

## 中國瓷器拍賣市場的定價模型

楊宇展<sup>1</sup>、黃瓊玉<sup>2</sup>、張鐸瀚<sup>3</sup>

### 摘要

中國瓷器拍賣市場擁有悠久的歷史，並在近年來經歷了顯著增長。特別是明代瓷器已成為全球拍賣中的一種有價值的商品，並在一定程度上轉變為中國文化標誌。然而，文獻上仍然缺乏關於中國瓷器拍賣價格影響因素和評估方法的討論。為了填補這一空白，本研究蒐集了 2000 年至 2019 年間雅昌藝術網的全部中國瓷器拍賣數據，並對影響拍賣價格的環境因素、藝術因素以及其他相關因素進行數據清理，以特徵價格法建立瓷器拍賣的價格模型。研究結果顯示，影響瓷器拍賣價格的因素有拍賣公司、拍賣城市、拍賣年份、拍賣月份、瓷器釉色、瓷器類型、瓷器年代以及瓷器狀態。其中，廈門、北京東正公司、明代永樂宣德年製瓷器、元代青花瓷器釉色等的溢價程度最高。本研究不僅為中國瓷器拍賣提供了理論基礎，還建立了一個客觀的拍賣定價模型，研究成果可供藝術欣賞、投資決策以及文化遺產保護等方面參考。

**關鍵字：**藝術品拍賣、中國瓷器、特徵價格模型、價格影響因素

---

<sup>1</sup> 閩江學院人文學院歷史系文物與博物館專業本科生。

<sup>2</sup> 通訊作者，南華大學管理學院文化創意事業管理學系助理教授。

<sup>3</sup> 閩江學院新聞傳播學院網路與新媒體系教授。



## 壹、緒論

在注重藝術品金融化的拍賣行業中，藝術精品正逐漸轉變為一個具有創新性、風險可控和回報可觀的金融投資品種。原先衰退的藝術品金融行業在多方資金的推動下不斷崛起，成為眾多投資者關注的焦點。在這一行業的繁榮中，交易標的繁多，其中，中國書畫和中國古代瓷器在藝術品拍賣品類中佔據份額較大，其定價問題值得關注和討論。然而，當前瓷器鑒定市場存在一系列問題，如缺乏科學的鑒定方法和評估標準，導致價格鑒定的結果可能相差甚遠。這些問題給瓷器交易市場帶來了巨大的不確定因素。

在藝術品定價領域的文獻中，研究主要集中在中國書畫和外國油畫等領域，而對於瓷器定價的討論相對較少。在少數瓷器定價的討論中，也多集中於影響瓷器價格因素的猜測，缺乏定量研究。因此，對於瓷器價格的研究是一個值得探討的議題。本研究旨在通過對中國古代瓷器的分類研究，確定其作為影響拍賣標的主要因素。為貼合實際應用需求，本研究蒐集整理了 2019 年以前公開市場上所有中國瓷器拍賣資料，找出影響中國古代瓷器定價的各種因素。其次，考慮到中國瓷器的特殊性，本研究採用特徵價格法，建立適合其定價模式的線性價格模型。最後，以描述性分析和多元迴歸分析，從客觀資料中總結出影響瓷器定價的主要因素。本文綜合考慮各種因素並進行定量分析，以期為投資者、藝術品管理機構、學者和其他相關人士提供有益資訊參考，推動藝術品定價行業發展，進而促進中國瓷器市場的健康繁榮和達成瓷器文化傳承。

## 貳、中國古代瓷器特徵價格指數模型構建

### 一、模型構建

Chanel, Gérard-Varet, & Ginsburgh (1996) 指出部分實質資產如房地產、藝術品等流動性較差，只有部分存量在市場中銷售，再加上這類商品產品異質



(heterogeneity) 的特性，很難通過市場價格、交易數量等進行市場模型的建構與使用。特徵價格法 (hedonic price method) 視個別資產內在特徵均有所不同，適用於非齊質性產品價格模型的設定。該方法最初用於房地產市場，通過將房屋拆解為各種特徵 (如房間數量、地理位置、建築年代等)，並分析這些特徵對房屋價格的影響，從而實現對房屋價格的客觀評估 (程睿，2013)。隨後，在書畫藝術品定價的研究中，特徵價格法也被廣泛採用。學術界在書畫藝術品定價的理論中，重複銷售法 (repeat-sales regression method) 和特徵價格法是兩種最主要的思路 (周思達、楊勝剛，2014)。而用作討論的大部分為特徵價格法，優點之一在於其充分考慮了對藝術品的異質性，而不必局限於同一件藝術品的多次不同銷售價格；優點之二是該方法能夠利用所有拍賣資料進行迴歸分析，避免重複銷售法因數據選擇而帶來的資訊損失，並充分考慮作品的不同特徵對價格的影響 (張東深，2015)。

中國瓷器作為傳統文化的代表，具有獨特的歷史和審美價值，其價格受多種因素影響。過去的研究主要關注這些影響因素，但對瓷器價格模型的構建和發展研究較少。在瓷器價格模型主要使用上，學者們已經在瓷器的定價研究中使用了 Hedonic 模型 (黃惠喆、吳晴雯、黃弘，2020；孫萬欣，2020)，從成交價、估價、件、創作年代、底款、藝術流派、工藝、來源、記錄等變數對古彩瓷進行價格模型設定。另有學者提出了自訂之成本法、收益法和市場法三種估價方法，而此定義方法大多涉及近現代陶瓷之定價，對中國古代瓷器定價無法完全適用 (尹俞潼，2014)。文獻中也有學者使用歸一法，對中國瓷器的尺寸、年代、品種、各朝代出現的器型、具體裝飾紋樣、用途、存世量、以及其自身價值、文化傳播價值、經濟價值等方面進行價值計算與現當代價格分析估算，從而得出瓷器藝術價值的估算公式和價值量化參考模式 (曹新強，2013)。在以上瓷器價格模型中，使用方法大多困囿於樣本資料過少、評判標準較為主觀化、定價方面較為狹窄。綜上所述，特徵價格迴歸法模型適用於擁有大量資料的情況下，適宜對中國瓷器



的價格進行客觀詳細定價，是本篇文章內容與原始統計資料最佳的價格模型。

借鑒房地產研究領域的經驗，本研究將特徵價格法應用到中國古代瓷器的定價。特徵價格法能將瓷器拆解為不同的內在基本特徵，考慮這些特徵對消費者競爭環境和效用的影響，從而實現對瓷器價格的客觀定價。其使用公式如下：

$$\ln P_{it} = \alpha + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + \sum_{t=1}^T \gamma_t D_{it} + \varepsilon_{it} \text{。}$$

其中， $\ln P_{it}$  表示藝術品  $i$  在時間  $t$  的成交價取自然對數值。 $X_{kit}$  是藝術品  $i$  在時間  $t$  的一組關於屬性  $k$  的價值 ( $k = 1, 2, \dots, K$ )，例如瓷器的所屬朝代、色彩、器型、瓷器品項完殘情況等。 $D_{it}$  是時間變數，如果藝術品  $i$  在時間  $t$  期出售，則其值等於 1，否則等於 0。 $\varepsilon_{it}$  是殘差項，代表第  $i$  個藝術品無法量化的特徵，如拍賣會場因買家主觀因素所產生的購買偏好。 $\beta_k$  係數代表了屬性特徵的預估價格。 $\gamma_t$  係數提供了從初始期間到  $t$  期的平均價格變化估計值，將  $\gamma_t$  的估計值取反對數可用於構建一個控制所售藝術品品質的藝術價格指數。

## 二、資料來源與資料預處理

雅昌藝術網是全球重要的中國藝術品專業門戶和最活躍的線上互動社區，被認為是獲取藝術資訊的首選媒體平臺。該網站彙集了大量藝術諮詢，並保存了自 1993 年以來 75 家重要專業藝術品拍賣機構的所有交易資料。資料來源為以 Python 資料爬蟲程式，從雅昌藝術網蒐集研究所需的拍賣相關資料。具體而言，透過雅昌網站的搜索功能，輸入關鍵字如“瓷器”、“陶瓷”等，以獲取與瓷器相關的交易資料，包括拍賣公司、拍賣地區、拍賣城市、拍賣月、拍賣會名稱、拍品類型、拍賣編號、成交價、預估價、作品名稱等資訊。通過網路爬蟲技術，設置相關關鍵字獲取全部樣本數量，以提供初步資料和支援研究需求。

