

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Dziedzina nauki: Dziedzina nauk społecznych

Dyscyplina naukowa: Ekonomia i finanse

mgr Zuzanna Kamykowska

Czynniki determinujące poziom cen dzieł sztuki na aukcjach w Chinach

Rozprawa doktorska

Promotor: prof. UEK dr hab. Joanna Białynicka-Birula
Promotor pomocniczy: prof. UEK dr hab. Dominik Ziarkowski

Kraków, 2025

Podziękowania

Pragnę wyrazić głęboką wdzięczność Pani prof. UEK dr hab. Joannie Białynickiej-Biruli oraz Panu dr hab. Dominikowi Ziarkowskiemu za opiekę naukową, wsparcie i nieocenione rady. Dzięki Państwa zaangażowaniu, cierpliwości i życzliwości mogłam zmierzyć się z wyzwaniami, które towarzyszyły mi podczas pisania niniejszej rozprawy.

Z całego serca dziękuję również moim Rodzicom za nieustające wsparcie i wiarę we mnie na każdym etapie mojej drogi życiowej i naukowej. Ich mądrość, miłość i otucha były dla mnie nieocenionym źródłem siły, motywacji i wytrwałości.

Szczególne podziękowania kieruję do mojego Męża, który z ogromnym poświęceniem i troską przejął na siebie trudy codziennej opieki nad naszymi dziećmi, dając mi przestrzeń i czas na pracę naukową. Jego wsparcie, wyrozumiałość i miłość sprawiły, że mogłam w pełni poświęcić się realizacji tego przedsięwzięcia.

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	5
1. RYNEK SZTUKI W UJĘCIU INTERDYSCYPLINARNYM.....	10
1.1. Dzieło sztuki w różnych dyscyplinach naukowych.....	10
1.2. Teorie w zakresie pojmowania i analizy pojęcia dzieła sztuki.....	14
1.3. Pojęcie i istota rynku sztuki.....	17
1.4. Ekonomiczne teorie funkcjonowania rynku dzieł sztuki.....	31
1.5. Wartość i cena dzieła sztuki w kontekście teorii ekonomicznych.....	36
2. KONTEKSTY I UWARUNKOWANIA KSZTAŁTOWANIA SIĘ RYNKU SZTUKI W CHINACH.....	47
2.1. Rys historyczny i obecna sytuacja gospodarczo-polityczna w Chińskiej Republice Ludowej.....	47
2.2. Specyficzne uwarunkowania gospodarcze Chin	56
2.3. Wybrane aspekty kulturowo-społeczne rozwoju chińskiej gospodarki.....	66
2.4. Charakterystyka sztuki chińskiej	75
3. CHARAKTERYSTYKA CHIŃSKIEGO RYNKU SZTUKI.....	86
3.1. Historyczny rozwój chińskiego rynku sztuki	86
3.2. Prawne aspekty chińskiego rynku sztuki.....	91
3.3. Podmioty funkcjonujące na chińskim rynku sztuki.....	99
3.3.1. Domy aukcyjne z uwzględnieniem podziału na krajowe i międzynarodowe .	103
3.3.2. Muzea państwowe i prywatne, galerie sztuki, targi sztuki oraz tzw. Dzielnice artystyczne.....	109
3.3.3. Znaczenie e-commerce oraz mediów społecznościowych w handlu sztuką w Chinach.....	116
3.4. Analiza wartości i wolumenu sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki.....	120
4. ANALIZA CEN AUKCYJNYCH NA RYNKU DZIEŁ SZTUKI W CHINACH.....	128
4.1. Indeksy cenowe chińskiego rynku sztuki	128
4.2. Kształtowanie się cen na rynku aukcyjnym dzieł sztuki w Chinach.....	136
5. STATYSTYCZNA ANALIZA CZYNNIKÓW WPŁYWAJĄCYCH NA POZIOM CEN DZIEŁ SZTUKI NA CHIŃSKICH AUKCJACH	146
5.1. Charakterystyka próby badawczej.....	146
5.2. Identyfikacja czynników wywierających wpływ na poziom cen dzieł sztuki w Chinach.....	148
5.3. Analiza wpływu wybranych czynników na poziom cen dzieł sztuki na rynku chińskim	163

5.4. Hierarchizacja czynników determinujących ceny dzieł sztuki w Chinach	176
Zakończenie.....	182
Bibliografia.....	185
Spis tabel	200
Spis rysunków	203
Aneks 1.....	204
Aneks 2.....	205
Aneks 3.....	207
Aneks 4.....	208
Aneks 5.....	211

WSTĘP

Kultura i sztuka od zawsze stanowią istotny element rozwoju społeczno-gospodarczego, a dzieła sztuki, obok waloru estetycznego, zyskały również znaczenie jako przedmiot obrotu rynkowego. W rezultacie ukształtował się globalny rynek sztuki, którego dynamika i struktura są coraz częściej analizowane w kategoriach ekonomicznych. Przez wiele dekad dominowały na nim rynki zachodnie: Stany Zjednoczone, Wielka Brytania i Francja, jednak w XXI w. coraz większe znaczenie zaczął odgrywać nowy ośrodek – Chiny.

W 2024 r. Chiny były drugim co do wielkości rynkiem aukcyjnym na świecie, z udziałem 25% w globalnej sprzedaży dzieł sztuki, ustępując jedynie Stanom Zjednoczonym (31%) i wyprzedzając Wielką Brytanię (14%). Wartość sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym wyniosła 4,8 mld USD, co oznacza spadek o 38% w stosunku do 7,9 mld USD w roku 2023 (McAndrew, 2025). Dane te pokazują zarówno istotną pozycję Chin w światowym obrocie sztuką, jak i wysoką zmienność rynku, wynikającą z lokalnych uwarunkowań gospodarczych i politycznych.

Chiński rynek sztuki charakteryzuje się jednak wieloma cechami odmiennymi od zachodnich standardów. Jego struktura, dynamika rozwoju, a także mechanizmy kształtowania cen różnią się istotnie od tych obserwowanych na rynkach Europy czy Ameryki Północnej. Wynika to zarówno z kulturowego dziedzictwa Chin, jak i z uwarunkowań polityczno-prawnych oraz gospodarczych, które w sposób bezpośredni oddziałują na działalność artystyczną i handlową. Z tego względu rynek chiński stanowi wyjątkowy obiekt badawczy, szczególnie interesujący z perspektywy poszukiwania determinant cen dzieł sztuki w kontekście lokalnych uwarunkowań ekonomicznych i kulturowych.

Jednym z kluczowych aspektów funkcjonowania każdego rynku, także rynku sztuki, jest mechanizm wyceny dóbr będących przedmiotem obrotu. Ceny dzieł sztuki osiągane na aukcjach odzwierciedlają nie tylko indywidualne preferencje nabywców, ale także zbiorowe postrzeganie wartości, uwarunkowania podaży, działania pośredników oraz szeroki kontekst społeczno-gospodarczy. Dlatego istotne staje się zrozumienie, jakie czynniki wpływają na poziom cen dzieł sztuki w konkretnych warunkach rynkowych, takich jak te panujące w Chińskiej Republice Ludowej.

W literaturze ekonomicznej funkcjonują różne podejścia do analizy rynku dzieł sztuki, od metod hedonicznych, przez indeksy cen dzieł sztuki, aż po analizy danych aukcyjnych. Większość z nich opiera się na założeniu, że cena jest funkcją zestawu mierzalnych cech obiektu i artysty, a także warunków sprzedaży. W przypadku rynku chińskiego,

problematyka ta komplikuje się ze względu na jego polityczne uwarunkowania, obecność państwa w roli regulatora i uczestnika rynku, odmienne wartości estetyczne oraz specyficzne zachowania nabywców. Dotychczasowe badania koncentrowały się głównie na rynkach zachodnich, pozostawiając rynek chiński w dużej mierze niezbadanym terytorium. Pojawia się więc potrzeba opracowania kompleksowej analizy czynników wpływających na poziom cen dzieł sztuki w warunkach chińskich, uwzględniającej lokalne uwarunkowania.

Celem głównym niniejszej rozprawy doktorskiej jest identyfikacja i hierarchizacja czynników mających wpływ na poziom cen dzieł sztuki sprzedawanych na aukcjach w Chinach. Tak zdefiniowany cel zakłada nie tylko zbadanie siły oddziaływania wybranych determinant na poziom cen, ale także próbę ich uporządkowania według znaczenia i wpływu na wartość rynkową dzieł sztuki. Analiza oparta została na danych aukcyjnych obejmujących rzeczywiste transakcje sprzedaży dzieł sztuki w chińskich domach aukcyjnych w okresie obejmującym kilkanaście lat, co pozwoliło na uzyskanie wiarygodnych i przekrojowych wniosków. Celowi głównemu towarzyszą następujące cele szczegółowe:

- opracowanie systematyki podmiotów działających na chińskim rynku sztuki, w tym krajowych i zagranicznych domów aukcyjnych, muzeów publicznych i prywatnych, galerii oraz niezależnych marszandów;
- charakterystyka specyficznych uwarunkowań chińskiego rynku sztuki z uwzględnieniem kontekstu politycznego, instytucjonalnego i społecznego;
- analiza pozycji i specyfiki chińskiego rynku sztuki na tle globalnych tendencji, z wykorzystaniem indeksów cen dzieł sztuki;
- identyfikacja strukturalnych cech rynku, takich jak zróżnicowanie według domu sprzedaży, techniki, wolumenu sprzedaży czy rodzaju oferowanych dzieł;
- przeprowadzenie empirycznej analizy czynników wpływających na poziom cen na podstawie danych aukcyjnych, przy zastosowaniu metod statystycznych i ekonometrycznych.

W oparciu o powyższe cele sformułowano zestaw hipotez badawczych, odnoszących się do różnych kategorii determinant cen dzieł sztuki. Hipotezy te pogrupowano według czterech głównych obszarów:

1. Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:

H1: Ceny dzieł sztuki różnią się istotnie w zależności od domu aukcyjnego, w którym odbywa się sprzedaż.

- H2: Miesiąc, dzień tygodnia oraz dzień miesiąca przeprowadzenia aukcji wpływają istotnie na poziom cen osiągniętych przez dzieła sztuki.
- H3: Nazwa aukcji, zawierająca określone słowa kluczowe jest istotnym czynnikiem wpływającym na poziom cen.
2. Determinanty fizyczne i wizualne dzieła:
- H4: Technika wykonania dzieła wpływa istotnie na jego cenę.
- H5: Podłoże dzieła wpływa na poziom ceny uzyskanej na aukcji.
- H6: Obecność i umiejscowienie sygnatury zwiększają wartość rynkową dzieła.
- H7: Wymiary oraz orientacja dzieła (pejzażowa/portretowa) mają znaczący wpływ na poziom cen.
3. Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:
- H8: Dzieła posiadające datowanie w formacie rok powstania osiągają wyższe ceny niż dzieła, których datowanie jest bardziej ogólne.
- H9: Obecność proveniencji oraz wzmiankowania w literaturze specjalistycznej wpływa na poziom cen.
- H10: Posiadanie certyfikatu autentyczności znacząco wpływa na cenę dzieła.
4. Determinanty związane z osobą artysty:
- H11: Dzieła artystów zmarłych osiągają wyższe ceny niż dzieła artystów żyjących.
- H12: Płeć artysty wpływa na poziom cen dzieł sztuki na chińskim rynku.
- H13: Narodowość artysty (chińska vs. zagraniczna) jest istotnym czynnikiem determinującym poziom cen.
- H14: Popularność medialna artysty, mierzona liczbą wyników w wyszukiwarce Google, wpływa na wartość rynkową jego dzieł.

Weryfikacja empiryczna hipotez pozwoli zbudować hierarchię czynników wpływających na cenę dzieł sztuki w Chinach, a ponadto na porównanie siły ich oddziaływania. Zakres analizy obejmuje dane aukcyjne z lat 2011-2024 pochodzące z międzynarodowego domu aukcyjnego Christie's oraz chińskiego domu China Guardian. Próba badawcza obejmuje 6672 transakcje i została opracowana z wykorzystaniem metod statystyki opisowej oraz modeli analitycznych, w tym m.in. analizy wariancji (ANOVA) oraz metody Random Forest.

Struktura pracy zawiera część teoretyczną oraz empiryczną. Rozprawa została podzielona na wstęp, pięć rozdziałów oraz zakończenie. Pierwsze trzy rozdziały dotyczą teoretycznych aspektów omawianych zagadnień, natomiast rozdziały czwarty i piąty zawierają

metodologię oraz wyniki przeprowadzonych badań empirycznych. Pracę uzupełnia spis wykorzystanej bibliografii, tabel i rysunków oraz aneksy.

Rozdział pierwszy stanowi rozważania teoretyczne. Ze względu na nienormatywny charakter przedmiotów wymiany rynku sztuki, istotne jest zdefiniowanie podstawowych pojęć takich jak dzieło sztuki oraz rynek sztuki. W rozdziale tym omówiono dotychczasowe pojęcia rynku sztuki ukształtowane w ramach rozwoju myśli ekonomicznej, socjologicznej, a także historyczno-sztucznej. Uzupełnienie rozdziału stanowią rozważania poświęcone teoriom ekonomicznym związanym z tematem rozprawy. Rozdział ten ma charakter wprowadzający i objaśniający podstawowe pojęcia, a tym samym stanowi solidną podstawę do dalszych rozważań podejmowanych w ramach rozprawy doktorskiej.

Rozdział drugi poświęcony jest omówieniu kontekstów i uwarunkowań kształtujących rozwój rynku sztuki w Chinach. Analiza obejmuje zarówno rys historyczny, współczesną sytuację gospodarczo-polityczną Chińskiej Republiki Ludowej, jak i specyficzne uwarunkowania gospodarcze determinujące funkcjonowanie tego rynku. Uwzględniono w nim także wybrane aspekty społeczno-kulturowe, które mają istotny wpływ na kształtowanie się postaw wobec sztuki i jej obrotu. Opisano również charakterystykę samej sztuki chińskiej, podkreślając jej odmienne tradycje estetyczne oraz filozoficzne. Celem rozdziału jest ukazanie szerokiego tła instytucjonalnego, historycznego i kulturowego, które warunkuje specyfikę chińskiego rynku sztuki i stanowi niezbędny punkt odniesienia dla dalszych analiz ekonomicznych.

Rozdział trzeci stanowi pogłębioną analizę chińskiego rynku sztuki, ukazującą jego strukturę, specyfikę oraz dynamikę rozwoju. W pierwszej części zaprezentowano ewolucję tego rynku, począwszy od tradycyjnych form obrotu dziełami sztuki, poprzez proces modernizacji, aż po współczesne mechanizmy funkcjonowania w warunkach globalizacji. Istotną część rozdziału poświęcona jest ramom prawnym determinującym działanie chińskiego rynku sztuki, ze szczególnym uwzględnieniem regulacji dotyczących ochrony dziedzictwa kulturowego, zasad obrotu krajowego i międzynarodowego oraz specyficznych uwarunkowań legislacyjnych w Chińskiej Republice Ludowej. W rozdziale przedstawiono także charakterystykę podmiotów uczestniczących w obrocie dziełami sztuki w Chinach, takich jak krajowe i międzynarodowe domy aukcyjne, muzea państwowe i prywatne, galerie, targi sztuki, dzielnice artystyczne oraz platformy e-commerce i media społecznościowe. Rozdział zamyka analiza wartości i wolumenu sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym, umożliwiającą określenie skali, struktury oraz kierunków rozwoju.

W rozdział czwartym zaprezentowano zagadnienia związane z poziomem cen na chińskim rynku sztuki. Szczególną uwagę poświęcono charakterystyce poszczególnych indeksów oraz wskazaniu różnic między nimi. Omówione zostały najważniejsze indeksy cenowe dzieł sztuki w Chinach, takie jak indeks Yachang oraz AMRC. Zaprezentowano również kształtowanie się poziomu cen dzieł sztuki na chińskim rynku sztuki.

Rozdział piąty poświęcony jest identyfikacji, analizie i hierarchizacji czynników determinujących poziom cen dzieł sztuki na chińskim rynku aukcyjnym. Wykorzystano podejście empiryczne oparte na kilkuetapowej analizie statystycznej. W pierwszej kolejności przedstawiono charakterystykę próby badawczej, obejmującą opis źródeł danych oraz kryteriów doboru próby. Następnie dokonano identyfikacji zmiennych potencjalnie wpływających na ceny dzieł sztuki, które podzielono na cztery grupy czynników: determinanty związane ze sprzedażą dzieła, determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła, determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła oraz determinanty związane z osobą artysty. Analiza wpływu czynników przeprowadzana została w trzech etapach: w pierwszym zastosowano testy niezależności chi-kwadrat do weryfikacji statystycznej istotności zależności między zmiennymi jakościowymi, w drugim wykorzystano analizę wariancji (ANOVA) w celu oceny różnic w poziomie cen w odniesieniu do zmiennych jakościowych, a w trzecim wdraża się algorytm lasów losowych (Random Forest) w celu określenia względnego znaczenia poszczególnych czynników w kształtowaniu cen. Ostatnia część rozdziału dotyczy hierarchizacji determinant, stanowiącej podsumowanie wyników wszystkich etapów analizy i pozwalającej wskazać najistotniejsze zmienne wpływające na cenę obiektów sprzedawanych na aukcjach w Chinach.

W podsumowaniu przedstawione zostały wnioski oraz rekomendacje na podstawie przeprowadzonych rozważań teoretycznych oraz analiz empirycznych. Wskazano czy uzyskane wyniki potwierdzają lub falsyfikują postawione hipotezy badawcze. Podkreślono również znaczenie poszczególnych grup czynników dla kształtowania cen dzieł sztuki na chińskim rynku sztuki, a także omówione możliwości praktycznego wykorzystania wyników, zarówno przez uczestników rynku, jak i w kontekście dalszych badań naukowych. Zidentyfikowane kierunki przyszłych analiz obejmować będą m.in. rozszerzenie próby badawczej oraz ocenę wpływu cyfryzacji i nowych kanałów sprzedaży na ceny dzieł sztuki.

Zarówno struktura rynku chińskiego, jak i mechanizmy wyceny dzieł sztuki zachodzące w jego ramach, pozostają złożone i dynamiczne. Niniejsza rozprawa stanowi próbę systematycznego ich zrozumienia w oparciu o rzetelne dane empiryczne oraz podejście interdyscyplinarne, łączące ekonomię, historię sztuki i analizę kulturową.

1. RYNEK SZTUKI W UJĘCIU INTERDYSCYPLINARNYM

1.1. Dzieło sztuki w różnych dyscyplinach naukowych

Dzieło sztuki ze względu na swój specyficzny charakter jest niezwykle trudne do zdefiniowania. Próby jednoznacznego ujęcia tego terminu podejmowali m.in. historycy sztuki, kulturoznawcy, ekonomiści, socjologowie, filozofowie, prawnicy oraz sami artyści. Mimo to, do dzisiaj nie udało się stworzyć jednej, spójnej definicji, która zyskałaby aprobatę wszystkich środowisk. Głównym problemem, z jakim mierzą się badacze jest kwestia subiektywizmu i obiektywizmu w ocenie dzieła oraz jego relacji z innymi kategoriami, takimi jak kultura, filozofia czy etap rozwoju społeczeństwa. Istotnym punktem spornym pozostaje pytanie czy dzieło sztuki stanowi byt samoistny, istniejącym niezależnie kontekstu kulturowego, czy raczej jego znaczenie zależy od zewnętrznym podmiotów i instytucji interpretujących.

Zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego PWN* pojęcie „dzieło sztuki” składa się z dwóch członów. Pierwszy z nich, wyrażony w mianowniku rzeczownik „dzieło”, nie nasyca wielu trudności definicyjnych. „Dzieło - 1. «utwór literacki, naukowy lub artystyczny, zwłaszcza dużej wartości»; 2. «praca, działanie»; 3. «efekt czyjejś pracy lub jakichś procesów»” (PWN, 2006). Znacznie bardziej problematyczny okazuje się drugi człon, „sztuka” wyrażony w dopełniaczu, którego rozumienie podlegało istotnym przemianom na przestrzeni wieków. *Encyklopedia Britannica* jako definicję terminu „work of art” podaje: „1. coś, co zostało stworzone przez artystę: obraz, rzeźba itp., które są tworzone, aby były piękne lub wyrażały istotną ideę lub uczucie piękna; 2. coś, co jest atrakcyjne i umiejętnie wykonane”¹.

W starożytności termin gr. *techne*, oznaczający sztukę, oznaczał semantycznie rozumianą „umiejętność”, znajomość zasad i reguł. Sztuka podzielona była na dwie kategorie: *artes liberales*, czyli sztuki wyzwolone, których wyznacznikiem była praca umysłowa, oraz *artes vulgares*, czyli sztuki pospolite, których wyznacznikiem była praca fizyczna (Tartakiewicz, 2005, s. 21–22). Sokrates i Ciceron utożsamiali sztukę z dążeniem do doskonałości, natomiast Hezjod i Apollodoros wyróżniali dziewięć muz olimpijskich, patronujących

¹ <https://www.britannica.com/dictionary/work-of-art>, dostęp: 11.11.2021.

różnym dziedzinom twórczości: od poezji, przez muzykę, aż po astronomię (Piszczyk, 1966, s. 500)². Tak szerokie rozumienie sztuki dominowało aż do renesansu.

Z czasem zakres pojęciowy sztuki uległ zawężeniu. Najpierw oddzielono od niej rzemiosło, następnie naukę, by ostatecznie w XVIII w. po raz pierwszy pojawiło się pojęcie *les beaux-arts*, czyli „sztuki piękne”. Klasyczną definicję dzieła sztuki sformułował francuski filozof Ch. Batteux, według którego dziełem sztuki jest każdy przedmiot wykonany przez człowieka w celu zaspokojenia jego potrzeb duchowych (Tatarkiewicz, 2005, s. 32). W dziele *Les beaux arts reduit à un seul principe* z 1747 r. Batteux po raz pierwszy użył terminu „sztuki piękne”, do których zaliczył: malarstwo, rzeźbę, architekturę, taniec, wymowę, muzykę oraz poezję, a jako wyróżnik sztuki podaje piękno oparte na platońskiej triadzie wartości. Wyróżnienie piękna jako kategorii definiującej sztukę stało się przedmiotem wielu dyskusji nad zakresem pojęciowym tego terminu. Kategoria piękna stała się jednym z najważniejszych zagadnień estetyki – najmłodszej dyscypliny filozofii³.

Na gruncie polskiej historii sztuki jednoznacznej definicji terminu unikało wielu badaczy. J. Białostocki uważał, że „nikt nie wie, jaka jest definicja dzieła sztuki, gdyż przeniknęło ono w rzeczywistość i dzisiaj nie charakter przedmiotu, ale postawa wobec niego pozwala nam na nazwanie jakiegoś przedmiotu dziełem sztuki” (Białostocki, 1980, s. 51). Podobnie M. Rzepińska dystansowała się od definicji pojęcia, zaznaczając, że jest to „grunt śliski i niepewny” (Rzepińska, 1986, s. 8). Pierwszą próbę precyzyjnego ujęcia terminu podjął W. Tatarkiewicz, który definiował dzieło sztuki jako „odtworzenie rzeczy bądź konstrukcji form, bądź wyrażenia przeżyć, jednakże tylko takiego odtworzenia, takiej konstrukcji, takiego wyrazu, jakie są zdolne zachwycić bądź wzruszać, bądź wstrząsać” (Tatarkiewicz, 2005, s. 52). Uzupełnieniem podejść definicyjnych była trójstopniowa analiza ikonograficzna E. Panofsky’ego, obejmująca poziom preikonograficzny, ikonograficzny oraz ikonologiczny, pozwalająca na zrozumienie dzieła jako związku idei i obrazu (Panofsky, 1971)⁴.

² Kalliope – poezją epicką, filozofią i retoryką, Klio – historią, Erato – poezją miłosną, Euterpe – poezją liryczną, Melpomene – śpiewem i tragedią, Polihymnia – poezją sakralną i pieśnią chóralną, Talia – komedią, Terpsychora – tańcem, a Urania – astronomią i geometrią.

³ Termin estetyka rozumiany jako dyscyplina filozoficzna ma swój początek w pracy A.G. Baumgartena *Estetyka* z 1750 r.

⁴ Metoda ikonograficzna analizy dzieł sztuki zaproponowana przez E. Panofsky’ego składa się z trzech poziomów interpretacji. Pierwszy etap, przedikonograficzny, polega na opisie widocznych elementów dzieła sztuki, takich jak postacie, przedmioty i kompozycja, bez interpretowania ich znaczenia. Drugi poziom, analiza ikonograficzna, skupia się na rozpoznawaniu symboli i motywów, które odnoszą się do tradycji kulturowych, religijnych czy literackich. Ostatni etap, ikonologia, to interpretacja głębszych treści ideowych i filozoficznych, które kryją się za przedstawieniami, i które odnoszą się do kontekstów historycznych, światopoglądowych oraz intelektualnych. Metoda Panofsky’ego pozwala na wielowymiarowe zrozumienie dzieła sztuki, ujawniając zarówno jego warstwę wizualną, jak i głębsze treści symboliczne.

Stanford Encyclopedia of Philosophy wyróżnia trzy główne podejścia do definiowania pojęcia dzieła sztuki: historyczne, instytucjonalne i funkcjonalne (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2005). Definicje historyczne, reprezentowane m.in. przez W.B. Galliego, M. Weitza, R. Steckera i T. Bruniusa, opierają się na cechach, które historycznie uznawane były za charakterystyczne dla sztuki (Białynicka-Birula, 2014, s. 22). Definicje instytucjonalne, reprezentowane m.in. przez G. Dickiego, uznają za dzieło każdy artefakt, który został tak określony przez odpowiednie instytucje społeczne. Z kolei podejście funkcjonalne, przyjmowane przez M. Beardsleya, N. Zangwilla i M. de Clerqa, opiera się na artystycznym osądzie.

Na gruncie prawnym definicje dzieła sztuki mają charakter nominalny. W polskim systemie prawnym brak jest jednej, spójnej definicji tego terminu. Używany jest on często w kontekście pojęć pokrewnych, takich jak „antyki”, „muzealia”, „przedmioty kolekcjonerskie” czy „zabytki”. Artykuł 120 Ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług zawiera pięć punktów szczegółowo określających, co może być uznane za dzieło sztuki. Z kolei art. 3 pkt 1 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami z 23 lipca 2003 r. definiuje „zabytek” jako dobro materialne, stanowiące świadectwo minionej epoki o wartości historycznej, artystycznej lub naukowej.

Szerszym terminem jest „dobro kultury”, który po raz pierwszy pojawił się w konwencji haskiej z 1954 r. jako „dobro ruchome lub nieruchome, które posiadają wielką wagę dla dziedzictwa kulturowego narodu”. Koncepcja ta była rozwijana również w konwencji paryskiej z 1970 r. i znajduje odzwierciedlenie w Konstytucji RP (art. 6 i 73). Pokrewne pojęcia to „dziedzictwo kulturowe” i „dziedzictwo narodowe”, objęte szczególną ochroną. W kontekście ekonomicznym zagadnienia te były podejmowane m.in. przez A. Peacocka, D. Throsby’ego, J. Benhamou oraz J. Purchlę (Białynicka-Birula, 2014, s. 35).

Z perspektywy ekonomii dzieło sztuki jest dobrem ekonomicznym, wytworem działalności człowieka, zaspokajającym potrzeby, posiadającym wartość ekonomiczną, rynkową, symboliczną, historyczną, religijną, ideologiczną i kulturową. Jest dobrem indywidualnym, heterogenicznym, luksusowym o wysokim współczynniku elastyczności dochodowej popytu i braku nasycenia popytu (krzywa Tornquista typu III). Ekonomia jako dyscyplina naukowa przez długi czas unikała prób wyceny dzieł sztuki, traktując je jako dobra, których wartości nie można oszacować.

Pojęcia dzieła sztuki w ekonomii podejmowali klasycy: D. Ricardo, A. Smith, A. Marshall, J.M. Keynes i J.K. Galbraith (Białynicka-Birula, 2008, s. 90). Wyróżnikiem dzieł sztuki jest ich ograniczona liczba i indywidualny charakter – zauważony m.in. przez

Marshalla „*każdy z tych obiektów jest niepowtarzalny, nie ma odpowiednika ani konkurenta*” (Marshall, 1890, s. 274). F. Benhamou postrzega dzieło jako zbiór cech opisujących jego unikatowość (Benhamou, 2000).

D. Ricardo w *On the principles of political economy and taxation* (1957) podkreślał, że „*wartość dzieł sztuki można mierzyć jedynie ich rzadkością*” (Ricardo, 1957, s. 341). Ujęcie Ricardo zakłada, że na cenę dzieła sztuki wpływa fakt istnienia ograniczonej liczby obiektów, której nie da się powiększyć poprzez zwiększenie nakładu pracy. Jednocześnie wzrost podaży nie powoduje spadku wartości tych dóbr. Przez wiele lat dzieła sztuki w kontekście teorii ekonomii były marginalizowane lub – jak w przypadku matematycznej szkoły ekonomii, całkowicie odrzucane. L. Walras, przedstawiciel tej szkoły, twierdził, że „*ekonomiści powinni unikać analizowania wartości dóbr wyjątkowych, takich jak obrazy*” (Moureaux, 2000, s. 8).

Przełomem było wprowadzenie przez W.S. Jevonsa metody pomiaru użyteczności zawartej w przedmiotach. Jevons, jeden z twórców szkoły neoklasycznej, uznawał dzieła sztuki za dobra nieporównywalne i niepowtarzalne, co nadawało im szczególny status teoretyczny. Jego metoda polegała na naukowym mierzeniu doznań zmysłowych oraz założeniu, że ich intensywność zmienia się w czasie (Jevons, 1871). Właściwym momentem pomiaru jest moment marginesu, kiedy daną ilość przedmiotu można wymienić na odpowiadającą mu sumę pieniędzy.

Narodziny ekonomiki kultury jako odrębnej dyscypliny datuje się na 1966 r., kiedy ukazała się publikacja W.J. Baumola i W.G. Bowena *Performing Arts. The Economic Dilemma*. Dyscyplina ta dynamicznie się rozwija, m.in. za sprawą działalności Association of Cultural Economics International i czasopisma *Journal for Cultural Economics*. Ekonomia kultury zajmuje się badaniem znaczenia kultury w gospodarce, analizą rynku sztuki z perspektywy popytu i preferencji odbiorców, a także kwestiami inwestycyjnymi i metodami wyceny dzieł sztuki. Uwzględnia również sytuację twórców na rynku, rolę sztuki w stymulowaniu kreatywności społecznej, działania państwa w zakresie polityki kulturalnej oraz zagadnienia związane z kosztami podaży i popytu (Ilczuk, 2012).

Dzieło sztuki jest pojęciem trudnym do jednoznacznego zdefiniowania, co wynika z jego subiektywnego charakteru oraz ewolucji znaczeń na przestrzeni dziejów. Próby jego ujęcia podejmowali przedstawiciele różnych dyscyplin – od filozofii i historii sztuki, przez prawo, aż po ekonomię, jednak żadna z definicji nie uzyskała powszechnej akceptacji. W klasycznym ujęciu podkreślano aspekt piękna i doskonałości, natomiast współczesne podejścia wyróżniają definicje historyczne, instytucjonalne i funkcjonalne. W prawie dzieło

sztuki funkcjonuje obok pojęć takich jak zabytek czy dobro kultury, jednak brak jego jednolitej definicji. W ekonomii dzieło sztuki postrzegane jest jako dobro ekonomiczne o cechach indywidualnych, unikatowych i luksusowych, z rosnącym popytem i brakiem nasycenia. Choć długo uchodziło za niemierzalne, rozwój ekonomiki kultury umożliwił jego analizy z perspektywy wartości rynkowej, inwestycyjnej i społecznej, uwzględniające zarówno stronę podaży, jak i popytu.

1.2. Teorie w zakresie pojmowania i analizy pojęcia dzieła sztuki

Jedną z pierwszych prób zdefiniowania dzieła sztuki była teoria mimetyczna, wywodząca się ze starożytności i oparta na zasadzie *mimesis*, czyli naśladowania rzeczywistości. W ujęciu demokrytejskim naśladownictwo oznaczało odwzorowywanie sposobów działania natury, w filozofii Platona miało charakter dosłownego kopiowania natury, natomiast Arystoteles pojmował *mimesis* jako swobodne kształtowanie w oparciu o motywy natury (Tartakiewicz, 2005, s. 15). W średniowieczu, jak zauważył P. Skubiszewski, „*dzieło sztuki pełniło przede wszystkim ściśle określone funkcje dydaktyczne i użytkowe w wielkim systemie ideologiczno-społecznym*”, a teoria mimetyczna uważana za „*malpowanie prawdy*” straciła na znaczeniu (Skubiszewski, 1973, s. 398). W epoce renesansu wśród teoretyków sztuki oraz artystów nastąpił powrót do idei *mimesis*, określanej wówczas łacińskim terminem *imitatio*.

Kolejną teorią jest teoria fenomenologiczna, według której dzieło sztuki składa się zasadniczo z dwóch elementów: fizyczności, czyli bytu samego w sobie, oraz szeroko rozumianej sfery symbolicznej i znaczeniowej. Istnienie dzieła sztuki zależne jest od aktu świadomości zarówno twórcy (akt intencjonalny), jak i odbiorcy (akt percepcyjny). Jednym z najbardziej znanych przedstawicieli fenomenologii był M. Heidegger, według którego „*w dziele sztuki połączone zostaje to, co rzeczowe, z tym, co inne*” (Woźniak, 2014, s. 49). Zgodnie z filozofią Heideggera pod pojęciem „inne” zawarta była alegoria, symbol, ukryte znaczenie. Innym przedstawicielem fenomenologii był N. Hartmann, który w dziele *Ästhetik* wprowadził koncepcję warstwowej budowy dzieła sztuki, wyróżniając pierwszy plan – realny oraz drugi – irrealny (Hartmann, 1966, s. 303).

Podobną koncepcję zaproponował R. Ingarden. Przeciwwstawiając się tendencjom sprowadzającym dzieło sztuki do funkcji utylitarnych lub poznawczych, wyodrębnił dwa aspekty dzieła: podstawę bytową, czyli aspekt fizyczny (np. deska, płótno, podobrazie) oraz aspekt estetyczny, związany z aktem twórczym. Aspekt fizyczny, choć konieczny

dla zaistnienia dzieła, nie stanowi jego części. Dzieło sztuki, rozumiane jako przedmiot intencjonalny, powstaje w wyniku aktu twórczego artysty oraz percepcji odbiorcy. Według Ingardena „podstawową funkcją dzieła sztuki jest ukazywanie wartości estetycznych” (Gołaszewska, 1973, s. 411). W ujęciu fenomenologicznym dzieło sztuki obejmuje cztery elementy: podstawę bytową (przedmiot materialny), byt intencjonalny (akt twórczy artysty), możliwości poznawcze odbiorcy oraz właściwy przedmiot estetyczny, powstały w procesie odbioru.

Zbliżonym rozróżnieniem materialnego i psychicznego aspektu dzieła posługuje się teoria psychologizmu estetycznego. Zgodnie z nią dzieło sztuki to fakt psychologiczny, istniejący wyłącznie w sferze psychicznej, bezpośrednio związany z umysłem odbiorcy i stanowiący przedłużenie życia twórcy. Według Z. Freuda: „(...) twory, dzieła sztuki, były imaginacyjnymi spełnieniami podświadomych pragnień, podobnie jak sny; i podobnie jak one, były rodzajem kompromisów, ponieważ one także zmuszone były unikać otwartego konfliktu z siłami tłumienia. Lecz różniły się od aspołecznych, narcystycznych produktów snu tym, że były obliczone na wzbudzenie w innych ludziach rozumiejącego zainteresowania i potrafiły także uśmierzać i zaspokajać te same ich podświadome popędy pragnieniowe” (Fizer, 1991, s. 96-97). Do najważniejszych przedstawicieli psychologizmu estetycznego należą C.G. Jung, R. Vischer, T. Lipps, K. Gross, J. Volkelt (Fizer, 1991, s. 96-97).

W przeciwieństwie do tej koncepcji, teoria idealizmu obiektywnego zakłada, że dzieło sztuki to byt idealny, autonomiczny, niezależny od materii i psychiki. Według Platona funkcją dzieła jest odzwierciedlenie idealnego piękna, według Hegla – wyrażenie piękna idealnego przynależnego absolutowi. Dzieło nie jest zatem ani bytem materialnym, ani psychologicznym, lecz przejawem idei. B. Croce, reprezentant włoskiego idealizmu, traktował dzieło sztuki jako twór duchowy, przy czym akt twórczy i podłoże miały dla niego wyłącznie znaczenie techniczne (Gołaszewska, 1973, s. 246-276). Dzieło sztuki posiada zatem charakter uniwersalny i ponadczasowy, niezależny od ludzkiej woli.

Teoria socjologizmu estetycznego jako pierwsza wiąże rozumienie dzieła sztuki z poziomem rozwoju społeczeństwa. E. Durkheim, uznawany za jej prekursora, wskazywał na kontekst społeczny jako główny czynnik determinujący sztukę, podczas gdy czynniki kulturowe i psychologiczne traktował jako pochodne. J. Dewey posunął się dalej, uznając sztukę za sferę życia społecznego. Wartość estetyczna dzieła zależy od stosunków społecznych, determinujących relacje między artystą, dystrybutorem, odbiorcą i krytykiem. S. Ossowski podkreślał, że „nie ma żadnego ogólnego kryterium, które by pozwalało we wszystkich wypadkach ustalać wartości estetyczne i estetyczne hierarchie: zawsze jakieś

środowisko społeczne decyduje, które względy rzeczowe mają w poszczególnych wypadkach rozstrzygać o «obiektywnych» wartościach estetycznych dzieła sztuki» (Ossowski, 1958, s. 371). Do wybitnych przedstawicieli tej koncepcji należą A. Hauser, H. Levin, I. Wyatt, G. Mounin, E. Chwistek, S. Ossowski oraz P. Bourdieu.

Z teorią socjologiczną powiązana jest teoria organicystyczna, zgodnie z którą społeczeństwo funkcjonuje jak organizm. M. Weitz ujmując dzieło sztuki jako „*unikalny zespół powiązanych ze sobą części oddziałujących na siebie nawzajem*” (Weitz, 1985, s. 350). Jego konkluzja, że tradycyjna estetyka jest w istocie ukrytą formą krytyki artystycznej, stanowi próbę przekroczenia logicznych ograniczeń definiowania sztuki (Sułkowska, 2000, s. 280).

Zgodnie z teorią dialektyczną dzieło sztuki stanowi wytwór człowieka rozumiany jako dialektyczna całość różnych kategorii przeciwieństw. Idealizmowi przeciwstawiony jest realizm, obiektywizmowi – subiektywne odczucia, bytom materialnym – psychika, emocje i uczucia. O istnieniu dzieła sztuki stanowi odzwierciedlenie rzeczywistości, a następnie artystyczne przetworzenie świata znanego. Podstawowym kryterium dzieła sztuki jest jego realizm. T. Adorno w *Dialektyce negatywnej* zaznacza: „*Dzieło sztuki jest zarazem procesem i chwilą. Jego obiektywizacja, warunek autonomii jest zarazem zastygnięciem*”. Adorno uważa, że siła i wielkość sztuki tkwią w jej nieustannym przekraczaniu rzeczywistości oraz nieokreśloności (Adorno, 1986, s. 507).

W teorii informacyjnej i semantycznej dzieło sztuki traktowane jest jako komunikat, który ulega zakodowaniu podczas aktu twórczego i może zostać odkodowany przez odbiorcę. Kluczowe jest tu opanowanie języka sztuki i rozpoznanie stosowanych kodów. Semiologia uznaje dzieło za formę komunikacji międzyludzkiej. Przedstawicielami tej koncepcji byli R. Jakobson, B. Croce, E. Gombrich i M. Wallis (Białynicka-Birula, 2014, s. 27). Również U. Eco podkreślał obecność w sztuce kodów słabo określonych, gdzie dominują elementy fakultatywne nad relewantnymi (Eco, 1962, s. 188).

Z teorii semiotycznych wywodzi się również zaproponowana przez M. Porębskiego teoria ikonosfery. Porębski, mając świadomość trudności, jakich przysparza próba definicji dzieła sztuki, traktuje je jako tekst o hierarchicznej budowie: motyw – temat. Zgodnie z jego definicją kluczowym czynnikiem przekształcania bodźca wzrokowego w spójny przekaz wizualny jest pamięć. Porębski wyróżnia pamięć indywidualną i pamięć zbiorową, które razem składają się na tożsamość kulturową, a jedynie posiadanie określonej tożsamości kulturowej warunkuje nasze możliwości percepcji sztuki, zrozumienia jej tematów i motywów. Według Porębskiego podejście semiotyczne jest niewystarczające do zrozumienia istoty dzieła sztuki i dopiero po dodaniu podejścia ikonicznego możemy zobaczyć pełną strukturę dzieła sztuki.

Dzieło – jak pisze Porębski – „*dociera do odbiorcy w całej swej fizycznej rozciągłości (i ułomności), niosąc komunikat nie ograniczający się jedynie do znaczeń tekstowych, ale dający obrazowy wgląd w towarzyszące powstaniu tekstu podteksty*” (Porębski, 1986, s. 110-111).

Ujęcie systemowe M. Ostrowickiego opiera się na interdyscyplinarnej teorii systemów. Dzieło sztuki to względnie zamknięty system, składający się z obiektywnie opisywalnych elementów, które pozostają w relacji z subiektywną percepcją odbiorcy. Artysta jako twórca struktury dzieła steruje systemem, a kluczową rolę odgrywa dynamizacja, umożliwiająca przejście od aspektów obiektywnych do subiektywnych i nadająca dziełu status bytu (Ostrowicki, 1997, s. 141-143).

Na gruncie filozofii i estetyki powstało wiele teorii mających na celu określenie dzieła sztuki. Wspomniane wyżej teorie: mimetyczna, fenomenologiczna, psychologizmu estetycznego, idealizmu obiektywnego, socjologiczna, organicystyczna, dialektyczna, informacyjna, teoria ikonosfery oraz systemowa stanowią wybrane przykłady tej różnorodności. O ile do renesansu dominowały ujęcia obiektywistyczne, o tyle od czasów nowożytnych przeważają koncepcje subiektywistyczne. Spór o definicję dzieła sztuki pozostaje otwarty i nadal stanowi ważny temat refleksji teoretycznej.

1.3. Pojęcie i istota rynku sztuki

Pojęcie „rynku” to jedno z kluczowych pojęć w teorii ekonomii, stosowane zarówno w ujęciu teoretycznym jak i praktycznym, mające istotne znaczenie w gospodarce, jak i polityce. Ewolucja tego pojęcia jest ściśle związana z rozwojem społeczeństwa. Przez długi czas w historii ludzkości gospodarka oparta była na zaspokajaniu indywidualnych potrzeb jednostki, a wraz z nimi pojawiły się pierwsze przejawy transakcji opartych na zasadach wymiany barterowej: towar za towar. Wraz z pojawieniem się pieniądza handel przeszedł istotną transformację. Pierwotne znaczenie pojęcia *rynek* odnosiło się do spotkania kupujących ze sprzedawcami w celu wymiany towarów, które przeważnie odbywały się raz w tygodniu w centrach średniowiecznych miast zwanych rynkami (Solek, 2005, s. 41). Słowo rynek oznaczało miejsce handlu. Spotkania te przynosiły obopólną korzyść – sprzedający mogli z wielokrotnie swoje zyski w ciągu jednego dnia przez kontakt z dużą liczbą nabywców, natomiast kupujący mogli oszczędzić czas oraz koszty podróży, które wiązały się z robieniem zakupów w różnych miejscach.

Wraz z rozwojem społeczeństwa, postępem gospodarczym, logistycznym, technologicznym i komunikacyjnym nastąpiło odejście od przestrzennego rozumienia pojęcia rynku jako miejsca spotkań na rzecz bardziej abstrakcyjnej koncepcji. Do tej pory w literaturze ekonomicznej brakuje jednak jednoznacznej definicji tego terminu. Poniżej zaprezentowane zostały wybrane definicje rozważanego terminu proponowane w różnych źródłach teoretycznych:

- rynek to zespół wszystkich sprzedających i kupujących, których decyzje, wzajemnie od siebie uzależnione, kształtują popyt i podaż oraz wpływają na poziom cen (Mała encyklopedia ekonomiczna, 1974, s. 723);
- rynek to ogólne zasady współdziałania kupujących i sprzedających w ramach transakcji wymiany (Miller, 1988, s. 70);
- rynek to każda forma nawiązania współpracy między kupującym i sprzedającym w celu ustalenia warunków transakcji, w tym ceny, miejsca, formy, czasu oraz sposobu transakcji itd. (Dach, 1995, s. 39-40);
- rynek to forma połączenia potencjalnych sprzedających z potencjalnymi kupującymi w celu ustalenia warunków sprzedaży, takich jak ilość nabywanego towaru, sposób przeprowadzenia procesu wymiany, czas transakcji oraz miejsce (Klimczak, 2006);
- rynek to zespół mechanizmów służących do koordynacji zachowań nabywców i sprzedawców, uczestniczących w procesie wymiany dóbr oraz usług (Begg, Fischer, Dornbusch, 2007, s. 77);
- rynek to kategoria oparta się na pojęciu siły rynkowej, która odgrywa kluczową rolę w prawie konkurencji, jednak wykazuje ona znaczne ograniczenia, szczególnie w przypadku rynków heterogenicznych (Kaplów, 2015, s.148-161);
- rynek, w kontekście platform dwustronnych to przestrzeń, w której funkcjonują różne strony transakcji, wzajemnie powiązane poprzez wymianę produktów lub usług. Definicja rynku w tym przypadku musi uwzględniać specyficzne relacje pomiędzy tymi stronami oraz ich wpływ na konkurencję (Franck, Peitz, 2021, s. 91-127).

Problem definicji pojęcia rynku był także przedmiotem obrad Komisji Europejskiej, która w 2024 r. wydała zawiadomienie w sprawie definicji rynku właściwego do celów unijnego prawa konkurencji. Dokument ten systematyzuje pojęcie oraz specjalne przypadki jego zastosowania (więcej informacji zestawiono w tabeli 1.1).

Tabela 1.1. Wpływ szczególnych uwarunkowań na definicję rynku

Okoliczność	Definicja rynku
Zróżnicowanie produktowe lub geograficzne	Rynek może obejmować produkty, które różnią się od siebie pod względem atrybutów istotnych dla klientów (np. projekt, marka, specyfikacje techniczne). Zróżnicowanie geograficzne występuje, gdy lokalizacja klienta lub dostawcy ma znaczenie. Zdefiniowanie rynku właściwego może obejmować szeroki rynek zróżnicowanych produktów lub wiele węższych rynków w ramach takiego zróżnicowania.
Dyskryminacja klientów lub grup klientów	Rynek może być zdefiniowany w sposób bardziej wąski, gdy różne grupy klientów są traktowane odmiennie pod względem cen, jakości lub innych warunków, mimo że nabywają ten sam produkt. Aby to nastąpiło, muszą być spełnione warunki, takie jak wyraźne rozróżnienie grup klientów, brak możliwości arbitrażu między nimi oraz długotrwałość dyskryminacji. W takich przypadkach mogą powstać oddzielne rynki dla różnych grup klientów.
Znaczące prace badawczo-rozwojowe	W branżach innowacyjnych definicja rynku może obejmować produkty, które dopiero mają być wprowadzone na rynek, a które wynikają z procesów badawczo-rozwojowych. Rynek może obejmować istniejące produkty, ich potencjalne substytuty lub tworzyć nowy rynek. Zdefiniowanie rynku może również obejmować wcześniejsze etapy badań, gdzie produkty jeszcze nie istnieją, ale ważne są granice konkurencji w zakresie innowacji
Platformy wielostronne	Platformy wielostronne, które łączą różne grupy użytkowników, mogą być definiowane jako jeden rynek produktowy obejmujący wszystkie strony platformy, lub mogą być traktowane oddzielnie, jeśli substytucyjność po różnych stronach platformy jest znacząco różna. Ważne są pośrednie efekty sieciowe, które wpływają na interakcje między grupami użytkowników platformy.
Rynki wtórne, pakiety i ekosystemy (cyfrowe)	Rynek może być zdefiniowany jako rynek systemowy obejmujący zarówno produkt pierwotny, jak i wtórny, lub jako oddzielne rynki dla każdego z tych produktów. Definicja rynku zależy od stopnia substytucyjności między produktami oraz możliwości korzystania z różnych dostawców. W ekosystemach cyfrowych, w których produkty wtórne są powiązane z produktem głównym, Komisja może rozważyć zdefiniowanie oddzielnych rynków lub uznanie całego pakietu produktów za rynek właściwy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Zawiadomienie Komisji w sprawie definicji rynku właściwego do celów unijnego prawa konkurencji (C/2024/1645), https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=OJ:C_202401645, dostęp 11.09.2024.

Wszystkie wymienione definicje mają pewne cechy wspólne, które kształtują charakterystykę pojęcia „rynek”. Należy zauważyć, że podmiotami obecnymi na rynku są zawsze kupujący i sprzedający, przedmiotami natomiast towary lub usługi, które podlegają transakcjom kupna-sprzedaży. „Rynek” stanowi więc mechanizm służący koordynacji wymiany oraz ustaleniu cen. Klasyfikacja rynków uzależniona jest od różnorodnych kryteriów (tabela 1.2).

Tabela 1.2. Kryteria i klasyfikacje rynku

Kryterium	Klasyfikacja
Zasięg geograficzny	Rynek światowy, międzynarodowy, zagraniczny, krajowy, regionalny, lokalny
Stopień wyrównania cen	Rynek doskonały i niedoskonały
Przedmiot wymiany	Rynek czynników produkcji (praca, ziemia, kapitał) oraz rynek towarów i usług
Sytuacja finansowa	Rynek sprzedawcy, który cechuje długotrwała przewaga popytu nad podażą, oraz rynek nabywcy, który cechuje długotrwała przewaga podaży nad popytem
Stopień jednorodności	Rynek homogeniczny, na przykład rynek naftowy oraz rynek heterogeniczny, na przykład rynek pracy
Czas	Bardzo krótki okres rynkowy, krótki okres rynkowy, długi okres rynkowy
Stopień regulacji	Rynek regulowany, rynek nieregulowany
Konkurencja	Monopol, duopol, oligopol, konkurencja monopolistyczna

Źródło: opracowanie własne na podstawie Podstawy ekonomii, pod red. R. Milewskiego, E. Kwiatkowskiego, Warszawa 2004, s. 40; Rosenbaum, E.F. (2000), What is a market? On the methodology of a contested concept, „Review of Social Economy”, s. 455-482; Fernández-Huerga, E. (2013), The Market Concept: A Characterization from Institutional and Post-Keynesian Economics, „American Journal of Economics and Sociology”, 72(2), 361-385.

Rynek sztuki stanowi szczególny przypadek rynku, który nie poddaje się łatwej klasyfikacji. Problem ten wynika przede wszystkim ze szczególnego charakteru towarów będących przedmiotem obrotu. Dzieło sztuki to dobro, którego wartość opiera się na unikalności oraz niepowtarzalności, co uniemożliwia jego standaryzację jako kategorii towarowej. Ponadto rynek sztuki jest ściśle powiązany z historią sztuki, estetyką, filozofią, znawstwem epok, stylów oraz nurtów, a co za tym idzie, analiza rynku sztuki wymaga od badacza podejścia interdyscyplinarnego. Cechy charakterystyczne dzieł sztuki wyróżniające je spośród innych towarów zostały zestawione w tabeli 1.3.

Tabela 1.3. Charakterystyczne cechy dzieł sztuki

Cecha dzieła sztuki	Opis
Unikalność i unikatowość ⁵	Obrazuje, w jakim stopniu dane dzieło sztuki różni się od innych dzieł (cecha ta nie dotyczy dzieł będących odniesieniem, komentarzem, pastiszem lub krytyką innego dzieła sztuki)
Oryginalność	Przedstawienie niezależnej, indywidualnej koncepcji, w której odbicie znajduje osobowość autora
Niepodzielność i heterogeniczność	Brak możliwości znalezienia substytutu dla danego dzieła sztuki, brak możliwości ujednolicenia
Atrybucja	Dziełu sztuki przypisane jest konkretne autorstwo (artysta, szkoła artystyczna itp.) oraz konkretne datowanie. Autentyczność dzieła sztuki potwierdza sygnatura lub metody analizy historycznej, chemicznej itp.
Status dobra kultury (narodowego lub światowego)	Dzieła sztuki stanowią często element spuścizny historycznej, narodowej lub kulturowej, a w konsekwencji mogą być przedmiotem o specjalnym znaczeniu chronionym prawnie
Status dobra luksusowego	Dobra luksusowe to dobra, w przypadku których wraz ze wzrostem dochodu popyt na nie rośnie bardziej niż proporcjonalnie, brak ograniczeń popytu
Funkcja estetyczna	Zdolność do angażowania zmysłów i/lub umysłu odbiorcy oraz wzbudzania w widzu wzniosłych emocji
Nośnik kapitału kulturowego	Odzwierciedla i współtworzy tzw. kapitał kulturowy danej społeczności, narodu, państwa

Źródło: opracowanie własne.

Każda z wyżej wymienionych cech wpływa na wyjątkowy status dzieł sztuki na tle innych towarów. Unikalność i unikatowość oznaczają, że założenie dotyczące homogeniczności przedmiotów wymiany nie może zostać spełnione (Białynicka-Birula, 2005, s. 30). Dzieło sztuki wytwarzane jest w jednym jedynym egzemplarzu, który nie może być kopiowany, reprodukowany lub powielany bez utraty wartości samego dzieła. Z pierwszą wymienioną cechą nieodzownie związana jest druga, czyli oryginalność, która stanowi o dodatkowym walorze dzieła sztuki pozostającym przedmiotem subiektywnej oceny. Niepodzielność i heterogeniczność to cechy, które ograniczają możliwość standaryzacji, replikacji i stosowania bezpośrednich porównań z innymi dziełami sztuki. Atrybucja sprawia, że niemal każda transakcja ma charakter jednostkowy istnieje bowiem tylko jedno dzieło konkretnego autora, zawierające indywidualny zestaw cech poszukiwanych przez nabywcę (z wyłączeniem dzieł takich jak grafiki lub reprodukcje, które mogą być produkowane seryjnie). Szczególną cechą wyróżniającą dzieło sztuki spośród innych dóbr jest jego status jako dobra kultury, a co za tym idzie – podleganie przepisom prawa o ochronie zabytków. Status dobra luksusowego sprawia, że dzieło sztuki nie służy do zaspokajania podstawowych potrzeb nabywcy, lecz pozwala na demonstrację prestiżu i przynależności do określonej

⁵ Unikalność to ogólny termin odnoszący się do tego, co jest wyjątkowe, niepowtarzalne lub niepospolite. Oznacza cechę, która się wyróżnia, ale niekoniecznie oznacza, że jest to jedyny egzemplarz na świecie. Unikatowość natomiast jest bardziej rygorystycznym konceptem oznaczającym jeden jedyny egzemplarz lub sytuację bez precedensu. W sztuce unikalny może być styl charakteryzujący danego artystę, a unikatowy odnosi się do rzadkości w sensie liczebnym np. jest to jedyny egzemplarz na świecie.

grupy społecznej. Funkcja estetyczna zależy od indywidualnych gustów i preferencji odbiorcy. Odnosi się do oddziaływania na zmysły odbiorcy oraz przeżyć emocjonalnych i sensorycznych, które wywołuje.

Rynek sztuki charakteryzuje się własną specyfiką, unikalną strukturą oraz szczególnymi relacjami między podmiotami w niego zaangażowanymi. Kluczowymi uczestnikami rynku sztuki są:

1. domy aukcyjne – zajmują się organizacją aukcji, podczas których dzieła sztuki są sprzedawane nabywcom oferującym najwyższą cenę;
2. muzea państwowe i prywatne – odgrywają rolę w przechowywaniu, eksponowaniu i dokumentowaniu dzieł sztuki;
3. galerie sztuki – pełnią funkcję przestrzeni wystawienniczej, gdzie artyści prezentują swoje prace. Ponadto galerie często działają jako pośrednicy między artystami a potencjalnymi nabywcami;
4. targi sztuki – służą prezentacji i sprzedaży dzieł sztuki przez galerie i niezależnych artystów;
5. dzielnice artystyczne – skupiają galerie sztuki, pracownie artystyczne, teatry, kawiarnie i sklepy z unikatowymi przedmiotami;
6. artyści – stanowią pierwotnych twórców dzieł sztuki;
7. kolekcjonerzy – aktywnie nabywają i gromadzą dzieła sztuki;
8. uniwersytety artystyczne i inne instytucje edukacyjne – kształtują i rozwijają umiejętności artystyczne;
9. zrzeszenia i stowarzyszenia artystyczne – skupiają osoby działające w różnych dziedzinach sztuki, takich jak malarstwo, rzeźba, literatura, muzyka, teatr, taniec, fotografia, film i inne. Celem tych organizacji jest wspieranie artystów, promowanie sztuki oraz rozwijanie i ochrona interesów swoich członków;
10. media społecznościowe i e-commerce – odgrywają coraz większą rolę w handlu sztuką, przekształcając tradycyjne podejście do promocji, sprzedaży i dystrybucji dzieł sztuki;
11. krytyka artystyczna – odgrywa istotną rolę w ocenie i promocji dzieł sztuki. Recenzje i opinie mogą wpływać na postrzeganie artystów i ich prac;
12. pozostałe organizacje działające na rzecz edukacji artystycznej – wspierają rozwój artystów poprzez programy edukacyjne, stypendia i inne inicjatywy;
13. nabywcy i inwestorzy – nabywają dzieła sztuki jako formę inwestycji finansowej lub dla zaspokojenia swojej pasji artystycznej.

Rynek sztuki możemy podzielić ze względu na:

- pochodzenie dzieła sztuki oraz jego funkcja;
- rodzaj dzieła sztuki;
- chronologię powstania dzieła sztuki;
- położenie geograficzne;
- segment cenowy.

Pierwszy podział ze względu na pochodzenie dzieł sztuki oraz jego funkcję to podział na rynek: pierwotny, wtórny i tertiarny. Szczegółową charakterystykę tego podziału zestawiono w tabeli 1.4.

Tabela 1.4. Klasyfikacja rynku sztuki ze względu na pochodzenie dzieł sztuki

Rynek	Pierwotny	Wtórny	Tertiarny
Opis	Obejmuje transakcje dotyczące dzieł sztuki wprowadzanych na rynek po raz pierwszy, zazwyczaj bezpośrednio przez artystów lub ich przedstawicieli instytucjonalnych (np. galerie komercyjne).	Dotyczy obrotu dziełami sztuki, które wcześniej znajdowały się już w prywatnych lub instytucjonalnych kolekcjach, a obecnie ponownie trafiają do sprzedaży	Segment rynku charakteryzujący się wysokim poziomem selekcji i koncentracją prestiżowych transakcji – obejmuje dzieła o ugruntowanej pozycji, zweryfikowanej wartości i uznanym statusie, oferowane przez główne domy aukcyjne lub renomowane instytucje
Charakterystyka	Dzieła sztuki debiutujące na rynku, których wartość rynkowa nie została jeszcze ustalona w wyniku wcześniejszych transakcji. Ceny na tym etapie są zazwyczaj niższe i odzwierciedlają potencjał inwestycyjny oraz spekulacyjny charakter zakupów.	Rynek charakteryzujący się większą płynnością oraz możliwością estymacji wartości dzieła na podstawie historii jego sprzedaży i renomy twórcy. Transakcje są realizowane zarówno przez kanały aukcyjne, jak i przez sprzedaż prywatną.	Obrót obejmuje dzieła sztuki o potwierdzonej wartości artystycznej i rynkowej, często uwzględnione w obiegu instytucjonalnym (kolekcje muzealne, katalogi raisonné). Transakcje mają często charakter prestiżowy lub instytucjonalny, np. między muzeami lub dużymi funduszami inwestującymi w sztukę.
Uczestnicy	Artyści, galerie komercyjne, instytucje edukacyjne (np. akademie sztuk pięknych), kuratorzy inicjujący debiuty rynkowe.	Domy aukcyjne, prywatni kolekcjonerzy, galerie prowadzące obrót wtórny, fundusze inwestycyjne, dealerzy sztuki.	Renomowane domy aukcyjne, instytucje muzealne, fundacje artystyczne, wyspecjalizowani kolekcjonerzy i spadkobiercy dysponujący wysokiej klasy dziełami.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Singer, L., & Lynch, G. (1994), Public choice in the tertiary art market, „*Journal of Cultural Economics*”, 18, 199-216.

Drugi podział to podział ze względu na rodzaj dzieła. Obejmuje bardzo wiele kategorii dzieł, które można sklasyfikować w następujące zbiory w zależności od ich charakterystyki, stylu, formy czy też techniki. Wyróżniamy:

1. malarstwo – dziedzinę sztuk plastycznych obejmującą obrazy malowane na płótnie, drewnie lub innych podłożach, z wykorzystaniem różnych technik malarских;
2. rzeźbę – dziedzinę sztuk plastycznych polegającą na kształtowaniu form trójwymiarowych z materiałów takich jak drewno, kamień, metal, ceramika czy szkło;

3. grafikę – dziedzinę sztuk plastycznych, w ramach której powstają prace wykonane w technikach takich jak akwaforta, akwatinta, linoryt, litografia, miedzioryt, sucha igła czy sitodruk;
4. fotografię – dziedzinę sztuk plastycznych obejmującą zarówno fotografię tradycyjną, jak i cyfrową;
5. grafikę komputerową – dziedzinę sztuk plastycznych wykorzystującą komputer i oprogramowanie graficzne do tworzenia dzieł cyfrowych;
6. sztukę użytkową – dziedzinę sztuk plastycznych łączącą funkcję praktyczną dzieł z walorami estetycznymi, obejmująca m.in. ceramikę artystyczną, tkaniny artystyczne czy projektowanie mebli;
7. sztukę uliczną – dziedzinę sztuk plastycznych realizowaną w przestrzeni publicznej np. na ścianach budynków czy murach, często o charakterze społecznym lub interwencyjnym;
8. sztukę ilustracyjną – dziedzinę sztuk plastycznych, w polegającą na tworzeniu ilustracji do książek, czasopism, magazynów itd.;
9. sztukę performance – dziedzinę sztuk plastycznych, w której działania, gesty i zdarzenia prezentowane są na żywo przed publicznością;
10. sztukę nowych mediów – dziedzinę sztuk plastycznych wykorzystującą technologie elektroniczne, obejmująca instalacje interaktywne, sztukę wideo czy sztukę dźwiękową.

Inny podział rynku sztuki obejmuje kategorie chronologiczne, które nie są tożsame z epokami, kierunkami i nurtami w dziejach sztuki. Na zachodnim rynku sztuki portal Art Price wyróżnia pięć głównych kategorii. Są to:

1. sztuka dawnych mistrzów – do tej kategorii zaliczamy dzieła artystów epoki nowożytnej, urodzonych przed 1760 r. Dzieła te są w większości skatalogowane, o znanej proveniencji, a nowe prace z tej kategorii pojawiają się na rynku bardzo rzadko, gdy zaś już trafiają na sprzedaż, wzbudzają ogromne zainteresowanie;
2. sztuka XIX w. – odnosi się do prac artystów, którzy urodzili się w latach 1760-1860. Kategoria ta obejmuje kierunki: akademizm, klasycyzm, romantyzm, realizm, malarstwo pejzażowe szkoły z Barbizon, symbolizm, impresjonizm, postimpresjonizm i neoimpresjonizm;
3. sztuka nowoczesna – dotyczy prac artystów urodzonych w latach 1860-1920. Obejmuje kierunki i nurty, takie jak modernizm, fowizm, kubizm, surrealizm, ekspresjonizm i konstruktywizm;

4. sztuka powojenna – obejmuje dzieła twórców urodzonych w latach 1920-1945. Szczególne znaczenie mają nurty, takie jak ekspresjonizm abstrakcyjny, pop-art i minimalizm, a także sztuka konceptualna i land art.;
5. sztuka współczesna – dział sztuki współczesnej to prace artystów urodzonych po 1945 r.⁶.

Podział ze względu na położenie geograficzne obejmuje rynki narodowe, a do najważniejszych zaliczyć należy: Stany Zjednoczone, Wielką Brytanię, Chiny oraz Francję.

Kolejną możliwą klasyfikacją rynku sztuki jest podział na segmenty cenowe. Pozwalają one na zrozumienie różnic w cenach, wolumenie sprzedaży i ogólnym stanie rynku sztuki. W przypadku malarstwa wyróżnia się: low end, middle market, high end oraz ultrahigh end. Szczegółową charakterystykę tej klasyfikacji na przykładzie malarstwa zestawiono w tabeli 1.5.

Tabela 1.5. Segmenty cenowe w kategorii malarstwo

Segment	Definicja	Charakterystyka
low end (niższy segment cenowy)	Obejmuje ceny do 50 000 USD	Prace w tym segmencie stanowią niższy przedział cenowy, co sprawia, że są one bardziej dostępne dla szerokiego grona kupujących.
middle market (średni segment cenowy)	Składa się z dwóch segmentów cenowych – od 50 000 do 250 000 USD oraz od 250 000 do 1 mln USD	Ten segment obejmuje dzieła sztuki o średnich cenach, a podział na dwie kategorie uwzględnia różnice w wartości i prestiżu.
high end (wyższy segment cenowy)	Obejmuje ceny powyżej 1 mln USD	Prace w tym segmencie to dzieła sztuki najwyższej klasy, osiągające najwyższe ceny na rynku.
ultrahigh end (ekskluzywny segment cenowy)	Obejmuje ceny powyżej 10 mln USD	Najdroższe dzieła bijące rekordy cen na aukcjach dzieł sztuki.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Art Market Report 2022, s. 148–152.

Pomimo specyfiki przedmiotów wymiany, rynek sztuki podlega ogólnym prawidłowościom ekonomii, a dla dzieł sztuki można wyróżnić takie kategorie, jak podaż, popyt i cena. Zgodnie z definicją *podaż* jest to ilość dobra, którą sprzedawcy są gotowi zaoferować przy różnych poziomach cen oraz przy założeniu niezmienności innych elementów charakteryzujących sytuację na rynku (*ceteris paribus*) (Mankiw, 2018, s.75). W przypadku rynku sztuki podaż stanowi określona liczba dzieł sztuki przeznaczona do sprzedaży, ograniczona takimi czynnikami jak miejsce i czas. Liczba dzieł przeznaczonych do sprzedaży jest bezpośrednio związana z liczbą dzieł stworzonych przez danego twórcę. Ustalenie liczby dzieł sztuki dostępnych na rynku jest złożonym zagadnieniem. Liczba ta może zostać uznana za skończoną jedynie w przypadku artysty nieżyjącego, jednak w większości przypadków nie jest ona pewna (należy wziąć pod uwagę dzieła powstałe, nieobecne w rejestrach i

⁶ Opracowanie własne na podstawie danych dostępnych na stronie artprice.com, dostęp 11.01.2020.

spisach, pozostające w rękach prywatnych lub dotąd nieodnalezione). Biorąc pod uwagę artystów żyjących, zawsze istnieje możliwość powstania kolejnych dzieł, a tym samym wzrostu podaży, która jednak w obu przypadkach ograniczona jest możliwościami wytwórczymi artysty.

Analizując wielkość podaży na rynku dzieł sztuki w kategoriach ekonomicznych, należy skonfrontować ją z prawem podaży, które zakłada dodatnia zależność między wzrostem cen i wzrostem podaży. To założenie nie do końca ma jednak zastosowanie w przypadku rynku dzieł sztuki. Oczywiście wzrost cen dzieła danego artysty wpływa na wzrost zainteresowania jego pracami, a tym samym na podaż jego prac, a górną granicę stanowi ogólna liczba dzieł artysty. Reagując na wzrost cen, artysta może zwiększyć liczbę tworzonych prac, lecz paradoksalnie nie przeznaczając ich do natychmiastowej sprzedaży. Inaczej jest w przypadku artystów nieżyjących, wówczas wzrost cen nie spowoduje zwiększania podaży. Rynek dzieł sztuki poza zmianą poziomu cen jest szczególnie podatny na wiele innych czynników losowych. Na wzrost podaży wpływ mogą mieć na przykład niespodziewane odkrycia dzieł sztuki czy odnalezienie dzieł uznanych za zaginione, zaś na spadek – kataklizmy, wojny, pożary czy kradzieże. Nie bez znaczenia dla podaży dzieł sztuki pozostaje też wpływ państwa, który możemy rozpatrywać na kilku płaszczyznach: twórców, podmiotów zajmujących się handlem dziełami sztuki oraz powiązań międzynarodowych.

Ponadto ze względu na uwarunkowania prawne i specjalny status dzieł sztuki istnieje ograniczanie terytorialne sprzedaży dzieł sztuki. Interwencjonizm państwa w zakresie handlu, a przede wszystkim przywożenia i wywożenia dzieł sztuki, ma znaczący wpływ na wzrost lub spadek podaży na rynku. Pierwszym ograniczeniem są regulacje prawne dotyczące dóbr kultury, które w istotny sposób wpływają na import oraz eksport dzieł sztuki. Kolejnym czynnikiem ograniczającym przepływ dzieł sztuki jest cło obejmujące wytwory artystyczne⁷.

Innym przykładem wpływu polityki państwa na wielkość podaży na rynku sztuki jest polityka podatkowa państwa oraz wsparcie finansowe artystów. Programy grantowe, stypendialne oraz subsydia państwowe stwarzają twórcom bezpieczeństwo finansowe oraz zapewniają środki na powstawanie nowych dzieł sztuki, czego przykładem mogą być pracownice miejskie przyznawane artystom do użytkowania przez władze miasta. Wpływ mają również takie instrumenty podatkowe, jak ulgi na materiały twórcze, zwolnienia z podatku

⁷ Przykładem jest 7,5% cła wprowadzone w ramach chińsko-amerykańskiej wojny handlowej przez rząd USA na dzieła sztuki pochodzące z Chin, co spowodowało znacznym spadek obrotu chińskimi dziełami sztuki na terenie Stanów Zjednoczonych (Arkell, Chesters, 2020).

dochodowego, zwolnienia z podatku VAT czy wprowadzona przez niektóre kraje, takie jak Francja, Wielka Brytania i USA, możliwość regulowanie podatku za pomocą dzieł sztuki (Białynicka-Birula, 2005, s. 35).

Równie ciekawym i złożonym zagadnieniem jest *popyt* na rynku dzieł sztuki. Popyt to ilość dobra, jaką nabywcy są w stanie zakupić przy różnych poziomach ceny, zamiar i oferta kupna poparte odpowiednią sumą pieniędzy, jaką dysponuje ewentualny nabywca (Beksiak, 2001, s. 38). Zgodnie z piramidą potrzeb Masłowa dzieła sztuki znajdują się w samym jej szczycie jako potrzeby wyższego rzędu, mające na celu zaspokojenie potrzeb wiedzy i estetyki (Maslov, 1943, s. 370). Takie umiejscowienie sztuki w hierarchii ludzkich potrzeb może wskazywać na pewne cechy szczególne badanego popytu, które nie mogą być rozpatrywane ekonomicznie, lecz interdyscyplinarnie w połączeniu z historią sztuki, filozofią, psychologią i socjologią.

Na gruncie ekonomii podstawowym czynnikiem wpływającym na wielkość popytu jest cena. Zgodnie z prawem popytu wzrost ceny wpływa na spadek popytu i odwrotnie - spadek ceny wpływa na wzrost popytu. Reguła ta jest zasadna w przypadku większości rynków, jednak nie zawsze ma ona zastosowanie w stosunku do rynku sztuki. Bardzo często bowiem wzrost cen dzieł jednego artysty powoduje wzmożone zainteresowanie jego pracami na aukcjach sztuki oraz zwiększenie sprzedaży prywatnych.

„*Zjawisko zwiększenia popytu na dobro luksusowe (dobra ekonomiczne), spowodowane wzrostem jego ceny*” nosi nazwę paradoksu Veblena (Encyklopedia PWN, 2004, s. 318). T. Veblen, obserwując zachowania konsumentów, zauważył, że kupowanie dzieł sztuki stanowi dla nich formę podnoszenia własnego prestiżu, a wzrost cen prac danego artysty powoduje u nich dodatkowy bodziec do zakupu (Veblen, 1971)⁸. Nabywanie towarów uważanych za prestiżowe jest ściśle związane z psychologią, podnosi bowiem poczucie własnej wartości konsumenta. Zależność ta jest bardzo dobrze widoczna na rynku aukcyjnym, gdzie wzrost cen dzieł artysty podczas aukcji ma bezpośredni wpływ na coraz lepsze wyniki licytacji na kolejnych aukcjach.

