

宏观经济指标对艺术品市场的影响：基于三国面板数据的实证研究

钟楚灵

上海星河湾双语学校，上海，201100；

摘要：艺术品市场与宏观经济景气度呈现高度联动。本文基于 1997-2020 年中美英三国面板数据，分析宏观经济指标对一国艺术品市场全球份额的影响，构建“宏观指标×发展阶段”与“宏观指标×金融危机前后”双重交互模型，以识别发展异质性与结构性冲击效应。结果发现：发达国家因制度与金融优势保持份额领先；工业资本对艺术市场的影响在发达国家为正，在发展中国家为负；危机后创新产出作用增强，工业效应减弱。研究揭示了经济结构、发展阶段与历史冲击如何共同塑造文化市场地位，为新兴经济体提升文化软实力与制定相关政策提供实证支持。

关键词：艺术品市场；宏观经济；交互效应；金融危机

DOI：10.69979/3029-2700.25.11.019

引言

艺术品市场作为文化资本的集中体现，是衡量一国软实力与综合国力的重要窗口。其交易以高端拍卖与私人收藏为主，受宏观经济环境、制度结构与文化政策等多重因素影响。近年来，全球艺术投资呈金融化、国际化趋势，中国虽交易额持续上升，全球份额却仍落后于美英等国，反映出经济增长未能有效转化为文化资本优势。现有研究多聚焦于微观层面，缺乏宏观视角下的发展阶段与外生冲击影响的系统检验。本文基于 1997-2020 年中美英三国面板数据，构建双重交互模型，识别宏观经济指标在不同发展阶段及金融危机前后对艺术市场份额的异质性影响，旨在揭示宏观结构与历史冲击如何重塑文化资本分布，并为新兴经济体提供政策参考。

1 文献综述

近年来，全球艺术市场交易规模突破千亿美元大关，艺术品定价机制成为艺术经济学的重要研究议题。德勤（2023）预计，到 2026 年超高净值人群在艺术品与收藏品领域的财富配置将达 2.861 万亿美元，进一步推动艺术投资的金融化趋势^[1]。已有研究主要集中在拍卖价格决定机制，如蒂尔堡大学团队通过享乐定价模型发现，艺术家声誉、作品特征和出处分别对价格构成 37.2%、28.5% 与 19.3% 的影响^[2]；肯特大学与 Affordable Art Fair 的数据则显示，不同媒介与艺术家署名会显著提高溢价水平^[3-4]。此外，拍卖行品牌效应显著，CART 模型

测得其影响系数高达 0.87，远超传统渠道^[5]。这些文献虽揭示了艺术资产与经济景气的联动关系^[6]，却主要聚焦微观价格，忽略了艺术市场份额这一宏观维度。

另一方面，关于产业结构与艺术市场的关系仍缺乏严谨的计量研究。服务化与高端消费虽被认为推动艺术金融化，但其在不同经济体的边际效应尚不明确^[7]。发达国家通过金融体系维持定价权，而新兴市场如中国则依赖经济动能重塑市场格局。2008 年金融危机亦显著影响艺术市场流动性：纽约市场当代艺术拍卖额下降 42%，北京却增长 29%^[8]，但现有研究未充分检验危机前后的结构性系数漂移。

本文将宏观创新、产业结构与金融危机因素纳入统一计量框架，构建“宏观变量×发展阶段”与“宏观变量×危机时期”的双重交互模型。基于 1997-2020 年中国、美国和英国三国面板数据，系统比较 GDP、专利数、第二产业比重、教育投入与人口规模等宏观指标对艺术品市场全球份额的影响差异。研究旨在识别不同发展阶段与历史冲击下宏观变量的异质性效应，填补跨国份额比较与动态结构转变研究的空白，并为新兴市场在制度完善、产业服务化和文化软实力建设方面提供实证支持与政策参考。

2 数据、变量与描述性统计

2.1 数据来源

本文采用 1997-2020 年中、美、英三国面板数据，

数据来源于权威跨国统计数据库，确保口径一致与国际可比性。因变量为各国在全球艺术品市场的份额 (Arts share)，来自 Statista 平台，涵盖主要拍卖行、博览会与海关交易数据，能较全面反映年度市场占比。宏观自变量包括 GDP、产业结构 (Industry)、教育水平 (Education) 与人口规模 (Population)，均取自世界银行公开数据，其统一编制保证了指标的一致性与可靠性。中国作为发展中国家代表，美国与英国代表发达国家，用以识别发展阶段差异。对少量缺失年份数据，本文采用线性插值法补全，保持时间序列完整性。