研究採集的資料時間範圍設定為 2000 年至 2019 年，原因如下。本研究原先



從雅昌藝術網以資料爬蟲程式蒐集 1993 年至 2019 年間的全部拍賣資料，總計 508,990 份，涵蓋中國書畫、西方水彩古畫、瓷器、金石器等多個品類。其中，中國瓷器交易資料樣本達 439,159 份，但由於落槌價和資訊不完整等原因，無法使用的樣本占 228,361 份；另外在整體資料中，1993 年至 1999 年的資料僅有 423 例，數量不足以支撐資料分析；因此本研究選用 2000 年作為研究期間的起始期。其次，將 2019 年作為研究期間的終止期是出於考慮到 2020 年始的新型冠狀病毒疫情對中國經濟帶來的巨大影響，由於價格模型無法有效處理突發事件對市場產生的作用，遂將 2019 年設定為研究期間的終止期，如此，研究結果才能夠為未來投資市場發展提供可靠的參考資訊。

綜上所述，本研究以 2000 年至 2019 年雅昌藝術網的瓷器交易資料來分析。在資料獲取後，先以 Excel 統計軟體對雅昌網上的瓷器資訊進行整理，包括拍賣公司、拍賣城市、拍賣年月等具體資料。在清洗和分析資料過程中，記錄並刪除資料缺失的要素，通過資料關鍵字檢索如「是否殘損」等，篩選出「有、無、無顯示」等樣本以進行清單記錄。最終，本研究總共收錄了 209,711 份可用於特徵價格指數模型的迴歸分析的瓷器資料。

### 三、變數操作定義

本文將描述瓷器的特徵向量分為環境因素、作品因素、其他因素等三大類，分別解釋如下：

#### (一) 環境因素

環境因素包括：

1. 拍賣大環境：拍賣大環境是不同年份宏觀經濟的變化而反映在拍賣行業成交總價上，尤其是在各年份之間出現明顯差異的情況。隨著中國市場經濟的發展，藝術品市場逐漸興起、發展和成熟，具有與其他物質產品



市場不同的特點（王曉梅，2007）。考慮到宏觀經濟資料發佈存在時間滯後的不確定性，在臨近年份觀測宏觀經濟時，常常難以做出準確判斷，因此依賴學者發表的關於拍賣大環境的論文理論作為評估依據，無法滿足研究的嚴謹性要求。因此，本文對拍賣大環境的資料解釋和採用，除了參考部分學者對拍賣大環境的概述外，還選擇了雅昌資料年度報告。雅昌藝術市場監測中心（AMMA）與法國知名藝術機構 Artprice 為更廣泛地向中國乃至整個亞洲區域發佈獨家藝術市場的訊息和資料，於2013年達成戰略合作關係，每年發佈藝術市場年度報告。通過採用雅昌藝術網的藝術市場年度報告，作為本研究的拍賣大環境判斷和解釋提供了資料支援和理論基礎。在變數選擇方面，避免通過多方評判而產生的主觀性判斷，如「經濟黃金時期」、「經濟蕭條時期」等因素，本研究以年份作為定義拍賣大環境的變數。

2. 拍賣地點：拍賣地點指的是進行拍賣交易的城市名稱，反映了不同城市對拍賣物品的供需情況。通過資料分析，可以觀察到不同地區擁有不同類型的陶瓷拍賣，而同類型的陶瓷在不同城市的拍賣，亦呈現出不同的價格表現。一線城市如北京、上海、廣州、深圳等舉辦的拍賣會主要展示古瓷、高古瓷、名瓷等；而類似江西景德鎮等陶瓷產地的拍賣則以近現代新瓷為主，價格也存在明顯差異。根據雅昌藝術網的資料報導，近年來中國文物藝術品交易主要集中在京津冀、長三角和中西部地區。其中，京津冀地區以北京為主要交易中心，佔據了較大市場份額（李紅娟、駱阿雪、楊列，2010）；長三角地區的交易量位居第二；其他地區、港澳臺地區以及珠三角地區的交易量逐漸降低。不同拍賣地點對不同類型的陶瓷拍賣具有不同偏好，其價格與拍賣城市的歷史文化底蘊和經濟發展水準密切相關：一方面，城市的歷史文化底蘊會影響當地市民對陶瓷的情感認同和收藏偏好，進而對拍賣市場產生影響；另一方面，城市的



經濟發展水準將決定當地居民的購買能力和消費習慣，從而影響到拍賣市場上的價格。通過統計分析不同城市對陶瓷拍賣的偏好，可以瞭解不同城市對陶瓷拍賣價格的影響（林采宜，2017）。在選擇拍賣地點時，考慮到拍賣城市眾多，無法對所有城市進行比較，因此本研究以 3,000 筆拍賣作為標定基準，按拍賣數量從多到少的順序篩選了北京、上海、廣州、天津、杭州、廈門、南京、昆明、深圳以及其他城市合併進行研究。另外，本研究重點乃在於討論中國大陸的陶瓷拍賣情況，對於臺灣、香港、澳門等地，由於經濟體制上的差異，將不進行討論。

3. 拍賣時間：在本研究中，拍賣時間指的是拍賣物品交易發生的具體月份。在藝術品拍賣領域，拍賣時間的選擇不僅反映了季節變化，更體現了市場策略和需求波動。拍賣時間通常分為春拍和秋拍兩季，並以這兩個季節來命名。雖然春拍和秋拍被視為行業慣例，但實際上拍賣公司會根據市場情況和其他因素靈活調整拍賣時間，以獲取最佳的交易效果。然而，需要指出的是，儘管拍賣被稱為春拍或秋拍，實際上並不一定在春季或秋季舉行，有時春季拍賣的時間可能延至 7、8 月份。舉例來說，2020 年富藝斯香港春拍原定於 5 月 31 日至 6 月 2 日舉行，但延期至 7 月 5 日之後；而香港蘇富比也宣佈將春拍推遲至 7 月初。從每年的春拍到秋拍，時間間隔較長，專業人士在此期間能夠獲取大量有關藝術市場的資訊；而從秋拍到第二年的春拍，時間較短，因此觀望者會增多。儘管春拍和秋拍的時間不同，但不同時間的拍賣對瓷器價格也有相關影響。根據「安涅絲藝術指數」對 2000 年到 2010 年每年拍賣單品成交額的 TOP10 進行分析，無論是從價格還是數量上看，春拍的表現都低於秋拍。通過雅昌藝術網 2013 年春季至 2018 年中國藝術品拍賣數量和成交金額變化的統計資料顯示，在 2018 年之前的 6 年中，秋拍的價格通常高於春拍。相同品種的拍賣物品在不同季節的拍賣中往往會產生較大的價格差



異。因此，不同的拍賣時間對瓷器拍賣應會產生不同的影響。根據以上實例和結論，在討論時應根據具體的拍賣月份，而非僅僅根據春季或秋季進行劃分。

4. 拍賣行：在本研究中，拍賣行指的是被物品交易委託的公司，不同的拍賣行對不同類型的拍賣物品有著各自的偏好。通常交易金額較高的物品往往由規模較大的拍賣行進行拍賣，這些知名度較高的拍賣行也因其品牌影響力而得到藏家的信賴與支持。學者牟建平將中國的拍賣公司分為四檔。他認為：「第一檔包括中國嘉德、北京保利、北京匡時、北京翰海這四家公司，無論是成交額還是影響力都居行業前列，瓜分了整個市場的『半壁江山』；中貿聖佳、浙江西泠印社、北京榮寶、北京誠軒、北京長風、上海朵雲軒等屬於第二檔，市場份額約 30%；其他如北京華辰、上海崇源、北京歌德等則歸為第三檔，市場份額在 10%左右；第四檔基本是一些靠賣假貨生存的公司」。另外，李紅娟、駱阿雪、楊列(2010)的報告指出，香港的蘇富比和佳士得兩家拍賣公司，在頂級瓷器方面佔有絕對優勢。觀察歷年來蒐集的資料，發現華藝國際拍賣有限公司實際上是廣州嘉德公司更名。因此在本研究中，需要詳細瞭解和區分不同公司的更名情況以及新興崛起公司的銷售數量。鑒於拍賣行眾多，研究最終選擇以 4,000 筆資料為基準，並選擇排名靠前的拍賣公司，最後將中國嘉德、北京保利、北京翰海、太平洋國際、北京中漢、華藝國際、華辰拍賣、北京匡時、北京東正以及其他公司合併進行統計與篩選。

## (二) 作品因素

本研究採用雅昌藝術網中國藝術品拍賣市場的所有交易資料作為研究樣本。根據該平臺所記錄的資料，已知拍賣的瓷器作品上限年代為十世紀時期的定窯盤口梅瓶，因此可以將唐代至近現代作為瓷器生產時間的劃分標準。為進一步細化



