

# 当心搬起艺术品砸了自己的脚

CCTV 财经频道 热线: 0731-84326299 对手 网址: cj.voc.com.cn 观察

有道是“东边日出西边雨”。当股市起伏不定、阴霾密布之时，当楼市遭到严控之际，艺术品投资正以它独特的魅力越来越受到老百姓的青睐。据相关数据显示，今年上半年中国艺术品拍卖市场中219家拍卖公司实现总成交额428亿元，同比2010年上半年上涨112%。

## 老百姓都进得来

“我现在手上有些余钱，本想买点黄金保值，听说艺术品比黄金更能抵抗通胀，最近正在考虑投资。”在外企工作的陈程说。

记者发现，现在不少关于艺术品的投资方式应运而生，如：艺术品信托、艺术品银行理财、艺术品复制品、私募、小众艺术品等，这些都让普通市民参与其中，并且从中获益。

“艺术收藏已经成为一种投资方式，并通过对业态的创新，让普通老百姓都能进得来、买得起，而不只局限在对贵重商品的买卖层次中。”文化部艺术品评估委员会委员彭中天告诉记者，每年春秋两季的艺术品拍卖会都屡屡创出新高，也是让收藏艺术品成为时下投资热门的原因之一。

## 艺术品投资不是收藏

“近些年很多艺术品的价格在拍卖场上翻着跟头往上涨，于是许多人开始把投资的目光转向古董和艺术品市场。”媒体人士石述思说。

“我非常喜欢收集一些艺术品但并不变卖。”处于耳顺之年的赵爷爷说，平日最大的爱好就是收藏一些有特色的艺术品，但他不明白这是不是就意味着他已经成为了艺术品投资者呢？



艺术品投资越来越受到大众的青睐。

“赵爷爷的情况属于收藏，与艺术品投资不同。收藏家一般视藏品为心肝宝贝，不忍割舍，而投资者收集艺术品只是为了投资，要将手里的宝贝高价出售。”收藏爱好者刘先生告诉记者。

## 投资需谨慎

“如果想进行艺术品投资，必须谨慎行事。”刘先生说。

据悉，目前国内艺术品投资没有门槛，只要有钱就可以进，因此导致大量投资者涌入市场，艺术品价值上涨得非常快，因此普通市民要谨慎入市，防止收藏品有价无市，砸在自己手里。

“现在艺术品的价格远远高于它本身的价值，艺术品市场鱼龙混杂，很多人故意炒高价格牟取利润！”北京睦明唐古瓷标本博物馆馆长白明给记者举了个例子，400年前的荷兰，当时一支郁金香可以换4头奶牛，后来价格跌到千分之一，所以普通消费者一定要擦亮双眼，谨慎进入艺术品投资。

■记者 杨斯涵 实习生 陈洁

## 观点交锋

### 收藏能否抵御通胀？

杨波（北京元亨利董事长）：能。当前的收藏热潮很正常，因为股市低迷、楼市受限，资金需要找出路。

石述思（媒体评论员）：不能。少数别有用心的人忽悠，让人误以为艺术品的价格会永远地涨上去，顶多是停滞在它原有拍卖成交的价格上。

## 互动

艺术品市场今年以来延续疯涨行情，艺术收藏是否能成为新的投资方式？本周五21:55中央电视台财经频道《对手》栏目邀您共同探讨。届时艺术品评估委员、拍卖行业人士以及媒体人士就此展开交锋。本报是央视《对手》节目在湖南的唯一合作伙伴，如果您有什么好的观点，欢迎跟我们联系，我们将推荐到央视，跟全国的观众一起辩论。

## 金属受外盘影响回落

周四金属小幅高开，盘中上探受阻回落。沪深股市延续了周三的反弹之势，特别是有色金属板块走强。目前铜锌尚未突破区间上沿压力位，保持高抛低吸的操作思路，等待平衡打破。操作建议：短线进出为主，设好止损。

周四郑棉低开，随后期价在低位维持震荡，郑棉1205合约周四期价下跌，因报告利空期价下滑，目前在此复杂的形势下郑棉或将延续震荡局势，短时郑棉1205合约还将围绕20500一线震荡，操作上，观望为主。

IF1110合约周四小幅高开，报收小阳线。现货沪深300指数顺势小幅低开，震荡盘升，报收小阳线。成交量环比小幅减少。

沪深300指数技术上看，日K线报收一根小阳线，KDJ、MACD等短线指标开始金叉，预计大盘经过盘整后，还有继续上攻的动能。由于政策面、资金面、技术面出现利好，大盘有望形成共振向上继续攻击30天线2719点，关注周五公布的经济数据及量能的变化。

