

# 有價就有假： 探討華人古董藝術品市場中的 贗品文化\*

李玉瑛\*\*

元智大學社會暨政策科學學系副教授

俗云「有價就有假」，只要有藝術市場存在的一天，贗品就會一直存在。一般在藝術史和博物館學的範疇中，關於「真偽」的研究多偏重於文物藝術品的鑑定技術，但是都忽略了贗品如何生產、行銷與消費。本文把文物藝術品放在商業流通的市場脈絡下思考，從社會文化、市場的流通交易，以及鑑定權力系統來分析贗品文化。本文以場域理論討論藝術品的中介與權力關係，旨在顯示藝術品的價值／格是來自市場交換，有賴中介者的文化社會資本和場域位置來給予藝術品符號價值。本文認為贗品文化鑲嵌於藝術世界中評斷藝術品價值／格的知識／權力系統。

關鍵字：贗品、贗品文化、鑑定、收藏、古董市場

---

\* 本文是作者近年來科技部專題研究計畫部分研究成果：「拍賣：一個從社會建構觀點的研究」（計畫編號 NSC 100-2410-H-155-032-MY2）；「大中華地區古董市場的興起與治理」（計畫編號 MOST 104-2410-H-155-023-MY2），作者感謝科技部的支持；同時也感謝評審們對本文提供了明確切題的修改意見。

\*\* Email: yylee@saturn.yzu.edu.tw

收稿日期：107 年 5 月 26 日；接受刊登日期：107 年 9 月 26 日

## 壹、前言

從市場供需邏輯而言，「有價就有假」。也就是說當市場興旺，供過於求的時候，就會有「幾可亂真」的複製品魚目混珠出現於交易的市場，目的是牟利也是營生的一種方式。中國從宋朝開始，文物市場興盛，就已經有許多古董玉器仿品出現，而在明末清初書畫市場上則大量流通著「蘇州片」。<sup>1</sup> 流傳至今，在古董市場中有著各個朝代不同時期仿品，考驗著專家和消費者的眼力。此外，還有更多現代新制古董文物在市場上流通。齊白石、傅抱石和李可染在拍賣市場成交的畫作都遠超過學術界公認其作品存世量，例如，齊白石自敘一生創作數千幅作品，但是在中國拍賣場出現 2 萬 5 千件齊白石的拍品，有紀錄成交的就有 1 萬 4 千件左右（汪暉陽、馬思汀，2012）。中國大陸的假古董／贗品製作已經形成分工明確、體系嚴密、高度專業化的龐大產業鏈（吳樹，2012；譚娜，2009）。<sup>2</sup>

同樣地，在西方藝術品市場，一樣是充斥著仿冒的贗品，有人形容存在於藝術市場中的贗品是無藥可醫治的黑死病（Darmon, 2007），贗品造假的功夫還與時俱進，也就是說藝術品和贗品是如影隨形的一對孿生兒。只要有藝術市場存在的一天，贗品和作偽者也將如影隨行的存在（Glueck, 2007）。贗品並非現代的產物，贗品自古就有，早在西元前一世紀的羅馬商人就已經販售大量的希臘雕像供應廣大市場需求（Darmon, 2007）。<sup>3</sup> 古董文物是沒有辦法再生的，當人人愛古董，人人都要買古董，為了應付龐大的市場需求，只有兩種方式來解決供給面不足的問題，一是盜墓，讓古董從地表浮現出來，

1 晚明到清乾隆時期，江蘇蘇州地區有一批具有繪畫技能的畫工，專門以偽造唐宋明各代名家的作品為生，被稱為「蘇州片」。參閱楊仁愷（1996），藍玉琦（2018）。

2 2012 年 3 月，中國雅昌藝術網發表了一份《地下作舊產業調查》，並附了一張「中國文物造假地圖」對古董仿製產業的興旺發達作了生動而詳細的描繪。不論是瓷器、玉器、青銅器或是書畫都有專門的生產地方，參與者眾，不但是人們養家活口的營生，也對當地 GDP 的數字有所貢獻。詳閱騰訊網（2012）。

3 Adrian Darmon（2007）所寫的西方贗品史，詳細記載了西方繪畫、雕像、瓷器、鐘錶、手錶、攝影作品、琉璃、錢幣、家具等的造假歷史，有興趣的讀者可參考。

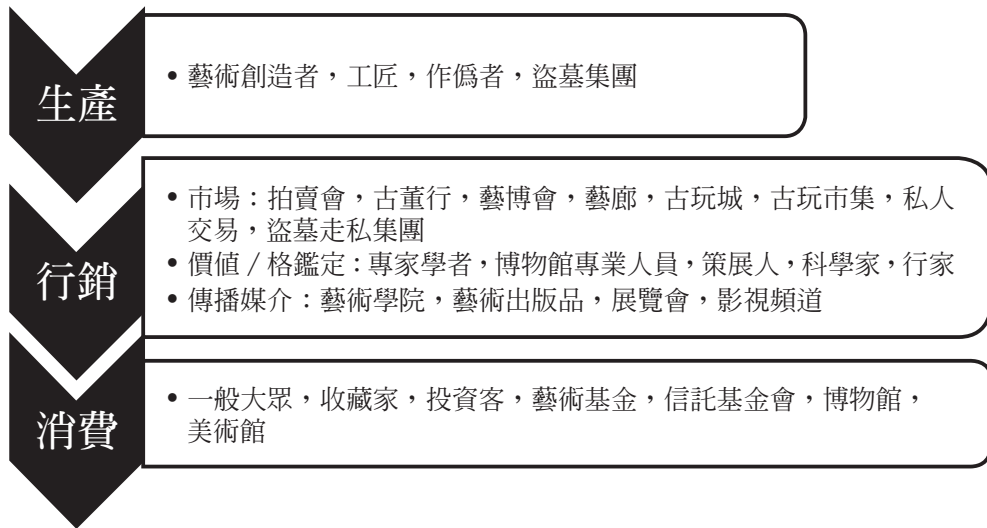
也就是從老祖宗的墓穴中把陪葬品挖出來；二是仿造，重新生產，也就是大量複製假古董／贗品以滿足市場的流通。盜墓和贗品可說是藝術世界（art world）中的一份子。在贗品氾濫的藝術市場，藝術史象牙塔式的訓練有其不足之處，必須佐以文物為基礎（object-based scholarship）的研究才能應付推陳出新的贗品，若是對於盜墓和作偽的知識無知，則無法應付幾可亂真的高仿品（Cole, 2003; Hardwick, 2010; Muscarella, 2000）。

在收藏和拍賣的場域中，收藏品的真假一直是考驗收藏家和鑑賞專家的一個難題。在臺灣古玉收藏最大的公案當屬故宮在 1995 年和 1999 年所舉辦兩次民間高古玉器的展覽，「群玉別藏」和「群玉別藏續集」被立委指責有展出贗品之嫌，批評故宮將含有贗品的展品圖版集結成書出版，不但有損故宮權威，而且成為海內外博物館、文物界的笑柄，2001 年故宮因此事件而受到監察院糾正（李玉玲，2000；李維菁，2000；陳景峻，2001；2002；漢寶德，2001；鄧淑蘋，2001）。當初嚴厲譴責故宮收到「有問題」藏品者，懷有一種信念，那就是認為博物館的展品不容有假，似乎他們相信只要是博物館展出的藝術品就必定是「真的」，此乃對博物館這個權威機制的把關能力的信賴，但這樣的看法有兩個弱點。其一是過於相信權威，其二是專家的鑑定能力不足以應付市場上日新月異的高仿品。

其實中外博物館都有收到假貨的經驗，故宮並非特例。由於作偽者高超的技術足以矇騙過專家，導致許多贗品可以登上拍賣圖錄，可以被當成珍貴的捐贈品送入博物館和美術館。1990 年大英博物館展出館藏的贗品之後（Jones ed., 1992），陸續的有幾家博物館也有類似的展覽，如 1995 年美國大都會博物館把林布蘭（Rembrandt）的真跡和贗品同陳並列，讓觀眾看個仔細（Spencer ed., 2004）；2007 年 5-9 月美國康乃迪克州的布魯斯博物館（Bruce Museum）以「贗品與偽作：欺騙的藝術」展出館藏的冒牌藝術品（Glueck, 2007）；2010 年英國倫敦 V&A 博物館為期一個月的贗品展，吸引了 3 萬 5 千名參觀者（Hardwick, 2010），這些展覽提供觀眾一個近距離的方式來「看」贗品，博物館做這樣的展覽其目的是鑑偽知真。因為尚未被鑑別出來的贗品傷害了博物館學術專業，而鑑定出來的贗品則加強博物館的專業能力。然而對大多數的觀眾而言，他們似乎以幸災樂禍的心情來看，原來「專

家」也是會被騙和容易上當的 (Hardwick, 2010: 408)。

以上的陳述說明了贗品存在於藝術世界的樣貌：贗品的身分可說是流動的，也就是說陳列在博物館的展品有可能變成贗品，而被質疑的仿／贗品也有可能成為有價值的物品。其實物品本身並沒有改變，而是判斷物品真偽的標準改變了，由此推論，討論贗品應該把他放回到社會文化、市場的流通交易，以及鑑定權力系統來分析。可惜在中西文獻少有從市場，消費和鑑定的角度來思考這個重要議題。檢視華文學界一般關於贗品的研究多是從藝術史或器物學的角度出發 (鄧淑蘋, 1985a; 1985b; 1986; 曾肅良, 2000; 2003; 楊伯達編, 1998; 2000; 楊柏達, 2009; 錢憲和、譚立平編, 1998)，缺乏對鑑定體系的反省，也沒有從市場經濟與消費者的視角出發。西文對於贗品研究則提供了相對多元的角度和深度的成果，其中關於贗品與造假的報導與鑑定的研究頗多，提供了許多關於贗品造假的歷史與案例 (Hardwick, 2010; Harrington, 1998; Glueck, 2007; Fine, 1983; Darmon, 2007; Barboza, 2013; Barboza et al., 2013; Cohen and Rashbaum, 2013; 強納森·羅培茲, 2012)，還有對藝術品的原創性與美學的哲學思考 (Stevenson, 1917; Lessing, 1965; Radnóti, 1999; Cole, 2003; Nagel & Wood, 2005)，對藝術鑑定與法學和司法的關注 (Spencer ed., 2004)，從藝術史與博物館學的角度探討專業鑑定 (Muscarella, 2000; Jones ed., 1992)，也有頌揚肯定作偽者的藝術成就 (Keats, 2013)。雖然這些研究有些有觸及社會文化和制度層面的討論，但依然沒有關於贗品流通於藝術品消費市場的討論。因此，本研究不擬從藝術史的視角來討論鑑定藝術品真偽的技術和辨識的技巧，也不涉及道德的指控和探討政策制度的管理，而是想從物的社會生活史 (Appadurai, 1986) 與藝術場域 (Bourdieu, 1977; 1984; 1993) 的角度來探討贗品在市場的生產、消費與流通。從一件物品的生命歷史來看 (Appadurai, 1986)，物／贗品的身分屬性是不穩定的，它有可能是複製的工藝品，成為收藏家的寶貝，後來又成為專家判定下的贗品。贗品的生產、行銷、消費的過程中涉及許多行動者與關係網絡，以下圖顯示之：



贗品不會自己進入市場，而是要經由中介者把它帶入市場，同時要有人把它買走，這樣贗品做為商品的身分才算完成。由上圖觀之，市場是一個給藝術品無形的價值貼上有形的數字的場域，行銷物／商品所涉及的行動者最多，其間有著錯綜複雜的權力關係，以及人類社會行為與心理狀態。下面從藝術品的中介理論來說明。

## 貳、仲介藝術商品

從經濟學的角度而言，物／商品的生產與供需（demand）有關，是經濟人理性的選擇。然而經濟社會學家和文化人類學則強調物／商品交換與社會文化的複雜關係，經濟是不能和文化以及象徵意義分開的（Appadurai, 1986; Ferguson, 1988）。當物／商品生產和終端消費不論是時間、空間，或是制度的距離越遠，它所需的知識就越複雜，鑑定和傳播就越顯得重要，因此需要中介者的介紹。從藝術與社會的視角而言，文化藝術產品是受到生產與行銷產品的人或系統過濾及影響（Becker, 1974; 1976; 1982; Bourdieu, 1977; 1984; 1993; 阿諾德·豪澤爾，1991），藝術品必須要依賴中介的行動者來賦予物品的價值與意義。以藝術品而言，生產和消費可說是不太相關的領域，藝術作品是由藝術家或是工匠團體所創作，藝術品的消費其實也並未能擴散到整個

「社會」，事實上藝術品所觸及的是社會系統中一群特定的人。消費者如何消費藝術，培植對藝術品味的喜好和區分，均受到消費者所接觸的中介者，以及他們的社會地位和社會網絡所影響。