Następnym paradoksem, który zaburza prawo popytu na rynku sztuki, jest sformułowany przez amerykańskiego ekonomistę H. Leibensteina efekt snobizmu. Efekt ten opisuje sytuację, w której kupujący porzuca decyzję zakupową, ponieważ dany towar czy usługa są wybierane przez większość. Jeżeli więc na rynku sztuki występuje wysoka podaż na prace

⁸ T. Veblen, krytyk kapitalizmu i ostentacyjnej konsumpcji, twierdził, że kult pieniądza przyczynił się do rozwoju próżniactwa i ostentacyjnej konsumpcji. Od jego nazwiska powstała również kategoria dóbr Veblena, będących dobrami luksusowymi, których głównym zadaniem jest demonstrowanie bogactwa.

danego artysty (często duża liczba prac może wynikać z techniki tworzenia, na przykład techniki graficzne, takie jak akwaforta, miedzioryt, drzeworyt czy linoryt, są łatwe do powielania w dużej liczbie egzemplarzy), a ceny prac utrzymywane są na przystępnym poziomie, w konsekwencji kupujący tracą poczucie wyjątkowości i rezygnują z procesu zakupowego na rzecz prac rzadszych.

Popyt na dzieła sztuki, traktowane jako dobra luksusowe, kształtują czynniki takie jak gust i moda. Wielu kupujących na rynku sztuki kieruje się przyjętym przez siebie sprecyzowanemu kluczem kolekcjonowania dzieł sztuki. Inni kupujący będą swoje decyzje zakupowe opierać na obowiązującej w danym czasie modzie i trendach na rynku sztuki, często bazując na raportach aukcyjnych czy opinii krytyków sztuki. Opiniotwórcza rola krytyków dzieł sztuki jest nieodzownie związana z rolą, jaką pełnią działania marketingowe i promocyjne. Listy rankingowe, artykuły prasowe oraz posty w social mediach tworzone przez krytyków sztuki przekładają się na preferencje kupujących, a co za tym idzie, wpływają na popyt. Skandale i poruszenie społeczne, często powodowane przez dzieła sztuki, mają niejednokrotnie marketingowe pobudki, a celem ich jest zwiększenie zainteresowania określonymi pracami danego artysty⁹. Te psychologiczne czynniki mają nieraz decydujący wpływ na kupujących. Należy podkreślić rolę struktury społeczno-demograficznej danego państwa, a w szczególności stopień wykształcenia, poziom dochodów, zaawansowania technologicznego, wieku i miejsca zamieszkania. Społeczeństwa o wyższym poziomie wykształcenia, o dłuższej historii kulturalnej i wysokim poziomie dochodów będą chętniej dokonywały zakupów dóbr wyższego rzędu.

W ostatnich latach obserwuje się wzrost zainteresowania dziełami sztuki jako środkami tezauryzacji pieniądza i alternatywną formą inwestycji. Dzieła sztuki będące obiektem inwestycji cechują się najczęściej niską płynnością, a inwestycja na rynku sztuki jest z założenia długoterminowa. Lokowanie kapitału w sztuce wymaga profesjonalnej, nierzadko interdyscyplinarnej wiedzy. Główne ryzyko, jakim są obarczone te inwestycje, powstaje na skutek trudności w uzyskaniu informacji na temat historycznych stóp zwrotu, zmian trendów i gustów wśród kupujących, a przez to trudności z prognozowaniem stóp zwrotu. Postrzeganiu sztuki jako kategorii aktywów sprzyja także proces globalizacji. Społeczeństwa narodowe chcą podkreślić swoją odrębność oraz wzmocnić tożsamość narodową poprzez zakup dzieł sztuki artystów tej samej narodowości i powstałych na tym samym obszarze

⁹ Jedną z najbardziej kontrowersyjnych prac w historii – *Fontanna* Marcela Duchampa – poza społeczną dezaprobatą przyniosła artyście rozgłos i korzyści finansowe, a po latach została uznana za najważniejsze dzieło XX w.

geograficznym. Inwestycje w dzieła sztuki podzielić można na dwie zasadnicze kategorie: inwestycje bezpośrednie i inwestycje pośrednie (tabela 1.6.)

Tabela 1.6. Rodzaje inwestycji w dzieła sztuki

Inwestycje bezpośrednie	Inwestycje pośrednie
Zakup bezpośrednio od artysty	Zakup akcji lub udziałów firm działających na rynku sztuki, których aktywa stanowią dzieła sztuki bądź których model biznesowy opiera się na sztuce
Zakup w galeriach	Zakup za pośrednictwem spółek celowych, które inwestują zwykle w portfel prac
Zakup na aukcjach (tradycyjnych i internetowych)	Nabycie jednostek uczestnictwa w funduszu sztuki
Zakup bezpośrednio od inwestora indywidualnego lub instytucjonalnego	Nabywca, będąc zazwyczaj kolekcjonerem lub inwestorem, zawiera transakcję bez udziału pośrednika, co może wpływać na warunki i negocjacje zakupu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Pruchnicka-Grabias, *Inwestycje alternatywne*, rozdział: Inwestycje w sztukę na świecie oraz perspektywy rozwoju rynku sztuki w Polsce, Ce-DeWu, 2008, s. 195-201.

Inwestowanie w dzieła sztuki może przybierać różne formy, zależnie od preferencji, możliwości finansowych i strategii inwestora. Do najbardziej powszechnych form inwestowania w dzieła sztuki należą:

1. kupno fizycznych dzieł sztuki:
 - indywidualne zakupy – inwestorzy kupują pojedyncze obrazy, rzeźby czy inne dzieła sztuki bezpośrednio od artysty, galerii lub na aukcjach; to bezpośrednie posiadanie dzieła;
 - inwestycje kolekcjonerskie – inwestorzy budują swoją kolekcję dzieł sztuki, kupując prace różnych artystów lub koncentrując się na jednym określonym stylu, epoce czy regionie;
2. inwestowanie w fundusze sztuki – istnieją fundusze inwestycyjne, w których inwestorzy łączą swoje środki finansowe, a następnie profesjonalni zarządzający funduszem decydują o zakupie i sprzedaży dzieł sztuki w imieniu uczestników;
3. inwestowanie w akcje firm związanych ze sztuką – inwestorzy mogą zakupić akcje firm związanych ze sztuką, takich jak galerie sztuki, firmy aukcyjne, platformy online do handlu sztuką czy firmy zajmujące się przechowywaniem i ubezpieczaniem dzieł sztuki;
4. platformy crowdfundingowe – inwestorzy przyczyniają się do finansowania konkretnego projektu artystycznego lub zakupu dzieła poprzez platformy crowdfundingowe, a w zamian mogą otrzymać pewne korzyści, takie jak kopie dzieła, podziękowania czy udziały w zyskach;
5. inwestowanie w sztukę cyfrową NFT (Non-Fungible Token) – inwestowanie w dzieła sztuki cyfrowej za pomocą tokenów niewymienialnych; NFT

umożliwiają sprawdzenie unikalności i autentyczności dzieła sztuki cyfrowej na platformie opartej na technologii blockchain;

6. inwestycje w sztukę alternatywną – inwestowanie w nowatorskie i eksperymentalne formy sztuki, takie jak instalacje artystyczne, performance czy sztuka interaktywna¹⁰.

Jak zauważa K. Borowski, z inwestycyjnego punktu widzenia, mimo pozornych różnic, rynek dzieł sztuki zbliżony jest do rynku kapitałowego. Świadomość podobieństw stanowi ułatwienie dla wielu inwestorów, którzy mogą przenieść znane z rynku papierów wartościowych strategie inwestycyjne na dzieła sztuki. Rozważania Borowskiego koncentrują się na malarstwie, a dokonana przez niego klasyfikacja obrazów stanowi odzwierciedlenie akcji giełdowych, takich jak blue chips, midcap oraz smallcap (Borowski, 2007, s. 72 -86). Więcej informacji na temat tego podziału zestawiono w tabeli 1.7.

Tabela 1.7. Podział obrazów ze względu na zachowanie się ich cen na rynku sztuki

Nazwa	Klasyfikacja na giełdzie	Klasyfikacja malarstwa na rynku dzieł sztuki
blue chips	Akcje renomowanych spółek o stabilnych fundamentach i dużej kapitalizacji. Oznaczają towarzystwa o ugruntowanej pozycji na rynku, zazwyczaj liderów w swojej branży. Charakteryzują się stabilnymi cenami akcji i często wypłacają wysokie dywidendy.	Odnoszą się do dzieł najbardziej znanych i cenionych artystów na świecie. Są to artyści, których twórczość miała istotny wpływ na rozwój światowego malarstwa. Ich obrazy są uznawane za najbardziej prestiżowe i mają wysoką wartość na rynku sztuki.
midcap	Akcje spółek o średniej kapitalizacji, które są mniejsze niż blue chips. Mają nieco gorsze podstawy fundamentalne, co sprawia, że są bardziej podatne na wahania cen akcji.	Odnoszą się do dzieł najbardziej znanych i cenionych artystów na świecie. Są to artyści, których twórczość miała istotny wpływ na rozwój światowego malarstwa. Ich obrazy są uznawane za najbardziej prestiżowe i mają wysoką wartość na rynku sztuki.
smallcap	Akcje spółek o małej kapitalizacji, zazwyczaj mniej stabilne finansowo. Charakteryzują się dużą zmiennością cen akcji.	Dotyczy dzieł artystów zaliczanych do „trzeciej ligi”, mających zasięg regionalny lub lokalny. Są to artyści mniej znani na szerszym rynku, co może wpływać na niższą wartość ich dzieł.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Borowski, 2007, s. 72-86.

Podsumowując, terminy te, stosowane na giełdzie i adaptowane na rynek sztuki, odnoszą się do różnych kategorii, lecz w obu przypadkach opisują hierarchię oraz poziomy renomy, znaczenia rynkowego i stabilności – w odniesieniu odpowiednio do spółek giełdowych oraz do twórców i ich dzieł malarskich.

¹⁰ Opracowanie własne na podstawie: Campbell, R.J. (2009), *Art as a financial investment. In Collectible investments for the high net worth investor* (s. 119–150), Academic Press; Borowski, K. (2013), *Sztuka inwestowania w sztukę*, Difin SA; Pawelzik, L., & Thies, F. (2022), *Selling digital art for millions – a qualitative analysis of NFT art marketplaces*, In Proceedings of the Thirtieth European Conference on Information Systems (ECIS 2022), Timisoara, Romania.

1.4. Ekonomiczne teorie funkcjonowania rynku dzieł sztuki

Dzieła sztuki traktowane jako dobra luksusowe przez wiele wieków niosły negatywne konotacje. Uważano je za bezużyteczne i społecznie szkodliwe, ponieważ nie były to towary niezbędne do przetrwania człowieka. W pracach starożytnych filozofów Platona i Arystotelesa wybrzmiewa przeświadczenie, że dążenie do posiadania dóbr luksusowych nie tylko jest moralnie złe, ale dodatkowo nierzadko jest przyczyną wojen między państwami (Mortlemans, 2005, s. 497). Powszechnie wierzone, że dzieła sztuki jako dobra ekonomiczne, zamiast łączyć, dzielą i osłabiają społeczeństwo, a w nadmiarze luksusu dopatrywano się nawet upadku Cesarstwa Rzymskiego (Berry, 1994, s. 63).

W literaturze pierwsze wzmianki dotyczące rynku sztuki pojawiają się już w XVI w. J. Bodin, twórca francuskiego absolutyzmu, opisując czynniki determinujące ceny dzieł sztuki, zauważył, że szczególny wpływ na ich wzrost wywiera gust króla lub jego patronat. Zgodnie z przyjętą przez niego teorią ceny dóbr luksusowych wzrastały wtedy, gdy dane dobro wpisywało się w upodobania władcy, którego preferencje były chętnie kopiowane przez poddanych. Bodin zauważył ponadto zależność odwrotną – w przypadku, kiedy społeczeństwo zaczynało posiadać zbyt wiele dóbr podobnych królowi, traciły one na wyjątkowości w oczach władcy, co w efekcie prowadziło do spadku ich cen. Determinantą ceny były więc czynniki popytowe, a nie jak w przypadku innych towarów koszty czynników produkcji (Goodwin, 2006, s. 25-30). Posiadanie dóbr luksusowych stało się ponadto wyznacznikiem statusu społecznego, co z czasem doprowadziło do rozwoju kolekcjonerstwa dzieł sztuki. Im bogatsze społeczeństwo, tym wyższe stawały się ceny na rynku sztuki, bowiem ludzie mieli wystarczające środki, które mogli na nie przeznaczyć.

Rynek sztuki na płaszczyźnie gospodarczej rozpatrywany był przez B. de Mandeville'a, który również podkreślał społeczny status gwarantowany przez posiadanie dzieł sztuki. Jednym z założeń jego teorii stał się fakt, że sztuka tworzona przez wielkich artystów zarezerwowana była dla wyższych warstw społeczeństwa, nie zaś dla pospólstwa. Tym samym przyrównywał sztukę do kategorii cnoty, a zgodnie z jego poglądami tematy podejmowane przez artystów powinny mieć na celu umoralnianie i edukowanie społeczeństwa, podczas gdy warstwa artystyczna i dokładne odwzorowanie natury utraciły na wartości. Czynniki, od których zależały ceny dzieł sztuki, były rozpoznawalność artysty, rozpoznawalność nazwiska posiadacza dzieła (im sławniejsza postać zakupiła dzieła, tym wyższe były ceny innych prac tego samego artysty), oryginalność dzieła oraz wartości moralne dzieła (Mandeville, 1924).

Piętnowaniu zakupu dzieł sztuki jako rozrzutności i zepsuciu sprzeciwił się D. Hume w swoim eseju z 1760 r. *O doskonaleniu sztuki*. Do tej pory dzieła sztuki zaliczano do dóbr luksusowych, luksus zaś kojarzony był powszechnie z występkiem i zgnilizną moralną. Hume, opierając się na analizie historycznej, stwierdził, że „(...) *takie folgowanie sobie jest wtedy tylko występne, gdy czynimy to kosztem jakiejś cnoty, jak hojność czy miłosierdzie (...)*” (Hume, 2013, s. 216). Hume zakładał, że sztuka stanowi przykład niewinnego luksusu, który wywiera korzystny wpływ na psychikę, a ponadto jest przejawem życia społecznego. W swojej pracy wyraźnie rozdzielił społecznie szkodliwe życie w luksusie od dzieł sztuki, które w jego przekonaniu prowadziły do poczucia harmonii i cnotliwości. Podejmował także próbę ustanowienia dzieł sztuki jako odrębnej kategorii ekonomicznej, jednak jego starania zostały odrzucone przez innych ekonomistów. W myśli Hume’a, który podkreślał, że „*Duch czasu przenika wszelkie sztuki, a umysły ludzkie, gdy wreszcie zbudzą się z letargu, zaczynają się burzyć i działać we wszystkich dziedzinach, wnosząc postęp do każdej nauki i sztuki*”, wyraźnie widoczna jest próba pogodzenia surowych zasad moralnych ze stanowiskiem libertynów, dla których luksus nie był niczym złym (Hume, 1955, s. 217).

Sztuka jako kapitał intelektualny narodu rozpatrywana była przez A.R.J. Turgota. W swoich badaniach dowodził, że to właśnie sztuka i edukacja społeczna prowadzą do rozwoju społeczeństw, a rozwój polityczny i gospodarczy jest bezpośrednio skorelowany z rozwojem intelektualnym. Poglądy Turgota definitywnie zrywają z postrzeganiem dzieł sztuki jako zbytecznego luksusu, potrzebnego jedynie do zaspokajania niskich, próżnych potrzeb człowieka¹¹. Ponadto jako pierwszy zwrócił uwagę na korzyści płynące z konkurencji między artystami, która sprzyjała ich rozwojowi i doskonaleniu warsztatu. Uwarunkowaniem do pojawiania się „wielkich mistrzów” w myśl Turgota jest obecność artystów przeciętnych i słabych, ponieważ dopiero na ich tle możemy dostrzec prawdziwy talent. Współzawodnictwo nieuchronnie prowadzi do rozwoju (Turgot, 1973). Problem popytu na rynku dzieł sztuki stanowi często zmieniająca się moda, która ma bezpośredni wpływ na gusta odbiorców, powodując tym samym wahania cen. Badania Turgota zakończyły pejoratywne traktowanie dzieł sztuki jako czegoś zbytecznego i szkodliwego, koncentrując uwagę przyszłych badaczy na pozytywnym wpływie, jaki sztuka wywiera na społeczeństwie.

Rozważania nad rynkiem sztuki podejmował również uważany za założyciela klasycznej szkoły ekonomii A. Smith. Poglądy Smitha stanowią pierwszą próbę usystematyzowania aktualnych sądów ekonomicznych, a jego tezy dotyczące dzieł sztuki na wiele lat

¹¹ Na potwierdzenie tego stwierdzenia posługiwał się historią starożytnej Grecji, w której sztuka z estetycznego punktu widzenia stawiana była wśród sztuk wyższych (Turgot, 1973, s. 49-117).

uznawane były za powszechnie prawdziwe i obowiązujące. Smith, badając rynek sztuki głównie od strony popytu, sformułował następujące wnioski: popyt na dzieła sztuki kształtuje moda (gust), która ma wpływ na indywidualne osądy kupujących (Smith, 1989, s. 289). Tym samym Smith kontynuował rozumowanie Turgota, zaznaczając jednak, że większość nabywców na rynku dzieł sztuki niechętnie przyzna, że kierowała nimi powszechna moda. Smith uważał także, że zarozumiałość to cecha charakteryzująca wielkich artystów, bowiem jedynie akceptacja i podziw samego siebie mogą prowadzić do odważnych działań, które są w stanie zmieniać panującą modę (Smith, 1989). Sukces natomiast traktował jako widoczną oznakę talentu. Im mniej osób osiągnęło sukces w danej dziedzinie, tym większy okazywał się geniusz tych, którym się to udało. Smith dodawał także, że podziw i uwielbienie są częścią wynagrodzenia artysty. Zwracał też uwagę, że kształcenie artystów jest konieczne dla rozwoju społecznego, jednak proces ten jest dłuższy i bardziej kosztowny niż kształcenie w innych dziedzinach naukowych. W konsekwencji artyści powinni być wynagradzani na tym samym poziomie co lekarze czy prawnicy, co w efekcie prowadzi do wzrostu cen dzieł sztuki (Smith, 2012, t. 1, s. 120). Rzadkość jest cechą determinującą towary luksusowe. *„Użyteczność, piękno i rzadkość są tymi własnościami, które stanowią pierwotną podstawę wysokich cen (...)”* (Smith, 2012, s. 203.) Chęć posiadania przedmiotów o cechach rzadkich wzbudza w ludziach chęć współzawodnictwa, pobudzając tym samym rynek. Smith uważał także, że dzieła sztuki są wyznacznikiem bogactwa, bowiem nieliczni posiadają wystarczającą fortunę, aby otaczać się pięknymi przedmiotami. Świadomość, że posiadamy przedmiot, na który większość społeczeństwa nie może sobie pozwolić, dodatkowo podnosi jego wartość. *„Tak jak wysoka cena wydaje się często upiększać przedmiot, tak niska wydaje się również często gasić blask nawet przyjemnych przedmiotów”* (Smith, 2015, s. 284).

Nową perspektywę w XX w. wprowadził J. M. Keynes. Jego zainteresowanie sztuką ugruntowało się dzięki kontaktom z Bloomsbury Group, nieformalnym kręgiem artystów i intelektualistów, który odrzucał konserwatywne normy społeczne i moralne. Choć *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza* (1936) nie poświęca sztuce wiele miejsca, to Keynes aktywnie uczestniczył w projektach instytucjonalnych wspierających rynek sztuki¹². Obszary zainteresowania grupy i wyciągnięte przez nich wnioski przedstawia tabela 1.8.

¹² Do najślynniejszych członków Bloomsbury Group należeli: pisarka Virginia Woolf, malarka Vanessa Bell, malarz Duncan Grant, malarka Dora Carrington, malarz Roger Fry, ekonomista Leonard Wolf, pisarz E.M. Forster, krytyk sztuki Clive Bell, dziennikarz Desmond MacCarthy i wielu innych. Keynes i jego współpracownicy zainicjowali szereg innowacyjnych projektów instytucjonalnych, w tym London's Artists' Association (1925), które zapewniało młodym artystom gwarantowany dochód w zamian za ograniczenie kanałów dystrybucji. Powstało także The Contemporary Art Society, promujące edukację artystyczną i wczesne

Tabela 1.8. Poglądy grupy Bloomsbury na rynek sztuki

Obszar rozważań ekonomicznych	Wnioski Bloomsbury Group
Popyt i podaż na rynku sztuki	Rynek sztuki nie podlega klasycznym mechanizmom rynkowym; podaż nie zależy bezpośrednio od ceny, a motywacja twórcza nie jest finansowa.
Relacje gospodarka-sztuka	Sztuka jest odpowiedzią na wydarzenia społeczno-polityczne, pełniąc funkcję komunikacyjną i edukacyjną.
Wsparcie instytucjonalne	Twórcy nie posiadają kompetencji biznesowych; stąd konieczność tworzenia mechanizmów wsparcia (np. London's Artists' Association, gwarantujący dochód minimalny).
Rola sztuki w społeczeństwie	Sztuka nie powinna być ograniczana do dóbr luksusowych. Dostęp do niej powinien być powszechny, a artysta nie może być sprowadzany do roli producenta elitarnych dóbr.
Doświadczenie artystyczne	Oprócz estetyki liczy się również satysfakcja płynąca z transakcji – zarówno po stronie twórcy, jak i odbiorcy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Goodwin, J., *Art and Culture in the History of Economic Thought*, w: V.A. Ginsburgh i D. Thorsby (red.), (2006), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, New Holland, s. 61-66.

W latach 60. XX w. po raz pierwszy pojawiło się wymyślone przez filozofa T. Adorno pojęcie „przemysł kultury”, które opisywało masowość i komercję współczesnej kultury (Ilczuk, 2012, s. 98). Na gruncie filozoficznym pojęcie to niosło ze sobą negatywne konotacje, symbolizując upadek kultury wyższej na rzecz masowej produkcji z pobudek finansowych. Z perspektywy ekonomii zwracano natomiast uwagę, że rynek sztuki staje się coraz bardziej rozbudowany i podlega ogólnym mechanizmom gospodarczym.

Po latach 60. XX w. podejście do analizy rynku sztuki uległo jednak zasadniczej przemianie. Coraz więcej badaczy dostrzegało, że rynek ten nie mieści się w prostych ramach klasycznej ekonomii, a jego funkcjonowanie wymaga odrębnych narzędzi teoretycznych i metodologicznych. Kluczowe znaczenie dla nowego sposobu myślenia miały koncepcje P. Bourdieu, który wprowadził do analizy pojęcia kapitału kulturowego i symbolicznego. W jego ujęciu wartość dzieła sztuki nie wynikała z jego cech fizycznych czy technicznych, ale z uznania, jakim cieszy się ono w obrębie tzw. pola sztuki - zamkniętego środowiska ekspertów, kolekcjonerów, kuratorów i instytucji (Bourdieu, 1992). To nie rynek sam w sobie, lecz instytucje kultury i ich aktorzy pełnili funkcję producentów wartości symbolicznej, która dopiero później mogła być przeliczona na wartość ekonomiczną.

W tym samym czasie pojawiały się też podejścia zakorzenione mocniej w ekonomii neoklasycznej, jak teoria Baumola i Bowena, zgodnie z którą w wielu dziedzinach sztuki nie da się zwiększyć efektywności pracy, w taki sposób jak w przemyśle. Wskazywano, że czas tworzenia dzieła nie może zostać skrócony bez utraty jakości, co prowadzi do strukturalnego

wspieranie talentów poprzez system certyfikatów krytyków. British Arts Council, powołana z inicjatywy Keynesa po II wojnie światowej, stała się modelem publicznego finansowania sztuki przy ograniczonym wpływie państwa na jej treść (Keynes, 1945).

niedostosowania tempa wzrostu kosztów do tempa wzrostu przychodów – tzw. choroby kosztów (Baumol i Bowen, 1966). W. Grampp z kolei argumentował, że sztuka, mimo swojej odrębności podlega takim samym mechanizmom rynkowym jak inne dobra, a jej ceny są rezultatem racjonalnych decyzji producentów (artystów) i konsumentów (kolekcjonerów), choć przyznawał, że na tym rynku kluczową rolę odgrywa reputacja i asymetria informacji (Grampp, 1989).

W ślad za tym rozwinęła się teoria sygnałów, adaptowana do rynku sztuki przez O. Velthuisa, który zauważył, że z powodu wysokiej asymetrii informacji nabywcy dzieł sztuki kierują się sygnałami pochodzącymi z otoczenia instytucjonalnego. Renoma galerii, miejsce ekspozycji, nazwiska poprzednich właścicieli czy obecność dzieła w katalogach aukcyjnych pełnią funkcję certyfikatów jakości, rekompensujących brak obiektywnych narzędzi wyceny (Velthuis, 2005). Co więcej, nieprzejrzystość cen w galeriach bywa celowym zabiegiem, pozwalającym kontrolować sposób, w jaki postrzegana jest wartość dzieła.

Jednocześnie rozwijała się ekonomika kultury, a zwłaszcza model podaży kreatywnej zaproponowany przez D. Throsby'ego. Według niego artyści maksymalizują nie tylko dochód, ale również satysfakcję z tworzenia. Funkcja użyteczności w tym przypadku zawiera elementy niematerialne, takie jak autonomia twórcza, uznanie czy wolność artystyczna. Artyści są skłonni akceptować niższe wynagrodzenie, jeśli pozwala im to zachować kontrolę nad procesem twórczym. Podaż na rynku sztuki nie odpowiada więc na bodźce cenowe w sposób klasyczny, wzrost ceny nie musi prowadzić do wzrostu podaży, zwłaszcza jeśli artysta nie chce lub nie może powielić własnego stylu (Throsby, 1994; Towse, 2006).

W latach 80. i 90. XX w. rozwijały się także teorie finansjalizacji sztuki. Zaczęto analizować dzieła jako aktywa inwestycyjne, poddając je tym samym ocenie za pomocą wyznaczenia stopy zwrotu. Indeksy takie jak Artprice Index czy Mei & Moses Index umożliwiły porównania inwestycji w sztukę z innymi klasami aktywów. Zidentyfikowano przy tym zjawiska takie jak efekt arcydzieła (*masterpiece effect*), efekt zwycięzcy (*winner-takes-all*) czy premia medialna (*celebrity premium*), wskazując, że rynek sztuki cechuje się wysoką koncentracją i podatnością na modę, narracją medialną i prestiżem (Candela i Scorcu, 2004; Mandel, 2009).

Z czasem do analizy rynku sztuki zaczęto włączać także elementy ekonomii behawioralnej i socjologii wiedzy. H. Becker podkreślał rolę tzw. światów sztuki – sieci współpracy pomiędzy artystami, marszandami, kuratorami, krytykami i instytucjami – w tworzeniu wartości i legitymizacji dzieła (Becker, 1982). D. Thompson opisał natomiast rynek sztuki jako przestrzeń, w której wartość powstaje poprzez opowieść, *branding* artysty i

relacje społeczne, a nie przez obiektywne cechy dzieła (Thompson, 2008). Ceny dzieł często są wynikiem emocji, mody, spekulacji i działań marketingowych, a nie wewnętrznej wartości estetycznej czy technicznej.

Od lat 2000. rynek sztuki funkcjonuje już jako w pełni zglobalizowany sektor, z własną infrastrukturą finansową, instytucjami regulacyjnymi i narzędziami oceny ryzyka. Złożoność tego rynku sprawia, że żaden pojedynczy model nie jest w stanie w pełni uchwycić jego mechanizmów. Współczesne badania łączą podejścia ilościowe (modele hedoniczne, analiza danych aukcyjnych) z jakościowymi (analiza narracji, instytucji, sieci społecznych), traktując rynek sztuki jako przykład rynku hybrydowego – na styku ekonomii, kultury, reputacji i strategii inwestycyjnych (Ginsburgh i Throsby, 2006; McAndrew, 2021).

1.5. Wartość i cena dzieła sztuki w kontekście teorii ekonomicznych

Jednym z fundamentalnych pojęć w ekonomii jest *cena*, definiowana jako wartość towaru wyrażona w jednostkach pieniężnych (Waniowski, 2003, s. 21-22). Dla sprzedawcy stanowi ona źródło przychodu, natomiast dla nabywcy – koszt ponoszony w momencie zawarcia transakcji. Istotnym warunkiem efektywności transakcji jest akceptacja ceny przez obie strony. Cena, postrzegana z perspektywy rynkowej, pełni szereg funkcji:

- funkcja informacyjna – ceny stanowią nośnik informacji między sprzedającymi, kupującymi, a również instytucjami pośredniczącymi (np. bankami), stanowiąc zarazem podstawę do przeprowadzenia rachunku ekonomicznego;
- funkcja alokacyjna – cena jest instrumentem ekonomicznym pozwalającym na kształtowanie budżetu na każdym szczeblu, od budżetu gospodarstw domowych po budżet państwa;
- funkcja bodźcowa – ceny oraz informacje, które ze sobą niosą, wywierają wpływ na uczestników rynku, zmuszając ich do podejmowania działań (Waniowski, 2003, s. 22).

Rynek sztuki stanowi szczególny rynek branżowy, w którym zagadnienia ceny i wartości dzieł zajmują centralne miejsce w refleksji ekonomicznej. Problematyka wartościowania dzieł sztuki ma charakter złożony, co wynika z unikatowej natury przedmiotu transakcji. W literaturze ekonomicznej dominuje podział na dwa zasadniczo odmienne podejścia do źródła wartości: obiektywne i subiektywne. Pierwsze z nich ujmuje wartość dzieła sztuki jako sumę poniesionych nakładów, takich jak praca, koszty produkcji oraz koszty reprodukcji (Białynicka-Birula, 2003, s. 66). Podejście to, o charakterze podażowym, pomija aspekt

popytowy i zakłada, że wartość jest funkcją wysiłku twórcy. Z kolei podejście subiektywne kładzie nacisk na stronę popytową, rozpatrując wartość jako rezultat indywidualnych odczuć odbiorcy dzieła sztuki. W myśl tej koncepcji wartość wynika z emocjonalnych i estetycznych doznań towarzyszących recepcji dzieła. Zwolennicy tej koncepcji często odwołują się do teorii krańcowej użyteczności, zgodnie z którą jednostka dąży do maksymalizacji przyjemności przy jednoczesnej minimalizacji przykrości (Białynicka-Birula, 2003, s. 67).

Rozumienie kategorii wartości i ceny oraz ich wzajemnej relacji ewoluowało na przestrzeni wieków, odzwierciedlając zmieniające się realia gospodarcze i paradygmaty myśli ekonomicznej. Pre-klasyczna szkoła ekonomii, reprezentowana przez W. Petty'ego, wskazywała dwa fundamentalne źródła bogactwa narodowego – ziemię (jako czynnik bierny) oraz pracę (czynnik aktywny). Petty, analizując kategorię ceny, wyróżnił dwa jej rodzaje: cenę naturalną, wyznaczaną przez ilość pracy koniecznej do wytworzenia dobra oraz cenę polityczną, kształtowaną przez relację popytu i podaży (Romanow, 1988, s. 150).

A. Smith rozwinął wcześniejsze koncepcje, wprowadzając rozróżnienie na dwa rodzaje wartości:

- wartość użytkową, rozumianą jako obiektywną miarę pożyteczności dobra. Jest to pojęcie trudne do jednoznacznego zdefiniowania, ponieważ dla różnych jednostek różne cechy danego dobra mogą mieć znaczenie;
- wartość wymienną, która w systemie produkcji drobnotowarowej odpowiada ilości pracy zawartej w produkcie, natomiast w gospodarce kapitalistycznej zależy od trzech składników: płacy, zysku i renty gruntowej. Wartość ta wyraża możliwość wymiany jednego dobra na inne.

Smith zauważa paradoks, zgodnie z którym wartość użytkowa może być niezależna od wartości wymiennej (Białynicka-Birula, 2003, s. 70). W ujęciu długookresowym ceny mają tendencję do zbliżania się do poziomu cen naturalnych (Romanow, 1988, s. 150). Koncepcja ta pomija wpływ popytu, koncentrując się wyłącznie na stronie podażowej.

D. Ricardo, uważał natomiast, że jedynie praca ludzka jest źródłem wartości, a kapitał i ziemia nie tworzą wartości autonomicznie. Tym samym przeciwstawiał się podejściu Smitha, które zakładało szerszy zakres czynników produkcji. Ricardo wskazywał, że wartość użytkowa stanowi warunek konieczny istnienia wartości wymiennej, co prowadziło go do odrzucenia wartości dzieł sztuki, uznawanych za pozbawione użyteczności. Za determinanty wartości uznał ilość pracy niezbędnej do wytworzenia dobra oraz jego rzadkość. Jednocześnie zauważał, że ceny rynkowe mogą odbiegać od cen naturalnych, a źródłem tych odchyleń są zmienne siły rynkowe, takie jak popyt i podaż (Ricardo, 1957).

W nurcie poklasycznym, reprezentowanym przez J.B. Saya, akcent przesunięto z pracy na użyteczność jako podstawowe źródło wartości towaru. Say przyjmował, że wartość wymienna danego dobra mieści się między jego kosztami produkcji (dolna granica) a użytecznością (górną granicą) (Romanow, 1988, s. 151). Ceny, zgodnie z jego teorią, kształtowane są przez mechanizm samoregulacji rynku, prowadzący do zrównania ceny rynkowej z kosztami produkcji. W myśli Saya centralne miejsce zajmuje tzw. prawo Saya, zgodnie z którym każda podaż generuje swój własny popyt (Landreth, Colander, 1998, s. 209).

Szkoła austriacka, reprezentowana przez takich ekonomistów jak K. Menger, F. Wieser oraz E. von Böhm-Bawerk, dokonała zwrotu w kierunku subiektywizmu w teorii wartości. Ich rozważania koncentrowały się na stronie popytowej i indywidualnych preferencjach konsumenta, co przyczyniło się do określenia tego nurtu mianem szkoły psychologicznej (Romanow, 1988, s. 152). Wartość towaru, zgodnie z ich podejściem, nie jest dana obiektywnie, lecz wynika z oceny jednostki w trakcie konsumpcji. Wraz z postępującym procesem konsumpcji poziom satysfakcji maleje, co prowadzi do spadku wartości krańcowej danego dobra. Cena natomiast stanowi rezultat oceny nadawanej towarowi przez obie strony transakcji – sprzedawcę i nabywcę. Taka koncepcja ceny koresponduje z filozoficzną teorią wartości estetycznej, w której indywidualne doznanie decyduje o wartości dzieła sztuki.

Szkoła lozańska (matematyczna), której czołowym przedstawicielem był L. Walras, postulowała powrót do „czystej” ekonomii i odrzucenie subiektywizmu na rzecz formalizacji pojęcia wartości. Walras dążył do określenia wartości wymiennej w sposób ilościowy, przy wykorzystaniu narzędzi matematycznych. Jako pierwszy zaproponował model ogólnej równowagi rynkowej oparty na układzie równań, w którym wykazał, że ceny rynkowe mogą znacząco odbiegać od wartości towaru. W jego koncepcji najistotniejszym czynnikiem wpływającym na cenę była rzadkość, a cena rozumiana była jako funkcja użyteczności krańcowej, podaży i popytu. Model ten został rozwinięty przez V. Pareto, który skupił się na optymalnej alokacji zasobów rzadkich, do których zaliczane są również dzieła sztuki. Pareto sformułował koncepcję optimum, w której poprawa sytuacji jednego uczestnika rynku nie może pogorszyć sytuacji innego, tzw. optimum Pareto (Landreth, Colander, 1998, s. 413).

Szkoła neoklasyczna, której czołowym przedstawicielem był A. Marshall, wprowadziła podejście syntetyczne, łączące zarówno czynniki popytowe, jak i podażowe w analizie wartości i ceny. Marshall podkreślał, że wartość nie wynika wyłącznie z użyteczności krańcowej, lecz współzależy od kosztów produkcji. Cena kształtowana jest jako relacja

pomiędzy popytem a podażą, przy czym istotne znaczenie mają koszty czynników wytwórczych (Romanow, 1988, s. 152–153). W swoich analizach Marshall szczegółowo omawiał również wpływ pieniądza na poziom ogólny cen (Landreth, Colander, 1998, s. 454).

Ze względu na swój wyjątkowy charakter dzieła sztuki od dawna stanowią przedmiot szczególnie trudny do jednoznacznej wyceny. W ekonomii na przestrzeni wieków konfrontowały się ze sobą dwie główne perspektywy wartościowania – podejście obiektywne i subiektywne. Obiektywne podejście ujmuje wartość dzieła z perspektywy kosztów jego wytworzenia, koncentrując się na nakładach pracy i zasobach. Było ono charakterystyczne dla klasycznej tradycji ekonomii reprezentowanej m.in. przez A. Smitha, D. Ricarda, a także obecne u K. Marksa. Z kolei subiektywne podejście zakłada, że wartość dzieła zależy od indywidualnego odbioru oraz emocjonalnych i estetycznych doznań konsumenta. Koncepcja ta znalazła wyraz w teoriach W.S. Jevonsa, F. Wiesera, V. Pareto oraz K. Mengera.

W literaturze przedmiotu zagadnienie kształtowania cen dzieł sztuki na rynku aukcyjnym analizowane jest w kontekście licznych czynników, spośród których istotną grupę stanowią cechy fizyczne i wizualne dzieł. Badania empiryczne potwierdzają, że elementy takie jak format, technika czy obecność sygnatury wywierają istotny wpływ na poziom cen transakcyjnych (tabela 1.11). Do najczęściej analizowanych należą:

- wymiary dzieła sztuki – to kluczowy czynnik wymieniany przez wielu naukowców, przy czym istnieje przekonanie, że zarówno niewielkie, jak i duże obrazy są pożądane przez kolekcjonerów z różnych powodów – małe ze względu na łatwość w umieszczeniu w pomieszczeniu, a duże ze względu na prestiż (Czujack, 1997) i pracochłonność wykonania (Borowski, 2013). Większość badaczy zgadza się co do faktu, że wymiary dzieła znacząco wpływają na jego cenę, co potwierdzają liczne studia przeprowadzone w różnych latach i na różnych próbach dzieł sztuk m.in. Agnello i Pierce (1996), Agnello, (2002), Kompa i Witkowska (2014) Demira, Gozgora i Sari (2018), Ekelund, Jackson i Tollison (2017) czy Fedderke i Li (2020). Znaczące jest, że badania te wykazują różnorodność w zależności cen od wymiarów, co może być związane z preferencjami rynku, rzadkością określonych formatów lub specyficznymi charakterystykami analizowanych dzieł. Ogólnie, pomimo pewnych wyjątków i szczegółowych różnic, dominuje pogląd, że większe wymiary dzieł sztuki pozytywnie korelują z ich wartością rynkową, choć badanie Higgisa i Worthingtona (2005) nie potwierdziło tej zależności;

- technika – większość badaczy jest zgodna, co do faktu, że malarstwo olejne osiąga wyższe ceny niż pozostałe techniki Renneboog i Van Houtte (2002), Campos i Barbosa (2009), Renneboog i Spaenjers (2013), Frick i Knebel (2014), Ekelund i in., (2017). Wyższa cena malarstwa olejnego jest wynikiem trwałości tej techniki Cinefra (2019), a także biegłości warsztatowej Higgs i Worthington (2005). Używanie więcej niż jednej techniki przez jednego twórcę nie ma wpływu na ceny (Rengers i Velthuis, 2002);
- sygnatura – większość badaczy jest zgodna, że sygnatura jest istotnym czynnikiem wpływającym na ceny dzieł sztuki Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Maddison i Pedersena (2008), Kräussla i Elslanda (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Frick i Knebel (2014), Witkowska i Lucińska (2015). Ekelundi in. (2017), Oosterlinck (2017), Ginsburgh i in. (2019), Fedderke i Li (2020). Badano też, czy miejsce umieszczania sygnatury ma znaczenie, jednak okazało się, że nie ma to większego wpływu (Cinefra i in., 2019);
- datowanie – czyli umieszczenie daty wykonania na dziele, uważane jest przez badaczy za czynnik istotnie podnoszący cenę Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Maddison i Pedersena (2008), Kräussla i Elslanda (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Frick i Knebel (2014), Witkowska i Lucińska (2015). Ekelundi in. (2017), Oosterlinck (2017), Ginsburgh i in. (2019), Fedderke i Li (2020).
- podłoże – dzieła wykonane na podłożu z płótna osiągają wyższe ceny. Potwierdzają to badania de la Barre (1994), Czujacka (1997), Etro i Stepanovej (2015), Demira i in. (2018). Odmienną zależność wykazali jednak Kräussl i Schellart (2007), którzy zauważyli, że to prace na tekturze osiągały wyższe ceny w porównaniu z innymi podłożami;
- tematyka – jest istotnym czynnikiem wpływającym na jego cenę na rynku aukcyjnym. Obrazy przedstawiające drastyczne sceny rzadko są wybierane przez kolekcjonerów Anderson (1974), ponadto tytuł dzieła powinien korespondować z jego treścią Renneboog i Spaenjers (2011, 2013), Oosterlinck (2017). Dodatkowo, badania przeprowadzone przez Ginsburgha i innych (2019), Garaya (2019), Camposa i Barbosy (2009), a także Fedderke i Li (2020) wskazują

na znaczenie wyboru tematyki dla osiągniętych cen dzieł sztuki. Renneboog i Spaenjers (2011) zaobserwowali, że prace bez tytułu często osiągają niższe ceny

- styl w sztuce – z uwagi na gusta kolekcjonerów styl w sztuce istotnie wpływa na cenę Ursprung i Wiermann (2011), a nurty takie jak abstrakcjonizm, impresjonizm czy surrealizm cechują się znaczącym wzrostem cen w stosunku do kategorii „pozostałe” Renneboog i Van Houtte (2002);
- stan zachowania – oczekuje się, że prace lepiej zachowane, bez uszkodzeń czy zniszczeń, będą cenniejsze Anderson (1974).

Tabela 1.9. Zestawienie badań nad czynnikami fizycznymi dzieł sztuki wpływającymi na ich ceny

Czynnik	Publikacje
Wymiary dzieła sztuki	de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Agnello i Pierce (1996), Czujack (1997), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Białynicka- Birula (2003), Hodgson i Vorkink (2004), Higgs i Worthington (2005), Kraussl i Schellart (2007), Kraussl i van Elsland (2008), Maddison i Pedersen (2008), Campos i Barbosa (2009), Ursprung i Wiermann (2011) Scorc i Zanol (2011), Seckin i Atukeren (2011), Renneboog i Spaenjers (2011), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Renneboog i Spaenjers (2013), Borkowski (2013), Kompa i Witkowska (2014), Frick i Knebel (2014), Etro i Stepanova (2015), Witkowska i Lucińska (2015), Ekelund, Jackson i Tollison (2017), Oosterlinck (2017), Shi, Conroy, Wang i Dang (2018), Demir, Gozgor i Sari (2018), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019), Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019), Garay (2019), Fedderke i Li (2020)
Technika	Agnello i Pierce (1996), Czujack (1997), Agnello (2002), Hodgson i Vorkink (2004), Higgs i Worthington (2005), Kraussl i Schellart (2007), Kraussl i van Elsland (2008), Onofri (2009), Campos i Barbosa (2009), Ursprung i Wiermann (2011), Scorc i Zanol (2011), Seckin i Atukeren (2011), Renneboog i Spaenjers (2011), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Renneboog i Spaenjers (2013), Kompa i Witkowska (2014), Frick i Knebel (2014), Witkowska i Lucińska (2015), Ekelund, Jackson i Tollison (2017), Demir, Gozgor i Sari (2018), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019), Garay (2019), Fedderke i Li (2020)
Sygnatura	Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Białynicka- Birula (2003), Maddison i Pedersen (2008), Kräussla i Elslanda (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Frick i Knebel (2014), Witkowska i Lucińska (2015). Ekelundi in. (2017), Oosterlinck (2017), Ginsburgh i in. (2019), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019), Fedderke i Li (2020).
Datowanie	Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Maddison i Pedersena (2008), Kräussla i Elslanda (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Frick i Knebel (2014), Witkowska i Lucińska (2015). Ekelundi in. (2017), Oosterlinck (2017), Ginsburgh i in. (2019), Fedderke i Li (2020)
Podłoże	de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Czujack (1997), Hodgson i Vorkink (2004), Figini i Onofri (2006), Kraussl i Schellart (2007), Kraussl i van Elsland (2008), Onofri (2009), Seckin i Atukeren (2011), Etro i Stepanova (2015), Demir, Gozgor i Sari (2018), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019), Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019).
Tematyka	Białynicka- Birula (2003), Figini i Onofri (2006), Onofri (2009), Campos i Barbosa (2009), Seckin i Atukeren (2011), Renneboog i Spaenjers (2011, 2013), Oosterlinck (2017), Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019), Garay (2019), Fedderke i Li (2020)
Styl w sztuce	Buelens i Ginsburgh (1993), Renneboog i Van Houtte (2002), Ursprung i Wiermann (2011)
Stan zachowania	Anderson (1974)

Źródło: opracowanie własne.

Równie ważną kategorią czynników wpływających na ceny dzieł sztuki, które były przedmiotem licznych prac badawczych są czynniki związane z artystą (tabela 1.12.) Wśród istotnych czynników związanych z tą kategorią wymienić należy:

- nazwisko artysty – prace artystów opisanych imieniem i nazwiskiem lub pseudonimem osiągają wyższe ceny niż dzieła ich nie posiadając Oosterlinck i Radermecker (2019). Ponadto nazwisko bywa często łączone z reputacją np. w badaniach Taylora i Colemana (2011), Higgsa (2012), Rennebooga i Spaenjersa (2013) oraz Kompy i Witkowskiej (2014);
- reputację – rozumianą jako średnia cena dzieł danego artysty badana była m.in. przez Kraussla i Elslanda (2008) i Seckin i Atukerena (2011);
- okres twórczości – dla niektórych artystów wyróżnia się okresy, w których ich dzieła charakteryzowały się określonym stylem. Uważa się, że okresy twórczości mają istotny wpływ na cenę dzieł Anderson (1974), Czujack (1997). Ponadto badanie de la Barre i in. (1994) wykazało, że ceny dzieł sztuki mogą istotnie różnić się w zależności od etapu kariery artysty, co zostało potwierdzone także przez Scorcu i Zanolę (2011);
- wiek, w którym artysta stworzył dzieło – może odpowiadać okresowi twórczemu lub momentowi przemian, co może mieć istotny wpływ na cenę Agnello i Pierce (1996), Rengers i Velthuis (2002), Campos i Barbosa (2009);
- udział w wystawach i reprezentację przez galerie – pokazanie dzieł artysty na najważniejszych wystawach np. Biennale w Wenecji, Documenta w Kassel pozytywnie wpływa na cenę (Renneboog i Spaenjers, 2013). Reprezentacja przez uznane galerie również może prowadzić do wzrostu cen, jednak ich liczba nie wpływa na ceny Rengers i Velthuis (2002), Velthuis (2005);
- liczbę sprzedanych dzieł – liczba sprzedanych dzieł artysty może być interpretowana jako wskaźnik sukcesu rynkowego Rengers i Velthuis (2002). Istnieje jednak krytyczny poziom sprzedaży, po przekroczeniu którego ceny mogą zacząć spadać Frick i Knebel (2014);
- status śmierci – dla większości badaczy fakt czy artysta pozostawał przy życiu w momencie sprzedaży dzieła to istotna zmienna wpływająca na cenę;
- rok urodzenia – może być pomocny przy ustaleniu stylu artystycznego, co wykorzystano w badaniu Etro i Stepanovej (2015). Analiza przeprowadzona przez

Kompę i Witkowską (2014), która klasyfikowała artystów na podstawie roku urodzenia, nie wykazała jednak istotnego wpływu na ceny;

- rok śmierci – podobnie jak rok urodzenia, może być wskaźnikiem stylu artystycznego Etro i Stepanova (2015);
- płeć artysty – zmienna badana przez Rengersa i Velthuisa (2002), których badania wykazały, że prace artystek osiągały znacząco niższe ceny od prac przedstawicieli płci męskiej;
- kraj pochodzenia – prace artystów obcej narodowości często osiągały wyższe ceny od prac artystów krajowych, ponieważ ich pojawienie się na aukcjach było dla kupujących znacznikiem sukcesu Rengers i Velthuis (2002);
- miejsce zamieszkania – może mieć wpływ na dodatkowe koszty związane z transportem i ubezpieczeniem dzieł Velthuis (2005).
- uznanie instytucjonalne – często wiąże się z otrzymywaniem grantów instytucjonalnych na działalność twórczą, jednak badania wykazały, że nie mają one większego wpływu na poziom cen Rengers i Velthuis (2002).

Tabela 1.10. Zestawienie badań nad czynnikami związanymi z artystą wpływającymi na ceny dzieł sztuki

Czynnik	Publikacje
Nazwisko	Buelens i Ginsburgh (1993), de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Białynicka- Birula (2003), Higgs i Worthington (2005), Kraussl i Schellart (2007), Kraussl i van Elsland (2008), Maddison i Pedersen (2008), Campos i Barbosa (2009), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Kompa i Witkowska (2014), Witkowska i Lucińska (2015) Demir, Gozgor i Sari (2018), Oosterlinck i Radermecker (2019)
Reputacja	Kraussl i Elsland (2008) i Seckin i Atukeren (2011)
Okres twórczości	Anderson (1974), de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Czujack (1997), Scorcu i Zanola (2011), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019)
Wiek, w którym artysta stworzył dzieło	Agnello i Pierce (1996), Rengers i Velthuis (2002), Campos i Barbosa (2009)
Udział w wystawach i reprezentacja przez galerie	Rengers i Velthuis (2002), Renneboog i Spaenjers (2013), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019)
Liczba sprzedanych dzieł	Rengers i Velthuis (2002), Ursprung i Wiermann (2011), Frick i Knebel (2014)
Status śmierci	Buelens i Ginsburgh (1993), Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Higgs i Worthington (2005), Kraussl i Schellart (2007), Kraussl i van Elsland (2008), Maddison i Pedersen (2008), Campos i Barbosa (2009), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Kompa i Witkowska (2014), Demir, Gozgor i Sari (2018), Białowas, Potocki, Rogozińska (2018)
Rok urodzenia	Seckin i Atukeren (2011), Kompa i Witkowska (2014), Etro i Stepanova (2015)
Rok śmierci	Agnello i Pierce (1996), Ursprung i Wiermann (2011), Etro i Stepanova (2015), Fedderke i Li (2020)
Płeć	Rengers i Velthuis (2002)
Kraj pochodzenia	de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Rengers i Velthuis (2002), Campos i Barbosa (2009), Seckin i Atukeren (2011)
Miejsce zamieszkania	Velthuis (2005)
Uznanie instytucjonalne	Rengers i Velthuis (2002), Taylor i Coleman (2011).

Źródło: opracowanie własne.

Kolejną kategorią czynników wpływających na ceny dzieł sztuki, która była rozważana przez naukowców to determinanty związane ze sprzedażą danego obiektu (tabela 1.11).

Wśród najczęściej omawianych w literaturze czynników wymienić należy:

- dom aukcyjny, w którym wystawione jest dzieło – badania wskazują, że dom aukcyjny, w którym odbywa się sprzedaż dzieła sztuki, ma istotny wpływ na jego cenę. Dzieła licytowane w Sotheby's i Christie's osiągają wyższe ceny niż te sprzedawane w innych domach aukcyjnych, z Sotheby's często przewyższającym Christie's pod względem wzrostu cen de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Renneboog i Van Houtte (2002), Cinefra, Garay, Mibelli i Perez (2019), Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019);

- kraj sprzedaży – ma istotne znaczenie w przypadku sprzedaży dzieł starych mistrzów Kraussl i Schellart (2007), Onofri (2009). Najwyższe ceny osiągały prace licytowane w Stanach Zjednoczonych oraz Wielkiej Brytanii Renneboog i Van Houtte (2002);
- pora aukcji (dzień/ wieczór) – badania pokazują, że czas odbywania się aukcji ma wpływ na ceny dzieł sztuki, a prestiż i widoczność aukcji wieczornych przyczyniają się do wyższych cen niż ceny osiągane na aukcjach dziennych Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019);
- wartość szacunkowa – szacunki przedsprzedażowe pełnią rolę wskaźnika oczekiwanej ceny dzieła na aukcji oraz ceny minimalnej akceptowanej przez sprzedającego, co zauważono w badaniach m.in. Czujack (1997). Potwierdziły to badania Kräussla i Schellarta (2007), podczas gdy badanie Etro i Stepanovej (2015) sugeruje, że na wartość dzieł wpływają także inne cechy danej aukcji;
- długość opisu dzieła w katalogu aukcyjnym – dłuższe opisy przysługują ważniejszym dziełom, co pozytywnie wpływa na cenę Etro i Stepanova (2015), Cinefara (2019);
- czas od śmierci artysty do transakcji – badania Maddisona i Pedersena (2008) oraz Ursprunga i Wiermanna (2011) potwierdziły, że zmienna ta w sposób istotny wpływa na cenę dzieła sztuki.

Tabela 1.11. Zestawienie badań nad czynnikami związanymi z procedurą sprzedaży

Czynnik	Publikacje
Dom aukcyjny, w którym wystawione jest dzieło	de la Barre, Docclo i Ginsburgh (1994), Agnello i Pierce (1996), Czujack (1999), Hodgson i Vorkink (2004), Higgs i Worthington (2005), Locatelli-Biey i Zanola (2005), Figini i Onofri (2006), Kräussl i Schellart (2007), Kräussl i van Elsland (2008), Maddison i Pedersen (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Scorcu i Zanola (2011), Seçkin i Atukeren (2011), Renneboog i Spaenjers (2011), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Renneboog i Spaenjers (2013), Kompa i Witkowska (2014), Witkowska i Lucińska (2015), Ekelund, Jackson i Tollison (2017), Shi, Conroy, Wang i Dang (2018), Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019), Ginsburgh, Radermecker i Tommasi (2019), Garay (2019)
Kraj sprzedaży	Czujack (1999), Renneboog i Van Houtte (2002), Locatelli-Biey i Zanola (2005), Kräussl i Schellart (2007), Onofri (2009), Campos i Barbosa (2009), Ursprung i Wiermann (2011)
Pora aukcji	Seçkin i Atukeren (2011), Etro i Stepanova (2015)
Wartość szacunkowa	Czujack (1999), Kräussl i Schellart (2007)
Długość opisu dzieła w katalogu aukcyjnym	Agnello i Pierce (1996), Agnello (2002), Etro i Stepanova (2015), Cinefra, Garay, Mibelli i Pérez (2019)
czas od śmierci artysty do transakcji	Maddison i Pedersen (2008), Ursprung i Wiermann (2011), Seçkin i Atukeren (2011), Renneboog i Spaenjers (2011), Taylor i Coleman (2011), Higgs (2012), Frick i Knebel (2014), Kompa i Witkowska (2014), Etro i Stepanova (2015), Ekelund, Jackson i Tollison (2017)

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując, koncepcje wartości i ceny w ekonomii są niezwykle złożone i ewoluowały w czasie. Cena, będąca wyrażeniem wartości towaru w pieniądzu, pełni wiele funkcji, od informacyjnych po alokacyjne i bodźcujące. W ekonomii pojawiają się rozbieżne poglądy na wartościowanie dzieł sztuki, gdzie z jednej strony mamy podejście obiektywne, oparte na kosztach produkcji, a z drugiej strony subiektywne, opierające się na indywidualnych doznaniach estetycznych odbiorcy. Co istotne, wartościowanie dzieł sztuki jest przedmiotem licznych badań, które uwzględniają zarówno fizyczne aspekty dzieła, jak wymiary czy technikę, jak i związane z twórcą, takie jak reputacja czy okres twórczości. Te różnorodne podejścia podkreślają złożoność oraz dynamiczną naturę relacji między ceną a wartością, zwłaszcza w kontekście rynku dzieł sztuki, gdzie każdy z tych elementów może znacząco wpływać na cenę transakcji.

2. KONTEKSTY I UWARUNKOWANIA KSZTAŁTOWANIA SIĘ RYNKU SZTUKI W CHINACH

2.1. Rys historyczny i obecna sytuacja gospodarczo-polityczna w Chińskiej Republice Ludowej

„*Moi współobywatele, dziś powstał Centralny Rząd Ludowy Chińskiej Republiki Ludowej!*” – tymi słowami 1 października 1949 r. na placu Tian'anmen w Pekinie Mao Zedong proklamował powstanie Chińskiej Republiki Ludowej, a słowa te miały być zapowiedzią stabilności i dobrobytu gospodarczego. Początek XX w. w historii Chin był bowiem okresem niezwykle niespokojnym i niestabilnym. Po latach wojny domowej i rewolucji komunistycznej, która doprowadziła do upadku cesarstwa chińskiego oraz okresie agresji japońskiej w latach 30. XX w. nastąpił czas zbrojnego konfliktu między Komunistyczną Partią Chin a republikańsko-narodowym Kuomintangiem, którego przywódcą był Sun Jat-sen, a o zwycięstwie komunistów przesądził sojusz zawarty ze Stalinem (Fenby, 2009).

Po okresie wojen gospodarka Chin podupadła. Mao Zedong za główną przyczynę problemów uważał niesprawiedliwy podział zasobów pomiędzy ludźmi. Było to nawiązanie do filozofii Karola Marksa, w szczególności podkreślającej prawo „jedności i walki przeciwieństw”, które zdaniem Mao powinny być oddzielone od siebie (Mao Zedong, 1955, s. 366). Walka klas, wynikająca z różnic społecznych, miała być siłą sprawczą i naturalnym stanem funkcjonowania społeczeństw, bowiem „walka między nowym a starym, między słusznym a błędnym nie ustanie nigdy” (Mao Zedong, 1955, s. 272).

Po dojściu do władzy komuniści rozpoczęli przeprowadzanie serii reform, które miały stanowić podwaliny nowego państwa. Zgromadzenie Przedstawicieli Ludowych uchwaliło wprowadzenie nowej waluty, tzw. renminbi (人民币), która miała zastąpić obecny w obiegu pieniądź¹³. Kolejnym krokiem było uproszczenie pisma, w którym objętość znaków została zredukowana do 515 znaków starych i 196 nowo wprowadzonych. W 1956 r. specjalnie powołany Komitet ds. Reformy Języka zalecił też zmianę kolejności czytania na obowiązującą do teraz czytanie od lewej do prawej strony, a liczba kresek w znaku została zmniejszona i średnio wynosiła 9 zamiast jak do tej pory 18 (Zadka, 2013,

¹³ W języku chińskim potocznym określeniem 1 RMB jest *kuai* (块), które oznacza kawałek, a 0,1 RMB potocznie nazywano *mao* (毛), czyli „włos”, od nazwiska Mao Zedonga.

s. 85)¹⁴. Podobna unifikacja została zastosowana również w języku mówionym, a oficjalnym dialektem do komunikacji werbalnej został dialekt pekiński (Fenby, 2009, s. 523)¹⁵.

Po usunięciu przeszkód komunikacyjnych i wprowadzeniu nowej waluty kolejnym krokiem do odnowy gospodarki Chin było stworzenie centralnie zarządzanego systemu gospodarczego. O alokacji czynników wytwórczych decydowała władza centralna. Priorytetem stał się rozwój sektora rolniczego, który miał stanowić „życiodajną siłę” gospodarki (Butt, Sajid, 2018, s. 170). Początkowo plan reformy rolnej Mao Zedonga zakładał, że obszary wiejskie powinny zapewnić dostawy żywności uprzemysłowionym, zurbanizowanym obszarom miast, w których następowała produkcja. Centralny Komitet Planowania nie wziął jednak pod uwagę różnic regionalnych oraz stopnia rozwoju poszczególnych obszarów, które doprowadziły do znacznych dysproporcji w obszarze dystrybucji żywności, a niektóre tereny wiejskie dotknęła klęska głodu (Fenby, 2009, s. 526). Problem ten przez długi czas był pomijany, co dobitnie pokazują dane historyczne, bowiem jeszcze w 1952 r. sektor rolny otrzymywał od państwa nakłady w wysokości 4%, a podatki obciążające farmerów stanowiły aż 23% łącznych wpływów z tytułu podatków w budżecie państwa (Ash, 2006, s. 959-998).

Kolejnym krokiem do przekształcenia Chin z kraju zacofanego w potęgę gospodarczą było opracowanie planu działania. Mao Zedong postanowił oprzeć się na sowieckim modelu gospodarczym, na bazie którego powstał pierwszy w historii chiński plan pięcioletni realizowany w latach 1953–1957. Plan oparty był na dwóch strategicznych filarach: koncentracji na rozwoju przemysłu ciężkiego w celu uzyskania wysokiego tempa rozwoju gospodarczego oraz zwiększenia umaszynowania przemysłu rolnego. Mao nie wziął jednak pod uwagę różnic w warunkach gospodarczych obu państw, w tym w szczególności różnic na poziomie technologicznym, które mimo pomocy ze strony Związku Radzieckiego nie zostały wyrównane przed końcem realizacji planu. Dzięki pomocy Sowietów Chinom udało się przekroczyć najniższy próg rozwojowy, a Mao ogłosił narodowe odrodzenie Chin. Był to impuls do zastosowania bardziej drastycznych środków w reformie chińskiej gospodarki.

¹⁴ Stopniowa reforma pisma chińskiego obejmowała również rezygnację ze znaków tradycyjnych, które zastąpiono znakami uproszczonymi. W 1964 r. Komitet do reformy języka opublikował listę 2238 dopuszczonych do użycia znaków uproszczonych. W piśmie liczba dopuszczonych znaków wynosiła około 8 tys. Reforma języka została przyjęta na terenie Chin kontynentalnych oraz Singapuru, odrzucono ją natomiast w Hongkongu i na Tajwanie. Konsekwencje tych działań widoczne są do dziś – w miejscach, które nie przyjęły reformy języka, obowiązuje inny sposób zapisu.

¹⁵ Wybór dialektu pekińskiego na dialekt urzędowy wydawać się może dość zaskakujący, bowiem Wielki Słownik, jak nazywano Mao Zedonga, pochodził ze wsi ShaoShan w prowincji Hunan, której dialekt silnie naznaczył wymowę przywódcy. Podobne doświadczenia miał sekretarz Komitetu Reformy Języka, który porozumiewał się jedynie w dialekcie syczuańskim (opracowanie własne za: Fenby, 2009, s. 523).

W latach 1957-1958 Komunistyczna Partia Chin uchwaliła realizację tzw. Polityki Trzech Czerwonych Sztandarów, jak nazwano trzy wielkie kampanie masowe: wielki skok naprzód, nową linię polityki partii oraz komuny ludowe (Kajdański, 2005, s. 41).

Wielki skok naprzód, czyli reformy rolne i gospodarcze przeprowadzone w latach 1958-1962, miał na celu poprawę produkcji rolnej. Plan zakładał wyprodukowanie do 1962 r. 525 mln ton ziarna (w 1957 r. – 170 mln), 80-100 mln ton stali (w 1957 wyprodukowano 5,3 mln) oraz 700 mln ton węgla (w 1957 – 130 mln) (Polit, 2004, s. 222-233). Mao uważał, że głównym źródłem rozwoju gospodarczego państwa jest rolnictwo i to właśnie ten sektor ostatecznie przyniesie zmiany w jakości życia ludzi. Zlikwidowano prywatną własność ziemską, a rolnicy mieli uprawiać państwowe ziemie w systemie zwanym „trzema trójkami”, w ramach którego $\frac{1}{3}$ ziemi miała być obsiewana, z $\frac{1}{3}$ zbierano plony, a pozostała część miała leżeć odłogiem – wszystko po to, aby nie doprowadzić do powstania nadwyżek żywności, które były trudne do składowania (Fenby, 2009, s. 566). Komuny ludowe, czyli zrzeszone po około 5 tysięcy gospodarstwa domowe, były podstawową komórką wykonawczą planu, a do końca 1958 r. powstało ich ponad 25 tysięcy (Fenby, 2009, s. 545)¹⁶. Miały stanowić podstawową jednostkę społeczną, do której zadań należała produkcja rolna, przemysłowa, handel, edukacja oraz nadzór nad dziećmi, ziemią itp. Zgodnie z ideologią maoistów propagowaną przez Chen Boda komuny miały być masowym ruchem, w ramach którego promowano wspólną pracę, wspólne posiłki spożywane w komunalnych jadalniach oraz kombinaty robotnicze, które swoją wielkością miały prześcignąć powierzchnię miast. Kolejnym ruchem było zastąpienie wypłat pieniężnych specjalnymi żetonami, za które można było kupić jedynie jedzenie w stołówkach (Fenby, 2009, s. 546). O skali ruchu świadczyć może zaangażowanie najmłodszych, bo już pięcioletnich dzieci do eksterminacji wróbli, które według władz wyjadały zboże i powodowały znaczne straty w zbiorach (Fenby, 2009, s. 547). Tępienie wróbli (打麻雀运动) było elementem Kampanii Zwalczania Czterech Plag (除四害运动), do których zaliczano komary, muchy, szczury oraz wróble, a jej głównym celem stała się poprawa poziomu higieny w Chinach (Peng, 1987, s. 639-670).

Konsekwencje wielkiego skoku okazały się katastrofalne dla chińskiej gospodarki. Przeprowadzona w 1960 r. ewaluacja wykazała, że w porównaniu do 1958 r. produkcja rolna spadła o 75%, przemysłu ciężkiego o 47%, a lekkiego o 22% (Polit, 2004, s. 233)¹⁷. Jednak

¹⁶ Pierwsza komuna ludowa powstała w prowincji Hunan, z której pochodził Mao Zedong. Nazwa „komuna” nie jest przypadkowa, miała stanowić nawiązanie do Komuny Paryskiej z 1871 r.

¹⁷ Starty odnotowano praktycznie we wszystkich sektorach gospodarki, a jedyną branżą, w której produkcja istotnie wzrosła, była produkcja zegarków na rękę (Fenby, 2009, s. 563).

nie spadek produkcji czy recesja gospodarcza stanowiły największy problem, lecz nadciągająca klęska humanitarna, czyli wielki głód (1958-1962) uważany za największą katastrofę XX w. Podatek od zbiorów w wysokości 15% pobierany był od założonej z góry ilości pól, nie od realnych wartości, co doprowadziło do konfiskat żywności. Ponadto wybiecie populacji wróbla spowodowało liczne plagi owadów, które niszczyły pozostałe uprawy. Ludzie żywili się ziemią, korą, gałęziami, dochodziło również do aktów kanibalizmu i bezczeszczenia zwłok. Mordowano dzieci, mężczyźni sprzedawali żony, pojawiły się bandy napadające na transporty żywności. Dokładna liczba ofiar klęski głodu nie jest znana. W 1976 r. władze ChRL ogłosiły, że życie straciło wtedy 13 mln ludzi, jednak liczba ta jest niedoszacowana co najmniej dwukrotnie. Ponadto przez lata głodu prokreacja w Chinach znacząco spadała – na przykład wskaźnik narodzin w Pekinie zmienił się z 42 na 25, a sytuacja w innych prowincjach była podobna lub gorsza (Fenby, 2009, s. 565-566).

W 1961 r. oficjalnie przerwano wielki skok naprzód, a klęska polityki Trzech Czerwonych Sztandarów doprowadziła do chwilowego odsunięcia Mao Zedonga od władzy. Grupa polityków Liu Shaoqi (刘少奇), Chen Yun (陈云) i Deng Xiaoping (邓小平), mająca wsparcie premiera Zhou Enlaia (周恩来), podjęła misję ratowania chińskiej gospodarki. Główne zmiany dotyczyły sektora rolnictwa. Komuny ludowe zachowały swoje znaczenie w sensie jedynie geograficznym, a faktyczna sprawczość została oddana w ręce chłopów i gospodarstw domowych. Zlikwidowano zbiorowe jadalnie, zezwolono na otwarcie targowisk wiejskich, rozpoczęto import zboża, aby zniwelować skutki głodu. W latach 1963–1965 zaczęła wzrastać produkcja w sektorze przemysłowym, co więcej, zaczęto rozwijać przemysł petrochemiczny. Na zjeździe partii w 1963 r. przyjęto również ustawę dotyczącą kontroli liczby urodzeń, a założonym celem było zmniejszenie wskaźnika tempa wzrostu demograficznego z 33% w 1963 r. do 27% w 1965 r. (Fenby, 2009, s. 566–580). Kolejny plan pięcioletni na lata 1966-1970 zawierał plany dalszego rozwoju oraz koncentrację na przemyśle ciężkim (Kajdański, 2011, s. 62). W tym czasie Mao Zedong wraz z grupą popleczników przygotowywał następną ideologiczną rewolucję i przygotowywał się do ponownego objęcia władzy.

W 1966 r. na posiedzeniu KPCh została utworzona Grupa do spraw Rewolucji Kulturalnej, której oficjalnym zadaniem była walka z przeciwnikami socjalizmu, burżuazją oraz kapitalizmem pośród działaczy partii¹⁸. Idea zlikwidowania tzw. przeciwników

¹⁸ W skład grupy wchodził radykałowie i poplecznicy Mao: czwarta żona Wielkiego Sternika Jiang Qing (江青), Chen Boda (陈伯达), Kang Sheng (康生), Yao Wenyan (姚文元) i Zhang Chunqiao (张春桥); (Polit, 2004).

maoizmu bardzo szybko znalazła uznanie wśród społeczności akademickiej. Na uczelniach pojawiły się tzw. dazibiao (大字报), czyli gazetki wielkich znaków propagujące treści maoistowskie i nawołujące do buntu (Dziak, Bayer, 2007, s. 231). Roznoszono ulotki, emitowano broszury propagandowe, jednak zdaniem Mao nie była to wystarczająca forma wprowadzania zmian. Konieczne było zbudowanie Chin od nowa. Studenci i młodzi robotnicy zaczęli tworzyć oddziały czerwonogwardystów (红卫兵) walczące z wrogami ludu. Głównym wrogiem stała się kultura. Założeniem Rewolucji Kulturalnej była walka z zastanym porządkiem świata, a dokładnie z czterema jego aspektami: starymi ideami (旧思想), starą kulturą (旧文化), starymi zwyczajami (旧风俗) i starymi nawykami (旧习惯). Przedstawiciele Czerwonej Gwardii niszczyli wszelkie przejawy starej kultury. W samym Pekinie zniszczono 4,9 tys. obiektów uważanych za historycznie zabytkowe¹⁹. Dewastowano muzea, świątynie, biblioteki, obiekty dziedzictwa kulturowego²⁰. Masowo palono książki, a na uczelniach dochodziło do ataków na nauczycieli akademickich, przetrzymywania ich, torturowania, a nawet zabójstw. Kontrolowano także prywatne domy i posesje, rewolucjonści grabili, palili i niszczyli wszystkie obiekty kojarzone z dawnymi obrzędami (Fenby, 2009, s. 603-611). Rewolucja Kulturalna miała również negatywny wpływ na chińską gospodarkę, z powodu braku struktur logistyczno-transportowych spadła produkcja przemysłowa. Znacząco spadła także produkcja ryżu i bawełny (Lee, 1978, s. 332). O stanie gospodarki chińskiej tuż po zakończeniu Rewolucji w 1977 r. świadczy struktura PKB, w której 50% pochodziło z przemysłu, 27% z rolnictwa, a 23% z sektora usług (Nolan, Ash, 1995, s. 982-983). Okres Rewolucji Kulturalnej odcisnął olbrzymie piętno na chińskim rynku sztuki, znacząco zmniejszając podaż dzieł sztuki dawnej.

Po śmierci Wielkiego Sternika władzę na krótki okres objął spadkobierca myśli maoistowskiej Hua Guofeng (华国锋). Szybko jednak zastąpił go wielki reformator chińskiej gospodarki Deng Xiaoping (邓小平), który zainicjował nowy kierunek rozwoju zwany systemem socjalistycznej gospodarki rynkowej. Wiele reform doprowadziło do stopniowego uwalniania kolejnych gałęzi gospodarki spod interwencjonizmu państwowego, a pod ścisłą kontrolą rządu pozostały jedynie strategiczne obszary, takie jak transport, przemysł energetyczny, przemysł obronny, petrochemiczny, telekomunikacja czy poczta (Cieślik, 2007,

¹⁹ Zakazane Miasto (故宫) przetrwało tylko dzięki natychmiastowej interwencji premiera Zhou Enlaia, który widząc zbliżających się czerwonogwardystów, nakazał zamknąć wrota; za: Fenby, 2009, s. 610.

²⁰ Dobrym przykładem pokazującym skalę zniszczeń jest prowincja Shandong (山东), z której pochodził Konfucjusz, gdzie zniszczono aż 6618 artefaktów kultury i historii (Fenby, 2009, s. 610).

s. 10-11). Deng Xiaoping oparł swoje założenia ekonomiczne na idei *xiaokang* (小康), czyli społeczeństwa umiarkowanie zamożnego²¹. Zgodnie z tą ideą podstawą funkcjonowania społeczeństwa miała być funkcjonalna klasa średnia²². Powstanie *xiaokangu* miało się opierać na „czterech modernizacjach” (四个现代化), czyli celach wyznaczonych w obrębie rolnictwa, przemysłu, obrony, technologii i nauki. Proces reformy ekonomicznej kraju również został zaplanowany czteroetapowo.