瓷器的定價因素，本研究將在學者王胤卿（2005）與曹新強（2013）的研究基礎上對陶瓷發展的時間脈絡進行研究與總結。結合本研究特點，將影響瓷器定價的作品因素主要分為瓷器的製作朝代、瓷器的釉色、瓷器的器型與尺寸以及瓷器的完整性。對於「作品因素」的操作定義如下：

1. 瓷器的製作朝代：在《中華人民共和國文物保護法》的規定下，瓷器拍賣受到限制，不得拍賣元代以及元以前朝代的高古瓷器（海外回流瓷器除外）。這些法規的限制導致在瓷器拍賣過程中，一些賣家為方便上拍，將多數元代瓷器定為無法辨別的元明時期。在判斷標準方面，元代以前的瓷器通常根據窯口進行劃分，如宋代的五大名窯、八大窯系，珍貴程度常以窯口來確定（董凡，2005）；而從元代開始，景德鎮率先開展青花瓷的燒制，成為全國制瓷業中心，釉色也成為瓷器分類的重要依據（魏理，2008）。因此，在本研究中，由於法律法規的限制以及元代以前瓷器與後代瓷器判斷標準的不一致，未對元以前的瓷器進行詳細劃分，而對於元代瓷器，則僅分為元以前和元，而明清時期的陶瓷在拍賣市場中數量最為龐大。鑒於各個年代之間的差異以及學術界的習慣性定義，本文將通過葉喆民（2022）之《中國陶瓷史》一書，將瓷器的製作朝代細分為以下時期：元末明初（包括明早期、元末明初、元末、洪武、建文；時間跨度為西元 1368 年至 1402 年）；明永樂宣德（包括永樂、洪熙、宣德；時間為西元 1403 年至 1435 年）；明正統景泰天順（包括正統、景泰、天順；時間為西元 1436 年至 1464 年）；明成化弘治（包括成化、弘治、正德；時間為西元 1465 年至 1521 年）；明嘉慶萬曆（包括嘉靖、隆慶、萬曆；時間為西元 1522 年至 1620 年）；明末清初（包括清早期、明泰昌、天啟、崇禎、清崇德、順治；時間為西元 1621 年至 1661 年）；清康熙雍正乾隆（包括康熙、雍正、乾隆；時間為西元 1661 年至 1795 年）；清嘉慶道光咸豐（包括嘉慶、道光、咸豐、同治；時間為西元 1796



年至 1874 年)；清光緒宣統 (包括光緒、宣統；時間為西元 1874 年至 1912 年)。

2. 瓷器的釉色：在中國陶瓷發展史上，不同歷史時期的瓷器釉色工藝呈現出多樣化和逐步完善的特點。東漢時期已經出現成熟的青瓷，隋唐時期單色釉瓷器逐漸普及發展，而元代青花瓷器在景德鎮成功創燒後，開啟了釉下彩瓷的新時代。到了元以後，瓷器釉色不僅有釉下彩繪如青花，也有釉上彩繪如五彩、素三彩，還有釉上與釉下結合的彩繪如鬥彩。而彩瓷眾多，在單色釉方面就具有許多類型，以明代為例，如永樂甜白釉；永樂、宣德紅釉；弘治黃釉；正德孔雀綠；嘉靖棗皮紅等。與此同時，還生產了珐花器，其釉色主要釉孔雀藍、孔雀綠、茄皮紫、黃等色調。由於顏色和技法眾多，本研究將影響定價的不同釉色瓷器進行分割劃分。其典型製作有：釉下彩瓷中的青花、釉裡紅；釉上彩瓷中的粉彩、五彩、鬥彩、素三彩、瑤瑯彩、廣彩、墨彩、金彩；顏色釉瓷中的紅釉、藍釉、茄皮紫、廠官釉、紫金釉、烏金釉、青釉。除以上名品外，同樣有青花夾紫、窯變、豬肝、乳鼠皮、雞油黃等等 (林亞宏，2013)。以上名稱有的重複別稱、有的名存實亡，故最終選擇雅昌藝術網資料中對瓷器釉色分類的原始標準：單色釉、青花、青花釉裡紅、鬥彩、粉彩、五彩、以及其他彩釉瓷器。根據瓷器的製作釉色工藝程度，本研究將瓷器分類如下：元代以前陶瓷、元代青花瓷器、元代其他彩釉瓷器、明代青花瓷器、明代單色釉瓷器、明代其他彩釉瓷器、清代青花瓷器、清代單色釉瓷器、清代粉彩瓷器、清代其他彩釉瓷器、清代五彩瓷器、清代鬥彩瓷器、清代青花釉裡紅瓷器。
3. 瓷器的器型與尺寸：在瓷器研究中，尺寸的判斷與書畫不同，通常使用長寬等測量作為參考，但由於瓷器的立體特性無法完全用單一標準描述。因此，在面對龐大資料量和不同測量方法可能帶來的誤差時，本研究將



專注於瓷器的器型討論與分析。在瓷器造型分類方面，目前尚缺乏統一的分類方法。在民間古玩市場，瓷器器型通常被分為立件、蹲件、趴件等。同時，學者們也將其歸納為文房器、把玩器、使用器、觀賞器四大類（曹新強，2013）。然而，這些分類方式往往混合了研究者個人主觀因素，容易導致對同一器物的不同分類標準。為解決這一問題，本研究採用了尊瓶罐形式、盤碗杯形式、壺盒形式、文房雅器形式、佛像和人像形式、鳥獸和水族形式、及其他形式進行分類（呂葉紅，2005；呂葉紅，2006a；呂葉紅，2006b）。這種分類方法的優勢在於可通過名稱和用途直接確定分類，減少了因主觀考慮而產生的分類錯誤，從而為研究提供了更可靠的基礎。

4. 瓷器的完整性：在瓷器市場上，瓷器的完整性一直是影響價格的重要因素。同一種類、年代、釉色的完整瓷器往往比殘缺瓷器在價格上有明顯優勢。這是因為完整的瓷器通常更為稀缺，特別是保存完好、無損壞的瓷器更是少見。稀有性被視為收藏品升值的重要因素之一，在這一背景下，完整性高的瓷器往往具有更高的收藏價值，進而直接影響其市場價格。因此，瓷器的完整性不僅關乎其藝術品質，更直接影響著市場價值和受歡迎程度。

### （三）其他因素

由於本論文所用資料均源自雅昌藝術網，因此對於瓷器拍賣價格的研究只能提供一個平均價格參考。然而，除了價格外，瓷器價格受到多種因素的影響，包括但不限於：供求價值理論（常栓懷、宋元梁，2010）、消費者個人投資心理（周思達、楊勝剛，2010b）、個人對瓷器美學的主觀評價（胡靜、答勝鋒，2008）、瓷器出現的偶然性（劉翔宇，2012）、藝術品假拍（王藝、張雪峰，2010）、瓷器的藝術風格、瓷器背後的人文意識和社會背景等（Valsan, 2002; Førsund, 2006;



Beckmann, 2004; Ekelund, Jr., Ressler, & Watson, 2000)。這些非科技測量分析資料無法進行整理和計算，因此在論文中將其作為文獻參考，而不是進行深入研究和闡述。這樣做有助於確保研究的客觀性和準確性，避免在無法獲得準確資料的情況下得出片面或錯誤的結論。

本研究依據雅昌藝術網所公布的 2000 年至 2019 年的瓷器拍賣資料，篩選整理後共得 209,711 份樣本，建構中國瓷器的特徵價格模型，以瓷器成交價為應變數和 87 個特徵參數供模型適配選擇，如表 2-1：

表 2-1 中國瓷器特徵變數操作定義

變數	變數構成	變數名稱	操作定義
應變數		成交價	雅昌藝術網登載拍賣金額
環境因素	拍賣地點	北京	參照組
		上海	上海拍賣取值為 1，否則為 0
		廣州	廣州拍賣取值為 1，否則為 0
		天津	天津拍賣取值為 1，否則為 0
		廈門	廈門拍賣取值為 1，否則為 0
		杭州	杭州拍賣取值為 1，否則為 0
		南京	南京拍賣取值為 1，否則為 0
		昆明	昆明拍賣取值為 1，否則為 0
		深圳	深圳拍賣取值為 1，否則為 0
		其他	其他地區拍賣取值為 1，否則為 0
	拍賣年份	2000	參照組
		2001	2001 拍賣取值為 1，否則為 0
		2002	2002 拍賣取值為 1，否則為 0



