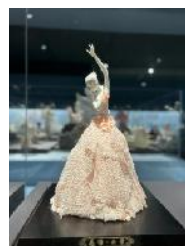
①市场交易基准(以近期同类作品的公开成交价为依据来投保)

②制作重置成本(涵盖稀缺性材料和工艺复杂度, 如复刻薄胎瓷)

③流通风险溢价(运输布展等环节的价值波动; 跨国运输投保)

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

16. 社会价值: 公众认知度



[单选题]*

①媒体曝光与传播广度（艺术新闻或社交媒体引发热议的作品）

②公共展览与机构收藏（如钧瓷精品乾坤瓶是国家博物馆首次收藏的现代陶瓷艺术品，还有德化白瓷等；威尼斯双年展等国际顶级展览）

③教育影响与学术认可（作品被写入高校艺术教材，如中央美院将景德镇当代陶艺创新纳入教学案例）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

17. 社会价值：公共空间影响力



刘建华 遗弃 瓷 可变尺寸 2001-2011

[单选题]*

1.城市地标属性（如景德镇三宝村的受气瓶、御窑和瓷厂的大型陶瓷建筑、瓷宫等）

2.公众互动参与（通过艺术介入激活公民文化认同）

3.跨文化传播力（国际公共空间展示中东西文化对话载体，如刘建华的装置《遗弃》）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

18. 社会价值：馆藏机构等级



[单选题]*

①国际/国家级权威背书（大英博物馆、故宫博物院收藏，郑伟的《蝶衣》）

②专业策展与研究能力（如纽约大都会艺术博物馆、V&A 博物馆等常配备专业陶瓷策展团队）

③全球传播影响力（如一线美术馆：蓬皮杜、MoMA 等的展览曝光）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

19. 社会价值：教育功能强度

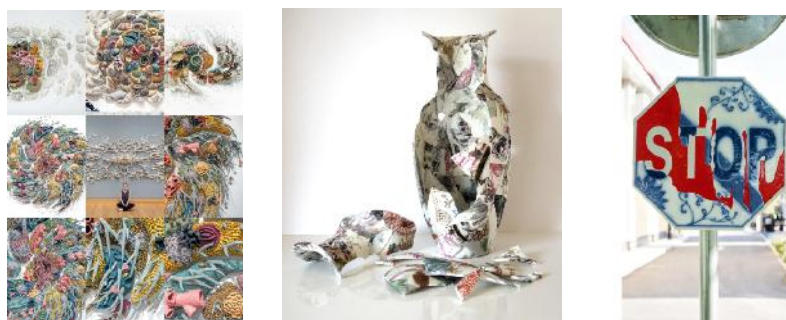


[单选题]*

- ①技艺传承示范（拉坯、釉下彩）
- ②文化符号解码（陶艺家创作《丝路记忆》系列等）
- ③创新思维启迪（3D 打印瓷器）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

20. 社会价值：社会议题参与度



[单选题]*

- ①环保与可持续性（例如：艺术家考特尼·马蒂森（Courtney Mattison）以大海为灵感，通过她的大型陶瓷装置表达了大海的美丽和脆弱）
- ②文化与政治表达
- ③社区协作与公共性

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

21. 技术价值：材料技术创新



[单选题]*

材料技术创新包括以下几个维度：

- ①新型材料（陶瓷和玻璃、青铜等融合、陶瓷和纺织融合、有机可燃物浸泡有色泥浆等）
- ②烧制工艺（柴烧、窑变控制等）
- ③数字化技术融合（3D 打印）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

22. 技术价值：工艺完成与技术难度



[单选题]*

工艺完成与技术难度包括以下几个维度：

- ①成型复杂度（薄胎、悬空结构等）
- ②釉面控制（渐变过渡、窑变效果）
- ③细节处理（微观肌理、制作数量庞大等），如艾未未《一亿颗陶瓷瓜子》作品，是景德镇 1600 名熟练工人历时 2 年多才完成的，每一颗都要经过 30 多道工序，纯手工制作。

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

23. 技术价值：数字化应用程度

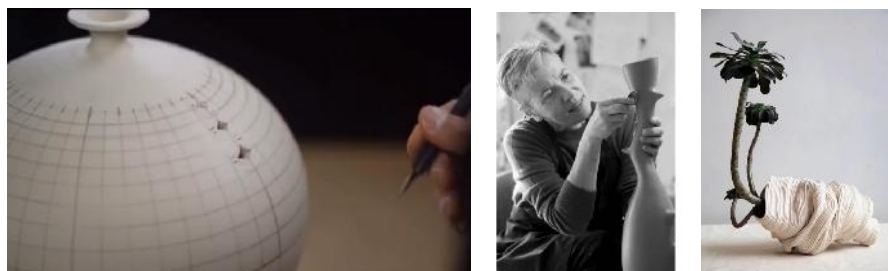


[单选题]*

- ①数字化设计（利用 3D 建模等软件设计复杂器型）
- ②数字化成型技术（3D 打印陶瓷工艺，如镂空结构等）
- ③数字化认证与溯源（结合区块链技术等作为作品的数字指纹）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