Pierwszy etap przypadał na lata 1978-1984 i stanowił wprowadzenie do modernizacji gospodarki. Skoncentrowany był na sektorze rolnym, który pod rządami Mao doznał najbardziej znaczących start. Reforma rolnictwa wprowadziła całkowitą likwidację komun ludowych oraz powrót do obrotu rynkowego plonami. Chłopi mogli czerpać zyski ze swoich upraw, jedynym warunkiem była sprzedaż zakontraktowanego procentu upraw rządowi (Hunt, 2003, s. 355). Ludność wiejska uzyskała również swobodę wyboru miejsca zamieszkania oraz utrzymywania kontaktów handlowych poza granicami własnej prowincji. W miastach pierwszy etap reform miał głównie charakter społeczny – przywrócono tłumioną za rządów Mao aspirację do zdobywania wykształcenia, a wielu młodych Chińczyków wyjechało na studia za granicę (Qian, 1999, s. 8-9). Przedsiębiorstwa państwowe na mocy tzw. odpowiedzialności umownej uzyskały prawo do samodzielnego dysponowania częścią zysków. Zmianą, która najbardziej zaważyła na rozwoju chińskiej gospodarki, było wprowadzenie dwóch specjalnych stref ekonomicznych – Guandong i Fujian, w których na preferencyjnych warunkach mógł odbywać się handel zagraniczny (Cieślik, 2007, s. 14). Po raz pierwszy od czasów Kuomintangu Chiny pozwoliły na przepływ towarów i wiedzy z Zachodu. Był to element tzw. „polityki otwartych drzwi”, która pozwalała zagranicznym firmom na otwarcie działalności w Chinach (Sung, 1991).

Drugi etap reform przypadał na lata 1985-1989, a najważniejszą zmianą było wpisanie do Konstytucji ChRL zapisu pozwalającego czerpać korzyści z prowadzonej działalności gospodarczej i dopuszczającego wolny obrót mieniem prywatnym. Drugim wprowadzonym wtedy zapisem była ochrona własności prywatnej (Dziak, 1996, s. 110). Zapis ten pozwalał rozpocząć proces tworzenia przedsiębiorstw niepaństwowych. Rozszerzono też listę nadmorskich miast, w których obowiązywały specjalne strefy ekonomiczne (沿海开放城市).

²¹ Idea *xiaokang* to tak naprawdę termin bardzo stary pochodzący z *Księgi Pieśni* będącej kompilacją chińskiej poezji z okresu między XI a VII w. p.n.e. Koncepcja *xiaokang* jest przedstawiana jako przeciwieństwo „wielkiej harmonii”; 中国小康社会观论略 (PDF), 《社会学研究》 (2004 年第 2 期. 2004 年. (原始内容存档 (PDF) 于 2021 年.

²² Polityka otwierania się na świat i wprowadzenia reform gospodarczych miała na celu stworzenie takiej grupy społecznej, która byłaby dynamiczna, przedsiębiorcza i zdolna do napędzania rozwoju kraju.

Były to Dalian, Qinhuangdao, Tianjin, Yantai, Qingdao, Lianyungang, Nantong, Szanghaj, Ningbo, Wenzhou, Fuzhou, Guangzhou, Zhanjiang i Beihai. Kolejny etap pociągnął dalszy rozwój wsi – państwo całkowicie zrezygnowało z obowiązkowych kontraktów z rolnikami, wspierano natomiast wiejską przedsiębiorczość. W sektorze przedsiębiorstw państwowych wprowadzono opodatkowanie, jednak zwolniono je z obowiązku odprowadzania części zysków na poczet państwa (Cieślik, 2007, s. 14).

Trzeci etap przypadający na latach 1990-2000, został przyspieszony przez serie kryzysów politycznych, począwszy od rozpadu ZSRR, a skończywszy na napiętej sytuacji wewnętrznej kraju. Zmianą, jaką przyniósł ten etap, była decentralizacja władzy i przekazanie jej lokalnym przedstawicielom poszczególnych prowincji oraz częściowa prywatyzacja sektora państwowego. Decyzja ta była podyktowana niewydolnością sektora, w którym duże straty musiały być wyrównywane z dochodów budżetu państwa. Proces został przyspieszony przez wysoki poziom inflacji, która dotknęła Chiny w latach 1985, 1988 i 1992 (Naughton, 2008, s. 105). Rosnąca inflacja i liczne przypadki korupcji wśród urzędników państwowych doprowadziły do narastającej fali niezadowolenia ludności i licznych protestów. Najbardziej znane i tragiczne w skutkach były wydarzenia na placu Tian'anmen w Pekinie w czerwcu 1989 r., podczas których władza do stłumienia protestu studentów użyła wojska, a starcie skończyło się masakrą ludności. Oficjalne źródła ChRL podają, że życie straciło 700 osób, jednak niezależne źródła mówią o liczbie 2600-3400. Wielu badaczy wskazuje, że to właśnie wydarzenia na placu Tian'anmen doprowadziły do głębokich zmian w strukturze partii oraz administracji państwowej, w wyniku których liczba urzędników została zredukowana niemal o połowę.

Kolejnym dużym krokiem okazała się prywatyzacja w latach 1997-1998, w ramach której nastąpiła likwidacja większości przedsiębiorstw państwowych (wyjątkiem były duże monopole). Skalę przedsięwzięcia pokazują dane z 2001 r., zgodnie z którymi liczba przedsiębiorstw państwowych spadła w Chinach o 48% (Brandt i Rawski, 2008, s. 573). W tym czasie w politykę reform w większym stopniu zaangażowali się zwolennicy bardziej konserwatywnej frakcji KPCh, nawiązujący do myśli Chen Yuna (陈云), który był jednym z głównych krytyków polityki otwarcia. Poglądy Chena nawołujące do wyznaczania granic funkcjonowania rynku i świadomości szkód, jakie kapitalizm może wyrządzić, popierali Jiang Zemin (江泽民) i Hu Jintao (胡锦涛). Śmierć Denga w 1997 r. nie przerwała reform, kontynuowali je wybrani następcy, którzy jednak również stosowali się do rad Chena, aby pozostawić reformy na stałym poziomie (Naughton, 2008, s. 114).

Czwarty etap reform, już pod rządami Hu Jintao, przypadł na lata 2000-2012. Do najważniejszych założeń tego stadium należy kontynuowanie polityki rozpoczętej w latach 70. Reformy obejmowały też modernizację sektora bankowego, zmniejszenie dysproporcji w poziomie życia ludności miejskiej i wiejskiej oraz dalsze, sukcesywne zmniejszenie interwencjonizmu państwa w sektorze prywatnym. Warto zaznaczyć, że efekty restrukturyzacji były szybko widoczne, już w 2005 r. kiedy udział krajowego sektora prywatnego po raz pierwszy przekroczył 50% PKB. W tym samym roku Chiny wyprzedziły Japonię i stały się pierwszą gospodarką w Azji (Schoenleber, 2006). W 2001 r. ChRL przystąpiła do World Trade Organization i zliberalizowała wymianę handlową z Zachodem (Starzyk, 2004, s. 188-189). Jednocześnie Hu Jintao i jego konserwatywna administracja w 2005 r. zaczęli wycofywać niektóre reformy Deng Xiaopinga, polityka stała się bardziej egalitarna i populistyczna (Naughton, 2008, s. 129). Częściowo wstrzymano prywatyzację, zwiększono subsydia dla sektora opieki zdrowotnej. Widoczne stało się uprzywilejowanie sektora państwowego, który stał się głównym wykonawcą rządowych inwestycji.

Wraz z objęciem władzy przez Xi Jinpinga (习近平) w 2012 r. strategia gospodarcza ChRL uległa zmianie. Polityka Xi zakłada koncentrację na ulepszeniu łańcucha technologicznego oraz polepszenie produkcji krajowej. Przykładem może być projekt Made in China 2025 (中国制造 2025), który zakłada odejście od wytwarzania towarów niskiej jakości i maksymalizację możliwości produkcji chińskiego przemysłu. Nadrzędnym celem projektu jest przekształcenie Chin w potęgę technologiczną. Wymienione cele obejmują zwiększenie produkcji chińskich materiałów bazowych takich jak na przykład układy scalone (chipsety) o 40% do 2025 r.²³ Widoczne jest również zmniejszanie roli i przywilejów oferowanych do tej pory zagranicznym inwestorom na rzecz podnoszenia roli przedsiębiorstw państwowych ponownie do wiodącej roli w gospodarce. Z planem Made in China 2025 bezpośrednio połączony jest drugi program gospodarczy chińskiego rządu – China Standards 2035 (中国标准 2035), będący planem dla wiodących firm technologicznych, ustanawiającym globalne standardy dla nowych technologii. Przykładem może być Internet 5G czy stworzenie sztucznej inteligencji²⁴. W 2018 r. Xi Jinping dokonał zmiany chińskiej konstytucji, polegającej na zniesieniu limitu liczby kadencji dla przewodniczącego partii i ChRL, aby mógł pozostać u władzy przez czas nieokreślony.

²³ Na podstawie danych z rządowej strony projektu, <http://www.gov.cn/zhuanti/2016/MadeinChina2025-plan/>, dostęp 11.06.2021.

²⁴ Na podstawie danych z rządowej strony projektu, <http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-03/24/5494968/files/cb56eedbcacf41bd98aa286511214ff0.pdf>, dostęp 06.06.2021.

Sesja Chińskiego Narodowego Kongresu Ludowego (NPC), która miała miejsce w marcu 2021 r., wyznaczyła nowe cele ekonomiczne dla ChRL. Dokument XIV planu pięcioletniego przedstawia główne cele Chin na lata 2021-2025, a także cele długofalowe do 2035 r. W skrócie zarys planu pięcioletniego wymienia następujące cele:

1. utrzymywanie głównych wskaźników ekonomicznych na „odpowiednim” poziomie – XIV plan zrywa z wieloletnią tradycją i po raz pierwszy w historii nie określił zakładanego wzrostu PKB;
2. wydłużenie oczekiwanej długości życia chińskich obywateli o rok;
3. podniesienie stopnia urbanizacji, tak aby mieszkańcy miast stanowili 65% populacji;
4. podniesienie rocznych wydatków na rozwój i badania;
5. promowanie zielonej energii; 18% redukcja emisji CO₂ i 13,5% redukcja „energochłonności”;
6. utrzymanie stopy bezrobocia w miastach w granicach 5,5%;
7. zapoczątkowanie nowego etapu w budowaniu bezpieczeństwa narodowego Chin;
8. promowanie inicjatywy Pasa i Szlaku²⁵.

Realizacja zadeklarowanych w najnowszym planie celów będzie wymagała od rządu chińskiego sprostania wielu wyzwaniom ekonomiczno-socjologicznym. Część z nich jest odpowiedzią na problemy, z którymi Chiny mierzą się od lat, jak na przykład ze skutkami szybkiej industrializacji, która doprowadziła do dewastacji środowiska oraz sektora zdrowia publicznego (Perkins, 2008, s. 870-871). Kolejnym skutkiem szybkiego rozrastania się miast, który odczuwalny jest do dziś, było pojawienie się w 2005 r. bańki na rynku nieruchomości (Chovanec, 2009, s. 172). Od strony demograficznej wspierana przez Deng Xiaopinga „polityka jednego dziecka”, której głównym celem była walka z kryzysem przeludnienia, doprowadziła do wysokiej presji społecznej ciężącej na rodzicach wychowujących jedno dziecko (Greenhalgh, 2005, s. 253-276). Dane ze spisu powszechnego z 2010 r. pokazały bardzo niskie tempo wzrostu populacji, powodowane czynnikami finansowymi. W 2015 r. chiński rząd złagodził politykę jednego dziecka, pozwalając parom na posiadanie dwójki dzieci²⁶. W 2021 r. rząd ponownie zdecydował się zmienić politykę demograficzną,

²⁵ Opracowanie własne na podstawie danych rządowych, http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/07/content_5591126.htm, dostęp 06.06.2021.

²⁶ Warunkiem do otrzymania pozwolenia na drugie dziecko był brak rodzeństwa obojga rodziców.

zezwalając na posiadanie trójki dzieci²⁷. Dane pokazują jednak, że tempo przyrostu naturalnego nadal jest bardzo niskie, a kryzys populacyjny zagraża dalszemu rozwojowi gospodarczemu.

2.2. Specyficzne uwarunkowania gospodarcze Chin

Amerykański dyplomata i profesor Uniwersytetu Harvarda H. Kissinger, poruszając temat gospodarki Chin, pisał: *„W szczytowym punkcie strefa chińskiej kultury obejmowała obszar przekraczający rozmiarami jakiekolwiek państwo europejskie, więcej nawet – porównywalny z powierzchnią całej kontynentalnej Europy. Chiński język i chińska kultura, a także polityczne rozporządzenia cesarza docierały na wszystkie znane tereny: od stepów i sosnowych lasów na graniczącej z Syberią północy po tropikalne dżungle i tarasowe pola ryżowe na południu; od portów, kanałów i rybackich wiosek na wschodnim wybrzeżu po surowe pustkowia Azji Środkowej i pokryte lodem szczyty himalajskiej granicy”* (Kissinger, 2014, s. 28). Od momentu powstania Chińskiej Republiki Ludowej największą ambicją państwa był powrót do statusu światowego mocarstwa. W literaturze chińskiej XIX w. często określany jest „wiekiem hańby i poniżenia”. Odrodzenie wielkiej chińskiej nacji nadal pozostaje dążeniem chińskich władz oraz głównym motorem napędowym reform i rozwoju²⁸. Jak zauważa R. Kagan: *„Rośnie poczucie narodowej dumy. Rząd chiński nie wstydzi się już mówić o przywróceniu narodowi honoru. Duma ze wzrostu statusu międzynarodowego stała się jednym z najważniejszych źródeł legitymizacji rządzącej Komunistycznej Partii Chin. Towarzyszy temu populistyczny nacjonalizm, czasami wymierzony w Japonię, a czasami w Stany Zjednoczone”* (Kagan, 2009, s. 42). Podobnego zdania jest L. K. Yew, były premier Singapuru, uważany za jednego z architektów sukcesu gospodarczego tego kraju. Twierdził on, że to właśnie rozbudzone w świadomości kulturowe poczucie przeznaczenia do wielkości ustanowiło podwaliny rozwoju. Strategia gospodarcza wobec państw ościennych określona została przez Yewa jako *soft power*, który podkreśla, że Chiny będą dążyły do zwiększania dominacji w regionie bez użycia siły (Allison, Blackwill, Wyne, 2013, s. 30–53).

²⁷ Na podstawie: http://www.gov.cn/zhengce/2021-07/21/content_5626255.htm, dostęp 17.08.2021.

²⁸ Sinocentryzm, widoczny jest już w warstwie językowej. Nazwa Chin w języku mandaryńskim brzmi 中国 (Zhongguo), gdzie morfem 中 oznacza „środek”, a 国 „państwo”. W wolnym tłumaczeniu Chiny to „Państwo Środka” lub „państwo w środku”. Taki obraz świata kreowany jest przez władze od dziesiątków lat. Podróżnych wysiadających na lotnisku w Pekinie wita olbrzymia płaskorzeźba przedstawiająca mapę świata, na której Chiny znajdują się dokładnie w centralnym miejscu.

Reformy Deng Xiaopinga i otwarcie kraju doprowadziły do olbrzymich przemian ekonomiczno-społecznych. Jak zauważa M. Dillon, zmiany te przebiegły w sposób wyważony i zaskakująco spokojny, bowiem największym zagrożeniem według konserwatywnych władz ChRL był chaos i brak ładu zgodnego z tradycją konfucjańską. W początkowym okresie reform polityka gospodarcza władz bywała określana jako „socjalizm o cechach chińskich”, jednak w rzeczywistości oparta była na propagandzie i autorytecie władzy (Dillion, 2012). Analizując te zmiany, należy rozpocząć od wzrostu gospodarczego, który jest nadrzędnym celem polityki planowanej na poziomie centralnym (Winiarski, 2006, s. 48–64). Jednym z indykatorów wzrostu gospodarczego jest nominalny PKB, który w przypadku ChRL od 1978 r. ponad 40-krotnie zwiększył swoją wartość, dając Chinom pozycję drugiej gospodarki na świecie, zaraz po Stanach Zjednoczonych²⁹. Analizując wzrost gospodarczy, należy wziąć pod uwagę szereg czynników, w tym m.in. populację, strukturę wytwarzania PKB, stopę bezrobocia, inflację czy eksport. Czynniki wzrostu zostały zestawione w tabeli 2.1.

Tabela 2.1. Czynniki wzrostu – porównanie 1978, 2018 i 2023 r.

Czynnik	1978	2018	2023
Populacja (mln)	962,59	1395,54	1409,67
PKB per capita	385 CNY	64 644 CNY	89 358 CNY
Bezrobocie (w miastach)	5 300 000	9 740 000	10740000
Eksport	167,7*100 mln CNY	164127,8 *100 mln CNY	417568,3*100 mln CNY
Import	187,4*100 mln CNY	140880,3*100 mln CNY	174892*100 mln CNY

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2019/indexeh.htm>, dostęp 21.07.2024.

Czynnikiem mającym zasadniczy wpływ na kształt chińskiej gospodarki jest centralne, długookresowe planowanie kierunków rozwoju. Proces planowania, wdrażania i egzekucji zmian przeprowadzany jest za pomocą tzw. planów pięcioletnich (五年计划). Plan stanowi listę inicjatyw i dokładnych wytycznych rozwoju społecznego i gospodarczego we wszystkich gałęziach gospodarki. Pierwszy plan pięcioletni wprowadzony został w 1953 r. na wzór sowieckiego modelu ekonomicznego. Od tego czasu przygotowano piętnaście planów pięcioletnich, a cele zapisane w nich były konsekwentnie realizowane.

Chiński model rozwoju gospodarczego w znacznym stopniu oparty został na inwestycjach, co szczególnie się uwidoczniło w początkowym okresie po reformach otwarcia kraju. Głównym motorem wzrostu w tym czasie było powstanie specjalnych stref ekonomicznych, czyli „gospodarczych enklaw o odmiennych warunkach gospodarczych” (Pastusiak, 2011, s. 96). Do cech charakterystycznych należy ściśle ograniczony i zabezpieczony

²⁹ Opracowanie własne na podstawie: <https://tradingeconomics.com/china/gdp>, dostęp 21.08.2021.

obszar (przeważnie fizycznie), posiadający własne kierownictwo, uproszczone procedury, w tym własne procedury celne (często są to obszary bezcłowe), a ponadto oferuje liczne korzyści dla przedsiębiorstw zlokalizowanych w strefie (Zeng, 2010, s. 4). Pierwszą specjalną strefą ekonomiczną w Chinach została granicząca z Hongkongiem rybacka wioska Shenzhen, zaraz po niej pojawiła się strefa w Zhuhai, leżąca w sąsiedztwie Makau, kolejnymi były Shantou oraz Xiamen. W następnych latach powstały kolejne SEE. Zgodnie z koncepcją określoną podczas zjazdu KPCh w 1981 r., SSE oparte były na czterech głównych założeniach:

- stanowiły jeden z filarów programu Czterech Modernizacji;
- pozyskiwały zagraniczny kapitał do budowy socjalizmu;
- stanowiły ważny czynnik do zjednoczenia Chin i Tajwanu;
- wyraźnie podkreślały różnicę ideologiczną między SEE, a obcą kolonizacją (Shi, Yang, 2012, s. 40-44).

Miasto Shenzhen, pierwsza specjalna strefa ekonomiczna, stanowi doskonały przykład wpływu SEE na gospodarkę – w ciągu trzydziestu lat z niewielkiej wioski rybackiej obszar przekształcił się w piąte pod względem liczby ludności miasto w Chinach³⁰. Pierwszą z reform na jego terenie było przekazanie władzy na poziom lokalny, dzięki czemu samorząd otrzymał większe uprawnienia w kreowaniu polityki handlu zagranicznego, celnej czy wymiany walutowej. Decentralizacja pozwoliła na szybki rozwój infrastruktury transportowej, przemysłowej oraz handlowej. Nowym regulacjom podlegała również polityka mieszkaniowa – po raz pierwszy od 1949 r. pojawiły się mieszkania własnościowe. Również w Shenzhen w 1984 r. po raz pierwszy zdecydowano się na odejście od kuponów na żywność i odzież, a skutki tych działań były tak znaczące, że dziesięć lat później zrezygnowano z nich na całym terytorium ChRL (Zeng, 2010, s. 69-102). Spośród korzyści inwestycyjnych zastosowanych w SEE Shenzhen wymienić należy:

- prywatyzowanie przedsiębiorstw państwowych, do którego doszło w 1986 r.;
- umożliwienie państwowym i zagranicznym firmom działającym w SEE wejście na giełdę;
- reformy systemu finansowego, które pozwoliły na otwarcie instytucji bankowych z prywatnym udziałem;

³⁰ Przed 1979 r. Shenzhen było małą wioską rybacką z 30 tysiącami mieszkańców, a jej udział w PKB prowincji Guangdong wynosił jedynie około 1%. O wyborze Shenzhen zdecydowały dwa główne czynniki: bliskość strategicznego punktu do wymiany handlowej, czyli Hongkongu oraz małe opory instytucjonalne (Lu, 2008, s. 340).

- reformy w sektorze wynagrodzeń oraz świadczeń socjalnych przeprowadzone w 1992 r., które ustanowiły pierwszą w Chinach płacę minimalną;
- uproszczenie procedury otwarcia firmy oraz zatrudniania pracowników;
- zastosowanie specjalnych stawek podatkowych dla firm z udziałem kapitału zagranicznego, co pozwoliło na przyciągnięcie inwestorów z zagranicy³¹;
- firmy high-tech przez pierwsze pięć lat działalności pozostawały zwolnione z podatku dochodowego, a przez kolejne pięć mogły korzystać z dodatkowych ulg podatkowych. Ponadto ten typ przedsiębiorstw został zwolniony z podatku od nieruchomości przez pierwsze pięć lat od daty zakupu ziemi. Zabiegi te miały pomóc zrealizować najważniejszy cel partii: przyciągnąć do Chin zachodnie technologie. (Zeng, 2010, s. 65-80).

Dodatkowym wsparciem inwestycji było dążenie chińskich władz do utrzymania kursu CNY na jak najniższym poziomie, tak aby koszty produkcji w Chinach były zachęcające dla zagranicznych inwestorów. Korzystna sytuacja demograficzna (liczna klasa robotnicza) oraz niskie płace, a także niskie koszty surowców, w tym surowców energetycznych, korzystnie oddziaływały na eksport towarów.

Specjalna strefa ekonomiczna miasta Shenzhen okazała się olbrzymim sukcesem, a główne założenia powielano w kolejnych nowo powstałych strefach. Obecnie w Chinach istnieje dziewięć rodzajów stref ekonomicznych. Ich charakterystyka została przedstawiona w tabeli 2.2.

Tabela 2.2. Rodzaje i charakterystyka stref ekonomicznych w Chinach

Strefa	Charakterystyka	Przykładowa lokalizacja
Specjalna Strefa Ekonomiczna <i>Special Economic Zones</i> 经济特区	Pierwszy wprowadzony rodzaj strefy, omówiony został na przykładzie miasta Shenzhen.	Shenzhen
Strefy Rozwoju Gospodarczego i Technologicznego <i>Economic and Technological Development Zones</i> 国家级经济技术开发区	Po raz pierwszy utworzone w 1984 r., podzielone zostały na podtypy w zależności od położenia geograficznego: 1. zlokalizowane w metropoliach ETDZ koncentrują się na rozwijaniu nowych technologii i wspieraniu przemysłu; 2. portowe ETDZ koncentrują się na handlu międzynarodowym, wspieraniu importu i eksportu; 3. usytuowane na terenach rolnych i przemysłowych ETDZ wykorzystują zasoby lokalne, a w ich działania wpisuje się budowanie ośrodków energetycznych, rolniczych czy turystycznych;	Dalian Development Area, Haining, Qinhuaogdao, Tianjin Economic –Technological Development Area

³¹ Do 2008 r. stawka podatku dochodowego dla firm jedynie z krajowym kapitałem wynosiła 30%, a dla firm z udziałem kapitału zagranicznego była o połowę niższa. W 2008 r. podatek został ujednolicony dla wszystkich przedsiębiorstw i utrzymany na poziomie 25%; (Zeng, 2010, s.65).

Strefa	Charakterystyka	Przykładowa lokalizacja
Strefy Rozwoju Przemysłu Zaawansowanego i Nowych Technologii <i>High and New Technology Industrial Development Zones</i> 高新技术产业开发区	HNTIDZ wspierają innowacyjne projekty badawcze oraz przedsiębiorstwa high-tech, w szczególności koncentrując się na inwestycjach zagranicznych.	Park Naukowy Zhongguancun, Strefa zaawansowanego rozwoju przemysłowego Tianjin Binhai, Strefa zaawansowanego rozwoju przemysłowego Shijiazhuang Baoding,
Strefa przygranicznej współpracy gospodarczej <i>Major Border Development Areas</i> 边境/跨境经济合作区	To strefy o specjalnym strategicznym położeniu przygranicznym, skoncentrowane na wymianie handlowej i przemysłowej. W obrębie tych stref stosuje się szereg uproszczonych procedur celnych, procedur ułatwiających rejestrację przedsiębiorstw, zmniejszoną kontrolę państwa nad eksportem i importem oraz złagodzone procedury wizowe.	Manzhouli (graniczące z Rosją), Dongxing (graniczące z Wietnamem), Erenhot (graniczące z Mongolią), Ruili (graniczące z Mjanmą) oraz Mengla (przy granicy z Laosem).
Obszary podlegające zwolnieniu celnemu <i>Bonded Areas</i> 保税区	Strefy stanowią swego rodzaju obszar tranzytowy, w którym towary z jednego kraju importowane są w celu powtórnego eksportu do kolejnego kraju. Korzyścią, jaką czerpią przedsiębiorstwa, jest brak cła przywozowego, podatku taryfowego oraz podatku przewozowego.	Liaoning, Fujian, Guangdong.
Strefy Przetwórstwa Wywozowego <i>Export Processing Zones</i> 自由贸易园区	Koncentrują się na produkcji lub montażu towarów przeznaczonych na eksport. Są to stosunkowo małe strefy przeznaczone dla przedsiębiorstw zorientowanych na eksport.	Pilotażowa strefa wolnego handlu w Hunan
Parki Logistyczne <i>Logistics Parks</i> – 保税港区	To strefy powstające na obszarach miejskich wspierające przedsiębiorstwa w trzech obszarach regionalnej logistyki, logistyki wymiany handlowej oraz wielkich hubów transportowo-logistycznych.	Xiamen Haicang Free Trade Port Area, Fuzhou Free Trade Port Area, Qingdao Qianwan Free Trade Port Area
Kompleksowe Strefy Rozwoju <i>Comprehensive Development Zones</i> 综合开发区	To olbrzymie strefy o powierzchni kilkuset kilometrów kwadratowych, które koncentrują się na wspieraniu przemysłu. PKB wytwarzane w takich strefach stanowi często istotny wkład w PKB całego regionu. Strefy te z czasem przekształcane są w obszary miejskie.	Suzhou Industrial Park
Pilotażowe Strefy Wolnego Handlu <i>Pilot Free Trade Zones</i> 自由贸易试验区	To obszary skoncentrowane na zagranicznych inwestycjach również w wybranych sektorach usługowych. W strefach obowiązują złagodzone przepisy dotyczące wymiany walutowej. Zarówno import, jak i eksport towarów ze strefy nie podlega odprawie celnej.	Szanghaj

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Swiss Business Hub China, *Comparison among Development Zones in China*, Switzerland Global Enterprise, Pekin 2016.

Specjalne strefy ekonomiczne we współczesnych Chinach to nie tylko narzędzie, za pomocą którego chiński rząd zapewnia preferencyjne warunki sprzyjające rozwojowi technologii i przemysłu, lecz także miejsca badań naukowych i rozwijania najnowocześniejszych technologii. Stanowią również jeden z filarów inicjatywy *Pasa i Szlaku* (一帶一路)³².

Rosnąca liczba inwestycji i dynamicznie rozwijająca się gospodarka wymagała takich surowców, które najłatwiej było pozyskać w biednych, rozwijających się krajach Afryki

³² Swiss Business Hub China, *Comparison among Development Zones in China*, Switzerland Global Enterprise, Pekin 2016, s. 2.

lub Ameryki Południowej. Jedną ze strategicznych decyzji rządu chińskiego pod koniec lat 90. XX w. było rozpoczęcie udzielania tanich pożyczek dla przedsiębiorców inwestujących w krajach Czarnego Lądu lub Ameryki Łacińskiej, bogatych w potrzebne do produkcji zasoby naturalne. Inwestorzy, chcąc pozyskać przychylność społeczeństw, zyskać zaufanie władz oraz tanią siłę roboczą, poza właściwym przedsięwzięciem biznesowym rozpoczynali od budowy infrastruktury drogowej, szkół czy szpitali. Kredyty udzielane przez chiński rząd, w przeciwieństwie do pożyczek udzielanych przez państwa zachodnie, nie są obarczone żadnymi dodatkowymi wymaganiami, takimi jak narzucanie swoich praw, respektowanie praw człowieka czy zasad demokracji, tym samym są bardzo atrakcyjne dla lokalnych rządów. Chińskie firmy posiadające znaczny kapitał są faworyzowane przez władze, zyskując tym samym pozycję monopolisty na rynku. W większości przypadków spłatą pożyczki są zasoby naturalne danego kraju, do których chińscy producenci zyskują nieograniczony dostęp (Brunet i Guichard, 2011).

Transformacja systemowa chińskiej gospodarki rozpoczęła się od inwestycji i rozwoju handlu zagranicznego, jednak z czasem skierowana została w stronę innowacji i poszukiwania nowych źródeł wzrostu. Pierwszym filarem chińskiego modelu gospodarczego miały być nowoczesne technologie. Do ważniejszych rządowych programów wspierających rozwój i wdrażanie nowoczesnych technologii należy zaliczyć:

1. Key Technology R&D Program (国家科技支撑计划) – rozpoczęty w 1982 r.;
2. Program 863, czyli Państwowy Plan Rozwoju Zaawansowanych Technologii (国家高技术研究 发展计划) – rozpoczęty w 1986 r.³³;
3. Program 973, czyli Państwowy Program Badań Podstawowych (国家重点基础研究发展计划) – ogłoszony w 1997 r., pierwszy interdyscyplinarny program rozwoju;
4. Długoterminowy Plan Rozwoju Naukowo-Technologicznego (2006–2020) (国家中长期科学和技术发展规划纲要) – ogłoszony w 2006 r.;
5. Długoterminowy Program Rozwoju Talentów (2010–2020) (国家中长期人才发展规划纲要 (2010-2020 年)) – ogłoszony w 2010 r.

³³ Celem programu była obserwacja i wzorowanie się na zachodnich sektorach wysokich technologii. Projekt ten pojawił się oddolnie, a jego inicjatorami była grupa naukowców (Wang Ganchang Chen Fangyun, Wang Daheng, Yang Jiachi), która w liście do rządu (关于跟踪世界战略性高科技发展的建议) zawarła główne postulaty programu.

Impulsem do przyspieszenia zmian z pewnością był światowy kryzys finansowy lat 2007-2008 i jego konsekwencje dla chińskiego eksportu. Na skutek kryzysu wielu inwestorów zagranicznych ograniczyło zamówienia z Chin. W 2010 r. ogłoszono Plan Rozwoju Strategicznych Gałęzi Przemysłu (性新兴产业), w ramach którego wyodrębniono siedem kluczowych obszarów wzrostu. Zaliczono do nich:

- przemysłowe rozwiązania energooszczędne oraz ochronę środowiska;
- technologię informacyjną nowej generacji;
- bioinżynierię;
- produkcję wysokiej jakości sprzętu elektronicznego;
- sektor nowej energetyki opartej na energii jądrowej;
- opracowanie nowych materiałów;
- konstruowanie pojazdów napędzanych przez alternatywne źródła energii³⁴.

Ponadto rozwiązania zaproponowane w ramach XII planu pięcioletniego, uchwalone podczas zjazdu Komunistycznej Partii Chin w marcu 2011 r., koncentrowały się na dążeniu do zrównoważonego rozwoju, wyrównaniu nierówności między mieszkańcami miast i wsi, ochronie środowiska oraz innowacyjności, która miała stać się nowym motorem napędowym gospodarki. Po raz pierwszy podkreślono znaczenie wzrostu gospodarczego, ustalając oczekiwane 7% rocznego tempa wzrostu³⁵. Od tego momentu coraz większy nacisk kładziono na sektor przemysłu wysokich technologii, w tym sektor IT, telekomunikacyjny oraz elektroniki, a także na badania i rozwój.

W 2016 r. w raporcie Rady Państwa po raz pierwszy pojawił się termin „nowa gospodarka” (新经济), którym zgodnie z definicją zawartą w glosariuszu terminów statystycznych OECD określa się gospodarki silnie zorientowane na nowoczesne rozwiązania i innowacyjne technologie³⁶. Dla ChRL termin ten stał się symbolem przemian i impulsem do „budowania społeczeństwa dobrze prosperującego”. Szczególny nacisk położono na rozwój Internetu, sztucznej inteligencji, rozwiązań chmurowych, e-commerce oraz inteligentną produkcję przemysłową. Chińskie Narodowe Biuro Statystyczne opracowało nawet indeks nowej gospodarki, uwzględniający cyfryzację, modernizację, transformację technologiczną,

³⁴ Na podstawie: https://www.stats.gov.cn/zs/tjws/tjbz/202301/t20230101_1903710.html, dostęp: 01.04.2025.

³⁵ Na podstawie Outline of the 12th Five-Year Plan for National Economic and Social Development of the People's Republic of China. <https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjfgzh/201109/P020191029595702423333.pdf>, dostęp 11.08.2025.

³⁶ OECD Glossary of Statistical Terms (OECD Publishing, 2008), s. 357.

poziom wiedzy oraz innowacyjność³⁷. Ten ostatni wymieniony czynnik jest najczęściej podkreślany przez chińskie władze jako istotna część strategii rozwoju gospodarczego. Innowacyjność wymieniona została podczas XIX zjazdu Partii w 2017 r. jako jedna z podwalin planu socjalistycznej modernizacji, która ma być zrealizowana do 2035 r. Leży także u podstaw planu przekształcenia Chin w bogate i potężne państwo do 2050 r.³⁸

Drugim filarem redefinicji chińskiej polityki gospodarczej jest koncentracja na jakości, która miała się stać kluczem do stworzenia społeczeństwa „umiarkowanie zamożnego we wszystkich aspektach”. Jakość oraz innowacyjność miały kreować nową gospodarkę. Reformy ogłoszone w latach 2012-2013 wyznaczały dwa nowe główne cele rozwojowe: promowanie konsumpcji wewnętrznej, krajowych usług i innowacji oraz zaprzestanie nadmiernej, niskojakościowej produkcji przemysłowej. Główne założenia nowej polityki ekonomicznej ChRL zawarte zostały w ramach programu Made in China 2025 (中国制造2025), zainspirowanego koncepcją Czwartej Rewolucji Przemysłowej³⁹. Ogłoszony w 2015 r., jest to pierwszy program obejmujący gospodarkę w sposób kompleksowy, w pełni odpowiadający współczesnym potrzebom rozwojowym Chin. Dotychczasowe programy skupione były na pojedynczych aspektach rozwoju, przez co zawężały znacznie czynniki, na których Chiny mogły budować swoją przewagę konkurencyjną⁴⁰. Program wyznaczył pięć strategicznych celów, jakie gospodarka Chin powinna osiągnąć do końca 2025 r.:

- koncentrację na produkcji krajowej, w szczególności na produkcji własnych komponentów w towarach wysoko przetworzonych; program zakładał zwiększenie udziału o 40% do końca 2020 r. (cel nie został zrealizowany z powodu pandemii COVID-19) i o 70% do końca 2025 r.;
- wprowadzenie tzw. inteligentnej produkcji, podniesienie jakości produktów przy jednoczesnym zmniejszeniu kosztów wytwarzania;

³⁷ Na podstawie China Daily. (2016, listopad 25). China creating index to measure ‘new economy’: Chief statistician. <https://en.people.cn/n3/2016/1125/c90000-9146800.html>, dostęp 12.04.2023.

³⁸ Na podstawie *A new journey to build a modern socialist country*, <https://en.ndrc.gov.cn/policies/202203/P020220315511411039433.pdf>, dostęp 21.07.2021.

³⁹ Czwarta Rewolucja Przemysłowa to zaproponowana w 2011 r. w Niemczech koncepcja rozwojowa oparta na automatyzacji i przetwarzaniu big data, stanowiąca zbiór reguł funkcjonowania organizacji. Istotnym elementem jest tutaj wykorzystanie sztucznej inteligencji do sterowania procesami fizycznymi, tworzenie cyfrowych kopii świata realnego oraz chmurowe przetwarzanie danych (Hetmańczyk, 2020).

⁴⁰ W ramach programu dokonano redefinicji kluczowych obszarów gospodarki. Jako strategiczne gałęzie wyznaczono: nowe materiały (新材料), automatykę i robotykę (高档数控机床和机器人), technologie IT (新一代信息技术产业), bioinżynierię i inżynierię medyczną (生物医药及高性能医疗器械), sektor kosmiczny i lotniczy (航空航天装备), urządzenia i technologie rolne (农机装备), urządzenia i technologie morskie (海洋工程装备及高技术船舶), nowoczesny przemysł kolejowy (先进轨道交通装备), pojazdy napędzane alternatywnymi źródłami energii (节能与新能源汽车).

- ochronę własności intelektualnej oraz tworzenie innowacyjnych centrów produkcji;
- zwiększenie nakładów na ochronę środowiska poprzez wytworzenie energooszczędnych systemów produkcji;
- produkcję sprzętu i wyposażenia o wysokich standardach jakości⁴¹.

Postępująca cyfryzacja chińskiego społeczeństwa doprowadziła do zdefiniowania przez władzę kolejnego kierunku rozwoju, jakim jest gospodarka cyfrowa i sztuczna inteligencja. Liczba użytkowników Internetu w Chinach rośnie z roku na rok. W 2008 r. wynosiła 298 mln, podczas gdy w 2020 r. było to 998,99 mln. Oznacza to, że w 2020 r. stopień cyfryzacji (数据) wynosił aż 70% gospodarstw domowych⁴². Digitalizacja dotyczy niemal wszystkich obszarów życia. Największa chińska aplikacja społecznościowa WeChat (微信) do końca 2019 r. miała już 1,15 mld aktywnych kont użytkowników. Aplikacja, będąca produktem firmy Tencent, łączy w sobie różne funkcje, wśród których wymienić należy połączenia głosowe i wideo, skanowanie kodów QR, funkcję lokalizacji, możliwość dodawania zdjęć, funkcję płatności, usługi miejskie, usługi społeczne, usługi biurowe, usługi księgowe itp. (Kamykowska, 2020, s. 20). Digitalizacja ujęta jest jako jeden z celów rozwojowych ChRL, a działania na rzecz cyfryzacji są aktywnie wspierane przez władze. Przykładem może być rosnąca liczba *unicornów*, czyli technologicznych startupów, których wartość przekracza 1 mld USD. W 2017 r. liczba zarejestrowanych w Chinach *unicornów* wynosiła 77, a w 2021 r. wzrosła do 174⁴³.

Kolejnym torem rozwoju chińskiej gospodarki ma być sztuczna inteligencja (人工智能). Zgodnie z powstałym w 2017 r. programem do 2020 r. Chiny powinny wzorować się na działaniach innych państw w tym obszarze (w tym czasie rynek SI w Chinach zgodnie z dokumentem powinien być wart 150 mld CNY), do końca 2025 r. mają zakładać się dokonanie znaczących odkryć w dziedzinie SI (wartość rynku powinna wynieść 400 mld CNY), a po 2030 r. stać się światowym liderem w tym sektorze (szacowana wartość rynku to 1 bld CNY)⁴⁴. Pomimo pierwszych widocznych sukcesów planu (wartość sektora

⁴¹ Na podstawie: <http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-03/24/5494968/files/cb56eedbcacf41bd98aa286511214ff0.pdf>, dostęp 21.07.2021.

⁴² Na podstawie National Bureau of Statistics of China. (2024). *China Statistical Yearbook 2024*. <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2024/indexeh.htm>, dostęp 11.06.2025.

⁴³ Na podstawie Tracxn, *Unicorns list – China*. https://tracxn.com/d/unicorns/unicorns-in-china/___cTiwqvVW-5evwYDd8W4-cCm8bFy5C0-C2tbSOTsJhJI, dostęp 15.08.2025.

⁴⁴ Na podstawie State Council of China. (2017, July 20). 国务院关于印发. 新一代人工智能发展规划的通知[Notice on the Next Generation Artificial Intelligence Development Plan]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-07/20/content_5211996.htm, dostęp 15.03.2022.

SI w 2020 r. wyniosła 266 mln CNY) największym problemem, z jakim borykają się Chiny w tym sektorze, jest brak wykwalifikowanych kadr. Prawdopodobnie braki te zostaną szybko wyrównane, od 2017 r. działa program edukujący z podstaw sztucznej inteligencji na wszystkich poziomach szkolnictwa – od szkół podstawowych po uniwersytety⁴⁵. Specjalne kursy AI w oparciu o rządowy podręcznik 人工智能基础 wprowadzono także na ponad czterdziestu chińskich uniwersytetach⁴⁶. Pandemia COVID spowodowała spadek inwestycji w tym sektorze w 2019 r. (100,6 mld CNY), jednak był to spadek przejściowy. W 2020 r. inwestycje w sztuczną inteligencję wyniosły ponad 174,8 mld CNY⁴⁷.

Brytyjski ekonomista, laureat Nagrody Nobla – R. Coase opisuje drogę rozwoju chińskiej gospodarki jako pragmatyczną, ale także niezwykle efektywną. Odrzucając całkowicie neoliberalną „terapię szokową” i ustalenia Konsensusu Waszyngtońskiego, Chiny wytyczyły własną drogę rozwoju, integrując się z ekonomią światową pomału i na własnych zasadach (Coase, 2016)⁴⁸. Chiński model rozwoju gospodarczego jest unikalny na skalę światową do tego stopnia, że zyskał własny termin określany jako Konsensus Pekijski (*The Beijing Consensus*). Twórca pojęcia J.C. Ramo chciał zdefiniować w ten sposób model, w którym mamy do czynienia z wolnorynkowym rozwojem gospodarczym przy jednoczesnym zachowaniu konserwatywnej strefy politycznej, w którym proces globalizacji następuje stopniowo w warunkach w pełni kontrolowanych przez państwo. Jak podkreśla S. Halper, immanentną cechą chińskiego modelu gospodarczego jest zdolność do czerpania z przeszłości historycznej i kulturalnej, a także umiejętność wykorzystywania przewag konkurencyjnych kraju i dostosowywania się do obecnej sytuacji światowej (Halper, 2010, s. 39). Czynniki, które według B. Góralczyka zaważyły rozwoju chińskiego wzrostu gospodarczego, były: pragmatyzm w podejściu do reform, elastyczność, szybkie dostosowywanie do zmieniających się warunków, racjonalna ocena własnych możliwości, silna kontrola państwa w strategicznych strefach rozwoju, zachowanie interwencjonizmu państwowego przy jednoczesnym wolnym rynku, kolektywność w podejmowaniu decyzji, odrzucenie ślepego

⁴⁵ 国务院关于印发新一代人工智能发展规划的通知, 国务院, dostęp 20.07.2017.

⁴⁶ 人工智能将进入高中课堂, 你准备好了吗?, 新华, dostęp 10.06.2018.

⁴⁷ Opracowanie własne na podstawie danych z portalu www.statistica.com, dostęp 17.03.2023.

⁴⁸ Konsensus Waszyngtoński to przedstawiony przez dyrektora Instytutu Gospodarki Światowej J. Williamsona dokument, który zawierał spis neoliberalnych reform gospodarczych skierowanych do państw przechodzących transformację ustrojową. W podpisanym w Waszyngtonie dokumencie zebrano zalecenia organizacji międzynarodowych oparte na dziesięciu dyrektywach sugerujących priorytetyzację edukacji, nauki, służby zdrowia, infrastruktury w wydatkach budżetowych, obniżenie podatku dochodowego na rzecz podatków pośrednich, dyscyplinę fiskalną, na rzecz wzrostu znaczenia podatków pośrednich, uwolnienie handlu, prywatyzację przedsiębiorstw państwowych, deregulację rynków, z wyjątkiem sektorów bezpieczeństwa narodowego, liberalizację rynków finansowych i przepływów kapitałowych typu BIZ (Owsiak, 2005; Osiatyński, 2006).

kopiowania zachodnich wzorców przy jednoczesnym zachowaniu ich ścisłej obserwacji, czerpanie z ducha konfucjanizmu oraz należyte przygotowanie kadr rządzących (Góralczyk, 2010).

2.3. Wybrane aspekty kulturowo-społeczne rozwoju chińskiej gospodarki

Chiny obok Mezopotamii i Indii są jedną z kolebek cywilizacji. Decyzje ekonomiczne, polityczne czy biznesowe często oparte są na endemicznych zasadach przez wieki utrwalonych w kulturze Państwa Środka, jakże innych od tych utrwalonych w kulturze Zachodu. Pierwszym czynnikiem mającym wpływ na działania Chińczyków jest przywiązanie do tradycji filozoficznej taoizmu i konfucjanizmu.

Początki myśli taoistycznej datowane są na VI w. p.n.e. i przypisywane mistrzowi Laozi (老子). Wczesny taoizm czerpał swoje kosmologiczne koncepcje z przyrodniczej szkoły Yinyang i był pod silnym wpływem jednego z najstarszych tekstów kultury chińskiej – I Ching (Yi Jing), który w sposób filozoficzny pokazuje ludzkie zachowanie w zgodzie z naprzemiennymi cyklami natury. Filozofia taoizmu skoncentrowana jest wokół pojęcia *tao* (道), które w dosłownym tłumaczeniu oznacza drogę, nurt, obrany kurs. Jest ono źródłem i wzorem dla wszystkiego, co istnieje. *Tao* jest esencją świata, nie da się go zdefiniować słowami, ponieważ ulega ciągłym przemianom, jest ponad ludzkimi zmysłami i możliwościami poznawczymi. Świat i wszystkie zdarzenia pozostają w równowadze, następując po sobie cyklicznie, zamknięte w kręgu życia. Czynnikiem, który może zaburzyć równowagę *tao*, jest człowiek, bowiem jako jedyny ma świadomość jej istnienia. Naruszenie równowagi sprowadza nieszczęście, dlatego stworzona została lista zasad, których przestrzeganie pozwala utrzymać ład i harmonię świata. Nauka taoizmu uczy o różnych dyscyplinach osiągania doskonałości poprzez harmonizację z *tao*. Osiągnięcie najwyższego stopnia oznacza osiągnięcie nieśmiertelności, a dążenie do niej podyktowane jest przez przestrzeganie pięciu przykazań taoizmu i dziesięciu dobrych uczynków. Drugim obok *tao* ważnym pojęciem taoizmu jest *wu wei*, czyli w dosłownym tłumaczeniu „niedziałanie” lub działanie bez intencji. Należy zaznaczyć jednak, że taoistyczne pojęcie „niedziałania” nie jest równoznaczne z biernością, a wręcz przeciwnie – *wu wei* to sztuka działania, która otwiera przed człowiekiem nowe możliwości poznawcze, pozwala wyzbyć się nadmiaru słów, uczy samopanowania i otwartości. *Wu wei* jest procesem akceptowania i jednoczenia swoich działań z nurtem wszechświata. Nacisk kładziony jest na trzy skarby: współczucie (慈), oszczędność (儉) i pokorę (不敢為天下先). W chińskiej świadomości taoizm spowodował odejście

od ceremoniałów, etykiety oraz jednoznacznego kategoryzowania norm moralnych jako dobre lub złe (Zwoliński, 2007, s. 124). W zamian za to skupienie się na pracy nad własnym wnętrzem – samorealizacją jednostki. Spełnienie nie jest jednak możliwe bez odnalezienia własnego „kręgu życia”, w którym zawarte są pomyślność, kariera, relacje zarówno partnerskie, jak i biznesowe, przyjaźnie itp. Wszystkie czynniki są ze sobą połączone, a oddzielenie ich od siebie powoduje zaburzenie równowagi (Hoff, 1995, s. 13-60). Wszelkie nagłe zmiany w porządku świata są uważane za szkodliwe, bowiem „*mędrzec nie próbuje zmieniać świata na siłę, bo wie, że przemoc rodzi tylko przemoc*” (Laozi, 2016). Filozofia taoizmu była jednym z przyczynków do odrzucenia przez Chiny założeń Konsensusu Waszyngtońskiego. Jak zauważa M. Leonard, chiński program gospodarczy skoncentrowany na powolnym przyłączeniu Chin do reszty świata nastąpił na narzuconych przez Chiny warunkach, całkowicie odrzucając zachodnią demokrację liberalną (Leonard, 2009, s. 24).

Drugą wielką filozofią, bez której nie sposób zrozumieć odmienności w postawie etycznej i gospodarczej, jest konfucjanizm. Początki konfucjanizmu związane są nieodłącznie z osobą Konfucjusza (孔子), chińskiego myśliciela, żyjącego w latach 551-479 p.n.e., dla którego głównym tematem rozważań było społeczeństwo i codzienne życie. Konfucjusz nie zostawił po sobie pism, a jego myśl i doktryna zostały zebrane później przez jego uczniów w ramach *Pięcioksięgu konfucjańskiego* (五经)⁴⁹. Uzupełnieniem *Pięcioksięgu* jest *Czteroksiąg konfucjański*, również zebrany i spisany przez Zhu Xi (朱熹) (1130-1200), jednego z uczniów mistrza. Tam właśnie znajdziemy właściwy spis poglądów Konfucjusza na władzę, politykę, gospodarkę i etykę społeczną⁵⁰.

W przeciwieństwie do taoizmu, konfucjanizm kładzie silny nacisk na doktrynę, zasady oraz obyczaje. Etykieta oraz umiejętność jej praktycznego zastosowania są wyróżnikami człowieka szlachetnego. W świadomości Chińczyków etykieta rozumiana jest jako

⁴⁹ *Pięcioksiąg konfucjański* to tak naprawdę zbiór pięciu ksiąg klasycznych, które zgodnie z tradycją przypisywane są Konfucjuszowi. Są to Księga Przemian (易经), Księga Pieśni (诗经), Księga Rytuałów (礼记), Księga Dokumentów (书经), Kronika Wiosen i Jesieni (春秋). Pierwotnie zbiór stanowił Sześcioksiąg, jednak jedno z pism - Księga Muzyki (月经, zaginęło za panowania dynastii Zhou. Prawdopodobnie jednak atrybucja pism jest jedynie umowna, wiele wskazuje na to, że trzy księgi powstały przed urodzeniem się Konfucjusza (Kajdański, 2005).

⁵⁰ Księga Wielkiej Nauki (大学) – rozpoczynająca się od słów: „*wielkiej nauki droga prowadzi ku oświeceniu*”, stanowi esencję konfucjańskiej filozofii społecznej z komentarzem; Doktryna Środka (中庸) – opisująca uzasadnienie filozofii społecznej w ujęciu metafizycznym; księga tłumaczy i syntetyzuje główne idee konfucjanizmu, buddyzmu i taoizmu; Dialogi konfucjańskie (论语) – najbardziej chaotyczna ze wszystkich ksiąg, stanowi zbiór aforyzmów i krótkich przypowieści Konfucjusza, skupiając się na pojęciu moralności; Księga Mencjusza (孟子) – zbiór przypowieści traktujących o drodze do stania się człowiekiem cnotliwym, życzliwym i prawym; wskazuje także na źródła wielu chińskich mitów.

przestrzeganie obrzędów i tradycji, zachowanie stosowne do sytuacji, a także dobór odpowiednich słów do wypowiedzi i stroju do okazji (Czarnik, 2001, s. 72). U podstaw konfucjanizmu leży również umiłowanie do przeszłości, która idealizowana stanowić ma wzór do naśladowania dla przyszłych pokoleń. Konfucjusz zarzucał społeczeństwu brak poszanowania dla starożytnych zasad, które w jego mniemaniu zostały zapomniane lub traktowane z pogardą. Nawoływał do powrotu do tradycji jako podwalin cywilizacji. Jednocześnie popierał otwarty dostęp do nauki, twierdząc, że nie pochodzenie, lecz umiejętności powinny determinować przyszłość człowieka (Wójcik, 2006, s. 133). Wiedza (知识) oraz towarzysząca jej prawość (义) stanowiły przepustkę do rozumienia moralności *ren*. Człowiek Konfucjusza jest jednostką ze wszech miar humanitarną, która podejmuje działania w sposób spokojny i opanowany, jest wolna od uprzedzeń, pamięta o etykietce, a także nieustannie pracuje nad swoją wiedzą i charakterem.

Poglądy Konfucjusza na społeczeństwo i władzę oparte są na relacjach rodzinnych. Rodzina (家) to podstawowa jednostka społeczna, w której skład wchodzi rodzice, synowie wraz z żonami i dziećmi, niezamężne córki oraz bezzenni synowie. Córki zamężne przypisane są już do rodziny męża. Nazwisko było podstawowym elementem spajającym rodzinę, a najwyższą władzę miał ojciec. Warto podkreślić, że w Chinach, odwrotnie niż w kulturze europejskiej, człowiek jest przyporządkowany nazwisku, a nie nazwisko człowiekowi. Był to element konfucjańskiego założenia „naprawy nazw” (正名), polegający na tym, aby każdemu elementowi świata przypisać właściwą mu funkcję wynikającą z jego nazwy. Osobom mającym to samo nazwisko, nawet jeśli nie łączyły ich więzy krwi, przypisywano określone zasady postępowania, na przykład nie mogły się pobrać ani wystąpić przeciwko sobie (Kunstler, 1994, s. 296-297). W obrębie rodziny należało postępować zgodnie z zasadami szacunku, który młodsi winni okazywać starszym. Zgodnie z naukami Konfucjusza dobre stosunki rodzinne miały bezpośrednie przełożenie na ład społeczny. Dobry władca utożsamiany był z dobrym ojcem rodziny, który musi być cierpliwy i opanowany, aby działać dla dobra swojego ludu, a swym postępowaniem ma wskazywać ludziom drogę do cnoty. Istotnym elementem władzy jest osobista charyzma władcy.

Najważniejszym czynnikiem odróżniającym filozofię Chin od postaw popularnych na Zachodzie jest praktycznie całkowite pominięcie jednostki. Kolektywna natura grupy widoczna jest w każdym aspekcie życia. W świadomości społecznej Chińczyk powinien umiejscowić się w grupie, a swym postępowaniem dążyć do uzyskania dobra właśnie swojego kręgu, a nie swoich osobistych korzyści. Ponadto władca czy lider grupy powinien

wykazywać się postawą moralną godną naśladowania. Słowo przywódcy jest uznawane za prawdę i nie podlega dyskusji. Zasada ta oddziałuje bezpośrednio na chiński model zarządzania, w którym bezkrytyczne posłuszeństwo traktowane jest jako najwyższa cnota. Praktyczne wykorzystanie nauk Konfucjusza widoczne jest na poziomie aparatu urzędniczego, który miał być przedłużeniem władzy cesarza. Dobry urzędnik powinien mieć szereg cnót opartych na etyce konfucjańskiej, wśród których najbardziej ceniona była ślepa lojalność wobec władcy, sprawiedliwość i potrzeba doskonalenia. Zastosowanie znalazła również konfucjańska zasada hierarchiczności, zgodnie z którą obowiązki względem przełożonego stoją ponad obowiązującym prawem⁵¹.

Kolejną spuścizną konfucjanizmu oddziałująca na współczesny rozwój gospodarczy jest zamiłowanie do tradycji i poszanowanie jej. Zakorzenione w chińskiej świadomości przekonanie o wyższości własnej cywilizacji nad kulturą Zachodu, szczególnie w dziedzinie sztuki wojennej oraz nauki, odegrało znaczącą rolę w rozwoju współczesnej gospodarki Chin. Bardzo ważna jest tutaj tradycyjna etyka, w której pracowitość, pragmatyzm, szczerść oraz uczciwość są bardziej cenione niż kreatywność i własne zdanie. Obowiązkowość, cierpliwość, szacunek wobec starszych, spokój to pożądane cechy także w biznesie. Chińczycy wysoko cenią sobie ludzi łagodnych i wytrwałych, a interesy robią między sobą, nie między firmami, dlatego osobisty kontakt jest dla nich niezwykle ważny. W kulturze chińskiej znamienne jest pojęcie „zachowania twarzy” (面子), które możemy przyrównać do dobrej reputacji i wysokiej pozycji społecznej danej osoby. Co ważne, pojęcie „twarzy” nie odnosi się do cech fizycznych, lecz do inteligencji, umiejętności, dobrych kontaktów czy zasobności portfela⁵². Należy podkreślić, że przy każdym wystąpieniu publicznym jednostka reprezentuje nie siebie, ale przypisaną jej rolę społeczną. W związku z tym „zachowanie twarzy” istotne jest dla całej reprezentowanej grupy. Pokrewnym terminem jest „utrata twarzy” (丢面子), co oznacza utratę autorytetu, wiarygodności, obrazę i często jest równoznaczne z zakończeniem stosunków biznesowych. Sytuacji, podczas których może dojść do utraty twarzy, jest wiele, m.in. nieodpowiednie zachowanie, popełnienie

⁵¹ W konfucjanizmie obowiązywała trzystopniowa hierarchia, zgodnie z którą władca kierował poddanym, ojciec kierował synem, a mąż sprawował władzę nad żoną. Te trzy reguły widoczne są również we współczesnym społeczeństwie chińskim.

⁵² Słowo *mianzi* odnosi się jedynie do konceptu społecznej reputacji i jest całkowicie oddzielne od słowa oznaczającego twarz jako część anatomiczną (脸). Wysoko cenione *mianzi* to status, na który należy sobie zapracować. Człowiek ma tylko jedną *lian*, ale w różnych sytuacjach, okolicznościach może przyjmować odmienne *mianzi*. Warto nadmienić, że o takim podziale pojęć możemy mówić jedynie w północnych Chinach, gdzie język mandaryński jest głębiej zakorzeniony. Na południu oraz w Hongkongu pojęcia te mogą się od siebie różnić; (Ho, D.Y. F, 1976, s. 867-884).

przestępstwa, niewiedza, przyznanie się do błędu lub okazanie słabości, niekontrolowanie emocji, wybuchy gniewu, odmowa przyjęcia pomocy lub jej nieudzielenie.

Rozważając wpływy kulturowe na chiński rozwój gospodarczy, nie można pominąć znaczenia *guanxi* (关系)⁵³. Nie istnieje dosłowne tłumaczenie tego terminu na język polski czy angielski, a najczęściej bywa używane do opisu relacji bądź stosunków międzyludzkich⁵⁴. Jest także podstawowym pojęciem do zrozumienia chińskich zależności społecznych i biznesowych. *Guanxi* opisuje powiązania społeczne i biznesowe oparte na wzajemnych interesach i korzyściach (Yang, 1992). Uogólniając, relacja *guanxi* jest nieformalna i oparta na osobistych przynależnościach (Alston, 1989)⁵⁵.

Guanxi pomimo wieloznaczności pojęcia jest bardzo mocno osadzone w kulturze Chin. Geneza pojęcia ma swoje miejsce w konfucjanizmie i jego koncentracji na roli człowieka w społeczeństwie. Kolejnym odniesieniem do Konfucjusza jest tu szacunek do tradycji i hołdowanie etykietce, które szczególnie widać w sytuacjach biznesowych. Chińscy przedsiębiorcy przed podjęciem konkretnych działań dążą do poznania swojego przyszłego partnera, najlepiej osobiście, w sytuacji, która w krajach zachodnich uznana byłaby za „nieformalną”. Pierwszemu spotkaniu przed rozpoczęciem rozmów powinien towarzyszyć cały ceremoniał (etykieta), do którego należy zaproszenie partnera do starannie wybranej wcześniej restauracji, dobranie menu, a nawet wznoszenie toastów za pomyślność przyszłej kooperacji. Wydarzeniu towarzyszy też właściwa oprawa fotograficzna lub filmowa. Innym niezwykle ważnym aspektem jest obecność „biznesowej swatki”, czyli osoby polecającej, która pomaga obu firmom wejść w relacje. Taka osoba, tzw. *zhongjian ren* (中间人), powinna cieszyć się nienaganną reputacją, gdyż będzie ona w razie konfliktu pośredniczyć między

⁵³ Termin *guanxi* w zachodniej literaturze po raz pierwszy pojawił się w latach 80. jako jeden z czynników kulturowych, które należy brać pod uwagę przy prowadzeniu biznesu w Chinach. (Pye, 1986; Alston, 1989).

⁵⁴ Tłumacząc chińskie znaki na język polski, trzeba pamiętać, że w różnych kontekstach dany chiński znak może przyjmować różne znaczenie. Ponadto jeden znak może być jednocześnie kilkoma różnymi częściami mowy. Analizując słowo *guanxi*, należy przyjrzeć się osobno każdemu z dwóch znaków. Pierwszy znak 关 (*guan*) może przyjmować znaczenie czasownikowe jako „zamknąć” oraz rzeczownikowe jako „przejście” lub „bariera”. Drugi znak 系 (*xi*) może oznaczać „system” lub „połączyć”. Nawet w języku chińskim *guanxi* może przyjmować wiele znaczeń.

⁵⁵ W literaturze przedmiotu wyróżnia się trzy podstawowe typy *guanxi*:

1. powiązania ekspresywne – to relacje najczęściej o podłożu rodzinnym, oparte na zasadach równości, egalitaryzmu, najczęściej łączące osoby z tej samej rodziny, a zasięg powiązań jest ograniczony;
2. powiązania mieszane – przeważnie występują między osobami z kręgów znajomych lub przyjaciół, których łączy wspólne pochodzenie, praca czy miejsce zamieszkania. Ten typ zależności w dużej mierze oparty jest na wzajemnych przysługach. Szczególne znaczenie ma tutaj *mianzi* czy dobra twarz, która świadczy o reputacji poszczególnych członków społeczności;
3. powiązania instrumentalne – najczęściej o charakterze biznesowym, krótkotrwale. Relacja oparta jest wówczas na powszechnie przyjętych normach sprawiedliwości oraz zasadach utilitaryzmu (Lee, Jia, Wong, 2001, s. 52–53).

partnerami. *Guanxi* ma też swoje ciemne oblicze, bowiem zakorzenione głęboko w chińskiej mentalności dążenie do wybierania znanych partnerów, najlepiej z najbliższych kręgów lub z polecenia, prowadzi do powstawania układów, często noszących znamiona korupcji. Obecny w Chinach „kapitalizm pola golfowego” bywa trudny do zaakceptowania przez zachodnich partnerów⁵⁶.

Kolektywizm to kolejny z fundamentów chińskiego modelu rozwoju gospodarczego. Idea stawiania dobra grupy ponad dobrem jednostki ma swoją genezę w spektrum kulturowym nie tylko Chin, lecz większości państw Azji Wschodniej. Harmonia wewnątrz grupy, bezpieczeństwo, poszanowanie dla tradycji, wytrwałość oraz integralność to cechy bardziej pożądane niż wykazywanie indywidualnych osiągnięć i koncentracja na jednostce. W Chinach widoczne są oba rodzaje kolektywizmu: instytucjonalny i wewnątrzgrupowy. Ten pierwszy determinowany jest na przykład przez silną rolę państwa w gospodarce, które dąży do równomiernego wynagradzania jednostek, a także przez powszechne przekonanie, że tylko wspólne działania mogą doprowadzić do realizacji określonego celu. Przykładem drugiego rodzaju jest chociażby zjawisko *guanxi*. Ponadto Chińczyków cechuje duże poczucie lojalności wobec rodziny, przyjaciół, firmy oraz duma z przynależności do danej grupy. Świadomość przynależności do grupy, akceptacji i przywiązania są w kulturze chińskiej znacznie wyżej cenione niż indywidualne sukcesy jednostki. Kolektywizm oraz długofalowe planowanie stają się jednymi z podstawowych cech sukcesu ekonomicznego Chin (Musiałek, 2010, s. 34). System religijno-filozoficzny skierowany na osiągnięcie sukcesu państwa, w którym wszyscy obywatele dążą do wspólnego celu, pozwolił władzom Chin na realizację wielu programów gospodarczo-społecznych, które przyczyniły się do wzrostu produkcji w Chinach. Z drugiej strony kolektywizm przyniósł równie wiele skutków negatywnych, których konsekwencje są odczuwalne do dziś. Ślepe podążanie za tradycją i sposobem myślenia starszych, edukacja oparta na powtarzaniu utartych wzorców oraz postawa nawołująca do uznania zdania większości doprowadziły do zaniku kreatywności oraz innowacyjności wśród naukowców. Brak wykształcenia umiejętności krytycznego myślenia spowodował, że przez wiele lat Chiny były skazane na kopiowanie zachodnich rozwiązań, ale mimo wielu programów promujących młode talenty liczba innowacji i chińskich technologii przez wiele lat

⁵⁶ Termin „kapitalizm pola golfowego” odnosi się do praktyki wykorzystywania rozwoju pola golfowego jako pretekstu do przyciągania inwestycji, kształtowania elitarnego stylu życia, a także do ukrywania korupcyjnych działań. W praktyce oznacza to wykorzystywanie projektów golfowych jako narzędzia do osiągania celów biznesowych i politycznych, pomimo istniejących ograniczeń prawnych. Pojęcie to odnosi się również do zjawiska nierówności społeczno-ekonomicznych i nadużywania władzy, które mogą być związane z takimi projektami (Walkowski, 2017, s. 356).

pozostawała w tyle za krajami zachodnimi. W dużej mierze przyczyniło się do tego piętnowanie własnego zdania oraz kreatywności, które od najmłodszych lat wpajane jest dzieciom.

Spośród szerokiego spektrum kultury chińskiej w kontekście rozwoju gospodarczego należy wymienić jeszcze jeden aspekt, jakim jest tradycja preferencji syna. W tradycyjnej strukturze rodzinnej kobieta podporządkowana jest kolejno ojcu, następnie mężowi, a w razie jego śmierci – własnemu synowi, a jej pozycja za każdym razem jest niższa niż pozycja mężczyzny. Szacunek należy się jedynie kobietom, które zostały matkami i urodziły syna. Preferencja męskiego potomka ma swoje korzenie w chińskim systemie klanowym, w którym syn nadawał pozycję rodzinie, przekazywał dalej nazwisko oraz zapewniał przetrwanie rodu. Ponadto chłopcy byli silniejsi, a przez to bardziej zdolni do pracy na roli i utrzymania pozostałych członków swojego klanu. Do obowiązków syna należała opieka nad rodzicami w podeszłym wieku, dlatego „korzyści” wynikające z wychowywania dziewczynki były dla rodziny znacząco mniejsze, a posiadanie żeńskiego potomstwa często postrzegano jako obciążenie ekonomiczne. Te tradycyjne przekonania uległy złagodzeniu za czasów Mao Zedonga, jednak po upadku reżimu powrócono do tradycyjnych zasad patriarchalnego ładu (Hućko, 2014, s. 224). Brak odpowiedniego wsparcia państwa przez wieki prowadził do dzieciobójstwa i porzucania dziewczynek, a w konsekwencji dochodziło do nierówności demograficznych w stosunku płci.

Narastający problem pogłębiło promowanie idei kontroli urodzeń, która doprowadziła do wprowadzenia w 1977 r. tzw. „polityki jednego dziecka” (计划生育政策). Badacze z obszaru nauk społecznych propagowali marksistowską myśl, tłumacząc problemy chińskiej gospodarki brakiem równowagi między wzrostem populacji a wzrostem gospodarczym. Celem programu było ograniczenie gwałtownego przyrostu naturalnego poprzez zakaz posiadania więcej niż jednego dziecka. Przepisy były szczególnie surowo egzekwowane na obszarach miejskich, a posiadanie drugiego dziecka lub kolejnych dzieci było obwarowane wysoką opłatą. Nowa polityka doprowadziła do fali aborcji selektywnych (obecnie oficjalnie zakazanych) ze względu na płeć dziecka, a tym samym wzmocniła tendencje demograficzne od dawna odczuwalne w chińskim społeczeństwie. W 2014 r. stosunek mężczyzn do kobiet w chińskiej populacji wynosił 51,23 do 48,77⁵⁷. Zgodnie z danymi portalu Statista stosunek mężczyzn do kobiet w 2020 r. wyniósł 105,4 do 100⁵⁸. Ta dysproporcja

⁵⁷ Na podstawie: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2015/indexeh.htm>, dostęp: 21.07.2021.

⁵⁸ Problem niedoboru płci żeńskiej w Chinach często określany jest w literaturze jako zjawisko *missing women*. Ciekawych badań dostarczyli naukowcy z Uniwersytetu w Kansas, którzy wykazali, że problem ten może być poważniejszy, niż podają oficjalne statystyki, a właściwa liczba brakujących kobiet od 1982 do 2016 r. waha się między 10 a 15 mln (Jiang, Li, Feldman, Sánchez-Barricarte, 2012, s.461-479).

doprowadziła do powstania kolejnych konsekwencji zarówno społecznych, jak i ekonomicznych, szczególnie widocznych na terenach wiejskich. Młode Chinki, często zdając sobie sprawę z możliwości znalezienia męża w mieście, decydują się na wyjazd z miejsca swojego urodzenia, zaś w wioskach pozostają głównie mężczyźni. Takie wioski, nazywane „wioskami kawalerów”, pełne są samotnych mężczyzn, którzy nie mają ani odpowiedniej pozycji społecznej, ani pieniędzy na założenie i utrzymanie rodziny. W konsekwencji stanowiąc będą spore obciążenie dla państwowego systemu pomocy społecznej, bo nigdy nie doczekają się dzieci, które będą mogły utrzymywać ich na starość. Do istotnych problemów należy też wzrost przemocy seksualnej, handel kobietami z krajów ościennych, takich jak Wietnam czy Tajlandia, wzrost prostytucji oraz porzucanie małych dziewczynek.

Problem „wiosek kawalerów” powiązany jest z kolejnym chińskim uwarunkowaniem społeczno-gospodarczym, jakim jest *hukou* (户口), czyli system meldunkowy w ChRL. Historycznie *hukou* istnieje już od czasów cesarskich Chin, jednak obecna forma wprowadzona została dekretem Mao Zedonga w 1958 r. jako forma dziedziczonego pozwolenia na pobyt stały i pracę w danym miejscu. Od tej pory cała migracja wewnątrz kraju mogła odbywać się jedynie za przyzwoleniem władz państwowych. Pierwotną przyczyną wprowadzenia obowiązku meldunkowego było zatrzymanie masowej migracji chłopów na tereny miejskie. Obywatel mógł legalnie pracować oraz korzystać z państwowego systemu edukacji i opieki zdrowotnej tylko w obrębie swojego *hukou*, które było dziedziczne w sukcesji po matce. Rozróżniano dwa typy meldunku: rolniczy (*nongye*) i nierolniczy (*feinong ye*). Osoby posiadające przypisanie miejskie mogły cieszyć się większym szacunkiem społecznym, a ten rodzaj meldunku dawał też większe przywileje społeczno-gospodarcze. W latach 1956-1976 władze prowadziły systematyczne kontrole, których celem było wychwytywanie osób podejmujących pracę poza miejscem swojego meldunku. Od lat 90. XX w. następowało stopniowe rozluźnienie obostrzeń związanych z *hukou*, począwszy od wprowadzanie specjalnych pozwoleń na migrację, dziedziczenie po matce oraz po ojcu czy możliwość zakupu nieruchomości przez mieszkańców posiadających odmienne *hukou* (Chan, 2009, s. 197-216). Nadal jednak uzyskanie *hukou* w dużych metropoliach, takich jak Pekin czy Szanghaj, jest niezwykle trudne. Istnieje kilka dróg zmiany swojego społecznego przypisania, takich jak zainwestowanie znacznej sumy pieniędzy w biznes w danym mieście, wykazanie się licznymi, indywidualnymi zasługami wobec danego miasta lub wejście w związek małżeński z osobą posiadającą upragniony status. Konwersja nie następuje jednak od razu po ślubie, a okres przejściowy, tzw. kwalifikacyjny, wynosi od pięciu do nawet dziesięciu lat, w zależności od miasta. Kobiety z terenów wiejskich wyjeżdżają więc do miast, by szukać tam męża

o lepszym statusie społecznym, z bardziej pożądanym *hukou*, potęgując tym samym nierówności między miastem a wsią.