	2003	2003 拍賣取值為 1，否則為 0
	2004	2004 拍賣取值為 1，否則為 0
	2005	2005 拍賣取值為 1，否則為 0
	2006	2006 拍賣取值為 1，否則為 0
	2007	2007 拍賣取值為 1，否則為 0
	2008	2008 拍賣取值為 1，否則為 0
	2009	2009 拍賣取值為 1，否則為 0
	2010	2010 拍賣取值為 1，否則為 0
	2011	2011 拍賣取值為 1，否則為 0
	2012	2012 拍賣取值為 1，否則為 0
	2013	2013 拍賣取值為 1，否則為 0
	2014	2014 拍賣取值為 1，否則為 0
	2015	2015 拍賣取值為 1，否則為 0
	2016	2016 拍賣取值為 1，否則為 0
	2017	2017 拍賣取值為 1，否則為 0
	2018	2018 拍賣取值為 1，否則為 0
	2019	2019 拍賣取值為 1，否則為 0
拍賣月份	12 月	參照組
	1 月	1 月拍賣取值為 1，否則為 0
	2 月	2 月拍賣取值為 1，否則為 0
	3 月	3 月拍賣取值為 1，否則為 0
	4 月	4 月拍賣取值為 1，否則為 0
	5 月	5 月拍賣取值為 1，否則為 0
	6 月	6 月拍賣取值為 1，否則為 0
	7 月	7 月拍賣取值為 1，否則為 0



	8 月	8 月拍賣取值為 1，否則為 0
	9 月	9 月拍賣取值為 1，否則為 0
	10 月	10 月拍賣取值為 1，否則為 0
	11 月	11 月拍賣取值為 1，否則為 0
拍賣公司	中國嘉德	參照組
	北京保利	北京保利公司拍賣取值為 1，否則為 0
	北京翰海	北京翰海公司拍賣取值為 1，否則為 0
	太平洋	太平洋公司拍賣取值為 1，否則為 0
	北京中漢	北京中漢公司拍賣取值為 1，否則為 0
	華藝國際	華藝國際公司拍賣取值為 1，否則為 0
	華辰拍賣	華辰拍賣公司拍賣取值為 1，否則為 0
	匡時	匡時公司拍賣取值為 1，否則為 0
	北京東正	北京東正公司拍賣取值為 1，否則為 0
	其他	其他拍賣公司拍賣取值為 1，否則為 0
作品因素	完整性	參照組
	無標注	
	有瑕疵	有瑕疵取值為 1，否則為 0
製作朝代	元以前	參照組
	元	元取值為 1，否則為 0
	元末明初	元末明初取值為 1，否則為 0
	明永樂宣德	明永樂宣德取值為 1，否則為 0
	明正統景泰天順	明正統景泰天順取值為 1，否則為 0
	明成化弘治正德	明成化弘治正德取值為 1，否則為 0
	明嘉靖萬曆	明嘉靖萬曆取值為 1，否則為 0
	明無法辨別	明無法辨別取值為 1，否則為 0
	明末清初	明末清初取值為 1，否則為 0



	清康雍乾	清康雍乾取值為 1，否則為 0
	清嘉慶道光咸豐	清嘉慶道光咸豐取值為 1，否則為 0
	清同治光緒宣統	清同治光緒宣統取值為 1，否則為 0
	清無法辨別	清無法辨別取值為 1，否則為 0
釉色類型	元代以前陶瓷	參照組
	元代-青花瓷器	元代-青花瓷器取值為 1，否則為 0
	元代-其他彩釉瓷器	元代-其他彩釉瓷器取值為 1，否則為 0
	明代-青花瓷器	明代-青花瓷器取值為 1，否則為 0
	明代-單色釉瓷器	明代-單色釉瓷器取值為 1，否則為 0
	明代-其他彩釉瓷器	明代-其他彩釉瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-青花瓷器	清代-青花瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-單色釉瓷器	作品屬於清代-單色釉瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-粉彩瓷器	清代-粉彩瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-其它彩釉瓷器	清代-其它彩釉瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-五彩瓷器	清代-五彩瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-鬥彩瓷器	清代-鬥彩瓷器取值為 1，否則為 0
	清代-青花釉裡紅瓷器	清無法辨別取值為 1，否則為 0
器物類型	盤碗杯	參照組
	尊瓶罐	尊瓶罐取值為 1，否則為 0
	其他	其他類型為 1，否則為 0
	盆缸	盆缸取值為 1，否則為 0
	文房雅器	文房雅器取值為 1，否則為 0
	壺盒	壺盒取值為 1，否則為 0
	人像與瓷板雕塑	人像與瓷板雕塑取值為 1，否則為 0



## 參、實證結果分析

此節分別說明 2000 年到 2019 年中國瓷器拍賣 209,711 份樣本的資料統計描述和統計推斷兩個部分的分析結果。首先通過統計表的編制來表述資料的分佈特徵，隨後進行多元線性迴歸分析，瞭解成交價與 87 個特徵變數之間的關係。

### 一、描述性分析

#### (一) 拍賣地點拍賣件數統計

作為中國大陸的藝術品拍賣中心，京津地區以其較高的拍品價格著稱，交易額比成交拍品的數量高出 10 個百分點，因此屬於中國拍賣行業的高端市場。這一現象可以歸因於首都虹吸效應和資源的長期積累，這些因素共同促成了京津地區優質的藝術資源和成熟的藝術產業鏈（林采宜，2017）。

同時，隨著一線城市的經濟發展和資金聚集，上海、廣州等城市在瓷器拍賣領域也逐漸嶄露頭角。根據表 3-1 的資料顯示：北京在總樣本量中占比最大，達到 70.65%，位居第一；上海以 7.05% 的樣本量排名第二；其他城市（非篩選城市的集合）個體占比相對較低，總體占比為 6.04%；廣州以 5.30% 的樣本量位居第三；天津占比為 3.00%，排名第四；廈門是閩浙沿海主要拍賣場地之一，占總樣本量的 2.13%；杭州、南京、昆明、深圳等城市的樣本量逐漸減少，分別佔據 1.87%、1.68%、1.36%、0.93%。

通過以上資料，初步推斷北京和上海在中國瓷器拍賣市場中具有較大的影響力，其拍賣結果可能對整體市場產生引導作用。儘管其他城市的樣本量較少，但也反映了中國瓷器拍賣市場的分佈多樣性，不同地區的特色和特點在拍賣價格形成中可能發揮著不同的作用。



表 3-1 2000-2019 年期間拍賣地點拍賣件數統計表

城市	樣本量	百分比
北京	148158	70.65%
上海	14778	7.05%
其他	12662	6.04%
廣州	11114	5.30%
天津	6286	3.00%
廈門	4475	2.13%
杭州	3914	1.87%
南京	3524	1.68%
昆明	2842	1.36%
深圳	1958	0.93%
總計	209711	100.00%

## (二) 拍賣年份拍賣件數統計

根據表 3-2 的資料顯示，從 2000 年到 2019 年，瓷器拍賣樣本量總體呈現增長趨勢。尤其值得注意的是，2006 年和 2018 年的樣本量較為顯著，分別占總樣本量的 7.25% 和 8.10%，這可能反映了當時瓷器拍賣市場的活躍程度和關注度較高。在宏觀環境方面，財富階層的湧現、產業結構政策對藝術品市場的傾斜、以及貨幣政策造就的拍品「億元時代」等因素都對拍賣大環境的繁榮產生了積極影響（梅立崗，2011）。

同時，不同年份可能對不同類型、時期或區域的瓷器表現出更高的興趣和需求。比如，在早些年份可能湧現出對特定歷史時期的瓷器的熱情，或者早些年份中國買家對海外回流瓷器的強烈需求，產生了“瓷器愛國主義”，導致樣本量的增加。2005 年 8 月，英國《衛報》引述佳士得行政總裁多蘭的話稱，愈來愈多的



買家來自中國，他們顯然熱衷於買回自己國土的流失文物，來自中國的古董買家愈來愈豪爽。

表 3-2 2000-2019 年期間拍賣年份拍賣件數統計表

年份	樣本量	百分比
2000	1323	0.63%
2001	2029	0.97%
2002	4117	1.97%
2003	6691	3.20%
2004	8754	4.18%
2005	11063	5.29%
2006	15181	7.25%
2007	12178	5.82%
2008	10388	4.96%
2009	8385	4.01%
2010	11960	5.71%
2011	13423	6.41%
2012	10158	4.85%
2013	11886	5.68%
2014	13666	6.53%
2015	12013	5.74%
2016	11840	5.66%
2017	12515	5.98%
2018	16956	8.10%
2019	14762	7.05%