24. 技术价值：可复制难度



[单选题] *

①工艺复杂度（手工拉坯成型的薄胎瓷、青瓷透刻、泥条盘筑等；模具批量成型作品复制难度低）

②材料与烧制独特性（窑变效果）

③艺术家个人符号（创作者的工艺技法）

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

25. 技术价值：技术专利



[单选题] *

不重要 ○1 ○2 ○3 ○4 ○5 极其重要

26. 您的年龄段： [单选题] *

○18 岁以下 ○18~25 ○26~30 ○31~40

○41~50 ○51~60 ○60 以上

27. 您的职业是？ [填空题] *

附录 B：当代陶瓷艺术品价值评估维度指标——专家二轮咨询

1. 您填表的判断依据（专家自我评价）[表格文本题]*

	大	中	小
理论知识			
实践经验			
参考国内 外资料			
个人直觉			

2. 您对调查内容的熟悉程度(请打“√”)[矩阵多选题]*很熟悉、比较熟悉、一般、较不熟悉和很不一点,分别赋值 1.0、0.8、0.5、0.2 和 0 分。

	很熟悉	比较熟悉	一般	较不熟悉	很不熟悉
专家自评	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. 进行变异系数优化后的指标名称[矩阵量表题]*请再次对修改后的指标名称进行打分:

	1	2	3	4	5
创作周期 难度→创 作复杂程 度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
色彩表现 力→色彩 构成创新	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
艺术品保 险评估估 值→保险 评估适配	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

度					
数字化应					
用程度→					
数字技术	○	○	○	○	○
融合度					

4. 您的学历： [单选题] *
- 初中及以下
 - 高中/中专
 - 大学专科
 - 大学本科
 - 研究生及以上
5. 您对本次当代陶瓷艺术品价值评估维度指标还有什么好的建议吗？ [填空题] *
- _____

附录 C:雅昌艺术拍卖网样本数据量化评分表

作品名称	艺术家	ln_Price 成交价 (万元)	艺术家级别	C11 (造型创新性)	C12 (稀缺性)	C21 (地域文化)	C23 (国际传播)	市场热度	C31 (溢价率)	C44 (社会议题)	装饰技法复杂度	C52 (工艺复杂度)	拍卖行等级	尺寸	作品特征
荷塘清趣瓶	钟振华	3.52	3	1	3	5	1	5	1	1	5	3	2	0.00	0.8
心无事即禅花瓶	傅益瑶	4.60	0	3	5	5	5	5	1	3	5	3	2	5.00	0.8
天球九桃瓶	何华高	2.75	3	1	5	5	1	5	1	3	5	5	2	4.00	0.8
荷叶罗裙一色裁花瓶	李菊生	4.71	5	1	5	5	3	5	1	3	5	3	2	4.00	0.8
高温色釉“沉鱼落雁”图尊	李菊生	3.14	5	1	5	5	3	5	3	3	5	3	1	3.00	0.8
红尘如梦-高温色釉瓷瓶	李菊生	4.19	5	3	5	5	3	5	1	5	5	5	1	3.00	0.8
粉彩松鹿图瓶	毕渊明	4.42	5	1	5	5	1	3	1	3	5	5	2	4.00	0.8
桃红釉堆白加彩玉兰鹦鹉图梅瓶	潘庸秉	6.25	5	1	5	5	1	3	5	1	5	5	2	4.00	0.8

粉彩																
《山阴																
道士换	王锡	4.44	5	3	5	5	1	3	1	3	5	3	2	4.00	0.8	
鹅归》	良															
高白釉																
瓶																
粉彩人																
物《风	王锡	4.62	5	1	1	5	1	3	1	3	5	5	2	3.00	0.8	
和鸟唱	良															
歌》瓶																
珐琅彩																
群仙祝	熊建	3.23	3	1	5	5	1	1	1	5	5	5	2	3.00	0.8	
寿莲子	军															
瓶																
粉彩青																
绿山水	徐焕	3.61	3	1	5	5	1	3	1	1	5	5	2	4.00	0.8	
爆竹瓶	文															
青绿山	徐焕	3.70	3	1	1	5	1	3	1	1	5	5	2	4.00	0.8	
水胆瓶	文															
粉彩花	刘仲	2.54	5	1	5	5	1	3	3	1	5	3	1	3.00	0.8	
卉图瓶	卿															
涂金水																
粉彩花	周															
瓶	明、	3.14	3	1	5	5	1	1	3	1	5	3	1	4.00	0.8	
	蓝国															
	华															
童子献	曹爱	4.62	5	1	3	5	1	5	5	5	5	3	1	0.00	0.8	
寿	勤															
福娃瓶	曹爱	5.15	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	1	4.00	0.8	
	勤															
粉彩																
铁骨泥	邹国	4.31	1	3	5	5	1	3	3	1	5	5	2	4.00	0.8	
双光山	钧															
水尊																
飞龙在																
天展神	张天	3.71	3	1	5	5	1	5	1	3	5	5	2	5.00	1	
威瓷板	明															