Równocześnie zmiany w polityce demograficznej, takie jak odejście od zasady jednego dziecka czy późniejsze wprowadzenie polityki trójki dzieci, choć formalnie znaczące, nie zostały wsparte odpowiednimi działaniami wspierającymi życie rodzinne⁵⁹. Trzydzieści siedem lat restrykcyjnych regulacji doprowadziło do powstania silnej presji społecznej, w ramach której rodzice koncentrują wszystkie zasoby na wychowaniu jednego dziecka, zapewnieniu mu jak najlepszego startu w przyszłość. Rosnące koszty życia w połączeniu z „wyścigiem szczurów” doprowadziły do sytuacji, w której mało którą rodzinę stać na wychowanie jednego dziecka, nie mówiąc już o drugim. Dzieci od najmłodszych lat wychowywane są w przekonaniu, że muszą odnieść sukces, w związku z czym uczęszczają na wiele zajęć pozaszkolnych – od korepetycji po zajęcia sportowe. W latach 2015-2021, kiedy nastąpiło pierwsze złagodzenie polityki dzietności w ChRL, rząd nie wdrożył praktycznie żadnych działań wspierających życie rodzinne, takich jak pomoc finansowa czy dostęp do placówek opiekuńczych. W 2021 r. rząd poza wspomnianą już polityką trójki dzieci rozpoczął też wiele działań zaradczych, mających na celu zmniejszenie presji sukcesu wśród dzieci. Przykładem takiego działania jest wydane w 2021 r. rozporządzenie zakazujące korepetycji w ramach przedmiotów z programu edukacji podstawowej. Zgodnie z nowymi wytycznymi samorządy nie mogą zezwalać na powstawanie ośrodków korepetycji poza kampusem szkolnym, a istniejące ośrodki muszą zmienić swój status na organizacje non profit. Natomiast ośrodki szkoleniowe sportowe, kulturalne lub technologiczne muszą uzyskać pozytywną akredytację odpowiednich departamentów ministerialnych przed rozpoczęciem działalności. Głównym założeniem nowego programu jest podniesienie standardów kształcenia oraz zmniejszenie obciążenia finansowego rodziców⁶⁰.

Omówione zostały kluczowe aspekty kulturowe i społeczne, które wpłynęły na rozwój chińskiej gospodarki. Przedstawiono główne filozofie, takie jak taoizm i konfucjanizm,

⁵⁹ Jednym z największych problemów gospodarczych współczesnych Chin jest katastrofalna sytuacja demograficzna. Jeżeli trend spadku urodzeń będzie się utrzymywał do 2100 r., populacja Chin może się zmniejszyć o około 1 mld mieszkańców, poważną część stanowiąc będą wówczas emeryci. Spis powszechny przeprowadzony w Chinach w grudniu 2020 r. pokazał, że tempo przyrostu naturalnego w latach 2010–2020 wynosiło 5,4%, to najniższy wynik uzyskany od czasu, kiedy zaczęto prowadzić spis, czyli od lat 50. XX w. Wprowadzona 31 maja 2021 r. „polityka trójki dzieci” (三孩政策), poza samą zgodą na posiadanie większej liczby potomstwa, oferować będzie też liczne programy wspierające finansowo rodziców, aby zachęcić młodych ludzi do prokreacji. Na podstawie: http://www.xinhuanet.com/politics/2021-05/31/c_1127513067.htm, dostęp: 21.07.2021.

⁶⁰ Na podstawie *The General Office of the CPC Central Committee and the General Office of the State Council issued the „Opinions on Further Reducing the Burden of Homework and Off-campus Training for Students in Compulsory Education*. http://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content_5627132.htm, dostęp 17.12.2023.

które ukształtowały chińską mentalność i podejście do zarządzania, etyki pracy oraz relacji społecznych. Taoizm, z naciskiem na harmonię z naturą i filozofię *wu wei*, promuje równowagę i nieangażowanie na siłę, co miało wpływ na chińską niechęć do gwałtownych zmian. Konfucjanizm natomiast kładzie nacisk na hierarchię, etykietę oraz kolektywizm, który dominuje w chińskich relacjach społecznych i biznesowych. Ważną rolę odgrywają także system *guanxi*, hierarchiczne powiązania społeczne oraz preferencja dla męskiego potomstwa, co wpłynęło na długotrwałe problemy demograficzne i strukturalne.

2.4. Charakterystyka sztuki chińskiej

Chińska tradycja artystyczna należy do najstarszych na świecie, a cechą wyróżniającą jest nieprzerwana ciągłość i świadomość jej istnienia. Sztuka chińska w przeciwieństwie do sztuki zachodniej nie doświadczyła okresów upadku i odbudowy, a pierwsze jej przejawy, głównie proste rzeźby oraz ceramika, pojawiły się już w epoce kamienia około 10 000 lat p.n.e. Historia chińskiej sztuki obejmuje wszystkie formy sztuki wizualnej wywodzące się z Chin, kształtowane przez chińską kulturę i tworzone przez chińskich artystów. Tradycyjna sztuka chińska wykazuje pewne cechy wspólne, jednak każda dynastia charakteryzowała się odrębnymi stylami, a kluczowe okresy historyczne wyznaczają zmiany w ewolucji chińskiego dzieła sztuki. Warto zaznaczyć, że kultura i sztuka od zawsze odgrywały ważną rolę w kształtowaniu świadomości społecznej i postaw w Państwie Środka. Z. Li w jednym ze swoich esejów na temat estetyki pisał, „*że sztuka jest narzędziem kształtującym ludzki umysł*” (Li, 1986, s. 2).

Ze względu na bogactwo i różnorodność tradycji artystycznych, pojęcie sztuki chińskiej obejmuje szeroki zakres form wyrazu, takich jak malarstwo, kaligrafia (w tym kaligrafia pieczęciowa, polegająca na rytowaniu znaków w twardym materiale i ich późniejszym odbijaniu na papierze lub jedwabiu), rzeźba, ceramika, architektura, malarstwo na jedwabiu, sztuka rytualna i wotywna, a także twórczość nowoczesna, performatywna i literacka. Mimo tej różnorodności wszystkie te dziedziny łączy wspólne zakorzenienie w chińskiej filozofii i systemach wartości. Analizując sztukę chińską, można wyróżnić kilka zasadniczych aspektów:

1. aspekt metafizyczny, taoistyczny – chińskie społeczeństwo od czasów sztuki prehistorycznej kładło ogromny nacisk na zrozumienie wzorców natury i harmonię z nią. W sztuce natura traktowana była jako przejaw sił twórczych przenikających kosmos. Głównym celem sztuki chińskiej stało się wyrażanie ludzkiego

zrozumienia tych sił życiowych poprzez różne formy, takie jak malarstwo, ceramika czy rzeźba;

2. aspekt moralny, konfucjański – sztuka chińska pełniła funkcje społeczne i moralistyczne. Władcy i urzędnicy przedstawiani byli jako wzorce cnót i przykład lojalności wobec państwa. Malarstwo portretowe miało podkreślać nie tylko cechy fizyczne, ale przede wszystkim charakter i status społeczny;
3. aspekt przedstawieniowy – sztuka dworska często przedstawiała pomyślne i pamiętne wydarzenia, ale malarstwo religijne występowało rzadko. W sztuce chińskiej sięgano zazwyczaj po tematy szlachetne i inspirujące, unikając przedstawień zbyt realistycznych lub niegodziwych;
4. aspekt koncentracji na wewnętrznej istocie przedstawianego przedmiotu – chińscy artyści skupiali się na wyrażaniu wewnętrznej istoty przedmiotu, zamiast na realistycznym odwzorowywaniu natury. Skały i strumienie postrzegane były jako „żywe” rzeczy, widoczne manifestacje niewidocznych sił kosmosu;
5. aspekt symboliczny – sztuka chińska jest pełna symboliki, artyści starają się przedstawić pewne aspekty całości, z którymi są intuicyjnie związani. Konkretny symbole, takie jak bambus, smok czy żuraw, były używane do przekazywania głębszych znaczeń⁶¹.

Najbardziej charakterystyczną formą sztuki jest tradycyjne malarstwo chińskie. Związany z nim termin „cztery skarby gabinetu” lub „cztery skarby ucznia” (文房四宝) odnosi się do tradycyjnych narzędzi, stosowanych przez artystów praktykujących malarstwo tuszem. Są to:

1. pędzel (毛笔) – tradycyjny pędzel malarski powstawał z włosia różnych zwierząt, m.in. koni, kóz czy wiewiórek, co pozwalało uzyskać odmienne efekty artystyczne;
2. tusz (墨) – charakterystyczną cechą chińskiego tuszu jest jego trwałość – naniesiony na papier staje się praktycznie niemożliwy do skorygowania;
3. kamień do mielenia tuszu (砚台) – taki kamień używany jest do rozrabiania i rozpuszczania suchego tuszu, tworząc jednolitą pastę gotową do użycia. Były to często kamienie posiadające różnorodne wzory;

⁶¹ Opracowanie własne na podstawie: Künstler M.J., *Sztuka Chin*, Warszawa 1991; Miklós P., *Malarstwo chińskie. Wstęp do ikonografii malarstwa chińskiego*, tłum. M. Künstler, Warszawa 1987.

4. papier ryżowy (宣紙) – papier *xuan*, wyróżnia się lekkością, delikatnością i dużą chłonnością, co sprzyja swobodnemu prowadzeniu pędzla. Wybór odpowiedniego papieru ryżowego ma wpływ na końcowy efekt dzieła (Yang, 2015, s. 87–90).

Dla malarstwa chińskiego ogromne znaczenie ma też *amor vacui* (łac. umiłowanie pustki) i symbolika barw. Pustka w malarstwie chińskim nie jest brakiem, ale pełni istotną funkcję, stając się nośnikiem ducha, emocji i transcendencji artystycznej. Pustka nie jest pojęciem negatywnym, stanowi istotę, która może być wyrażona poprzez sztukę malarską. Staje się przestrzenią, w której niematerialne aspekty takie jak uczucia i dźwięki mogą być wyrażone. Tradycyjne zalecenie malarskie sugeruje, że na obrazie jedną trzecią powinna zajmować pełnia, podczas gdy dwie trzecie należy przeznaczyć na pustkę (Klejnowski-Różycki, 2015, s. 79-87). W malarstwie chińskim znaczenie kolorów jest silnie związane z kosmologią chińską, szczególnie z „pięcioma elementami” (五行). W odniesieniu do barw każdemu z pięciu elementów przypisano konkretne kolory: zieleń dla drzewa, czerwień dla ognia, żółty dla ziemi, biel dla metalu i czarny dla wody.

Symbolika barw w kulturze chińskiej ma długą tradycję i jest silnie zakorzeniona w filozofii oraz praktykach religijnych. Biel (白) łączono z kierunkiem zachodnim, prostotą i czystością, ale również ze starością i przemijaniem. Cynober (丹), minerał wykorzystywany w taoistycznej alchemii, symbolizował równowagę, długowieczność i nieśmiertelność. Czerń (黑) wiązano z północą, wodą oraz smakiem słonym; w sferze symbolicznej oznaczała ona zarówno mrok i śmierć, jak i honor oraz mądrość. Czerwień (紅), związana z południem i żywiołem ognia, uchodziła za kolor pomyślności i bogactwa; w sztuce teatralnej malowane na czerwono twarze postaci wskazywały na ich świętość lub lojalność. Barwa purpurowa (紫) odsyłała do idei spokoju i wierności, podczas gdy błękit (藍) niósł znaczenia ambiwalentne: kojarzono go z niebieskim smokiem i uczonym, ale w kosmologii chińskiej bywał traktowany jako kolor niepożądany. Zieleń (綠) odzwierciedlała życie, wiosnę i odnowę, choć mogła również oznaczać obecność złych duchów. Szczególną rangę posiadała żółć (黃), uznawana za barwę cesarską, związaną z centrum świata, prestiżem i ideą rozwoju; jej znaczenie obejmowało zarówno wymiar kosmologiczny, jak i polityczny (Eberhard, 2001).

Wymienione cechy charakterystyczne malarstwa chińskiego wskazują, że między malarstwem chińskim a zachodnim istnieją istotne różnice, których znajomość jest kluczowa dla zrozumienia sztuki chińskiej. Obejmują one podejście do twórczości, wartość doskonałości,

a także fundamentalne zrozumienie roli obrazu w kontekście kultury chińskiej i europejskiej.

Do najważniejszych różnic należą:

1. akty twórcze vs. naśladownictwo – w malarstwie chińskim artyści traktują obraz jako akt twórczy, a nie jako naśladownictwo rzeczywistości, natomiast w malarstwie europejskim długo obowiązywała zasada *mimesis*, czyli wiernego odwzorowania otaczającego nas świata;
2. iluzjonizm vs. ontologia – w malarstwie chińskim podkreśla się ontologiczne podejście, gdzie obraz traktowany jest jako niezależny akt twórczy, oddzielony od prostego naśladowania. Natomiast w europejskim malarstwie istniało długo panujące przekonanie o wartości iluzji, gdzie udało się zmylić widza poprzez osiągnięcie doskonałego podobieństwa do rzeczywistości;
3. podejście do doskonałości – w malarstwie chińskim doskonałość wiąże się z ożywieniem obrazu, nadaniem mu życia, a nie z iluzją. W europejskim malarstwie doskonałość była często kojarzona z doskonałym odwzorowaniem rzeczywistości i zmyleniem widza (Miklos, 1987, s. 11).

Chińskie malarstwo podobnie jak europejskie podzielić można na szkoły obejmujące wiele nurtów, w tym starożytnych, nowożytnych, współczesnych i najnowszych. Każda szkoła charakteryzuje się swoimi unikalnymi cechami, prezentując różnorodność. Wszystkie mają też swoich wybitnych przedstawicieli o charakterystycznym stylu. Chińska tradycja malarstwa jest bogata i różnorodna, a dokładną liczbę szkół trudno precyzyjnie określić. Najważniejsze szkoły malarskie zostały zestawione w aneksie 1.

W przeciwieństwie do sztuki zachodniej, gdzie nowo pojawiające się nurty zastępowały swoich poprzedników, a kolejne szkoły malarstwa stopniowo dominowały na danym obszarze, chińskie malarstwo tradycyjne przez wieki zachowało swoją wartość i wciąż jest jednym z najważniejszych rodzajów sztuki w Chinach. Z tego powodu sztuka współczesna pojawiła się w ChRL w drugiej połowie XX w. Warto również zauważyć, że w przypadku Chin wyróżnia się dwa terminy o bardzo podobnym brzmieniu:

- chińska sztuka współczesna – dotyczy konkretnego gatunku sztuki pochodzącej z Chin, z uwzględnieniem różnorodnych koncepcji i kierunków;
- współczesna sztuka chińska – to bardziej ogólne pojęcie, które obejmuje szeroki zakres różnych gatunków sztuki powstałych w okresie po 1949 r. (Zhou, 2019).

Większość badaczy jak np. C. Ribeiro posługuje się pojęciem chińska sztuka współczesna, które „odnosi się do dzieł powstałych od 1978 r., pierwotnie poza akademiami”

(Ribeiro, 2022, s. 241)⁶². Początki chińskiej sztuki współczesnej upatrywane są w zakończeniu rewolucji kulturalnej, natomiast dzieła powstałe w latach 1949-1978 uważane są za skutki działania propagandy⁶³. Przed reformami otwarcia funkcjonowała jedynie dualna klasyfikacja sztuki:

- sztuka oficjalna, zgodna z polityką władzy;
- sztuka nieoficjalna, do której zaliczano: akty, abstrakcje lub dzieła ekspresjonistyczne (Sullivan 2008, s. 713)⁶⁴.

Lata 80. XX w. przyniosły szereg ważnych wydarzeń i przełom w chińskiej sztuce współczesnej. Otwarcie gospodarcze spowodowało także rozpoczęcie wymiany kulturalnej. Pod wpływem zachodniego postimpresjonizmu i ekspresjonizmu powstały pierwsze chińskie grupy artystyczne, takie jak New Wave, Shanghai Young Artists Group, New Space Group oraz Stars Group. Oprócz ugrupowań artystycznych pojawiły się także nowe ruchy artystyczne, czyli Scar Art, Szkoła Realizmu, Chińska Abstrakcja i Chiński Ekspresjonizm (Sullivan, 2008, s. 715). Klasyfikacja nurtów sztuki po 1949 r. została zestawiona w tabeli 2.3.

Tabela 2.3. Sztuka chińska w latach 1949-2022

Lata	Okres w sztuce	Charakterystyka	Przedstawiciele
1949-1966	Sztuka siedemnaście lat zwana też wizualną utopią	Odnosi się do propagandowych przedstawień chińskiej rzeczywistości, które prezentowały rajske, dostatnie warunki życia i sukces socjalizmu. Celem sztuki było promowanie ideologii komunistycznej i utrzymanie poparcia społecznego dla rządzącej partii, mimo faktycznych trudności i kryzysów.	Większość propagandowych twórców tego okresu pozostaje bezimienna. Spośród niewielu znanych przedstawicieli wymienić należy plakacistów: Jin Meishenga, Fang Linga
1966-1976	Sztuka rewolucji kulturalnej, czyli anty-kultura	Sztuka czerwonychwardzistów, początkowo tworzona, przez twórców amatorów była masowym ruchem propagandowym. Z czasem autorami dzieł zostali profesjonalni artyści, jednak zachowywali oni anonimowość jako ważną cechę swojej sztuki. Popularną techniką było gwasz i drzeworyt, a sztukę cechowały silny kontrast i sceniczne przedstawienie postaci.	Zhang Shaocheng

⁶² Początkowo używano terminu „sztuka awangardowa”, jednak w latach 90. XX w. zastąpiono go terminem „sztuka eksperymentalna”. Punktem stycznym był fakt, że oba te określenia dotyczyły sztuki powstającej poza oficjalnym obiegiem kształcenia akademickiego, walczącej o kreatywną wolność.

⁶³ Mao Zedong w swoim przemówieniu „Rozmowy o literaturze i sztuce” 1942 r. wspominał, że sztuka ma służyć ludziom, czyli tworzenie sztuki powinno opierać się na wytycznych wydanych przez partię komunistyczną (Sullivan, 2008, s. 712).

⁶⁴ Pomimo że chińskie władze w latach 1950-1978 ograniczyły swobodę wypowiedzi artystycznej, w tym czasie powstało kilka niezwykle znaczących dla sztuki chińskiej dzieł, które zyskały nawet własną nazwę – Czerwona Klasa (1919-1976) (Zhao, 2007, s. 183). Do najważniejszych artystów tego okresu zaliczyć należy Zao Wou-ki, Zhu Dequn, Cai Guoqiang, Xu Bing (Zhao, 2007, s. 193).

Lata	Okres w sztuce	Charakterystyka	Przedstawiciele
		Sztuka w świątyniach, czyli „kampania budowania Boga” to realistyczne przedstawienia Mao Zedonga, do których dodano element romantyzmu, który miał ukazywać przywódcę jako lidera wszechpotężnej rewolucji o boskich cechach.	Liu Shaoqi, He Kongde, Tang Daxi, Tang Muli
		Czarne malarstwo (ok. 1971-1976) – to sztuka powstała w reakcji na polityczne naciski w sztuce. Artystów skupiających się na tej sztuce cechowała niezależność od oficjalnych dogmatów, a ich prace często były związane z tradycją literacką, zwłaszcza shanshui (pejzażu) i intensywne używanie koloru czarnego.	Huang Yongyu, Shilu, Li Keran
		Sztuka No Name – funkcjonowała na marginesie społeczeństwa i establishmentu artystycznego. Jej członkowie, często bez formalnego wykształcenia artystycznego, dążyli do sztuki dla samej sztuki, kultywując indywidualizm i odporność na polityczne i społeczne trendy.	Zhao Wenliang, Yang Yushu, Zhang Da-an, Shi Zhenyu,
		Sztuka artystów wykluczonych – ci artyści często działali poza oficjalnymi instytucjami artystycznymi i rzadko mieli okazję do wystawiania swoich prac publicznie. Ich twórczość charakteryzowała się dążeniem do ideałów tradycyjnej sztuki literackiej, często odmiennych od głównego nurtu artystycznego tamtych czasów.	Huang Qiuyuan, Chen Zizhuang
1977-1984	Sztuka rewolucji post kulturowej	Scar Art – skupiał się na eksponowaniu traum i krzywd wyrażonych podczas Rewolucji Kulturalnej.	Cheng Conglin
		Sztuka akademicka – postulowała powrót do formalnego piękna sztuki oraz zapożyczała elementy z tradycyjnego malarstwa chińskiego.	Wu Guanzhong, Xiao huixiang
		Realizm wiejski – koncentrował się na przedstawianiu życia wiejskiego społeczeństwa, jego codziennych zajęć, zwyczajów i relacji społecznych. Realizm wiejski miał na celu ukazanie autentycznego życia na wsi, często z elementami krytyki społecznej lub politycznej.	Chen Yifei, Liu Haisu
		Sztuka niezależna – skupiona wokół ugrupowania artystycznego zwanego <i>Starts Society</i> , które zrzeszało artystów młodego pokolenia, bez obciążenia tradycyjnym szkoleniem, sfrustrowanych rzeczywistością polityczną. Sztuka była dla nich wyrazem swobodnej ekspresji, a swoje wzorce czerpali z zachodniego modernizmu.	Huang Rui, Ma Desheng, Wang Keping, Qu Leilei, Zhong A-Cheng, Li Yongcun (pseudonim Bo Yun), Yan Li, Li Shuang, Ai Weiwei, Mao Lizi, Zhu Jinshi, Yin Guangzhong
1985-1989	Sztuka awangardowa ⁶⁵	Malarstwo racjonalistyczne – wykorzystywało głównie tradycyjne techniki malarskie, takie jak olej, tusz czy rzeźba, aby wyrazić nowoczesne idee. Artyści tego nurtu skoncentrowali się na rewolucji w sferze duchowej, a nie formalnej. Uważali, że nośnik artystyczny jest mniej istotny niż przekazywane przez niego myśli.	Północna Grupa Artystyczna, grupa Czerwona • Podróż, grupa Nowa Przestrzeń '85

⁶⁵ Wystawa China Avant-Garde to przełomowe wydarzenie dla chińskiej sztuki współczesnej. Odbyła się w 1989 r. w Narodowym Muzeum Sztuki w Pekinie i prezentowała 297 dzieł w różnych technikach, takich jak malarstwo, rzeźba, fotografia, wideo i instalacja, autorstwa 176 artystów. Wydarzenie to miało duże znaczenie polityczne i społeczne, odbywając się około dwóch miesięcy przed demonstracjami na placu Tian'anmen i cztery miesiące przed ich krwawym stłumieniem przez rząd. Wystawa została dwukrotnie zamknięta, miała burzliwą historię kuratorską, ale stworzyła przestrzeń społeczną odzwierciedlającą politykę, ekonomię i kulturę tamtego okresu w Chinach.

Lata	Okres w sztuce	Charakterystyka	Przedstawiciele
		Nurt „prąd życia” – był jednym z głównych trendów awangardowych w Chinach w latach 80. XX w. Artystom tego nurtu zależało na eksploracji własnego świata podświadomości, emocji i intuicji, zamiast dążyć do racjonalizmu. Ich sztuka cechowała się ekspresyjnym stylem i wykorzystaniem symboliki i metafor nawiązujących do ludzkiego umysłu.	Southwest Art Research Group, Miyang Studio
		Anty-sztuka – pojawiła się w 1986 r. jako reakcja na tradycyjne media, zwłaszcza malarstwo olejne. Artyści anty-sztuki sprzeciwiali się abstrakcji metafizycznej i dążeniu do wiecznej natury, jakie charakteryzowało malarstwo racjonalistyczne. Zamiast tego, dążyli do realizacji transcendencji w realnym życiu, skupiając się na poszerzaniu mediów artystycznych, sztuce akcji, działaniach artystycznych jako wydarzeniach kulturalnych oraz przyjęciu postawy postmodernistycznej.	Liu Han, Dong Chao, Hu Zhaoyang, Wang Baijian
1989-1999	Sztuka pod wpływem globalizacji	Polityczny Pop – nurt łączył polityczne ikony z elementami kultury pop, odwołując się do zarówno symboliki socrealizmu, jak i konsumpcjonizmu.	Wang Guangyi, Yu Youhan, Li Shan, Feng Mengbo, Hong Hao, Liu Dahong, Ren Jian
		Cyniczny realizm – sztuka tego nurtu często ukazywała bezsilność jednostki wobec systemu oraz brak wiary w idee rewolucji czy postępu społecznego.	Liu Wei, Wang Jinsong, Liu Xiaodong, Xin Haizhou, He Sen
		Sztuka „Nowego Pokolenia” - nurt ten cechowała artystyczna wolność wyrażenia, eksperymentowanie z różnymi mediami i technikami.	Fang Lijun, Liu Wei, Wang Jinsong, Liu Xiaodong, Xin Haizhou, He Sen
		Chińscy artyści na arenie międzynarodowej - zaczęli brać udział w międzynarodowych wystawach i biennale, wymianach kulturowych, co przyczyniło się do zwiększenia ich międzynarodowej widoczności i wpływu.	Yu Youhan, Li Shan, Wang Guangyi, Zhang Xiaogang
2000-	Sztuka nowych mediów i sztuka cyfrowa	Sztuka skoncentrowana wokół nowych mediów: video, animacji 3D, Internetu i VR, pokazująca cyfrową świadomość i refleksję nad wirtualnością.	Lu Yang, Miao Ying, Yang Fudong
2000-	Sztuka społecznie zaangażowana	Sztuka często tworzona na granicy legalności, z uwagi na bezpieczeństwo artystów często poza granicami Chin. Nastawiona na krytykę władzy, cenzury oraz migracji.	Ai Weiwei, Badiucuo, Liu Bolin
2000-	Sztuka kobiet	Sztuka tworzona przez chińskie artystki, skoncentrowana na tematyce seksualności, zmysłowości i cielesności.	Lin Tianmiao, Chen Qiulin, Cui Xiuwen

Źródło: opracowanie własne na podstawie Zhou, M. (2009). *Contemporary Chinese America: Immigration, ethnicity, and community transformation*.

Analizując chińskie dzieła sztuki, szczególnie malarstwo, niezbędne jest uwzględnienie specyficznych cech, takich jak m.in. technika wykonania, rodzaj podłoża, sposób sygnowania, wymiary, orientacja kompozycji, data powstania, proveniencja, wzmiankowanie w literaturze, certyfikat autentyczności oraz płeć artysty. Czynniki te niosą nie tylko walor estetyczny, lecz także posiadają znaczenie symboliczne, historyczne i rynkowe, nierzadko głęboko zakorzenione w filozofii i praktyce artystycznej Chin. W przypadku chińskiego malarstwa tradycyjnego wyróżnić można dwa główne nurty:

- *gongbi* (工笔), które charakteryzuje się precyzyjnym, realistycznym oddaniem szczegółów;
- *xieyi* (写意), które koncentruje się na ekspresji i syntetycznym przedstawieniu obiektu, a właściwym celem jest „przekazanie idei”.

Obie techniki powstały na bazie malarstwa tuszem, które stanowiło podstawowe medium artystyczne, łącząc elementy malarstwa i kaligrafii. Przy pomocy specjalnego pędzla artysta tworzył zróżnicowaną dynamikę linii, dzięki czemu możliwa była rezygnacja z perspektywy linearnej na rzecz ekspresji kreski i pustki, zgodnej z taoistycznym pojmowaniem świata (Clunas, 2009). Poza tuszem wykorzystywano także farby mineralne i roślinne, jednak kolor zawsze pełnił rolę drugorzędą, a podstawową formą był kontur. Wysoce ceniona była umiejętność operowania gradacją tuszu (*cunfa* 皴法), która pozwalała artyście na oddanie np. głębi krajobrazu. W technice *xieyi*, stosowanej zwłaszcza w malarstwie literackim (文人画), szczególnie ceniono spontaniczność prowadzenia kreski, co nadawało dziełu cechy performatywne (Fong, 1992).

Do tradycyjnych rodzajów podłoża w malarstwie chińskim zaliczyć należy papier ryżowy (宣纸) oraz jedwab (丝). Oba te materiały cechują się wysoką chłonnością, co wymuszało na artyście precyzję i pewność ruchu, ponieważ korekty były niemal niemożliwe. Papier został wynaleziony w Chinach w II w. p.n.e., jednak szczególną popularność zyskał dopiero w czasach dynastii Tang ze względu na niższy koszt produkcji i łatwość transportu. Jedwab natomiast uchodził za materiał bardziej prestiżowy, dlatego często był wykorzystywany w dziełach przeznaczonych dla cesarskiego dworu (Sullivan, 2008). Wybór podłoża wpływał na format, orientację oraz przeznaczenie dzieła sztuki. Papier stosowano głównie w albumach i zwojach poziomych, podczas gdy jedwab był typowy dla większych zwojów pionowych i malarstwa dekoracyjnego.

Sygnatura w sztuce chińskiej w przeciwieństwie do malarstwa zachodniego nie pełni jedynie funkcji identyfikacyjnej, lecz ma także znaczenie artystyczne i konwencjonalne. W malarstwie chińskim najczęściej spotykanym sposobem sygnowania jest inskrypcja wykonana pędzlem, zawierająca imię artysty oraz datę powstania. Często uzupełnia ją także kompozycja poetycka lub dedykacja, a całość dopełnia odcisk pieczęci (印). Pieczęć stanowi integralny element kompozycji, może wskazywać na autora, właścicieli dzieła, kolekcjonerów lub historyczne autorytety (kaligrafów, poetów), którzy kontemplowali dane dzieło (Ledderose, 2001). Zastosowanie wielu pieczęci na jednym obrazie, zarówno przez twórcę,

jak i późniejszych posiadaczy, tworzy swoistą warstwę palimpsestową. W sztuce literackiej zarówno sygnatura i kaligrafia stanowią integralną część dzieła (Cahill, 1995).

W sztuce chińskiej w przeciwieństwie do sztuki zachodniej, w której format dzieła często wiąże się z określoną funkcją (np. portret, pejzaż, obraz ołtarzowy), rozmiary dzieł są ściśle powiązane z rodzajem użytego zwoju (*juan* 卷 lub *zhang* 幅). Najpopularniejsze formy to:

- zwój pionowy – *lizhou* (立轴);
- zwój poziomy – *hengjuan* (横卷);
- album – *ce* (册);
- wachlarz – *shan* (扇).

Każda z tych form warunkuje specyficzną narrację wizualną i wpływa na recepcję dzieła. Poza formą istotnym czynnikiem wpływającym na percepcję dzieła jest także jego orientacja. Orientacja pozioma jest typowa dla zwójów z przedstawieniem krajobrazowym. Widok horyzontalny służy kontemplacji i skłania widza do powolnego oglądania dzieła, segment po segmencie, co stanowi odzwierciedlenie idei duchowej podróży (遊) przez pejzaż. Z kolei orientacja pionowa spotykana jest w dziełach przeznaczonych do ekspozycji na ścianie, ponieważ pozwala na całościowy odbiór sceny. W porównaniu do orientacji poziomej – jest bardziej narracyjna i monumentalna. Wybór orientacji uwarunkowany był funkcją społeczną i celem użytkowania dzieła. Kompozycja pionowa częściej stosowana była w malarstwie portretowym, podczas gdy pozioma dominowała w pejzażu (山水).

Datowanie w sztuce chińskiej nie jest proste z uwagi na wielowarstwowy charakter kompozycji, a także uwarunkowania kulturowe związane z tradycją kopiowania mistrzów oraz reinterpretacji dzieł. „Oddanie hołdu” mistrzowi poprzez wykonywanie kopii jego dzieł jest powszechnie przyjętą praktyką w przypadku tradycyjnego malarstwa chińskiego. Z tego względu datowania chińskiej sztuki tradycyjnej jest niezwykle trudne, wymaga ostrożności, a także podejścia interdyscyplinarnego (łączącego analizę formalną ze studiami nad inskrypcjami i badaniem materiału) (Barnhart, 1997).

Ponadto znaczna część dzieł tradycyjnego sztuki chińskiej posiada autorskie datowanie kaligraficzne zapisane w systemie kalendarza księżycowego, który wymaga przeliczania na kalendarz gregoriański. Wiele inskrypcji nie pochodzi jednak od autora, lecz została dodana później przez ucznia lub kolekcjonera. Z tego względu istotnym narzędziem datującym jest analiza stylistyczna prac danego artysty oraz porównanie z innymi z tej samej szkoły malarskiej (np. akademii Song, szkół Zhejiang czy Lingnan) (Sullivan, 2008). W przypadku

sztuki współczesnej ustalenie daty powstania jest znacznie łatwiejsze, ponieważ bazuje na podpisie twórcy i dokumentacji galeryjnej. Zdarzają się jednak przypadki celowego antydatowania lub fałszywego przypisania autorstwa.

Proweniencja, czyli pochodzenie dzieła również pełni ważną rolę w analizie autentyczności, wartości rynkowej i historycznego znaczenia obiektu. W przypadku sztuki chińskiej, gdzie historia kolekcjonerstwa sięga czasów dynastii Han, proveniencja może być nadzwyczaj złożona, obejmując nie tylko wcześniejszych właścicieli, ale również kontekst historyczny, polityczny i kulturowy (Clunas, 2009). Dzieła klasyczne oznaczane były często pieczęciami właścicieli np. cesarzy, urzędników, kolekcjonerów, a obecność takich pieczęci w połączeniu z dokumentacją z archiwów (np. z cesarskich archiwów Zakazanego Miasta lub katalogów z dynastii Qing) pozwala na odtworzenie pełnej linii własności danego dzieła. W większości przypadków proveniencja jest jednak fragmentaryczna lub trudna do ustalenia. Dotyczy to głównie dzieł wywiezionych z Chin w XIX i XX w. podczas wojen i grabieży muzealnych (Hearn, 2008).

Wzmiankowanie w literaturze naukowej, katalogowej lub kolekcjonerskiej to kolejny czynnik, który świadczy o znaczeniu kulturowym i historycznym dzieła. W przypadku dzieł klasycznych wzmianki mogą pochodzić z poezji, katalogów cesarskich czy traktatów estetycznych np. *Shuhua Jianzhang* (書畫鑑藏). Ich identyfikacja wymaga jednak biegłości w klasycznym języku chińskim oraz znajomości kodów kulturowych danego okresu (Bush, 2012). W literaturze anglojęzycznej wiele z tych opracowań pojawiło się dopiero w XX w., wraz z rozwojem historiografii sztuki chińskiej.

Z uwagi na obecność fałszyfikatów, na rynku sztuki chińskiej wprowadzone zostały certyfikaty autentyczności *zhenshupingzheng* (真实性凭证) stanowiące formalne potwierdzenie autorstwa dzieła. Certyfikaty najczęściej wydawane przez samego artystę (o ile żyje), galerie, domy aukcyjne, ekspertów lub instytucje muzealne. W Chinach funkcjonują również niezależne instytucje i laboratoria zajmujące się analizą materiałową oraz ekspertyzą porównawczą, choć ich wiarygodność bywa zróżnicowana (Velthuis & Baia, Curioni, 2015). Dla dzieł klasycznych autentyczność często ustalana jest na podstawie porównań stylistycznych, inskrypcji, pieczęci oraz proveniencji, a certyfikaty mają charakter opisowy i są efektem ekspertyz znawców. Ponadto domy aukcyjne zatrudniają własne zespoły ekspertów, a kupujący zyskują możliwość reklamacji dzieła w przypadku podważenia autentyczności w określonym czasie po dokonaniu zakupu. Pomimo tych mechanizmów, brak

ujednoliconego, państwowego systemu certyfikacji pozostaje jednym z głównych wyzwań rynku sztuki w Chinach.

Płeć twórcy dzieła sztuki w Chinach, przeważnie nie jest widoczna bezpośrednio w sygnaturze, jednak stanowi istotny kontekst kulturowy, który wpływa na percepcję dzieła. Historycznie, malarstwo i kaligrafia były domeną mężczyzn z elit literackich (文人), a twórczość kobiet była marginalizowana i nieraz traktowana jako działalność amatorska. Dzieła kobiet powstawały głównie na użytek prywatny, nierzadko pozostając anonimowe lub podpisane pseudonimem, co utrudnia ich identyfikację i ocenę wkładu w rozwój estetyki chińskiej (Ko, 1994). Dopiero w czasach dynastii Ming pojawiły się udokumentowane przykłady artystek (np. Guan Daosheng czy Chen Shu), jednak ich twórczość była zwykle klasyfikowana jako „sztuka kobieca” – *nühua* (女画), która charakteryzowała się subtelną, intymną formą i „lekką” tematyką.

3. CHARAKTERYSTYKA CHIŃSKIEGO RYNKU SZTUKI

3.1. Historyczny rozwój chińskiego rynku sztuki

Chiński rynek sztuki od początku swojego istnienia przechodził liczne przeobrażenia, odzwierciedlające zmiany w kulturze – od funkcji czysto użytkowych ku artystycznemu kunsztowi oraz od prostych form wymiany po stopniowe kształtowanie się świadomości gospodarki towarowej (Łakomska, 2015, s. 7). Po utworzeniu tzw. Nowych Chin przez Mao Zedonga w 1949 r., nastąpił znaczący spadek w handlu dziełami sztuki. Socjalizm i centralizacja zdeterminowały kierunki gospodarcze, a produkcja i podaż dóbr, w tym dzieł sztuki, zostały ujednolicone przez rząd. Budowa i administracja muzeów była w całości nadzorowana przez władze, a polityka rządu ograniczyła obieg zabytków kultury. Prawdziwym przełomem była Wielka Proletariacka Rewolucja Kulturalna (1966-1976), podczas której sztuka uznana została za społecznie szkodliwą, a wiele bezcennych zabytków, dzieł sztuki i książek zostało celowo zniszczonych. W ich miejsce wprowadzone miały być nowe dzieła i książki zgodne z doktryną maoizmu. Rewolucja Kulturalna na wiele lat przyczyniła się do spadku sprzedaży na rynku dzieł sztuki, a jej efekty odczuwalne są do dziś zarówno w wymiarze ekonomicznym (brak podaży niektórych dzieł sztuki), jak i społecznym (poszanowanie dla dawnej tradycji i zabytków).

Przeprowadzone w latach 80. XX w. reformy Deng Xiaopinga doprowadziły do otwarcia Chin na świat i stopniowego rozwoju chińskiego rynku sztuki. Liberalizacja, która towarzyszyła reformom, przyniosła istotne zmiany w chińskim społeczeństwie i doprowadziła do zwiększenia zainteresowania obrotem dziełami sztuki. Istnieje kilka podziałów faz rozwoju chińskiego rynku sztuki. The European Fine Art Foundation (TEFAF) wyróżnia dwie fazy rozwoju, które skoncentrowane są wokół rynku aukcyjnego:

1. okres eksplozywnego wzrostu (2004-2011) – był wynikiem rosnącej gospodarki oraz większego zainteresowania sztuką jako formą inwestycji. Handel aukcyjny w kraju szybko się rozwijał, osiągając rekordowe poziomy sprzedaży, cechowało go także znaczne zwiększenie liczby nowych uczestników oraz powstanie funduszy inwestycyjnych specjalizujących się w sztuce;
2. okres dojrzałości (2012-2018) – wtedy nastąpił zwrot ku dojrzałości rynkowej, skupiając się na jakości i pojawieniu się „dojrzałych kolekcjonerów”. Okres ten cechuje się także rozwojem prywatnych muzeów i rosnącym zainteresowaniem

sztuką zachodnią. Targi sztuki stały się ważnymi miejscami transakcji artystycznych, odzwierciedlając bardziej dojrzały i zróżnicowany rynek (TEFAF, 2019).

Bardziej rozbudowany podział został zaproponowany przez Qina, który wyróżnia pięć faz rozwoju chińskiego rynku sztuki:

1. okres przejściowy (1980-1989);
2. okres wzrostu (1990-2008);
3. okres dostosowawczy (2009-2011);
4. okres kompleksowej budowy (2012-2014) (Qin, 2015).

Okres przejściowy wyznacza moment, w którym po raz pierwszy od czasów Rewolucji Kulturalnej odnotowano wzmożone zainteresowanie handlem dziełami sztuki. Zjawisko to było efektem poprawy warunków życia społeczeństwa oraz korzystniejszych uwarunkowań społeczno-ekonomicznych. Wciąż nie można jednak mówić o istnieniu rynku sztuki w jego współczesnym rozumieniu – brakowało nowoczesnych galerii, aukcji i targów, a miejsca handlu antykami i dziełami sztuki dopiero zaczęły powstawać w ramach wydzielonych przez władze przestrzeni. Przykładem takiej lokalizacji był szanghajski rejon Da Pu Lu (打浦路), gdzie sprzedawcy oferowali rękodzieło oraz przedmioty artystyczne. Funkcjonowały także tradycyjne pracownie malarskie, specjalizujące się głównie w kaligrafii i malarstwie tuszem. Wiele ich wyrobów trafiało do hoteli obsługujących zagranicznych gości i turystów. Z czasem pojawiły się kolejne, już oficjalnie zatwierdzone miejsca sprzedaży antyków, m.in. ulica Fangbanglu (方浜路) w Szanghaju, Panjiayuan (潘家园) w Pekinie czy Beijing Antique City, które stało się symbolem rozwijającego się rynku antykwarycznego (Li, 2017, s. 84–87). Za punkt zwrotny w tym procesie uważa się wystawę Star Art (星星美展) zorganizowaną w 1979 r., będącą manifestem sprzeciwu wobec polityki kulturalnej ChRL i marginalizacji artystów współczesnych (Doran, 1993, s. 19)⁶⁶. Wydarzenie to otworzyło drogę do handlu sztuką współczesną w Chinach lat 80. XX w.

⁶⁶ Działalność chińskich artystów współczesnych tworzących w latach 80. i 90. XX w. podzielić można na dwa nurty: sztukę oficjalną i nieoficjalną. Określenie sztuka oficjalna oznacza twórczość instytucjonalną zgodną z polityką państwa, która koncentrowała się na tradycyjnych technikach malarstwa tuszem lub kaligrafii albo „realistycznym” malarstwie olejnym w stylu socrealizmu. Był to nurt wspierany przez władzę, promowany na uczelniach artystycznych oraz dający szansę na ekspozycję w muzeach czy galeriach sztuki. Sztuka nieoficjalna oznaczała natomiast sztukę awangardową, undergroundową oraz eksperymentalną, które jako technikę wypowiedzi wybierały nowe techniki, nowe media, instalację czy performance, pozostające bez wsparcia władzy, bez możliwości pokazywania swoich prac. Wystawa prac artystów awangardowych została wywieszona nielegalnie na balustradzie Chińskiej Narodowej Galerii Sztuki, po tym jak artystom odmówiono przestrzeni wystawienniczej. Grupa Star Art osiągnęła zamierzony efekt, przyciągając uwagę opinii publicznej do swoich dzieł, a także doprowadziła do sprzedaży jednego z obrazów z wystawy, autorstwa Yan Li. Obraz ten uznany został za pierwszy obraz sztuki współczesnej sprzedany oficjalnie po reformach i otwarciu Chin (Li i Huang, 2020).

Okres wzrostu stanowi kolejny etap rozwoju chińskiego rynku sztuki, w którym widoczna była zmiana podejścia władz do kultury i roli sztuki w życiu społecznym. W efekcie zaczęły powstawać nowe instytucje, takie jak domy aukcyjne, galerie i muzea, a równocześnie wprowadzono ramy prawne regulujące obrót dziełami. Rosnące zainteresowanie prywatnymi kolekcjami doprowadziło do dyskusji nad legalizacją aukcji sztuki. W 1991 r. Chińska Narodowa Konferencja Kulturalna dopuściła możliwość zakładania domów aukcyjnych na terenie Chin kontynentalnych, co uzasadniano koniecznością ograniczenia nielegalnego handlu i wprowadzenia zasad regulacji rynkowej. Pierwsza aukcja odbyła się w 1992 r. (Davis, 2004, s. 31), a już rok później otwarto China Guardian – pierwszy liczący się chiński dom aukcyjny⁶⁷. W krótkim czasie powstały kolejne instytucje tego typu, m.in:

- Duo Yun Xuan Art Auctioneers (1993 r.) w Szanghaju;
- Shanghai New Century Auction (1993 r.);
- Beijing Hanhai Art Auction Co., Ltd., znany obecnie jako Beijing Hanhai Auction Co., Ltd. (1994 r.) (Davis, 2004, s. 32–37).

Rozwój rynku wymagał jednocześnie stworzenia nowych regulacji prawnych. Wprowadzono m.in. Ustawę o prawie autorskim Chińskiej Republiki Ludowej (《中华人民共和国著作权法》), przepisy dotyczące zarządzania obrotem dziełami sztuki (《艺术品经营管理办法》) oraz Ustawę o aukcjach Chińskiej Republiki Ludowej (《中华人民共和国拍卖法》) (Kamykowska, 2020). W 1995 r. powstało również stowarzyszenie China Association of Auctioneers (CAA), którego zadaniem jest koordynacja i nadzór nad aukcjami, a także promocja branży oraz świadczenie usług eksperckich i doradczych⁶⁸.

W tym samym okresie rozwijała się prywatna inicjatywa kolekcjonerska. Właściciele zbiorów coraz częściej organizowali pokazy, akcentując ich wartość edukacyjną i patriotyczną. Zjawisko to doprowadziło do powstania tzw. „muzeów gospodarstwa domowego”, a działalność prywatnych instytucji muzealnych została zalegalizowana w 1993 r. przez Miejskie Biuro Kultury w Pekinie (Xianggang, 2008, s. 43–46).

Równolegle otwierano pierwsze komercyjne galerie sztuki. Do najważniejszych należały: Red Gate Gallery (红门画廊), założona w 1991 r. w Pekinie, koncentrująca się na sztuce współczesnej; Courtyard Gallery (四合院), otwarta w 1996 r., promująca

⁶⁷ Była także odpowiedzią na zapotrzebowanie społeczne dotyczące zakupu dzieł sztuki chińskiej. Z powodów finansowych wielu kupujących decydowało się na założenie kolekcji tańszych, bardziej przystępnych obiektów, takich jak znaczki pocztowe, pudełka po zapalniczkach, gazety, czasopisma, monety, bilety do teatru (Davis, 2004, s. 31).

⁶⁸ <http://www.caa123.org.cn/frontNcShowIntroAction.do?method=showNewsByID&ID=103>, data dostępu: 31.01.2020.

awangardę chińską na forum międzynarodowym; a także galerie w Szanghaju, takie jak ShangArt (1991) czy MediaArt (1998) (Davis, 2004, s. 30). Legalizacji doczekały się również przestrzenie twórcze, wcześniej pełniące funkcję nieformalnych enklaw artystów. Najbardziej znanym przykładem tego procesu stał się pekiński 798 Art District, który w kolejnych latach zyskał status symbolu chińskiej sceny artystycznej⁶⁹.

Kolejnym okresem w rozwoju chińskiego rynku sztuki jest okres dostosowawczy, który zgodnie z wcześniejszą klasyfikacją przypada na lata 2009–2011. Po okresie dynamicznego wzrostu nastąpił spadek dynamiki chińskiego rynku sztuki, do którego przyczynił się globalny kryzys finansowy i spadek sprzedaży dzieł sztuki na wiodących rynkach światowych. W tym czasie zaobserwowano też spadek liczby nowych podmiotów handlu i ekspozycji dzieł sztuki. Powstało jednak wiele innowacji na rynku sztuki, które podzielić można na następujące kategorie:

- indeksy dzieł sztuki;
- fundusze inwestycyjne dotyczące dzieł sztuki;
- fundusze powiernicze;
- prywatne firmy finansujące sztukę (McAndrew, 2014).

Do największych osiągnięć w tym okresie zaliczyć należy powstanie Centrum Analiz i Badań Rynku Sztuki AMRC, czyli pierwszej profesjonalnej krajowej instytucji zajmującej się analizą rynku sztuki. Stworzona przy AMRC platforma badań i rozwoju finansowania rynku sztuki w Chinach stała się najważniejszym źródłem wiedzy o chińskim rynku sztuki. W tym czasie wprowadzono także indeks Yachang (AAMI), czyli indeks rynku sztuki nadzorowany przez Art Market Monitor of Artron (AMMA), który odzwierciedla zmiany cen na rynku sztuki⁷⁰.

Okres kompleksowej odbudowy rozpoczął się w 2012 r. Wprowadzono wtedy obowiązek certyfikacji domów aukcyjnych przez CAA. Pierwsza lista instytucji, które spełniły określone kryteria jakościowe, objęła 44 podmioty⁷¹. Zwiększenie standardów przełożyło się na większą przejrzystość i stopniowy wzrost zaufania uczestników rynku, a od 2013 r.

⁶⁹ Otwarta w 2002 r. na terenach dawnej fabryki broni, która początkowo służyła chińskiej Akademii Sztuk Pięknych CAFA jako przestrzeń magazynową, później stworzono tam tymczasową pracownię dla studentów i pracowników wydziału, otwartą dla zwiedzających. Z czasem coraz więcej pracowni otwierało się na tym terenie, a w 2003 r. działało już ponad 30 pracowni artystycznych oraz kilka prywatnych galerii, m.in. pracownia: designera Huang Ruia (黄锐), fotografa Xu Yonga (徐勇), malarza Li Songsonga (李松松) oraz wydawcy Roberta Bernella. Prywatne galerie to Beijing Tokyo Art Projects (BTAP, 北京东京艺术工程) czy Space Gallery, <https://www.798district.com/>, dostęp 28.01.2024.

⁷⁰ <https://amma.artron.net/artronindex.php>, dostęp 31.01.2022.

⁷¹ Ibidem.

domy aukcyjne zaczęły umacniać swoją pozycję na rynku sztuki. Równolegle na dynamikę sprzedaży negatywnie wpływało kilka czynników, takich jak ogólne spowolnienie gospodarcze, bardziej restrykcyjna polityka kredytowa oraz ograniczona dostępność dzieł sztuki. Malejące zainteresowanie licytacjami doprowadziło domy aukcyjne do poszerzenia oferty o transakcje prywatne, których legalność przez wiele lat stanowiła przedmiot sporów i dyskusji. Charakterystyczne dla chińskiego rynku było również dopuszczanie do aukcji twórczości artystów początkujących, co – jak zauważa J. Zarobell – sprzyjało manipulacjom cenowym i generowało ryzyko działań korupcyjnych (Zarobell, 2017, s. 249). Stałym wyzwaniem pozostawała też obecność falsyfikatów, które regularnie pojawiały się w obrocie aukcyjnym. Problem ten podważał wiarygodność rynku i prowadził do wzrostu liczby transakcji, które nie kończyły się realizacją płatności⁷².

Od połowy drugiej dekady XXI w. chiński rynek sztuki wszedł w nową fazę, w której coraz większą rolę zaczęły odgrywać prywatne muzea zakładane przez zamożnych kolekcjonerów. Inwestycje miliarderów w instytucje tego typu miały nie tylko charakter prestiżowy, ale też były postrzegane jako forma ochrony i zachowania dziedzictwa kulturowego. Do najważniejszych przykładów należą Today Art Museum w Pekinie, Yuz Museum w Szanghaju, OCT Contemporary Art Museum w Shenzhen czy Times Museum w Guangzhou⁷³. Wzrost sprzedaży sztuki i antyków w 2017 r. był w dużej mierze wywołany przez rozwijający się sektor prywatnych muzeów. Już rok później negatywnie na rynek wpłynęły jednak spadki na giełdzie, wywołane konfliktem handlowym pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Chinami. Kolejnym poważnym wyzwaniem była pandemia COVID-19 w 2019 r., która spowodowała kryzys w globalnej gospodarce i na międzynarodowym rynku sztuki. Chiński rynek okazał się stosunkowo odporny na te zawirowania, a konsekwencją pandemii stało się przyspieszenie procesów cyfryzacji: domy aukcyjne, dealerzy i artyści coraz intensywniej wykorzystywali platformy sprzedaży online oraz media społecznościowe, co otworzyło nowy rozdział w rozwoju tego sektora.

⁷² W 2016 r. na aukcjach w Chinach kontynentalnych opłacono jedynie 58% sprzedanych obiektów, co i tak stanowi czteropunktowy wzrost w stosunku do roku poprzedniego (*Global Chinese Art Auction Market Report 2015*).

⁷³ Na podstawie danych zawartych na stronie Chinese Museums Association, <http://www.chinamuseum.org.cn/index.html>, dostęp 30.01.2020.

3.2. Prawne aspekty chińskiego rynku sztuki

Zagadnienia legislacyjne handlu dziełami sztuki mogą być rozpatrywane w kilku kategoriach:

- przepisy dotyczące ochrony zabytków;
- regulacje dotyczące aukcji dzieł sztuki i funkcjonowania domów aukcyjnych;
- regulacje dotyczące autentyczności dzieł sztuki;
- regulacje dotyczące importu i eksportu dzieł sztuki;
- regulacje dotyczące opodatkowania dzieł sztuki.

Przepisy dotyczące ochrony zabytków odnoszą się do dziedzictwa kulturowego Chin, gdyż były one systematycznie niszczone w wyniku konfliktów zbrojnych, grabieży oraz nielegalnego przemytu. Kolejne problemy w dziedzinie ochrony dzieł sztuki spowodowała urbanizacja i postępujące uprzemysłowienie chińskich miast (Gruber 2007, s. 255). Mimo to reżim prawny dotyczący ochrony dóbr kultury kształtował się w Chinach bardzo powoli, a pierwsze ustawy regulacyjne wprowadzono dopiero w latach 80. XX w. Najważniejszym dokumentem gwarantującym prawną ochronę dziedzictwa kulturowego i dzieł sztuki było zapewnienie państwowego obowiązku ochrony dziedzictwa w chińskiej konstytucji w 1982 r. Ujęcie ochrony dóbr kultury jako konstytucyjnego obowiązku spowodowało, że organy krajowe wprowadziły liczne ustawy, a także ratyfikowały szereg traktatów międzynarodowych dotyczących ochrony dziedzictwa kulturowego. Istotnym obowiązującym prawem krajowym jest Ustawa o ochronie zabytków kultury, uchwalona w 1982 r. Definiuje ona, czym jest dobro kultury, nakłada na władze obowiązek administrowania i ochrony tych dóbr, ustanawia własność państwa nad nieodkrytymi jeszcze dobrami kultury oraz nakłada obowiązek otrzymania pozwolenia na ich eksport⁷⁴. Ustawa podkreśla również, że własność dóbr kultury przekazywana jest z pokolenia na pokolenie, a własność prywatna również podlega ochronie państwowej, co w praktyce oznacza przekształcenie własności prywatnej w państwową (Cuno, 2010, s. 95). Ustawa o ochronie zabytków kultury z 1982 r. znacząco ograniczała rozporządzanie własnością prywatną i przekazywanie dóbr kultury. W nowelizacji z 2002 r. złagodzone przepisy, legitymizując częściowo prywatne transakcje dotyczące dóbr kultury, zezwalając na:

- legalne dziedziczenie lub przyjmowanie prezentów;

⁷⁴ Ustawa ta była nowelizowana w latach 1991, 2002, 2007 i 2013 z powodu postępujących zmian ustroju gospodarczego w Chinach (Huo, 2016, s. 3).

- nabywanie zabytków w wyspecjalizowanych sklepach z dziedzictwem kulturalnym;
- zakup zabytków od przedsiębiorstwa aukcyjnego prowadzącego licytację;
- wzajemną wymianę lub przekazywanie zgodnie z prawem zabytków kultury, które zgodnie z prawem należą do poszczególnych obywateli⁷⁵.

Akty prawne dotyczące ochrony zabytków i dziedzictwa kulturowego Chin zostały zestawione w tabeli 3.1.

Tabela 3.1. Akty prawne dotyczące ochrony zabytków kultury w Chinach

Rok wprowadzenia	Ustawa	Ciało ustawodawcze
1982	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet V Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
1991	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet VII Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
1992	Zasady realizacji ustawy o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Rada Państwa
2002	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet IX Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
2003	Rozporządzenie w sprawie wykonania ustawy o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Rada Państwa
2007	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet X Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
2013	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet XII Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
2013	Rozporządzenie w sprawie wykonania ustawy o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Rada Państwa
2015	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet XII Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
2016	Rozporządzenie w sprawie wykonania ustawy o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Rada Państwa
2017	Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Stały Komitet XII Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej
2017	Rozporządzenie w sprawie wykonania ustawy o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej	Rada Państwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Law/2007-12/13/content_1384015.htm, dostęp 21.01.2024.

W ochronie dziedzictwa kulturowego równie istotną rolę pełni kodeks karny Chińskiej Republiki Ludowej. Pierwszy kodeks karny z 1979 r. zawierał jedynie dwa artykuły regulujące przestępstwa przeciwko obiektom kultury: art. 173 dotyczący przemytu

⁷⁵ Opracowanie własne na podstawie Ustawy Chińskiej Republiki Ludowej o ochronie zabytków kultury, http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Law/2007-12/13/content_1384015.htm, dostęp 11.05.2022.

oraz art. 174 dotyczący celowego niszczenia dziedzictwa kulturowego⁷⁶. Zmiany wprowadzone w 1997 r. pozwoliły na ustanowienie sześciu artykułów dotyczących przestępstw przeciwko dziedzictwu kulturowemu i zwiększenia sankcji karnych⁷⁷. Jednak nowelizacja kodeksu karnego z 2011 r. znacząco złagodziła kary nakładane za przestępstwa przeciwko dziedzictwu kulturowemu (Huo, 2013b, s. 163).

Kwestie dotyczące aukcji dzieł sztuki i funkcjonowania domów aukcyjnych reguluje uchwalona w 1997 r., a następnie znowelizowana w 2004 i 2015 r. Ustawa o aukcjach Chińskiej Republiki Ludowej. Jej celem było ujednolicenie aktów licytacji, utrzymanie porządku licytacji oraz ochrona praw i interesów wszystkich stron w procesie zawierania transakcji aukcyjnych. Dokument ten precyzyjnie określa, co może być przedmiotem licytacji, definiując go jako przedmiot, towar lub prawa majątkowe będące własnością klienta, z wyłączeniem przedmiotów, których sprzedaż jest zabroniona na mocy przepisów ustawowych lub administracyjnych. Ustawa nakłada też na obie strony transakcji liczne obowiązki, m.in. obowiązek dopełnienia formalności w odniesieniu do zabytków kultury oraz otrzymania zezwolenia na sprzedaż (jeśli takie zezwolenie jest konieczne). Ustawa definiuje też podstawowe pojęcia: licytator, przedsiębiorstwo aukcyjne, klient, oferent oraz vendée. W dokumencie określone zostały także warunki konieczne do założenia przedsiębiorstwa aukcyjnego. Są to:

- posiadanie kapitału zakładowego w wysokości minimalnej 1 mln CNY;
- posiadanie nazwy, struktury organizacyjnej, lokalu i statutu;
- zatrudnienie specjalistów ds. sprzedaży aukcyjnej, rzeczoznawców oraz innych pracowników;
- ustanowienie regulaminu obrotu aukcyjnego;

⁷⁶ Przemysł dóbr kultury, objętych zakazem wyjazdu, podlegał karze pozbawienia wolności na czas nie krótszy niż trzy lata, ale nie dłuższy niż dziesięć lat oraz grzywnie, natomiast niszczenie dóbr kultury podlegało karze pozbawienia wolności na okres nie dłuższy niż siedem lat (Huo, 2016, s. 4-5).

⁷⁷ Kolejno artykuły: (1) celowe niszczenie lub niszczenie cennych dóbr kultury (art. 324 ust. 1); (2) celowe uszkodzanie lub niszczenie miejsc o znaczeniu historycznym i kulturalnym (art. 324 ust. 2); (3) przypadkowe uszkodzanie lub niszczenie cennych dóbr kultury (art. 324 ust. 3); (4) sprzedaż lub wręczenie w prezencie cudzoziemcowi jakiegokolwiek cennego dobra kultury, którego wywóz jest zakazany (art. 325); (5) odpłatna sprzedaż dobra kultury, którego sprzedaż lub zakup jest zabroniony przez państwo (art. 326); (6) sprzedaż lub przekazanie w prezencie przez państwowe muzeum, bibliotekę lub inną instytucję dowolnego obiektu kultury znajdującego się w jego zbiorach, który znajduje się pod ochroną państwa, jakiegokolwiek instytucji lub osobie niepaństwowej (art. 327); (7) nielegalne wykopywanie lub rabowanie starożytnych miejsc kultury albo starożytnych grobowców (art. 328 ust. 1); (8) nielegalne wydobywanie lub rabowanie skamieniałości starożytnych ludzi bądź kręgowców, które są chronione przez państwo (art. 328 ust. 2) (Huo, 2013b, s. 160–161).

- przestrzeganie przepisów Rady Państwa dotyczących rozwoju handlu aukcyjnego⁷⁸.

W celu otrzymania pozwolenia na prowadzenie działalności spółki aukcyjne muszą zostać zarejestrowane w wydziale administracyjnym ds. przemysłu i handlu. Ustawa o aukcjach reguluje także kwestię ochrony kupujących, którzy na mocy prawa mogą ubiegać się o odszkodowanie, jeśli nabyte przedmioty okażą się falsyfikatami.

Przepisy regulujące autentyczność sprzedawanych dzieł sztuki mają kluczowe znaczenie dla rozwoju rynku sztuki, ponieważ autentyczność dzieła sztuki wywiera fundamentalny wpływ na ocenę wartości obiektu, a także na zaufanie do instytucji domu aukcyjnego. Handel dziełami sztuki w dużej mierze oparty jest na opiniach ekspertów oraz rzeczoznawców, którzy potrafią przypisać dzieło do konkretnego twórcy, miejsca pochodzenia, daty, okresu, a także określić jego autentyczność. Proces uwierzytelniania obejmuje więc nie tylko historyków sztuki, naukowców, lecz także prawników i sędziów. Niestety przepisy legislacyjne nie są kompletne, a ochrona przed sprzedażą i zakupem dzieł nieautentycznych pozostaje na bardzo niskim poziomie. Przykładem może być art. 61 chińskiej Ustawy o aukcjach, który mówi, że *„jeżeli aukcjoner i zleceniodawca przed sprzedażą aukcyjną deklarują, że nie mogą zagwarantować autentyczności ani jakości przedmiotu aukcji, nie ponoszą odpowiedzialności za sprzedawany obiekt”* (Philips, Kim, 2016, s. 339). Przepis ten zabezpiecza domy aukcyjne przed roszczeniami klientów w przypadku, jeśli zakupione dzieło sztuki okazało się fałszywe, a całe ryzyko zostaje przeniesione na konsumenta⁷⁹.

Rozważając kwestie fałszerstw i falsyfikatów na chińskim rynku sztuki, nie można pominąć zjawiska *yǎhuì* (雅贿), czyli „eleganckiego przekupstwa” lub „eleganckiego oszustwa”, podczas którego dzieła sztuki, kaligrafia, antyki, artefakty kultury, rzadkie rośliny itp. zostają użyte jako forma łapówki. Wyróżnia się dwa rodzaje „eleganckiego przekupstwa”:

⁷⁸ Opracowanie własne na podstawie Ustawy – Prawo aukcyjne Chińskiej Republiki Ludowej, przyjętej na XX Posiedzeniu Stałego Komitetu VIII Narodowego Kongresu Ludowego w dniu 5 lipca 1996 r., wydanej zarządzeniem nr 70 Prezydenta Chińskiej Republiki Ludowej w dniu 5 lipca 1996 r. i obowiązującej od 1 stycznia 1997 r., zrewidowanej na XI sesji Stałego Komitetu X Narodowego Kongresu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej 28 sierpnia 2004 r., <http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/Businessregulations/201303/20130300046010.shtml>, dostęp 11.05.2022.

⁷⁹ H. Zhong zwraca uwagę na trzy główne problemy rynku aukcyjnego w Chinach powodowane przez zapis art. 61:

1. spadek zaufania do instytucji domu aukcyjnego wśród kupujących, spowodowany nadmiernym faworyzowaniem podmiotu sprzedającego i pośredniczącego ponad nabywcą;
2. ryzyko strat finansowych w całości spoczywa na nabywcy przedmiotu;
3. zwiększenie możliwości dokonania oszustwa (Zhong, 2017, s. 229-241).

- bezpośrednie – polegające na przekazaniu urzędnikowi państwowemu wybranego przez niego mienia (dzieła sztuki, antyku, kaligrafii itp.) w zamian za otrzymanie korzyści majątkowych;
- pośrednie – polegające na przekazaniu funkcjonariuszowi państwowemu dzieła sztuki o niskiej wartości, które następnie obdarowany wystawia na aukcji dzieł sztuki. Następnie ofiarodawca bierze udział w aukcji, podczas której odkupuje dzieło sztuki za znacznie zawyżoną kwotę w celu uzyskania osobistych korzyści od urzędnika. Bardzo często przedmiotem transakcji jest falsyfikat, a fakt braku autentyczności znany jest wszystkim stronom, włączając w to dom aukcyjny czy osobę marszanda pośredniczącego w sprzedaży (Zarobell, 2017, s. 249). „Eleganckie przekupstwo” ze względu na dyskretność całego procederu jest trudne do wyśledzenia przez organy ścigania. Nie ma żadnych dowodów ani zapisów transakcji dotyczących zakupionych dóbr, a sprzedawane w ten sposób przedmioty wcale nie muszą być dziełami sztuki. W przypadku ujawnienia udziału urzędnika w procederze *yǎhui*, może on zaprzeczyć stawianym zarzutom, argumentując, że nie był świadomy fałszywego charakteru nabywanych dzieł sztuki.

Najważniejszym aktem prawnym zabezpieczającym prawa nabywców jest Ustawa o ochronie praw i interesów konsumentów” z 1993 r. (zmieniona w 2013 r.). Zgodnie z tą ustawą oprócz rękojmi sprzedawca musi również zagwarantować jakość, funkcjonalność, przeznaczenie i termin ważności towaru lub usługi, a także że będzie on wolny od wad i spełni wymogi bezpieczeństwa osobistego i mienia. Jednak i w tym wypadku domy aukcyjne mogą być zwolnione z odpowiedzialności, jeśli przed aukcją złożą oświadczenie o braku możliwości zagwarantowania autentyczności licytowanego obiektu. Jeżeli oświadczenie nie zostanie złożone, kupujący ma prawo do roszczenia wobec domu aukcyjnego, ponieważ nabyty przez niego przedmiot posiada wadę prawną. Okres przedawnienia roszczeń o odszkodowanie wynosi rok od dnia, w którym nabywca dowiedział się o wadzie. Kupujący ma także prawo do dochodzenia odszkodowania za poniesione szkody, a prawo do nich wygasa po dziesięciu latach od dostarczenia przedmiotu nabywcy, jednak z tego przepisu wyłączone są grafiki. W przypadku fałszerstwa kupujący może także wytoczyć sprawę cywilną przeciwko sprzedającemu, musi jednak przedstawić dowody, że w momencie nabycia przedmiotu sądził, że nabywa przedmiot autentyczny i że w związku z tym zapłacił lub zgodził się zapłacić za dzieło autentyczne, natomiast to, które zostało mu

dostarczone, okazało się fałszerstwem⁸⁰. W przypadku, jeżeli kupujący udowodni, że podczas transakcji doszło do oszustwa, przymusu lub złośliwej zmywy, które można przypisać sprzedającemu, kupujący może starać się o unieważnienie transakcji. Ponadto kupujący może zgłosić fałszerstwo do organu administracji kultury lub zgłosić sprawę karną do lokalnego oddziału Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego, jednak w każdym przypadku ciężar zebrania dowodów spoczywa na kupującym (Li, 2017, s. 361).

Eksport i import zabytków kultury i dzieł sztuki również podlega ścisłej kontroli. Dzieła sztuki stworzone przed 1949 r. (z drobnymi wyjątkami) o określonej wartości historycznej nie podlegają sprzedaży aukcyjnej, a dzieła sztuki i zabytki stworzone przed 1911 r. nie mogą opuszczać terytorium Chin. Ponadto, zgodnie z przepisami Ustawy o ochronie zabytków kultury, zabronione jest tworzenie spółek joint venture między przedsiębiorstwami chińskimi i zagranicznymi oraz sklepów sprzedających zabytki kultury, będących w całości własnością zagraniczną⁸¹. Ograniczenia prawne kształtują znaczące różnice między chińskimi i zachodnimi przedsiębiorstwami aukcyjnymi. Przykładowo ze względu na ograniczenia prawne zagraniczne domy aukcyjne nie mogą prowadzić aukcji zabytków kultury w Chinach ani wywozić zabytków kultury poza granice kraju. Chińskie prawodawstwo bardzo precyzyjnie określa, jakie przedmioty nie mogą stanowić przedmiotu aukcji, wyłączając z nich obiekty skradzione lub przemycone. Ustawa o aukcjach wprowadza pojęcie „reliktów kultury nielegalnie zrabowanych w wyniku wydarzeń historycznych”. Relikty kultury pozostające w rękach państwa zarejestrowane są w bazie danych Państwowej

⁸⁰ W wyniku postępowania nabywca może poprosić sprzedawcę o zastąpienie fałszerstwa oryginalnym dziełem sztuki; poprosić o zwrot wpłaty; żądać kary umownej lub odszkodowania (albo obu).

⁸¹ Na podstawie 国金证券. (2017 年 2 月 21 日). 商业贸易产业 2017 年日常报告. [Sinolink Securities. (2017, Luty, 2021). Commercial Trade Industry 2017 Daily Report. Sinolink Securities]. http://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP201702220356881564_1.pdf, dostęp 11.07.2022.

Administracji Dziedzictwa Kulturowego (SACH)⁸². Pod tym pojęciem ujęte są obiekty kulturalne zrabowane w latach 1840 - 1945⁸³.

Chińskie prawodawstwo określa również przepisy dotyczące eksportu dzieł sztuki. W przypadku eksportu relikwów kultury konieczne jest uzyskanie każdorazowej licencji na wyjazd wydanej przez Wydział Administracyjny ds. Zabytków Kultury Rady Państwa. Jeśli licencja zostanie udzielona, wywóz zabytku może się odbyć jedynie z portu wyznaczonego przez władze. Transport, wysyłka pocztą lub wywóz relikwów kultury podlega także kontroli celnej na podstawie złożonego wcześniej wniosku Krajowej Bazy Danych dotyczących importu i eksportu zabytków kultury, działającej w ramach Państwowej Administracji Dziedzictwa Kulturowego SACH⁸⁴. W przypadku zakupu relikwów kultury na aukcjach i późniejszego eksportu wymagana jest licencja eksportowa. Wniosek o wydanie tej licencji należy złożyć do lokalnego organu administracji kulturalnej na poziomie prowincji, podając określone informacje, w tym licencję wnioskodawcy na prowadzenie działalności, dane podmiotu prowadzącego handel zagraniczny, pochodzenie i przeznaczenie dzieła sztuki

⁸² Do relikwów kultury objętych zakazem sprzedaży i kupna na aukcjach należą:

- państwowe zabytki kultury, z wyjątkiem zatwierdzonych przez państwo;
- cenne zabytki kultury w zbiorach instytucji kultury niebędących własnością państwa;
- malowidła ściennie, rzeźby i elementy budowlane należące do państwowych nieruchomości zabytków kultury, z wyjątkiem tych, które zgodnie z prawem uzyskały zgodę na demontaż, a które nie są gromadzone przez instytucjonalne organy gromadzące zabytki kultury;
- zabytki kultury pozyskane kanałami lub zasobami niezgodnymi z prawem.

SACH stanowi skonsolidowaną, ogólnokrajową bazę danych zabytków kultury, zawierającą dane z muzeów państwowych w całych Chinach. Ponadto baza danych stanowi źródło podstawowych informacji o zabytkach kultury, z podziałem na tytuł, kategorię, dynastię i muzeum, w którym są zgromadzone. Władze Chin zachęcają do dobrowolnej rejestracji zabytków kultury będących własnością ludności cywilnej, jednak nie otwarto w tym celu żadnego oficjalnego rejestru. Jeśli chodzi o kradzież lub utratę zabytków kultury, w 2017 r. SACH i Ministerstwo Bezpieczeństwa Publicznego wspólnie uruchomiły oficjalny rejestr publiczny. Jest on prowadzony zarówno w języku chińskim, jak i angielskim i zawiera bazę danych skradzionych dzieł sztuki w połączeniu z bazą Interpolu (<http://bdww.sach.gov.cn>); opracowanie własne na podstawie Ustawy – Prawo aukcyjne Chińskiej Republiki Ludowej, przyjętej na XX Posiedzeniu Stałego Komitetu VIII Narodowego Kongresu Ludowego w dniu 5 lipca 1996 r., wydanej zarządzeniem nr 70 Prezydenta Chińskiej Republiki Ludowej w dniu 5 lipca 1996 r. i obowiązującej od 1 stycznia 1997 r., zrewidowanej na XI sesji Stałego Komitetu X Narodowego Zjazdu Ludowego Chińskiej Republiki Ludowej 28 sierpnia 2004 r., <http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/Businessregulations/201303/20130300046010.shtml>, dostęp 11.05.2022.

⁸³ Najbardziej znanym przykładem próby wstrzymania aukcji na podstawie tego przepisu była interwencja chińskiego rządu przy sprzedaży dwóch chińskich posągów z brązu, licytowanych w 2009 r. w domu aukcyjnym Christie's w Paryżu. Posągi zostały zrabowane z Pałacu Letniego w Pekinie przez wojska angielsko-francuskie podczas II wojny opiumowej (1856–1860) (Zhong, 2017).