藝術需要被經銷中介，阿諾德·豪澤爾（1991）在其《藝術社會學》中有很清楚的闡述。他認為沒有中介者，藝術消費幾乎是不可能的事情。藝術作品的傳播和接收都是一個集體的過程。消費者對藝術作品的接受涉及無數的中介體制。中介者給作品意義，消除由新奇而產生的怪異，澄清疑惑，並在作品之間建立某種延續性。沒有這種延續性，藝術將消失它的歷史緣由，喪失再生的能力。中介者的存在使藝術成了日常現象，如果沒有傳播解釋的中介人：教師、藝術權威，和批評家，我們就無法瞭解藝術作品誕生的歷史背景，藝術家創作的譜系，以及在特定時期內藝術流派與風格和其藝術價值的標準等等。中介者讓作品和接受者的感情、觀念和思想達到共鳴。經過藝術批評家對作品「翻譯」，使原有的意義變得明白易懂。例如當代藝評家／雜誌所擁有的非凡影響力，因為當代藝術已經是天馬行空，隨藝術家創意發揮，而唯有透過藝評家的解讀和介紹，把藝術家／品介紹給一般消費者／大眾，當然這些中介者的褒貶之間，就決定了一個藝術家的命運。當批評家對藝術作品作了讚美因而使作家和作品帶上了神奇色彩之後，才可以說藝術創作與接受之間的中介達到最高的境界。「藝術作品的創作者為藝術價值的創造者，而作品的鑑賞家、批評家和解釋者則是藝術聲望的創造者。藝術家創造了作品的形式，中介者創造了關於他們的神話。」豪澤爾還說：「最成功的藝術批評是在製造崇拜偶像」（阿諾德·豪澤爾，1991: 143, 152）。成名的藝術工作者，她／他們比失敗的藝術家幸運之處在於「偶然」，遇到了欣賞她／他們的伯樂：畫商或是策展人，將她／他們的作品包裝，推銷給收藏家、博物館等。若是沒有經過中介這個神奇的轉化過程，藝術品是沒有辦法接近消費的公眾。英國文化藝術觀察家莎拉·桑頓（2010）在其《藝術市場探密》書中也揭示：藝術家不是天生的，而是經由藝評家，收藏家，策展人、畫廊等權威體制所「製造」出來的。

阿諾德·豪澤爾（1991）的藝術中介理論清楚的分析藝術品如何由生產端連接到消費端，但是他並沒有特別分析為何在藝術世界中有的中介機制可

以造神成功，有的卻不成功。其實藝術界中一樣是有階級高低之別，在這個藝術世界中由於中介者位居的不同位置，各自擁有不同的名望和影響力，他們之間是屬於競爭的關係。關於資本、場域與實踐的概念，法國社會學者 Pierre Bourdieu (1977; 1984; 1993) 的論述可以更清楚的理解藝術世界中動態的權力關係。中介者依他們所擁有的資本，包含文化、經濟、社會資本等，以及其在藝術場域所佔據的位置爭奪主導權，資本雄厚以及場域位置重要的中介者自然勝出。於是在象徵符號上，能獲得詮釋權力者，便具有象徵權力，能夠左右當下時空中人們的思維方式，繼而透過不同社會籌碼的轉換，轉成諸如經濟資本，獲取利益。最高明之處在於，這樣的宰制力量卻自然地被社會大眾所接受，體認不出來他們正被宰制，這種宰制的能量就是 Bourdieu 所定義的象徵暴力 (symbolic violence)。從分析的角度來看，一個場域可以被定義為在各種位置之間存在的客觀關係的一個網絡 (network)，這些位置得到了客觀的界定，是根據這些位置在不同類型的權力或是資本的分配結構中實際情形，如支配關係、從屬關係、結構上的對應關係等等，而行動者也可利用這個位置的社會關係網絡而增添其社會資本，反之，一旦行動者的場域位置改變也會影響個人資本的多寡。Bourdieu 關於場域的分析成功的結合行動者和結構，可以清楚分析社會中複雜的關係與權力的流動，也幫助我們理解為何在藝術場域中，博物館、美術館和學術專家可以「自然地」擁有影響力和信任度，那是因為客觀性的場域位置，讓他們因此擁有文化資本與權力。

當物／商品因時間，空間，制度而流通到遙遠之處，例如古董文物，年代久遠，經過許多人之手，離散四處，關於物／商品的知識就越顯得欠缺不足、矛盾衝突和分歧，而有區分鑑別的能力／知識可以加強對該物／商品需求的程度 (Appadurai, 1986: 56; Spooner, 1986)。因此專家的知識和鑑定就具有關鍵的影響力，但在藝術場域和古董市場中的鑑定政治不見得是相同的。在藝術場域中，學者專家有文化資本，然而在市場的交易中，可能是經濟資本高於一切。在文物藝術市場中，文物變成了商品，成了隨時隨地可買可賣的，非人格化的貨物。在目前以拍賣為主導的藝術市場中，文物商品需求量大，古董文物能更頻繁、更容易地送達給新加入藝術世界古董愛好者的手中。古董商品的交換價值不止取決於作品的美學呈現、文化意涵、或作者的

藝術地位，而且決定於特定藝術家、藝術風格或是藝術種類在藝術市場上的符號價值（Baudrillard, 1981）。例如張大千，齊白石就是具有符號價值的「品牌」。在當代消費社會，文物藝術品可以是滿足美學欣賞的物品，同時也是新的資產配置，因為它會增值。「當藝術品成爲資產配置（asset allocation）的標的物，藝術品的市場價格勢必凌駕藝術品的美學價值。一部以市場書寫的藝術史將應運而生」（黃文叡，2008: 11）。

以下本文在第參小節將先區別仿品與贗品，再說明在當代華人古董文物市場是以拍賣爲導向，指出贗品與原作崇拜和資本主義市場中的商品符號價值有密切的關係。接著第肆小節探討鑑定系統，從知識權威和網路關係來探討贗品的製作與行銷集團，包含作偽者、博物館、專家、畫廊等。主要是說明贗品的生產與行銷都不是單一個人可以完成執行，而是社會集體行爲的結果。第伍小節討論贗品的消費端，從消費者／收藏家的經驗來討論爲何會買到贗品，以及如何面對贗品。<sup>4</sup>總而言之，既定的文物藝術系統乃是文物價格／值的判別標準，也是專家鑑定知識體系的依歸。準此，本文想要強調的論點是，關於贗品，不應該只放在對物品辨識真偽的技術鑑定，關鍵點更在於理解評判一件物品真偽的知識體系與社會文化。

## 參、定義贗品

### 一、古之仿品，今之古董

本文所說的贗品就是假文物、假畫，但是有「仿」與「偽」之差別。仿古或是仿品其目的是學習摹仿，自古即有，沒有欺騙與營利的目的。贗品、偽品或稱偽古、打眼貨、高仿品、一眼貨、生意貨等，以營利爲主，指的是傾向於亂真，刻意模仿的做舊、添款、製造相關佐證，而且是以「真品」的面貌出現，是故意的欺騙行爲（劉岳，2005；吳樹，2009；趙汝珍編，1973）。在文物藝術市場中買到贗品，與一般消費者購買山寨手機或是仿冒的名牌包有根本上的差別。前者的消費者／收藏家通常都自以爲是買到的是獨一無二

4 本論文的消費者訪談資料來自作者近年所執行關於古董收藏與拍賣的田野資料。



的古董珍品，而且是用高價購買。而後者則是清楚明白知道自己所購買的就是仿冒品，而且是用低於正牌商品的價格購買。買到贗品的收藏家是被欺騙無辜受害者，不但損失錢財還有失臉面。而買山寨品的消費者是主動購買流行的符號商品或是對抗資本主義的寡頭壟斷。本研究將主題限定在文物的贗品，也就是說購買者是在不知情的狀況下買到以假亂真的古董文物。

在中國古董市場中一直有臨摹與仿製的文化，中國書畫向來有摹、臨、仿、造、代筆等的「複製品」，然而臨摹與仿製和作偽是有差別的。臨摹與仿製近乎學習與引用，「仿古」也就意味著繼承。不論中西方的畫家，早期的訓練都是從臨摹大師的作品開始學習，如清初著名畫家王原祁就說：「畫不師古，如夜行無燭，便無入路，故初學必以臨古為先。」（劉岳，2005）若是沒有神乎其技的臨摹技術，許多古代的書畫早就失傳了。最有名的例子是王羲之的《蘭亭集序》真跡已不存在，因為唐太宗把它指定為陪葬品，如今我們看到的都是唐朝諸遂良等人臨摹的「仿品」。現存於大英博物館晉朝顧愷之的《女史箴圖》是唐人所仿，也並非真跡，但依然被視為珍貴的藝術品。仿製古物，在中國古董文物場域並非是新鮮事，從許多的文獻中均顯示（趙汝珍編，1973；陳重遠，1998；1999；2000），約在宋代就成為一種自覺的選擇，明中葉以後蔚成風氣，乾隆時期則是集其大成，許多器物上會琢刻「大清乾隆仿古」字樣。「乾隆工」被視為精湛的工藝技術，此時的技術革新往往也是為了更好地實現仿古的目的（劉岳，2005）。仿製古董和藝術品並不違法，只要仿製者在出售時不向買家虛假宣稱其年代和來源，把仿品當成觀賞的工藝品並不為過。而仿品是有著廣泛且需求旺盛的合法用途，例如博物館中作為展示的複製品，或是複製成為紀念商品出售（韓秀，1995）。

在古董市場中流傳的文物，不論是仿古或是偽古的物品，經過歷史年代的加持，都是具有「古董」的價值。例如，在市場需求之下，元代著名工匠仿商周秦漢之物，在明朝中葉成為有收藏價值之物（劉岳，2005）。一塊宋朝仿漢朝的古玉，雖然不是真正的漢玉，但是卻無損它是一塊「宋朝」古玉的正統性，當代收藏家依然搶著要。因為宋朝古玉也有一定的收藏價值、歷史價值、鑑賞價值，有的還有文物價值。就像張大千仿石濤、八大的作品至今仍有不少被收藏在世界各地博物館，他們並沒有因為是仿品而將它拒之門外。

贗品在傳統中國的古董市場存在已久，對傳統收藏家而言，古董買來是要玩賞、研究和珍藏，不是買來等著賺錢為目的，真假共存是鍛鍊眼力，收藏家享受的是尋寶過程和得到寶物的快樂得意。（陳重遠，1999；吳樹，2009）再說，古董文物屬於舊貨市場，也是「不擔保」市場，因為這些年代久遠的古董並非是由工廠標準化過程生產出來的產品，經過品管，所以能夠「品質保證」。古董舊貨已經被前輩收藏、使用、玩賞過，破損不全在所難免。在古董市場上，古董商人最在乎的是如何把東西賣掉，而不是證明物品的真偽和它的歷史出處，只要是有人要的東西都可以賣。「貨物既出，概不退換」，購買者要對自己的購買行為負責（吳樹，2009；周侗，2001）。因為購買古董文物是消費者自願的行為，所以在圈內通常買到仿冒的贗品，都是自認眼力差、知識不足，就當是入門需要繳交的「學費」。以前收藏圈子小，即使有吃虧上當，受騙，要如何解決自有辦法，但是不會成為公開的「事件」，只可能成為琉璃廠古玩店中流傳的「故事」。（趙汝珍編，1973；陳重遠，1998；2000；梁興，2013）

然而，當今拍賣成為古董文物交易的主要場域的時候（李玉瑛，2015），文物真偽就成為公眾議論的焦點（Barboza, 2014; 謝媛，2013；2014；王可望，2014）。<sup>5</sup> 主因在於拍賣會是舉行於一個公開的場所，拍賣品要公開展示讓大眾自由參觀，拍賣圖錄公開流通，而且拍賣會交易結果不但要公布，有的還有錄影轉播。文物藝術品的拍賣市場已經類似金融市場、房地產市場；文物藝術品也成為投資、保值、避稅的一種投資工具（黃文叡，2008）。因為出發點在於「市場價格」，而非文物藝術品的美學價值和文化價值，為了保證拍賣品可以再次流通於拍賣場，並且是能夠增值的物品，因此，「拍賣品」的

---

5 2013年9月上海富商、收藏家劉益謙在紐約的蘇富比秋拍會上，以820萬美元（約合4953萬元人民幣）拍得蘇軾的《功甫帖》，但是短短幾個月之後就出現了偽造指控。三位上海博物館研究員具名指出，他們認為該作品很可能是根據石刻鉤描的「清代雙鉤廓填偽本」，從而引發海內外媒體、收藏界、學者和相關機構的廣泛討論。接著劉益謙連續發出了多份聲明，蘇富比也發表聲明堅稱是真跡而非偽作。上博三位鑒定專家也撰文進行更為深入的考究。2014年2月劉益謙更是帶著《功甫帖》原作進京進行現場的鑒定，這場持續達3個月的真偽之爭仍無定論。《功甫帖》事件已從一件書法作品的真偽之爭演變為引起社會廣泛關注的公共話題，排名在2013年中國藝術品市場十大事件之首。