總計	209711	100.00%
----	--------	---------

### (三) 拍賣月份拍賣件數統計

在瓷器拍賣市場中，拍賣主要分為春季和秋季兩季，不同時間的拍賣活動對瓷器價格也有相關性影響。各個拍賣行舉辦拍賣的時間各不相同，根據表 3-3，12 月擁有最高的樣本量，占總樣本量的 18.35%，表明 12 月可能是瓷器拍賣市場中活動最為頻繁和集中的月份之一。這可能與春節前的購物季和年終清算有關，吸引了更多的拍賣活動。其次是 6 月和 11 月，分別占 14.87%和 10.53%，這兩個月份也顯示出較高的活動水準。相反，2 月的樣本量最低，僅占 0.25%，這可能受到春節假期的影響。春節期間商業活動通常減少，導致 2 月的樣本量較少。其他樣本量較低的月份包括 8 月和 4 月，分別占 3.74%和 6.25%，這些月份可能是相對較平穩的拍賣市場時段。不同月份的活動水準反映了瓷器拍賣市場在不同時間段的特點和活躍程度。

表 3-3 2000-2019 年期間拍賣月份拍賣件數統計表

月份	樣本量	百分比
1	16319	7.78%
2	520	0.25%
3	15141	7.22%
4	13104	6.25%
5	15397	7.34%
6	31191	14.87%
7	15711	7.49%
8	7834	3.74%
9	19954	9.51%



10	13976	6.66%
11	22081	10.53%
12	38483	18.35%
總計	209711	100.00%

#### (四) 拍賣公司拍賣件數統計

根據表 3-4 的資料表顯示，中國嘉德、北京保利和北京翰海三家拍賣公司在樣本量中佔據較大比例，分別為 18.25%、15.05%和 10.82%。這表明它們在研究樣本中具有較高的活動量和影響力，是瓷器拍賣市場的主要參與者。這些拍賣公司在瓷器拍賣市場中扮演著重要的角色，其舉辦的拍賣活動對市場價格和活動水準具有較大的影響。另外，由於對香港、澳門等地點的篩選，老牌的蘇富比公司、佳士得公司等樣本中並不多，只得併入其他拍賣公司這一集群中。樣本資料顯示瓷器拍賣市場的格局相對多樣化，不同拍賣公司共同構成了一個多元化的市場環境。其他拍賣公司總計樣本量為 90,095，占總樣本量的 42.96%。雖然整體樣本量較大，但單個公司的樣本量較少，反映了市場上存在多家擁有一定規模但影響力相對分散的拍賣公司。

表 3-4 2000-2019 年期間拍賣公司拍賣件數統計

拍賣公司	樣本量	百分比
中國嘉德	38263	18.25%
太平洋	8514	4.06%
北京中漢	5458	2.60%
北京東正	1599	0.76%
北京保利	31553	15.05%
北京翰海	22700	10.82%



匡時	2849	1.36%
華藝國際	5195	2.48%
華辰拍賣	3485	1.66%
其他	90095	42.96%
總計	209711	100.00%

#### (五) 拍賣瓷器製作朝代件數統計

根據表 3-5 顯示：元代樣本量為 5,233，占總樣本的 2.50%。元以前的樣本量為 6,587，占總樣本的 3.14%。元末明初的樣本量為 1697，占總樣本的 0.81%。明無法辨別的樣本量最多，為 9,447，占總樣本的 4.50%。明末清初的樣本量為 6236，占總樣本的 2.97%。明正統景泰天順、明永樂宣德、明成化弘治正德和明嘉靖萬曆這幾個時期的樣本量較少，分別占總樣本的 0.11%、0.81%、0.62%和 2.66%。清無法辨別的樣本量最多，有 57,111，占總樣本的 27.23%。清同治光緒宣統的樣本量為 29,412，占總樣本的 14.03%。清康雍乾的樣本量最大，為 66,248，占總樣本的 31.59%。清嘉慶道光咸豐的樣本量為 18,933，占總樣本的 9.03%。

綜上所述，清代瓷器在樣本中佔據主導地位，其中以清康雍乾時期的樣本量最多，占總樣本的 31.59%，可能反映了由於清康雍乾時期為盛世，瓷器製造行業發展迅速，故所留存的瓷器較多。而清代瓷器在樣本數量中佔據主導地位，亦可能反映了清代瓷器生產規模較大、品質較高、距今時間短，顯示在市場和收藏領域的重要地位。而樣本中有相當比例的瓷器無法確定具體是明還是清時期的，占樣本總數的 27.23%。這可能反映了在實際研究中，對於部分瓷器的時代歸屬存在較大的困難和爭議，需要更多的歷史文物鑒定和研究來解決這一問題。明代瓷器的樣本量相對較少，尤其是明正統景泰天順、明永樂宣德、明成化弘治正德等時期的樣本量較為稀少，這反映了明代瓷器在樣本中的珍貴性和稀缺性，對這一時期瓷器的收藏價值和市場關注度較高。



表 3-5 2000-2019 年期間拍賣瓷器製作朝代件數統計表

製作朝代	樣本量	百分比
元	5233	2.50%
元以前	6587	3.14%
元末明初	1697	0.81%
明無法辨別	9447	4.50%
明末清初	6236	2.97%
明正統景泰天順	226	0.11%
明永樂宣德	1708	0.81%
明成化弘治正德	1298	0.62%
明嘉靖萬曆	5575	2.66%
清無法辨別	57111	27.23%
清同治光緒宣統	29412	14.03%
清康雍乾	66248	31.59%
清嘉慶道光咸豐	18933	9.03%
總計	209711	100.00%

#### (六) 拍賣瓷器釉色類型件數統計

根據表 3-6 顯示：元代以前陶瓷：6,587 個樣本，占總樣本的 3.14%；元代其他彩釉瓷器：4,594 個樣本，占總樣本的 2.19%；元代青花瓷器：921 個樣本，占總樣本的 0.44%；明代其他彩釉瓷器：3,372 個樣本，占總樣本的 1.61%；明代單色釉瓷器：8,210 個樣本，占總樣本的 3.91%；明代青花瓷器：11,480 個樣本，占總樣本的 5.47%；清代五彩瓷器：8,269 個樣本，占總樣本的 3.94%；清代鬥彩瓷器：6,769 個樣本，占總樣本的 3.23%；清代其他彩釉瓷器：23,990 個樣本，



占總樣本的 11.44%；清代單色釉瓷器:42,430 個樣本，占總樣本的 20.23%；清代青花瓷器: 49,297 個樣本，占總樣本的 23.51%；清代青花釉裡紅瓷器: 2,553 個樣本，占總樣本的 1.22%；清代粉彩瓷器:41,239 個樣本，占總樣本的 19.66%。

清代瓷器在樣本中的比例占到了絕大多數，其中清代青花瓷器、清代粉彩瓷器和清代單色釉瓷器三種類型樣本量最大，分別占總樣本量的 23.51%、19.66% 和 20.23%。清代瓷器在樣本中的數量優勢反映了其在瓷器收藏和研究領域的重要地位。清代五彩、鬥彩和其他彩釉瓷器樣本量也相對較高，分別占總樣本的 3.94%、3.23%和 11.44%。明代的陶瓷釉色類型中，青花瓷器的樣本量最大，單色釉瓷器次之，其他彩釉瓷器相對較少。明代的陶瓷製作在青花和單色釉方面表現出色。而元代及其以前朝代由於時代早，瓷器存世較少，樣本同樣少很多，總共僅有 5.77%。

表 3-6 2000-2019 年期間拍賣瓷器釉色類型件數統計表

釉色類型	樣本量	百分比
元代以前陶瓷	6587	3.14%
元代-其他彩釉瓷器	4594	2.19%
元代-青花瓷器	921	0.44%
明代-其他彩釉瓷器	3372	1.61%
明代-單色釉瓷器	8210	3.91%
明代-青花瓷器	11480	5.47%
清代-五彩瓷器	8269	3.94%
清代-鬥彩瓷器	6769	3.23%
清代-其它彩釉瓷器	23990	11.44%
清代-單色釉瓷器	42430	20.23%
清代-青花瓷器	49297	23.51%



清代-青花釉裡紅瓷器	2553	1.22%
清代-粉彩瓷器	41239	19.66%
總計	209711	100.00%

#### (七) 拍賣瓷器器物類型件數統計

根據表 3-7 的資料，盤碗杯和尊瓶罐在樣本中的數量較大，分別占總樣本量的 42.89%和 39.60%，是數量最多的兩種器物類型。這表明盤碗杯和尊瓶罐可能在古代被廣泛用作賞器、賞賜和分發，反映了它們在當時社會中的重要地位和應用範圍。相比之下，人像與瓷板雕塑、文房雅器、其他、盆缸和壺盒的樣本量相對較少，分別占總樣本量的 2.38%、3.55%、4.50%、3.69%和 3.39%。這可能是因為人像與瓷板雕塑在製作和保存過程中相對脆弱，需要更加謹慎的保管和處理，導致樣本量較少。