⁸⁴ Zabytki kultury należące do państwa, a także inne cenne obiekty, których nie wolno wywozić z Chin, mogą opuścić kraj wyłącznie w celu udziału w zagranicznych wystawach lub w innych działaniach zatwierdzonych przez Radę Państwa. Zgody udziela odpowiedni wydział administracji ds. zabytków, a w przypadku przekroczenia określonej liczby obiektów I kategorii wymagana jest dodatkowa akceptacja Rady Państwa. Najcenniejsze i najbardziej kruche zabytki I kategorii nie mogą być w ogóle prezentowane za granicą. Po uzyskaniu zezwolenia służby celne wydają stosowne dokumenty, a po powrocie obiektów do Chin ich kontrolą zajmuje się ten sam organ, który wydał zgodę na ich wywóz.

oraz katalog dzieł sztuki i innych materiałów wymagane przez organy udzielające homologacji. Po uzyskaniu zgody wnioskodawca musi poddać dzieło odprawie celnej.

Wszelkie dzieła powstałe po 1911 r. podlegają kontroli według wykazów artystów wydawanych przez SACH. Chociaż te dzieła sztuki mogą być swobodnie sprzedawane w kraju, to ich eksport podlega uprzedniej ekspertyzie i zatwierdzeniu przez odpowiednie organy. Jeśli chodzi o inne dzieła sztuki, które nie znajdują się na liście ani nie należą do kategorii zabytków kultury, wywóz dzieł do użytku osobistego trzeba wcześniej zgłosić organom celnym. W przypadku eksportu dzieł sztuki, antyków lub przedmiotów kolekcjonerskich nie ma obowiązku podatkowego. W przypadku importu istnieją dwa rodzaje podatków: cło i podatek importowy od wartości dodanej (VAT)⁸⁵. Podatek VAT na towary importowane wynosi w Chinach 9% lub 13% w zależności od przedmiotu i kraju, z którego pochodzi⁸⁶.

Ostatnią grupą zagadnień legislacyjnych dotyczących obrotu dziełami sztuki w Chinach są przepisy dotyczące opodatkowania handlu dziełami sztuki. Samo posiadanie dzieł sztuki, antyków i przedmiotów kolekcjonerskich nie generuje zobowiązania podatkowego. W przypadku sprzedaży dzieł sztuki forma opodatkowania zależna jest od stron uczestniczących w transakcji:

- jeżeli dzieło sztuki sprzedawane jest bezpośrednio przez artystę, zobowiązanie podatkowe obejmuje podatek dochodowy i VAT;
- w przypadku sprzedaży dzieł sztuki, antyków i przedmiotów kolekcjonerskich przez spółkę zajmującą się działalnością artystyczną lub galerię w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością obowiązek podatkowy sprzedawcy obejmuje podatek dochodowy od osób prawnych oraz podatek VAT. Ponadto sprzedawca często może zwrócić artyście zapłacony przez niego podatek dochodowy, choć nie jako zobowiązanie prawne, ale zobowiązanie umowne uzgodnione między stronami;
- w przypadku sprzedaży w drodze licytacji obowiązkowe zobowiązanie podatkowe domu aukcyjnego obejmuje podatek dochodowy od osób prawnych oraz VAT;
- sztuka nabyta w drodze dziedziczenia lub darowizny nie podlega opodatkowaniu.

⁸⁵ Na podstawie <http://www.sach.gov.cn/>, dostęp 30.01.2024.

⁸⁶ Na podstawie <https://ftatax.mofcom.gov.cn/wmsw/m/toOverView?iso=CN&utm>, dostęp 30.01.2024.

Zgodnie z Ustawą o dobroczynności organizacje charytatywne, osoby fizyczne, osoby prawne i inne organizacje, które przekazują mienie na działalność charytatywną (darczyńcy) oraz beneficjenci otrzymujący darowizny na cele charytatywne są uprawnieni do ulg podatkowych. Ponadto Państwowa Administracja Podatkowa (SAT) ogłosiła w 2018 r. nowe rozporządzenie, które umożliwia darczyńcy korporacyjnemu odliczenie od dochodu podlegającego opodatkowaniu kosztów darowizn na cele charytatywne i na cele społeczne w kwocie odpowiadającej 12% rocznej sumy zysków za dany rok oraz odliczenie pozostałych kosztów, które przekraczają 12% jego rocznych całkowitych zysków za ten rok w ciągu trzyletniego okresu przeniesionego. Istotne przepisy prawne regulujące sprzedaż zabytków i dzieł sztuki na aukcjach w Chinach zestawiono w aneksie 2.

Pandemia COVID-19 wywarła znaczący wpływ na przyspieszenie przekształceń prawnych w zakresie obrotu dziełami sztuki w Chinach. Podczas corocznych „Dwóch Sesji” (两会) w 2021 r. uzgodniono:

- konieczność stworzenia publicznej listy dzieł sztuki;
- konieczność rozbudowy infrastruktury centrów handlu i wymiany dzieł sztuki (*yishupin jiaoyi zhongxin*), a za cel przyjęto osiągnięcie 1000 podmiotów do 2025 r.;
- wzmocnienie kształcenia zawodowego marszandów i pośredników w handlu sztuką.

Pomimo zmian prawodawstwo Chin w kwestii obrotu dziełami sztuki nadal nie odpowiada na wszystkie problemy i wymagania rynku. Konieczne są dalsze zmiany, ukierunkowane na zwiększenie bezpieczeństwa transakcji i budowanie zaufania konsumentów. Szczególnie ważnym problemem jest kwestia fałszerstw dzieł sztuki, ponieważ obecnie obowiązujące przepisy zwalniają domy aukcyjne z odpowiedzialności za wystawianie i sprzedaż fałszyfikatów, a pełną odpowiedzialnością obciążony jest kupujący.

3.3. Podmioty funkcjonujące na chińskim rynku sztuki

Na chińskim rynku sztuki wyróżnia się następujące podmioty: domy aukcyjne, muzea państwowe i prywatne, galerie sztuki, targi sztuki, dzielnice artystyczne, kolekcjonerów, uniwersytety artystyczne i inne instytucje edukacyjne, artystów, oficjalne organizacje sztuki (OAO – oficjalne organizacje rządowe), stowarzyszenia artystów i związki zrzeszające przedstawicieli różnych dziedzin sztuki, media społecznościowe i platformy e-commerce, krytykę artystyczną.

1. Domy aukcyjne – instytucje zajmujące się organizacją aukcji, podczas których dzieła sztuki są wystawiane na licytację i sprzedawane nabywcom, którzy zaofertują najwyższą cenę. Wśród najważniejszych domów aukcyjnych w Chinach wymienić należy China Guardian oraz China Poly.
2. Muzea państwowe i prywatne – instytucje kulturalne, które mają na celu zbieranie, przechowywanie, badanie, wystawianie, a także edukowanie publiczności. Przykładami muzeów państwowych są:
 - Narodowe Muzeum Sztuki Chińskiej (National Art Museum of China, NAMOC);
 - Muzeum Sztuki Szanghaj (Shanghai Art Museum).Wśród prywatnych wymienić należy:
 - Muzeum Long w Szanghaju (Long Museum);
 - Muzeum Yuz w Szanghaju (Yuz Museum).
3. Galerie sztuki – instytucje, które są miejscem prezentacji, sprzedaży oraz promocji dzieł sztuki i artystów. Przykładami są:
 - ShanghART Gallery w Szanghaju;
 - Vitamin Creative Space w Guangzhou.
4. Targi sztuki – cykliczne wydarzenia, podczas których artyści, galerie, kolekcjonerzy, a także inne podmioty związane ze światem sztuki prezentują swoje prace, kolekcje i usługi. Do najważniejszych należą:
 - Art Basel Hong Kong;
 - West Bund Art & Design.
5. Dzielnice artystyczne – rozwijające się obszary poświęcone głównie sztuce współczesnej. Na przykład:
 - 798 Art District w Pekinie;
 - M50 w Szanghaju.
6. Artyści – twórcy, których dzieła sprzedawane są na aukcjach, w galeriach czy podczas targów. Do najważniejszych chińskich artystów współczesnych należą:
 - Ai Weiwei (艾未未);
 - Zeng Fanzhi (曾梵志);
 - Zhang Xiaogang (张晓刚);
 - Cai Guo-Qiang (蔡国强);

- Xu Bing (徐冰).
7. Kolekcjonerzy sztuki – osoby prywatne lub przedsiębiorstwa zajmujące się gromadzeniem dzieł sztuki z różnych dziedzin, takich jak malarstwo, rzeźba, grafika, fotografia czy sztuka współczesna, które przeważnie łączą w spójne kolekcje. Najbardziej znani kolekcjonerzy to:
 - Liu Yiqian (刘益谦) i jego żona Wang Wei (王薇), założyciele Muzeum Long w Szanghaju;
 - Budi Tek (郁达夫) – założyciel Muzeum Yuz w Szanghaju;
 - Zheng Hao (郑浩) – współzałożyciel i kurator HOW Art Museum w Szanghaju.
 8. Uniwersytety artystyczne i inne instytucje edukacyjne – zajmują się kształceniem studentów w różnych stylach i technikach. Organizują także wystawy i przeglądy ich prac. Do najważniejszych chińskich uczelni artystycznych należą:
 - Centralna Akademia Sztuk Pięknych w Pekinie (CAFA; 中央美术学院);
 - Chińska Akademia Sztuki w Hangzhou (CAA; 中国美术学院);
 - Instytut Sztuk Pięknych w Syczuanie (SFAI; 四川美术学院)⁸⁷.
 9. Oficjalne Organizacje Sztuki (OAO) – państwowe instytucje, których rolą jest nadawanie legitymacji artystom i dziełom sztuki. OAO odgrywają istotną rolę w hierarchizacji artystów oraz kształtowaniu wartości ich prac (Kharchenkova, Komarova, Velthuis, 2015).
 10. Stowarzyszenia artystów i związki zrzeszające przedstawicieli różnych dziedzin sztuki – istnieje wiele stowarzyszeń i związków artystycznych, które skupiają artystów o podobnych zainteresowaniach lub stylach twórczych. Mogą one pełnić rolę w promocji artystów, organizacji wystaw i wspieraniu inicjatyw artystycznych. Przykładowe stowarzyszenie artystyczne i związki sztuki:
 - Chińskie Stowarzyszenie Artystów (中国美术家协会);
 - Chińska Federacja Kół Literackich i Artystycznych (CFLAC; 中国文学艺术界联合会);
 - Chińskie Stowarzyszenie Kaligrafów (CCA; 中国书法家协会)⁸⁸.

⁸⁷ Opracowanie własne na podstawie informacji zawartych na stronach internetowych poszczególnych uniwersytetów: <https://www.cafa.edu.cn/>; <https://en.caa.edu.cn/>; <https://www.scfai.edu.cn/>, dostęp 29.01.2024.

⁸⁸ Opracowanie własne na podstawie informacji zawartych na stronach internetowych poszczególnych stowarzyszeń: <https://www.caanet.org.cn/>; <https://www.cflac.org.cn/>; <http://www.cca1981.org.cn/>, dostęp 29.01.2024.

11. Media społecznościowe i platformy e-commerce – pełnią istotną rolę w promocji, sprzedaży i wymianie dzieł sztuki. Do najważniejszych zaliczyć należy aplikacje, takie jak:
 - WeChat;
 - Weiboo;
 - JD Art;
 - Artron.
12. Krytyka artystyczna – w miarę rozwoju chińskiego rynku sztuki rola krytyki ulegała przemianom, od komentatorów politycznych wspierających sztukę zgodną z socjalizmem przez usługi komercyjne powiązane z działalnością kuratorską po krytykę akademicką⁸⁹.

Chiński rynek sztuki jest złożoną i wielowarstwową strukturą różnorodnych podmiotów. Domy aukcyjne, takie jak China Guardian i China Poly, odgrywają kluczową rolę w obrocie dziełami sztuki, oferując platformę do ich licytacji i sprzedaży. Muzea państwowe, w tym Narodowe Muzeum Sztuki Chińskiej i Muzeum Sztuki Szanghaj oraz prywatne, takie jak Muzeum Long i Muzeum Yuz, przyczyniają się do zachowania dziedzictwa kulturowego i edukacji publiczności. Galerie sztuki, jak ShanghART czy Vitamin Creative Space, wspierają artystów w prezentacji i sprzedaży ich prac. Targi sztuki, w tym Art Basel Hong Kong i West Bund Art & Design, są ważnymi wydarzeniami dla branży, umożliwiającymi pokazywanie, kupowanie i sprzedaż sztuki. Dzielnice artystyczne, na przykład 798 Art District w Pekinie czy M50 w Szanghaju, stają się żywymi centrami twórczości i innowacji.

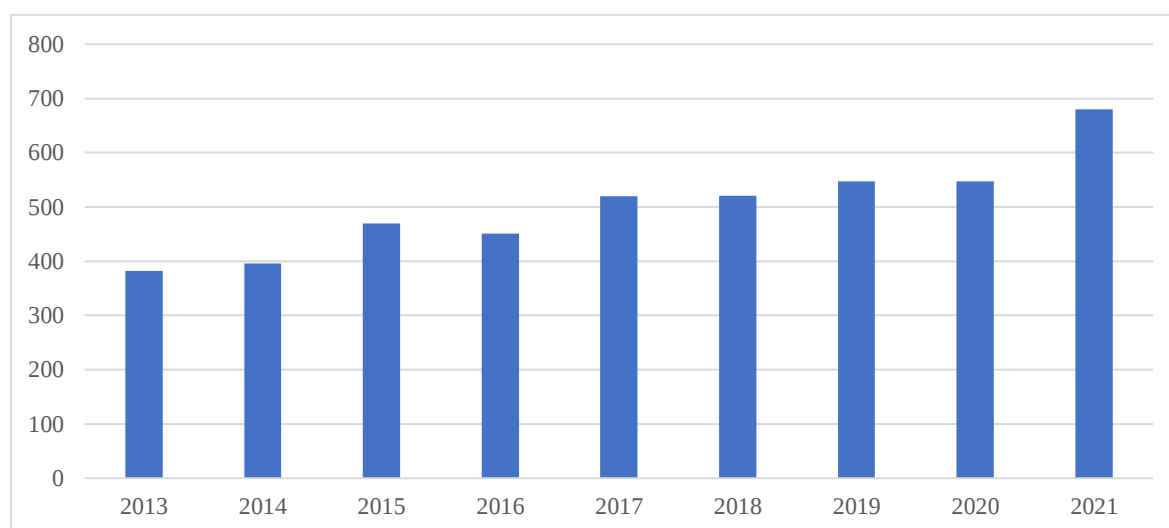
Znaczącymi postaciami na chińskim rynku sztuki są artyści tacy jak Ai Weiwei, Zeng Fanzhi, czy Xu Bing, których twórczość cieszy się uznaniem i jest wysoko ceniona na aukcjach i wystawach. Kolekcjonerzy sztuki, na przykład Liu Yiqian i jego żona Wang Wei czy Budi Tek, mają wpływ na kształtowanie gustów i trendów na rynku sztuki poprzez swoje obszerne i wartościowe kolekcje. Instytucje edukacyjne, jak Centralna Akademia Sztuk Pięknych czy Chińska Akademia Sztuki, kształcą przyszłe pokolenia artystów, a Oficjalne Organizacje Sztuki (OAO), stowarzyszenia artystów i związki zapewniają strukturę i wsparcie dla sektora artystycznego. Platformy cyfrowe, takie jak WeChat czy JD Art,

⁸⁹ Początkowo krytyka artystyczna w Chinach była silnie skoncentrowana na aspektach politycznych, a rolą krytyka stało się wspieranie doktryny socjalizmu. Od lat 90. XX w. krytycy zaczęli przejmować role kuratorów i dealerów, a wielu z nich zaangażowało się w działalność komercyjną, otwierając własne galerie. W miarę rozwoju rynku sztuki krytyka artystyczna wymagała znacznie więcej obiektywizmu i niezależności od presji politycznych czy komercyjnych. W efekcie pojawiły się pierwsze programy akademickie z zakresu krytyki sztuki. Pozwoliło to na dostarczenie bardziej kompleksowego i obiektywnego spojrzenia na sztukę na chińskim rynku (Peng, 2019).

rewolucjonizują sposób, w jaki dzieła sztuki są promowane i sprzedawane, otwierając nowe możliwości dla artystów i kolekcjonerów. Na koniec krytyka sztuki to jednak wciąż niedoceniana instytucja na chińskim rynku sztuki. Większość tekstów krytycznych pojawia się w katalogach wystaw lub wydaniach aukcyjnych, nie ma specjalnych rubryk w prasie codziennej czy kanałach ogólnego przekazu⁹⁰.

3.3.1. Domy aukcyjne z uwzględnieniem podziału na krajowe i międzynarodowe

Liczba zarejestrowanych domów aukcyjnych handlujących sztuką w Chinach w 2021 r. to 680 podmiotów, co stanowi największą liczbę od momentu powstania rynku sztuki w tym kraju (Global Chinese Art Auction Market Report 2021, s. 19) (rys. 3.1).



Rys. 3.1. Liczba zarejestrowanych domów aukcyjnych pośredniczących w handlu dziełami sztuki w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

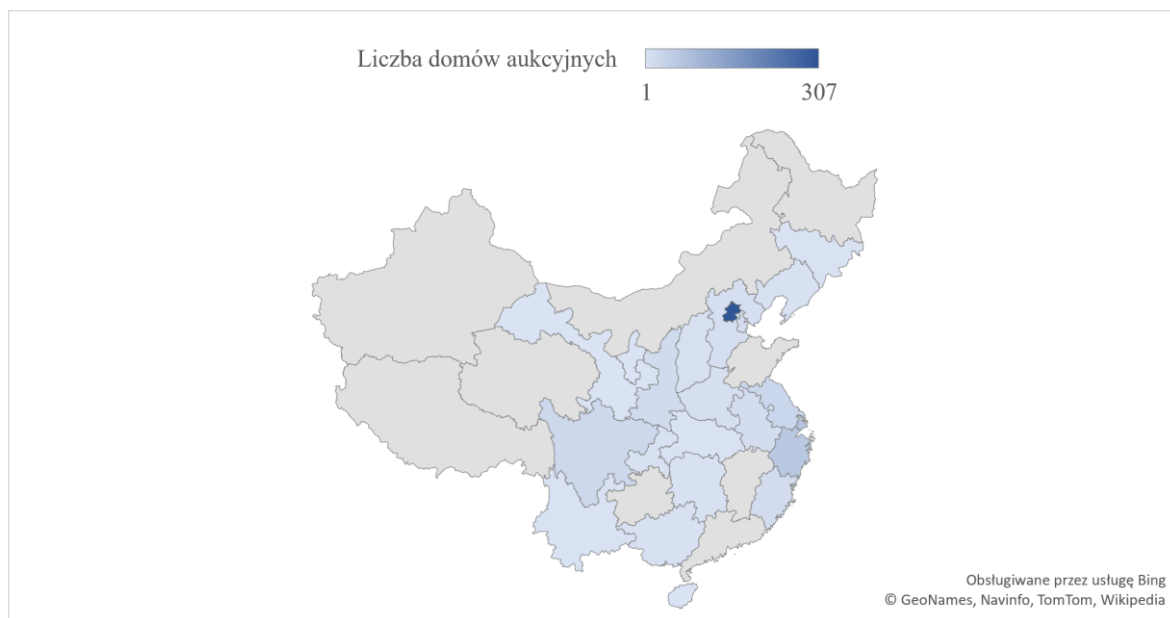
W latach 2013-2014 liczba domów aukcyjnych w Chinach kontynentalnych była mniejsza niż 400, zaś w latach 2015-2016 wynosiła poniżej 500 działających podmiotów. Kolejny wzrost nastąpił w 2017 r., w którym liczba ta przekroczyła 500 i utrzymała się na podobnym poziomie w latach 2018-2020. Dopiero w 2021 r. została przekroczona liczba 600 domów aukcyjnych zajmujących się sprzedażą dzieł sztuki w Chinach. Należy jednak

⁹⁰ Krytyka sztuki w Chinach przeszła ewolucję z krytyki politycznej na krytykę komercyjną w ciągu ostatnich czterdziestu lat. W obliczu presji ideologicznej i obaw związanych z kapitalistycznym wpływem rozwijanie niezależnej lub akademickiej krytyki sztuki stanowi wyzwanie. W Chinach krytyka niezależna jest słabo rozwinięta, a większość krytyków pisze do katalogów i magazynów komercyjnych, zamiast do gazet czy czasopism. Jednakże dzięki staraniom niektórych uniwersytetów, takich jak Uniwersytet Pekijski, rozwijają się programy edukacyjne z zakresu krytyki sztuki, co może przyczynić się do bardziej wszechstronnego i obiektywnego podejścia do analizy i oceny sztuki w przyszłości; (Feng, 2019).

zauważyć, że liczba zarejestrowanych domów aukcyjnych nie jest jednoznaczna z liczbą aktywnych domów aukcyjnych⁹¹. W 2013 r. zdecydowana większość, bo około 70% zarejestrowanych domów aukcyjnych pozostawało aktywnych. Najwięcej aktywnych domów aukcyjnych działało w Chinach kontynentalnych w 2014 i 2017 r. W 2016 r. spośród zarejestrowanych 451 przedsiębiorstw aukcyjnych jedynie 338 uznanych zostało za aktywne, podczas gdy w 2019 r. spośród 547 wszystkich zarejestrowanych firm działały tylko 234. W 2021 r. jedynie niewiele ponad 200 dokonało aktywnej sprzedaży dzieł sztuki, pozostałe 480 pozostawało w stanie hibernacji.

Koncentracja geograficzna domów aukcyjnych jest zjawiskiem charakterystycznym dla chińskiego rynku sztuki. Wyróżnić należy cztery główne strefy handlu dziełami sztuki, w których działa najwięcej znaczących domów aukcyjnych:

- region Hebei (miasta: Pekin i Tianjin);
- region Deltę Rzeki Jangcy (miasta: Shanghai, Hangzhou, Ningbo oraz prowincja Zhejiang i Jiangsu);
- region Deltę Rzeki Perłowej (miasta: Kanton, Shenzhen, Zhuhai, Dongguan, Huizhou, Zhongshan, Foshan, Zhaoqing i Jiangmen oraz prowincja Guangdong);
- miasta Hongkong i Makau.



Rys. 3.2. Geograficzne rozmieszczenie zarejestrowanych domów aukcyjnych w Chinach kontynentalnych w 2021 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z <https://www.statista.com/statistics/1296578/china-number-of-art-and-antique-auction-houses-by-province/>, data dostępu: 21.11.2023.

⁹¹ Nieaktywny dom aukcyjny to taki, który w danym roku nie przeprowadził żadnej aukcji lub nie dostarczył na czas danych do bazy statystycznej.

Należy wspomnieć, że w regionie Hebei, regionie Deltę Rzeki Jangcy i regionie Deltę Rzeki Perłowej istnieją specjalne strefy ekonomiczne, które spowodowały intensyfikację powstania przedsiębiorstw w tych regionach. W 2013 r. spośród 27 nowo otwartych domów aukcyjnych 7 powstało w Pekinie, 6 w prowincji Guandong, 5 w prowincji Syczuan, a kolejne 4 w Szanghaju i 4 w Jiangsu (Global Chinese Art Auction Market Report 2013, s. 5). W 2021 r. koncentracja geograficzna pod względem zarejestrowanych domów aukcyjnych była jeszcze wyraźniej widoczna. Spośród 680 domów aukcyjnych aż 307 zlokalizowanych było w regionie Hebei (głównie w Pekinie), kolejnych 69 w Szanghaju, 58 w prowincji Zhejiang, 54 w prowincji Guandong i 29 w prowincji Jiangsu. W innych regionach Chin liczba funkcjonujących w 2021 r. przedsiębiorstw aukcyjnych była znacząco mniejsza⁹².

Kolejnym ważnym podziałem, według którego można sklasyfikować chińskie domy aukcyjne, jest ranking udziału w rynku. Od 2013 r. widać wyraźną dominację pięciu największych domów aukcyjnych, które generują największą wartość sprzedaży. W 2013 r. 25 największych domów aukcyjnych było odpowiedzialnych za ok. 70% wartości sprzedaży, a ponad 40% tej wartości pozostało udziałem pięciu największych firm, spośród których aż trzy były przedsiębiorstwami chińskimi: Beijing Poly International Auction Co., Ltd.; China Guardian International Auction Co., Ltd.; Beijing Council International Auction Co., a dwie pozostałe to filie międzynarodowych domów aukcyjnych zlokalizowane w Hongkongu: Christie's Hong Kong; Sotheby's Hong Kong Ltd. (Global Chinese Art. Market Report 2013, s. 10). W 2015 r. udział w rynku pięciu największych domów aukcyjnych wzrósł z 47% w 2013 r. do 55%. Ponadto chociaż ich lista pozostała niezmienna, to łączna wartość sprzedaży spadła o 16% w porównaniu do poprzedniego roku, co sprawiło, że Beijing Poly International był jedynym domem aukcyjnym, którego wartość sprzedaży wzrosła (Global Chinese Art Market Report 2015, s. 19-20). W 2016 r. po raz pierwszy na liście pięciu dominujących domów aukcyjnych trzy pierwsze miejsca zajęły przedsiębiorstwa pochodzące z Pekinu: Beijing Poly, Beijing Council i China Guardian, a ich udział w ogólnej sprzedaży na chińskim rynku dzieł sztuki i antyków wynosił 33% całego rynku (Global Chinese Art. Market Report 2016, s. 19-20). W 2018 r. udział w rynku pięciu największych domów aukcyjnych osiągnął poziom 57%, a pierwsze trzy miejsca nadal należały do przedsiębiorstw z Pekinu (Global Chinese Art. Market Report 2018, s. 31-32). Pomimo ogólnego spadku wartości sprzedaży w 2019 r. rynek sztuki chińskiej nadal przypominał oligopol z wyraźną

⁹² Opracowanie własne na podstawie danych z <https://www.statista.com/statistics/1296578/china-number-of-art-and-antique-auction-houses-by-province/>, dostęp 27.07.2025.

dominacją pięciu największych domów aukcyjnych. Na uwagę zasługuje fakt, że pekińskie domy aukcyjne Beijing Poly International i China Guardian odnotowały 3% wzrost w stosunku do 2018 r. i pozostały najlepiej zarabiającymi, natomiast domy międzynarodowe Christie's i Sotheby's Hong Kong doświadczyły 11% spadku sprzedaży w stosunku do roku poprzedniego (Global Chinese Art. Market Report 2019, s. 32-33). Trend wzrostowy dla pięciu największych domów aukcyjnych specjalizujących się w chińskiej sztuce utrzymał się w 2021 r., kiedy odpowiadały one za 51% udziału w rynku, osiągając ogólną wartość sprzedaży około 2,9 mld USD (Global Chinese Art. Market Report 2021, s. 29) (tabela 3.2.).

Tabela 3.2. Pięć największych domów aukcyjnych z uwzględnieniem regionu oraz procentowego udziału w rynku sztuki w Chinach w 2013 i 2021 r.

2013			2021		
Nazwa	Region	Udział w rynku (%)	Nazwa	Region	Udział w rynku (%)
Beijing Poly International Auction Co., Ltd.	Pekin	16,2	Beijing Poly International Auction Co., Ltd.	Pekin	15,5
China Guardian International Auction Co., Ltd.	Pekin	14,8	China Guardian International Auction Co., Ltd.	Pekin	13,5
Beijing Council International Auction Co., Ltd.	Pekin	8,3	Yongle Auction Co., Ltd.	Pekin	11,7
Beijing Hanhai Auction Co., Ltd.	Pekin	4,2	Sotheby's Hong Kong	Hong Kong	9,3
Xiling Yinshe Auction Co., Ltd.	Pekin	6,0	Zhongmao Shengjia Auction House	Pekin	8,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2021.

Analizując listę pięciu największych domów aukcyjnych w Chinach w latach 2013-2021, można zaobserwować spadek znaczenia międzynarodowych domów aukcyjnych Christie's i Sotheby's na rzecz wzrastającego udziału podmiotów krajowych. Do najważniejszych chińskich podmiotów aukcyjnych należą:

1. China Guardian International Auction Co., Ltd. – założona w 1993 r., zajmuje się głównie chińskimi zabytkami i dziełami sztuki. Regularnie, co roku organizuje dwie duże aukcje wiosenną i jesienną. Prowadzi także aukcje internetowe;
2. Beijing Poly International Auction Co., Ltd. – założona w 2005 r., koncentruje się na chińskich antykach, chińskiej sztuce współczesnej oraz współczesnej kaligrafii;
3. Beijing Council International Auction Co., Ltd. – koncentruje się na aukcjach starożytnego i współczesnego malarstwa chińskiego oraz kaligrafii, a także współczesnych obrazach tuszem, wyrobach z porcelany i jadeitu. Ponadto firma zajmuje się także licytacjami majątku i prowadzi wiele aukcji charytatywnych;

4. Beijing Hanhai Auction Co., Ltd. – jeden z pierwszych chińskich domów aukcyjnych, założony w 1994 r. Głównym przedmiotem działalności są aukcje dzieł sztuki, w tym chińskiej kaligrafii i malarstwa tradycyjnego, a także ceramiki i rzeźby z jadeitu;
5. Yongle Auction Co., Ltd. – koncentruje się na sztuce współczesnej, chińskim malarstwie tradycyjnym oraz ceramice;
6. Zhongmao Shengjia Auction House – specjalizuje się w organizacji aukcji dzieł sztuki oraz innych przedmiotów kolekcjonerskich. Oprócz prowadzenia aukcji, firma oferuje również różnorodne usługi związane ze sztuką, takie jak wycena, ekspozycje sztuki, finansowanie oraz inwestowanie w dzieła sztuki;
7. Beijing RongBao Auction Co., Ltd. – oferuje szeroki zakres usług, w tym licytacje, konserwację dzieł i ram oraz działalność edukacyjną. Do 2015 r. otworzyło jedenaście oddziałów w Hongkongu, Tianjinie, Guangzhou, Pekinie, Szanghaju, Jinanie, Nankinie, Guilin oraz innych miastach;
8. Xiling Yinshe Auction Co., Ltd. – założony w 2004 r. w Hangzhou, początkowo koncentrował się na zabytkach kultury, jednak obecnie chętnie otwiera się na nowe kategorie. Posiada filie w Pekinie i Szanghaju⁹³.

Powstawanie i rozwój chińskich domów aukcyjnych zostanie zaprezentowane na przykładzie Beijing Poly Auction House, którego początkiem była spółka Poly Culture and Art Co., Ltd., powstała w 2000 r.⁹⁴ Z Poly Culture wyodrębnił się dom aukcyjny Beijing Poly Auction, który w 2005 r. zorganizował swoją pierwszą aukcję, a jej obrót wyniósł 560 mln CNY. Działania Beijing Poly Auction skoncentrowane były początkowo na malarstwie tradycyjnym, a od 2006 r. systematycznie zwiększano udział sztuki nowoczesnej i współczesnej w sprzedaży aukcyjnej⁹⁵. Od 2007 r. Beijing Poly Auction stał się kompleksowym domem aukcyjnym, rozszerzając swoją działalność o kaligrafię, antyki, starożytne

⁹³ Opracowanie własne na podstawie informacji na stronach internetowych poszczególnych domów aukcyjnych.

⁹⁴ China Poly Group Corp. została utworzona na bazie Poly Technologies, Inc. w lutym 1992 r., po uzyskaniu pozytywnej decyzji Rady Państwa. Poly Technologies działało już od 1984 r. jako skrzydło Armii Ludowo-Wyzwoleńczej zajmujące się produkcją broni. Zakres działalności China Poly Group był znacznie szerszy, obejmując handel międzynarodowy, handel nieruchomościami oraz przemysł kultury. China Poly Group ma swoje oddziały w największych chińskich miastach, takich jak Pekin, Szanghaj, Kanton, Hongkong, Shenzhen, Wuhan, Tianjin, Harbin, Shenyang itd.; Na podstawie <https://www.polyhongkong.com/en/about/>, dostęp 30.01.2024.

⁹⁵ Na wiosennej aukcji w 2006 r. Poly's „Chinese Oil Paintings” zostało sprzedane dzieło za 145 mln CNY, ustanawiając rekord transakcji dla krajowych obrazów olejnych. Podczas jesiennej aukcji tego samego roku trzy obrazy olejne osiągnęły wartość 188 mln CNY, praca Liu Xiaodonga pobiła światowy rekord chińskiej sztuki współczesnej uzyskując cenę 22 mln CNY.

księgi, malarstwo tuszem, sztukę współczesną, wina i inne dobra luksusowe. Duże zróżnicowanie zainteresowań kolekcjonerów w zależności od regionu Chin sprawiało, że Beijing Poly Auction House zaczął otwierać swoje filie w różnych ośrodkach Chin, koncentrując się na najbardziej odpowiadającym mu obszarze działalności. W 2012 r. powstało Poly Auction Hong Kong, w 2014 r. założono Poly Xiamen Auction (skoncentrowane na Fujian i Tajwanie), w 2015 r. otwarto Poly Auction Shandong oraz Poly Auction Macau. Ekspansja pozwoliła firmie jeszcze bardziej wzmocnić swoją pozycję w kraju i za granicą.

Spośród zagranicznych domów aukcyjnych działających w Chinach wymienić należy Christie's i Sotheby's, które od lat 80. XX w. aktywnie uczestniczą w handlu chińską sztuką, jednak rynek chiński, zdominowany przez rodzime domy aukcyjne, stanowi dla nich wyzwanie. Ograniczenia nałożone przez chiński rząd oraz silna konkurencja ze strony państwowych podmiotów, takich jak Poly Culture i China Guardian, wpłynęły na zakres ich działalności w Chinach kontynentalnych.

Christie's i Sotheby's swoje pierwsze aukcje w Chinach kontynentalnych zorganizowały w 2013 r. Wcześniej oba domy aukcyjne były obecne w Hongkongu, a wejście na rynek kontynentalny stanowiło istotny krok w rozwoju ich działalności. Ich działalność nie jest jednak równorzędna z działalnością rodzimych domów aukcyjnych. Na chińskim rynku sztuki Christie's i Sotheby's mogą przeprowadzać aukcje jedynie w wybranych kategoriach, takich jak sztuka współczesna, biżuteria, zegarki oraz wino. Przepisy chińskiego rządu zabraniają im handlu chińskimi antykami oraz dziełami sprzed 1911 r., które stanowią kluczowy obszar zainteresowania chińskich kolekcjonerów. W efekcie te obszary rynku są zdominowane przez lokalne domy aukcyjne, takie jak Poly Culture i China Guardian. Tabela 3.3. przedstawia kluczowe różnice w możliwościach operacyjnych Christie's, Sotheby's i chińskich domów aukcyjnych.

Tabela 3.3. Różnice w możliwościach operacyjnych między chińskimi i zagranicznymi domami aukcyjnymi w Chinach

Dom aukcyjny	Obszar działania	Ograniczenia
Christie's	Sztuka współczesna, biżuteria, zegarki, wino	Zakaz handlu chińskimi antykami oraz dziełami sprzed 1911 roku
Sotheby's	Sztuka współczesna, biżuteria, zegarki, wino	Zakaz handlu chińskimi antykami oraz dziełami sprzed 1911 roku
China Guardian	Sztuka współczesna i tradycyjna, antyki, kaligrafia	Brak ograniczeń; bliskie powiązania z rządem chińskim
Poly Culture	Sztuka współczesna i tradycyjna, antyki, kaligrafia	Brak ograniczeń; bliskie powiązania z rządem chińskim, silna rola państwowa w działalności firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie: strony internetowe Christie's, Sotheby's, China Guardian oraz Poly Culture.

Christie's i Sotheby's, mimo że odgrywają kluczową rolę na globalnym rynku sztuki, napotykać znaczące ograniczenia w Chinach. Brak dostępu do kluczowych segmentów rynku, takich jak chińskie antyki i dzieła klasyczne, a także konkurencja ze strony państwowych domów aukcyjnych, stanowią istotne wyzwania dla ich działalności. Rywalizacja z Poly Culture i China Guardian, które są wspierane przez chiński rząd, jest jednym z kluczowych aspektów ich walki o pozycję na tym rozwijającym się rynku.

3.3.2. Muzea państwowe i prywatne, galerie sztuki, targi sztuki oraz tzw. Dzielnice artystyczne

Oprócz domów aukcyjnych ważnymi podmiotami na rynku sztuki są muzea. Chociaż tradycje wystawiennicze i kolekcjonerskie w Chinach mają bardzo długą historię, termin „muzeum” pojawia się po raz pierwszy dopiero w XX w.⁹⁶. Definicję tego terminu określa rozporządzenie „O Muzeach” z 2015 r., zgodnie z którym termin muzeum *„odnosi się do organizacji nienastawionej na zysk, prawnie zarejestrowanej przez organ zarządzający rejestrem w celach edukacyjnych, badawczych, która gromadzi, chroni i przedstawia publicznie świadectwa działalności człowieka i środowiska naturalnego”*⁹⁷. Niniejsza definicja obejmuje zarówno muzea państwowe, czyli utworzone przy udziale majątku państwowego, jak i muzea niepaństwowe, utworzone głównie ze środków prywatnych. Rozporządzenie określa też procedury tworzenia, zmiany i likwidacji muzeów, zarządzanie jednostką muzealną, misję społeczną oraz odpowiedzialność prawną podmiotów muzealnych⁹⁸.

Widoczny wzrost liczby muzeów miał miejsce od lat 80. XX w. W 2012 r. Hu Jintao podczas XVIII zjazdu Komunistycznej Partii Chin ogłosił długoterminową „strategię rozwoju sektora kulturowego” w celu zbudowania „wielkiego narodu kultury” (Hu J.T., 2012). Rozwój muzeów i wystawiennictwa dziedzictwa kulturowego Chin stał się częścią polityki państwa nazywanej przez władze CHRL „przemysłem kultury”. O skali przedsięwzięcia

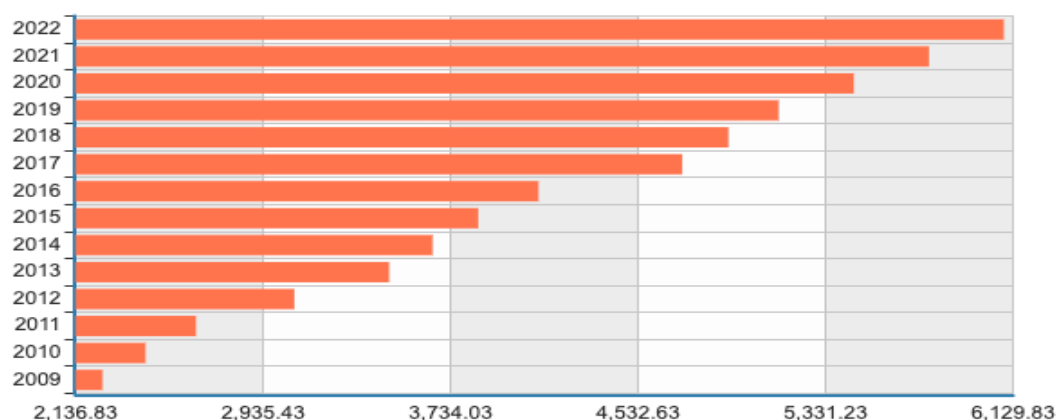
⁹⁶ Brak ustanowionej definicji nie oznacza, że sama koncepcja wystawiania sztuki nie była znana w starożytnych Chinach. W literaturze obecne są wzmianki traktujące o pokazach, wystawach czy kolekcjach sztuki; Na podstawie <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127324>, s. 171, dostęp 30.01.2021.

⁹⁷ Na podstawie http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/02/content_9508.htm, dostęp 30.01.2024.

⁹⁸ Organem nadzoru jest Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego (National Cultural Heritage Administration NCHA), a do jej głównych zadań należy:

- formułowanie ustaw i rozporządzeń dotyczących zabytków oraz sporządzanie planów rozwoju dla dziedzictwa kulturalnego;
- koordynacja ochrony i wykorzystania zabytków w kraju;
- koordynacja ochrony zabytków nieruchomych oraz prac archeologicznych;
- nadzór nad światowym dziedzictwem kultury znajdującym się w Chinach;
- koordynacja innowacji technologicznych zabytków kultury;
- promowanie i ewaluacja zabytków; opracowanie własne na podstawie danych z oficjalnej strony Państwowej Administracji Dziedzictwa Kulturalnego, <http://www.ncha.gov.cn/>, dostęp 30.01.2024.

świadczy liczba muzeów otwieranych w kolejnych latach, co roku ulega ona zwiększeniu. Rozwój muzeów w Chinach został zaprezentowany na rysunku. 3.3.



Rys. 3.3. Rozwój muzeów w Chinach w latach 1978-2022

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z National Bureau of Statistics in China, <http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>, dostęp 11.07.2022.

W 2009 r. liczba muzeów na terenie Chin wynosiła 2,3 tys., przechowywano w nich 17,5 mln eksponatów, liczba pracowników sektora muzealnego to prawie 60 tys. osób. W 2018 r. liczba muzeów na terenie Chin podwoiła się, wynosząc 4,9 tys. podmiotów, a liczba przechowywanych w nich eksponatów wzrosła do 37,5 mln obiektów, z czego jedynie 26,3 tys. było obiektami ekspozycyjnymi. Muzea zatrudniały łącznie 107,5 tys. osób, a w ciągu roku odwiedziło je ponad 104,4 mln widzów. W 2022 r. liczba muzeów potroiła się w stosunku do 2009 r., wyniosła 6091, jednakże liczba odwiedzających zmniejszyła się względem 2018 r. do 57 mln osób.

Organizacją odpowiedzialną za promowanie zrównoważonego i efektywnego wzrostu oraz optymalizację systemu muzealnego poprzez wprowadzenie ewaluacyjnych mechanizmów oceny muzeów w Chinach jest Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego. Zgodnie z utworzoną przez nich listą chińskie muzea państwowe można podzielić na muzea pierwszej, drugiej i trzeciej klasy. Kryteria oceny określone są przez załącznik 2 *Metody oceny muzeów* (2019 r.) oraz inne dokumenty, zgodnie z którymi ocenie podlegają: ogólne zarządzanie i infrastruktura muzeum, karta i plan rozwoju, architektura i środowisko, zasoby ludzkie, zarządzanie finansami, bezpieczeństwo, zarządzanie zbiorami, badania naukowe i technologie, usługi wystawiennicze i społeczne, prezentacja, edukacja oraz rozpowszechnianie itp.⁹⁹

⁹⁹ W oświadczeniu z grudnia 2020 r. Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego zatwierdziła 74 muzea jako pierwszorzędne muzea krajowe i 221 muzeów jako muzea drugiej klasy, a 225 muzeów jako narodowe

Oprócz muzeów państwowych, w których większość kapitału oraz zarządzanie obiektem są w gestii państwa, coraz większą popularność zyskują w Chinach muzea prywatne. Reformy otwarcia z 1978 r. uwolniły handel artefaktami kultury, a liberalizacja przepisów sprawiła, że znaczna liczba dzieł sztuki znalazła się w zbiorach kolekcjonerów prywatnych. Dążyli oni do prezentacji swoich zbiorów szerszej publiczności, czego skutkiem były liczne wystawy organizowane przez samych kolekcjonerów we współpracy z muzeami państwowymi lub realizowane przez prywatne syndykaty (Xiangguang, 2008, s. 40-41)¹⁰⁰. Wyrażna zmiana w stosunku do legalizacji prywatnych kolekcji zaszła także w podejściu Państwowego Biura Kultury, które do tej pory wystawiennictwo prywatne uważało za niepotrzebne, a nawet szkodliwe. Uznano jednak, że prywatne zbiory w sposób istotny przyczyniają się do ochrony dziedzictwa kulturowego Chin, podnoszą także społeczną świadomość roli muzealnictwa. Wzrost popularności ustanawiania prywatnych muzeów tłumaczyć można różnymi czynnikami, spośród których wyróżnić należy motywację finansową, a także osobiste ambicje zwiększenia statusu społecznego kolekcjonerów i wywierania wpływu na chińskie społeczeństwo (Ho, 2019, s. 26)¹⁰¹.

Nowy etap rozwoju muzeów rozpoczął się pod koniec lat 90. XX w., kiedy w Chinach zaczęły powstawać prywatne muzea zakładane głównie przez przedsiębiorstwa (Zhu, 2003). Na początku XXI w. rząd chiński zaczął aktywnie wspierać ich rozwój m.in. poprzez regulacje na poziomie regionalnym¹⁰². Regulacjom zaczęły też podlegać obowiązki kolekcjonerów prywatnych w zakresie utrzymania i ochrony artefaktów kultury. Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego podaje, że w 2015 r. liczba muzeów prywatnych w Chinach kontynentalnych wynosiła 1110, co stanowi trzykrotny wzrost w stosunku do 1980 r., kiedy było ich 315 (China Private Museums United Platform Limited 2016).

Wyróżnia się trzy główne formy prawne funkcjonowania prywatnych muzeów: własność prywatna kolekcjonera, organizacja non profit lub fundacja. Każda z nich cechuje się inną tożsamością prawną oraz może przynosić odmienne korzyści względem pozostałych

muzea trzeciej klasy. Ponadto Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego wraz z Chińskim Stowarzyszeniem Muzeów co roku przyznaje nagrodę specjalną dla trzech najbardziej innowacyjnych muzeów w kraju. W 2022 r. otrzymały ją Muzeum Prowincji Zhejiang, Muzeum Anhui oraz Muzeum Ruin Miasta Panlong; opracowanie własne na podstawie: <https://www.chinamuseum.org.cn/detailss.html?id=19&contentId=9547>, dostęp 30.01.2024.

¹⁰⁰ Początkowo kolekcje były skoncentrowane na mniejszych, tańszych, bardziej powszechnych obiektach, takich jak znaczki pocztowe, pudełka po zapalniczkach czy bilety teatralne.

¹⁰¹ W latach 90. XX w. wielu uznanych chińskich kolekcjonerów wnioskowało do Miejskich Biur Kultury o rejestrację prywatnych muzeów, a w celu uzyskania zgody na utworzenie muzeum musieli oni udokumentować, że mają wymagane kwalifikacje do prowadzenia muzeum.

¹⁰² Przykładowo Pekijski Urząd Administracji Kulturalnej w 2001 r. wydał Rozporządzenie dla Muzeów w Pekinie, które uznawało status i społeczną funkcję muzeów prywatnych na terenie aglomeracji miasta Pekin.

form. Na uwagę zasługuje fakt, że podczas gdy w krajach zachodnich zdecydowana większość prywatnych muzeów przybiera formę fundacji (z powodu uwarunkowań podatkowych), w Chinach jest to jedynie 10% wszystkich instytucji (Private Art Museum Report, 2015, s. 32). Głównym źródłem przychodów w muzeach prywatnych są zyski ze sprzedaży biletów oraz z wypożyczania kolekcji na wystawy w innych ośrodkach, a także z funduszy pozyskanych jako darowizny lub dotacje. Dla 55% fundatorów prywatnych muzeów możliwość prezentacji swoich zbiorów jest zwykle przyjemnością, a zyski czerpane są z innych źródeł (Private Art Museum Report, 2015, s. 70)¹⁰³.

Oprócz muzeów ważną rolę na rynku sztuki odgrywają galerie. Pierwsze galerie sztuki w Chinach zaczęły się pojawiać dopiero w latach 90. XX w. W ostatnich latach liczba galerii sztuki w Chinach wykazuje tendencję wzrostową. W 2018 r. było ich 934, z czego 528 podlegało Ministerstwu Kultury, a 406 stanowiły obiekty prywatne. W 2021 r. Ministerstwo Kultury nadzorowało 618 galerii sztuki, co stanowi wzrost o 17% w stosunku do roku poprzedniego (China Art Museum Report, 2022). Wykaz muzeów i galerii w poszczególnych prowincjach zawarto w aneksie 3. Galerie sztuki w Chinach różnią się od galerii funkcjonujących w krajach zachodnich, a ich systematyka jest bardziej skomplikowana i mało przejrzysta. Galerie sztuki funkcjonujące w Chinach można podzielić na¹⁰⁴:

- zagraniczne – będące filiami uznanych zachodnich galerii, które w ChRL reprezentują głównie lokalnych artystów (Picard, 2008);
- krajowe – instytucje rozwijane wewnątrz Chin, kształtujące swoją ofertę w oparciu o specyfikę rynku krajowego i preferencje chińskich kolekcjonerów.

Inny podział galerii w Chinach obejmuje:

- galerie komercyjne głównego nurtu – skoncentrowane na najpopularniejszych nurtach w sztuce;
- galerie komercyjne – często wystawiające młodych, początkujących artystów;

¹⁰³ Stale rosnąca liczba prywatnych muzeów sztuki w Chinach sprawia, że zaczynają one odgrywać ważną rolę w promocji poszczególnych regionów. Ma to również wpływ na politykę wystawienniczą instytucji kultury, które muszą utrzymywać stałe zainteresowanie swoimi ekspozycjami. Według Private Art Museum Report 37% chińskich muzeów prywatnych organizuje 9 wystaw czasowych rocznie, 21%, 7-10 wystaw. Zupełnie inną praktykę obserwujemy w muzeach w krajach zachodnich, które z reguły prezentują 1-2 wystawy rocznie (Private Art Museum Report, 2015, s. 74).

¹⁰⁴ Przykładem klasyfikacji zachodnich galerii sztuki jest klasyfikacja ze względu na rodzaj operacji czy źródła finansowania. Wyróżniamy:

- galerie komercyjne – finansowane głównie z funduszy prywatnych, nastawione na zysk komercyjny;
- galerie kooperatywne – finansowane częściowo ze środków publicznych;
- galerie publiczne – finansowane przez rząd, ich misją jest edukacja;
- galerie non profit - prezentujące prace artystów wschodzących, dając im przestrzeń do eksperymentowania (Jeffri, 2005).

- sklepy malarskie – skupiające się na dziełach o niskiej jakości i cenie;
- spółdzielnie artystyczne – przeważnie mają charakter krótkotrwały, ze względu na brak stabilnych źródeł finansowania;
- galerie non profit – które czasami pozostają non profit jedynie z nazwy, a źródła ich finansowania nie są jawne (Chen, 2009) (tabela 3.4.).

Chińskie galerie sztuki prowadzą działania z zakresu wystaw akademickich, wystaw opartych na sponsoringu oraz współpracy. Ich funkcjonowanie opiera się na dwóch modelach biznesowych: konwencjonalnym (sprzedaż biletów wstępu) i niekonwencjonalnym (rezydentury artystyczne, nieruchomości artystyczne) (Leng, 2017, s. 3-4). Wybrane galerie wraz z ich charakterystyką zaprezentowano w tabeli 3.4.

Tabela 3.4. Wybrane galerie sztuki w Chinach i ich charakterystyka

Nazwa	Lokalizacja	Data powstania	Charakterystyka
Guanfu Gallery	Pekin	1996	Ma kilka obszarów działalności, takich jak: galeria porcelany, galeria mebli, galeria rzemiosła oraz galeria obrazów olejnych; galeria przyjmuje darowizny od różnych środowisk, działa bez pomocy rządowej.
Blue Roof Gallery	Chengdu	2003	Założona przez społeczność niezależnych artystów, m.in. Zhou Chunye, Yang Miana. Nazwa galerii wzięła się od charakterystycznego niebieskiego dachu pokrywającego budynek.
Today Art Gallery	Pekin	2006	Galeria początkowo kontrolowana przez finansową Grupę Antaeus, przeszła transformację i stała się prywatną galerią non profit.
A4 Art Gallery	Chengdu	2008	Założona przez Chengdu Wide Horizon Investment Group Co., Ltd., zaprojektowana przez amerykańskiego architekta Antoine'a Predocka. Poza przestrzenią wystawienniczą oferuje bibliotekę, salę wykładową, centrum widowiskowo-konferencyjne, centrum edukacyjne dla dzieci, pracownię artystyczną wraz z przestrzenią pod rezydenturę, sklep z pamiątkami oraz kawiarnię.
United Art Gallery	Pekin	2015	Założona przez Wuhan Optics Valley Union Group Company Limited galeria ma samodzielną osobowość prawną pod zarządem generalnym Wydziału Kultury Prowincji Hubei. Galeria kładzie nacisk na studium przypadku artysty, wspieranie innowacyjności wśród artystów i promowanie sztuki zorientowanej na przyszłość.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych na stronach internetowych poszczególnych galerii, dostęp 30.01.2024.

Kolejną istotną formą działalności na chińskim rynku sztuki są targi sztuki, czyli wydarzenia, podczas których galerie sztuki, artyści, kolekcjonerzy i inni profesjonaliści związani ze światem sztuki wystawiają swoje prace. Wydarzenia te mają formę otwartą dla publiczności, która pozwala także na sprzedaż dzieł. Równie ważnym celem targów jest ułatwienie kontaktów między artystami, galerzystami i potencjalnymi nabywcami. Począwszy od 2013 r. targi sztuki w Chinach stają się coraz bardziej popularne, ponieważ nie tylko ułatwiają zakup dzieł sztuki, lecz także mają istotny wpływ na status miast, w których się odbywają (dotyczy to liczby odwiedzających wydarzenie kolekcjonerów, przychodów

z turystyki, a także reklamy danego miasta w związku z organizacją wydarzenia)¹⁰⁵. Do najważniejszych targów sztuki w Chinach należą: Art Beijing, Art Shenzhen, Art Basel Hong Kong i Art 021 Shanghai Contemporary Art Fair. Szczegółową charakterystykę najważniejszych targów sztuki w Chinach zawiera tabela 3.5. Listę pozostałych targów sztuki zestawiono w aneksie 4.

Tabela 3.5. Charakterystyka najważniejszych targów sztuki w Chinach

Nazwa	Charakterystyka	Znaczenie
Art Beijing	Skoncentrowane na Azji, podzielone na cztery sekcje główne obejmujące: sztukę współczesną, design, tradycyjne malarstwo i kaligrafię oraz sztukę publiczną.	Promocja Pekinu jako centrum azjatyckiej sztuki, odgrywa istotną rolę w rozwoju chińskiego środowiska artystycznego.
Art Basel Hong Kong	Część międzynarodowej serii Art Basel (pozostałe targi odbywają się w Bazylei, Paryżu, Miami Beach, a także za pomocą specjalnych online viewing rooms). To największe targi sztuki na świecie.	Jedno z najważniejszych wydarzeń w kalendarium chińskiego rynku sztuki. Przyciąga wiele międzynarodowych galerii i kolekcjonerów. Wydawany przez Art Basel coroczny raport rynku sztuki jest ogólnie uznanym źródłem wiedzy o globalnym rynku sztuki.
Art Shenzhen	Skupione na sztuce chińskiej, a ich organizacja oparta jest na filozofii otwartości i współpracy profesjonalnej i pragmatycznej.	Targi te, podobnie jak samo miasto Shenzhen, w którym się odbywają, zyskują coraz większe zainteresowanie oraz zaufanie lokalnych instytucji i mediów.
Art 021 Shanghai Contemporary Art Fair	Skoncentrowane na sztuce współczesnej. Podzielone na trzy sekcje: galerie główne (najważniejsza część wydarzenia, prezentująca wybitne ekspozycje); mniejsze galerie (pod swoją kuratelą mają wystawy obejmujące 2–3 artystów); galerie Detour (galerie o dużym znaczeniu kulturowym, reprezentujące artystów młodego pokolenia).	Art 021 odgrywa znaczną rolę w promowaniu i eksponowaniu współczesnych dzieł sztuki w tym regionie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych na stronach internetowych targów, <http://www.artbeijing.net>, <https://www.artbasel.com/>, <http://www.artshenzhen.com>, <https://www.art021.org/>, dostęp 30.01.2024.

Osobną formę działalności artystycznej stanowią tzw. „dzielnice artystyczne”. Po raz pierwszy pojawiły się w Chinach jako miejsca tworzenia artystów współczesnych, których twórczość była marginalizowana i represjonowana przez władze. Pierwszą wioską artystyczną była powstała w latach 80. XX w. Yuanmingyuan Artist Village (圆明园画家村) na zachodnich przedmieściach Pekinu, która zmieniła postrzeganie dzielnic artystycznych i podniosła ich rangę¹⁰⁶. Z czasem zaczęło powstawać coraz więcej podobnych wiosek

¹⁰⁵ Art Basel Hong Kong podczas debiutu w 2013 r. zgromadziło 60 tys. uczestników, zaś w 2017 r. targi odwiedziło 80 tys. osób.

¹⁰⁶ Istnienie wioski zostało przerwane przez policję, która w 1995 r. aresztowała wielu artystów żyjących we wspólnocie, a ich domy zostały zrównane z ziemią. Artyści szybko znaleźli nową przestrzeń do osiedlenia się, wioskę Xiaopu. Xiaopu cechowała znaczna dostępność dużej, taniej powierzchni do wynajęcia oraz mniej napięta atmosfera polityczna (Zhang, 2014, s. 836). Pomimo nacisków politycznych sekretarz partii okręgu Tongzhou, Cui Dabai, postanowił zezwolić artystom na życie i tworzenie w wiosce. W krótkim czasie dochody Xiaopu z dzierżawy ziemi znacznie wzrosły, a społeczność artystów przestała być traktowana jako zagrożenie.

lub dzielnic artystycznych. Szacunkowe liczby dotyczące dzielnic artystycznych w Chinach mogą się różnić w zależności od przyjętych kryteriów, wśród których wyróżnić należy:

1. Kryterium geograficzne – większość dzielnic artystycznych rozwija się w dużych miastach. Na przykład:
 - Pekin – powyżej 10 dzielnic artystycznych, z czego najbardziej znane to 798 Art District i Caochangdi;
 - Szanghaj – ok. 5-10 dzielnic artystycznych, w tym M50 (Moganshan Road) oraz Tianzifang;
 - Guangzhou – ok. 3-5 dzielnic, w tym Redtory Art District;
 - Chengdu – ok. 3-4 dzielnice, takie jak Eastern Suburb Memory i Luxelakes Art Gallery;
 - Shenzhen – ok. 3-4 dzielnice, m.in. OCT-Loft.
2. Kryterium rozmiaru i struktury:
 - duże kompleksy artystyczne (z galeriami, studiami, teatrami, kawiarniami): Szacunkowo 15-20 na terenie Chin, głównie w największych metropoliach;
 - mniejsze dzielnice zdominowane przez artystów indywidualnych i małe galerie: Około 50-100, które mogą być mniej znane, ale funkcjonują w mniejszych miastach i prowincjach;
3. Kryterium rodzaju sztuki:
 - dzielnice skupiające się na sztuce współczesnej. Szacunkowo 20-30 dzielnic, głównie w Pekinie, Szanghaju i Shenzhen;
 - dzielnice poświęcone sztuce tradycyjnej, rzemiosłu czy designowi: 10-15 dzielnic, często powiązane z lokalną kulturą i tradycją artystyczną.

Liczba dzielnic artystycznych w Chinach może wynosić szacunkowo od 50 do 100, zależnie od tego, jak szeroko definiujemy dzielnicę artystyczną. Należy podkreślić, że powstające w Chinach wioski artystyczne odegrały znaczącą rolę w inicjowaniu procesu gentryfikacji miast, mając pozytywny wpływ na transformację przestrzenną i urbanistykę miast. Niektóre dzielnice/wioski artystyczne stały się artystycznymi i kulturowymi symbolami w tych miastach (Guo, Xiao, Qi, 2018, s. 631).

Zmiana postrzegania znalazła swoje odzwierciedlenie także w zarządzaniu miastem, które w 2004 r. wprowadziło strategię na lata 2004-2020 jako „rozwoju miasta z kulturą” (文化兴镇).

- 798 Art District w Pekinie – oficjalnie otwarty w 2002 r. na terenach dawnej fabryki, która początkowo służyła chińskiej Akademii Sztuk Pięknych CAFA jako przestrzeń magazynowa (Yin, Liu, Z., Dunford, Liu, W., 2015)
- Songzhuang Art Colony – kolonia artystyczna zrzeszająca chińskich artystów awangardowych, obecnie zamieszkiwana przez około 2000-4000 artystów (Berenstein, 2010). Głównym jej założeniem był powrót do prostoty i natury;
- M50 Creative Park (莫干山路 50 号) w Szanghaju – zapoczątkowana przez chińskiego twórcę awangardowego Xue Songa (薛松) w 2003 r.

W podrozdziale przedstawiono dynamiczny rozwój muzeów państwowych i prywatnych, galerii sztuki, targów oraz dzielnic artystycznych na terenie Chin. Od lat 80. XX w. liczba muzeów w Chinach systematycznie rośnie, co jest częścią strategii państwa mającej na celu budowanie „wielkiego narodu kultury”. Państwowe regulacje, takie jak rozporządzenie *O Muzeach* z 2015 r., określają misję muzeów jako instytucji non-profit działających w celach edukacyjnych i badawczych. Muzea prywatne zyskały na znaczeniu po reformach z 1978 r., kiedy to prywatne kolekcje zaczęły być legalizowane i uznawane za istotny element ochrony dziedzictwa kulturowego. Przyczyną wzrostu popularności prywatnych muzeów są zarówno motywacje finansowe, jak i chęć podniesienia prestiżu społecznego kolekcjonerów. W tym kontekście warto zauważyć, że w Chinach tylko niewielki odsetek prywatnych muzeów funkcjonuje jako fundacje, w przeciwieństwie do instytucji zachodnich. Galerie sztuki, które zaczęły się rozwijać w latach 90. XX w., obejmują różne typy instytucji, od galerii komercyjnych po non-profit, a ich liczba stale rośnie. Ważnym elementem chińskiego rynku sztuki są również targi sztuki, takie jak Art Beijing czy Art Basel Hong Kong, które nie tylko wspierają sprzedaż dzieł, ale także podnoszą status miast, w których się odbywają. Dzielnice artystyczne, początkowo marginalizowane, stały się ważnymi ośrodkami kulturalnymi i miały znaczący wpływ na procesy urbanistyczne i gentryfikację miast. Współczesny rynek sztuki w Chinach, obejmujący muzea, galerie i targi, rozwija się w szybkim tempie, co świadczy o rosnącej roli Chin w międzynarodowej kulturze i sztuce.

3.3.3. Znaczenie e-commerce oraz mediów społecznościowych w handlu sztuką w Chinach

Poza tradycyjnymi podmiotami zajmującymi się handlem sztuką (domy aukcyjne, muzea, galerie, dzielnice artystyczne, targi), rozważając chiński rynek sztuki, należy również uwzględnić podmioty zajmujące się e-commerce, sprzedażą online, a także media

społecznościowe, które wpływają na decyzje zakupowe chińskich konsumentów. Jest to związane z bardzo dużym procentem cyfryzacji społeczeństwa¹⁰⁷. Sprzedaż dzieł sztuki online z roku na rok zyskuje coraz szersze grono odbiorców. E-commerce na chińskim rynku sztuki stanowi reakcję na zmiany nie tylko technologiczne, ale przede wszystkim społeczne. Coraz więcej klientów zaczęło oczekiwać wygodnych i bezpiecznych zakupów bez konieczności wychodzenia z domu. Liu wyróżnia cztery fazy rozwoju Internetu w handlu sztuką w Chinach, ich charakterystyka została zestawiona w tabeli 3.6.

Tabela 3.6. Cztery fazy rozwoju Internetu w handlu sztuką w Chinach

Faza	Charakterystyka	Przykłady
Portal internetowy	Funkcją Internetu jest zbieranie i opracowywanie informacji, które później są wyświetlane przez użytkownika. Interakcja jest jednokierunkowa, użytkownik nie wchodzi w relacje z portalem.	Portale dziennikarskie i informacyjne dotyczące sztuki: • artrade.com • zhaoonline.co; • artxun.com
Wyszukiwarka	Pojawienie się wyszukiwarek wprowadziło dodatkową funkcję, jaką jest sortowanie informacji w zależności od preferencji użytkownika.	Wyszukiwarki i portale, gdzie można znaleźć informacje dotyczące sztuki: • Baidu.com • Artrade.com • Artnet.com
Web 2.0	Określa serwisy internetowe, w których większość treści jest tworzona przez samych użytkowników. Interakcja jest dwustronna.	Fora internetowe dotyczące sztuki: • Sssc.cn • Dadadaka.com
Web 3.0	Pojawienie się możliwości nie tylko tworzenia treści, ale też posiadania rzeczy w Internecie. Na przykład blockchain czy NFT o chińskiej specyfice (od 2022 r. funkcjonuje struktura BSN-DDC – rozproszone certyfikaty cyfrowe, która pozwala na tworzenie i handel NFT w sposób wolny od kryptowalut).	Chińska pierwsza krajowa i regulowana platforma do handlu NFT: • Cdex.net

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Liu (2015) *A comparative study on the E-commerce model: Case of taobao and jingdong*; Kapron, Z. (2023.01.19). China Is Developing A Web3.0 Ecosystem Of Its Own. Forbes, <https://www.forbes.com/sites/zennonkapron/2023/01/19/web30-with-chinese-characteristics-can-china-develop-a-thriving-web30-ecosystem-of-its-own/?sh=5e90337c34a1>, dostęp 29.01.2024.

Rozwój i dostępność technologii, pojawienie się mobilnego Internetu, a także przyjęcie przez chiński rząd koncepcji Internet Plus sprawiło, że Chiny jako pierwsze wprowadziły innowacyjne rozwiązania w obrocie dzieł sztuki online¹⁰⁸. Na chińskim rynku sztuki wyróżnić można pięć głównych form usług online związanych ze sprzedażą dzieł. Są to:

¹⁰⁷ W 2023 r. liczba użytkowników Internetu w Chinach wynosiła ponad 1,08 mld, a poziom penetracji to 76,4%. Spośród tych osób aż 1,05 mld (72%) jest użytkownikami mediów społecznościowych, a poziom aktywnych urządzeń mobilnych w Chinach przekracza populację ogólną użytkowników Internetu, wynosząc 1,69 mld; opracowanie własne na podstawie 52. raportu statystycznego na temat rozwoju chińskiego Internetu, <https://www.cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202311/P020231121355042476714.pdf>, dostęp 29. 01. 2024.

¹⁰⁸ Koncepcja wprowadzona po raz pierwszy w 2013 r. w ramach przemówienia *Siedem drogowskazów dla przyszłości Internetu* przewodniczącego firmy Tencent M. Hutenga (Hu, 2016). Od 2015 r. Internet Plus

- bazy danych oraz strony dokonujące analiz rynkowych – ich zadaniem jest gromadzenie i sortowanie danych, dzięki czemu zwiększa się przejrzystość transakcji; przykładem takiej bazy danych jest Artnet;
- chińskie strony sprzedażowe – zaprojektowane na zasadzie sklepu internetowego, których interfejs dopasowany jest do sprzedaży dzieł sztuki;
- aukcje online – oferowane na stronach internetowych domów aukcyjnych, na przykład Christie's Live lub Artsy;
- wirtualne targi sztuki – obejmują replikację rzeczywistych targów sztuki online;
- sklepy w aplikacji WeChat¹⁰⁹.

Spośród wymienionych form strony internetowe, aukcje online i sklepy na platformie WeChat stanowią miejsca handlu sztuką. Najbardziej tradycyjną, a zarazem najbardziej uniwersalną formą są strony internetowe, które sklasyfikować można w zależności od prowadzonej działalności. Wyróżnia się:

- strony o jednoznacznie zdefiniowanej działalności, skoncentrowane na sprzedaży określonego rodzaju dzieł sztuki, na przykład studentart.com.cn;
- strony zajmujące się handlem różnego rodzaju dzieł sztuki, które nie mają jasno określonych ram działalności, na przykład panjiayuan.cn;
- strony powiązane z bazami danych lub stronami informacyjnymi dotyczącymi sztuki, na przykład artbuy.com, artxun.com;
- strony zajmujące się sprzedażą wszystkich kategorii produktów, które mają wydzieloną podkategorię ogólną „sztuka”, na przykład taobao.com.

Strony internetowe zajmujące się handlem sztuką wykazują wiele cech wspólnych, są to: pozycjonowanie i styl strony internetowej, klasyfikacja sprzedawanych obiektów według artysty, stylu, lat, techniki, materiałów itp., umieszczanie zdjęć z możliwością dużego powiększenia. Metody te pozwalają na wykorzystywanie nawyków zakupowych konsumentów poprzez ułatwienie szybkiego znalezienia wybranego przedmiotu i uproszczenie procesu zakupu.

został uznany za element narodowej strategii Chin. Koncepcja Internet Plus obejmuje kilka kluczowych elementów, takich jak integracja międzysektorowa i innowacyjny rozwój gospodarki, napędzanie wzrostu innowacjami, przekształcanie relacji społecznych, tworzenie ekosystemu sieciowego (Zhao, Xiong, Fang, 2016).

¹⁰⁹ WeChat to najpopularniejsza chińska aplikacja do komunikacji społecznej. Oprócz funkcji czatu, przesyłania obrazków, plików, wideo rozmów itp. oferuje także płatności mobilne, zakupy online, gry oraz tzw. mini-programy, czyli aplikacje wbudowane w platformę WeChat, służące często do sprzedaży lub streamingu treści. W trzecim kwartale 2023 r. liczba aktywnych użytkowników WeChatu na świecie przekroczyła 1,336 mld; dane pochodzą ze strony <https://www.statista.com/statistics/255778/number-of-active-wechat-messenger-accounts/>, dostęp 29.01.2024.

Aplikacje mobilne to kolejna ważna forma e-commerce na chińskim rynku sztuki. Zgodnie z danymi z 52. raportu na temat rozwoju chińskiego Internetu aż 99,8% (11,09 mld) wszystkich internautów korzysta z Internetu za pomocą telefonu komórkowego¹¹⁰. Jest to związane także z obniżeniem opłat transferu danych, przez co coraz więcej osób poświęca swój wolny czas na korzystanie z Internetu. Obecne na chińskim rynku sztuki aplikacje mobilne również przybierają kilka form:

- e-katalogi i e-magazyny – ich funkcja jest czysto informacyjna, jako kanał aukcyjny do zapisywania obrazów i aktualizowania codziennych trendów na rynku sztuki oraz informacji korporacyjnych; nie mają funkcji transakcyjnej. Przykładami są aplikacje mobilne domów aukcyjnych, na przykład Chrsitie's czy China Poly;
- muzea i galerie w chmurze – ich pierwotną funkcją było prezentowanie dzieł sztuki na zasadach muzeum online. Z czasem jednak ich funkcjonalność rozwinęła się o interakcje między użytkownikami, tworząc społeczności zainteresowane sztuką, które mogą wzajemnie komentować, polecać i dzielić się wrażeniami ze świata sztuki. Przykładem takiej aplikacji jest Yuntoo (Art Cloud Atlas);
- aplikacje przeznaczone do handlu sztuką – połączenie platformy informacyjnej z mobilnym terminalem, dzięki czemu kupujący może bez ograniczeń brać udział w interesujących go aukcjach. Przykładem takich aplikacji są HiHey oraz Artand, które poza działaniami promocyjnymi i sprzedają aukcyjną dzieł sztuki oferuje też wycenę dzieł oraz zapewnia bezpieczeństwo transakcji.

Najnowszą i obecnie najważniejszą formą e-commerce na rynku sztuki w Chinach są sklepy (zwane też miniprogramami) w aplikacji WeChat. Wersja WeChat 3.0. uruchomiona w 2013 r. zyskała funkcję płatności w aplikacji, co pozwoliło na uruchomienie pierwszych aukcji sztuki WeChat, takich jak: Cityzine, Weipai, Catawiki, Aukcje Yimai WeChat, Aukcje Yangzi WeChat, Aukcje Zhou Zhou, Wallant Auction, ArtJeff i DaKa Auction. Znamienna jest charakterystyka aukcji WeChat, które różnią się od tradycyjnych aukcji online organizowanych przez domy aukcyjne. Aukcje procedowane są tutaj na zasadzie rozmowy grupowej, przed rozpoczęciem której aukcjoner wysyła do zainteresowanych użytkowników zdjęcia, opis i cenę wywoławczą danego lotu. Następnie uczestnicy dzieleni są na mniejsze grupy (konwersacje), a jedna aukcja prowadzona jest synchronicznie w kilku grupach (He,

¹¹⁰ <https://www.cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202311/P020231121355042476714.pdf>, dostęp 29.01.2024.