真確性 (authenticity) 就變成至關重要。當今資本主義市場化的社會中，收藏的市場擴大，收藏人口增加，則贗品就成爲一個藝術市場中人人都需關切的問題了。把藝術品當成「通貨」，其真偽就至關重要，就像世人們不想要「假鈔」一樣，人們也不會想要「假古董」。從古玩的傳統而言，大多是有錢人吃飽沒事，花錢消遣。但是當代許多人是把文物藝術品看成「投資標的物」時，買到假的贗品，讓投資人受損，這是財產權的損益問題，會要求以法律來執行公平正義，這也說明爲何贗品在資本主義市場成爲一個需要被重視的議題。

在目前文物拍賣市場大量需求商／拍品之際，有些物品原本不是商品，但會轉換成商品的面貌出現。于右任的書法作品，深得收藏家的肯定，因爲他曾經位居監察院院長的高位，他地位崇高，事務繁忙，上門求字的朋友眾多，因此他授權給擅長模仿他書法幾可亂真的秘書胡恆代爲書寫，以便於維持良好的社會關係 (曾肅良，2003)。這樣爲了應付公共關係的書法，原本並非要在市場流通。但是現在華人拍賣市場火紅，這些代筆的書法也開始在市場上流傳，考驗專家的辨識真假的眼力。所以有些在市場上流傳的贗品，起初並非是以贗品的身分出現，但是在不同的時空環境之下，代筆反而成了贗品。弔詭的是，只要有拍賣市場這個平臺存在，只要是商／贗品能夠持續的流通，真偽就另當別論，因爲願意花錢買下它的人／消費者，已經用經濟資本來肯定了商／贗品的價值。

## 二、原作崇拜

經濟學者 Bruno Frey (布魯諾·費萊，2003) 指出「原作崇拜」(cult of original) 並不是人類天生固有，而是取決於社會歷史，這個觀念也是被建構出來的。有藝術史家認爲在西元 1500 年以前，「造假」這個概念在西方藝術領域根本不存在 (Nagel and Wood, 2005)，匈牙利學者 Radnóti (1999) 認爲贗品是「現代」的議題。在西方古羅馬、中世紀文藝復興時代，複製其他藝術家的作品是可被接受的 (Stevenson, 1917; Darmon, 2007)，如米開朗基羅複製他老師吉蘭戴歐的作品，是爲了證明他有成爲藝術家能力。當作者署名還不流行的時代，尤其是在中古和文藝時代，臨摹大師名家的作品都是很普遍

的現象。而在 17、18 世紀的歐洲，很多貴族只想擁有一幅大師名畫的複製品來裝飾他們的新房子，而這些畫作也都是由大師的徒弟們所臨摹出來的，畫得技術好不好才是重點，真跡和仿摹畫作之間的界線是模糊的。況且過去許多偉大的畫作並非出自畫家本人，而是出自他畫室的集體工作的成果，但這樣一點也沒有讓藝術家提香（Titian），羅丹（Auguste Rodin）的名聲有所損失。同樣地，安迪·沃霍爾（Andy Warhol）在其作品中是有許多原創的概念，但是人們永遠也說不出、也不會知道安迪·沃霍爾的畫作中有多少是他自己創作的，有多少是他「工廠」（Factory）裡的助手完成的。

簽名／署名在中古時代並不流行，因為畫作可能是集體合作完成，但在資本主義的藝術市場中，「物品不再只是一個產品或是商品，而是在地位符號系統中的一個符號」（Appadurai, 1986: 45），當品牌和象徵性的消費符號在市場上有巨大的影響力之後（Baudrillard, 1981），簽名和原作崇拜的信仰就產生了。藝術工作者、畫家一旦有了名氣，就成爲一個「品牌」，如畢卡索、梵谷、安迪·沃霍爾不但具有符號價值、市場價值，而且有投資／保值的價值。二十世紀紫砂壺大師顧景舟的弟子，在顧氏死後，以同樣的泥土與他所傳授的技法製壺。從本質上而言，它真確地是一把顧氏紫砂壺，從使用價值言，可以泡出甘醇的茶湯，但是其市場價值卻是無法與有顧景舟落款的紫砂壺相比。

當今美國有位 Ken Perenyi 肯·派雷尼（2013）是一位具有繪畫天份的畫家，然而他並沒有把天份發揮在創作，而是揮灑在製作高級複製品。甚至出書自述如何製作偽畫，行騙英美的古董商以及拍賣場。派雷尼利用複製前人的作品來營生，而不是用自己的創作來贏取藝術圈的認可。就好像張大千年輕時期，也曾仿石濤、八大山人的作品（方翔，2014），因為古人的作品被市場重視，更具有符號價值，他就可以利用這樣的符號價值觀營生。中國大陸報導文學家吳樹訪問的幾位高仿古董專家，有人聲稱是在證明自己的製作實力不比古人差：「現在吃手藝飯的人都有文化，只要認真幹活，哪會比古人差呢？」（吳樹，2012: 107）然而他們的技術用在自創品牌會很辛苦，而且不見得會成功；但是用在做高仿品不但可以欺瞞專家，還可有金錢的獲益。顯現了文物藝術市場中「原作崇拜」的意識型態，以及證明藝術系統／市場

是可被操縱的（強納森·羅培茲，2012）。<sup>6</sup> 從市場上而言，贗品和真跡最大的差別是在於本尊與分身之別，在於作者親筆署名，在於稀缺性，在於符號價值。因此認定物品「價值」的權力／知識系統值得詳加討論，下面將繼續討論鑑定贗品的知識體系。

## 肆、鑑定贗品

### 一、知偽以鑑真

鑑定（Authentication）辨偽是關於藝術市場、收藏和博物管理中一個很重要的議題。鑑定的定義：「在藝術領域所指稱的是一個對物品證明的過程，是由藝術專家，不論是學院的或是獨立的藝術史家、博物館和收藏策展人、藝術經銷商或是拍賣公司的專家來認定一件視覺藝術（物件本身）是屬於那一個藝術家的作品，或是它是屬於哪一個特別的文化和時代」（Spencer ed., 2004: xi）。藝術品鑑定是一個集體的決議，不是一件簡單的事情。Ronald Spencer 指出關於鑑定至少有三種方式，其一專家，其二，文獻和收藏記錄，例如有清楚的收藏歷史，有展覽紀錄，有著錄；還有藝術家的專題目錄（the Catalogue Raisonné）都是重要資訊。其三科學鑑定（Spencer ed., 2004）。鑑定是採共識決，然而並非每一個專家的看法／眼力是相同的。所以要達到一個沒有雜音的共識，是一項難度很高的事情，也是權力競爭。有些時候鑑定並非「最終」的拍版定案，因為隨著新的證據，或是新的鑑定科技出現會推翻之前的鑑定結果。如同元朝黃公望的《富春山居圖》（無用師卷）曾在乾隆時期被視為贗品，而後才被鑑定證明是真跡。<sup>7</sup>

6 羅培茲（Jonathan Lopez）的專書《不存在的維梅爾：偽畫家、藝術史家、犯罪集團和納粹合力搬演的世紀騙局》，對於 20 世紀最大的作偽大師荷蘭畫家馮梅赫輪有深入的調查報告。另外，2014 發行的紀錄片「大偽術家」，也有譯為「蘇富比偽畫大師」（Beltracchi: The Art of Forgery），清楚呈現德籍畫家 Wolfgang Beltracchi 與妻子如何成功地欺騙資深的藝術界權威、收藏家和畫廊經紀人，在 1970 年代至 2010 偽造了 50 多位大師約 300 多幅的畫作，獲利無數。他善於模仿名家的簽名更精通做舊，把西方藝術圈玩弄於股掌之間。在紀錄片中他說：「我就算再多畫 2,000 張，藝術市場也會照單全收。」

7 乾隆皇帝認定 1745 年收藏的《富春山居圖》「子明卷」為真，在「子明卷」畫卷空白處題

文物鑑定是標準學，找不到「標準件」的話，根本很難辨出真假。在當代大量藝術商品化的時代，贗品開始占有重要戰略地位，也就是說，鑑偽而知真。顯現贗品和真品之間不但有著複雜「相生相剋」動態的不確定性，而且又有著相互需要的關係。要從市場上大量的高仿品中來知道作偽的手法和工技，由此來辨別真偽，此乃贗品的社會功能。這種「知偽以鑑真」的逆向推理法，是過去這幾十年中外博物館都有發展出類似的方法。國內外的博物館開始將展覽的觸角延伸至真偽作品的比較、研究與展示。如 1973 年，美國的 Minneapolis Institute of Art 舉辦了一場名為「贗品」(Fakes and Forgeries) 的展覽。把真假藝術品並列，來對照其相似與相異之處，鼓勵人們面對實際的贗品問題，讓收藏文物藝術品的行為更為謹慎與理性。同樣地，在 1994 年，美國紐約大都會美術館舉辦了一場林布蘭 (Rembrandt) 的展覽，博物館蒐集了許多全世界歸類於林布蘭的畫作，仔細地以科學的方式鑑定，並以藝術史的風格分析每一幅作品，以加深人們對於林布蘭畫作的鑑賞知識。1999 年，張大千的「偽作」《茂林疊嶂圖》(*Dense Forests and Layered Peaks*)，這幅宋代南方山水畫大師「巨然」的作品是大英博物館於 1961 年由張大千手中購入，後來張大千坦承這幅畫是自己的偽作。此後，這幅作品一直被學生與博物館研究人員當作辨識中國水墨真偽的重要教材之一 (蔡宇薇，2015)。此畫也曾被大英博物館送到美國紐約大都會美術館，和其他贗品一起展示，並舉辦學術性的研究討論之 (曾肅良，2003)。2008 年國立故宮博物院推出的「追索浙派」特展為例，策展人員從院藏畫作中，把 12 件被後人誤定為宋代畫家的「贗品」，重新找到原畫家的名字，以及它們所歸屬的明代浙派潮流。透過學術的研究，「贗品」不再帶著偽作的污名，它可能有各自不同的身分和故事，甚至能「重建一整個在歷史上已經消失的畫派，還原藝術史的原貌」(廖堯震，2010)。假畫也有好價值，臺灣故宮於 2018 年 4 月 1 日

---

寫評語 55 處並加蓋玉璽。「無用師卷」則因不被視為真跡而沒有他的題字，但也使黃公望在畫中的留白空間得以保留。但由於子明卷是富春山居圖被燒前所仿摹，故成爲了解富春山居圖原作之重要參考。順治年間收藏家吳洪裕得到「無用師卷」，愛不釋手，臨終下令火殉。雖經搶救卻燒成兩段，前段 51 公分「剩山圖」現由浙江博物館收藏，後段 640 公分則收藏在臺北故宮。前後兩段巨作於 2011 年 6 月在臺北故宮首度合璧展出，是藝術史上的盛事。

到9月25日舉辦「偽好物——十六至十八世紀「蘇州片」及其影響」特展就是肯定假畫的研究價值。

## 二、鑑定的知識系統

20世紀西方油畫最有名的贗品製造者應該就屬荷蘭畫家馮梅赫輪（Han Van Meegeren），1945年馮梅赫輪承認自己仿製了6幅維梅爾（Vermeer）的畫，他的仿品曾經被藝評家視為真跡大力讚揚。他的公開認罪，讓藝評家非常難堪（強納森·羅培茲，2012）。當他的仿製作品《基督在厄瑪烏》（*Christ at Emmaus*）尚未被鑑別出是仿造品前，藝術史家 Abraham Bredius 讚嘆它說：「了不起的畫作！我們實在不需要優美的簽名或是對基督賜福麵包的點描，來說服我們……這是出身臺夫特的維梅爾之作品。」（布魯諾·費萊，2003: 229）但是在發佈為當代的偽作之後，這幅畫被其他藝評家如大衛威爾遜評為：「糟糕極致」，瓊斯評為「古怪醜陋、令人不快，全然不同於維梅爾的作品」。（布魯諾·費萊，2003: 228）同樣的一幅畫，竟然受到如此天差地別的評論。對於這些「專家」的意見，從批判的角度而言，可以提出幾點疑問，在此畫還沒有被鑑定為贗品之前，為何不會有藝評家說出任何負面的批評？也就是說此畫被認為是真跡時，它是「美的」，但此畫被鑑定為贗品時，它就成了「古怪醜陋」。究竟是作品的視覺呈現，還是「原作崇拜」決定了作品的價值，值得深思。