表 3-7 2000-2019 年期間拍賣瓷器器物類型件數統計表

器物類型	樣本量	百分比
人像與瓷板雕塑	4993	2.38%
文房雅器	7439	3.55%
其他	9440	4.50%
盆缸	7742	3.69%
壺盒	7112	3.39%
盤碗杯	89939	42.89%
尊瓶罐	83046	39.60%
總計	209711	100.00%

#### (八) 拍賣瓷器器物完整性件數統計



根據表 3-8，樣本中器物完整性的情況顯示出一定的比例差異。具體來說，無標注的樣本量占絕大多數，達到 70.74%，而有瑕疵的樣本量為 29.26%。雖然有瑕疵的樣本數量相對較少，但仍然需要被特別關注，因為這些瑕疵可能對器物的保存、價值和研究產生影響。

表 3-8 2000-2019 年期間拍賣瓷器器物完整性件數統計表

完整性	樣本量	百分比
無標注	148358	70.74%
有瑕疵	61353	29.26%
總計	209711	100.00%

## 二、多元線性迴歸分析

研究共蒐集 209,711 組樣本資料，87 個待估計參數，以統計軟體 Stata15 對方程式 (1) 做迴歸估計，得到  $F$  統計量值為 1,466.86，在 1% 的顯著性水準 (level of significance) 下  $p$  值為 0，可以拒絕虛無假設，意謂所用的整條迴歸模型具有解釋力。在模型線性擬合度方面，迴歸模型的判定系數值為 0.4627，均方根誤差為 1.4066。在討論變數的價格影響，Renneboog & Spaenjers (2013) 以通過取該變數係數的指數值後再減去 1 來近似估計，其解釋方式為：相對參照組，價格會高或低多少百分比。表 3-9 呈現中國瓷器特徵價格模型多元迴歸估計結果。從環境因素變數的估計結果可知，其他條件都不變的情況下：

1. 從瓷器拍賣地點看，對照於瓷器在北京拍賣，在 1% 的顯著性水準下，瓷器在上海的拍賣價格是北京拍賣價格的 75.48% ( $\exp^{-0.28} - 1 = -0.2442$ ，即上海的拍賣價格會比北京低了 24.42%；底下其他部分的數據得出和解釋依此類推)；瓷器在廣州的拍賣價格是北京拍賣價格的 70.57%；瓷器在天津的拍賣價格是北京拍賣價格的 74.34%；瓷器在廈



門的拍賣價格是北京拍賣價格的 213.46%；瓷器在杭州的拍賣價格是北京拍賣價格的 129.32%；瓷器在南京的拍賣價格是北京拍賣價格的 59.75%；瓷器在昆明的拍賣價格是北京拍賣價格的 143.40%；瓷器在深圳的拍賣價格是北京拍賣價格的 51.61%；瓷器在其他城市的拍賣價格是北京拍賣價格的 90.14%。其中，廈門拍賣價格溢價至 213.46%，在南京的拍賣價格下降至 59.75%；可見地點拍賣對瓷器價格影響巨大。

2. 從瓷器拍賣月份方面，對照於 12 月的瓷器拍賣，在 1%的顯著性水準下，瓷器在 1 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 51.17%；瓷器在 2 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 27.11%；瓷器在 3 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 56.61%；瓷器在 4 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 54.09%；瓷器在 5 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 108.26%；瓷器在 7 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 64.52%；瓷器在 8 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 67.63%；瓷器在 9 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 54.61%；瓷器在 10 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 58.16%；瓷器在 11 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 108.31%。在 1%的顯著性水準下，瓷器在 6 月的拍賣價格是 12 月拍賣價格的 102.75%。由結果可知，藝術品在年中的 5、6 月份，與年末的 11、12 月份溢價程度較高。
3. 從瓷器拍賣年份方面，對照 2000 年的瓷器拍賣，在 1%的顯著性水準下，瓷器在 2001、2003、2004、2008、2009、2010、2011、2012、2013、2014、2015、2016、2017、2019 年的拍賣價格分別是 2000 年的 150.87%、50.59%、76.23%、128.71%、153.64%、163.45%、229.83%、183.02%、174.57%、169.94%、146.70%、129.85%、127.07%、132.34%。在 5%的顯著性水準下，瓷器在 2007 的拍賣價格是 2000 年的 114.82%。由結果可知，從 2000 年到 2019 年，瓷器的拍賣價格整體上呈現出波動的走勢，漲跌幅度各異。2003 年的拍賣價格相對於 2000 年下降到了 50.59%，



是整個時間段中的最低點；而 2011 年的拍賣價格則達到了 229.83%，為整個時間段中的最高點。在以後時間段內，瓷器的拍賣價格整體上呈現持續下跌趨勢，直到 2019 年才逐漸回暖。這跟 2011 年藝術品拍賣市場泡沫化有著密切的關係，從大環境因素下傳導致拍賣情緒的下降。

4. 從瓷器拍賣公司來看，對照中國嘉德公司的瓷器拍賣，在 1% 的顯著性水準下，北京保利、太平洋、北京中漢、華藝國際、華辰拍賣、匡時、北京東正、其他拍賣公司的拍賣價格分別是中國嘉德公司的 160.56%、37.42%、135.67%、222.84%、258.32%、384.11%、452.01%、163.59%。由結果可知，不同拍賣行因專業程度、宣傳行銷手段、拍賣數量與品質等策略的不同，導致其對瓷器拍賣價格的影響各有不同。例如，與嘉德公司相比，北京東正公司為 452.01%，匡時公司為 384.11%，這兩家公司瓷器拍賣溢價最高，可能是由於其量少質精的原因；而太平洋公司僅為其 37.42%，顯示該公司在瓷器拍賣市場中的競爭力相對較弱。

從作品因素變數的估計結果可知，其他條件都不變的情況下：

1. 從瓷器的製作朝代來看，對照元代以前的瓷器拍賣價格，在 1% 的顯著性水準下，元代、明永樂宣德、明無法辨別、明末清初、清同治光緒宣統、清無法辨別的瓷器拍賣價格分別是元代以前的瓷器拍賣價格的 51.66%、541.33%、22.83%、44.39%、47.00%、23.75%。其中，明代永樂宣德年製作的瓷器是元代以前瓷器拍賣價格的 541.33%，是各年代中平均瓷器價格最高的朝代，而隨著時間的推後，價格也在逐漸走低，到了清代甚至不足元以前朝代價格的一半；但相比其餘的清康熙、清嘉慶道光咸豐製成的瓷器，價格差異則不具統計顯著性。
2. 從瓷器的製作釉色來看，對照元代以前陶瓷的拍賣價格，在 1% 的顯著



性水準下，元代-青花瓷器、元代-其他彩釉瓷器、明代-青花瓷器、明代-單色釉瓷器、明代-其他彩釉瓷器、清代-單色釉瓷器、清代-粉彩瓷器、清代-其它彩釉瓷器、清代-五彩瓷器、清代-鬥彩瓷器、清代-青花釉裡紅瓷器分別是元代以前的瓷器拍賣價格的 988.69%、220.86%、262.55%、233.90%、381.67%、181.31%、176.74%、189.38%、175.78%、322.59%、196.49%。其中，從高到低排序為：元代-青花瓷器、明代-其他彩釉瓷器、明代-青花瓷器、明代-單色釉瓷器、元代-其他彩釉瓷器、清代-五彩瓷器、清代-其他彩釉瓷器、清代-鬥彩瓷器、清代-單色釉瓷器、清代-粉彩瓷器；元代的青花瓷器價格相對最高，在市場上享有很高的價值和受歡迎程度，其稀缺性和獨特的藝術價值可能是推動價格上漲的主要因素。而從資料也可得知在瓷器拍賣中，並非時代越早的瓷器越值錢。

3. 從瓷器的製作器型來看，對照盤碗杯造型的瓷器價格，在 1%的顯著性水準下，尊瓶罐、其他器型、盆缸、文房雅器、壺盒、人像與瓷板雕塑的價格分別是盤碗杯造型瓷器價格的 172.91%、121.36%、156.20%、119.35%、123.52%、165.73%。其中，尊瓶罐價格最高，其次為人像與瓷板雕塑，這可能說明此類器物造型做工複雜，深得人民喜愛，很可能在其中出現名品的造型。說明了其器型與買家偏好、人民審美情趣等息息相關。
4. 從瓷器的完整性來看，對比瓷器拍賣標籤上無標注的情況下，在 5%的顯著性水準下，拍賣標籤上有瑕疵的瓷器價格是瓷器拍賣標籤上無標注的 102.78%。這一結果與傳統考量存在差距，一般情況下認為完整的瓷器比殘損的瓷器更有價值。在本研究中，筆者推測存在兩種可能原因。首先，拍賣方很可能在名品瓷器的背景介紹中相對詳細地備註了其本身的缺陷，整體資料中更多地顯示了細節資訊，導致拍賣標籤上有瑕疵的瓷器價格更高。其次，由於昂貴瓷器大多具有悠久的歷史，保存效果較