2016). Po licytacji każdego lotu wyniki aukcji prezentowane są na publicznym czacie. Bardzo ważnym elementem tych aukcji jest też to, co następuje po zakończeniu całej licytacji. Wtedy aukcjoner, kolekcjonerzy, a nierzadko także sami artyści mogą w niezobowiązujący sposób porozmawiać z innymi użytkownikami, nawiązać kontakty społeczne i tak zwane *guanxi*, tak ważne dla chińskiej kultury. Ten społeczny aspekt prowadzenia aukcji dzieł sztuki jest wyjątkowo nowatorski, a jednocześnie dobrze dopasowany do zachowań internetowych kolekcjonerów młodego pokolenia. Początkowo dzieła sztuki sprzedawane w ramach platformy WeChat wyróżniały się trzema cechami: brakiem ceny minimalnej, niską rozpoznawalnością autora dzieła oraz niską ceną wywoławczą (często cena wywoławcza wynosiła jedynie 100 CNY). Obecnie jednak w ramach platformy WeChat przeprowadzane są również transakcje dzieł o dużej wartości, autorstwa znanych artystów. Co więcej, jak zauważono w raporcie Art and Finance Report 2019, przeprowadzonym przez Deloitte, WeChat umożliwia bezpośredni, natychmiastowy i stały kontakt z klientami, co jest jednym z czynników przyciągających nowych klientów (Deloitte, ArtTactic, 2019, s. 67).

Postęp technologiczny jest ściśle związany z rozwojem chińskiego społeczeństwa. Pojawienie się mobilnego Internetu oraz wdrożenie przez rząd ChRL strategii Internet Plus doprowadziły do maksymalizacji wykorzystania nowych technologii we wszystkich dziedzinach życia. Występowanie i szerokie zastosowanie e-commerce na chińskim rynku sztuki stanowi reakcję na zmiany struktury rynku, gdzie transakcje online są coraz powszechniejsze, a konsumenci oczekują wygodnych i bezpiecznych doświadczeń zakupowych online.

3.4. Analiza wartości i wolumenu sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki

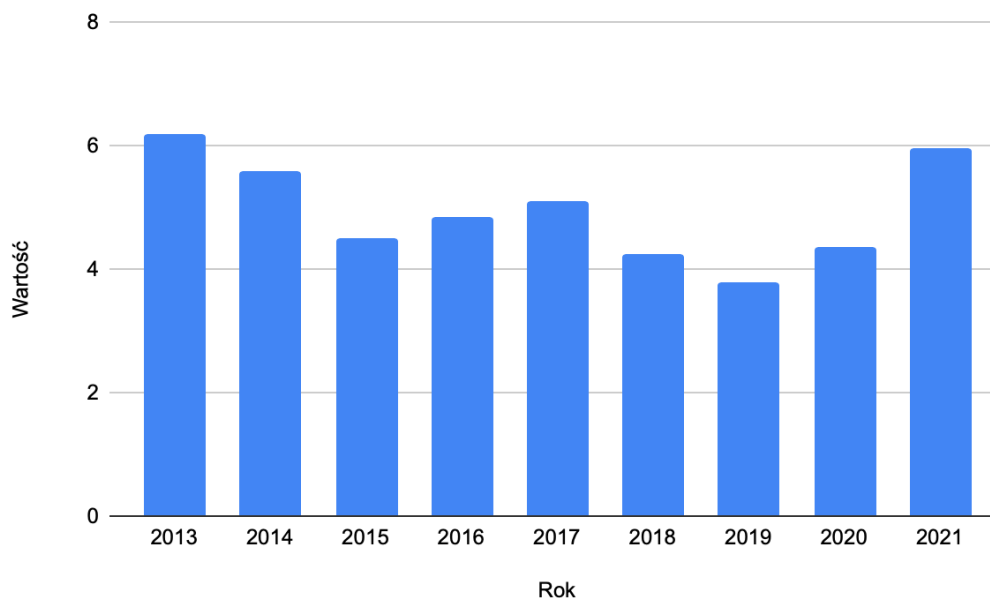
Analizie zostały poddane dane dotyczące sprzedaży aukcyjnej w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021. Pochodzą one z raportów Global Chinese Art Market publikowanych przez portal artnet.com oraz danych opublikowanych przez Qianzhan Industry Research Institute¹¹¹. W tabeli 3.7. zestawione zostały dane dotyczące wartości i wolumenu sprzedaży w ujęciu dynamicznym. Dane dotyczące wartości sprzedaży zostały dodatkowo zaprezentowane na rysunku 3.5.

¹¹¹ Po roku 2021 portal Artnet zaprzestał publikowania raportów dotyczących chińskiego rynku sztuki.

Tabela 3.7. Wartość i wolumen sprzedaży na chińskim rynku sztuki w latach 2013–2021

Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Wartość (mld USD)	6,175	5,597	4,489	4,835	5,111	4,239	3,783	4,366	5,947
Wolumen (liczba sprzedanych lotów w tys.)	360,34	327,93	253,68	254,94	240,90	252,80	248,04	237,17	306,45

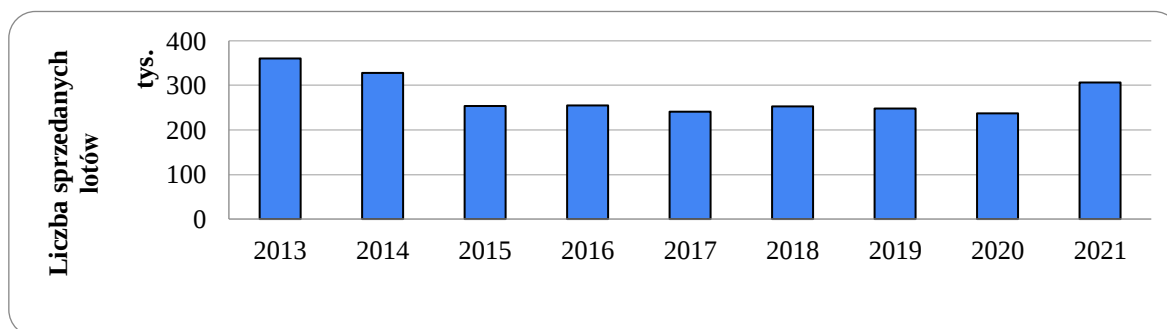
Źródło: opracowanie własne na podstawie: Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.



Rys. 3.4. Wartość sprzedaży (w mld USD) na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Jak pokazano na rysunku 3.4, wartość sprzedaży aukcyjnej na chińskim rynku sztuki ulegała znaczącym zmianom w analizowanym okresie 2013-2021. Najwyższa wartość sprzedaży została osiągnięta w 2013 r., wynosząc 6,17 mld USD. W kolejnych latach zaobserwowano spadek wartości. Ponowny wyraźny wzrost odnotowano w 2021 r., kiedy wartość sprzedaży wzrosła do poziomu 5,95 mld USD.

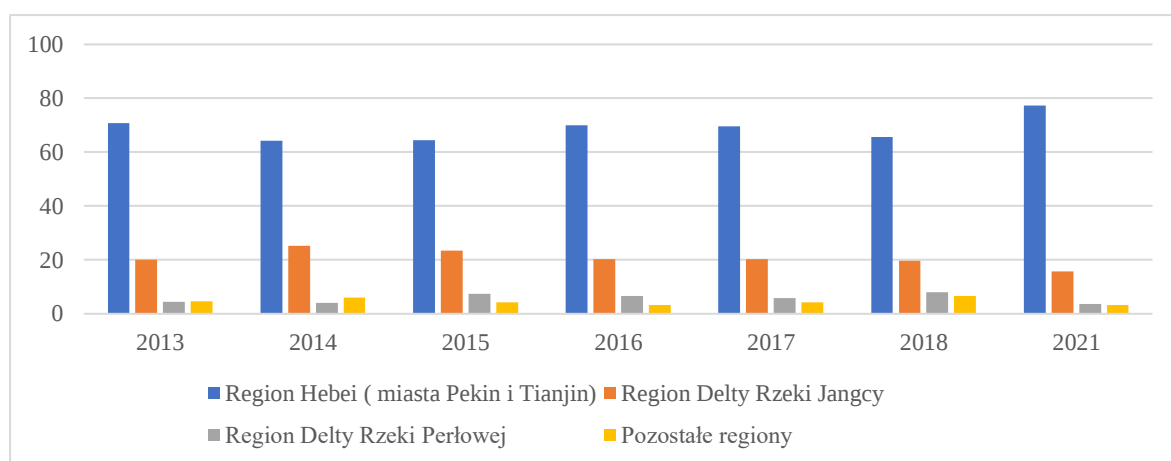


Rys. 3.5. Wolumen sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Biorąc pod uwagę wolumen sprzedaży, można zauważyć, że najwięcej obiektów zostało sprzedanych w latach 2013 (360,3 tys.), 2014 (327,9 tys.) oraz 2021 (360,4 tys.). W pozostałych latach wolumen sprzedaży utrzymywał się na stosunkowo wyrównanym poziomie, wynosząc kolejno 253,7 tys. (2015), 254,9 tys. (2016), 240,9 tys. (2017), 252,8 tys. (2018), 248 tys. (2019) oraz 237,1 tys. (2020) (rys. 3.5).

Analizując rozmieszczenie geograficzne podmiotów na chińskim rynku sztuki oraz kluczowe obszary sprzedaży aukcyjnej (region Hebei [miasta Pekin i Tianjin], region Deltę Rzeki Jangcy, region Deltę Rzeki Perłowej), można zauważyć wyraźną dominację Pekinu i Tianjinu nad pozostałymi regionami w badanym okresie. Dane dotyczące wartości sprzedaży w ujęciu geograficznym zostały przedstawione na rysunku 3.6.



Rys. 3.6. Struktura wartości sprzedaży aukcyjnej w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021 według regionów (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021 oraz Qianzhan Industry Research Institute, <https://bg.qianzhan.com/report/detail/300/191210-c8bbc793.html>, dostęp 14.02.2024.

Z przedstawionych danych wynika, że największy udział procentowy w wartości sprzedaży na terenie Chin kontynentalnych w analizowanych latach odnotowano w regionie Hebei, obejmującym miasta Pekin i Tianjin. Udział ten wynosił 70,8% w 2013 r., a w kolejnych latach jeszcze wzrastał osiągając 77,4% w 2021 r. Świadczy to o rosnącym znaczeniu regionu. Region Deltę Rzeki Jangcy utrzymywał drugą pozycję pod względem udziału w wartości sprzedaży, rozpoczynając od 20% w 2013 r., z pewnymi wahaniami w kolejnych latach, osiągając najniższy poziom 15,7% w 2021 r. Region Deltę Rzeki Perłowej wykazywał zróżnicowany udział, począwszy od 4,4% w 2013 r., ze wzrostem do 8,1% w 2018 r. i spadkiem do 3,6% w 2021 r. Pozostałe regiony miały stosunkowo niski udział, wahający się od 4,6% (2013) do 3,2% (2021)¹¹².

¹¹² Brak danych za 2019 i 2020 r.

Wartość i wolumen sprzedaży można analizować z uwzględnieniem kategorii rodzajowych obiektów. Na chińskim rynku sztuki wyróżnia się pięć kategorii rodzajowych obiektów:

- sztuka XX w. i współczesna sztuka chińska;
- chińskie antyki i dzieła sztuki;
- chińskie książki i rękopisy;
- malarstwo tradycyjne i kaligrafia;
- inne¹¹³.

Pierwsza z wymienionych kategorii obejmuje: malarstwo, rzeźbę, grafikę warsztatową, instalacje, fotografia itp. pochodzące z XX i XXI w. Chińskie antyki i dzieła sztuki obejmują: rzeźby z porcelany, jadeitu, bambusa, drewna, kości słoniowej i rogu, wyroby metalowe, wyroby lakierowane, tekstylia, meble, naczynia kuchenne itp. Kategoria książki i rękopisy to starożytne księgi, rękopisy, inskrypcje kaligraficzne itp. Malarstwo tradycyjne i kaligrafia obejmują klasyczne, nowoczesne i współczesne malarstwo chińskie w tradycyjnym stylu. Kategoria inne obejmuje wyroby designerskie XX i XXI w. Dane dotyczące struktury sprzedaży w Chinach kontynentalnych pod względem wartości sprzedaży z podziałem na kategorie rodzajowe w latach 2013-2021 zostały zestawione w tabeli 3.8.

Tabela 3.8. Udział w rynku według wartości sprzedaży aukcyjnej w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021 (%)

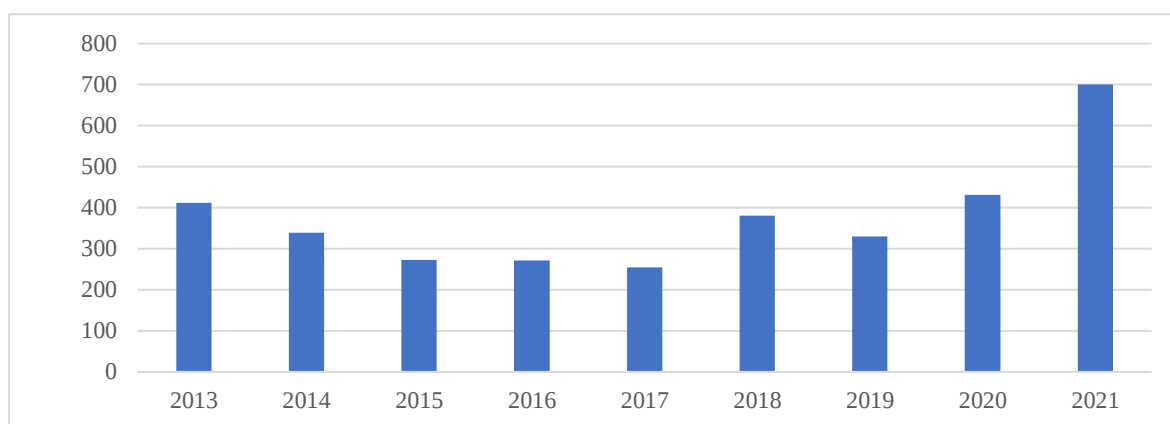
Rodzaj \ Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	6,6	6,1	6,1	5,6	5,0	8,9	8,7	9,8	11,8
Chińskie antyki i dzieła sztuki	19,6	20,9	22,9	23,5	20,4	24,7	27,1	23,9	30,4
Chińskie książki i rękopisy	1,5	1,6	1,9	2,1	1,9	4,3	3,0	2,4	2,5
Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	66,2	65,4	62,9	63,6	66,4	54,6	53,8	55,8	46,5
Inne	6,1	6,0	6,2	5,2	6,3	7,5	7,4	8,1	8,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Na podstawie zebranych danych należy stwierdzić, że w latach 2013-2021 w Chinach kontynentalnych kategorią rodzajową o największym udziale w wartości sprzedaży aukcyjnej było chińskie malarstwo tradycyjne i kaligrafia, która wynosiła średnio 61,1%. Największy udział w wartości sprzedaży w tej kategorii odnotowano w 2017 r. i wyniósł on 66,1%, co odpowiadało 796 mln USD. W badanym okresie drugą pod względem udziału wartości sprzedaży kategorią rodzajową były chińskie antyki i dzieła sztuki, których udział wartości sprzedaży wyniósł średnio 23,6%. Największy poziom sprzedaży w tej kategorii miał

¹¹³ Na podstawie klasyfikacji ze strony <https://www.artnet.com/>, dostęp 30.01.2024.

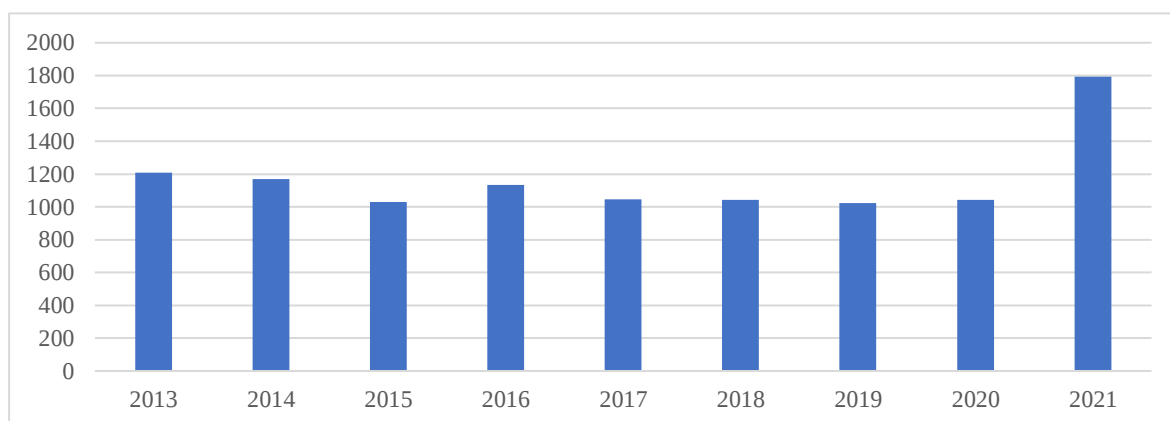
miejsce w 2021 r. – 30,4% (ponad 1 mld USD). Do 2017 r. sztuka XX w. i współczesna sztuka chińska stanowiły około 6% udziału w wartości sprzedaży, natomiast od 2018 r. odnotowano wyraźny wzrost zainteresowania tą kategorią rodzajową, o czym świadczy wzrost do 8-9% udziału w wartości sprzedaży, a największą wartość odnotowano w 2021 r. (11,8%). Podobny wzrost można zauważyć w kategorii inne, której procentowy udział w rynku w 2013 r. wynosił 6%, podczas gdy w 2021 r. było to już 8,8%.



Rys. 3.7. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii sztuka XX w. i współczesna sztuka chińska w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

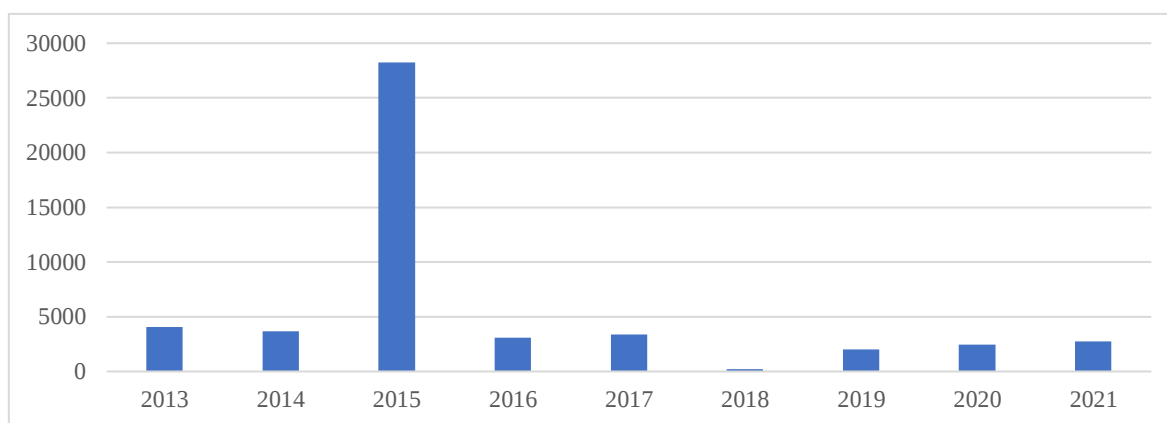
Analizując wartość sprzedaży aukcyjnej w poszczególnych kategoriach w latach 2013-2021, możemy zaobserwować dużą zmienność. Kategoria sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska w latach 2013-2021 osiągnęła wartość sprzedaży między 250 mln USD w 2015 r. a 700 mln USD w 2021 r. Dane na temat wartości sprzedaży w tej kategorii zostały przedstawione na rysunku 3.7.



Rys. 3.8. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii chińskie antyki i dzieła sztuki w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Na rysunku 3.8 zostały przedstawione wartości sprzedaży w kategorii chińskich antyków i dzieł sztuki na rynku Chin kontynentalnych w latach 2013-2021. W 2013 r. wartość sprzedaży wyniosła około 1,2 mld USD, co stanowiło najwyższy poziom w latach 2013-2016. W 2014 r. sprzedaż utrzymała się na zbliżonym poziomie, wynosząc nieco poniżej 1,2 mld USD. Następnie w 2015 r. zanotowano spadek, gdzie wartość sprzedaży wyniosła około 1 mld USD. Kolejne lata 2017-2020, charakteryzowały się stabilizacją, z wartością sprzedaży na poziomie około 1-1,1 mld USD. Największy wzrost odnotowano w 2021 r., kiedy to wartość sprzedaży gwałtownie wzrosła do około 1,8 mld USD, co stanowiło znaczący wzrost w porównaniu z wcześniejszymi latami.



Rys. 3.9. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii malarstwo tradycyjne i kaligrafia w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

W latach 2013-2021 odnotowano znaczące wahania sprzedaży w kategorii malarstwo tradycyjne i kaligrafia. W szczególności, w 2015 r. odnotowano wyjątkowo wysoki wzrost sprzedaży, osiągając wartość bliską 30 mln USD, co znacząco odbiega od pozostałych lat. W pozostałych latach sprzedaż kształtowała się na znacznie niższym poziomie, w przedziale od około 500 mln do 3000 mln USD, przy czym 2018 r. odznaczał się szczególnie niską wartością sprzedaży. W latach 2019-2021 wartość sprzedaży utrzymywała się na stabilnym, choć niskim poziomie (rys. 3.9).

Podsumowując analizę wartości sprzedaży na chińskim rynku dzieł sztuki w latach 2013-2021, można zaobserwować dynamiczne zmiany. Wyraźny wzrost aktywności odnotowano po okresie spadku wartości sprzedaży w latach poprzedzających 2021 r., co potwierdza zwiększenie wartości transakcji do poziomu 5,95 mld USD w ostatnim roku analizy. Warto zauważyć, że najwyższą wartość sprzedaży zanotowano w 2013 r., co może świadczyć o szczególnie sprzyjających warunkach rynkowych lub o wyjątkowej ofercie dzieł

sztuki w tym okresie. W strukturze rynku najważniejszym obszarem geograficznym był region Hebei, obejmujący metropolie Pekin i Tianjin, którego udział procentowy w wartości sprzedaży wzrósł z 70,8% w 2013 r. do 77,4% w 2021 r. Tendencja ta potwierdza rosnącą rolę tych miast jako kluczowych centrów rynku sztuki. Tymczasem regiony Deltę Rzeki Jangcy i Deltę Rzeki Perłowej, chociaż ważne, wykazywały mniejszą dynamikę. Z kolei analiza kategorii rodzajowych pokazuje, że malarstwo tradycyjne i kaligrafia utrzymywały najwyższą wartość sprzedaży, co odzwierciedla zainteresowanie chińskimi tradycjami artystycznymi. Z drugiej strony wzrost wartości sprzedaży w kategorii sztuki XX wieku i współczesnej sztuki chińskiej z 6% w 2013 r. do 11,7% w 2021 r. świadczy o rosnącym zainteresowaniu nowoczesnymi i współczesnymi dziełami, co może być wynikiem zmieniających się gustów kolekcjonerów.

Tabela 3.9. Udział w rynku według wolumenu transakcji aukcyjnych (liczba sprzedanych obiektów) w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Rodzaj \ Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	3,2	2,9	2,9	2,8	2,0	4,0	3,0	3,0	3,6
Chińskie antyki i dzieła sztuki	23,1	22,2	23,2	25,4	23,0	25,0	25,0	30,0	31,2
Chińskie książki i rękopisy	8,0	6,8	6,7	6,7	9,0	9,0	8,0	8,0	7,9
Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	47,5	46,8	43,9	42,3	43,0	38,0	35,0	32,0	30,1
Inne	18,2	21,3	23,3	22,8	23,0	24,0	29,0	27,0	27,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Biorąc po uwagę procentowy udział w rynku według wolumenu sprzedaży w Chinach kontynentalnych, w latach 2013-2021 dominującą kategorią było malarstwo tradycyjne i kaligrafia, którego udział w 2013 r. wynosił 47,5% (171,3 tys. sprzedanych obiektów), podczas gdy w 2021 r. zmalał już do 30,1% (92,2 tys. obiektów). Tendencję wzrostową możemy natomiast zaobserwować w kategorii chińskie antyki i dzieła sztuki, którego udział wzrósł z 23% (83,1 tys. obiektów) w 2013 r. do 31,2% (95,4 tys. obiektów) w 2021 r. Podobny wzrost widoczny jest w kategorii inne, w której w 2013 r. wynosił 18,1%, a w 2021 r. 27,2% (największy wzrost osiągnął w 2019 r. – 29%, co odpowiada 71,2 tys. sprzedanym obiektów). Udział sztuki XX wieku i współczesnej sztuki chińskiej w wolumenie transakcji aukcyjnych w badanych latach był stabilny i wynosił około 3%. Dane dotyczące procentowego udziału w rynku według wolumenu transakcji aukcyjnych w Chinach kontynentalnych przedstawiono w tabeli 3.9.

Analiza wolumenu sprzedaży wskazuje, że rynek chińskiej sztuki charakteryzował się znaczną zmiennością liczby sprzedanych lotów w badanym okresie. Najwięcej lotów sprzedano w 2013, 2014 oraz 2021 r., co może świadczyć o zmianach w dostępności dzieł

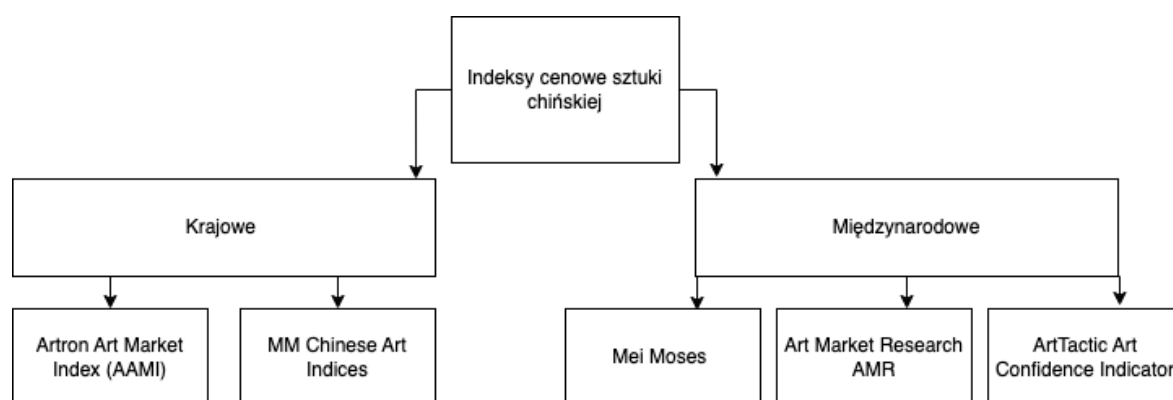
sztuki na rynku lub w wyborach nabywców. W pozostałych latach wolumen sprzedaży utrzymywał się na stosunkowo stabilnym poziomie, z najniższym poziomem w 2020 r., mogło to być spowodowane globalnymi wydarzeniami gospodarczymi i społecznymi wpływającymi na rynek sztuki. Zmiany te mogą również odzwierciedlać różnorodność i bogactwo oferty rynku chińskiego oraz jego zdolność do adaptacji w zmieniających się warunkach ekonomicznych. Różnorodność w kategoriach rodzajowych, z przewagą malarstwa tradycyjnego i kaligrafii, wskazuje na trwałość kulturalnych tradycji, chociaż wzrost wolumenu sprzedaży w kategorii sztuki współczesnej i XX-wiecznej w ostatnich latach sygnalizuje rozszerzenie zainteresowania kolekcjonerów. Warto zauważyć, że mimo iż malarstwo tradycyjne i kaligrafia dominują pod względem liczby sprzedanych obiektów, to kategorie takie jak chińskie antyki i dzieła sztuki oraz inne wykazują tendencje wzrostowe, co może wskazywać na zmiany na rynku i poszukiwanie przez kolekcjonerów nowych rodzajów sztuki.

4. ANALIZA CEN AUKCYJNYCH NA RYNKU DZIEŁ SZTUKI W CHINACH

4.1. Indeksy cenowe chińskiego rynku sztuki

Indeksy cenowe rynku sztuki to narzędzia analityczne, które mierzą zmiany wartości rynkowej dzieł sztuki na podstawie transakcji rynkowych. Służą one do analizy trendów na rynku sztuki, umożliwiając lepsze zrozumienie fluktuacji cen oraz podejmowanie bardziej świadomych decyzji dotyczących zakupu, sprzedaży i zarządzania kolekcjami. Ich rola w monitorowaniu i ocenie wartości rynkowej dzieł sztuki rośnie wraz z postępem w zakresie metodologii i dostępu do danych rynkowych.

Ceny sztuki chińskiej indeksowane są w kilku indeksach, które podzielić można na chińskie i międzynarodowe (rys. 4.1.)



Rys. 4.1. Podział indeksów cenowych sztuki chińskiej

Źródło: opracowanie własne.

Najważniejszym krajowym indeksem cenowym chińskiego rynku sztuki jest „Artron Art Market Index” AAMI (雅昌指数) znany też pod skrótem AAI (Artron Art Index). Podmiotem odpowiedzialnym za stworzenie indeksu jest Centrum Monitorowania Rynku Sztuki Artron, które jest częścią Artron Group, przedsiębiorstwa, które od 1993 r. aktywnie działa na rzecz promocji dziedzictwa kulturowego Chin, a także rozpowszechniania sztuki¹¹⁴.

¹¹⁴ Artron Group to jedna z największych tego typu firm w kraju. Obecnie posiada trzy bazy operacyjne w Pekinie, Szanghaju i Shenzhen, sześć centrów usług artystycznych w Hangzhou, Guangzhou, Nanjing, Chengdu, Xi'an i Wuhan, a także dwa biura w Nanning i Hongkongu. Usługi oferowane przez Artron obejmują:

- Artron Data – pozyskiwanie, przetwarzanie, zarządzanie i wykorzystywanie danych;
- Art + – zdigitalizowana encyklopedia pozwalająca artystom na stworzenie swojej strony „wizytówki”, przeprowadzanie promocji wydarzeń kulturalnych, a także badania i certyfikację proveniencji dzieł sztuki;

Indeks AAMI opierając się na bazie danych Artron odzwierciedla zmiany trendów cenowych i sytuację na rynku sztuki. Próby dla indeksu Artron są dobierane na podstawie danych z domów aukcyjnych, a ostateczny dobór próby dokonywany jest na podstawie głosowania ekspertów, których selekcja następuje co roku¹¹⁵. Wyróżnia się następujące obiektywne kryteria wyboru:

- skala działalności domu aukcyjnego – domy aukcyjne są klasyfikowane na podstawie udziału w rynku w danej kategorii przez ostatnie pięć lat. Łączny udział wybranych domów musi wynosić co najmniej 70% rynku w danej kategorii;
- stabilność operacyjna – domy aukcyjne muszą działać stabilnie przez co najmniej 6 kolejnych sezonów aukcyjnych, a ich przychody w danej kategorii nie mogą wykazywać znaczących odchyleń od średniej;
- reputacja – dom aukcyjny musi mieć dobrą reputację w branży i nie posiadać negatywnych wpisów w rejestrze domów aukcyjnych;
- charakterystyka regionalna – próba uwzględnia również regionalne cechy rynku sztuki w Chinach.

Jeśli w danym roku wybrany dom aukcyjny doświadczył istotnych zmian w zarządzaniu, wahań przychodów, kryzysu zaufania lub dopuścił się złamania przepisów prawna dot. domów aukcyjnych, to zespół ekspertów może zdecydować o jego wykluczeniu. Wśród domów aukcyjnych uwzględnianych w indeksie AAMI w 2021 r. wymienić należy: Beijing Poly, China Guardian, Sotheby's, Christie's, Beijing Hanhai, Xiling, Shengjia czy Yongle.

System indeksów Artron składa się z trzech głównych części: indeksu transakcji rynkowych, indeksu artystów i indeksu makro rynku. Rozbudowany system indeksowania obejmuje kilka subindeksów. Jako pierwszy wymienić należy indeks cen Artron AAMI (rys. 4.2), który umożliwia porównanie zwrotu z inwestycji w złoto i dzieł sztuki w trzech kategoriach:

- klasycznego malarstwa i kaligrafii chińskiej;
- nowoczesnego malarstwa i kaligrafii chińskiej¹¹⁶;

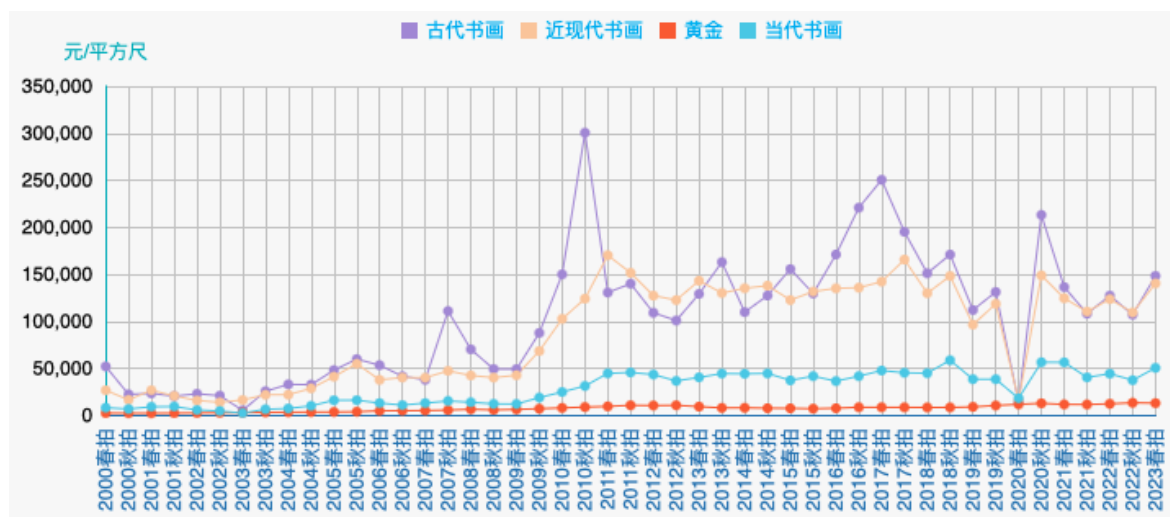
-
- Artron Artworks – zapewniająca mobilne centrum wystawiennicze przeznaczone do celów edukacyjnych lub promocyjnych;
 - Artron Books – prowadzące działalność wydawniczą;

¹¹⁵ Dane ze strony <https://www.artnet.com/>, dostęp 30.07.2025.

¹¹⁶ Nowoczesne malarstwo i kaligrafia – odnosi się do twórczości od końca dynastii Qing (1912 r.) do lat 70. XX w. (obejmuje to okres późnej dynastii Qing, epoki Republiki Chińskiej i wczesnych lat istnienia Chińskiej Republiki Ludowej). Przedstawicielami tego okresu są tacy artyści jak Qi Baishi, Zhang Daqian, Xu Beihong, czy Fu Baoshi.

- współczesnego malarstwa i kaligrafii chińskiej¹¹⁷.

Ponadto indeks ten klasyfikuje ceny metra kwadratowego dzieł sztuki na różne kategorie cenowe oznaczone jako: pięciogwiazdkowe (> 200 000 CNY) (rys. 4.2), czterogwiazdkowe (od 100 000 do 200 000 CNY) (rys. 4.3), trzygwiazdkowe (od 10 000 do 100 000 CNY) (rys. 4.4) i dwugwiazdkowe (< 10 000 CNY) (rys. 4.5), co umożliwia lepsze zrozumienie zmienności cen¹¹⁸.



Rys. 4.2. Indeks cen Artron Art Index (AAMI) dla wszystkich przedziałów cenowych malarstwa i kaligrafii

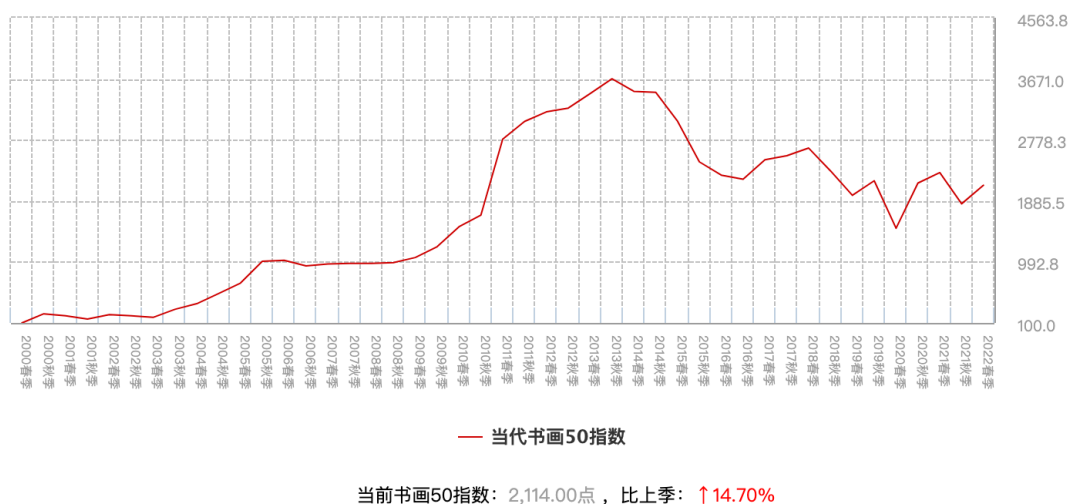
Źródło: https://amma.artron.net/artronindex.php#market_cont, data dostępu 01.08.2025¹¹⁹.

Jak pokazano na rysunku 4.2. największą zmiennością charakteryzuje się kategoria klasyczne malarstwo i kaligrafia (oznaczona kolorem fioletowym), dla której indeks AAMI w latach 2000-2023 mieścił się w przedziale 50-300 tys. CNY za m² dzieła. Kategorią o zbliżonej zmienności było nowoczesne chińskie malarstwo i kaligrafia (kolor beżowy), dla której najwyższy indeks osiągnięty został podczas aukcji wiosennych 2011 r. Wykres współczesnego malarstwa chińskiego i kaligrafii (kolor niebieski) cechuje się małą zmiennością indeksu cen, z wyraźną tendencją wzrostową od 2009 r. Kolorem czerwonym oznaczony został indeks złota.

¹¹⁷ Współczesne malarstwo i kaligrafia dotyczą twórczości od lat 70. XX w. po czasy współczesne. Szczególnie po reformach gospodarczych w Chinach, styl malarstwa stał się bardziej różnorodny. Przedstawicielami tego okresu są tacy artyści jak Fan Zeng, Wu Guanzhong czy He Jiaying.

¹¹⁸ Należy zauważyć, że indeks ten wykorzystuje odmienny sposób analizy cen dzieł sztuki, aby bezpośrednio porównać cenę dzieł sztuki z ceną złota z pominięciem inflacji.

¹¹⁹ Legenda: 元/ 平方尺 -CNY/ m²; 古代书画 – klasyczne malarstwo i kaligrafia ; 近现代书画 – nowoczesne malarstwo i kaligrafia ; 黄金 – złoto ; 当代书画 – współczesne malarstwo i kaligrafia.



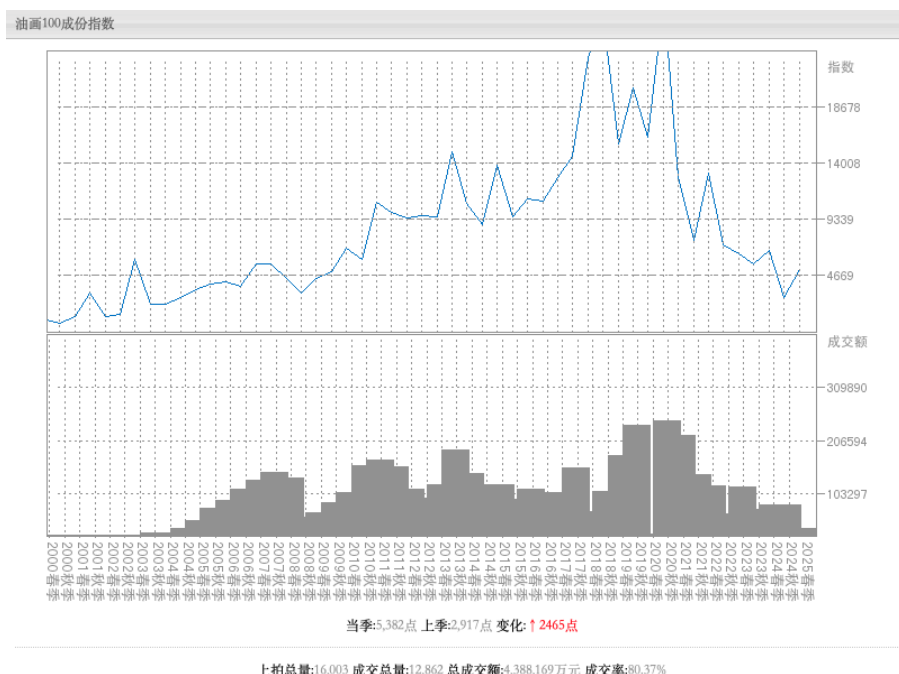
Rys. 4.3. Indeks współczesnej kaligrafii i malarstwa 50

Źródło: https://amma.artron.net/artronindex.php#market_cont, dostęp 21.04.2024¹²⁰.

Kolejnym ważnym indeksem jest indeks współczesnej kaligrafii i malarstwa 50 (rys. 4.3.), który opiera się na danych dla 50 współczesnych żyjących artystów zajmujących się kaligrafią i malarstwem, został opracowany przy użyciu metody powtórnej sprzedaży (*repeat sales regression*). Uwzględnia dzieła, które były przedmiotem transakcji aukcyjnych co najmniej dwukrotnie. Za okres bazowy przyjęto wiosnę 2000 r., a punktem bazowym jest 100 punktów. Główne kryteria selekcji artystów kwalifikowanych do indeksu to walory artystyczne, ale też wpływ moralny jaki wywierają na społeczeństwo. Wprowadzenie „indeksu współczesnej kaligrafii i malarstwa 50” umożliwiło kolekcjonerom bardziej kompleksowe i przejrzyste zrozumienie sytuacji na rynku aukcyjnym oraz trendów cenowych współczesnych żyjących artystów, a także stopę zwrotu z inwestycji na różnych etapach ich kariery. Indeks obejmuje ponad 2000 transakcji, dzięki czemu obrazuje reprezentatywną próbę cen.

¹²⁰ 当前书画 50 指数 : 2,114.00 点 , 比上季 : ↑14.70%

Indeks kaligrafii i malarstwa 50 z grudnia 2022 r.: 2114,00 pkt, w porównaniu do poprzedniego kwartału: ↑14,70%.



Rys. 4.4. Indeks malarstwa olejnego 100

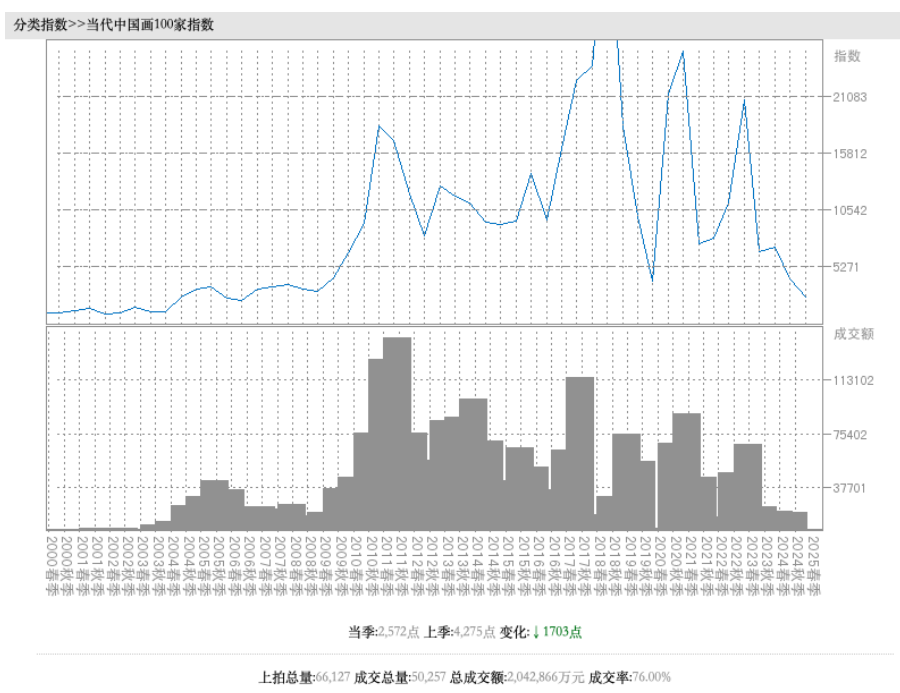
Źródło: https://amma.artron.net/artronindex.php#market_cont, dostęp 01.08.2025.

Kolejnym ważnym indeksem opracowanym przez Artron Art Index AAMI jest Indeks 100 obrazów olejnych, który skupia się na 100 wybranych artystach tworzących w technice malarstwa olejnego. Jest on obliczany na podstawie danych z aukcji, które odbyły się w ciągu ostatnich 5 lat. Wartość bazowa tego indeksu została ustalona na poziomie 1000 w 2000 r. Obserwując zmiany wartości tego indeksu w określonych okresach, można ocenić ogólny kierunek cen na rynku obrazów olejnych w Chinach oraz ewentualne zmiany w popycie na dzieła danych artystów. Górna część wykresu oznaczona niebieską linią przedstawia indeks punktowy, który ilustruje dynamikę wartości rynkowej w analizowanych kwartałach. Można zaobserwować wzrost od początku lat 2000, którego kulminacja przypada na 2018 i 2020 r., po czym widoczny jest systematyczny spadek. W pierwszym kwartale 2025 r. odnotowano jednak ponowny wzrost wartości – indeks osiągnął poziom 5 382 punktów, zarejestrowano 16 003 wystawienia, z czego 12 862 zakończyły się sprzedażą.

Centrum Monitorowania Rynku Sztuki Artron przygotowuje także indeksy klasyfikacji artystów w następujących kategoriach:

- nowocześni artyści chińscy;
- współczesne malarstwo chińskie;
- kaligrafia w stylu szanghajskim;
- malarze szkoły Lingnan;
- 18 najpopularniejszych artystów współczesnych;

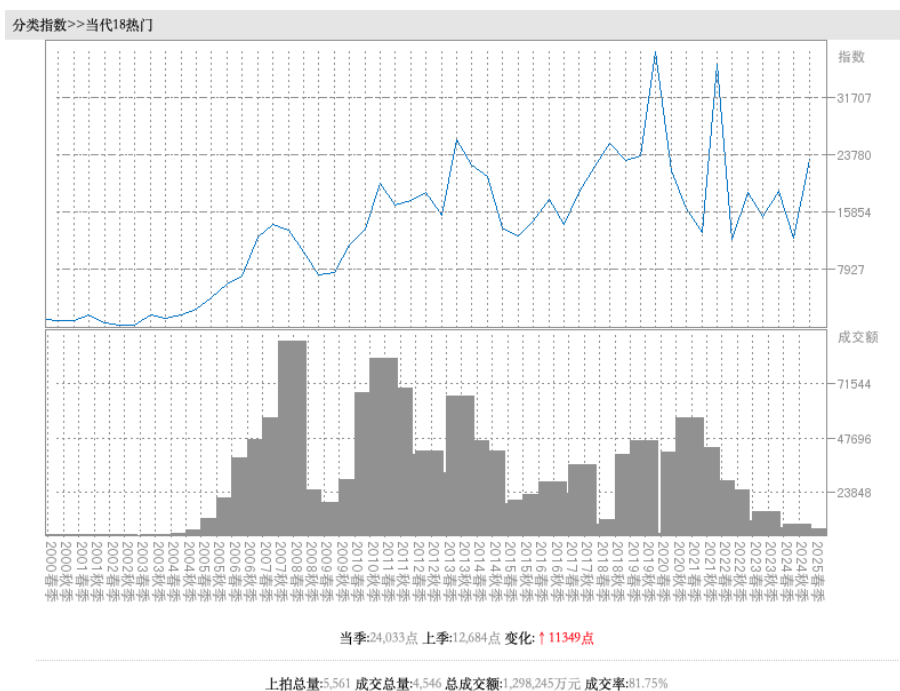
- chińska szkoła malarstwa realistycznego.



Rys. 4.5. Indeks współczesnych malarzy chińskich

Źródło: https://amma.artron.net/artronindex.php#market_cont, dostęp 01.08.2025.

Indeks współczesnych malarzy chińskich wykorzystuje metodę średniej ceny, aby odzwierciedlić trendy cenowe i zmiany na rynku aukcyjnym (rys. 4.5). Listę przykładowych artystów, którzy pojawiają się w tym indeksie przedstawiono w aneksie 5.



Rys. 4.6. Indeks 18 popularnych artystów współczesnych

Źródło: https://amma.artron.net/artronindex.php#market_cont, dostęp 01.08.2025.

Indeks 18 popularnych artystów chińskiej sztuki współczesnej uwzględnia wiodące nazwiska znanych i cenionych twórców, z których większość znajduje się na corocznych listach Hu Run Art List zajmującej się sporządzaniem rankingów najlepszych żyjących artystów chińskich na podstawie sprzedaży ich dzieł na publicznych aukcjach (rys. 4.6)¹²¹. W pierwszym kwartale 2025 r. indeks ten osiągnął poziom 24033 punktów, a prace indeksowanych artystów w tym czasie pojawiły się na aukcjach 5561 razy, z czego 4546 dz sprzedano. Artyści, którzy zostali ujęci w indeksie top 18 w 2025 r. to Liú Yě (刘野), Zhōu Chūnyá (周春芽), Liú Xiǎodōng (刘小东), Liú Wēi (刘炜), Luó Zhōnglì (罗中立), Zēng Fànzhì (曾梵志), Zhāng Xiǎogāng (张晓刚), Wáng Guǎngyì (王广义), Fāng Lìjūn (方力钧), Yán Péimíng (严培明), Yǐn Cháoyáng (尹朝阳), Yáng Shǎobīn (杨少斌), Qí Zhìlóng (祁志龙), Fèng Zhèngjié (俸正杰), Zēng Hào (曾浩), Guō Jìn (郭晋), Yuè Mǐnjūn (岳敏君) oraz Qín Qí (秦琦).

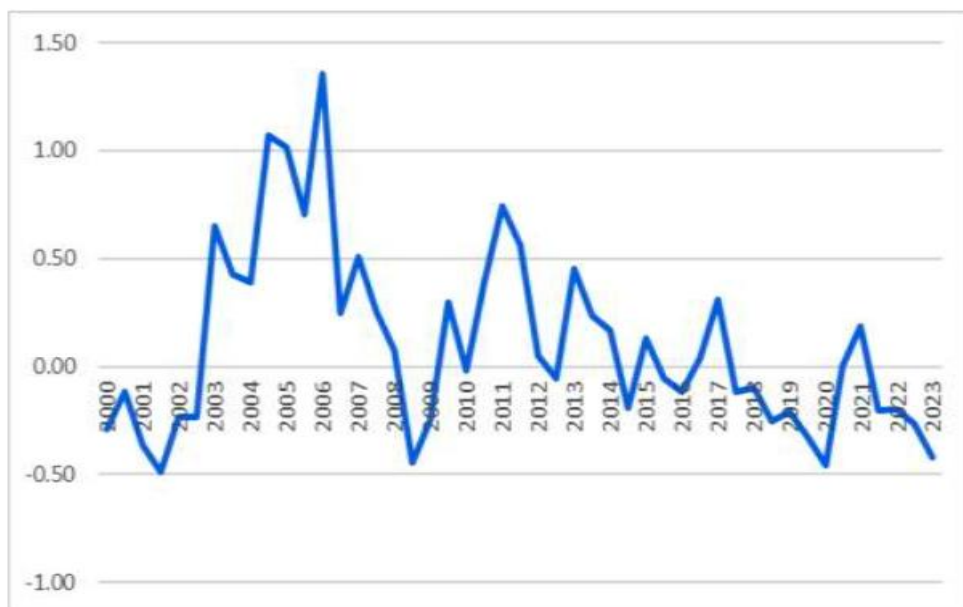
Kolejny indeks publikowany przez Artron to indeks chińskiej porcelany, który oparty jest na podstawowych cechach charakterystycznych dla poszczególnych chińskich dynastii, technikach i innych właściwościach sztuki porcelany z zastosowaniem metody średniej ceny.

W 2023 r. zaproponowany został nowy system indeksów sztuki chińskiej – MM Chinese Art Indices, którego autorem jest Mei Jianping¹²². Dane do indeksu pochodzą z zapisów aukcyjnych trzech domów aukcyjnych Sotheby's, Christie's i Phillips i obejmują sześć lokalizacji, w tym Pekin, Szanghaj, Singapur, Paryż, Londyn i Nowy Jork, w latach 1988-2023 i objęły sprzedaż prac 371 artystów, których dzieła zostały sprzedane co najmniej dwa razy. Model teoretyczny i metoda kompilacji indeksów opierają się na Mei-Moses Fine Art. Index (Mei, J. i Moses, M., 2002). System ten obejmuje:

- indeks cenowy;
- indeks sentymentu;
- indeks płynności;
- indeks malarstwa tuszem;
- indeks cen sztuki nowoczesnej;
- indeks cen sztuki współczesnej;
- indeks indywidulany artysty Zao Wuj.

¹²¹ Artron wyodrębnił kategorię „China's 18 hottest artists” jako grupę twórców, których dzieła w latach 2003-2007 odnotowały trzynastokrotny wzrost wartości rynkowej, artron.com, dostęp 15.01.2025.

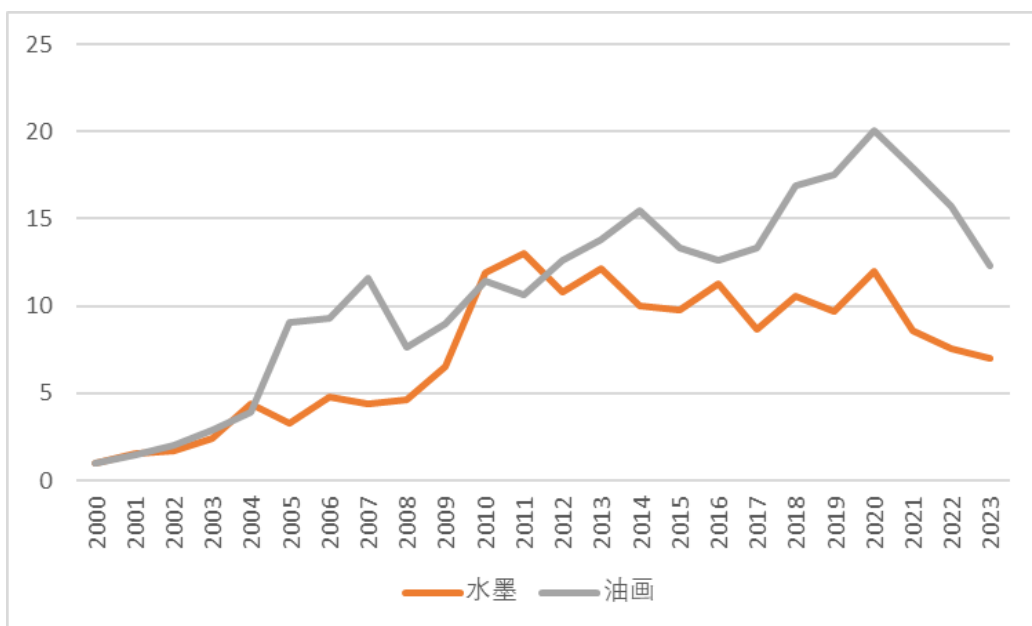
¹²² Do powstania MM Chinese Art Indices przyczynili się również M. Moses oraz J. Guolin.



Rys. 4.7. Indeks sentymentu sztuki chińskiej MM

Źródło: www.ckgsb.edu.cn, dostęp 21.04.2024.

Chiński indeks sentymentu MM jest narzędziem, które służy do pomiaru nastroju na rynku sztuki chińskiej (rys. 4.7). Rozpoczynając od wartości zero, jest obliczany na podstawie danych zbieranych co pół roku, co pozwala na określenie trendów w dłuższej perspektywie czasowej. Indeks ten pomaga zrozumieć, jak czynniki zewnętrzne, takie jak kryzysy gospodarcze czy pandemie, wpływają na aktywność na rynku sztuki chińskiej.



Rys. 4.8. Porównanie indeksów chińskiego malarstwa olejnego (油画) i chińskiego tradycyjnego malarstwa tuszem (水墨) MM

Źródło: www.ckgsb.edu.cn, dostęp 21.04.2024.

Nowym indeksem jest indeks indywidualny artysty Zao Wujiego który powstał po wystawie retrospektywnej prac twórcy „Wielka nieskończoność – 100 lat retrospekcji Zao Wujiego”¹²³.

Biorąc pod uwagę grupę indeksów międzynarodowych ważnym indeksem jest Mei Moses Index, stworzony J. Mei i M. Mosesa i po raz pierwszy opublikowany w *American Economic Review* (Mei, Moses, 2002). Indeks oparty został na metodzie powtórnej sprzedaży (*repeated sales regression*), która rejestruje zmiany cen tych samych dzieł sztuki sprzedanych więcej niż jeden raz w określonym horyzoncie czasowym. W swojej analizie J. Mei i M. Moses wykorzystali 4 896 par transakcji z lat 1875–2000.

Kolejnym indeksem międzynarodowym jest AMR All Art Index przygotowany przez Art Market Research. Oparty jest na danych aukcyjnych z 80 domów aukcyjnych, począwszy od 1976 r. Indeks ten odzwierciedla zmiany średnich cen dzieł sztuki względem okresu bazowego (1974–1975) i obejmuje m.in. malarstwo, rzeźbę, grafikę czy fotografię. To co wyróżnia indeks AMR to szeroki zakres geograficzny oraz długi horyzont czasowy (Art Market Research).

Natomiast indeks proponowany przez firmę ArtTactic – ArtTactic Confidence Indicator, oparty na cyklicznych badaniach ankietowych przeprowadzanych wśród ekspertów rynku sztuki: kolekcjonerów, doradców i specjalistów domów aukcyjnych. Pytania skoncentrowane są wokół przewidywań dot. cen, płynności i subiektywnej oceny. Tak skonstruowany indeks stanowi barometr nastrojów i oczekiwań (ArtTactic).

4.2. Kształtowanie się cen na rynku aukcyjnym dzieł sztuki w Chinach

Kształtowanie się cen na chińskim rynku sztuki można analizować na podstawie badania wyników aukcji przeprowadzanych w poszczególnych latach. Jako przykładowe zostały wybrane lata 2013 i 2021, które odzwierciedlają istotne zmiany w cenach dzieł. W tabeli 4.1. zestawiono 10 transakcji aukcyjnych o najwyższych cenach w 2013 i 2021 r.

¹²³ Według raportu Art Basel, w latach 2020-2023 Zhao Wujiego miał łącznie 1087 transakcji w trzech największych domach aukcyjnych, zajmując 28. miejsce wśród współczesnych artystów; łączna wartość transakcji wyniosła 1,58 miliarda dolarów, a w rankingu sklasyfikowano go na 6. miejscu wśród współczesnych artystów. Wpływ pandemii spowodował spadek wartości jego prac z 190 milionów dolarów w 2019 r. do 30 mln USD w 2023 r.

Tabela 4.1. Dziesięć transakcji aukcyjnych o najwyższych cenach w 2013 i 2021 r.

2013			2021		
Rok Dom aukcyjny	Kategoria	Cena (mln CNY)	Rok Dom aukcyjny	Kategoria	Cena (mln CNY)
Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	125,44	Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	414,00
Beijing Poly	Chińskie antyki i dzieła sztuki	90,72	Beijing Yon- gle	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	345,00
China Guardian	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	85,10	Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	265,65
China Guardian	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	80,50	Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	241,50
China Guardian	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	71,30	China Guar- dian	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	195,50
Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	68,20	Sotheby's Hong Kong	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	190,58
Beijing Inshine International	Chińskie antyki i dzieła sztuki	67,60	Sotheby's Hong Kong	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	178,04
Beijing Poly	Chińskie antyki i dzieła sztuki	66,70	Christie's Hong Kong	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	173,74
Beijing Poly	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	49,28	Beijing Poly	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	161,00
Beijing Hua Chen Internatio- nal	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	26,45	China Guar- dian	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	146,35

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2021.

Porównanie cen na chińskim rynku sztuki w latach 2013 i 2021 r. wskazuje na istotne zmiany w strukturze cenowej. W 2021 r. najwyższą cenę (414 mln CNY) osiągnęło dzieło Xu Yanga *Pacifying Xiyu and Offering Captive Ritual*. Dla porównania, w 2013 r. najwyższą zarejestrowaną transakcją sprzedaży był obraz Huang Zhou *Gaiety in the Grassland*, którego cena wyniosła 125 mln CNY.

W obu badanych okresach istotną rolę w kształtowaniu cen odgrywały domy aukcyjne zlokalizowane w Pekinie, takie jak Beijing Poly International Auction Co., Ltd. oraz China Guardian International Auction Co., Ltd. Warto również zwrócić uwagę na rosnącą popularność sztuki współczesnej, co jest szczególnie widoczne w 2021 r. Prace Zhang Daqiana, takie jak *Autumn Morning* i *Mist at Dawn*, zostały sprzedane za odpowiednio 195 i 178 mln CNY, co wskazuje na rosnące ceny dzieł sztuki współczesnej.

Kryterium, które pozwala obserwować kształtowanie się cen na rynku aukcyjnym jest średnia cena osiągnięta w wybranych okresach w poszczególnych kategoriach

rodzajowych. Dane dotyczące średnich cen w poszczególnych kategoriach w latach 2013-2021 zostały zaprezentowane na tabeli 4.2.

Tabela 4.2. Średnia cena dzieła sztuki (USD) w poszczególnych kategoriach w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

	Sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska	Chińskie antyki i dzieła sztuki	Chińskie książki i manuskrypty	Malarstwo tradycyjne i kaligrafia	Inne
2013	34,9	14,5	3,4	23,8	5,7
2014	35,2	16,1	4,1	23,8	4,9
2015	37,1	17,5	6,1	25,4	4,7
2016	37,9	17,5	5,8	28,5	4,4
2017	46,9	18,7	4,4	32,9	5,9
2018	42,4	16,6	8,3	23,8	5,2
2019	52,4	16,3	5,5	23,4	3,9
2020	554,9	14,4	5,6	32,7	5,5
2021	63,1	18,8	5,9	29,7	6,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Na podstawie danych zestawionych w tabeli 4.2. w kategorii sztuka XX wieku i współczesna sztuka chińska można zauważyć systematyczny wzrost średnich cen od 34,9 tys. USD w 2013 r. do 63 tys. USD w 2021 r. Największy wzrost średniej ceny obserwowany był w 2020 r., w którym zaobserwowano wzrost średniej ceny z 52,4 tys. USD w roku poprzednim do 554,9 tys. USD¹²⁴. W kategorii chińskie antyki i dzieła sztuki średnia cena lotu również rosła w latach 2013-2021, jednak tempo wzrostu było mniej dynamiczne niż w przypadku współczesnej sztuki. W 2013 r. średnia cena wynosiła 14,5 tys. USD, a w 2021 r. wzrosła do 18,8 tys. USD.

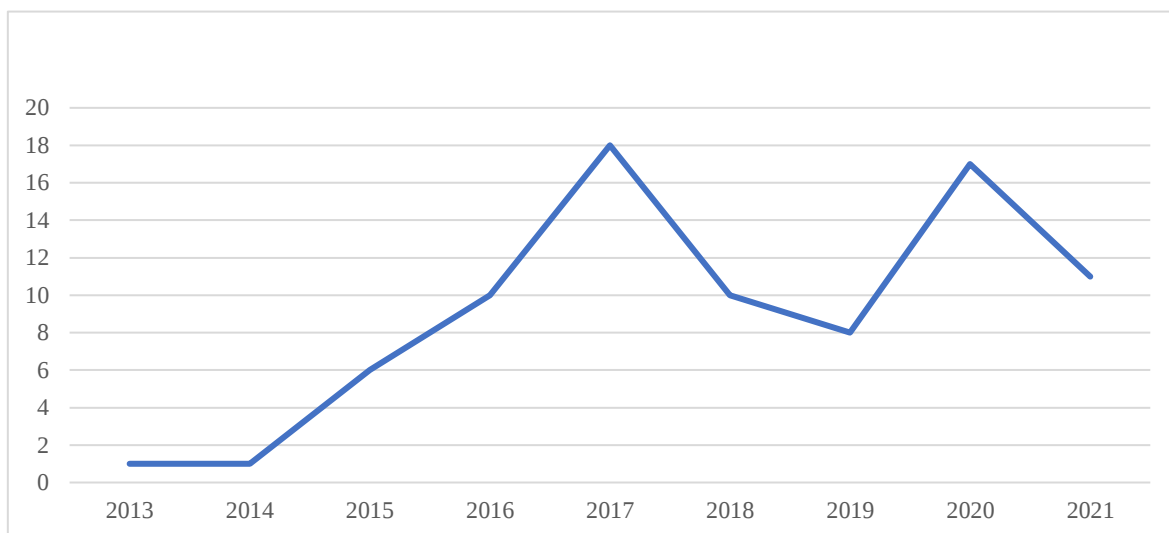
Kolejna kategoria, malarstwo tradycyjne i kaligrafia wykazują umiarkowany, ale stabilny wzrost w analizowanym okresie. Średnie ceny wzrosły z 23,8 tys. USD w 2013 r. do 29,7 tys. USD w 2021 r., a najbardziej wyraźny wzrost nastąpił w latach 2019-2020. W kategorii inne widoczne były znaczne wahania średniej ceny. Począwszy od 5,7 tys. USD w 2013 r., ceny spadły do 4,4 tys. USD w 2016 r. Najniższe średnia cena w tej kategorii wyniosła 3,9 tys. USD w 2019 r. W 2021 r. średnia cena wyniosła 6,9 tys. USD. Podsumowując należy stwierdzić, że wszystkie kategorie odnotowały ogólny trend wzrostowy.

Kolejnym kryterium jest dynamika sprzedaży w poszczególnych przedziałach cenowych. Na chińskim rynku dzieł sztuki wyróżnia się 7 przedziałów cenowych, których wartość wyrażona jest w mln CNY:

¹²⁴ Przyczyną tak wysokiego wzrostu średniej ceny w 2020 r. była rekordowa aukcja 2 grudnia 2020 r. przeprowadzona przez dom aukcyjny Christie's w Hong Kongu, podczas której sprzedano:

- Sanyu, *Goldfish*, cena 22 mln USD;
- Zhang Xiaogang, *Bloodline Series The Big Family No. 2*, cena 12,7 mln USD;
- Zao Wou-Ki, 15.01.82 - *Triptyque*, cena 12,2 mln USD (www.christies.com, dostęp 31.07.2024).

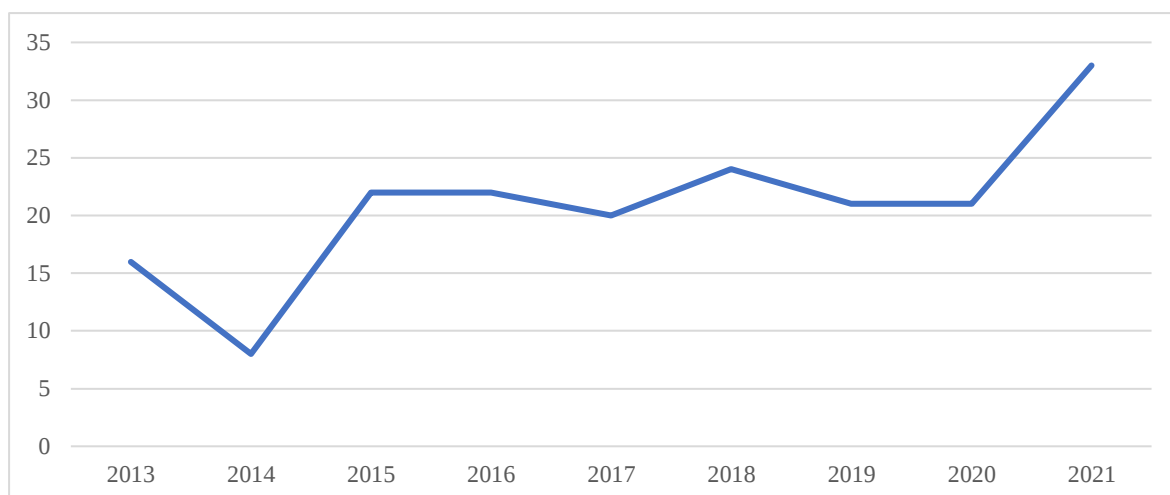
- > 100 mln CNY;
- (50-100] mln CNY;
- (10-50] mln CNY;
- (5-10] mln CNY;
- (1-5] mln CNY;
- (0,5-1] mln CNY;
- ≤ 0,5 mln CNY.



Rys. 4.9. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym większym bądź równym 100 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

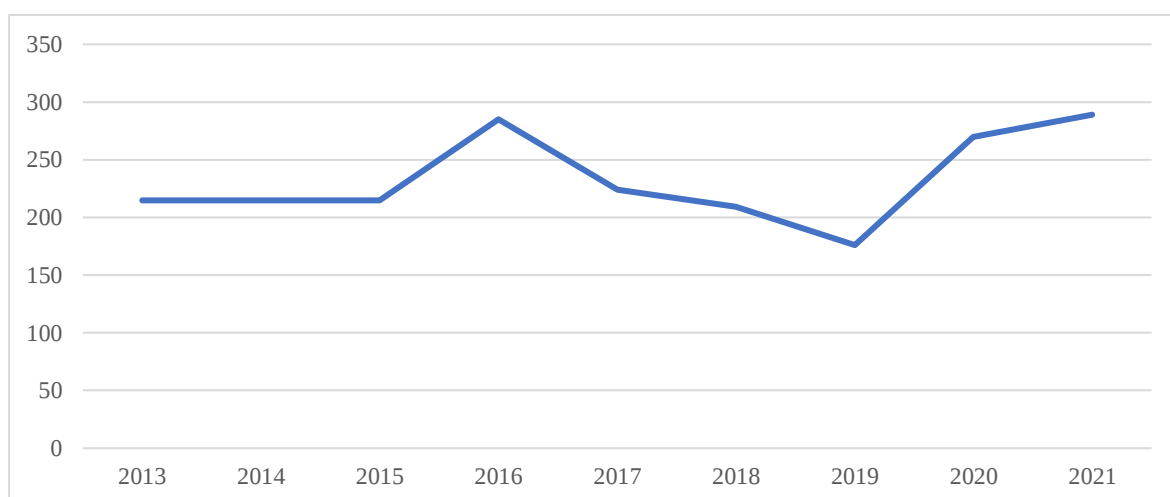
Analizując dynamikę cen w poszczególnych przedziałach cenowych możemy zauważyć, że najwyższy wzrost w latach 2013-2021 odnotowano dla dzieł o wartości większej niż 100 mln CNY (rys. 4.9). W 2013 r. na aukcjach w Chinach kontynentalnych sprzedano tylko jedno dzieło w tym przedziale cenowym, a w 2020 r. liczba ta wzrosła do 17 dzieł (największą sprzedaż odnotowano w 2017 r. – 18 obiektów). W 2021 r. sprzedaż w tym przedziale cenowym ponownie spadła, wynosząc 11 obiektów.



Rys. 4.10. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 50-100 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

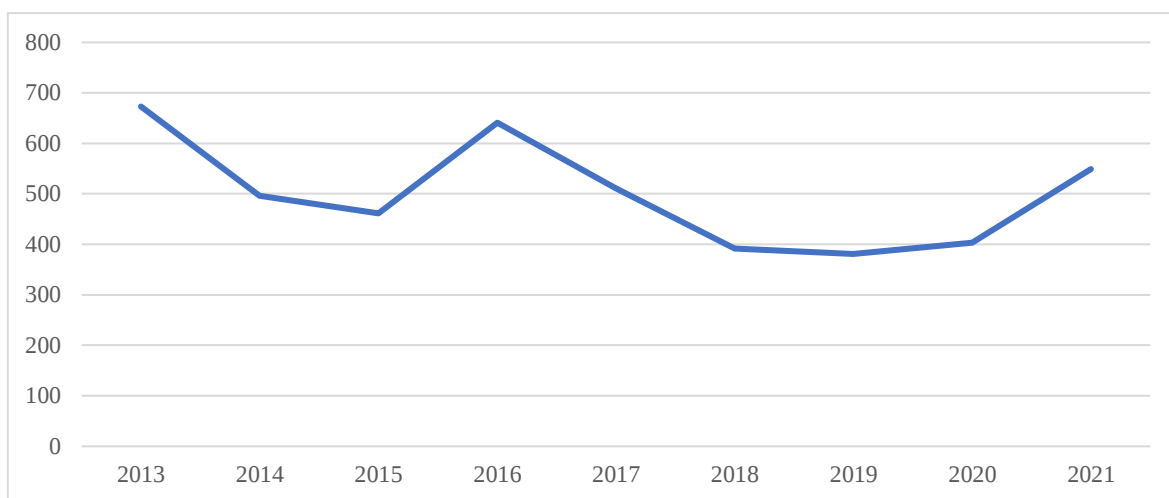
W przedziale cenowym 50-100 mln CNY znaczący spadek odnotowano jedynie w 2014 r. W pozostałych latach przedział ten utrzymywał się na stałym poziomie sprzedaży ok. 19 obiektów rocznie (rys. 4.10). Znaczący wzrost sprzedaży nastąpił w 2021 r. wynosząc 33 obiekty.