英國藝術史家、曾任大英博物館的研究員 Mark Jones 坦言：「贗品教導我們很多事，最明顯的就是專家容易受騙的本質。有經驗的專家學者也會被贗品欺瞞，這不僅是因為知識和經驗的是不可能完備的，更是因為概念本身是被預期的結構所支撐著。」（Jones ed., 1992: 92）說穿了，不是作品的視覺表現有問題，而是畫家的符號價值和市場交換價值在作祟。藝術史的書寫，博物館的收藏似乎已經形成一個牢不可破的文本／系統／論述，而藝評家也沒有辦法脫離他們的既有知識的「成見」（Lessing, 1965）。究竟是誰、什麼樣的社會機制有權威可以判定一件藝術文物的真偽和生死，在此昭然若揭。

哲學教授 Alfred Lessing（1965）強調藝術作品的原創性價值，他釐清贗品和美學感知無關，但是和道德法律相關。從法律和藝術歷史的觀點而言，

仿冒是要被譴責的，因為它侵犯原創者的著作權，藝術品的正統性（authentic）和獨特性（unique/aura）。Alfred Lessing 認為馮梅赫輪雖然有純熟的技术來模仿維梅爾的畫，但是他不會承認其偉大。因為缺乏原創，只是畫得「像」而已。Alfred Lessing 指出維梅爾的畫被認為偉大，是有原因的。那就是原創性，獨特性和歷史性。維梅爾的畫表現出以前的畫家所沒有的構圖方式，用色和對於光線的處理。維梅爾之所以偉大，是他在西方 17 世紀對藝術史產生了承先啓後的關鍵性位置。而馮梅赫輪在 20 世紀畫了和維梅爾一樣的畫，終究是個贗品，它再一次的表現的是維梅爾的偉大，絕不是馮梅赫輪自身的偉大。所以只從畫作的表象而言，偽作捉住了「像」，從視覺上而言其實是和真跡一樣無差別，但是其創作精神和內涵是「空的」。

縱然 Alfred Lessing（1965）精闢地剖析真偽的關鍵點在於所謂的「原創性」和「內涵」，藝術史終究是由專家來書寫，他們才有權威可以將藝術品／家載入青史。支持原創性的藝評者好像認為，一幅好的原創作品都有很嚴肅的創作理念，而不是即興的隨意之作。藝評家好像把畫家們看成有完整的規劃，但是不可否認有時候，一幅作品可能是一幅隨性「創作」，也許並沒有太嚴肅的「理念」，關於藝術一些偉大和複雜的「理念」似乎多是出自藝評家而非藝術家本人。就像是文學批評一樣，小說家寫了一個動人的故事，而評論家卻可以衍伸出深奧的理論並為作家在文學史的殿堂中安置一個位置。「藝術家創造了作品的形式，中介者創造了關於他們的神話。」（阿諾德·豪澤爾，1991: 143）豪澤爾在其《藝術社會學》中很清楚的闡述了藝評家作為中介者關鍵的作用，那就是藝術品／家需要藝術中介者來做市場行銷。

弔詭的是，專家學者的著書立說，有時候也助贗品一臂之力。在臺灣古董玉器收藏高峰期，故宮博物院的研究員鄧淑蘋（1991: 262）曾經提出學術界推動著偽造者的水準，並激發了贗品現象，因為偽造者會依據專家的研究成果，刻意的打造符合專家鑑定的標準。丹佛博物館的艾瑪·邦克（Emma Bunker），1992 年在中國的學術研討會上發表了對中國古代冶金術的新發現，之後數月，接連有四位文物藝術商帶著售價高昂而且仿製精美的中國古代金屬器來請教她，贗品製作的技術正是應用她所發表的報告（Harrington, 1998: 135）。結果是學者有愈多的新發現，偽造者的技術就愈提升。其他的例子如



深棕色的圈足是一個鑑定南宋官窯的重要依據之一，依據實物證據，早在十八世紀以後的偽造者，就已經開始嘗試故意在圈足部分塗抹鐵汁，以便得到類似的效果（曾肅良，2003）。而乾隆、嘉慶年間宮廷編纂了大型著錄文獻《石渠寶笈》，其中所列的書畫金石，也是贗品生產者最佳的參考目錄手冊。

若是鑑定的標準是依照既有的知識體系，那麼高仿品都可以達標。中國大陸的贗品水準很高，高仿品幾可亂真（吳樹，2012；Barboza, 2013）。例如古玉用的是和原材料相同的玉料。古畫用的是古紙，找美術學院的畫手來模擬，而且還有分工：有的畫、有的題字、有的雋刻印章。青銅器用現代電腦雷射掃瞄繪圖，絲毫不差，還有老銅新煉，老繡新黏等障眼法來對付鑑定專家。瓷器用的也和古窯址相同的土質。甚至用古瓷碎片磨成粉，加在新的瓷土裡面，通過碳十四機器檢測，可以測得到和「古時候」相同的檢測質。更有甚者，以接底的方式將古瓷破片底座接在新磁下面，讓專家在底部鑽孔測試的時候，探測質是對的。這些都是作偽專家們應付所謂的「科技鑑定」所摸索出來的技術。除此之外，把新製品放在真的「骨董盒」中來取信於人。至於古董家具也是用拼湊法，將一件古舊傢俱的所有部件拆散，然後將其拼裝到多件新傢俱上，讓不懂的買家難辨真假。

當代網路資訊發達，關於文物藝術品的精美圖片和資訊全都一覽無遺，要仿造出一件複製品／贗品在技術上不是大問題，然而要如何將仿冒品送進藝術品拍賣會，送到知名的收藏家手中和博物館展覽，那就是和藝術世界的社會網絡大有關係了。

### 三、制度性的權威

制度性的觀點，機構組織的名聲可以幫助提升商品的價值和可信度（Beckert and Rössel, 2013），一般人很少去懷疑博物館藏品的真確性，因為博物館作為一個藝術殿堂的頂級位階，博物館的收藏就是對藝術品黃袍加身的儀式（museum ritual）。借用一位以色列的古董商傳神的形容：「賣給博物館時或許不是什麼大不了的東西，關鍵是在自從進了博物館大門那一剎那起，就是破銅爛鐵也成了黃金，這就是最適合博物館展示的。」（德尼·賓克斯，1997: 143）那麼為何有專業把關的博物館中還會有贗品？有兩種狀況，其一

是不知有假，屬於鑑定失準，因為贗品實在太高明足以欺瞞博物館的鑑定專家們。其二是明知有假，博物館對於資本雄厚「大人物」的捐獻，即使是假，也得收著，因為不能破壞關係，而且依然給予抵稅。此乃不能說的秘密，其目的是為了繼續能獲得有力人士的捐贈和財力支持。(Muscarella, 2000: 2-3) 關鍵之處在於，並非所有人都能把物品捐給博物館，而是那些處於場域位置「社會賢達」之士，才會是博物館「禮遇」的對象。<sup>8</sup> 拍賣公司也是相類似的情況，一般人的一般物品很難送拍，大腕客戶送進來的東西卻很難拒絕。<sup>9</sup> 可見現實的社會網絡關係凌駕於藝術品的「真確性」，因為大家都在為各自的利益計算，錢／權才是真理。

在紐約已經有 165 年歷史的諾德勒畫廊 (Knoedler & Company, 1846～2011) 因為賣假畫的官司纏身，而於 2011 年宣布終止營業，讓不少業內人士扼腕 (Cohen, 2013; Cohen and Rashbaum, 2013)。因為它可說是美國藝術收藏品最有權威影響力的供應商，也可以說是一間協助創造美國藝術世界的關鍵者，大收藏家如 J. P. Morgan, Andrew Mellon 以及著名的機構如大都會博物館，羅浮宮和倫敦泰特美術館都是其主要的客戶。根據法院的審判資料，諾德勒畫廊在十幾年之內賣出將近 40 幅由一對情侶騙子所偽造出馬克·羅斯科 (Mark Rothko)、傑克遜·波洛克 (Jackson Pollock) 和羅伯特·馬瑟韋爾 (Robert Motherwell) 等藝術家創作的畫作。這對騙子伴侶在 1995 年開了一家畫廊，然後認識了歷史悠久有名聲的諾德勒畫廊總裁安·弗裡德曼 (Ann Freedman)，從此展開了利用知名畫廊來銷售贗品的管道。Ann Freedman 在法庭供稱自己所聘請的專家都認定那些畫是真蹟，所以並沒有對畫作的來源出處和提供者做更詳細的背景調查。為何這麼一個歷史悠久的畫廊會賣出贗

---

8 以色列的古董商德尼·賓客斯 (1997) 提供一個見證，有一位沒落的貴族，將猶太的聖書不離身的帶著，即使在槍林彈雨之下，還是以身保護古物。他有心將之送給博物館讓眾人得以觀賞，但是博物館既沒有知識，也沒有愛物之心，把它棄置於倉庫，沒有提供任何展示的機會。後來還是靠賓客斯的社會關係，將聖書轉手給大財團再捐給博物館，因此獲得很盛重的展示，這才滿足了沒落的貴族收藏家的心願。

9 中國拍賣行有一個「雨夾雪」這一潛規則，同一位藏家在給拍賣行送拍時，有真畫，同時也夾帶著假畫。由於藏家在收藏江湖中的地位，拍賣行想要徵集到東西，且不想流失客戶，就會受制於知名藏家。詳閱李沙 (2011) 〈藝術品拍賣「三假」亂象〉。

品而不自知，可能的推理(1)仿作畫得太好，作假太高明，以至於專家都無法辨識。(2)專家根本沒有能力辨識真偽，沒有做好把關的工作。(3)諾德勒畫廊名聲太高，專家有疑慮也不敢說出來。(4)因為諾德勒畫廊是被人尊敬的畫廊，所以買家會因為相信它的專業「權威」。倫敦一家對沖基金的負責人以1700萬美元購買了一幅波洛克的偽造品，當想要在賣出時，被別的專家認定為假，因此才開啓該畫廊賣出贗品畫作一連串的調查。若是當初這些有問題的畫作可以很順利的賣出，而且都是在知名的收藏家和美術館之間流轉，那些虛偽的、攀權附會的藝評家依然可以評論得頭頭是道，試問，還有誰會去管真假？而大部分圈外人都會相信美術館的東西，應該不會有錯，知名畫廊的畫作應該是好的。誠如紐約大都會博物館的策展人 Theodore Rousseau, Jr. 說過，我們所能談論的只是劣質的仿品而已，因為它已經被識破了。「真正技術超高的仿／贗品，還掛在收藏家或是美術館的牆上呢！」(Fine, 1983: 75) 這些均說明贗品之存在與流傳的場域與權力關係，下面繼續討論佔據關鍵場域位置的行動者：專家。

#### 四、專家權威

2011年中國大陸出現一件「金縷玉衣」騙貸案(陳一鳴, 2011; 李妍, 2011; 騰訊財經, 2011; 中國評論新聞網, 2011), 引起社會大眾對於文物鑑定熱烈的討論。一位商人謝根榮偽造一件「金縷玉衣」後, 又動用關係, 花幾十萬元評估費請原故宮博物院副院長等5位專家為之估價24億元,<sup>10</sup> 然後以此成功地向銀行取得巨額貸款5億多元。同年北京中嘉國際拍賣有限公司舉辦的「2011年古代玉器專場拍賣會」上, 「漢代青黃玉龍鳳紋化妝臺(含坐凳)」以2.2億元成交。但很快的學者提出凳子是漢代根本還沒有發展出來, 同時新華社記者報導「天價玉凳」是在邳州生產製作的, 而且還找到了生產者(邢志剛, 2012)。但是為中嘉國際拍賣有限公司鑑定漢代玉凳的故宮博物院玉器專家周南泉堅稱自己沒有看錯。形成了一邊是造假者承認造

10 這5位專家是王文祥(中國收藏家協會原秘書長), 楊伯達(故宮博物院原副院長), 楊富緒(北京大學寶石鑑定中心原主任教授), 史樹青(曾任國家文物鑑定委員會副主任委員, 2007年已經過世, 享年86歲), 李勁松(中國寶玉石協會原秘書長)。

假，一邊是鑑定專家堅稱「沒走眼」的羅生門。(岳瑞芳，2012)

以上兩件和玉器相關的事件，顯示文物鑑定專家的關鍵位置。在古董文物界，所謂的專家至少有三種，一是學院派專家，二是市場派專家，再來就是偽專家。學院派的專家出自文博單位，具有頭銜，有職稱的人。學院派專家有學問但是不見得有實戰經驗，而且對市場不甚理解，也不知道在市場流通的物品「幾可亂真」的程度，所以才會發生由「博物館專家」買回仿製贗品漢朝陶俑的事件。<sup>11</sup>再者，自古文人相輕，即使是學院派內部，也有意見相左的時候。同樣的東西，三位國家級的專家的判定卻是不一樣的。一位說：「明代作品」；第二位說：「清代一般文物」；第三位說：「這是什麼文物？贗品！潘家園遍地都是……」(吳樹，2010: 337)，所以鑑定大都是在意見相左之下，最終才協議出一個鑑定的結果 (Spencer ed., 2004)。