差，全品的瓷器較少，可能有更多的磕碰情況發生。這使得雖然有瑕疵，但相比全品瓷器，帶有瑕疵的名貴瓷器具有更高的歷史價值和材料價值，進而使得其價值被明顯放大。

綜上所述，正向影響作品價格的前五項因素，影響由高至低排列分別為：元代-青花瓷器（988.69%）、明永樂宣德（541.33%）、北京東正（452.01%）、匡時（384.11%）、明代-其他彩釉瓷器（381.67%）；負向影響作品價格的前五項因素分別為：明末清初（44.39%）、太平洋（37.42%）、2月（27.11%）、清無法辨別（23.75%）、明無法辨別（22.83%）。由此可知，拍賣瓷器應著重留意影響拍賣價格的因素，理性投資，達到資產配置和分散風險的效果。

表 3-9 特徵價格模型多元迴歸估計結果

變數	迴歸係數	標準差	t 值	p 值	95%信賴區間	
常數	1.72	0.01	162.86	0.00	1.70	1.74
有瑕疵	0.03	0.01	2.57	0.01	0.01	0.05
北京保利	0.47	0.01	33.61	0.00	0.45	0.50
北京翰海	-0.01	0.02	-0.58	0.56	-0.04	0.02
太平洋	-0.98	0.02	-44.26	0.00	-1.03	-0.94
北京中漢	0.31	0.02	13.48	0.00	0.26	0.35
華藝國際	0.80	0.03	24.65	0.00	0.74	0.86
華辰拍賣	0.95	0.03	28.81	0.00	0.88	1.01
匡時	1.35	0.04	37.84	0.00	1.28	1.42
北京東正	1.51	0.04	36.00	0.00	1.43	1.59
其他拍賣公司	0.49	0.01	34.68	0.00	0.46	0.52
上海	-0.28	0.02	-12.98	0.00	-0.32	-0.24
廣州	-0.35	0.02	-14.55	0.00	-0.40	-0.30



天津	-0.30	0.02	-12.38	0.00	-0.34	-0.25
廈門	0.76	0.03	28.77	0.00	0.71	0.81
杭州	0.26	0.03	8.45	0.00	0.20	0.32
南京	-0.52	0.03	-15.20	0.00	-0.58	-0.45
昆明	0.36	0.04	8.55	0.00	0.28	0.44
深圳	-0.66	0.06	-10.92	0.00	-0.78	-0.54
其他城市	-0.10	0.02	-4.65	0.00	-0.15	-0.06
元代-青花瓷器	2.29	0.21	11.08	0.00	1.89	2.70
元代-其他彩釉瓷器	0.79	0.17	4.53	0.00	0.45	1.14
明代-青花瓷器	0.97	0.13	7.53	0.00	0.71	1.22
明代-單色釉瓷器	0.85	0.13	6.45	0.00	0.59	1.11
明代-其他彩釉瓷器	1.34	0.14	9.90	0.00	1.07	1.60
清代-青花瓷器	0.38	0.13	2.84	0.00	0.12	0.65
清代-單色釉瓷器	0.60	0.14	4.40	0.00	0.33	0.86
清代-粉彩瓷器	0.57	0.14	4.21	0.00	0.30	0.83
清代-其它彩釉瓷器	0.64	0.14	4.72	0.00	0.37	0.90
清代-五彩瓷器	0.56	0.14	4.15	0.00	0.30	0.83
清代-鬥彩瓷器	1.17	0.14	8.58	0.00	0.90	1.44
清代-青花釉裡紅瓷器	0.68	0.14	4.80	0.00	0.40	0.95
元	-0.66	0.18	-3.76	0.00	-1.01	-0.32
元末明初	-0.09	0.14	-0.67	0.50	-0.37	0.18
明永樂宣德	1.69	0.14	12.42	0.00	1.42	1.96
明正統景泰天順	0.00	omitted				
明成化弘治正德	0.41	0.14	2.94	0.00	0.14	0.69
明嘉靖萬曆	-0.35	0.13	-2.72	0.01	-0.60	-0.10



明無法辨別	-1.48	0.13	-11.57	0.00	-1.73	-1.23
明末清初	-0.81	0.13	-6.34	0.00	-1.06	-0.56
清康雍乾	0.02	0.13	0.17	0.86	-0.24	0.28
清嘉慶道光咸豐	-0.07	0.13	-0.53	0.59	-0.33	0.19
清同治光緒宣統	-0.75	0.13	-5.73	0.00	-1.01	-0.50
清無法辨別	-1.44	0.13	-10.92	0.00	-1.70	-1.18
尊瓶罐	0.55	0.01	57.52	0.00	0.53	0.57
其他器型	0.19	0.02	9.39	0.00	0.15	0.23
盆缸	0.45	0.02	19.95	0.00	0.40	0.49
文房雅器	0.18	0.02	8.03	0.00	0.13	0.22
壺盒	0.21	0.03	8.08	0.00	0.16	0.26
人像與瓷板雕塑	0.51	0.03	18.50	0.00	0.45	0.56
1 月	-0.67	0.02	-35.45	0.00	-0.71	-0.63
2 月	-1.31	0.07	-19.30	0.00	-1.44	-1.17
3 月	-0.57	0.02	-35.04	0.00	-0.60	-0.54
4 月	-0.61	0.02	-32.74	0.00	-0.65	-0.58
5 月	0.08	0.02	4.17	0.00	0.04	0.12
6 月	0.03	0.01	1.82	0.07	0.00	0.06
7 月	-0.44	0.02	-23.73	0.00	-0.47	-0.40
8 月	-0.39	0.02	-16.80	0.00	-0.44	-0.35
9 月	-0.60	0.02	-37.03	0.00	-0.64	-0.57
10 月	-0.54	0.02	-28.06	0.00	-0.58	-0.50
11 月	0.08	0.02	4.72	0.00	0.05	0.11
2001	0.41	0.07	6.27	0.00	0.28	0.54
2002	-0.08	0.06	-1.39	0.17	-0.20	0.03



2003	-0.68	0.06	-11.88	0.00	-0.79	-0.57
2004	-0.27	0.05	-5.04	0.00	-0.38	-0.17
2005	0.01	0.05	0.15	0.88	-0.10	0.11
2006	0.03	0.05	0.54	0.59	-0.08	0.13
2007	0.14	0.05	2.59	0.01	0.03	0.24
2008	0.25	0.05	4.68	0.00	0.15	0.36
2009	0.43	0.05	7.99	0.00	0.32	0.53
2010	0.49	0.05	9.25	0.00	0.39	0.60
2011	0.83	0.05	15.84	0.00	0.73	0.94
2012	0.60	0.05	11.28	0.00	0.50	0.71
2013	0.56	0.05	10.65	0.00	0.45	0.66
2014	0.53	0.05	10.16	0.00	0.43	0.63
2015	0.38	0.05	7.29	0.00	0.28	0.49
2016	0.26	0.05	4.96	0.00	0.16	0.36
2017	0.24	0.05	4.55	0.00	0.14	0.34
2018	0.09	0.05	1.81	0.07	-0.01	0.19
2019	0.28	0.05	5.39	0.00	0.18	0.38

#### 肆、結論

本研究旨在構建中國瓷器特徵價格模型，並探討決定瓷器價格的影響因素。為了實現這一目標，我們從雅昌藝術網以 Python 資料爬蟲程式蒐集了 1993 年至 2019 年間的全部拍賣資料，再利用 Excel 軟體做資料清洗，最終選擇了 2000 年至 2019 年共 209,711 份樣本，並將其導入 Stata 軟體執行資料迴歸分析。

研究結果顯示，建構瓷器特徵價格模型可以有效支援中國瓷器市場的拍賣預



測。研究發現拍賣地點、拍賣年份、拍賣月份、拍賣公司、瓷器完整性、瓷器製作朝代、瓷器釉色類型以及瓷器器物類型都會對最終瓷器成交價格產生影響，這與先前的研究結果一致。根據顯著性水準為 1% 的統計結果，在正向影響瓷器拍賣價格的前五個因素中，瓷器的拍賣釉色類型屬於元代青花瓷，相比元代以前的陶瓷，具有最高的溢價效果，達到了 988.69%。其次是委託拍賣的瓷器製作年代為明永樂宣德年代，相比元代以前的瓷器，其溢價效果為 541.33%。委託的拍賣公司為北京東正和匡時相比中國嘉德，分別溢價 452.01% 和 384.11%。此外，委託拍賣的瓷器釉色為明代-其他彩釉瓷器，相比元代以前的瓷器，其溢價效果為 381.67%。