2.2 描述性统计

图 1 描绘了中、美、英三国艺术品市场份额的动态演变。总体而言，中国的份额呈单调上升态势，表明其艺术市场在全球格局中的话语权不断强化；与之形成对比的是，美国与英国占比虽有轻微波动但整体呈缓慢下行，惟两国依旧牢牢占据领先地位，反映出传统艺术中心的深厚市场基础与制度优势。图 2 展示了同期三国 GDP 的变化路径，三条曲线均呈上升走势，其中中国 GDP 的增速和斜率显著高于美英两国，揭示了中国经济体量的快速扩张及其潜在的文化资本承载能力。

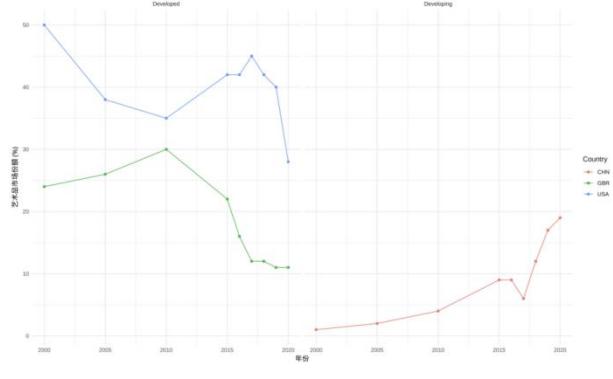


图 1: 各国艺术品份额变化

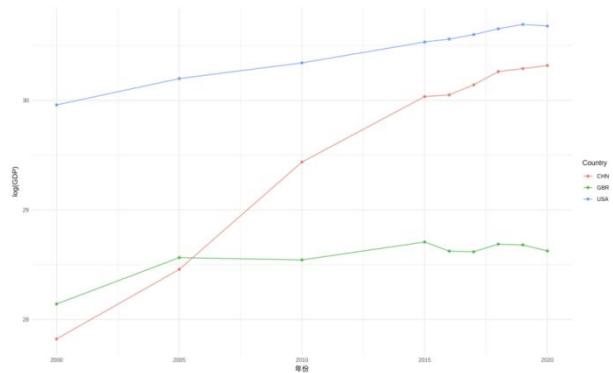


图 2: 各国 GDP 变化图

图 3 将样本按照发展阶段 (发达与发展中) 与危机

时段 (2008 年前后) 进行分类，呈现了艺术品市场份额的箱线分布。结果显示，金融危机前后发达国家的份额中位数变化不显著，而发展中国家在危机之后出现明显上移，提示全球冲击可能为新兴市场提供了份额扩张窗口。图 4 进一步考察艺术品市场份额与 GDP 之间的散点关系，整体呈弱线性相关；然而，发达与发展中国家两组点云的斜率和截距存在可见差异，暗示 GDP 的边际影响或随发展阶段而异，也为后续交互回归分析提供了直观支持。