第二種則是在市場上打滾，歷經殺戮而練就出來的實戰專家，或是稱為行家。他們可能沒有專業學位，也沒有頭銜。他們憑藉隱微知識 (tacit knowledge) 的直覺可以判斷物品的好壞真偽，但是不一定有能力像學院派專家般的說出一大堆學理。第三種偽專家危害甚大，這些人是略懂文物，但更是敢於招搖撞騙，只要拿錢就能簽寫鑑定書。還會放話打擊別人，把真的說成假的，在臺灣的行話是「打針」。這種唯利是圖的偽專家有時候還會將真跡判定為贗品，請託友人以低價買下，然後再利用關係送進拍賣公司以驚人的高價賣出 (吳樹，2010)。不論如何，這些專家們若是操守不足，都會產生專家做出錯誤鑑定的事。

從社會文化的視角而言，中國是一個重人情關係的社會 (邊燕杰編，2011; Lin, 2001)，礙於人情，具知名度專家有時候也會做出違反專業倫理的事情。鑑定「金縷玉衣」5位具知名度的專家沒有上手，只憑視覺就簽下鑑定書，行內人判斷，這是屬於友情鑑定、金錢鑑定的一種。其實商人花錢請

---

11 1994年，北京潘家園古玩市場上出現了一批陶俑。在這之前，有北魏大墓被盜的傳言，也有小浪底挖出文物的傳說。文物專家鑑定這批為真品北魏陶俑，於是，國家級博物館撥款進行了「搶購性收購」。歷史博物館買了三次，故宮買了兩次，中國歷史博物館花了八十萬，故宮花了十萬。但東西卻越收越多，最後經過調查，這些「北魏陶俑」，出自南石山村，因為用的是遺址的泥土來做仿品，所以能過得了科學儀器的年代檢測。詳見 (吳樹，2010: 176-179)。

吃飯還支付高額的酬庸，就是要利用他們具有權威的頭銜和簽名的鑑定書，來取信於銀行。又如漢代玉凳的鑑定者，也是因為有「故宮」的頭銜，所以能受聘於拍賣公司為顧問。這一切清楚顯示在藝術場域中的「位置」與「權威」的關係。Mark Jones（1992）已經指出贗品可以教導我們一些事，那就是專家的不可靠性（fallibility），矛盾的是鑑定還是一定要請「專家」來執行。無論是站在經濟利益方面，還是收藏成就的角度，大家都希望能得到藝術場域最高權威的認定。紫禁城裡的專家，和臺灣的故宮一樣有權威性，愛惜羽毛者不願意隨便為民間做任何鑑定的工作，以免惹禍上身。不能潔身自愛的人在收藏文物興盛、拍賣公司林立的時候，可以遊走各方利用「專家」頭銜大顯身手。

## 五、贗品共犯集團

Howard Becker（1982）指出所有的藝術創作都是集體的活動，同樣地，製造贗品也不是一個人可以獨自完成的事情，它需要一個網絡，而且這些人都是行家，只有他們才知道如何用圈內的語言和交易方式來推銷畫／偽作。高仿品背後的「作手」其實都是天才，而且他們對真跡的研究非常透徹，匈牙利美學教授 Radnóti（1999）指出偽造者對藝術品與藝術史的理解不只是一般性普通的知識，而是擁有非常專精的圈內知識（the esoteric history of art），而且他們對於藝術世界的動態是瞭若指掌，所以才有能力複製出幾可亂真，同時還能矇騙過鑑賞家火眼金睛的贗品。首先要問，偽造者手中的真跡從何而來？通常偽造者需要得到博物館專業人士和富有收藏家的協助，因為偽造者需要專家的知識和真跡做為範本臨摹，所以絕不是局外人可以完成的。作偽高手一定是有藝術圈內行家朋友，才能完成一個完美複製品。例如列名在明四家之一的仇英，所模仿唐宋古畫都是出自明代收藏大家項元汴家族的收藏。（廖堯震，2018）由肯·派雷尼（2013）的案例看來，他的成功來自於機遇和良好的社會關係。首先他有一個帶著他進入藝術世界的人，於是才能有機會進入藝術場域的網絡，這樣他才能夠接觸到藝術世界中的高端社交圈，看到真跡。他所製造出來的高仿品，就是由這些圈內朋友代為行銷，所以能夠騙過專家，進入拍賣會順利的交易成功。

主動提供真跡給工匠作偽仿造的古董商，提供真跡給畫師作爲臨摹的畫廊老闆，是贗品生產鍊中的始作俑者。在這種情況下，有技術做出幾可亂真的偽造者，往往不是真正的得利者，這樣的事情在世界各地都一直在上演。(Glueck, 2007) 1896年羅浮宮以8千磅收藏了一個被鑑定是西元5百年左右的金王冠，後來發現這是出自一位烏克蘭敖德薩天才金匠 Rouchomouski 的高仿品，但金匠只收到200磅的酬勞 (Stevenson, 1917: 226)。2011年紐約知名的畫廊諾德勒畫廊被控告賣傑克森·波洛克 (Jackson Pollock)、威廉·德·庫寧 (Willem de Kooning)、馬克·羅斯科 (Mark Rothko)、弗朗茲·克蘭 (Franz Kline) 和羅伯特·馬瑟韋爾 (Robert Motherwell) 等藝術家假畫，這些作品在交易中賣出了逾8000萬美元，然而作偽的華人畫家錢培琛，每繪製一幅畫作，他只拿到幾千美元的報酬 (Cohen, 2013; Cohen and Rashbaum, 2013)。對生產贗品的工匠而言，他們只是依賴此技術營生而已。很多工匠他們可以複製出古董藝品賣給觀光客或是古董商，但是後來卻成爲「真古董」在藝術市場流通。這並非是生產者的初衷，也非工匠有意欺瞞，而是和市場機制以及商品代理人 (行銷者，古董交易者) 有關，真正賺取暴利的是交易仲介的商人。例如民國初年在中國大陸北京琉璃廠，知名的古董商岳彬，<sup>12</sup> 他會把手中的真跡交由工匠先複製，然後把贗品賣出，真跡卻一直自己留著 (陳重遠，2000: 460-464)。

從贗品得到好處的共犯集團人數眾多，大家都以自己的利益著想，所以使得贗品可以在市場、拍賣會、收藏家和博物館、美術館通行無阻。誠如英國藝術史家 Mark Jones 揭示：「贗品是市場需求的反應，是人類慾望圖像不斷改變的顯示。每一個社會，每一代人，贗品代表一種貪婪」(Jones ed., 1990: 13)。首先是偽造者，接著是「發現」並鑑定贗品爲「真」的策展人，古董商和拍賣公司從買賣中獲利，專家學者獲得第一手的資料研究發表論文，獲得寶物的博物館則炫耀增加館藏，把「國寶」留在國內讓大家共賞。(Hardwick, 2010:

12 岳彬 (1896-1954)，民國時代北京琉璃廠知名的古董商，岳彬造假做舊技術一流，過手的書畫珍品，他都會複製幾份，賣給各地買家，真假虛實之間讓人無法分辨，他特別善於與外國古玩商打交道，在1952年的五反運動時，被以破壞並盜賣龍門石窟的北魏時代《帝后禮佛圖》給美國人而銀鐐入獄，1954年死於獄中。

408) 考古學者 Oscar White Muscarella (2000) 指控造假和收藏是分不開的，因為其中牽扯的是相同的一群人，專家學者和博物館專家／策展人都是贗品文化的成員。他指出造假文化有多種面貌，而且層級化，有一套完整的親屬系統，參與其中的份子，直接間接包含有策展人、科學家、博物館專業人員、信託基金會、古董商、走私人員、拍賣會、收藏家和作偽者。其間還涉及禮物交換、法律、符碼化的語言、評鑑機制和權力政治。這個他稱之為共犯組織透過收藏、展示、出圖錄、在藝術雜誌發表專題論文，打造贗品的發掘和出土的精彩故事來增加偽品的可信度。這些共犯集團在社群中獲取金錢利益、名聲、權位，但是卻大大的破壞扭曲文物古蹟的「真實」故事。古董商在商言商，可以瞎買瞎賣，但是讓贗品成為「國寶」的是博物館和專家學者，他們不但展出贗品，而且還出版圖錄，弄假成真才是最令人憂心，要被譴責的。

在當代社會，有心人士可以利用既有的藝術知識體系來「合法化」收藏品（曾肅良，2003）。例如私人藏品藉由博物館展覽「背書」而使得藏／贗品身價得到保證；利用拍賣公司的圖錄和拍賣紀錄來給自己的藏品建立身分證明；經由出版專書來為私人藏品取得身分證；經由名人收藏來為藏／贗品加持等。坊間夾雜著贗品的書籍及圖錄正在不斷地被出版，所以要從原始檔案裡消除贗品的紀錄，變得愈來愈困難，因為學者往往藉著引用別的學者的研究成果與收藏家的藏品，來做進一步的比較分析（Harrington, 1998: 137）。如此真假難辨的高仿品，干擾人們對藝術史真相的瞭解，也讓消費者／收藏家／大眾在莫衷一是的情況下，不知道最終的依據為何。接著本文從收藏家的真實經驗來談他們是如何面對真假難辨的國寶／贗品。

## 伍、收藏家：不願意面對的真相

作者在古董市場接觸到在古董圈有些資歷的人，大概都承認古董「偽多真少」，而且有「鑒寶專家」比寶物還多，「古董行」比古董還多的現象。絕大多數的收藏家自認為坐擁國寶，但卻是贗品滿屋子（賀雲翹，2010；郭良蕙，1987；1997；陳啓正，2011）。難處在於很多藏家執迷不悟，把贗品當寶貝，而且深信不疑。有些收藏家還會自豪地誇耀自家的寶物可媲美故宮文

物，這樣的現象被藝術新聞工作者形容為這些人需要去看「國寶精神科」（郭良蕙，1997）。然而同業中人很少會公開直接地與當事人說出真相，這背後也牽扯出複雜的人生哲學。因為會花大筆錢買古董文物者，一定是喜歡才會收藏，因為喜愛，心靈有了寄託，生活也變得充實愜意，然而如果一旦知道自己所收藏的心愛寶物，原來是件贗品，不僅原來的喜愛之情會頓然喪失殆盡，而且還會為自己的眼光不如人而懊惱不已，「或許一直做著美麗的綺夢而不被叫醒，也是一種幸福。」（陳啓正，2011）那麼，要殘酷地戳破他人的美夢與否，不但需要勇氣，而且需要智慧。因為真實的話會要人命的，沒有人敢直接說，人性的弱點在藝術品消費市場上無所遁形。圈內的商業論述是收藏古董有三個階段：被欺，自欺，欺人。以作家郭良蕙自述為例：

第一階段，常常買錯，店家自己沒有道行，或是沒有道德，當然被欺了。到第二階段，半知半解，以為自己有眼光，把錯誤當成正確，樂陶陶，這是自欺。第三階段，一步步熬到高段數，找充分的理由和說詞，把垃圾贗品推出去，這是欺人。（郭良蕙，1987: 19）

贗品為何可以在市場中大行其道，本文在前面已經說明，而從消費者的視角而言，這涉及人性的弱點，如貪婪、賭性、欺瞞等，也和場域有關，指的是個人的社會網絡關係。本文試圖歸納出幾個解釋如下：

## 一、收藏是自願的消費行爲

小說「琉璃廠傳奇」的主角袁玉山到山西平遙市場去收舊貨，識破一位攤主的假瓷器，攤主理直氣壯的對他說：「不造假我吃什麼，原本這東西就是個玩藝兒，你們城裡人吃飽了沒事擺著玩的東西。真的假的有什麼區別？」（鄒靜之，1997: 164）一位玉器專家對於買到假玉的評論是：「自己能力不夠，怪誰？自己要多學習，沒人逼你去買！功課沒做好，哪有資格去買東西。」<sup>13</sup>

13 玉器專家訪談，2010年1月11日于臺北。



作家郭良蕙自己從事收藏多年，也創辦了介紹收藏與拍賣市場的藝術雜誌，她談畫作的真真假假時提到，會買畫的人都是有點錢的人，所以吃點虧，上點當好像沒什麼，反正他們有的是錢。這是所謂「剝削富人，沒有什麼不當」的論述（郭良蕙，1997: 178）。以上的論點表示，都是吃飽飯沒事幹的人，才會買古玩藝術品。因此，這些富裕的人，有的人有財力但沒有眼光，所以根本無法分辨好壞真假，全憑古董商舌燦蓮花，賣給收藏家一個動人的故事。既使後來知道買了「打眼貨」，也不會因為幾個錢回頭去跟古董商家鬧得不愉快，因為古物收藏就是一種消遣。已故建築大師漢寶德自述收藏贗品的經驗也只是不再光顧，而不至於責怪古董商，畢竟那些物品和購買過程「它們也曾給我不少樂趣。」（漢寶德，2004: 29）也就是這樣一種社會財富重新分配，以及收藏家／消費者主動購買的文化，讓古董市場中的贗品持續的存在並流傳著。據不完全統計，中國目前共有 7000 多萬人在玩收藏。根據中國大陸報導文學家吳樹的調查，他認為市場上 97% 的骨董都是贗品（吳樹，2012: 136）。形成了「一群傻子在買，一群傻子在賣，還有一群傻子在等待」的贗品收藏現象。