Rys. 4.11. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 10-50 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

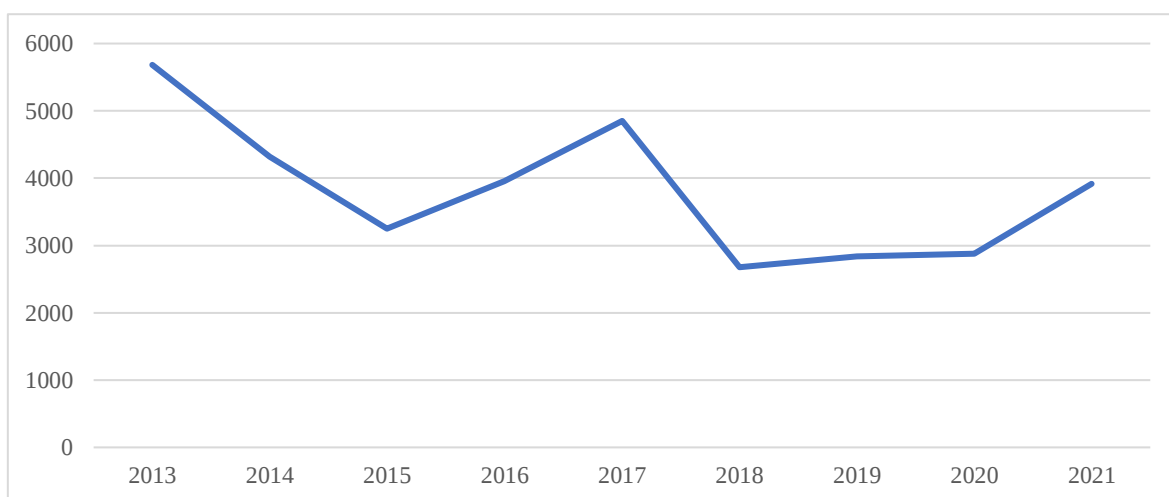
Trzeci co do poziomu cen przedział 10-50 mln CNY to najbardziej stabilny przedział spośród wszystkich siedmiu (rys. 4.11). W latach 2013-2015 odnotowano w nim stałą sprzedaż 215 obiektów rocznie. Największy wolumen sprzedaży odnotowano w 2021 r., kiedy to wyniósł on 289 obiektów. Najniższy wolumen sprzedaży 209 obiektów odnotowano w 2018 r.



Rys. 4.12. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 5-10 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

W niższych przedziałach cenowych, poniżej 10 mln CNY należy zauważyć stopniowy spadek dynamiki sprzedaży (rys. 4.12). W przedziale 5-10 mln CNY największa sprzedaż 673 loty miała miejsce w 2013 r. Podobny wynik powtórzył się jedynie w 2016 r. wynosząc 641 obiektów. W kolejnych latach wolumen sprzedaży spadał aż do 2018 r., od którego zaczął następować stopniowy wzrost.

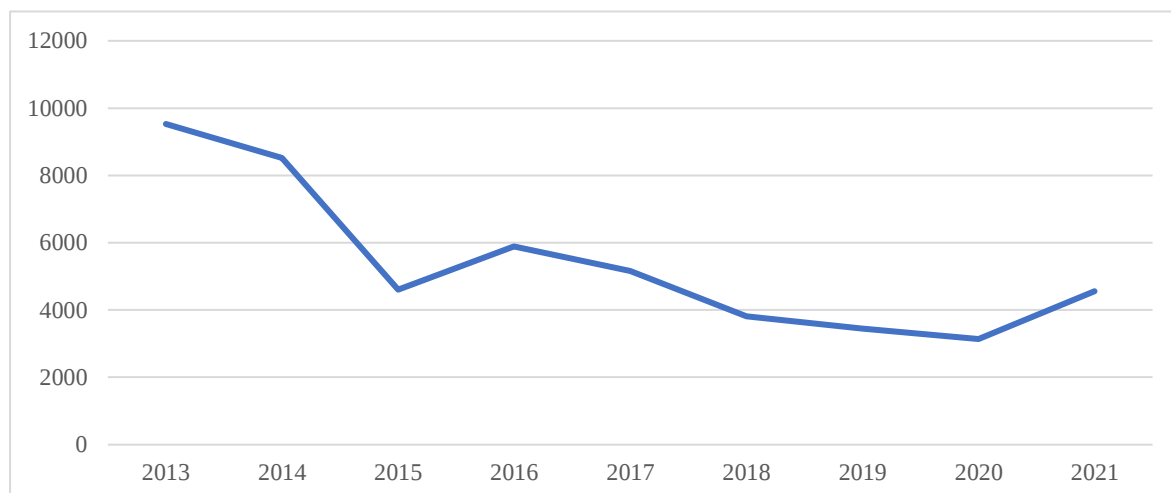


Rys. 4.13. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 1-5 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Podobną dynamikę sprzedaży można zaobserwować w przedziale cenowym 1-5 mln CNY, w którym najwyższy wolumen sprzedaży również nastąpił w 2013 r. wynosząc 5,7 tys. obiektów (rys. 4.13). W kolejnych latach sprzedaż malała aż do 2017 r., kiedy nastąpił kolejny wzrost sprzedaży wynoszący 4,8 tys. sprzedanych obiektów. W 2018 r.

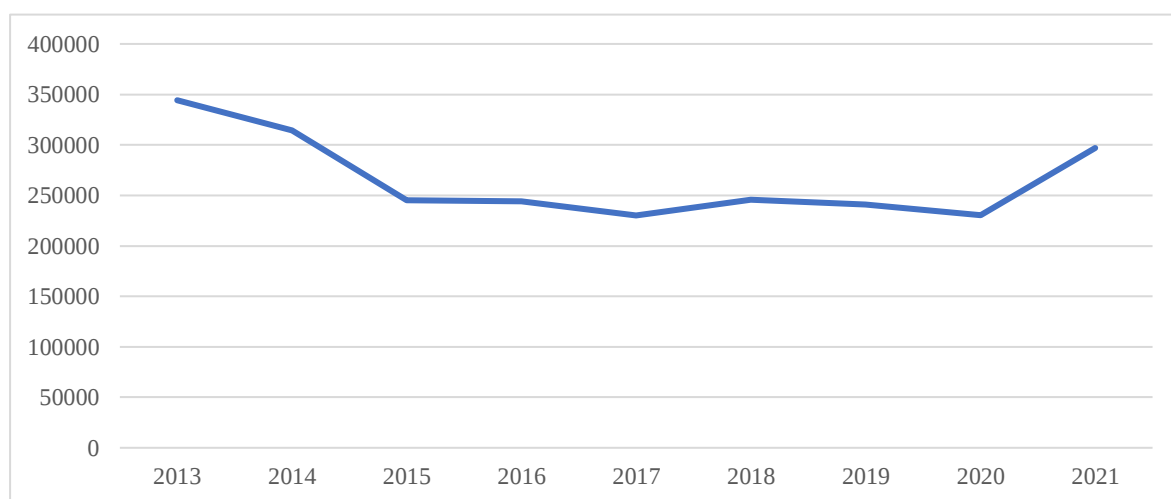
sprzedaż w tym przedziale znacząco spadła wynosząc średnio 2,8 lotów w latach 2018-2020. Kolejny wzrost odnotowano w 2021 r.



Rys. 4.14. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 0,5-1mln CNY w Chinach Kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Dynamikę sprzedaży w przedostatnim przedziale cenowym 0,5-1 mln CNY również określić można jako spadkową do 2020 r. (rys. 4.14). W 2013 r. sprzedaż w tym przedziale wyniosła 9,5 tys. obiektów i stopniowo malała, a w 2020 r. stanowiła jedynie 1/3 poziomu z 2013 r. – 3,1 tys. obiektów. W 2021 r. odnotowano wzrost wynoszący 4,7 tys. sprzedanych obiektów.



Rys. 4.15. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym poniżej 500 tys. CNY w Chinach Kontynentalnych w latach 2013-2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie Global Chinese Art Auction Market Report 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

Ostatni przedział cenowy równy lub niższy niż 500 tys. CNY cechuje się znacznym wolumenem sprzedaży. W 2013 r. odnotowano bardzo wysoki wynik wynoszący 344,2 tys. obiektów, jednak począwszy od 2014 r. należy zauważyć tendencję spadkową. W 2020 r. sprzedaż w najniższym przedziale cenowym wyniosła 230,4 tys. obiektów, natomiast w 2021 r. odnotowano ponowny wzrost wynoszący 297,1 tys. obiektów (rys. 4.15).

Biorąc pod uwagę dynamikę wolumenu sprzedaży w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2020 można zauważyć, że wyższe przedziały cenowe, powyżej 50 mln CNY cechowała ogólna tendencja wzrostowa, podczas gdy niższe segmenty cenowe wykazywały tendencję odwrotną, spadkową. W latach 2016-2017 r. większość przedziałów cenowych osiągnęła znaczący wzrost, a wolumen sprzedaży w tym okresie porównywalny był ze sprzedażą z 2013 r.

Rankingi artystów o najwyższej wartości sprzedaży na rynku aukcyjnym nie stanowią bezpośredniego kryterium kształtowania się cen, lecz mogą być stosowane jako syntetyczne podsumowanie aktywności aukcyjnej i pozycji twórców na rynku. W tabeli 4.3. zostały zaprezentowane łączne wartości sprzedaży osiągnięte na publicznych aukcjach przez 10 artystów tworzących w technikach malarskich w latach 2017-2024 (z wyłączeniem 2019 r.)¹²⁵.

Tabela 4.3. Zmiany wartości sprzedaży 10 żyjących chińskich artystów w latach 2017-2024 (mln USD)

Rok	Cui Ruzhuo	Zeng Fanzhi	Zhou Chuanya	Liu Ye	Fan Zeng	Huang Jiannan	Zhang Xiaogang	Zhang Enli	Jia Aili	Huang Yuxing
2017	117,0	20,5	18,8	13,2	19,6	13,2	12,3	-	-	-
2018	132,0	25,0	46,0	29,0	18,8	28,8	20,0	12,1	-	-
2020	48,8	15,8	23,9	48,0	22,9	29,4	13,4	-	-	-
2021	113,1	39,3	37,1	31,0	19,6	-	27,8	-	10,7	-
2022	95,0	53,0	43,0	29,0	18,8	28,8	33,0	-	-	20,5
2023	16,6	21,4	12,4	13,2	14,0	15,1	10,3	-	-	12,4
2024	35,0	16,5	32,8	44,5	18,7	20,5	10,3	14,7	12,4	20,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Raport Hurun Art List 2017, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024; <https://www.hurun.net/en-US/Home/Index>, dostęp 12.07.2024.

Analiza rynku sztuki w Chinach na podstawie danych z lat 2017, 2018, 2020, 2021, 2022, 2023 i 2024 wskazuje na istotne wahania wartości sprzedaży, pozycjonowania artystów. W 2017 r. najwyżej notowanym artystą był Cui Ruzhuo, którego sprzedaż osiągnęła 117 mln USD. W następnych latach jego wyniki stopniowo malały, a w 2020 r. wyniosły 48,8 mln USD, czyli o 62% mniej niż rok wcześniej. Zeng Fanzhi, który w 2017 r. zajmował drugie miejsce, w późniejszych latach również utrzymywał się na wysokich pozycjach,

¹²⁵ Dane z 2019 r. zostały wyłączone z zestawienia z uwagi na początek pandemii COVID-19.

jednak w 2023 r. odnotowano spadek wartości sprzedaży jego dzieł o 23% względem poprzedniego roku. Kolejnym artystą o istotnym wpływie na rynek był Zhou Chunya, którego wartość sprzedaży w 2024 r. wyniosła 32,8 mln USD, co stanowi 166% wzrost względem roku poprzedniego.

Analiza danych dotyczących innych artystów, takich jak Zhang Xiaogang, Fan Zeng czy Zhang Enli, również ukazuje dynamikę rynku. Zhang Xiaogang w 2017 r. znajdował się na siódmym miejscu z wynikiem 12,2 mln USD, jednak w 2024 r. znalazł się na dziesiątym miejscu z wynikiem 10,3 mln USD. Natomiast Fan Zeng tworzący w tradycyjnej technice chińskiego tuszu, od lat utrzymuje wysoką pozycję na rynku, mimo że w 2023 r. odnotowano spadek wartości sprzedaży jego dzieł o 23%.

Dane dotyczące sprzedaży dzieł sztuki umożliwiają również szczegółową analizę chińskiego rynku sztuki pod kątem dominujących technik malarskich.

Tabela 4.4. Łączna wartość sprzedaży (mln USD) wybranych żyjących artystów tworzących w różnych technikach malarskich w latach 2017, 2018, 2020-2024

Rok	Cui Ruzhuo (chiński tusz)	Zeng Fanzhi (malarstwo olejne)	Zhou Chunya (malarstwo olejne)	Fan Zeng (chiński tusz)
2017	117,0	20,5	18,8	19,6
2018	132,0	25,0	46,0	18,8
2020	48,8	15,8	23,9	22,9
2021	113,1	39,3	37,1	19,6
2022	95,0	53,0	43,0	18,8
2023	16,6	21,4	12,4	14,0
2024	35,0	16,5	32,8	18,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Raport Huran Art List 2017, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024; <https://www.hurun.net/en-US/Home/Index> dostęp 12.07.2024.

W tabeli 4.4. przedstawiono artystów tworzących w tradycyjnej technice chińskiego tuszu oraz malarstwie olejnym. Na podstawie analizowanych danych można zaobserwować kilka kluczowych tendencji różnicujących technikę chińskiego tuszu oraz malarstwo olejne. Tradycyjne malarstwo chińskie tuszem, będące dominującą techniką przez wiele lat, jest reprezentowane przez takich artystów jak Cui Ruzhuo i Fan Zeng, którzy osiągnęli najwyższe wyniki sprzedażowe. Cui Ruzhuo, specjalizujący się głównie w technice chińskiego tuszu, wielokrotnie zajmował pierwsze miejsce pod względem sprzedaży, osiągając w 2021 r. maksymalną wartość sprzedaży na poziomie 113,1 mln USD. Jednak technika ta wykazuje większą podatność na wahania rynkowe, co jest widoczne na przykładzie drastycznego spadku sprzedaży Cui Ruzhuo o 82% w 2023 r.

Z drugiej strony, malarstwo olejne, reprezentowane przez artystów takich jak Zeng Fanzhi, Zhou Chunya i Liu Ye, wykazuje większą odporność na wahania rynkowe, a jego znaczenie na rynku sztuki wzrosło w ostatnich latach. Zeng Fanzhi, będący czołowym

przedstawicielem malarstwa olejnego, osiągał znaczące wyniki, jak na przykład sprzedaż na poziomie 39,250 USD w 2021 r. Pomimo spadku sprzedaży o 58% w 2023 r., jego pozycja na rynku sztuki pozostaje wysoka, co sugeruje, że technika malarstwa olejnego jest bardziej odporna na krótkoterminowe zmiany.

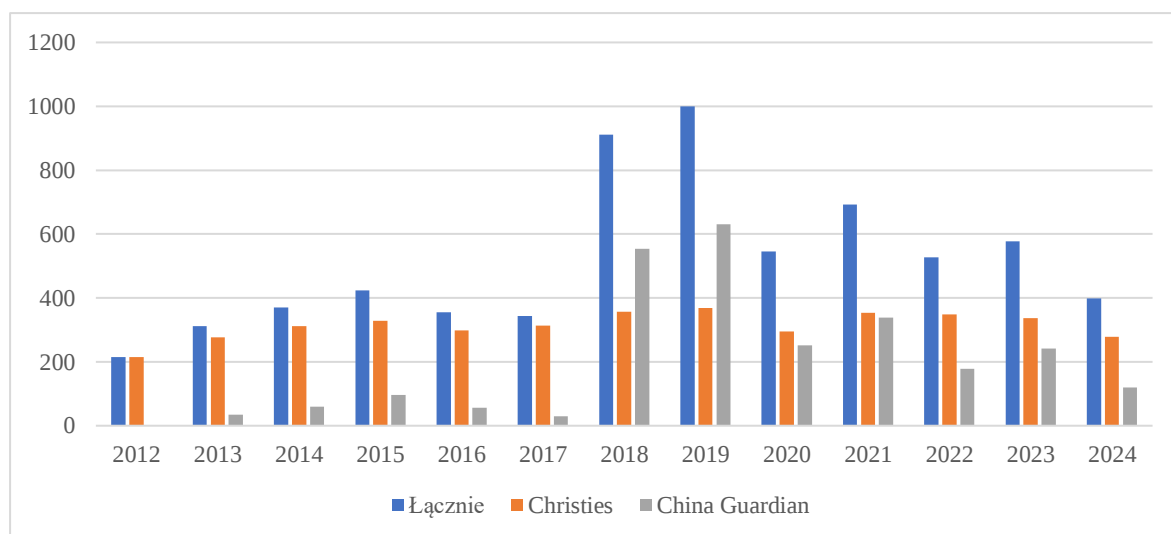
5. STATYSTYCZNA ANALIZA CZYNNIKÓW WPLYWAJĄCYCH NA POZIOM CEN DZIEŁ SZTUKI NA CHIŃSKICH AUKCJACH

5.1. Charakterystyka próby badawczej

Badania zostały przeprowadzone w oparciu o ogólnodostępne dane sprzedaży aukcyjnej, które miały miejsce w Chinach. W próbie badawczej uwzględniono 6672 transakcji dzieł sztuki chińskiej sztuki nowoczesnej i współczesnej w dwóch domach aukcyjnych: chińskim China Guardian oraz międzynarodowym Christie's.

W próbie badawczej zgromadzone zostały informacje pochodzące z aukcji, które odbyły się między 26 maja 2012 r. a 8 listopada 2024 r. Aukcje wyselekcjonowane do próby obejmowały sprzedaż dzieł sztuki z dwóch kategorii rodzajowych: chińska i azjatycka sztuka współczesna oraz chińska i azjatycka sztuka nowoczesna. Analizując próbę ze względu na dom aukcyjny przeprowadzania transakcji większa liczba (4081) miała miejsce w Christie's, podczas gdy w tym samym przedziale czasowym w domu aukcyjnym China Guardian przeprowadzono 2591 transakcji.

Najmniejsza liczba transakcji miała miejsce w 2012 r. (215), a największa w 2019 r. (999). Podział transakcji ze względu na rok sprzedaży oraz dom aukcyjny, w którym dokonano transakcji został zaprezentowany na rys. 5.1.



Rys. 5.1. Liczba transakcji aukcyjnych wg domów aukcyjnych w latach 2012-2024

Źródło: opracowanie własne.

Zmienna cena początkowo zawierała 6672 rekordy. W pierwszym badaniu usunięto 53 obserwacje zawierające braki danych oraz adnotacje o wycofaniu dzieła z aukcji, co pozostawiło 6619 wartości. Następnie wyeliminowano 577 obserwacji o wartości zero, redukując zbiór do 6042 rekordów. Biorąc pod uwagę cenę dzieł sztuki sprzedanych na aukcjach w wybranym przedziale czasowym w domach aukcyjnych China Guardian oraz Christie's podano wyniki następujących statystyk opisowych (tabela 5.1.).

Tabela 5.1. Statystyki opisowe ceny dzieł sztuki w próbie badawczej

Statystyka opisowa	Wartość
Liczba obserwacji	6042
Cena minimalna (HKD)	1260
Cena maksymalna (HKD)	303,9 mln
Średnia arytmetyczna	2, 294 mln
Mediana	250 tys.
Kwartyl 1	76,7 tys.
Kwartyl 3	92 tys.
Odchylenie standardowe	10,8 mln
Wariancja	116,7 bln
Skośność	14, 26
Kurtoza	275,50

Źródło: opracowanie własne.

Zmienna cena została następnie podzielona na 4 kategorie względem kwartyli. Poziomy cenowe w poszczególnych kwartylach zestawiono w tabeli 5.2.

Tabela 5.2. Wartości zmiennej cena względem poszczególnych kwartyli

Kwartyl	Kategoria cenowa	Wartość min (HKD)	Wartość max (HKD)
1	Bardzo wysoka cena	920 tys.	303,9 mln
2	Wysoka cena	252 tys.	920 tys.
3	Umiarkowana cena	77,5 tys.	251 tys.
4	Niska cena	1,3 tys.	76,7 tys.

Źródło: opracowanie własne.

Największą wariancję oraz liczbę obserwacji odstających zaobserwowano w grupie „Bardzo wysoka cena”, w której występują również skrajnie wysokie wartości zmiennej zależnej. W pozostałych kategoriach rozkład przyjmuje postać prawostronnie skośną, z wyraźnie mniejszym rozstępem między kwartylami.

Analiza struktury sprzedaży w domu aukcyjnym Christie's ujawnia wyraźną koncentrację transakcji w segmencie dzieł sztuki o najwyższej wartości. W badanym okresie w Christie's sprzedano 1173 obiekty zaklasyfikowane jako „bardzo wysoka cena”, co stanowi największy udział spośród wszystkich czterech kategorii cenowych. Znaczący wolumen sprzedaży odnotowano również w kategoriach „wysoka cena” (n = 890) oraz „umiarkowana cena” (n = 978), co łącznie sugeruje dominujący udział obiektów o średnim i wysokim poziomie cenowym w strukturze sprzedaży. Choć sprzedaż w kategorii „niska cena”

(n = 901) była relatywnie wysoka, nie osiągnęła poziomu porównywalnego z kategorią najwyższą.

Odmienny rozkład sprzedaży zaobserwowano w przypadku domu aukcyjnego China Guardian. W tym przypadku kategoria „bardzo wysoka cena” (n = 338) była najmniej licznie reprezentowana, co stanowi istotny kontrast względem struktury sprzedaży w Christie’s. Najwyższy wolumen transakcji zaobserwowano w kategoriach „wysoka cena” (n = 576) oraz „umiarkowana cena” (n = 571). Stosunkowo wysoka jest liczba transakcji w kategorii „niska cena” (n = 615).

W analizowanej próbie najwyższe ceny uzyskane na aukcjach osiągnęły dzieła takich artystów jak Sanyu, Fu Baoshi, Cui Ruzhuo, Ting Yinyung oraz Zao Wou-Ki. Zestawienie siedmiu najwyżżej wylicytowanych obiektów przedstawiono w tabeli 5.3.

Tabela 5.3. Dzieła o najwyższym poziomie ceny aukcyjnej

Artysta	Tytuł	Cena (HKD)	Cena (USD) ¹²⁶
Sanyu	Five nudes/ Pięć aktów	303 985 000	39 214 065
Fu Baoshi	The song of the pipa player/ Pieśń grana na pipie	205 850 000	26 555 650
Sanyu	White chrysanthemum in a blue and white jardiniere/ Biała chryzantema w niebiesko-białej donicy	191 620 000	24 722 980
Sanyu	Nude on tapestry/ Akt na gobelinie	187 375 000	24 058 875
Sanyu	Goldfish/ Złota rybka	170 170 000	21 962 030
Ciu Ruzhou	Snow mountains/ Śnieżne góry	168 750 000	21 768 750
Ting Yinyung	Farewell my concubine/ Żegnaj, moja konkubino	168 000 000	21 672 000

Źródło: opracowanie własne.

5.2. Identyfikacja czynników wywierających wpływ na poziom cen dzieł sztuki w Chinach

W oparciu o koncepcje zawarte w literaturze przedmiotu oraz własne przemyślenia, czynniki mogące wywierać wpływ na ceny aukcyjne dzieł sztuki w Chinach zostały pogrupowane według następujących kategorii:

Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:

- dom aukcyjny;
- słowa kluczowe w nazwie aukcji;
- dzień miesiąca przeprowadzenia aukcji;
- miesiąc przeprowadzania aukcji;

¹²⁶ Przeliczenia wartości z dolarów hongkońskich (HKD) na dolary amerykańskie (USD) dokonano według kursu 0,129 USD za 1 HKD. Kurs wymiany w latach 2012–2024 pozostawał na stosunkowo stabilnym poziomie, mieszcząc się w przedziale 0,127–0,130 USD. W 2012 roku wynosił średnio 0,128 USD, a w 2024 roku utrzymywał się na poziomie 0,128–0,129 USD. W związku z brakiem istotnych wahań w długim okresie, przyjęcie przelicznika 0,129 USD uznano za uzasadnione dla celów analizy porównawczej

- dzień tygodnia przeprowadzenia aukcji;

Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:

- technika;
- podłoże;
- sygnowanie dzieła;
- wymiary dzieła;
- orientacja dzieła;

Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:

- data powstania dzieła;
- proveniencja;
- wzmiankowanie w literaturze;
- certyfikat autentyczności;

Determinanty związane z osobą artysty:

- status śmierci artysty;
- płeć artysty;
- narodowość artysty;
- popularność medialna artysty;

Pierwszą z omawianych kategorii są determinanty dotyczące sprzedaży dzieła rozumiane jako czynniki organizacyjne związane z przebiegiem sprzedaży. W ramach tej kategorii zostały uwzględnione następujące czynniki: dom aukcyjny, obecności słów kluczowych w tytułach wydarzeń aukcyjnych oraz termin przeprowadzenia aukcji (dzień, miesiąc, dzień tygodnia).

Jako pierwszy czynnik zidentyfikowano dom aukcyjny, w którym przeprowadzono aukcję. W próbie uwzględnione zostały dwa domy działające na terenie Chin – chiński dom aukcyjny China Guardian (2100) oraz międzynarodowy Christie's (3942). Rozkład liczby sprzedanych lotów w poszczególnych kategoriach cenowych w analizowanych domach aukcyjnych zestawiono w tabeli 5.4.

Tabela 5.4. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od domu aukcyjnego

Dom aukcyjny	China Guardian	Christie's
Kategoria cenowa		
Bardzo wysoka cena	338	1173
Wysoka cena	576	890
Umiarkowana cena	571	978
Niska cena	615	901

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Kolejną determinantą jest obecność określonych słów kluczowych w tytułach aukcji. Wyodrębniono pięć często powtarzających się terminów: *ink*, *calligraphy*, *painting*, *contemporary* oraz *modern*, które są charakterystyczne dla rozróżnienia chińskiej sztuki nowoczesnej i współczesnej. Niektóre z wybranych słów kluczowych pojawiały się z kompilacjach np. *modern ink*, *modern painting*, *modern calligraphy*. Liczności poszczególnych słów według kategorii cenowych zostały zestawione w tabeli 5.5.

Tabela 5.5. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od obecności określonych słów kluczowych w tytułach aukcji

Słowo kluczowe Kategoria cenowa	Ink	Calligraphy	Painting	Contemporary	Modern
Bardzo wysoka cena	1445	1357	1196	730	1290
Wysoka cena	1347	1209	1009	747	1148
Umiarkowana cena	1406	1189	931	844	1206
Niska cena	1441	1155	748	940	1144

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Następnym czynnikiem jest dzień miesiąca, w którym przeprowadzona została aukcja. Zestawienie licznosci z podziałem na cztery kategorie cenowe zaprezentowano w tabeli 5.6.

Tabela 5.6. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od dnia miesiąca aukcji

Kategoria cenowa Dzień miesiąca	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
1	93	47	61	84
2	97	86	89	72
3	42	74	108	161
4	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
5	23	24	31	37
6	31	66	61	35
7	68	97	73	72
8	55	86	107	130
9	31	53	42	36
10	19	2	0	0
11	9	14	9	7
12	32	58	46	45
13	0	1	4	16
14	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
15	3	5	12	8
16	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
17	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
18	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
19	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje	Nie występuje
20	0	8	14	58
21	10	14	16	23
22	24	0	0	0
23	93	75	68	40
24	130	60	52	22
25	133	114	95	82
26	146	88	96	74
27	87	102	175	126

Dzień miesiąca \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
28	146	85	88	84
29	105	135	124	96
30	112	138	152	196
31	22	34	26	12

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Na podstawie danych zestawionych w tabeli 5.6. można zauważyć, że liczba sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych istotnie różni się w zależności od dnia miesiąca, w którym odbyła się aukcja. W kategorii „bardzo wysoka cena” najwięcej sprzedaży odnotowano 26 i 28 dnia miesiąca (po 146 sprzedaży). W kategorii „wysoka cena” najwięcej sprzedaży nastąpiło 30 dnia miesiąca (138) oraz 29 (135). W kategorii „umiarkowana cena” najwięcej sprzedaży odnotowano 27 dnia miesiąca (175), natomiast w kategorii „niska cena” ponownie największą liczbę transakcji odnotowano 30 dnia miesiąca (196 sprzedaży). Dodatkowo, brak transakcji w dniach 4 oraz 14 może odzwierciedlać kulturowe uwarunkowania, takie jak unikanie cyfr 4 i 14, które w tradycji chińskiej kojarzą się z pechem lub śmiercią (homofonia z wyrazem śmierć 死 –sǐ).

W celu uproszczenia interpretacji dokonano podziału miesiąca na dwa przedziały: dni 1-16 (2462) oraz 17–31 (3580) (tabela 5.7.)

Tabela 5.7. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności wybranych przedziałów czasowych (1-16 oraz 17-31)

Kategoria cenowa \ Przedział czasowy	1-16	17-31
Bardzo wysoka cena	503	1008
Wysoka cena	613	853
Umiarkowana cena	643	906
Niska cena	703	813

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Podział miesiąca na dwa przedziały czasowe – od 1. do 16. dnia oraz od 17. do 31. dnia – ujawnia wyraźne różnice w rozkładzie liczby transakcji w poszczególnych kategoriach cenowych. W kategorii „bardzo wysoka cena” w pierwszej połowie miesiąca sprzedano 503 obiekty, podczas gdy w drugiej połowie sprzedanych dzieł było dwa razy więcej (1008). Podobnie w przypadku kategorii „umiarkowana cena”, więcej sprzedaży odnotowano w drugiej połowie miesiąca (906) niż w pierwszej (643). W kategorii „niska cena” oraz „wysoka cena” różnice są mniej wyraźne, lecz w przypadku obu również większą liczbę transakcji odnotowano w drugiej połowie miesiąca.

Kolejny etap dotyczył związku między miesiącem kalendarzowym a kategorią cenową¹²⁷. Zestawienie liczności sprzedanych lotów w danym miesiącu przedstawiono w tabeli 5.8.

Tabela 5.8. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych miesiącach kalendarzowych

Miesiąc \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
styczeń	10	10	8	15
luty	0	0	10	29
marzec	55	132	149	200
kwiecień	88	152	156	120
maj	473	335	350	276
czerwiec	31	32	38	50
lipiec	40	30	22	13
sierpień	1	5	17	84
wrzesień	32	16	15	27
październik	211	347	348	378
listopad	416	324	349	227
grudzień	154	83	87	97

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Najwięcej transakcji w kategorii „bardzo wysoka cena” odnotowano w maju (473), listopadzie (416) oraz październiku (211), a w kategorii „wysoka cena” w październiku (347) i maju (335). Kategoria „umiarkowana cena” prezentuje najbardziej wyrównany rozkład w ciągu roku, jednak ponownie najwięcej sprzedaży odnotowano w maju (350) i listopadzie (349). Natomiast w kategorii „niska cena” najwięcej sprzedaży przypadło na październik (378) oraz maj (276).

W celu uzyskania lepszego zrozumienia wpływu miesiąca na zmienną cena dokonano dodatkowej analizy uwzględniającej podział roku na kwartały. Liczności w poszczególnych kategoriach cenowych zestawiono w tabeli 5.9.

Tabela 5.9. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych kwartałach

Kwartał \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Q1	65	142	167	244
Q2	592	519	544	446
Q3	73	51	54	124
Q4	781	754	784	124

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

¹²⁷ Warto zaznaczyć, że chodzi tu o miesiąc w ujęciu kalendarza gregoriańskiego, ponieważ w Chinach wiele wydarzeń planowanych jest względem kalendarza księżycowego.

Jak zaprezentowano w tabeli 5.9. najwięcej sprzedaży na chińskich aukcjach dzieł sztuki przypadło na czwarty kwartał roku, co jest szczególnie widoczne w kategoriach „bardzo wysoka”, „wysoka” i „umiarkowana cena”.

Kolejnym czynnikiem dotyczącym determinant sprzedaży dzieła jest dzień tygodnia. W przypadku aukcji dwudniowych za dzień sprzedaży dzieła przyjęto dzień zakończenia aukcji. Liczność lotów sprzedanych w poszczególnych dniach tygodnia została zestawiona w tabeli 5.10.

Tabela 5.10. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych dniach tygodnia

Dzień tygodnia \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
poniedziałek	218	395	412	228
wtorek	174	231	294	279
środa	255	304	275	253
czwartek	148	113	196	296
piątek	181	150	129	131
sobota	84	102	95	117
niedziela	451	171	148	212

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W badanym okresie największą liczbę sprzedaży dzieł sztuki odnotowano w poniedziałki (1253) oraz środy (1087), szczególnie w kategoriach „wysoka” i „umiarkowana cena”. Najniższą aktywność aukcyjną odnotowano w soboty (398), a umiarkowaną w piątki (591) i czwartki (743). Warto zaznaczyć, że w kategorii „bardzo wysoka cena” zdecydowana większość transakcji miała miejsce w niedzielę (451).

W następnym kroku zidentyfikowano determinanty związane z kwestiami fizycznymi i wizualnymi dzieła sztuki. Uwzględnione zostały: zastosowana technika, rodzaj podłoża, obecność sygnatury, wymiary dzieła oraz jego orientacja. Do cech o charakterze fizycznym zaliczamy technikę wykonania, rodzaj podłoża oraz wymiary dzieła, które wpływają na trwałość, sposób ekspozycji i koszty ewentualnej konserwacji. Cechy wizualne obejmują orientację dzieła oraz obecność sygnatury, czyli elementy, które oddziałują na percepcję odbiorcy. Rozróżnienie tych dwóch grup jest istotne, ponieważ czynniki fizyczne kształtują materialną stronę dzieła, podczas gdy wizualne oddziałują przede wszystkim na jego odbiór przez widza.

Pierwszą z uwzględnionych zmiennych była technika w jakiej wykonano dzieło. W tabeli 5.11 przedstawiono licznosci występowania poszczególnych technik. Techniki o niskiej licznosci zostały zagregowane i oznaczone zbiorczo jako „inne”.

Tabela 5.11. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w zależności od techniki

Technika	Częstotliwość występowania
malarstwo tuszem i kolorem	1314
malarstwo olejne na płótnie	1214
malarstwo tuszem	1036
akryl na płótnie	409
zwój wiszący	372
inne	293
malarstwo tuszem w oprawie	288
akryl	207
technika mieszana	198
malarstwo olejne	155
litografia	121
akwarela	109
brąz	108
sitodruk	97
akryl na papierze	69
ołówek	60
malarstwo olejne na płycie	58
rzeźba w drewnie	58
złota folia	51
wachlarz składany (tusze)	46
węgiel	45
stal nierdzewna	39
malarstwo olejne na lnianym płótnie	37
malarstwo olejne na papierze	37
żywica	37
litografia offsetowa	30
akwaforta	29
lakier	27
pastel	26
marker	18
spray (farba w sprayu)	18
proch strzelniczy	11
drzeworyt	11
kołaż	10
emalia	9
żywica syntetyczna	8
porcelana	6
druk giclée	4
tempera	4
włókno szklane	3

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W badanej próbie najliczniej reprezentowane były następujące techniki: malarstwo tuszem i kolorem (1314), malarstwo olejne na płótnie (1214), malarstwo tuszem (1036), akryl na płótnie (409), zwój wiszący (372), malarstwo tuszem w oprawie (288) oraz akryl (207).

Ze względu na dużą różnorodność, zmienna technika została podzielona na osiem kategorii:

- malarstwo tuszem i kolorem - będące odrębną kategorią ze względu na najwyższą reprezentację w próbie;

- malarstwo olejne - obejmujące wszystkie warianty wykorzystujące farby olejne jako medium artystyczne;
- malarstwo tuszem - obejmujące zarówno dzieła nieoprawione jak i opravione (oprawa stanowi niekiedy integralną część dzieła);
- akryl - obejmujące wszystkie przypadki wykorzystania farb akrylowych;
- techniki chińskie - obejmujące specyficzne dla sztuki chińskiej formy, takie jak np. zwój wiszący, złota folia oraz wachlarz;
- techniki graficzne - skupiające różne metody druku artystycznego, w tym sitodruk, litografię offsetową, akwafortę oraz drzeworyt;
- techniki rzeźbiarskie - obejmujące dzieła wykonane w brązie i drewnie;
- pozostałe - obejmujące wszystkie niewymienione dotychczas techniki.

Zestawienie liczby sprzedanych dzieł w zagregowanych grupach zestawiono w tabeli

5.12.

Tabela 5.12. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od techniki wykonania

Kategoria cenowa \ Techniki zagregowane	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Malarstwo olejne	659	370	226	104
Malarstwo tuszem	168	287	341	392
Malarstwo tuszem i kolorem	250	297	363	319
Pozostałe	143	212	222	266
Akryl	212	152	168	89
Techniki chińskie	26	71	117	169
Techniki graficzne	2	23	86	161
Techniki rzeźbiarskie	51	54	26	16

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Dane zebrane w tabeli 5.12 wskazują, że w kategorii „bardzo wysoka cena” najpopularniejszą techniką jest malarstwo olejne (659), a kolejne miejsca w tej kategorii cenowej zajmują malarstwo tuszem i kolorem (250) oraz akryl (212). Podobnie w kategorii „wysoka cena” najwięcej sprzedanych dzieł zostało wykonanych w technice malarstwo olejnego (370) oraz malarstwa tuszem (287) i malarstwa tuszem i kolorem (297). Ta ostatnia technika dominowała pod względem liczebności w kategorii „umiarkowana cena” (363). Natomiast w kategorii „niska cena” najwięcej sprzedanych dzieł zostało wykonanych w technice malarstwa tuszem (392).

Kolejnym analizowanym czynnikiem było podłoże dzieła. W tabeli 5.13. przedstawiono liczebności w czterech kategoriach cenowych, w odniesieniu do najczęściej występujących typów podłoża.

Tabela 5.13. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju podłoża

Podłoże \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
aluminium	0	0	1	1
deska	41	21	26	4
brąz	37	38	15	3
plótno	757	458	344	153
karton	10	7	3	1
celuloid	0	0	1	6
ceramika	1	6	3	2
włókno szklane	4	6	11	12
len	33	10	7	4
płyta pilśniowa	10	9	6	0
mieszane	12	20	12	21
inne	35	22	33	77
panel	10	11	8	6
papier	464	731	933	1101
plexiglass	1	0	1	0
żywica	0	1	9	25
satyna	11	9	8	1
jedwab	55	80	91	51
stal	3	11	11	2
vinyl	2	0	1	26
drewno	26	25	25	20

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Ze względu na występowanie licznych kategorii o bardzo niskiej licznosci, zdecydowano się na przekształcenie zmiennej pierwotnej poprzez agregację do pięciu spójnych grup:

- papier - obejmujący wszystkie warianty tego nośnika (w tym karton, celuloid);
- płótno - zawierające także warianty lniane i mieszane;
- płyta - m.in. płyta pilśniowa, deska, panel;
- tkanina - np. jedwab, satyna, włókna tekstylne;
- pozostałe - agregujące materiały niestandardowe, rzadkie lub trudne do klasyfikacji jednoznacznej (m.in. żywica, ceramika, aluminium) (tabela 5.14.).

Tabela 5.14. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju podłoża zagregowana w grupy

Podłoże zagregowane \ Kategoria cenowa	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Papier	464	731	933	1101
Płótno	757	458	344	153
Płyta	71	48	43	11
Tkanina	99	99	106	56
Pozostałe	120	130	123	195

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Papier jako podłoże był najliczniej sprzedawany w trzech kategoriach cenowych: „wysoka cena” (731), „umiarkowana cena” (933) oraz „niska cena” (1101). Płótno przeważało w kategorii „bardzo wysoka cena” (757), będąc jednocześnie drugim najczęściej stosowanym podłożem w kategorii „wysoka cena” (458). Płyta najczęściej pojawiała się w kategorii „bardzo wysoka cena”. Dzieła sztuki, których podłożem była tkanina utrzymywane było na stosunkowo stabilnym poziomie liczności w każdej kategorii cenowej (między 56 a 106). Podłoża zaklasyfikowane jako „pozostałe” najwyższą licznosc miały w kategorii „niska cena” (195).

Kolejnym czynnikiem było sygnowanie dzieła, które może być traktowane jako forma autoryzacji i pełnić funkcję potwierdzenia jakości i autentyczności dzieła. W analizie empirycznej uwzględniono trzy kategorie zmiennej jakościowej sygnowanie: brak sygnatury, sygnowanie z przodu oraz sygnowanie z tyłu. Liczności w poszczególnych kategoriach cenowych dla wyróżnionych wariantów czynnika sygnowanie zostały zestawione w tabeli 5.15.

Tabela 5.15. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od sygnowania

Kategoria cenowa \ Sygnatura	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Brak sygnatury	466	710	765	768
Sygnowanie z przodu	632	603	641	659
Sygnowanie z tyłu	413	153	143	89

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Brak sygnatury w badanym okresie najczęściej pojawiał się w kategoriach „wysoka cena” (710), „umiarkowana cena” (765) oraz „niska cena” (768). Sygnowanie z przodu było najczęściej odnotowanym rodzajem sygnatury w kategorii „bardzo wysoka cena” (632), a w pozostałych kategoriach również występowało wielokrotnie (od 603 do 659). Sygnowanie z tyłu było rzadziej obserwowane w kategorii „bardzo wysoka cena” (413) stanowi istotny odsetek transakcji podobnie jak w pozostałych kategoriach (od 89 do 153).

W kolejnym kroku identyfikacji poddano cechy fizyczne dzieła takie jak jego wymiary rozumiane jako: wysokość i szerokość. W celu przeprowadzenia analizy wysokość dzieł podzielono na cztery kategorie: niskie, średnie, wysokie, bardzo wysokie. Łączna liczba obserwacji po wykluczeniu przypadków, w których brakowało zmiennej wysokość wyniosła 6035 (tabela 5.16).

Tabela 5.16. Liczności zmiennej wysokość w poszczególnych kategoriach cenowych

Kategoria cenowa \ Wysokość	Niska	Średnie	Wysokie	Bardzo wysokie
Bardzo wysoka cena	214	328	408	561
Wysoka cena	377	356	365	364
Umiarkowana cena	414	422	404	309
Niska cena	530	390	338	255

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W kategorii „bardzo wysoka cena” najliczniej reprezentowane były dzieła o bardzo dużej wysokości (561), wysokie (408) oraz średnie (328). W kategorii „wysoka cena” licznosci w poszczególnych kategoriach wysokości były bardzo wyrównane (356-377). W kategorii „umiarkowana cena” najliczniej sprzedawane były dzieła o średniej wysokości (422). Natomiast w kategorii „niska cena” najliczniej pojawiały się dzieła o małej wysokości (530).

Kolejną cechą fizyczną dzieła była jego szerokość, którą skategoryzowano jako dzieła: wąskie, średnie, szerokie, bardzo szerokie. Łączna liczba obserwacji po wykluczeniu przypadków, w których brakowało zmiennej szerokość wyniosła 6000 (tabela 5.17).

Tabela 5.17. Liczności zmiennej szerokość w poszczególnych kategoriach cenowych

Kategoria cenowa \ Szerokość	Wąskie	Średnie	Szerokie	Bardzo szerokie
Bardzo wysoka cena	187	259	402	644
Wysoka cena	359	323	366	408
Umiarkowana cena	427	433	378	302
Niska cena	559	474	315	164

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W kategorii „bardzo wysoka cena” najliczniej sprzedawane były dzieła bardzo szerokie (644) oraz szerokie (402). W kategorii „wysoka cena” natomiast najliczniejsze były dzieła bardzo szerokie (408) oraz szerokie (366). Kategoria umiarkowana cena, podobnie jak w przypadku wysokości, również odnotowano wyrównane licznosci (od 302 do 427). Natomiast w kategorii „niska cena” najliczniejsze były dzieła wąskie (559) oraz średnie (474).

Do cech wizualnych dzieła sztuki zaliczamy jego orientację, rozumianą jako pejzażową (dzieła szersze niż wyższe) i portretową (dzieła wyższe niż szersze). Zależność między orientacją dzieła a czterema kategoriami cenowymi zaprezentowano w tabeli 5.18.

Tabela 5.18. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od orientacji dzieła

Kategoria cenowa \ Orientacja	Pejzażowa	Portretowa
Bardzo wysoka cena	605	808
Wysoka cena	581	793
Umiarkowana cena	545	912
Niska cena	549	875

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Jak zaprezentowano w tabeli 5.18. w każdej z czterech kategorii cenowych liczniej reprezentowane są dzieła o orientacji portretowej. Różnica ta jest szczególnie wyraźna w kategorii „bardzo wysoka cena”, w której sprzedano 808 dzieł o orientacji portretowej 605 o orientacji pejzażowej. Podobnie kształtują się licznosci w kategorii „niska cena” orientacja portretowa (875) i pejzażowa (549). W kategoriach „wysoka cena” i „umiarkowana cena” również zaobserwowano przewagę formatu portretowego, jednak różnice są nieco mniejsze (odpowiednio: 793 vs. 581 oraz 912 vs. 545).

Kolejną grupą determinant są czynniki związane z historią i dokumentacją dzieła, do których zaliczamy datę powstania dzieła, proveniencję (rozumianą jako udokumentowaną historię własności), wzmiankowanie w literaturze oraz posiadanie certyfikatu autentyczności.

W badanej próbie uwzględniono trzy formy identyfikacji daty powstania dzieła: podanie roku, datowanie przybliżone (wiek) oraz brak daty / inne oznaczenia (np. przypisanie do epok lub dynastii). Liczność poszczególnych form datowania w zależności od wyodrębnionych kategorii cenowych została zestawiona w tabeli 5.19.

Tabela 5.19. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju informacji o dacie powstania

Typ datowania obiektu	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Rok	1255	1022	995	915
Wiek powstania dzieła	149	228	294	288
Brak daty lub inne	107	216	260	313

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Rok powstania dzieła jako forma datowania występował najczęściej w kategoriach „bardzo wysoka cena” (1255) oraz „wysoka cena” (1022). Datowanie przybliżone, oparte na wieku, w którym powstało dzieło, pojawiało się zdecydowanie rzadziej, a najczęściej występowało w kategoriach „umiarkowana cena” (294) oraz „niska cena” (288). Brak daty lub inne formy oznaczeń (np. odniesienia do epok lub dynastii) najliczniej odnotowano w kategorii „niska cena” (313), natomiast był bardzo rzadko obserwowany w kategorii „bardzo wysoka cena”, jedynie 107 przypadków.

Kolejnym uwzględnionym czynnikiem była proveniencja dzieła sztuki. W analizowanej próbie porównano dzieła, które w katalogach aukcyjnych zawierały informację o proveniencji, z tymi, przy których taka informacja była nieobecna (tabela 5.20.)

Tabela 5.20. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od obecności informacji o proveniencji

Proveniencja	Bardzo wysoka cena	Wysoka cena	Umiarkowana cena	Niska cena
Obecna	1182	942	805	687
Brak	329	524	743	830

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Na podstawie danych zestawionych w tabeli 5.20 można zaobserwować, że obecność informacji o proveniencji była wyraźnie częstsza w wyższych kategoriach cenowych. W kategorii „bardzo wysoka cena” aż 1182 dzieł posiadało udokumentowaną historię własności, podczas gdy brak takiej informacji dotyczył jedynie 329 dzieł. Natomiast największą licznosc braku proveniencji zauważyć można w najniższej kategorii cenowej aż 830 przypadków.

Następnym czynnikiem było wzmiankowanie w literaturze (np. katalogach wystaw, monografiach, opracowaniach muzealnych, a także poezji, traktatach czy innych dziełach literackich), które zostało oznaczone w katalogach aukcyjnych. W analizowanej próbie uwzględniono dwie kategorie omawianej zmiennej: dzieła ze wzmianką w literaturze oraz dzieła bez takiej wzmianki (tabela 5.21).

Tabela 5.21. Licznosc dzieł w zależności od informacji o wzmiankowaniu w literaturze i kategorii cenowej

Kategoria cenowa	Brak wzmiankowania	Wzmiankowanie
Bardzo wysoka cena	898	613
Wysoka cena	1122	344
Umiarkowana cena	1274	275
Niska cena	1361	155

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Dane zaprezentowane w tabeli 5.21. wskazują, że brak wzmiankowania przeważał nad jego obecnością we wszystkich kategoriach cenowych. Najwięcej dzieł, które to wzmiankowanie posiadały należy do kategorii „bardzo wysoka cena” (613) oraz „wysoka cena” (344). W przypadku braku wzmiankowania największą licznosc można zauważyć w kategorii „niska cena”.

Kolejnym czynnikiem wybranym do dalszej analizy był certyfikat autentyczności, stanowiący formalne potwierdzenie autentyczności dzieła sztuki (najczęściej wystawiany przez artystę, eksperta lub uznaną instytucję). Dokument ten jest charakterystyczny dla chińskiego rynku sztuki, a informacja o jego występowaniu lub braku znajduje się w katalogu aukcyjnym. W analizowanej próbie uwzględniono dwie kategorie omawianej zmiennej: obecność oraz brak certyfikatu autentyczności (tabela 5.22).

Tabela 5.22. Licznosc dzieł w zależności od obecności certyfikatu autentyczności lub jego braku

Obecność certyfikatu	Brak certyfikatu	Certyfikat obecny
Kategoria cenowa		
Bardzo wysoka cena	1433	78
Wysoka cena	1422	44
Umiarkowana cena	1524	25
Niska cena	1496	20

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Na podstawie danych zestawionych w tabeli 5.22 można stwierdzić, że certyfikat autentyczności jest rzadkością w każdej kategorii cenowej. Liczności dzieł bez certyfikatów zdecydowanie przewyższają liczbę tych, które go posiadają. Najwięcej dzieł, które posiadały formalny certyfikat autentyczności znajdowało się w kategorii „bardzo wysoka cena” (78), a w tej samej kategorii nie posiadało go aż 1433 dzieł.

Ostatnią analizowaną grupą czynników były determinanty związane z osobą artysty, uwzględniające: status śmierci (żyjący/nieżyjący), płeć, narodowość, a także popularność medialną mierzoną jako liczbę stron z nazwiskiem artysty w Google.

W tej grupie czynników jako pierwszy analizie poddano status śmierci, określony na moment przeprowadzenia aukcji¹²⁸. Liczności w poszczególnych kategoriach cenowych zestawiono w tabeli 5.23.

Tabela 5.23. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od statusu śmierci artysty

Status śmierci Kategoria cenowa	Nieżyjący	Żyjący
Bardzo wysoka cena	871	640
Wysoka cena	880	586
Umiarkowana cena	900	648
Niska cena	888	627

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

We wszystkich kategoriach cenowych liczba dzieł nieżyjących artystów przewyższała liczbę dzieł żyjących twórców. Największą różnicę widać w kategorii „wysoka cena”, w której 880 przypadków dotyczyło prac artystów zmarłych, a 586 żyjących.

Kolejnym zidentyfikowanym czynnikiem związanym z osobą artysty była jego płeć. W badanej próbie uwzględniono podział na dwie kategorie omawianej zmiennej: kobiety i mężczyźni. Warto zauważyć, że kobiety stanowiły zaledwie 7,7% całkowitej liczby obserwacji (tabela 5.24).

Tabela 5.24. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od płci artysty

Płeć artysty Kategoria cenowa	Kobieta (K)	Mężczyzna (M)
Bardzo wysoka cena	156	1355
Wysoka cena	147	1319
Umiarkowana cena	148	1401
Niska cena	104	1412

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

¹²⁸ Analizie poddano 6040 przypadków sprzedaży z próby 6042. W dwóch przypadkach autorem dzieła był kolektyw artystyczny reprezentowany przez kilku twórców, w związku z czym niemożliwe było określenie statusu śmierci.

Dane zebrane w tabeli 5.24 wyraźnie wskazują na dominację mężczyzn w każdej kategorii cenowej. W kategorii „bardzo wysoka cena” 1355 dzieł była autorstwa mężczyzn, podczas gdy jedynie 156 prac było dziełem artystek. Podobne dysproporcje zauważyć można w pozostałych kategoriach cenowych.

Następnym czynnikiem była narodowość artysty. W próbie badawczej wyróżniono 50 narodowości. Zestawienie liczności 10 najczęściej występujących narodowości zestawiono w tabeli 5.25.

Tabela 5.25. Liczność 10 najczęściej występujących w próbie narodowości artysty

Narodowość	Liczność
chińska	4237
japońska	749
tajwańska ¹²⁹	264
amerykańska	219
koreańska	140
chińsko - francuska	128
wietnamska	116
indonezyjska	116
chińsko- amerykańska	113
singapurska	97

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Do dalszych analiz uwzględnionych zostało 6030 obiektów (12 zostało wykluczonych z oryginalnego zbioru ze względu na brak informacji o pochodzeniu artysty lub atrybucję zbiorową). Ze względu na dużą liczbę narodowości w oryginalnym zbiorze danych, dokonano agregacji do dwóch kategorii: narodowość chińska oraz pozostałe narodowości (tabela 5.26.).

Tabela 5.26. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych według narodowości artysty

Narodowość artysty	Pozostałe narodowości	Chińska
Kategoria cenowa		
Bardzo wysoka cena	613	897
Wysoka cena	518	946
Umiarkowana cena	459	1090
Niska cena	430	1077

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Dane zestawione w tabeli 5.26 wskazują przewagę liczebną artystów o narodowości chińskiej we wszystkich kategoriach cenowych. W kategorii „bardzo wysoka cena” sprzedano 897 dzieł autorstwa chińskich twórców i 613 prac artystów innych narodowości. W najniższej kategorii cenowej różnica jest niemal dwukrotna, 1077 prac artystów chińskich i jedynie 430 z innych państw.

¹²⁹ W wielu przypadkach Tajwańczycy często deklarują Tajwan jako kraj pochodzenia, a nie Chiny – zarówno z powodów tożsamościowych, jak i politycznych.

Popularność medialna artysty, mierzona jako liczba wyników wyświetleń w Google, została przyjęta jako wskaźnik rozpoznawalności twórcy. Na potrzeby dalszych analiz twórców podzielono na cztery grupy: o małej liczbie wyświetleń, umiarkowanej liczbie wyświetleń, dużej liczbie wyświetleń oraz bardzo dużej liczbie wyświetleń. W celu zapewnienia rzetelności danych wykluczono wszystkich artystów, dla których istniało więcej niż jedno historyczne wystąpienie tego samego imienia i nazwiska (co mogło prowadzić do błędów identyfikacyjnych (tabela 5.27).

Tabela 5.27. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych według popularności medialnej autora (liczba wyników w Google)

Popularność medialna Kategoria cenowa	Mała liczba wyświetleń	Umiarkowana liczba wyświetleń	Dużo wyświetleń	Bardzo dużo wyświetleń
Bardzo wysoka cena	196	314	499	459
Wysoka cena	309	357	343	332
Umiarkowana cena	448	346	309	284
Niska cena	457	321	238	306

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W kategorii „bardzo wysoka cena” największą licznosc mają artyści o dużej (499) i bardzo dużej (459) popularności. W kategorii „wysoka cena” licznosc sprzedanych dzieł oscyluje wokół 330–357 w trzech najwyższych kategoriach popularności, natomiast udział artystów o małej liczbie wyświetleń jest niższy wynosząc 309 dzieł. W kategorii „niska cena” widoczna jest większa licznosc artystów o małej (457) i umiarkowanej popularności (321), chociaż liczba bardzo medialnych twórców nadal pozostaje wysoka (306).

5.3. Analiza wpływu wybranych czynników na poziom cen dzieł sztuki na rynku chińskim

W celu przeprowadzenia analizy wpływu wybranych czynników na poziom cen dzieł sztuki na chińskim rynku wykorzystano trzy uzupełniające się metody statystyczne: test niezależności chi-kwadrat, analizę wariancji (ANOVA) oraz test t-Studenta z poprawką Welcha. Test chi-kwadrat pozwala na ocenę istnienia istotnych statystycznie zależności pomiędzy zmiennymi jakościowymi, poprzez porównanie częstości empirycznych i teoretycznych w tablicach kontyngencji. Metoda ta znajduje szczególne zastosowanie w badaniach, w których analizowane są licznosci w poszczególnych kategoriach, a jej celem jest weryfikacja hipotezy o niezależności badanych cech. Dzięki temu umożliwia identyfikację czy rozkład jednej zmiennej zależy od wartości przyjmowanych przez drugą (Aczel, 2018; Bedyńska i Cypriańska, 2013).

Drugim zastosowanym narzędziem była analiza wariancji (ANOVA, ang. *Analysis of Variance*), która stanowi jedną z podstawowych metod statystycznych służących do badania różnic pomiędzy średnimi wartościami w więcej niż dwóch populacjach. Jej głównym celem jest weryfikacja czy czynniki niezależne (zmienne objaśniające) wywierają istotny wpływ na zmienne zależne (zmienne objaśniane), co sprowadza się do testowania hipotezy zerowej o równości średnich wobec hipotezy alternatywnej zakładającej istotne zróżnicowanie między grupami (Wieczorkowska, Kochański, Eljaszuk, 2005; Ferguson, Takane, 2016). Istotą metody jest porównanie wariancji poprzez dekompozycję całkowitej zmienności na zmienność międzygrupową i wewnątrzgrupową. W praktyce badawczej najczęściej stosuje się jednoczynnikową analizę wariancji (one-way ANOVA) oraz dwuczynnikową analizę wariancji z powtórzeniami (two-way ANOVA with repeats), pozwalającą na uwzględnienie efektu interakcji pomiędzy czynnikami. Uniwersalność ANOVA, a także jej implementacja w popularnych programach statystycznych (SPSS, Statistica, MS Excel), czynią z niej jedno z najczęściej stosowanych narzędzi analizy ilościowej w badaniach empirycznych (Wątroba, 2002; Simon, 2006).

Dodatkowo, w przypadku porównań dwóch grup, zastosowano test t-Studenta z poprawką Welcha, który umożliwia weryfikację hipotez o równości średnich przy założeniu braku homogeniczności wariancji. Test ten, zaliczany do metod parametrycznych, pozwala na uzyskanie wiarygodnych wyników również wtedy, gdy warunek jednorodności wariancji – kluczowy dla klasycznego testu t-Studenta – nie jest spełniony (Ferguson, Takane, 2016).

Na potrzeby niniejszego badania hipotezy statystyczne zostały poddane weryfikacji z wykorzystaniem testu chi-kwadrat, analizy wariancji ANOVA oraz testu t-Studenta z poprawką Welcha. Wyniki analiz zaprezentowano w podziale na cztery grupy determinant: związane ze sprzedażą dzieła, dotyczące fizycznych i wizualnych cech obiektu, odnoszące się do historii i dokumentacji dzieła oraz powiązane z osobą artysty.

Tabela 5.28. Zestawienie wyników testu chi-kwadrat dla wybranych czynników związanych ze sprzedażą dzieł

Czynnik	Statystyka χ^2	Liczba stopni swobody (df)	Wartość p (p-value)	Wnioskowanie
Dom aukcyjny	141,14	3	< 0,001	Istotna zależność
Słowo kluczowe: ink	41,35	3	$5,50 \times 10^{-9}$	Istotna zależność
Słowo kluczowe: calligraphy	120,16	3	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Słowo kluczowe: painting	317,91	3	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Słowo kluczowe: contemporary	64,40	3	$6,737 \times 10^{-14}$	Istotna zależność
Słowo kluczowe: modern	50,30	3	$6,90 \times 10^{-11}$	Istotna zależność
Dzień miesiąca aukcji	712,01	3	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Dzień miesiąca (podział 1–16 / 17–31)	55,74	3	$4,771 \times 10^{-12}$	Istotna zależność
Miesiąc przeprowadzenia aukcji	557,12	33	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność

Czynnik	Statystyka χ^2	Liczba stopni swobody (df)	Wartość p (p-value)	Wnioskowanie
Kwartał roku	175,29	9	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Dzień tygodnia aukcji	500,49	18	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Wyniki zaprezentowane w tabeli 5.28 wskazują na istnienie istotnych statystycznie zależności między analizowanymi determinantami związanymi ze sprzedażą aukcyjną a ceną dzieł sztuki. Jako pierwszy czynnik analizie poddano dom aukcyjny, w którym przeprowadzono aukcję. Celem analizy było przetestowanie hipotezy zerowej zakładającej brak zależności pomiędzy domem aukcyjnym a ceną. Wartość statystyki testowej ($\chi^2 = 141,14$; $df = 3$; $p < 0,001$) pozwala odrzucić hipotezę zerową, co wskazuje na istotną statystycznie zależność pomiędzy analizowanymi zmiennymi. Kolejną analizowaną determinantą jest obecność określonych słów kluczowych: *ink*, *calligraphy*, *painting*, *contemporary*, *modern* w tytułach aukcji. W przypadku wszystkich pięciu terminów uzyskano wartości statystyki testowej pozwalające na odrzucenie hipotezy zerowej i potwierdzenie istnienia istotnej statystycznie zależności.

Następnie analizie poddano dzień miesiąca, w którym przeprowadzona została aukcja. Uzyskany wynik testu ($\chi^2 = 712,01$; $df = 3$; $p < 0,001$) pozwala odrzucić hipotezę zerową, co świadczy o istnieniu statystycznie istotnej zależności pomiędzy dniem miesiąca a ceną sprzedaży. Po podzieleniu miesiąca na dwie połowy (1-16 i 17-31) test chi-kwadrat ($\chi^2 = 55,741$; $df = 3$; $p < 0,0001$) również wykazał istotność statystyczną. W kolejny etapie analizy sprawdzono związek między miesiącem kalendarzowym a ceną sprzedaży. Uzyskana wartość statystyki $\chi^2 = 557,12$; $df = 33$; $p < 0,001$ pozwala odrzucić hipotezę zerową i przyjąć, że miesiąc, w którym przeprowadzono aukcję, jest istotnie związany z ceną sprzedaży. Dodatkowa analiza z podziałem na kwartały również wykazała istotną zależność ($\chi^2 = 175,29$; $df = 9$; $p < 0,0001$). Wartość testu chi-kwadrat ($\chi^2 = 500,49$; $df = 18$; $p < 0,001$) dla dnia tygodnia również pozwala na odrzucenie hipotezy zerowej i przyjęcie, że dzień tygodnia, w którym odbywa się aukcja, jest istotnie związany z ceną sprzedaży aukcyjnej dzieł sztuki.

Kolejną analizowaną grupą determinant są cechy fizyczne i wizualne dzieła. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat zaprezentowano w tabeli 5.29.

Tabela 5.29. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla fizycznych i wizualnych cech dzieła sztuki

Czynnik	Statystyka χ^2	Liczba stopni swobody (df)	Wartość p (p-value)	Wnioskowanie
Technika wykonania	1074,10	21	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Podłoże	811,05	12	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Sygnowanie dzieła	407,16	6	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Wysokość dzieła	295,50	9	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Szerokość dzieła	599,01	9	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Orientacja dzieła (portretowa/pejzażowa)	12,84	3	$4,985 \times 10^{-3}$	Zależność na poziomie $p < 0,01$

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Wyniki przedstawione w tabeli 5.29 wskazują na istnienie istotnych statystycznie zależności między analizowanymi cechami fizycznymi i wizualnymi dzieła a jego ceną. Pierwszą z uwzględnionych zmiennych była technika wykonania obiektu. Uzyskana wartość statystyki testowej ($\chi^2 = 1074,10$; $df = 21$; $p < 0,001$) pozwala odrzucić hipotezę zerową i przyjąć, że technika wykonania dzieła jest istotnie statystycznie związana z poziomem cen uzyskiwanych na aukcjach. Podłoże dzieła, podobnie jak technika wykonania również ma istotny wpływ na cenę jego sprzedaży, co pokazuje otrzymana statystyka ($\chi^2 = 811,05$; $df = 12$; $p < 0,001$). Kolejnym czynnikiem, który został poddany analizie była sygnatura autora, a uzyskana wartość statystyki testowej ($\chi^2 = 407,16$; $df = 6$; $p < 0,001$) pozwala na odrzucenie hipotezy zerowej i przyjęcie, że obecność oraz lokalizacja sygnatury są istotnie związane z poziomem ceny dzieła sztuki.

Wyniki testu chi-kwadrat między wysokością dzieła a jego ceną ($\chi^2 = 295,5$; $df = 9$; $p < 2,2 \times 10^{-16}$) jak i szerokością a ceną sprzedaży ($\chi^2 = 599,01$; $df = 9$; $p < 2,2 \times 10^{-16}$), dowiodły, że istnieje istotna statystycznie zależność między zmiennymi. Testy chi-kwadrat wykazały także istnienie istotnej statystycznie zależności między orientacją dzieła a jego ceną ($\chi^2 = 12,844$; $df = 3$; $p < 0,01$).

W dalszej części analizy przedstawiono wyniki testów niezależności chi-kwadrat dla determinant dotyczących historii oraz dokumentacji dzieła (tabela 5.30).

Tabela 5.30. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla zmiennych związanych z historią i dokumentacją dzieła

Czynnik	Statystyka χ^2	Liczba stopni swobody (df)	Wartość p (p-value)	Wnioskowanie
Data powstania dzieła	217,55	6	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Proweniencja	397,14	3	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Wzmiankowanie w literaturze	427,90	3	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność
Certyfikat autentyczności	52,04	3	$< 2,94 \times 10^{-11}$	Istotna zależność

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Wyniki przedstawione w tabeli 5.30 potwierdzają, że wszystkie rozpatrywane zmienne: forma datowania, obecność proveniencji, wzmiankowanie w literaturze oraz certyfikat autentyczności, wykazują statystycznie istotne zależności z ceną dzieł sztuki na aukcjach. Wartość testu chi – kwadrat ($\chi^2 = 217,55$; $df = 6$ oraz bardzo niskie p-value $< 0,001$) dla formy datowania pozwalają na odrzucenie hipotezy zerowej i przyjęcie, że sposób datowania dzieła jest istotnie związany z poziomem cen uzyskiwanym na aukcjach. Wyniki testu chi-kwadrat wskazują na istotną statystycznie zależność między obecnością proveniencji a kategorią cenową dzieła ($\chi^2 = 397,14$; $df = 3$; $p < 0,001$). Następnym badanym czynnikiem było wzmiankowanie w literaturze, dla którego test również wykazał istotną statystycznie zależność ($\chi^2 = 427,90$; $df = 3$; $p < 0,001$). Jak ostatni czynnik w tej grupie determinant, analizie poddano certyfikat autentyczności. Uzyskana wartość testu ($\chi^2 = 52,04$; $df = 3$; p-value $< 0,001$) pozwalają na odrzucenie hipotezy zerowej. Wskazuje to na istnienie statystycznie istotnej zależności pomiędzy obecnością certyfikatu a ceną sprzedaży dzieł sztuki¹³⁰.

Ostatnią analizowaną grupą determinant były czynniki związane z osobą artysty, uwzględniające cztery zmienne opisujących twórcę dzieła: status śmierci (żyjący/nieżyjący), płeć, narodowość, a także popularność medialną (tabela 5.31).

Tabela 5.31. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla zmiennych związanych z osobą artysty

Czynnik	Statystyka χ^2	Liczba stopni swobody (df)	Wartość p (p-value)	Wnioskowanie
Status śmierci	1,94	3	0,58559	Brak istotnej zależności
Płeć	13,67	3	$3,38 \times 10^{-3}$	Istotna zależność
Narodowość	63,55	3	$1,03 \times 10^{-13}$	Istotna zależność
Popularność medialna	281,94	9	$< 2,2 \times 10^{-16}$	Istotna zależność

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Kolejnym czynnikiem związanym z osobą artysty, który został poddany analizie jest status śmierci. Otrzymana wartość statystyki testowej oraz wysokie p-value ($p > 0,05$) nie dają podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej. Brak istotności statystycznej oznacza, że w badanej próbie status życia artysty nie różnicuje istotnie cen aukcyjnych.

Następnie analizie poddano płeć artysty, z podziałem na kobiety i mężczyzn. Wartość testu chi-kwadrat oraz poziom istotności $p < 0,01$ wskazują na możliwość odrzucenia hipotezy zerowej i stwierdzenie, że płeć twórcy jest statystycznie istotnie związana z ceną uzyskiwaną na aukcjach. W kolejnym kroku przeanalizowano narodowość artysty, w ujęciu narodowość chińska i pozostałe narodowości. Wyniki testu niezależności chi-kwadrat

¹³⁰ Należy jednak podkreślić, że ze względu na stosunkowo niską reprezentację certyfikatów autentyczności w badanej próbie (167), wyniki należy interpretować z ostrożnością.

($\chi^2 = 63,549$; $df = 3$; $p\text{-value} = 1,025 \times 10^{-13}$) pozwalają na odrzucenie hipotezy zerowej, zakładającej brak związku między analizowanymi zmiennymi. Tym samym stwierdzono, że pochodzenie artysty istotnie różnicuje ceny dzieł sztuki.

Ostatnim analizowanym czynnikiem była popularność medialna artysty. Wyniki testu chi-kwadrat wskazują na istotną statystycznie zależność między zmiennymi ($\chi^2 = 281,94$; $df = 9$; $p < 2,2 \times 10^{-16}$). Tak niska wartość p pozwala odrzucić hipotezę zerową, zgodnie z którą popularność medialna artysty nie wpływa na cenę dzieła sztuki. Oznacza to, że rozpoznawalność autora w Internecie różnicuje ceny sprzedaży dzieł na rynku aukcyjnym.

Kolejnym etapem analizy było zbadanie wpływu wybranych zmiennych na poziom logarytmu naturalnego ceny ($cena_log$). Wartości zmiennej $cena_log$ uzyskano poprzez logarytmizację zmiennej $cena$. Celem przeprowadzonej transformacji była redukcja skośności rozkładu, stabilizacja wariancji, a także spełnienie założeń metody analizy wariancji (ANOVA). Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży dla pierwszej grupy determinantów związanych ze sprzedażą dzieła zostały zestawione w tabeli 5.32.

Tabela 5.32. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży ($cena_log$) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych ze sprzedażą dzieła sztuki

Zmienna	Wariant	Średnia $cena_log$	Odchylenie standardowe
Dom aukcyjny	China Guardian	12,24	1,60
	Christie's	12,81	1,94
Słowa kluczowe	Contemporary	12,90	1,84
	Modern	12,80	1,66
	Ink	12,50	1,33
	Calligraphy	12,10	1,58
	Painting	11,00	1,45
Dzień miesiąca aukcji	1	12,80	2,22
	2	12,70	1,75
	3	11,80	1,56
	5	12,20	1,92
	6	12,50	1,48
	7	12,60	1,57
	8	12,10	1,61
	9	12,50	1,64
	10	15,60	1,37
	11	12,70	1,44
	12	12,40	1,53
	13	10,10	1,38
	15	12,10	1,30
	20	10,40	1,43
	21	12,00	1,49
	22	15,50	0,95
	23	13,20	1,87
	24	13,80	1,86
	25	13,00	1,76
	26	13,20	2,04
	27	12,30	1,55
	28	13,20	2,10
	29	12,60	1,58

Zmienna	Wariant	Średnia cena log	Odchylenie standardowe
	30	12,20	1,80
	31	12,80	1,20
Miesiąc aukcji	Styczeń	12,10	1,75
	Luty	10,60	0,94
	Marzec	11,80	1,49
	Kwiecień	12,40	1,50
	Maj	13,00	1,88
	Czerwiec	12,30	1,80
	Lipiec	13,40	1,80
	Sierpień	10,60	1,02
	Wrzesień	13,00	2,40
	Październik	12,30	1,64
	Listopad	13,00	1,86
	Grudzień	12,90	2,15
Dzień tygodnia aukcji	Poniedziałek	12,50	1,44
	Wtorek	12,30	1,64
	Środa	12,60	1,76
	Czwartek	12,10	2,06
	Piątek	12,80	1,80
	Sobota	12,40	1,75
	Niedziela	13,40	2,24

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Porównania średnich wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży pomiędzy grupami wyodrębnionymi ze względu na dom aukcyjny dokonano przy użyciu testu t-Studenta dla prób niezależnych z poprawką Welcha, uwzględniającą brak spełnienia założenia o homogeniczności wariancji (tabela 5.33)

Tabela 5.33. Wyniki testu t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennej dom aukcyjny

Zmienna	df	Statystyka t	p-value	95% przedział ufności
Dom aukcyjny	5025,5	-12,168	$< 2,2 \times 10^{-16}$	[-0,660, -0,477]

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza testem t-Studenta dla prób niezależnych z poprawką Welcha dla zmiennej dom aukcyjny wykazała istotną statystycznie różnicę w średnich wartościach zmiennej *cena_log* między obiektami sprzedawanymi w Christie's i China Guardian ($t(5025,5) = -12,168$; $p < 0,001$). Różnica średnich mieści się w przedziale od -0,660 do -0,477, co odpowiada dużej sile efektu według skali Cohena. Wyniki te wskazują, że dom aukcyjny jest istotnym czynnikiem różnicującym poziom cen sprzedaży dzieł sztuki.