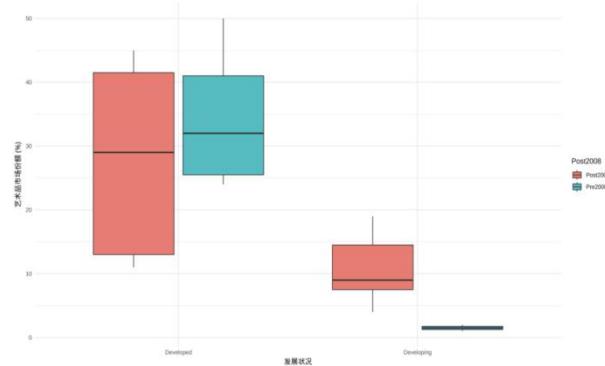


图 3: 按发展阶段和危机时期划分的艺术品份额

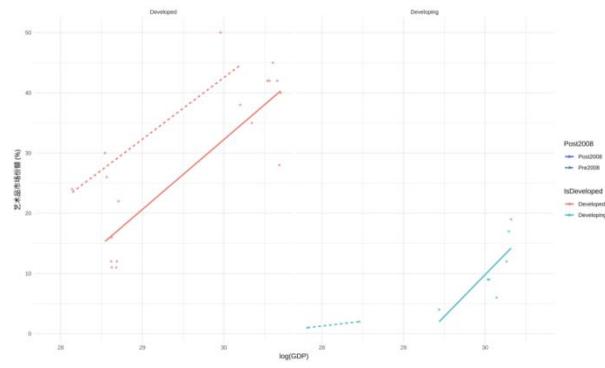


图 4: 艺术品市场份额与 gdp 之间的关系

3 研究设计

3.1 模型 A: 发展阶段异质性

$$arts_{it} \ are_{it} = \beta_0 + x_{it}' \beta + (x_{it}' \gamma) D_i^{dev} + \varepsilon_{it}$$

3.2 模型 B: 金融危机冲击

$$arts_{it} \ are_{it} = a_0 + x_{it}' a + (x_{it}' c) D_i^{post} + \varepsilon_{it}$$

4 实证结果

4.1 国家发展程度异质性分析

利用最小二乘估计，我们可以得到模型 A 中相应的变量系数，估计的模型形式如下

$$\begin{aligned}
 artsh_are_{it} = & -135.03 + 3.9532 \times GDP - 1.98 \times 10^{-5} \\
 & \times Patent - 17.776 \times Industry + 71.197 \\
 & \times education + 10.681 \times population \\
 & + 154.53 \times developed + 4.6763 \times GDP \\
 & * developed + 3.4782 \times 10^{-5} \times patent \\
 & * developed + 30.782 \times industry \\
 & * developed - 80.456 \times education \\
 & * developed + \varepsilon_{it}
 \end{aligned}$$

在控制宏观规模与教育后, “developed” 截距项 +154.5 表明发达国家凭借完善的法律、金融与交易基础设施, 在全球艺术品市场中具有显著先发优势。进一步地, $Industry_tril \times developed$ 系数 +30.8 与发展中国家基准项 -17.8 形成鲜明对照: 工业增加值的扩张在发达经济体可通过资本外溢转化为艺术消费, 而在工业化加速阶段的发展中国家却对高端文化需求产生排挤效应。人口规模项虽基准为 +10.68, 但叠加交互后总体趋负, 提示“人多”并非提升份额的充分条件, 人均财富与制度环境更为关键。

4.2 金融危机冲击分析

类似的, 我们可以得到模型 B 结果如下

$$\begin{aligned}
 artsh_are_{it} = & 19.572 - 4.8296 \times GDP + 2.3771 \times 10^{-4} \\
 & \times patent + 41.24 \times Industry + 5.1172 \\
 & \times education - 2.4033 \times population \\
 & - 1.0175 \times post2008 + 4.4525 \times GDP \\
 & * post2008 + 2.336 \times 10^{-4} \times patent \\
 & * post2008 - 34.765 \times industry \\
 & * post2008 - 3.4614 \times education \\
 & * post2008 + \varepsilon_{it}
 \end{aligned}$$

危机分组回归显示, 工业占比对艺术市场的基准边际效应为 +41.2; 然而与 $post-2008$ 交互后的净效应降至约 +6.4 (41.2 - 34.8), 揭示金融危机后工业部门对艺术份额的正向贡献显著削弱。与此同时, $Patent \times post-2008$ 系数由负转正, 印证创新活动在危机后更易作为资本多元化与避险渠道进入艺术市场。人口变量始终显著为负, 强化了“大国效应”受制于人均财富和文化偏好的结论。

4.3 结果讨论

发展阶段差异体现出“工业外溢”与“制造挤出”的双重机制: 发达国家工业资本积累完成, 盈余资金与

金融工具可顺利流入文化领域; 而发展中国家仍处工业扩张期, 文化消费易被工业投资挤出。金融危机后, 资金避险需求上升, 创新资本在艺术市场中的配置权重提升, 工业资本正向效应则因利润压力与绿色转型趋弱, 反映出“后工业化—消费升级”趋势。整体而言, 制度成熟度、金融深度与创新生态, 比单纯的经济总量或人口规模更能决定一国在全球艺术市场的地位。