## 二、收藏是玩耍休閒

其實古玩，用這一個「玩」字，就是說明這只是一種休閒玩耍，不需要那麼正經八百。什麼仁義道德，就是一個喜歡甘願，被騙也是甘願。大家都知道賭博不好，但是只要有那麼一丁點的機會，就會有人不斷的「自願」前仆後繼。同樣的，買彩券與中樂透一樣，明知道中獎的機會渺茫，但在個個有希望的鼓動之下，獎金就節節升高。彩金越大，下注者越多，代表人／賭性的面向。有一位老江湖說法，可以代表一般古董玩家的心聲：「古玩市場的味道就在於真假美醜劣五味俱全，沒有了『檢漏兒』，沒有了『打眼』，沒有了『悲喜江湖』，東西都是老的，真的了，那裡就成了富人的天下，成了拍賣公司，比誰更有錢，它就失去了賭性，失去了絕大多數的參與者，還玩什麼玩？」（吳樹，2012: 311）臺灣有位古董商指出收藏迷人之處就是在於真真假假，變化無窮，他形容「我這樣研究還會假，我認為真的，結果一年之後變成假的，這也是迷人的地方。例如有些人他買黃金一直放家裡，那有什

麼樂趣呢？只能一塊一塊疊，哪有什麼樂趣？」<sup>14</sup> 由此看來，對於收藏家／消費者而言，或許他們真正享受的是在於尋／淘寶的過程，至於買到的是致富的稀世珍寶，還是沒有再次交換價值的贗品，端視收藏家個人的財力和眼力了。

### 三、收藏入門要繳學費

談收藏，一定會經過繳學費被騙的過程，漢寶德（2004）把它分為「人騙我，我騙我和我騙人」三個階段，有的人一生是門外漢都處於第一階段。有的人用功努力看書，逛博物館，就可能脫離蒙昧的階段。在大中華地區，一般人對於文物藝術品並沒有充足的養成教育，加以中國文物龐雜，從書畫、青銅器、瓷器、玉器到象牙牛角雕刻等等，每一種都有深奧的知識，入門難。然而當盛世收古董的風潮開始時，很多人都是看見喜歡就買，想要將經濟資本拿去換文化資本。可是對於古董文物沒有斷代的能力，不理解時代風格，做舊的技術。所以一開始都是憑著聽故事買東西，靠關係買東西，而非憑眼力買東西。買到贗品都是先承認自己學藝不精，努力的收藏家都是要繳交入門的學費之後，才能夠逐漸累積知識，從承認錯誤中學習。<sup>15</sup> 但若是悟性不足一直執迷不悟，不肯面對買錯的真相，則是永遠在繳學費，不但拿不出真、精、美、稀、絕，令人驚艷的藏品，而且沒面子，還賠了大筆的銀子。

### 四、君子不擋人財路

在古董市場中的商業論述是，要買到貨真價實的「老」東西，憑的是「眼力」、「財力」與「魄力」。除了少數真心知己的好朋友會互相警惕提醒之外，在這個競爭劇烈的收藏世界中，說真話的人少。因為他人收藏得不好，才能凸顯自己收藏得好。能夠收到一個稀有的寶物，除了誇富的奢華之外，還代表收藏家比他人更用功勤勉，更精明銳利，動作快，有知識，有洞察力，才

14 古董商訪談，2009年10月12日于臺北。

15 清翫雅集的創會會長蔡一鳴，會員曹興都坦承有過被騙繳學費的經驗。詳閱新浪收藏（2012），藝術中國（2011）。

能夠搶得先機。在這樣的收藏文化之下，再加上華人文化「君子不擋人財路」，所以在市場中，更少有人會去阻止贗品的買賣。以古董玉器收藏為例，作者在研究中訪談過多位古董仲介者，他們都說，為免發生糾紛，他們從來不會替客人鑑定從他處買來的東西，既使明知道那是不對的東西，基於商業倫理，也不會公開批評。怕的是客人回頭去退貨，自己就會惹禍上身。畢竟在商場中，每個生意人都有自己做生意的方式，但是都知道「擋人財路」乃不智之舉。對新手而言，進入古董市場是高風險的消費，只能各憑運氣了。

## 五、瞎賣瞎買

不只是收藏家沒有足夠的養成知識，其實古董文物的仲介者也同樣是缺乏知識。舊時中國古玩店有師徒制度，業者是在市場中歷練學習，然而這樣的訓練系統在中國大戰亂時代出現斷層。中國大陸 1949 年的社會主義政權把古董行收歸國有經營，文革時期古董文物處境危險，古董文物根本沒有市場，遑論人才訓練。臺灣和香港則是在 1980 年代才興起古董文物的大眾市場，然而從事文物仲介者出自行家的少，大量進入古董市場的新手是來自四面八方以賺錢為目的生意人，所以他們只在乎買進賣出，對於物品真假沒有概念，但憑三寸不爛之舌做生意。他們將本求利，只在乎如何把東西賣出去，並不關心物品的真假好壞。<sup>16</sup> 所以當消費者／收藏家所接觸的是這種專業性不足的生意人，則只能買到「生意貨」而非國寶。

總之，收藏家要承認自己花錢買了贗品是需要勇氣的，而這也有主客觀的條件。主觀而言，願意承認錯誤，客觀而言，需要有良師益友在旁點撥。例如，已故的五洲製藥廠「爽伯」吳先旺，他和寒舍的創辦人蔡辰洋是好朋友，寒舍是他買古董的窗口，有蔡辰洋為他掌眼，所以東西都沒有問題（蘇拾瑩，2006）。一般而言，社會資本豐厚的人憑藉社會關係，可以進入高端的收藏網絡，能遇到專業能力強的代理人，這樣才能接觸到好／真的古董文

---

16 作者研究古玉市場，受訪者沒有一人有藝術背景，大都是邊賣邊學，有位古玉商人坦白說：「我是在賣古玉兩年之後，才開始知道如何辨真假。」雖然前兩年他不知道自己賣的是甚麼，可當時 1990 年代臺灣經濟好，什麼樣的貨都全賣光了。古董商訪談，2010 年 9 月 11 日，臺北。

物。以臺灣知名的收藏團體「清翫雅集」為例，當初成立的目的也是有感於古董市場真偽難辨，屢有買到偽作，受騙上當的經驗，爲了自救，也爲了端正風氣，籌組收藏家團體，彼此交換收藏與鑑賞心得，提升眼力知識帶動良性循環。然而一般市井小民，若是沒有機運接觸到藝術市場的核心社會網絡，「跟錯師傅，入錯門」則可能就一直被不肖業者綁架，在古董市場中被騙來騙去。

## 陸、結論

從法國社會學者 Pierre Bourdieu 對文化場域的視角而言，藝術品／家能夠得到社會的認可，光靠藝術品的內在特質是不夠的，而是他們在藝術場域內部不斷爭奪的結果。因此從關係性的思考，本文主張贗／仿品的存在是與社會文化緊密的鑲嵌在一起，真正要探討的應該是文物交換的藝術體系，而非贗品本身。因爲偽作最高明之處在於他們「真實的操縱了社會」（強納森·羅培茲，2012；Keats, 2013）。本論文已經清楚說明，物／贗品生產與交易通過許多中介，不論是作偽的高手、行銷的代理人、購買的收藏家或是博物館的館員、鑑定的專家，全都是社會的行動者，在古董文物的場域中，這些行動者處在不同位置，或多或少地，主動或被動地都參與了仿／贗品在市場流通的過程，在集體行動的推波助瀾之下，建構了當前大中華地區古董市場中的贗品文化。

當今，不論是拍賣會場或是一般古董行、博物館或美術館，可能都有許多的贗品，因爲高仿品就是真跡的複製品，真假實在是難分軒輊。能夠做出騙過專家的贗品生產者，本身的藝術造詣也很高，但是用在創作，可能要奮鬥很久，也不見得能出頭天。但是只要在既有的藝術符號系統中複製已經得到認可的「符號」，不論是自願還是被迫，卻可以獲利豐富。這是一個關於利益現實的行動，端看經濟行爲者如何「理性」決定。然而，如何成功地把贗品行銷出去，端賴行動者所處的場域位置和社會資本。本論文已說明，關於贗品的生產與行銷都不是單一個人可以完成執行，而是社會集體行爲的結果。總而言之，既定的「文物藝術體系」是文物價值的判別標準，也是專家

鑑定知識體系的依歸。此乃本文一直想要強調的論點，關於贗品，不應該只放在對物品辨識真偽的技術鑑定，關鍵點更在於深刻反省評判文物藝術品真偽的知識體系與社會文化。

從藝術史的觀點而言，贗品混淆知識系統；從法律而言贗品是欺詐，贗品帶給收藏家是財物、顏面名譽與精神上的損失。從交易而言，贗品代表的是藝術文物市場蓬勃發展，但贗品太多也會讓買家卻步，影響市場的發展。然而因為目前大中華地區普遍缺乏有關藝術美學的養成教育，藝術品收藏入門難，對於古董沒有知識，沒有斷代的能力，不理解時代風格，更不知道贗品高超的做舊技術。所以繳交學費成為必要之惡，可以說是「進修無門，摸摸索索，行若牛步，進展緩慢，誤把真當假，假當真」（郭良蕙，1997: 17）。加上古董市場沒有懲罰的機制，古玩行規：「賣假不退」、「拍賣不保真」、「古玩不打假」，所以消費者／收藏家買到贗品只能怪自己貪心或是學藝不精。於是乎轉而尋求專家來為文物知識淺薄的大眾把關，然而專家也不能信賴。因為鑑定專家有眼力高低之分，操守嚴謹之別。所謂的專家其實也只懂一點，不可能從書畫、瓷器到玉器雜項全懂。而學者型的專家和市場脫節，若是知識參照體系有誤，則是一錯再錯。而有的專家礙於人情，要保護收藏家的面子，為了不要讓別人傷心，並不會說實話。這些複雜的因素讓贗品一直在市場中流傳著，雖說贗品從古即有，但是於今尤烈。諷刺的是，當人們在崇高的藝術殿堂膜拜「藝術品」的時候，似乎都沒有察覺自己被象徵暴力宰制，陷入了資本主義符號消費的迷思而不自知。

## 參考資料

### A. 中文部分

中國評論新聞網

- 2011 〈金縷玉衣成了「專家」的裹屍布〉。2018年10月3日，取自 <http://hk.crntt.com/doc/1018/3/3/9/101833945.html?coluid=73&kindid=7151&docid=101833945&mdate=0913144553> (CRNTT. Com, 2011, “The Jade Clothes Sewn with Gold Wire Becomes a Shroud of Expert,” Retrieved October 3, 2018, from <http://hk.crntt.com/doc/1018/3/3/9/101833945.html?coluid=73&kindid=7151&docid=101833945&mdate=0913144553>)

方 翔

- 2014 〈《功甫帖》事件或成古代書畫市場分水嶺〉。雅昌藝術網，2014年1月9日，取自 <http://auction.artron.net/20140105/n555361.html> (Fang, Xiang, 2014, "Gong Fu Tie Might Become the Turning Point of Ancient Chinese Painting and Calligraphy," Artron. Net, Retrieved January 9, 2014, from <http://auction.artron.net/20140105/n555361.html>)

王可望

- 2014 〈2013年中國藝術品市場十大事件〉。雅昌藝術市場監測中心，2014年1月9日，取自 [http://amma.artron.net/observation\\_shownews.php?newid=557082&p=1](http://amma.artron.net/observation_shownews.php?newid=557082&p=1) (Wang, Ke-Wang, 2014, "Top 10 Events in 2013 Chinese Artworks Market," Art Market Monitor of Artron, Retrieved January 9, 2014, from [http://amma.artron.net/observation\\_shownews.php?newid=557082&p=1](http://amma.artron.net/observation_shownews.php?newid=557082&p=1))

布魯諾·費萊 (Frey, Bruno S.)

- 2003 《當藝術遇上經濟：個案分析與文化政策》，蔡宜真、林秀玲（譯）。臺北：典藏藝術家庭股份有限公司。(Frey, Bruno S., 2003, *When Art Encounter Economy: Case Analysis and Cultural Policy*, Yi-Zhen Cai and Xiu-Ling Lin (trans.). Taipei: Artouch.)