周五操作上建议投资者多单继续持有，止损点2600点，日内短线高抛低吸。

■德盛期货研究中心

## 期货知识

### 期货经纪机构的业务范围如何界定？

期货经纪机构的业务实行许可证制度，由国务院期货监督管理机构按照商品期货、金融期货业务的不同种类颁发许可证。



开户热线：0731-82893316  
咨询热线：0731-82893222  
公司网址：www.dsf.cn

## 经济信息

### 思行有道 商务升级

#### ——2011联想ThinkPad新品巡展火热启动

近日，从联想湖南分区获悉。联想ThinkPad将于2011年10月11日至11月，在湖南6个城市举办主题为“思行有道 商务升级”的大型新品巡展活动。

在2011年，ThinkPad推出了多款可满足不同用户群体需求的尖端产品，如具有传承与突破全新概念的ThinkPad Edge精锐版；被誉为ThinkPad产品史上最轻薄的便携式笔记本电脑ThinkPad X1，而在今年的十月份，X1还将推出具有双系统的混合动力版；作为全球首款以“Pad”命名的商用笔记本电脑品牌，联想ThinkPad也将于今年的9月份推出这款被广大用户称之为“实至名归”的ThinkPad平板电脑系列。而这些重磅产品也将在本次巡展活动中一一亮相。

就在上个月，联想集团发布了2011年

第一季度的财报。根据财报显示，第一季度联想集团实现销售额59.2亿美元，净利润1.08亿美元，并已跃升成为全球第三大个人电脑厂商。个人电脑销量年比年上升23.1%，全球份额达到了12.2%。其中在笔记本电脑的全球销售额达35亿美元，年比年上升14%，占集团总销售额59.8%。集团全球笔记本电脑销量年比年上升23%。

而其中，联想商用产品的增长量也取得了非常不俗的成绩。联想湖南分区商用业务处经理肖翔表示，“取得如此优异的成绩得益于联想商用产品对于市场了解和对商用客户需求的准确洞察。我们有着Think产品与扬天产品的强强组合，为广大用户打造了全新的尖端商务平台，帮助客户实现全新商务升级，并在应用与体验的过程中感受思行之道为用户带来的不

同感受。”

作为全球商用笔记本电脑的领导品牌，ThinkPad在整个商用市场中所占据的优势不言而喻。无论是在产品，渠道和服务方面都力争做到最好。而我们从上一季度的财报中也不难看出，ThinkPad无论是营业额还是销售台数，增长速度都领先于整体市场，相对于ThinkPad的高端产品定位，就显得更加难能可贵。在超便携领域和高端商用市场，ThinkPad的领先优势更是无人能及。在第一季度里，不仅有ThinkPad Edge精锐版的横空出世，更有T系列、X系列和W系列等领衔的全家族产品更新，此举大大强化了ThinkPad作为高端品牌在客户心目中的地位。



### 神州：带动中国恒温热水器潮流

燃气热水器目前的技术高度是恒温技术。中国家庭在沐浴中会遇到三个问题：一是热水出水速度慢；二是水温不恒定；三是需要根据天气变化经常性的调节温度。其实这些都是热水器在使用过程中水压和气压等导致的，恒温热水器的出现为人们解决了上述问题，成为目前的首选产品。

作为燃气具专业制造的优秀品牌，神州在1984年率先生产出中国第一台安全

型带有熄火保护装置的燃气热水器，在恒温强排技术方面走在了行业最前面。

将热效率提高到105%。神州创造性的将圣火燃烧技术与燃气热水器产品完美结合，推出机身厚度只有92mm的“圣火号”超薄强排热水器，独创精益型火排结构和涡式喷焰燃烧系统，使热效率提高到105%。

按15年寿命设计。2006年“神州·沃克曼普燃气具实验研究所”成立，由中英双

方研究专家和学者组成，国内企业按8年使用寿命设计燃气热水器，欧洲按12年使用寿命设计，神州则是按15年寿命设计。

神州的这些技术创新带动了中国恒温热水器的发展潮流，促使整个燃气热水器行业朝着高热效率、节能、安全等技术领域不断赶超。对企业来说，技术创新增加了产品在市场中的持久力，也成就了“神州”成为中国燃气热水器“品类符号品牌”的高贵血统。

### 3.0男人搭档

#### 飞利浦电须刀升级剃须体验

如何成为一位优雅有型的3.0男人？

他们的外形低调而整洁，从不刻意用出位的造型来博人眼球，但言谈和服装的细节之中总能流露出自信的内涵；他们生活中的爱用品始终选择高品质和实用性的统一，正如9月中旬全新升级的飞利浦劲锋系列电动剃须刀，是3.0男人最默契的好搭档。

此系列产品续着飞利浦专利的升级双层刀片设计以及旋转式剃须刀头；升级双层刀片先提须，后剃须，剃须更干净、彻底。在此基础上，劲锋系列电须刀更加注重干净、快速、舒适贴面的剃须体验。

“精确切割系统”拥有剃除普通长度毛发的沟槽和剃除较短须茬的圆孔，长短兼顾，全部轻松快速剃净；“动态贴面系统”可根据面部和颈部曲线自动调节剃须角度，全方位贴合皮肤，使剃须更加舒适顺畅。“高效储电系统”1小时即可完成充电，一次充电完成后拥有60分钟以上的持久剃须使用时间，随时待命方便使用。全身水洗设计配备易冲系统，清洁更快速。

飞利浦劲锋系列电须刀由当前人气、事业不断攀升的中国台湾新生代实力派偶像高以翔先生代言。作为电动剃须刀的市场领导者，飞利浦剃须刀凭借其卓越的品牌传承，先进的专利技术以及人性化的设计理念，不断升级着男性剃须的品质享受。