就中国而言, GDP 快速增长未能同步带动艺术市场份额提升, 关键在于制度和基础设施滞后: 高关税、复杂审批程序和监管体系不健全限制了艺术品跨境流通; 而专利数量虽持续增长, 科技成果向文化消费的转化链条仍不完善, 创新供给难以有效导入艺术市场。为提升国际份额, 中国需完善法规体系、优化交易环境, 并推动科技与文化深度融合, 通过文创孵化、金融工具和版权平台, 将创新优势转化为文化竞争力。

5 政策启示

本文表明, 宏观经济变量对艺术品市场份额的影响具有显著的“发展阶段异质性”与“危机冲击漂移”特征: 在发达国家, 工业资本通过制度保障和金融体系外溢至文化领域; 而在发展中国家, 制造业投入往往挤压高端文化消费。金融危机后, 创新资本的配置能力增强, 工业扩张的边际作用减弱, 全球艺术市场由“工业主导”正转向“创新驱动”。发达国家的经验显示, 法律规范、税费透明和流通效率构成艺术市场的制度基础, 配套的金融工具则支持资本在文化领域的多元配置。新兴经济体要提升全球份额, 需同步推进制度建设与产业升级: 通过服务化改革释放工业溢出效应, 通过减税、版权保护和估值体系建设改善市场环境。以中国为例, 若能打通“创新—文化—金融”链条, 将有望实现从经济实力向文化软实力的有效转化, 提升全球艺术市场话语权。

具体而言, 可从四条路径着手: 第一, 完善艺术品交易制度——简化进出口流程, 建立统一的艺术品编码与溯源系统, 配套适度税收优惠, 降低国际流通成本; 第二, 推动产业结构升级——鼓励传统制造企业与数字平台深度合作, 发展线上拍卖、虚拟展览和艺术金融衍生品, 以服务化支撑艺术市场扩容; 第三, 加强创新与文化融合——设立“创意—艺术”孵化基金, 引导科研机构、高校和艺术院校共建跨界实验室, 鼓励专利技术通过 IP 授权、数字艺术、沉浸式体验等形式进入高端消费领域; 第四, 培育高净值文化消费群体——在中小

学与成人教育体系中强化艺术审美与投资素养，通过公共艺术项目、艺术节与博览会提高社会对艺术投资的认知度。多管齐下，方能在后工业化与创新驱动的新格局下，把握全球艺术品市场份额重组的窗口期，实现经济与文化双轮驱动的长期可持续发展。

参考文献

- [1] Deloitte. 艺术与金融报告：艺术市场亮点 [R]. 卢森堡：德勤公司, 2023. <https://www.deloitte.com/lu/en/services/financial-advisory/research/art-finance-report.html>.
- [2] Li Y. , Ma M. X. , Renneboog L. 艺术品定价与估值：拍卖市场中的收益与风险 [J]. 欧洲金融管理, 2022, 28 (5) : 1139 – 1198.
- [3] Lee J. W. , Lee S. H. 来自艺术世界的营销：美国艺术营销研究的批判性回顾 [A]. 载于：观众发展与文化政策读本 [C]. 2024: 283 – 299.
- [4] Bolton B. 理解艺术定价：艺术品价格如何计算？ [E/B/OL]. 平价艺术博览会, 2025-01-16. <https://affordableartfair.com/inspiration/understanding-art-pricing-how-are-art-prices-calculated/>.
- [5] Joanna B. B. 艺术品价格决定因素的统计分析方法 [A]. 见：第十届 WSEAS 商业与经济中的数学与计算机国际会议论文集 [C]. 2009-03: 36 – 41.
- [6] Campbell R. J. 艺术作为金融投资 [M]//高净值人群的收藏型投资. 伦敦：学术出版社 (AcademicPress) , 2009: 119 – 150.
- [7] 黄隽, & 李越欣. (2019). 中国艺术品投资收益：离岸与在岸市场的特征和互动. 金融研究, 468 (6), 188–206.
- [8] 赵力. (2009). 从 2008 看 2009: 金融危机下的中国艺术品市场何去何从?. 大艺术, (1), 37–37.