吳 樹

- 2009 《誰在收藏中國》。臺北：漫遊者文化事業股份有限公司。(Wu, Shu, 2009, *Who Are Collecting Chinese Artworks*. Taipei: Azothbooks.)
- 2010 《誰在拍賣中國》。臺北：漫遊者文化事業股份有限公司。(Wu, Shu, 2010, *Who Are Auctioning Chinese Artworks*. Taipei: Azothbooks.)
- 2012 《誰在淘寶中國》。臺北：漫遊者文化事業股份有限公司。(Wu, Shu, 2012, *Who Are Chasing Chinese Artworks*. Taipei: Azothbooks.)

李玉玲

- 2000 〈贗品？故宮特展古玉釋疑〉。聯合報，12月2日，第14版。(Lee, Yu-Ling, 2000, "Counterfeit? Explanation on National Palace Museum Ancient Jade Special Exhibition," *United Daily News*, December 2, p. 14.)

李玉瑛

- 2015 〈當代華人文物藝術拍賣市場之形成〉，見許嘉猷（編），《藝術與文化社會學新論》，頁371-403。臺北：唐山出版社。(Lee, Yu-Ying, 2015, "The Formation of Contemporary Cultural Relics Auction Market in Greater China," pp. 371-403 in Jia-You Xu (ed.), *New Perspectives for the Sociology of Art and Culture*. Taipei: Tonsan Publications Inc.)

李 妍

- 2011 〈假金縷玉衣背後的「鑒定江湖」充滿銅臭味〉。紅網，2011年10月2日，取自 <http://hlj.rednet.cn/c/2011/09/07/2368867.htm> (Lee, Yen, 2011, "Full of Copper Stink Behind the Authentication of Fake Jade Clothes Sewn with Gold Wire," Rednet.cn, Retrieved October 2, 2011, from <http://hlj.rednet.cn/c/2011/09/07/2368867.htm>)

李 沙

- 2011 〈藝術品拍賣「三假」亂象〉，《博覽群書》11: 6-12。(Lee, Sha, 2011, "Phenomena of Three Kinds of Fake in Art Auction," *Extensive Reading* 11: 6-12.)

李維菁

- 2000 〈故宮購藏玉器真偽〉。中國時報，12月1日，第14版。(Lee, Wei-Jing, 2000,

- “Authenticity of National Palace Museum Jade Artworks,” *China Post*, December 1, p. 14.)
- 汪暉陽、馬思汀
- 2012 〈當贗品成爲主流〉。藝術銀行，2014年6月23日，取自 <http://www.zcom.com/article/90912/> (Wang, Hao-Yang and Si-Ding Ma, 2012, “When Counterfeit Becomes the Mainstream,” Artbank, Retrieved June 23, 2014, from <http://www.zcom.com/article/90912/>)
- 邢志剛
- 2012 〈江蘇邳州商人承認組裝 2.2 億漢代玉凳〉。新浪收藏，2012年12月31日，取自 <http://collection.sina.com.cn/yjjj/20120226/080457298.shtml> (Xing, Zhi-Gong, 2012, “Jiangsu Pizhou Businessmen Admitted the Assembly on 220 Million Han Dynasty Jade Ancient Stool,” Sina Collection, Retrieved December 31, 2012, from <http://collection.sina.com.cn/yjjj/20120226/080457298.shtml>)
- 周 倜
- 2001 《古玩市場今昔考》。北京：中國文聯出版社。(Zhou, Ti, 2001, *Study on Ancient and Modern Antique Market*. Beijing: China Federation of Literary and Art Circles.)
- 岳瑞芳
- 2012 〈誰來對藝術品鑑定「一錘定音」〉。經濟參考報，2012年12月31日，取自 [http://dz.jjckb.cn/www/pages/webpage2009/html/2012-03/23/content\\_42291.htm?div=-1](http://dz.jjckb.cn/www/pages/webpage2009/html/2012-03/23/content_42291.htm?div=-1) (Yue, Rwei-Fang, 2012, “Whose Appraisal on Artworks ‘Strike A Deal’,” Economic Information, Retrieved December 31, 2012, from [http://dz.jjckb.cn/www/pages/webpage2009/html/2012-03/23/content\\_42291.htm?div=-1](http://dz.jjckb.cn/www/pages/webpage2009/html/2012-03/23/content_42291.htm?div=-1))
- 肯·派雷尼 (Perenyi, Ken)
- 2013 《騙倒買家！：世紀假畫天才的秘密告白》，李振昌、洪世民、郭政皓（譯）。臺北：商業周刊。(Perenyi, Ken, 2013, *Scam on Auction Buyer!: Secret Confession from Legendary Fake Painting Artist*, Zhen-Chang Li, Shi-Ming Hung, and Zheng-Hao Guo (trans.). Taipei: Business Weekly.)
- 阿諾德·豪澤爾 (Hauser, Arnold)
- 1991 《藝術社會學》，居延安（譯）。臺北：雅典出版社。(Hauser, Arnold, 1991, *The Sociology of Art*, Yian-An Ju (trans.). Taipei: Athens Press.)
- 強納森·羅培茲 (Lopez, Jonathan)
- 2012 《不存在的維梅爾：偽畫家、藝術史家、犯罪集團和納粹合力搬演的世紀騙局》，陳雅雯（譯）。新北市：大家出版。(Lopez, Jonathan, 2012, *The Man Who Made Vermeers: Unvarnishing the Legend of Master Forger Han van Meegeren*, Ya-Wen Chen (trans.). New Taipei City: Common Master Press.)
- 梁 興
- 2013 〈古玩市場深喉自揭老底：爲了賣錢什麼都敢做〉。雅昌藝術網，2014年1月9日，取自 <http://auction.artron.net/20131122/n536897.html> (Liang, Xing, 2013, “Confession of Antique Market Deep Throat: Dare to Do Anything for Money,” Artron. Net, Retrieved January 9, 2014, from <http://auction.artron.net/20131122/n536897.html>)
- 莎拉·桑頓 (Thornton, Sarah)
- 2010 《藝術市場探密》，李巧云（譯）。臺北：時報文化出版公司。(Thornton, Sarah, 2010, *Seven Days in the Art World*, Qiao Yun Lee (trans.). Taipei: China Times Publishing Co.)

郭良蕙

- 1987 《文物市場傳奇》。香港：藝術推廣中心。(Guo, Liang-Hui, 1987, *Legend of Antique Market*. Hong Kong: Art Promotion Center.)
- 1997 《世間多絕色》。臺北：藝術家出版社。(Guo, Liang-Hui, 1997, *Various Invaluable Antique*. Taipei: Artist Magazine.)

陳一鳴

- 2011 〈「金縷玉衣騙貸：誰之罪」文物鑑定：二流的制度比一流的人強——專訪馬未都〉。南方週末，2011年10月2日，取自 <http://www.infzm.com/content/63144> (Chen, Yi-Ming, 2011, “‘Scam on Jin Lu Yu Yi: Who Is Guilty?’ Artifact Authentication: Secondary System Is Better than First-rate Personnel—Interview with Ma Wei Du,” *Infzm*, Retrieved October 2, 2011, from <http://www.infzm.com/content/63144>)

陳重遠

- 1998 《古玩談舊聞》。臺北縣：橘子出版社。(Chen, Cong-Yuan, 1998, *Old Affairs on Antiques*. Taipei County: Ju Zhi Publication.)
- 1999 《鑑賞述往事——北京琉璃廠》。北京：北京出版社。(Chen, Cong-Yuan, 1999, *Old Affairs on Authentication—Beijing Liulichang*. Beijing: Beijing Publication.)
- 2000 《文物話春秋》。臺北縣：橘子出版社。(Chen, Cong-Yuan, 2000, *Talks on History of Cultural Relics*. Taipei County: Ju Zhi Publication.)

陳啓正

- 2011 〈贗品之夢，戳破與否〉，《典藏古美術》225: 172-173。(Chen, Qi-Zheng, 2011, “Dream of Counterfeit, To Break the Truth or Not,” *Art & Collection* 225: 172-173.)

陳景峻

- 2001 〈古玉辨——談故宮偽假玉事件〉，《藝術家》313: 264-266。(Chen, Jing-Jun, 2001, “Argument on Ancient Jade—Discussion on Fake Jade Event in National Palace Museum,” *Artist* 313: 264-266.)
- 2002 〈玄鳥的「再」啓示〉，《故宮文物月刊》20(4): 46-52。(Chen, Jing-Jun, 2002, “Re-Inspiration of Phoenix,” *National Palace Museum Monthly of Chinese Art* 20(4): 46-52.)

曾肅良

- 2000 〈鑑定技術在文物蒐藏的重要性〉，《博物館學季刊》14(3): 41-52。(Zeng, Su-Liang, 2000, “The Importance of Authentication Skill and Cultural Relics Collection,” *Museum Studies Quarterly* 14(3): 41-52.)
- 2003 〈中國文物藝術收藏的贗品現象〉，《藝術論壇》1: 45-71。(Zeng, Su-Liang, 2003, “Counterfeit Phenomenon in Collecting Chinese Cultural Relics,” *Artforum* 1: 45-71.)

賀雲翱

- 2010 〈「鑒玉」之痛〉。賀雲翱的 BLOG，2010年8月4日，取自 [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_5ff507c90100hbf2.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_5ff507c90100hbf2.html) (He, Yun-Xiang, 2010, “Agony of Jade Appreciation,” Blog of Yun Xiang He, Retrieved August 4, 2010, from [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_5ff507c90100hbf2.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_5ff507c90100hbf2.html))

黃文叡

- 2008 《藝術市場與投資解碼》。臺北：藝術家出版社。(Huang, Wen-Rui, 2008, *Decoding Art Market and Investment*. Taipei: Artist Magazine.)



## 新浪收藏

- 2012 〈蔡一鳴先生訪談：清玩者毋庸認真〉。2018年10月3日，取自 <http://collection.sina.com.cn/cjrw/20120705/174873916.shtml> (Sina Collection, 2012, "Interview Mr. Zai Yiming: A Playful Collector," Retrieved October 3, 2018, from <http://collection.sina.com.cn/cjrw/20120705/174873916.shtml>)

## 楊仁愷

- 1996 《中國古今書畫真偽圖鑒》。瀋陽：遼寧書報出版社。(Yang, Ren-Kai, 1996, *Illustration of Genuine and Fake on Ancient Chinese and Modern Painting and Calligraphy*. Shenyang: Liaoning Publishing House.)

## 楊伯達

- 2009 《中國古玉辨偽》。杭州：浙江文藝出版社。(Yang, Po-Da, 2009, *Authentication on Chinese Ancient Jade*. Hangzhou: Zhejiang Literature and Art Publishing House.)

## 楊伯達（編）

- 1998 《傳世古玉辨偽與鑑考》。北京：紫禁城出版社。(Yang, Po-Da (ed.), 1998, *Authentication and Appreciation on Ancient Jade*. Beijing: Forbidden City Press.)
- 2000 《出土玉器鑑定與研究：中國出土玉器鑑定與研究學術研討會論文集》。北京：紫禁城出版社。(Yang, Po-Da (ed.), 2000, *Authentication and Research on Unearthed Jade: Proceedings of Conference on Authentication and Research of Chinese Unearthed Jade*. Beijing: Forbidden City Press.)

## 鄒靜之

- 1997 《琉璃廠傳奇》。北京：中國電影出版社。(Zou, Jing-Zhi, 1997, *Legend of Liulichang*. Beijing: China Film Press.)

## 廖堯震

- 2010 〈贗品魅力新思維〉，《典藏古美術》216: 128-129。(Liao, Yao-Zhen, 2010, "New Thoughts on Charm of Counterfeit," *Art & Collection* 216: 128-129.)
- 2018 〈魅惑的顏色：探詢蘇州片青綠山水中的仇英原型〉，《典藏古美術》308: 86-91。(Liao, Yao-Zhen, 2018, "Color of Fascination: Exploration on Prototype of Qiu Ying in Natural Scenery in Suzhou Forgery," *Art & Collection* 308: 86-91.)

## 漢寶德

- 2001 〈古玉辯〉，《藝術家》312: 208-215。(Han, Pao-De, 2001, "Identification on Ancient Jade," *Artist* 312: 208-215.)
- 2004 《真與美的遊戲：漢寶德看古物》。臺北：九歌出版社。(Han, Pao-De, 2004, *The Game of Truth and Beauty: Han Pao De's View on Antiquities*. Taipei: Chiuko.)

## 趙汝珍（編）

- 1973 《古玩指南》。臺北縣：文海出版社。(Chao, Ru-je (ed.), 1973, *A Guide Book of Antiques*. Taipei County: Wenhai Press.)