蝉瓷板	叶兆云	2.40	1	3	5	3	1	5	1	1	5	5	2	4.00	1
鹿游冬雪瓷板	夏明来	2.50	5	1	5	3	1	5	1	3	5	5	3	5.00	1
绿度姆瓷板	吴晓云	3.07	3	1	5	3	1	5	1	3	5	5	3	4.00	1
藏南秋韵瓷板	汪凯	3.12	3	3	5	3	1	5	1	1	5	5	3	5.00	1
班婕妤															
自悼赋瓷板	沈斌	2.93	5	1	5	3	1	5	1	1	5	5	3	5.00	1
晨曦瓷板画	冯通亮	2.32	3	1	5	5	1	5	1	3	5	5	3	5.00	1
江山永固瓷板	曹爱勤	4.03	5	1	5	5	1	5	1	5	3	5	3	5.00	1
三人行必有我师图瓷板	蔡昌鉴	3.11	3	1	5	3	1	5	1	5	5	5	3	5.00	1
高温色釉《老子》瓷板	裴永中	3.72	5	1	5	5	1	5	1	5	5	5	3	5.00	1
粉彩芳园八美图瓷板	任义平	4.88	3	1	5	5	1	5	1	5	5	5	3	5.00	1
粉彩四美图瓷板一套	任义平	3.83	3	3	5	5	1	5	3	5	5	3	2	4.00	1
粉彩《天上的西藏》插图	汪明	3.72	5	3	5	5	1	5	1	5	5	3	3	3.00	1

《春到深处香自溢》	王淑凝	3.03	5	1	5	5	3	3	0	3	5	5	3	5.00	1
藏珍系列粉彩	鄢用林	3.78	1	3	5	5	1	5	1	1	5	3	3	4.00	1
鄢用林绘清渡月瓷板	张景辉	3.97	3	1	5	5	1	1	5	3	5	5	1	5.00	1
辉茫旭照	田鹤仙	3.78	5	3	5	3	1	3	3	1	5	3	1	4.00	1
粉彩梅花插屏	王锡良	2.70	5	1	5	3	1	3	3	3	5	3	1	4.00	1
江上数峰青图瓷板	赵惠民	4.23	5	3	5	5	1	3	3	5	5	3	1	4.00	1
粉彩红楼梦之共读西厢人物故事图瓷板	王步	4.23	5	1	5	5	1	3	3	3	5	5	1	4.00	1
粉彩花鸟瓷板复刻曾龙升无语佛雕塑	曾锐	2.75	1	1	5	5	1	5	1	5	5	5	3	4.00	0.6
《观山河》七彩曜变瓷雕	张育贤	2.44	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4.00	0.6
睡梦中的孩子	大谷工作室	3.74	5	5	5	3	3	3	1	5	3	5	3	5.00	0.6
耳朵上的轮子	奈良美智	3.69	5	5	5	3	5	3	1	3	3	5	3	4.00	0.6

头像 1	奈良 美智	3.13	5	5	5	3	5	3	1	3	1	5	3	4.00	0.6
风系列															
(二)	朱乐														
陶瓷雕	耕	3.73	5	5	5	3	5	3	1	3	3	5	1	5.00	0.6
塑															
禅意系															
列组合	朱乐														
陶瓷雕	耕	4.70	5	5	5	5	5	3	1	5	3	5	1	5.00	0.6
塑															
自在观															
音 陶	王水														
瓷雕塑	彬	2.58	3	3	5	5	1	5	1	5	3	5	1	4.00	0.6
昭君出	徐少														
塞瓷板	波	3.45	3	1	5	3	1	3	1	5	5	5	3	5.00	0.4
粉彩花	张松														
鸟瓷盘	茂	3.61	5	1	5	5	5	3	3	1	5	5	3	4.00	0.4
粉彩梅	张松														
花盘	茂	3.03	5	1	5	5	5	3	1	1	5	5	3	3.00	0.4
江南问	熊立														
道瓷盘	新	5.00	5	1	5	3	1	5	1	5	3	5	1	4.00	0.4