而在負向影響瓷器拍賣價格的前五個因素中，委託拍賣的瓷器年代為明無法辨別與清無法辨別，相比元代以前的瓷器價格要低，分別為 22.83% 和 23.75%。其次是瓷器在 2 月進行拍賣的價格，相比 12 月份拍賣的價格要低很多，約為 12 月份拍賣價格的 27.11%。委託的拍賣公司為太平洋，相比中國嘉德，價格為中國嘉德的 37.42%。委託拍賣的瓷器製作年代為明末清初，相比元代以前拍賣的瓷器價格要低，約為元代以前拍賣瓷器價格的 44.39%。

除了以上具統計顯著性的影響因素外，其他影響因素方面，本研究發現了與大眾認知有所不同的結果。例如，根據大眾認知，北京作為資源豐富、交易環境良好的城市，瓷器的大部分拍賣可能在北京，因此成交價格較高。然而，實際資料顯示，廈門拍賣的瓷器成交價更高。此外，根據傳統觀念，瓷器越早製作越值錢，但資料顯示，瓷器價格與瓷器本身的釉色呈現極強相關性。元代以前的陶瓷拍賣價格並不如元代青花瓷的拍賣價格高，而明代永樂宣德年製作的瓷器，即使相隔兩個朝代，其平均價格也比元代以前的青花瓷拍賣價格更高。在瓷器瑕疵程度方面，本研究的結果與以往研究不同，瓷器產生瑕疵並不會導致其價值大幅折扣，與沒有瑕疵的普通瓷器相比，瑕疵瓷器仍然具有更高的價值。

綜上所述，本研究構建的特徵價格模型反映了中國瓷器拍賣市場的特點和影



文創產業經營管理論叢  
第一卷 第二期  
民國一一三年十二月  
頁 1~39 頁

Cultural and Creative Industry  
Management Review  
Vol.1 No.2  
December.2024, p. 1~p. 39

響價格的不同因素。這一模型可能為中國瓷器的鑒價提供客觀評估方法，同時也為收藏家和拍賣行在收藏和投資決策時提供參考。



### 參考文獻

1. 尹俞潼 (2015)。陶瓷藝術品定價研究〔未出版之碩士論文〕。景德鎮陶瓷學院碩士論文，中國。
2. 王胤卿 (2005)。傳統陶瓷鑒藏學述論〔未出版之碩士論文〕。華東師範大學碩士論文，中國。
3. 王曉梅 (2007)。論中國藝術品市場階段性發展及其價值價格形成機制。現代財經，9，72-77。
4. 王藝、張雪峰 (2010)。藝術品假拍的博弈分析。管理現代化，2，6-8。
5. 呂葉紅 (2005)。瓷器造型分類名稱解釋 (上)。收藏家，9，53-56。
6. 呂葉紅 (2006a)。瓷器造型分類名稱的解釋 (中)。收藏家，2006，2，75-77。
7. 呂葉紅 (2006b)。瓷器造型分類名稱解釋 (下)。收藏家，2006，3，75-78。
8. 李紅娟、駱阿雪、楊列 (2010)。中國藝術品拍賣市場現狀調查。藝術市場，6，19-33。
9. 周思達、楊勝剛 (2014a)。基於 Hedonic 定價模型的中國畫拍賣價格與尺寸的關係。系統工程，32(2)，154-158。
10. 周思達、楊勝剛 (2014b)。基於未確知測度模型的藝術品定價問題研究。東南學術，2，105-110。
11. 林亞宏 (2013)。論清代瓷器的器型、紋飾特徵。景德鎮陶瓷，6，24-25。
12. 林采宜 (2017)。中國藝術品拍賣市場的風生水起。財富生活，5，20。
13. 胡靜、管勝鋒 (2008)。論藝術品價格形成與投資策略。現代經濟探討，2，61-65。
14. 孫萬欣 (2020)。古彩瓷定價研究。中國陶瓷工業，6，49-54。
15. 常栓懷、宋元梁 (2013)。藝術品的價格決定與博弈——以古瓷器價格為例。求索，1，39-41。
16. 張東深 (2015)。藝術品市場及特徵價格法研究——以國畫為例。山東大學碩士



- 論文〔未出版之碩士論文〕，中國。
17. 曹新強 (2013)。中國瓷器在鑒藏傳承過程中藝術價值的研究。陝西科技大學碩士論文〔未出版之碩士論文〕，中國。
  18. 梅立崗 (2011)。國內藝術品拍賣公司外部環境分析。首都經濟貿易大學碩士論文〔未出版之碩士論文〕，中國。
  19. 程睿 (2013)。Hedonic 模型的發展和應用綜述。特區經濟，11，233-234。
  20. 黃惠喆、吳晴雯、黃弘 (2020)。基於特徵價格法陶瓷藝術品定價模型構建及實證研究。陶瓷，10，73-78。
  21. 葉喆民 (2022)。中國陶瓷史，第三版。北京：生活·讀書·新知三聯書店。
  22. 董凡 (2005)。藝術品市場上永遠的寵兒—歷代官窯瓷器拍賣行情走勢分析。收藏界，1，62-65。
  23. 劉翔宇 (2012)。中國當代藝術品交易機制研究。山東大學博士論文〔未出版之碩士論文〕，中國。
  24. 魏理 (2008)。明清瓷器裝飾紋樣藝術研究。武漢理工大學碩士論文〔未出版之碩士論文〕，中國。
  25. Beckmann, M. (2004). Art auctions and bidding rings: Empirical evidence from German auction data. *Journal of Cultural Economics*, 28, 125-14.
  26. Chanel, O., Gérard-Varet L.-A., & Ginsburgh, V. (1996). The relevance of hedonic price indices: The case of paintings, *Journal of Cultural Economics*, 20(1), 1-24.
  27. Ekelund, Jr. R.B., Ressler, R. W., & Watson, J. K. (2000). The death-effect in art prices: A Demand-Side Exploration. *Journal of Cultural Economics*, 24, 283-300.
  28. Førsund, F. R., Zanola R. (2006). DEA meets Picasso: The impact of auction houses on the hammer price. *Annals Operation Research*, 145, 149-165.
  29. Renneboog, L., Spaenjers, C. (2013). Buying beauty: On prices and returns in the art market. *Management Science*, 59 (1), 36-53.



文創產業經營管理論叢  
第一卷 第二期  
民國一十三年十二月  
頁 1~39 頁

Cultural and Creative Industry  
Management Review  
Vol.1 No.2  
December.2024, p. 1~p. 39

30. Valsan, C. (2002). Canadian versus American art: What pays off and why. *Journal of Cultural Economics*, 26(3), 203-216.



## **Pricing Model of the Chinese Porcelain Auction Market**

Yu-Zhang Yang<sup>4</sup>, Chiung-Yu Huang<sup>5</sup>, To-Han Chang<sup>6</sup>

### **Abstract**

The Chinese porcelain auction market has a long history and has experienced significant growth in recent years. In particular, Ming dynasty porcelain has become a valuable commodity in global auctions and has transformed to a certain extent into a symbol of Chinese culture. However, there is still a lack of discussion in the literature regarding the factors influencing Chinese porcelain auction prices and evaluation methods. To address this research gap, this study collected all Chinese porcelain auction data from the Artron Art Market Database from 2000 to 2019 and conducted data cleaning on environmental factors, artistic factors, and other relevant factors affecting auction prices, in order to establish a hedonic pricing model for porcelain auctions. The results show that factors influencing porcelain auction prices include the auction company, auction city, auction year, auction month, porcelain glaze color, porcelain type, porcelain age, and porcelain condition. Among them, Xiamen city, Beijing Dongzheng Company, porcelain made in the Yongle and Xuande years of the Ming Dynasty, and the blue-and-white porcelain glaze colors of Yuan Dynasty had the highest premiums. This study not only provides a theoretical foundation for Chinese porcelain auctions but also establishes an objective auction pricing model, with the research

---

<sup>4</sup> Department of History, Minjiang University, China.

<sup>5</sup> Department of Cultural and Creative Enterprise Management, Nanhua University, Taiwan.

<sup>6</sup> Department of Network and New Media, Minjiang University, China.



文創產業經營管理論叢  
第一卷 第二期  
民國一一三年十二月  
頁 1~39 頁

Cultural and Creative Industry  
Management Review  
Vol.1 No.2  
December.2024, p. 1~p. 39

outcomes serving as a reference for art appreciation, investment decisions, and cultural heritage preservation.

**Keywords: Art Auction, Chinese Porcelain, Hedonic Price Model, Price Influencing Factors**