## 劉岳

- 2005 〈玩物仍存師古情——試談乾隆時期宮廷工藝倣古風格的成因與特點〉。澳門藝術博物館，2015年4月10日，取自 [http://www.mam.gov.mo/oldmam/showcontent2.asp?item\\_id=20051218010401&lc=1](http://www.mam.gov.mo/oldmam/showcontent2.asp?item_id=20051218010401&lc=1) (Liu, Yue, 2005, "Learning from Antiquities—Discussion on Features of Imitating Antique Style by Palace Craft in Qianlong Period," The Macao Museum of Art, Retrieved April 10, 2015, from <http://www.mam.gov.mo/oldmam/>)

showcontent2.asp?item\_id=20051218010401&lc=1)

德尼·賓克斯 (Pinkus, Denny)

- 1997 《骨董商》，劉心欣 (譯)。臺北：允晨文化公司。(Pinkus, Denny, 1997, *A Vase for a Flower: Tales of an Antique Dealer*, Xin-Xin Liu (trans.). Taipei: Asian Culture.)

蔡宇薇

- 2015 〈小弟弟一拳打破台灣藝術特展的醜陋真相〉。湃思紀，2015年8月28日，取自 <http://passage.life/2015/08/5926/> (Cai, Yu-Wei, 2015, "A Little Boy Punched the Ugly Face of Taiwanese Art Special Exhibition," Passage, Retrieved August 28, 2015, from <http://passage.life/2015/08/5926/>)

鄧淑蘋

- 1985a 〈瑱與耳飾瑛：由考古實例談古玉鑑定〉，《故宮文物月刊》3(6): 77-87。(Deng, Shu-Pin, 1985a, "Ancient Jade Earrings: Discussion of Ancient Jade Identification from Archaeology Case," *National Palace Museum Monthly of Chinese Art* 3(6): 77-87.)
- 1985b 〈新石器時代的玉璧：由考古實例談古玉鑑定〉，《故宮文物月刊》3(9): 80-89。(Deng, Shu-Pin, 1985b, "Jade Disc in Neolithic: Discussion of Ancient Jade Identification from Archaeology Case," *National Palace Museum Monthly of Chinese Art* 3(9): 80-89.)
- 1986 〈新石器時代的玉琮：由考古實例談古玉鑑定〉，《故宮文物月刊》3(10): 44-52。(Deng, Shu-Pin, 1986, "Jade Cong in Neolithic: Discussion of Ancient Jade Identification from Archaeology Case," *National Palace Museum Monthly of Chinese Art* 3(10): 44-52.)
- 1991 〈百年來古玉研究的回顧與展望〉，見宋文薰 (編)，《考古與歷史文化：慶祝高去尋先生八秩榮慶論文集》，頁233-276。臺北：正中書局。(Deng, Shu-Pin, 1991, "Review and Perspective on Hundred Years Ancient Jade Studies," pp. 233-276 in Wenxun Song (ed.), *Archeology and Historical Culture: Proceeding of Honoring Mr. Gao Qu Xun 80 Years Birthday*. Taipei: Cheng Chung Bookstore.)
- 2001 〈由「假」到「真」的艱辛漫長路〉，《故宮文物月刊》19(1): 4-24。(Deng, Shu-Pin, 2001, "The Long and Hard Journey from 'Fake' to 'Real'," *National Palace Museum Monthly of Chinese Art* 19(1): 4-24.)

錢憲和、譚立平 (編)

- 1998 《中國古玉鑑：製作方法及礦物鑑定》。臺北：地球出版社。(Qian, Xian-He and Li-Ping Tan (eds.), 1998, *Identification of Chinese Ancient Jade: Construction Methods and Mineral Verification*. Taipei: Earth Press.)

謝 媛

- 2013 〈蘇軾《功甫帖》起紛爭：真偽誰說了算？〉。雅昌藝術網華東站，2015年11月5日，取自 [http://huadong.artron.net/20131222/n549426\\_2.html](http://huadong.artron.net/20131222/n549426_2.html) (Xie, Yuan, 2013, "Gong Fu Tie of Su Shi Triggers the Argument: True or False, Who Has the Final Say?" Huadong Artron, Retrieved November 5, 2015, from [http://huadong.artron.net/20131222/n549426\\_2.html](http://huadong.artron.net/20131222/n549426_2.html))
- 2014 〈發酵的《功甫帖》之爭：學術與市場的角力〉。雅昌藝術網華東站，2014年1月9日，取自 [http://huadong.artron.net/20140105/n555389\\_1.html](http://huadong.artron.net/20140105/n555389_1.html) (Xie, Yuan, 2014, "The Argument of Gong Fu Tie: The Competition between Academic and Market," Huadong Artron, Retrieved January 9, 2014, from [http://huadong.artron.net/20140105/n555389\\_1.html](http://huadong.artron.net/20140105/n555389_1.html))

- html)
- 韓秀  
1995 〈兩岸文物保護的歷史、影響及心態〉，《故宮學術季刊》13(2): 1-19。(Han, Xiu, 1995, "History, Impact, and Attitude of Cross-Straits Historic and Cultural Relics Protection," *National Palace Museum Quarterly* 13(2): 1-19.)
- 藍玉琦  
2018 〈姑蘇人，行「片」天下〉，《典藏古美術》308: 92-95。(Lan, Yu-Qi, 2018, "People from Gusu, Practice 'Fraud' Everywhere," *Art & Collection* 308: 92-95.)
- 藝術中國  
2011 〈曹興誠：收藏就如同談戀愛〉。2012年3月12日，取自 [http://art.china.cn/collection/2011-01/04/content\\_3936975.htm](http://art.china.cn/collection/2011-01/04/content_3936975.htm) (Art China, 2011, "Zao Xingcheng: Collection Just Likes Falling in Love," Retrieved March 12, 2012, from [http://art.china.cn/collection/2011-01/04/content\\_3936975.htm](http://art.china.cn/collection/2011-01/04/content_3936975.htm))
- 譚娜  
2009 〈民間市場假貨泛濫 中國文物造假“遍地開花”？〉。人民網，2010年2月26日，取自 <http://scitech.people.com.cn/BIG5/10624748.html> (Tan Na, 2009, "Counterfeit Overflow in Folk Market: Faking Chinese Cultural Relics Blossom Everywhere?" People, Retrieved February 26, 2010, from <http://scitech.people.com.cn/BIG5/10624748.html>)
- 邊燕杰 (編)  
2011 《關係社會學：理論與研究》。北京：社會科學文獻出版社。(Bian, Yan-jie (ed.), 2011, *Relational Sociology: Theories and Studies*. Beijing: Social Sciences Academic Press.)
- 蘇拾瑩  
2006 《窮鬼翻身：五洲製藥董事長吳先旺的發跡傳奇》。臺北：商周出版社。(Su, Shi-Ying, 2006, *From Poor to Rich: A Legend of President Wu Xianwang of U Chu Pharmaceutical Co., Ltd.* Taipei: Business Weekly Publications, Inc.)
- 騰訊財經  
2011 〈富豪自製金縷玉衣騙貸10億 請專家評估出24個億〉。2011年10月2日，取自 <https://finance.qq.com/a/20110906/001347.htm> (Tencent Website, 2011, "A Billionaire Fraud One Billion with a Fake Jade Clothes Sewn with Gold Wire Estimated 2.4 Billion by Experts," Retrieved October 2, 2011, from <https://finance.qq.com/a/20110906/001347.htm>)
- 騰訊網  
2012 〈中國文物造假地圖公布：「作舊」形成產業(圖)〉。2012年12月31日，取自 <http://news.qq.com/a/20120318/000020.htm> (Tencent Website, 2012, "The Map of Forgery Industry on Chinese Cultural Relics," Retrieved December 31, 2012, from <http://news.qq.com/a/20120318/000020.htm>)

## B. 外文部分

Appadurai, Arjun

- 1986 "Introduction: Commodities and the Politics of Value," pp. 3-63 in A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Barboza, David

2013 "Gaming China's Art Market with Expert Forgeries," *The New York Times*, Retrieved January 28, 2015, from <https://cn.nytimes.com/culture/20131102/t02forgeries/en-us/>

2014 "Sotheby's Report Defends Chinese Scroll It Sold as Authentic," *The New York Times*, Retrieved January 15, 2014, from <https://cn.nytimes.com/art/20140115/t15sothebys/dual/>

Barboza, D., G. Bowley, and A. Cox

2013 "Forging an Art Market in China," *The New York Times*, Retrieved January 28, 2015, from <http://www.nytimes.com/projects/2013/china-art-fraud/?emc=eta1>

Baudrillard, Jean

1981 *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St. Louis, MO: Telos Press.

Becker, Howard S.

1974 "Art As Collective Action," *American Sociological Review* 39(6): 767-776.

1976 "Art World and Social Types," *The American Behavioral Scientist* 19(6): 703-719.

1982 *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.

Beckert, J. and J. Rössel

2013 "The Price of Art: Uncertainty and Reputation in the Art Field," *European Societies* 15(2): 178-195.

Bourdieu, Pierre

1977 *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

1984 *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Richard Nice (trans.). Cambridge: Harvard University Press.

1993 *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.

Cohen, Patricia

2013 "Painter of Works Sold as Masterpieces Says He Too Was Duped," *The New York Times*, Retrieved December 20, 2013, from <https://cn.nytimes.com/culture/20131220/t20painter/dual/>

Cohen, Patricia and William K. Rashbaum

2013 "One Queens Painter Created Forgeries That Sold for Millions, U.S. Says," *The New York Times*, Retrieved October 30, 2015, from <http://cn.nytimes.com/culture/20130817/c17fraud/dual/>

Cole, Herbert M.

2003 "A Crisis in Connoisseurship?" *African Arts* 36(1): 1, 4-5, 8, 86, 96.

Darmon, Adrian

2007 "Forgeries, A Long History," Retrieved April 4, 2018, from <https://web.archive.org/web/20070804234511/http://www.museum-security.org/forgeries.htm>

Fine, Gary Alan

1983 "Cheating History: The Rhetorics of Art Forgery," *Empirical Studies of the Arts* 1(1): 75-93.

Ferguson, J.

1988 "Cultural Exchange: New Developments in the Anthropology of Commodities,"

- Cultural Anthropology* 3(4): 488-513.
- Glueck, Grace  
2007 "They Are Inauthentic, Yes, but Beautiful," Retrieved April 5, 2018, from <https://www.nytimes.com/2007/05/18/arts/18forg.html?ex=1337140800&en=17d24295afc3fb5d&ei=5124&partner=permalink&exprod=permalink>
- Hardwick, Tom  
2010 "'The Sophisticated Answer': A Recent Display of Forgeries Held at the Victoria and Albert Museum," *The Burlington Magazine* 152(1287): 406-408.
- Harrington, Spencer P. M.  
1998 "The China Syndrome," *Art News* 97(9): 134-139.
- Jones, Mark (ed.)  
1990 *Fake?: The Art of Deception*. London: British Museum Publication.  
1992 *Why Fakes Matter: Essays on Problems of Authenticity*. London: Published for the Trustees of the British Museum by British Museum Press.
- Keats, Jonathon  
2013 *Forged: Why Fakes Are the Great Art of Our Age*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lessing, Alfred  
1965 "What Is Wrong with a Forgery?" *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 23(4): 461-471.
- Lin, Nan  
2001 "Guanxi a Conceptual Analysis," pp. 153-166 in Alvin So, Nan Lin, and Dudley Poston (eds.), *The Chinese Triangle of Mainland, Taiwan and Hong Kong: Comparative Institutional Analysis*. Westport, CT: Greenwood.
- Muscarella, Oscar White  
2000 *The Lie Became Great*. Groningen: Styx Publications.
- Nagel, A. and C. S. Wood  
2005 "Toward a New Model of Renaissance Anachronism," *The Art Bulletin* 87(3): 403-415.
- Radnóti, Sándor  
1999 *The Fake: Forgery and Its Place in Art*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Spencer, Ronald D. (ed.)  
2004 *The Expert versus the Object: Judging Fakes and False Attributions in the Visual Arts*. New York: Oxford University Press.
- Spooner, B.  
1986 "Weavers and Dealers: The Authenticity of an Oriental Carpet," pp. 195-235 in A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stevenson, W. J.  
1917 "Fraudulent Art," *The Lotus Magazine* 8(5): 224-228.

# **There Will Always Be Forgeries: Situating Forgery Culture in the Chinese Antiques Market**

Yu-Ying Lee

Associate Professor

Department of Social and Policy Sciences, Yuan Ze University

## **ABSTRACT**

This paper analyzes the relationships between forgeries, market prices, and the existing knowledge/power dynamics in the art world and authentication system. This paper aims to discuss art forgeries in the context of Chinese cultural relics and the art market and to argue that art forgeries are socially embedded. Forgeries are common in the art market, and therefore, authentication is crucial for collectors, auction houses and connoisseurs. Regarding authenticity, many discussions in the field of art history and museology focus mainly on the skill or professional knowledge of authentication. However, this paper argues that the skill of authentication cannot explain the fact that forgeries are still restricted by social aspects of the market and the sign value.

**Key Words:** fake, forgery culture, authentication, collection, antique market