Dla pozostałych zmiennych z grupy determinant związanych ze sprzedażą dzieła przeprowadzono jednoczynnikowe analizy wariancji (ANOVA). Celem analiz było określenie, czy średnie logarytmy cen sprzedaży (*cena_log*) różnią się istotnie pomiędzy poszczególnymi kategoriami badanych zmiennych. W przypadku każdej analizy podano podstawowe parametry statystyczne, w tym stopnie swobody dla efektu i reszt, sumy kwadratów (SS), średnie kwadraty (MS), wartości statystyki F, poziom istotności (p), a także

oszacowania siły efektu (η^2 oraz ω^2) wraz z ich interpretacją jakościową. Wyniki zestawiono w tabeli 5.34.

Tabela 5.34. Wyniki analiz ANOVA dla zmiennych związanych ze sprzedażą dzieła

Zmienna	df	df reszt	SS efektu	MS efektu	F	p-value	η^2	ω^2	Interpretacja siły efektu
Słowo kluczowe	4	6036	1801	360,20	141,30	< 0,001	0,106	0,105	umiarkowany - duży
Dzień miesiąca aukcji	25	5995	586	23,44	31,77	< 0,001	0,024	0,020	mały
Miesiąc aukcji	11	6030	1697	154,31	49,00	< 0,001	0,082	0,080	umiarkowany
Dzień tygodnia aukcji	6	6035	856	142,65	43,41	< 0,001	0,041	0,040	mały - umiarkowany

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza ANOVA wykazała, że wszystkie badane zmienne miały istotny statystycznie wpływ na zmienną (*cena_log*), a siła efektu różniła się w zależności od czynnika. Największy wpływ odnotowano dla zmiennej słowo kluczowe ($\eta^2 = 0,106$), co oznacza efekt umiarkowany, zbliżający się do dużego. Dla zmiennej miesiąc aukcji ($\eta^2 = 0,082$), co świadczy o umiarkowanej sile efektu. Z kolei wpływ dnia tygodnia aukcji ($\eta^2 = 0,041$) oraz dnia miesiąca aukcji ($\eta^2 = 0,024$) można uznać za mały do umiarkowanego.

Kolejna grupa analizowanych determinant dotyczy cech fizycznych i wizualnych dzieła sztuki. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny dla wybranej grupy analizowanych czynników zestawiono w tabeli 5.35.

Tabela 5.35. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (*cena_log*) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych z cechami fizycznymi i wizualnymi dzieła

Zmienna	Wariant	Średnia cena_log	Odchylenie standardowe
Technika	Akryl	13,10	1,85
	Malarstwo olejne	13,80	1,88
	Malarstwo tuszem	12,10	1,55
	Malarstwo tuszem i kolorem	12,40	1,67
	Techniki chińskie	11,60	1,37
	Techniki graficzne	11,10	1,10
	Techniki rzeźbiarskie	13,20	1,44
	Pozostałe	12,20	1,65
Podłoże	Papier	12,10	1,57
	Płótno	13,60	1,87
	Płyta	13,50	1,83
	Tkanina	12,90	1,76
	Pozostałe	12,20	1,86
Sygnowanie	Brak sygnowania	12,30	1,70
	Sygnowania z przodu	12,40	1,81
	Sygnowanie z tyłu	13,10	1,90
	Sygnowanie z obu stron	13,00	1,72
Szerokość dzieła	Wąskie	11,90	1,52
	Średnie	12,20	1,69
	Szerokie	12,80	1,82
	Bardzo szerokie	13,50	1,89

Zmienna	Wariant	Średnia cena log	Odchylenie standardowe
Wysokość dzieła	Niskie	12,00	1,60
	Średnie	12,50	1,73
	Wysokie	12,70	1,87
	Bardzo wysokie	13,20	1,98

Źródło: opracowanie własne.

Zestawienie średnich wartości zmiennej cena_log wskazuje na wyraźne zróżnicowanie cen w zależności od cech fizycznych dzieła. Najwyższe ceny uzyskiwały dzieła wykonane techniką malarstwa olejnego, umieszczone na płótnie i sygnowane z tyłu. Istotny wzrost średnich cen widoczny jest również w przypadku prac o dużych wymiarach. Wyniki analizy wariancji ANOVA zostały zestawione w tabeli 5.36.

Tabela 5.36. Wyniki analiz ANOVA dla cech fizycznych i wizualnych dzieła sztuki

Zmienna	df	df reszt	SS efektu	MS efektu	F	p-value	η^2	ω^2	Interpretacja siły efektu
Technika	7	6034	3826	546,60	195,60	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,185	0,184	bardzo duży
Podłoże	4	6037	3061	765,30	262,10	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,148	0,147	bardzo duży
Sygnowanie	3	6038	602	200,56	114,51	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,029	0,029	duży
Szerokość	3	5996	2302	767,30	254,32	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,113	0,112	umiarkowany
Wysokość	3	6038	1113	200,56	254,30	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,054	0,053	umiarkowany

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza wykazała, że wszystkie badane czynniki fizyczne i wizualne dzieła sztuki miały istotny statystycznie wpływ na cenę sprzedaży. Najsilniejszy efekt zaobserwowano w przypadku zmiennej technika ($\eta^2 = 0,185$), a także podłoże ($\eta^2 = 0,148$), które według klasyfikacji Cohena odpowiadają efektowi bardzo dużemu. Oznacza to, że dobór techniki wykonania oraz rodzaju podłoża wyjaśnia znaczną część zróżnicowania cen na rynku aukcyjnym. Zmienna szerokość charakteryzowała się efektem dużym ($\eta^2 = 0,113$), natomiast wysokość ($\eta^2 = 0,054$) oraz sygnowanie ($\eta^2 = 0,029$) wykazały efekty umiarkowane.

Następnie analizie poddano grupę zmiennych dotyczących historii oraz dokumentacji dzieła. Analizowano sposób datowania oraz obecność odniesień do dzieła w literaturze zawartych w katalogu aukcyjnym. Zmienne „certyfikat autentyczności” oraz „proweniencja” zostały wykluczone z analiz ilościowych z uwagi na zbyt niską licznosc wystąpień w zbiorze danych, co uniemożliwia przeprowadzenie testów statystycznych. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny według determinant związanych z historią i dokumentacją dzieła zostały zestawione w tabeli 5.37.

Tabela 5.37. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (*cena_log*) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych z historią i dokumentacją dzieła

Zmienna	Wariant	Średnia cena_log	Odchylenie standardowe
Sposób datowania	Rok	12,80	1,92
	Datowanie przybliżone	12,20	1,58
	Brak daty	12,00	1,57
Wzmiankowanie w literaturze	Obecność wzmianki	13,65	1,96
	Brak wzmianki	12,30	1,69

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

W celu sprawdzenia istotności różnic między średnimi cenami dzieł sztuki, w zależności od sposobu określenia daty ich powstania, przeprowadzono jednoczynnikową analizę wariancji (ANOVA) (tabela 5.38).

Tabela 5.38. Wyniki jednoczynnikowej analizy wariancji (ANOVA) dla zmiennej datowanie

Zmienna	df	df reszt	SS efektu	MS efektu	F	p-value	η^2	ω^2	Interpretacja siły efektu
Datowanie	2	6039	732	366,10	110,80	< 0,001	0,036	0,036	mały

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza wariancji dla zmiennej data powstania wykazała istotny statystycznie wpływ tego czynnika na wartość logarytmu naturalnego ceny sprzedaży. Porównywano trzy grupy obiektów: dzieła z określonym rokiem powstania, dzieła z datowaniem przybliżonym oraz dzieła bez datowania. Siła efektu, wyrażona wskaźnikiem $\eta^2 = 0,036$, wskazuje na mały efekt w rozumieniu skali Cohena. Podobną wartość uzyskano dla ω^2 (0,036), co potwierdza stabilność testu. Dla zmiennej wzmiankowanie w literaturze przeprowadzono test t-Studenta z poprawką Welcha (tabela 5.39).

Tabela 5.39. Wyniki testu t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennej wzmiankowanie w literaturze

Zmienna	df	Statystyka t	p-value	95% przedział ufności
Wzmiankowanie w literaturze	2047,3	-23,167	< $2,2 \times 10^{-16}$	[-1,459, -1,230]

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza testem t-Studenta (Welcha) dla zmiennej wzmiankowanie w literaturze wykazała istotną statystycznie różnicę w średnich wartości zmiennej *cena_log* pomiędzy obiektami, które posiadały wpis o obecności wzmiankowania w katalogu aukcyjnym, a obiektami bez wzmiankowania. Wyniki testu ($t(2047,3) = -23,167$; $p < 0,001$) wskazują, że obecność dzieła w literaturze wiąże się z istotnie wyższymi wartościami *cena_log*. Różnica średnich mieści się w przedziale od -1,459 do -1,230, co odpowiada bardzo dużej sile efektu (Cohen's $d = 1,02$).

W kolejnej części analizy uwzględniono zmienne odnoszące się do osoby artysty. Ocenie poddano wpływ płci, narodowości oraz popularności medialnej na poziom

logarytmicznej ceny sprzedaży dzieła sztuki. Zmienna „status śmierci artysty” nie wykazała istotnych różnic i została uwzględniona jedynie dla porządku analitycznego. Zmienna „popularność medialna” została podzielona na cztery kategorie odpowiadające kwartylom rozkładu liczby wyników wyszukiwania w Google dla poszczególnych artystów. W tabeli 5.40 zostały zestawione średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (cena_log) dla zmiennych związanych z osobą artysty.

Tabela 5.40. Średnie logarytmiczne ceny sprzedaży (cena_log) dla zmiennych związanych z osobą artysty

Zmienna	Wariant	Średnia cena log	Odchylenie standardowe
Status śmierci	Żyje	12,62	1,87
	Nie żyje	12,60	1,84
Płeć	Kobieta	12,85	1,81
	Mężczyzna	12,59	1,85
Narodowość	Chińska	12,85	1,98
	Pozostałe	12,50	1,77
Popularność medialna	Q1	12,00	1,57
	Q2	12,60	1,68
	Q3	13,20	1,96
	Q4	12,90	1,99

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Dane wskazują na istotne zróżnicowanie średnich cen w zależności od wybranych cech artysty. Najwyższe wartości obserwowane są w przypadku kobiet, artystów chińskich oraz osób o średnio wysokiej (Q3) popularności medialnej.

Dla zmiennych dychotomicznych zastosowano test t-Studenta dla prób niezależnych z poprawką Welcha, co umożliwia uwzględnienie nierówności wariancji między grupami. Analizie poddano trzy zmienne: status śmierci artysty (żyje vs nie żyje), płeć (kobieta vs mężczyzna) oraz uproszczoną zmienną narodowości (chińska vs pozostałe).

Tabela 5.41. Wyniki testów t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennych dwukategorialnych

Zmienna	df	Statystyka t	p-value	95% przedział ufności	Wniosek
Status śmierci	5329,5	0,42	0,678	[-0,075; 0,11]	Brak istotnych różnic
Płeć	679,2	3,23	0,0013	[0,10;0,42]	Istotna różnica
Narodowość (chińska vs pozostałe)	3895,6	6,98	$< 3,44 \times 10^{-12}$	[0,26;0,46]	Istotna różnica

Źródło: opracowanie własne.

Analiza wykazała, że status śmierci artysty nie różnicował istotnie logarytmicznej ceny sprzedaży dzieła, co oznacza, że w badanej próbie nie potwierdzono powszechnego przekonania o znaczącym wzroście cen po śmierci twórcy. W przypadku zmiennej „płeć” odnotowano istotną różnicę średnich cen, a dzieła mężczyzn uzyskiwały wyższe średnie logarytmu naturalnego ceny niż dzieła kobiet. Najsilniejszy efekt zaobserwowano dla uproszczonej zmiennej narodowości (chińska vs pozostałe), gdzie różnica była istotna statystycznie

i wysoce znacząca, wskazując, że dzieła artystów chińskich osiągały wyższe średnie ceny niż prace twórców z innych narodowości.

W celu oceny wpływu zmiennych wielokategorialnych odnoszących się do osoby artysty na poziom wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (cena_log), przeprowadzono jednoczynnikowe analizy wariancji (ANOVA). Uwzględniono pełną zmienną narodowości artysty (obejmującą 46 krajów) oraz popularność medialną, mierzonej liczbą wyników wyświetleń w Google.

Tabela 5.42. Wyniki analiz ANOVA dla zmiennych związanych z osobą artysty względem cena_log

Zmienna	df	df reszt	SS efektu	MS efektu	F	p-value	η^2	ω^2	Interpretacja siły efektu
Narodowość	45	6983	757	16,815	5,07	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,037	0,029	mały
Popularność medialna	3	5532	1042	347,50	106,00	$< 2,0 \times 10^{-16}$	0,054	0,054	umiarkowany

Źródło: obliczenia własne w programie statystycznym R Studio.

Analiza wariancji wykazała istotny statystycznie wpływ popularności medialnej, mierzonej liczbą wyników wyszukiwania w Google, na wartość logarytmu naturalnego ceny sprzedaży dzieła sztuki. Wartość współczynnika $\eta^2 = 0,054$ wskazuje na umiarkowaną siłę efektu. Najwyższe wartości średnich logarytmu ceny zaobserwowano w trzecim kwartylu (13,2). Analiza zmiennej „narodowość artysty” również wykazała istotny statystycznie wpływ na wartość logarytmu ceny, jednak siła efektu była mała.

Przeprowadzona analiza statystyczna pozwoliła na kompleksową weryfikację czterech hipotez badawczych, obejmujących cztery grupy determinant kształtujących ceny dzieł sztuki na chińskim rynku aukcyjnym. Wyniki testów chi-kwadrat, analiz wariancji ANOVA oraz testów t-Studenta wskazują, że zdecydowana większość czynników uwzględnionych w modelu wykazuje istotny statystycznie związek z poziomem cen sprzedaży (tabela 5.43).

Tabela 5.43. Weryfikacja hipotez badawczych H1-H14

Kod	Treść hipotezy	Wynik weryfikacji	Uwagi
H1	Ceny dzieł sztuki różnią się istotnie w zależności od domu aukcyjnego, w którym odbywa się sprzedaż.	Potwierdzona	Istotna różnica średnich cen między China Guardian a Christie's ($p < 0,001$; duża siła efektu).
H2	Miesiąc, dzień tygodnia oraz dzień miesiąca przeprowadzenia aukcji wpływają istotnie na poziom cen osiąganym przez dzieła sztuki.	Potwierdzona	Związek między zmiennymi a ceną jest istotny statystycznie; efekty od małych (dzień miesiąca) po umiarkowane (miesiąc aukcji).
H3	Nazwa aukcji, zawierająca określone słowa kluczowe jest istotnym czynnikiem wpływającym na poziom cen.	Potwierdzona	Najsilniejszy efekt w grupie determinant dotyczących sprzedaży ($\eta^2 = 0,106$; umiarkowany - duży).
H4	Technika wykonania dzieła wpływa istotnie na jego cenę.	Potwierdzona	Bardzo duży efekt ($\eta^2 = 0,185$).

Kod	Treść hipotezy	Wynik weryfikacji	Uwagi
H5	Podłoże dzieła wpływa na poziom ceny uzyskanej na aukcji.	Potwierdzona	Bardzo duży efekt ($\eta^2 = 0,148$).
H6	Obecność i umiejscowienie sygnatury zwiększają wartość rynkową dzieła.	Potwierdzona	Efekt umiarkowany ($\eta^2 = 0,029$).
H7	Wymiary oraz orientacja dzieła (pejzażowa/portretowa) mają znaczący wpływ na poziom cen.	Potwierdzona	Wymiary istotne (umiarkowane efekty); orientacja istotna, ale efekt bardzo mały.
H8	Dzieła posiadające datowanie w formacie rok powstania osiągają wyższe ceny niż dzieła, których datowanie jest bardziej ogólne.	Potwierdzona	Istotna różnica; efekt mały ($\eta^2 = 0,036$).
H9	Obecność proveniencji oraz wzmiankowania w literaturze wpływa na poziom cen.	Potwierdzona	Bardzo silny efekt wzmiankowania w literaturze (Cohen's $d \approx 1,02$); proveniencja istotna w testach χ^2 .
H10	Posiadanie certyfikatu autentyczności znacząco wpływa na cenę dzieła.	Potwierdzona	Istotna zależność w testach χ^2 ; brak analizy ilościowej z powodu niskiej liczności.
H11	Dzieła artystów zmarłych osiągają wyższe ceny niż dzieła artystów żyjących.	Odrzucona	Brak istotnych różnic ($p > 0,05$).
H12	Płeć artysty wpływa na poziom cen dzieł sztuki na chińskim rynku.	Potwierdzona	Istotne różnice średnich cen ($p < 0,01$); efekt mały.
H13	Narodowość artysty (chińska vs. pozostałe) jest istotnym czynnikiem determinującym poziom cen.	Potwierdzona	Istotne różnice; efekt mały.
H14	Popularność medialna artysty, mierzona liczbą wyników w wyszukiwarce Google, wpływa na wartość jego dzieł.	Potwierdzona	Istotny efekt umiarkowanej siły ($\eta^2 = 0,054$).

Źródło: opracowanie własne.

Hipoteza H1, zakładająca istotne zróżnicowanie cen w zależności od domu aukcyjnego, w którym odbywa się sprzedaż, została potwierdzona. Testy statystyczne wykazały wyraźne różnice średnich cen pomiędzy poszczególnymi podmiotami, przy czym szczególnie istotny kontrast wystąpił między China Guardian a Christie's ($p < 0,001$), co wiązało się z dużą siłą efektu. Oznacza to, że renoma i profil domu aukcyjnego odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu wartości transakcyjnych.

Hipoteza H2, dotycząca wpływu czasu przeprowadzenia aukcji (miesiąca, dnia tygodnia oraz dnia miesiąca), również została potwierdzona. Wszystkie analizowane zmienne okazały się istotne statystycznie. Efekty były zróżnicowane: od małych w przypadku dnia miesiąca po umiarkowane dla zmiennej „miesiąc aukcji”. Dowodzi to znaczenia czynników sezonowych i kalendarzowych, które mogą odzwierciedlać zarówno preferencje kulturowe, jak i strategie organizacyjne domów aukcyjnych.

Hipoteza H3, zgodnie z którą nazwa aukcji zawierająca określone słowa kluczowe ma istotny wpływ na poziom cen, została potwierdzona. Analizy wykazały, że ta zmienna miała najsilniejszy efekt w grupie determinant związanych ze sprzedażą dzieła ($\eta^2 = 0,106$), co odpowiada sile umiarkowanej do dużej. Obecność słów takich jak *painting* czy *ink* w tytule aukcji istotnie podnosiła poziom uzyskiwanych cen.

W grupie hipotez związanych z cechami fizycznymi i wizualnymi dzieła, hipotezy H4 i H5 zostały jednoznacznie potwierdzone. Technika wykonania ($\eta^2 = 0,185$) oraz podłoże ($\eta^2 = 0,148$) charakteryzowały się bardzo dużymi efektami, co dowodzi fundamentalnego znaczenia materialnych i warsztatowych właściwości dzieła dla jego wartości rynkowej. Hipoteza H6, odnosząca się do wpływu sygnatury, również znalazła potwierdzenie; siła efektu była umiarkowana ($\eta^2 = 0,029$). Hipoteza H7, zakładająca wpływ wymiarów i orientacji dzieła, została potwierdzona: wymiary miały istotne i umiarkowane efekty, natomiast orientacja, mimo istotności statystycznej, cechowała się bardzo małą siłą oddziaływania.

Hipoteza H8, wskazująca na wyższe ceny dzieł z precyzyjnym datowaniem (rok powstania), została potwierdzona. Różnice były istotne statystycznie, choć siła efektu była niewielka ($\eta^2 = 0,036$). Hipoteza H9 uzyskała również potwierdzenie, zarówno obecność proveniencji, jak i wzmiankowania w literaturze istotnie wpływały na ceny. Szczególnie silny okazał się efekt wzmiankowania (Cohen's $d \approx 1,02$), który należy interpretować jako wyraz prestiżu i zakorzenienia dzieła w obiegu eksperckim. Hipoteza H10, zakładająca znaczenie certyfikatu autentyczności, także została potwierdzona, istotna zależność została wykazana w testach χ^2 , choć ze względu na niską licznosc próby nie przeprowadzono pogłębionej analizy ilościowej.

W ostatniej grupie hipotez, odnoszących się do artystów, rezultaty były zróżnicowane. Hipoteza H11, zakładająca, że dzieła artystów zmarłych osiągają wyższe ceny, została odrzucona, nie wykazano istotnych różnic między tymi grupami ($p > 0,05$). Z kolei hipoteza H12, mówiąca o wpływie płci artysty na ceny, została potwierdzona, odnotowano istotne różnice średnich cen ($p < 0,01$), choć siła efektu była niewielka. Hipoteza H13, dotycząca narodowości twórcy (chińska vs. zagraniczna), również została potwierdzona, przy czym efekt był mały. Wreszcie hipoteza H14, zakładająca, że popularność medialna artysty wpływa na wartość jego dzieł, znalazła jednoznaczne potwierdzenie. Analizy wykazały istotny efekt umiarkowanej siły ($\eta^2 = 0,054$), co wskazuje na rosnące znaczenie widoczności w mediach i przestrzeni cyfrowej dla kształtowania wartości rynkowej twórców.

5.4. Hierarchizacja czynników determinujących ceny dzieł sztuki w Chinach

W celu ustalenia znaczenia poszczególnych cech wpływających na ceny dzieł sztuki na chińskim rynku aukcyjnym, zastosowano metodę lasów losowych (*Random Forest*). *Random Forest* (RF) jest metodą uczenia zespołowego (*ensemble learning*), opracowaną przez

Breimana (2001) jako rozwinięcie klasyfikacyjnych i regresyjnych drzew decyzyjnych (*CART – Classification and Regression Trees*). Polega na budowie dużej liczby drzew decyzyjnych, z których każde konstruowane jest na podstawie losowych próbek danych (*bootstrap*) oraz losowego podzbioru predyktorów przy wyborze podziałów. Wyniki uzyskiwane z poszczególnych drzew są następnie agregowane, w przypadku regresji poprzez średnią, a w przypadku klasyfikacji poprzez głosowanie większościowe.

Kluczową zaletą RF jest redukcja wariancji charakterystycznej dla pojedynczych drzew decyzyjnych, przy jednoczesnym zachowaniu ich zdolności do modelowania nieliniowych zależności oraz interakcji pomiędzy zmiennymi. Dzięki temu metoda ta cechuje się wysoką dokładnością predykcyjną i odpornością na nadmierne dopasowanie (*overfitting*). Dodatkowo, Random Forest dostarcza miar istotności zmiennych (*variable importance*), które wskazują, w jakim stopniu dana cecha przyczynia się do wyjaśniania zmienności zmiennej zależnej (Liaw, Wiener, 2002).

W badaniach nad rynkiem sztuki RF pozwala na jednoczesne uwzględnienie szerokiego zestawu predyktorów, zarówno kategoryalnych (np. technika, podłoże, sygnatura), jak i ilościowych (np. wymiary dzieła, rok powstania, wzmiankowanie w literaturze). Dzięki temu możliwe jest uchwycenie złożonych i często nieliniowych relacji między cechami dzieł a ceną aukcyjną. Co więcej, model pozwala zidentyfikować, które czynniki odgrywają dominującą rolę w wyjaśnianiu zmienności cen, co ułatwia ich hierarchizację.

Random Forest nie wymaga spełnienia rygorystycznych założeń o rozkładzie danych czy homoskedastyczności. Algorytm jest również odporny na brakujące dane oraz na obecność zmiennych nadmiarowych i skorelowanych (Breiman, 2001; Hastie, Tibshirani, Friedman, 2009).

W niniejszym badaniu zmienną zależną była logarytmiczna cena dzieła sztuki, a zmiennymi niezależnymi determinanty związane ze sprzedażą dzieła: (dom aukcyjny, nazwa aukcji, dzień miesiąca przeprowadzenia aukcji, miesiąc przeprowadzania aukcji, dzień tygodnia przeprowadzenia aukcji), determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła (technika, podłoże, sygnowanie dzieła, wymiary dzieła, orientacja dzieła), determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła (data powstania dzieła, proveniencja, wzmiankowanie w literaturze, certyfikat autentyczności) oraz determinanty związane z osobą artysty (status śmierci artysty, płeć artysty, narodowość artysty, popularność medialna artysty)

Model Random Forest został skonfigurowany z odpowiednią liczbą drzew ($n = 500$), a jego hipermetody dobrano za pomocą walidacji krzyżowej (*cross-validation*). Dzięki temu

uzyskano stabilne i wiarygodne oszacowania ważności poszczególnych predyktorów. Wyniki modelu zestawiono w tabeli 5.44.

Tabela 5.44. Wyniki hierarchizacji zmiennych

Kategoria determinant	Zmienna	Ważność
Determinanty związane z osobą artysty:	Popularność medialna	96,89
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Nazwa aukcji: słowo painting	59,08
Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:	Wzmiankowanie w literaturze	57,40
Determinanty związane z osobą artysty:	Status śmierci: artysta żyjący	55,06
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: techniki graficzne	52,99
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Szerokość dzieła: bardzo szerokie	39,71
Determinanty związane z osobą artysty:	Narodowość: Chiny	38,57
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 20	33,48
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: malarstwo olejne	33,45
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Wysokość dzieła: bardzo wysokie	29,62
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: niedziela	28,96
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Nazwa aukcji: słowo contemporary	28,56
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dom aukcyjny: Christie's	27,62
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Szerokość dzieła: szerokie	26,56
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Podłoże: płótno	25,88
Determinanty związane z osobą artysty:	Płeć: mężczyzna	25,66
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: malarstwo tuszem i kolorem	25,18
	Proweniencja: obecna	23,74
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: grudzień	23,40
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: środa	23,25
	Miesiąc aukcji: maj	23,04
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: czwartek	22,49
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: pozostałe	22,31
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: techniki rzeźbiarskie	21,21
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 128	20,40
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: październik	20,23
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Nazwa aukcji: słowo modern	19,74
	Sygnowanie: z przodu	19,16
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: kwiecień	19,14
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Wysokość dzieła: wysokie	19,09
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: wtorek	18,97
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: listopad	18,89
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 29	18,45
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: sierpień	18,13
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: malarstwo tuszem	17,55
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: piątek	17,28
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 30	17,27
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: marzec	17,09
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Podłoże: tkanina	16,75
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Nazwa aukcji: słowo ink	16,71

Kategoria determinant	Zmienna	Ważność
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Nazwa aukcji: brak słów kluczowych	16,67
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Wysokość: średnie	15,27
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 2	15,11
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 13	14,79
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 5	14,37
Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:	Sygnowanie: z tyłu	14,20
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 3	13,39
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Technika: techniki chińskie	12,13
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Podłoże: pozostałe	11,97
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 26	11,70
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 8	11,64
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Podłoże: płyta	11,09
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: lipiec	11,05
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 10	9,69
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 24	9,54
Determinanty związane z kwestiami fizycznymi lub wizualnymi dzieła:	Szerokość dzieła: średnie	9,45
Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:	Certyfikat autentyczności: jest	9,30
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: wrzesień	9,07
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: czerwiec	8,32
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 6	8,06
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 25	7,47
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Miesiąc aukcji: luty	6,98
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 11	6,01
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień tygodnia aukcji: poniedziałek	4,67
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 21	4,51
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 22	4,15
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 27	4,07
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 9	3,80
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 15	2,63
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 31	1,70
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 12	1,69
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 23	0,22
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła:	Dzień miesiąca aukcji: 7	-0,43
Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła:	Sygnowania: z obu stron	-3,29

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki analizy przedstawione zostały w tabeli 5.53 i wskazują, że najwyższą wartość informacyjną w kontekście predykcji cen posiada zmienna „popularność medialna artysty”. Wskaźnik ważności tej zmiennej (96,89) znacząco przewyższa wartości pozostałych predyktorów, co świadczy o jej dominującym wpływie na ostateczną cenę dzieła. Popularność medialna, operacjonalizowana w badaniu jako liczba wyników w wyszukiwarce Google, stanowi wskaźnik społecznej rozpoznawalności i aktualnego zainteresowania artystą, co potwierdza tezy o rosnącym znaczeniu „kulturowego kapitału medialnego” w kształtowaniu wartości dóbr artystycznych na rynku globalnym (Velthuis, 2005).

Na drugim miejscu uplasowała się zmienna „nazwa aukcji zawierająca słowo painting” (59,08), wskazując na istotny wpływ języka i strategii marketingowych stosowanych przez domy aukcyjne. Obecność ogólnego i jednoznacznie kojarzonego z malarstwem terminu może przyczyniać się do zwiększenia uwagi nabywców, budować prestiż wydarzenia i wpływać na oczekiwania cenowe uczestników licytacji.

Kolejnym istotnym czynnikiem okazało się „wzmiankowanie dzieła w literaturze” (57,40), co znajduje uzasadnienie w teorii rynku wtórnego sztuki jako rynku zaufania i informacji. Obecność dzieła w publikacjach specjalistycznych lub katalogach wystaw świadczy o jego wartości artystycznej i historycznej, a także uwiarygodnia jego proveniencję, co wpływa na decyzje zakupowe kolekcjonerów i inwestorów.

Czwarte miejsce zajęła zmienna „status śmierci: artysta żyjący” (55,06). Wynik ten potwierdza ambiwalencję zjawiska tzw. *death effect* w ekonomii sztuki. Choć w literaturze spotyka się pogląd o wzroście cen po śmierci artysty z powodu ograniczenia podaży jego prac (Ekelund et al., 2000), niniejsze wyniki sugerują, że w przypadku chińskiego rynku sztuki nowoczesnej i współczesnej, większą wartość przypisuje się artystom żyjącym z uwagi na możliwość dalszej kariery, rozwoju stylu i rosnącego znaczenia medialnego.

Ostatnią zmienną w pierwszej piątce o najwyższej ważności była „technika: techniki graficzne” (52,99). Wartość ta potwierdza znaczenie cech fizycznych dzieła w kształtowaniu jego ceny, przy czym wybór techniki graficznej może zarówno obniżać, jak i podnosić wartość rynkową dzieła. Wysoka ważność tej zmiennej sugeruje jednak, że technika wykonania odgrywa istotną rolę w percepcji wartości dzieła przez nabywców.

W celu zidentyfikowania obszarów o największym znaczeniu dla kształtowania cen dzieł sztuki, dokonano zagregowania ważności zmiennych według czterech wyodrębnionych kategorii. Suma ważności w ramach każdej kategorii odzwierciedla względny wpływ danej grupy czynników na zmienną zależną – logarytmiczną cenę sprzedaży. Wyniki przedstawiono w tabeli 5.45.

Tabela 5.45. Suma ważności w poszczególnych kategoriach determinant

Kategoria determinant	Suma ważności
Determinanty związane ze sprzedażą dzieła	670,01
Determinanty związane z fizycznymi lub wizualnymi cechami dzieła	390,21
Determinanty związane z osobą artysty	216,18
Determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła	77,61

Źródło: opracowanie własne.

Determinanty związane ze sprzedażą dzieła okazały się kategorią o najwyższej łącznej ważności predykcyjnej (670,01). Obejmują one zmienne odnoszące się do sposobu i kontekstu przeprowadzenia transakcji, takie jak dom aukcyjny, nazwa aukcji, dzień

tygodnia, dzień miesiąca oraz miesiąc licytacji. Tak silna pozycja tej kategorii czynników może świadczyć o dużej wrażliwości chińskiego rynku sztuki na aspekty organizacyjne i marketingowe, które w istotny sposób wpływają na percepcję wartości dzieła. Szczególnie istotna okazała się zmienna „nazwa aukcji zawierająca słowo painting”, co sugeruje, że odpowiednie nazewnictwo wydarzenia oraz zastosowanie określonych terminów może zwiększać skłonność nabywców do zapłaty wyższej ceny.

Na drugim miejscu pod względem łącznej ważności uplasowały się determinanty związane z fizycznymi lub wizualnymi cechami dzieła, których łączna waga wyniosła 390,21. Do tej grupy zaliczają się technika wykonania, rodzaj podłoża, obecność sygnatury, wymiary oraz orientacja dzieła. Wyniki te podkreślają znaczenie dzieła jako fizycznego obiektu – jego wykonania, estetyki oraz formatu. Szczególną uwagę zwraca wysoka waga zmiennej „technika: techniki graficzne”, co może świadczyć o preferencjach kolekcjonerów wobec określonych środków wyrazu. Techniki graficzne mogą być postrzegane jako bardziej dostępne cenowo lub jako nośniki określonych wartości estetycznych i tradycji artystycznej.

Na trzecim miejscu znalazły się determinanty odnoszące się do osoby artysty, z łączną wagą 216,18. W skład tej grupy wchodzi takie zmienne jak status życia artysty, jego płeć, narodowość oraz medialna popularność. Choć ogólny wpływ tej kategorii jest mniejszy niż dwóch poprzednich, warto podkreślić, że najważniejsza pojedyncza zmienna całego modelu – „popularność medialna artysty” – należy właśnie do tej grupy. Oznacza to, że mimo ograniczonej liczby zmiennych, niektóre z nich mają wyjątkowo silny wpływ na poziom cen. Wynik ten potwierdza rosnącą rolę „marki osobistej” artysty i jego obecności w mediach jako kluczowych czynników wpływających na wartość dzieł sztuki.

Ostatnią pod względem ważności kategorią były determinanty związane z historią i dokumentacją dzieła, których skumulowana waga wyniosła 77,61. Do tej grupy zaliczają się zmienne takie jak data powstania, proveniencja, obecność w literaturze oraz posiadanie certyfikatu autentyczności. Choć w teorii czynniki te powinny wzmacniać zaufanie nabywców i legitymizować dzieło jako obiekt kultury, ich wpływ na cenę okazał się relatywnie ograniczony. Może to wynikać z mniejszej transparentności chińskiego rynku sztuki lub z trudności w dostępie do wiarygodnych źródeł dokumentujących historię dzieł, szczególnie w przypadku artystów współczesnych. Warto jednak zauważyć, że zmienna „wzmiankowanie w literaturze” wykazała stosunkowo wysoką wagę, co sugeruje, że odpowiednia dokumentacja, zwłaszcza pochodząca z renomowanych źródeł, może mieć realny wpływ na postrzeganą wartość dzieła.

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzone badania empiryczne potwierdzają, że ceny dzieł sztuki na rynku chińskim kształtowane są przez wieloczynnikowy układ determinant obejmujących cechy transakcji, właściwości dzieła oraz charakterystykę artysty. Wyniki wskazują jednoznacznie, że obok tradycyjnie podkreślanych aspektów materialnych i historycznych coraz większe znaczenie odgrywają czynniki związane z mediami i globalnym obiegiem informacji.

W odniesieniu do determinant związanych ze sprzedażą dzieła (H1-H3) potwierdzono, że zarówno dom aukcyjny, w którym przeprowadzono sprzedaż, jak i termin aukcji (miesiąc, dzień tygodnia, dzień miesiąca) mają istotny wpływ na ceny dzieł sztuki sprzedawane na aukcjach w Chinach. Warto zaznaczyć, że w analizowanym zbiorze danych 4. i 14. dnia miesiąca nie odbywały się aukcje, co wynika z uwarunkowań kulturowych chińskiego społeczeństwa, gdzie liczba cztery kojarzona jest z nieszczęściem (ze względu na podobieństwo wymowy do słowa „śmierć”), a liczba czternaście wzmacnia ten negatywny kontekst. Podobnie obecność określonych słów kluczowych w tytule aukcji ma istotny wpływ na uzyskiwane ceny. Szczególnie istotny wpływ na ceny miały m.in. terminy *painting* oraz *ink*. Słowo *painting* jest terminem kojarzonym z tradycyjnymi formami malarstwa zachodniego i często stosowanym w aukcjach o charakterze międzynarodowym. Z kolei *ink* odnosi się do tradycyjnej techniki malarskiej tuszem, głęboko zakorzenionej w chińskiej kulturze i estetyce, postrzeganej jako synonim wysokiego kunsztu artystycznego. Efekty siły oddziaływania były zróżnicowane, od małych w przypadku dnia miesiąca, po umiarkowane i duże dla zmiennej „słowo kluczowe” oraz „dom aukcyjny”.

Analiza cech fizycznych i wizualnych dzieła (H4-H7) wykazała bardzo silny wpływ techniki wykonania oraz rodzaju podłoża na poziom cen aukcyjnych (efekt bardzo duży). Istotne okazały się również wymiary dzieła oraz sygnowanie, choć siła ich oddziaływania była umiarkowana. Orientacja dzieła, mimo istotności statystycznej, charakteryzowała się niewielką siłą efektu. Jest to szczególnie interesujące, ponieważ w kontekście chińskiej tradycji malarskiej orientacja portretowa jest szczególnie popularna (tradycyjne chińskie zwoje malarskie stanowią jeden z najbardziej rozpoznawalnych formatów w Chinach).

W przypadku determinant związanych z historią i dokumentacją dzieła (H8-H10) potwierdzono istotny wpływ sposobu datowania oraz obecności wzmiankowania w literaturze na poziom cen. Efekt wzmiankowania w literaturze był szczególnie silny, co wskazuje na znaczenie rozpoznawalności dzieła w środowisku eksperckim. Hipotezy dotyczące proveniencji i certyfikatu autentyczności potwierdzono w testach niezależności chi-kwadrat,

jednak ze względu na niską licznosc zmiennych nie byly one dalej uwzgledniane w analizach ilosciowych.

W ostatniej grupie zmiennych, czyli determinantach zwiazane z osoba artysty (H11-H14) rezultaty byly roznicowane. Nie potwierdzono istotnosci wplywu statusu smierci artysty na poziom cen, co podwaza utrwalone przekonanie o znacznym wzroscie cen po smierci twórcy. Natomiast plec, narodowosc oraz popularnosc medialna wykazaly istotne roznice w srednich cenach, przy czym najwyzsze wartosci odnotowano dla artystów chińskich, kobiet oraz twórców o srednio wysokiej (Q3) liczbie wynikow wyszukiwania w Google. Siła efektu byla umiarkowana w przypadku popularnosci medialnej i niewielka dla narodowosci.

Uzupełnieniem analiz byla hierarchizacja zmiennych przy uzyciu metody Random Forest, która umożliwila okieslenie wzglednego znaczenia poszczególnych czynników w ksztaltowaniu poziomu cen aukcyjnych na aukcjach w Chinach. Wyniki wskazyaly, ze zdecydowanie najwyzsza wartosc predykcyjna miala popularnosc medialna artysty (96,89), znacząco przewyzzajac pozostale czynniki. Tak wysoka wartosc moze odzwierciedlac rosnące znaczenie mediów społecznosciowych oraz marki osobistej w budowaniu znaczenia artysty na rynku sztuki. Na drugim miejscu znalazla sie nazwa aukcji zawierajaca slowo kluczowe „painting” (59,08%), które w kontekście chińskiego rynku nadaje aukcji bardziej miedzynarodowy charakter, a ponadto wywołuje skojarzenia z malarstwem zachodnim. Trzecim najwazniejszym czynnikiem bylo wzmiankowanie dzieła w literaturze (57,40), obejmujace zarówno publikacje w literaturze specjalistycznej (np. katalogach wystaw) jak i odniesienia w poezji, traktatach artystycznych czy klasycznych zbiorach literackich. Tego rodzaju wzmianki pelnia funkcje certyfikatu prestiżu i jakosci, a w przypadku rynku chińskiego dodatkowo wpisuja dzieło w szeroki kontekst kulturowy. Czwarte miejsce zajal status smierci: artysta zyjący (55,06%). Wynik ten wskazuje, ze w badanej próbie wyzsze ceny osiagaly prace twórców aktywnych, z potencjalem dalszego rozwoju kariery i budowania renomy.

Wnioski plynace z badan maja charakter zarówno teoretyczny, jak i praktyczny. Dla domów aukcyjnych i galerii szczególnego znaczenia nabiera sposob organizacji i prezentacji oferty, w tym dobór terminów aukcji, odpowiednie nazewnictwo oraz świadome podkreślanie cech fizycznych i wizualnych dzieła. Wyniki badan wskazuja, ze strategie marketingowe moga w istotnym stopniu wplywac na poziom uzyskiwanych cen. Dla artystów kluczowe okazuje sie budowanie marki osobistej, obecność w mediach, zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych, oraz umacnianie pozycji w literaturze i katalogach specjalistycznych.

Popularność medialna i ekspercka legitymizacja dzieła są czynnikami, które mogą znacząco zwiększać jego wartość rynkową.

Znaczenie przedstawionych wyników wykracza poza praktykę rynkową i może znaleźć zastosowanie w polityce kulturalnej. Rosnąca rola cyfryzacji i mediów społecznościowych wskazuje na potrzebę wspierania artystów w zakresie obecności online oraz rozwijania programów promocji kultury chińskiej na arenie międzynarodowej. Uzyskane rezultaty mogą stanowić podstawę do budowania nowych strategii wspierania twórców i instytucji kultury w procesie adaptacji do zmieniających się warunków rynku sztuki.

Wyniki badań otwierają także perspektywy dla dalszych analiz naukowych. W przyszłości pożądane jest rozszerzenie próby badawczej o dzieła powstałe przed okresem sztuki współczesnej i najnowszej, co pozwoli porównać mechanizmy kształtowania cen w różnych epokach i lepiej uchwycić ciągłość bądź zmienność czynników determinujących wartość rynkową. Konieczne wydaje się również pogłębione zbadanie roli cyfryzacji i nowych kanałów sprzedaży, w tym platform internetowych oraz mediów społecznościowych, które w coraz większym stopniu wpływają na funkcjonowanie rynku sztuki. Istotnym kierunkiem badań jest także analiza czynników kulturowych i społecznych specyficznych dla Chin.

Podsumowując, przeprowadzone badania potwierdzają wielowymiarowy charakter czynników kształtujących ceny dzieł sztuki w Chinach. Rynek ten łączy tradycyjne elementy, zakorzenione w estetyce, historii i materialności dzieła, z nowymi zjawiskami wynikającymi z globalizacji, cyfryzacji i transformacji kanałów komunikacji. Uzyskane wyniki mają charakter aplikacyjny, ponieważ mogą być wykorzystane przez praktyków rynku do formułowania skutecznych strategii sprzedażowych i inwestycyjnych, a jednocześnie stanowią punkt wyjścia dla dalszych badań naukowych nad dynamiką i ewolucją współczesnego rynku sztuki.

BIBLIOGRAFIA

1. Aczel, A. D., & Sounderpandian, J. (2018). *Statystyka w zarządzaniu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Adorno, T. W. (1986). *Dialektyka negatywna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
3. Agnello, R. J. (2002). Investment returns and risk for art: Evidence from auctions of American paintings. *Eastern Economic Journal*, 28(4), 443-463.
4. Agnello, R. J., & Pierce, R. K. (1996). Financial returns, price determinants, and genre effects in American art investment. *Journal of Cultural Economics*, 20(4), 359-383.
5. Allison, G., Blackwill, R. D., & Wyne, A. (2013). *Lee Kuan Yew: The grand master's insights on China, the United States, and the world*. MIT Press.
6. Alston, J. P. (1989). Wa, guanxi, and inhwa: Managerial principles in Japan, China, and Korea. *Business Horizons*, 32(2), 26-31.
7. Anderson, R. C. (1974). Paintings as an investment. *Economic Inquiry*, 12(1), 13-25.
8. Arkell, R., & Chesters, L. (2020, September). US tariffs on Chinese art take effect as New York auction series begins. *Antiques Trade Gazette*.
9. Artnet. (2022). *Market reports & artist rankings*.
10. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2013). *Global Chinese Art Auction Market Report 2013*.
11. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2014). *Global Chinese Art Auction Market Report 2014*.
12. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2015). *Global Chinese Art Auction Market Report 2015*.
13. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2016). *Global Chinese Art Auction Market Report 2016*.
14. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2017). *Global Chinese Art Auction Market Report 2017*.
15. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2018). *Global Chinese Art Auction Market Report 2018*.
16. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2019). *Global Chinese Art Auction Market Report 2019*.
17. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2020). *Global Chinese Art Auction Market Report 2020*.
18. Artron Art Market Monitoring Center (AMMA). (2021). *Global Chinese Art Auction Market Report 2021*.
19. Ash, R. (2006). The economy of China. In E. Vermeer (Ed.), *Economic reforms in China*. Routledge.
20. Barnhart, R. M., Yang, X., Chongzheng, N., Cahill, J., Wu, H., & Shaojun, L. (1997). *Three thousand years of Chinese painting*. Yale University Press.
21. Baumgarten, Alexander Gottlieb (1907), *Ästhetik-Vorlesungsmitschrift*, [w:] Bern. *hard Poppe, Alexander Gottlieb Baumgarten: Seine Bedeutung und Stellung in der Leibniz-wolffischen Philosophie und seine Beziehungen zu Kant. Nebst Veröffentlichung einer bisher unbekannten Handschrift der Ästhetik Baumgartens, Buchdruckerei R. Noske, Borna-Leipzig*.
22. Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1966). *Performing arts - The economic dilemma*. Twentieth Century Fund.
23. Becker, H. S. (1982). *Art worlds*. Berkeley: University of California Press.

24. Bedyńska, S. i Cypriańska, M. (Eds.). (2013). *Statystyczny drogowskaz: Praktyczne wprowadzenie do wnioskowania statystycznego*. Wydawnictwo Akademickie Sedno.
25. Begg, D., Fischer, S. i Dornbusch, R. (2007). *Mikroekonomia*. PWE.
26. Beksiak, J. (2001). *Makro- i mikroekonomia. Zbiór definicji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
27. Benhamou, F. (2000). *Analyse économique de la valeur des biens d'art*. Economica.
28. Berenstein, J. (2010). *Songzhuang: China's Radical Art Community*. New York: Art. Asia Pacific.
29. Berry, C. J. (1994). *The idea of luxury: A conceptual and historical investigation*. Cambridge: Cambridge University Press.
30. Białostocki, J. (1980). *Sztuka cenniejsza niż złoto*. PIW.
31. Białowas, S., Potocki, T. i Rogozińska, A. (2018). Financial returns and cultural price determinants on the polish art market, 1991-2012. *Acta Oeconomica*, 68(4), 591-615.
32. Białynicka-Birula, J. (2003). *Wartość dzieła sztuki w kontekście teorii estetycznych i ekonomicznych*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
33. Białynicka-Birula, J. (2005). Rynek dzieł sztuki w kontekście mikroekonomicznej teorii rynku. *Zeszyty Naukowe/Akademia Ekonomiczna w Krakowie* (680), 29-42.
34. Białynicka-Birula, J. (2008). Dynamika międzynarodowego handlu dziełami sztuki w niektórych krajach świata. *Wiadomości Statystyczne. The Polish Statistician*, 89-94.
35. Białynicka-Birula, J. (2014). *Międzynarodowy handel dziełami sztuki w Unii Europejskiej: podejście grawitacyjne i sieciowe*. Zeszyty Naukowe/Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Seria specjalna: Monografie, 233: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
36. Borowski, K. (2007). Nowe kierunki bankowości inwestycyjnej – rynek dzieł sztuki. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, (20), 7-27.
37. Borowski, K. (2013). *Sztuka inwestowania w sztukę*. Warszawa: Difin.
38. Bourdieu, P. (1992). *Reguły sztuki: Geneza i struktura pola literackiego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
39. Brandt, L., & Rawski, T. G. (Eds.). (2008). *China's great economic transformation*. Cambridge University Press.
40. Breiman, L. (2001). Random forests. *Machine learning*, 45(1), 5-32.
41. Britannica, E. (b.d.). Work of art. [w:] *Encyclopaedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/work-of-art>, dostęp 19.11.2019.
42. Brunet, A. i Guichard, J.-P. (2011). *La visée hégémonique de la Chine: L'impérialisme économique*. Paris: L'Harmattan.
43. Bush, S. (2012). The Chinese literati on painting: Su Shih (1037-1101) to Tung Ch'ich'ang (1555-1636) (Vol. 1). Hong Kong University Press.
44. Butt, K. M., & Sajid, S. (2018). Chinese Economy under Mao Zedong and Deng Xiaoping. *Journal of Political Studies*, 25(1), 169-178.
45. Cahill, J. (1995). *The painter's practice: How artists lived and worked in traditional China*. Columbia University Press.
46. Campbell, R. J. (2009). Art as a financial investment. W: *Collectible investments for the high net worth investor*, 119-150.
47. Campos, N. F. i Barbosa, R. L. (2009). Paintings and Numbers: An Econometric investigation of Sales Rates, Prices and Returns in Latin American Art Auctions. *Oxford Economic Papers*, 61(1), 28-51.
48. Candela, G., Figini, P. i Scorcu, A. E. (2004). Price indices for artists—A proposal. *Journal of Cultural Economics*, 28(4), 285-302.
49. Chan, K. W. (2009). The Chinese hukou system at 50. *Eurasian geography and economics*, 50(2), 197-221.

50. Chen, Y. (2009). Possession and access: Consumer desires and value perceptions regarding contemporary art collection and exhibit visits. *Journal of Consumer Research*, 35(6), 925-940.
51. Chen, Y. R. (2023). 收受“雅贿”的犯罪数额认定研究 [Research on the criminal amount of accepting „tasteful bribery”] (Master's thesis, Southwest University of Political Science and Law). 法学院.
52. China Art Museum Report. (2022). Beijing: Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China.
53. China Internet Network Information Center (CINIC). (2023). *52nd Statistical Report on Internet Development in China*.
54. China Private Museums United Platform Limited. (2016). *Raport o muzeach prywatnych w Chinach 2015*. Beijing.
55. Chovanec, P. (2009). China's real estate riddle. *Far East Economic Review*, 172.
56. Cieřlik, E. (2007). Chińska droga-przemiany gospodarcze w Chińskiej Republice Ludowej. *Toruńskie Studia Międzynarodowe* (1 (1)), 7-20.
57. Cinefra, J., Garay, U., Mibelli, C. i Pérez, E. (2019). The determinants of art prices: an analysis of Joan Miró. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 32(3), 373-391.
58. Clunas, C. (2009). *Art in China*. Oxford University Press.
59. Coase, R. i Wang, N. (2016). *How China became capitalist*. Springer.
60. Colander, D. i Landreth, H. (1998). Political Influence on the Textbook Keynesian Revolution: God, Man, and Laurie Tarshis at Yale. *Keynesianism and the Keynesian Revolution in America: A Memorial Volume in Honour of Lorie Tarshis*, Cheltenham, Edward Elgar, 59-72.
61. Cui, H. (2014). 798 Art District: The transformation of a factory into a cultural landmark. *Asian Art Journal*, 7(2), 103-114.
62. Cuno, J. (2010). Who owns antiquity? Museums and the battle over our ancient heritage. [w:] *Who Owns Antiquity?* Princeton University Press.
63. Czarnik, T. (2001). *Starożytna filozofia chińska*. Kraków: Wydaw. Uniwersytetu Jagiellońskiego.
64. Czujack, C. (1997). Picasso paintings at auction, 1963-1994. *Journal of Cultural Economics*, 21(3), 229-247.
65. Dach, Z. (Ed.). (1995). *Mikroekonomia*. Akademia Ekonomiczna. Wydawnictwo Uczelniane.
66. Davis, E.L. (red.). (2004). *Encyclopedia of Contemporary Chinese Culture*. London: Routledge.
67. de la Barre, M., Docclo, S. i Ginsburgh, V. (1994). Returns of Impressionist, Modern and Contemporary European Paintings 1962-1991. *Annales d'Économie et de Statistique*, 35, 143-181.
68. Deloitte & ArtTactic. (2019). *Art and Finance Report 2019*. <https://www2.deloitte.com>, dostęp 15.09.2021.
69. Demir, E., Gozgor, G. i Sari, R. (2018). Determinants of the price of paintings: Evidence from Turkish art market. *Arts and the Market*, 8(1), 2-19.
70. Dickie, G. (1984). *The art circle: A theory of art*. Haven Publications.
71. Dillon, M. (2012). *Chiny: historia współczesna*. Warszawa: Książka i Wiedza.
72. Doran, V. C. (Ed.). (1993). *China's New Art, Post-1989: With a Retrospective from 1979-1989: [exhibition, in Hong Kong City Hall, from 31 January to 14 February 1993 and in Hong Kong Arts Centre, from 2 February to 25 February 1993]*. Hanart TZ Gallery.

73. Dziak, W. J. (1996). *Chiny: wschodzące supermocarstwo*. Warszawa: Instytut Studiów Politycznych Polskiej Akademii Nauk.
74. Dziak, W. J. i Bayer, J. (2007). *Mao: zwycięstwa, nadzieje, klęski*. Warszawa: Instytut Studiów Politologicznych Polskiej Akademii Nauk.
75. Eberhard, W. (2001). *Symbole chińskie. Słownik*. Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza.
76. Eco, U. (1962). *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*. PIW.
77. Ekelund, R. B., Ressler, R. W. i Watson, J. K. (2000). The „Death-Effect” in Art Prices: A Demand-Side Exploration. *Journal of Cultural Economics*, 24(4), 283-300.
78. Ekelund, R., Jackson, J. D. i Tollison, R. (2017). *The Economics of American Art: Issues, Artists and Market Institutions*. Nowy Jork: Oxford University Press.
79. Etro, F. i Stepanova, E. (2013). The Market for Paintings in the Netherlands During the Seventeenth Century. *SSRN Electronic Journal* (Issue 16).
80. Etro, F. i Stepanova, E. (2015). The Market for Paintings in Paris between Rococo and Romanticism. *Kyklos*, 68(1), 28-50.
81. Etro, F. i Stepanova, E. (2017). Art Auctions and Art Investment in the Golden Age of British Painting. *Scottish Journal of Political Economy*, 64(2), 191-225.
82. Fedderke, J. W. i Li, K. (2020). Art in Africa: Hedonic price analysis of the South African fine art auction market, 2009-2014. *Economic Modelling*, 84(November 2018), 88-101.
83. Fenby, J. (2009). *Chiny: upadek i narodziny wielkiej potęgi*. Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.
84. Feng, P. (2019). Flattery or abuse: Art criticism in China. *Filozofski vestnik*, 40(3).
85. Ferguson, G. A., Takane, Y. i Zagrodzki, M. (2016). *Analiza statystyczna w psychologii i pedagogice*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
86. Fernández-Huerga, E. (2013). The market concept: A characterization from institutional and Post-Keynesian economics. *American Journal of Economics and Sociology*, 72(2), 361-385.
87. Figini, P. i Onofri, L. (2006). Old Master paintings: price formation and public policy implications. [w:] A. Marciano i J. M. Josselin (Eds.), *Law and the State: A Political Economy Approach* (s. 381-398). Edward Elgar Publisher.
88. Fizer, J. (1991). *Psychologizm i psychoestetyka: Historyczno-krytyczna analiza związków* (J. Stawiński, Trans.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
89. Fong, W. (1992). *Beyond representation: Chinese painting and calligraphy, 8th-14th century*. Metropolitan Museum of Art.
90. Franck, J. U. i Peitz, M. (2021). Market definition in the platform economy. *Cambridge Yearbook of European Legal Studies*, 23, 91-127.
91. Frick, B. i Knebel, C. (2014, May). Is there really a „death-effect” in art markets? (Working Paper No. 2014-05). University of Paderborn.
92. Garay, U. (2019). Determinants of art prices and performance by movements: Long-run evidence from an emerging market. *Journal of Business Research*, February 2018, 1-14.
93. Ginsburgh, V., Mei, J. i Moses, M. (2006). On the Computation of Prices Indices. W: V. Ginsburgh i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 1, Issue October, s. 947-979). Amsterdam: Elsevier.
94. Ginsburgh, V., Radermecker, A. S. i Tommasi, D. (2019). The effect of experts’ opinion on prices of art works: The case of Peter Brueghel the Younger. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 159, 36-50.

95. Gołaszewska, M. (1971). Roman Ingarden (5 lutego 1893-14 czerwca 1970) [nekrolog]. *Pamiętnik Literacki: czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej*, 62(1), 403-412.
96. Gołaszewska, M. (1973). *Zarys estetyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
97. Goodwin, C. (2006). Art and culture in the history of economic thought. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 1, 25-68.
98. Góralczyk, B. (2010). Chiński feniks: Paradoksy wschodzącego mocarstwa. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Dialog.
99. Grampp, W. D. (1989). *Pricing the priceless: Art, artists and economics*. New York: Basic Books.
100. Greenhalgh, S. (2005). Missile science, population science: The origins of China's one-child policy. *The China Quarterly*, 182, 253-276.
101. Gruber, S. (2007). Protecting China's cultural heritage sites in times of rapid change: current developments, practice and law. *Asia Pac. J. Envtl. L.*, 10, 253.
102. Guo, Y. C., Xiao, Y. D., & Qi, W. H. (2018). Financial analysis of gentrification in China artists' district. [w:] *Proceedings of the 2018 International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2018)* (s. 222-226). Paris: Atlantis Press.
103. Halper, S. (2010). *The Beijing Consensus: How China's authoritarian model will dominate the twenty-first century*. Basic Books.
104. Hartmann, N. (1966). *Ästhetik*. Walter de Gruyter.
105. Hastie, T., Tibshirani, R., Friedman, J. i Franklin, J. (2005). The elements of statistical learning: data mining, inference and prediction. *The Mathematical Intelligencer*, 27(2), 83-85.
106. He, X. (2016). WeChat auctions: A new model of art transactions in China. *Journal of Art Market Studies*, 5(1), 48-54.
107. Hearn, M. K. (2008). *How to read Chinese paintings*. Metropolitan Museum of Art.
108. Hetmańczyk, M. Przemysł 4.0 teraz jeszcze bardziej potrzebny. *Platforma Przemysłu Przyszłości*. <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl>, dostęp 07.04.2021.
109. Higgs, H. i Worthington, A. (2005). Financial Returns and Price Determinants in the Australian Art Market, 1973-2003*. *The Economic Record*, 81(253), 113-123.
110. Higgs, H. (2012). Australian Art Market Prices During The Global Financial Crisis And Two Earlier Decades, *Australian Economic Papers*, vol. 51(4).
111. Ho, C. F. S. (2019). Museum Processes in China. In *Museum Processes in China*. Amsterdam University Press.
112. Ho, D. Y. F. (1976). On the concept of face. *American Journal of Sociology*, 81(4), 867-884.
113. Hoff, B. (1995). *Tao Kubusia Puchatka*. Poznań: Wydawnictwo ZYSK i S-KA.
114. Hu, J. (2012). *Speech at the 18th National Congress of the Communist Party of China*. Beijing: CPC Central Committee.
115. Hućko, M. (2014). Selektowna aborcja a sytuacja państw azjatyckich-rozwoj oraz konsekwencje zjawiska, *Wschodnioznawstwo*, (1), 219-232.
116. Hume, D. (2013). *Eseje z dziedziny moralności, polityki i literatury*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
117. Hunt, M. H. (2003). *The world transformed: 1945 to the present*. Bedford/St. Martin's.
118. Huo, Z. (2013b). Criminal law and cultural heritage in China: Current legal framework and future directions. *International Journal of Cultural Property*, 20(2), 163-184.
119. Huo, Z. (2016). Legal protection of cultural heritage in China: A challenge to keep history alive. *International Journal of Cultural Policy*, 22(4), 497-515.

120. Hurun Research Institute. (2022). *Hurun China Art List 2022*. <https://www.hurun.net/en-US/Info/Detail?num=YOS5VW2H17AF>, dostęp 15.07.2024.
121. Ilczuk, D. (2012). *Ekonomika kultury*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
122. Ingarden, R. (1966). O budowie obrazu. [w:] *Studia z estetyki*, tom II. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
123. James, G., Witten, D., Hastie, T. i Tibshirani, R. (2021). Support vector machines. In *An introduction to statistical learning: with applications in R* (pp. 367-402). New York, NY: Springer US.
124. Jeffri, J. (2005). Managing uncertainty: the visual art market for contemporary art in the United States. [w:] *Understanding International Art Markets and Management* (s. 141-161). Routledge.
125. Jevons, W. S. (1871). *The theory of political economy*. Macmillan.
126. Jiang, Q., Li, S., Feldman, M. W. i Sánchez-Barricarte, J. J. (2012). Estimates of missing women in twentieth-century China. *Continuity and Change*, 27(3), 461-479.
127. Kagan, R. (2009). *Powrót historii i koniec marzeń*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
128. Kajdański, E. (2005). *Chiny: Leksykon: Historia, gospodarka, kultura*. Książka i Wiedza.
129. Kamykowska, Z. (2020). Aukcje WeChat – innowacja w świecie sztuki. [w:] Rydzak, W. (red.), *EconPR 2020: Informacja w dobie globalizacji* (s. 20-27). Poznań: Wydawnictwo Piar.pl.
130. Kamykowska, Z. (2023). Auctioning institutions in China: economic and legal aspects. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 22(2), 227-235.
131. Kaplow, L. (2015). Market definition, market power. *International Journal of Industrial Organization*, 43, 148-161.
132. Kapron, Z. (2023, January 19). China is developing a Web3.0 ecosystem of its own. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/zennonkapron/2023/01/19/web30-with-chinese-characteristics-can-china-develop-a-thriving-web30-ecosystem-of-its-own/>, dostęp 029.01.2024.
133. Keynes, J. M. (2003). *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
134. Kharchenkova, S. i Velthuis, O. (2015). An evaluative biography of cynical realism and political pop. *Moments of Valuation: Exploring Sites of Dissonance*, 108-130.
135. Kissinger, H. (2014). *O Chinach*. Wydawnictwo Czarne.
136. Klejnowski-Różycki, J. (2015). *Filozofia sztuki chińskiej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
137. Klimczak, B. (2006). *Mikroekonomia*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego.
138. Ko, D. (1994). *Teachers of the inner chambers: Women and culture in seventeenth-century China*. Stanford, CA: Stanford University Press.
139. Kompa, K. i Witkowska, D. (2014). Indeks hedoniczny malarstwa polskiego dla najbardziej popularnych autorów na rynku aukcyjnym w latach 2007-2010. *Acta Universitatis Nicolai Copernici Ekonomia*, 45(1), 7-26.
140. Kompa, K. i Witkowska, D. (2015). Construction Of Hedonic Price Index For The „Most Liquid” Polish Painters. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 14(2), 76-100.
141. Kräussl, R. (2013). *The Death Effect? Not So Fast*. 154-155.
142. Kräussl, R. (2015). Art as an Alternative Asset Class: Risk and Return Characteristics of the Middle Eastern and Northern African Art Markets. *Cosmopolitan Canvases*, 494, 147-169.
143. Kräussl, R. i Schellart, E. H. (2007). Hedonic Pricing of Artworks: Evidence from German Paintings. *SSRN Electronic Journal*.

144. Kräussl, R. i van Elsland, N. (2008). *Constructing the true art market index: A novel 2-step hedonic approach and its application to the German art market* (2008/11 CFS Working Paper Series).
145. Künstler, M. J. (1994). *Dzieje kultury chińskiej*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
146. Laozi. (2016). *Tao Te Ching* (S. Mitchell, tłum.). Warszawa: Wydawnictwo Aletheia
147. Ledderose, L. (2001). *Ten thousand things: module and mass production in Chinese art*. Princeton University Press.
148. Lee, D. Y., Jia, J. L. i Wong, Y. H. (2001). Culture, guanxi, and business practices in the People's Republic of China. *Journal of International Consumer Marketing*, 13(2), 49-65.
149. Leng, J. (2017). *Business model innovation in chinese private art galleries: a dual value proposition model* (Doctoral dissertation, ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa).
150. Leonard, M. (2009). What next for China? *Renewal: a Journal of Social Democracy*, 17(1), 28.
151. Li, X., & Huang, R. (Eds.). (2020). *Stars 79-80*. Hong Kong: Chinese University Press.
152. Li, Y. (2017). Zhōngguó yìshù pǐn shìchǎng sānshí nián biànciān. *China Business Review*.
153. Li, Z. (1986). *The Path of Beauty: A Study of Chinese Aesthetics*. Beijing: Foreign Languages Press.
154. Liaw, A., & Wiener, M. (2002). Classification and regression by randomForest. *R news*, 2(3), 18-22.
155. Liu. (2015) *A comparative study on the E-commerce model: Case of taobao and jingdong*.
156. Locatelli-Biey, M. i Zanola, R. (1999). Investment in Paintings: A Short-Run Price Index. *Journal of Cultural Economics*, 23, 211-222.
157. Locatelli-Biey, M. i Zanola, R. (2002). The Market for Sculptures: an Adjacent Year Regression Index. *Journal of Cultural Economics*, 26, 65-78.
158. Lu, R. (2008). *Chinese special economic zones as clusters: A case study of Shenzhen's modern service clusters*, University of Norland.
159. Łakomska, B. (2015). *Kolekcjonerstwo w Chinach do XII wieku n.e*. Toruń: Polski Instytut Studiów nad Sztuką Świata.
160. Maddison, D. i Pedersen, A. J. (2008). The death effect in art prices: Evidence from Denmark. *Applied Economics*, 40(14), 1789-1793.
161. Mała encyklopedia ekonomiczna. (1974). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
162. Mandel, B. R. (2009). Art as an investment and conspicuous consumption good. *American Economic Review*, 99(4), 1653-1663.
163. Mandeville, B. de. (1924). *The fable of the bees: Or, private vices, publick benefits*. Oxford: Clarendon Press.
164. Mankiw, N. G. (2018). *Makroekonomia*. PWE.
165. Mao Zedong. (1955). O właściwym rozwiązaniu sprzeczności w łonie ludu. In *Dzieła wybrane* (Vol. 5).
166. Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Macmillan.
167. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4),
168. McAndrew, C. (2021). *The Art Market 2021: An Art Basel & UBS Report*. Art Basel & UBS.
169. McAndrew, C. (2025). *The Art Basel and UBS Art Market Report 2025*. Ninth edition. Arts Economics for Art Basel & UBS.
170. Mei, J. i Moses, M. (2002). Art as an investment and the underperformance of masterpieces. *American Economic Review*, 92(5), 1656-1668.

171. Miklós, P. (1987). *Malarstwo chińskie. Wstęp do ikonografii malarstwa chińskiego* (M. Künstler, Trans.). Warszawa.
172. Milewski, R. i Kwiatkowski, E. (Eds.). (2004). *Podstawy ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
173. Miller, R.L. (1988). *Economics Today*, Harper & Row, New York.
174. Moreau, N. (2000). Analyse économique de la valeur des biens d'art. La peinture contemporaine. *Economica*, Paris.
175. Mortelmans, D. (2005). Sign values in processes of distinction: The concept of luxury. *Semiotica*, 157 (1/4), 497-520.
176. Musiałek, A. (2010). Tania siła robocza determinantą rozwoju gospodarczego Chin. *Krakowskie Studia Międzynarodowe*, 7(3), 143-157.
177. National Bureau of Statistics in China. (2022). *Statistical Yearbook 2022*. <http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>, dostęp 01.02.2024.
178. Naughton, B. (2008). A political economy of China's economic transition. *China's great economic transformation*, 91-135.
179. Nolan, P., & Ash, R. F. (1995). China's Economy on the Eve of Reform. *The China Quarterly*, 144, 980-998.
180. Onofri, L. (2009). Old master paintings, export veto and price formation: An empirical study. *European Journal of Law and Economics*, 28(2), 149-161.
181. Oosterlinck, K. (2017). Art as a Wartime Investment: Conspicuous Consumption and Discretion. *Economic Journal*, 127(607), 2665-2701.
182. Osiatyński, J. (2006). *Finanse publiczne - ekonomia i polityka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
183. Ossowski, S. (1958). *U podstaw estetyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
184. Ostrowicki, M. (1997). *Dzieło sztuki jako system*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
185. Owsiak, S. (2005). *Finanse publiczne - teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
186. Panofsky, E. (1971). *Studia z historii sztuki*. Warszawa: PIW.
187. Pastusiak, R. (2011). *Specjalne strefy ekonomiczne jako stymulator rozwoju gospodarczego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
188. Pawelzik, L. i Thies, F. (2022). Selling digital art for millions – A qualitative analysis of NFT art marketplaces. [w:] *Proceedings of the Thirtieth European Conference on Information Systems (ECIS 2022)*. Timișoara, Rumunia.
189. Peng, X. (1987). Demographic consequences of the Great Leap Forward in China's provinces. *Population and Development Review*, 13(4), 639-670.
190. Peng, P. (2019). 中国艺术批评的转型 [Zhongguo yishu piping de zhuanxing; The transformation of Chinese art criticism]. Beijing: China Social Sciences Press.
191. Perkins D., H. i Rawski, T. G. (2008). *Forecasting China's Growth to 2025*. Cambridge: Cambridge University Press.
192. Philips, R., & Kim, E. (2016). *Business in contemporary China*. Routledge.
193. Picard, A. (2008). The global gallery: Western influence on China's emerging art scene. *Contemporary Art Review Asia*, 2(4), 68-72.
194. Piszczek, Z. (Ed.). (1966). *Mała encyklopedia kultury antycznej: AZ*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
195. Polit, J. (2004). *Chiny*. Wydawnictwo TRIO.
196. Porębski, M. (1986). *Semiotyka a ikonika.*, [w:] *Sztuka a informacja*, Wydawnictwo Literackie.
197. Private Art Museum Report. (2015). Beijing: Art Market Research Center.

198. Pruchnicka-Grabias I. (2008), *Inwestycje alternatywne*, CeDeWu. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
199. Pye, L. W. (1986). On Chinese pragmatism in the 1980s. *The China Quarterly*, 106, 207-234.
200. Qian, Y. (1999). *The institutional foundations of China's market transition*. World Bank.
201. Qianzhan Industry Research Institute. (2021). *China Art Auction Market Development Report*. <https://bg.qianzhan.com/report/detail/300/191210-c8bbc793.html>, dostęp 14.02.2024.
202. Chen, Q. (2015). Yishù pǐn tóuzī [Inwestowanie w dzieła sztuki]. Shanghai: Shànghǎi Dàxué Chūbǎnshè.
203. Rengers, M. i Velthuis, O. (2002). Determinants of Prices for Contemporary Art in Dutch Galleries, 1992-1998. *Journal of Cultural Economics*, 26(1), 1-28.
204. Renneboog, L. i Van Houtte, T. (2002). The monetary appreciation of paintings: from realism to Magritte. *Cambridge Journal of Economics*, 26(3), 331-358.
205. Renneboog, Luc i Spaenjers, C. (2011). The Iconic Boom in Modern Russian Art. *Journal of Alternative Investments*, 13(3), 67-80.
206. Renneboog, Luc i Spaenjers, C. (2013). Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market. *Management Science*, 59(1), 36-53.
207. Ribeiro, C. (2022). Chinese contemporary art: where it comes from, where it goes. *Asiadémica: revista universitaria de estudios sobre Asia Oriental* (17), 241-254.
208. Ricardo, D. (1957). *On the principles of political economy and taxation*. Dent
209. Romanow, Z. (1988). Koncepcje wartości i ceny w teoriach ekonomicznych. *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, 50(3), 149-162.
210. Rosenbaum, E. F. (2000). What is a market? On the methodology of a contested concept. *Review of Social Economy*, 58(4), 455-482.
211. Rzepińska, M. (1986). *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*. Arkady.
212. Schoenleber, M. (2006). China's private economy grows up. *Asia Times*, 5(3), 12-15.
213. Scorcu, A. E. i Zanolà, R. (2011). The „Right” Price for Art Collectibles: A Quantile Hedonic Regression Investigation of Picasso Paintings. *The Journal of Alternative Investments*, 14(2), 89-99.
214. Seçkin, A. i Atukeren, E. (2011). Finance A Heckit Model of Sales Dynamics in Turkish Art Auctions: 2005-2008. *Review of Middle East Economics and Finance*, 7(3), 1-32.
215. Shi, Y., Conroy, P., Wang, M. i Dang, C. (2018). The Investment Performance of Art in Mainland China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(6), 1358-1374
216. Shi, Y. i Yang, Y. (2012). Special economic zones and regional development in China. *Asian Economic Policy Review*, 7(1), 3558.
217. Simon, J. (2006). *Excel. Profesjonalna analiza i prezentacja danych*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
218. Singer, L., & Lynch, G. (1994). Public choice in the tertiary art market. *Journal of Cultural Economics*, 18, 199-216.
219. Skubiszewski P. (1973) *Badania nad sztuką średniowieczną*, [w:] *Wstęp do historii sztuki, t. 1: Przedmiot – Metodologia – Zawód*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
220. *Słownik języka polskiego PWN*. (2006). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
221. Smith, A. (1989). *Teoria uczuć moralnych*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
222. Smith, A. (2012). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

223. Smith, A. (2015). *O naturze imitacji, która ma miejsce w sztukach zwanych naśladowczymi*.
224. Snarska, A. (2005). Statystyka, ekonometria, prognozowanie. Ćwiczenia z Excelem. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
225. Solek, A. (2005). Pojęcie rynku w teorii ekonomii i w polityce antymonopolowej. *Zeszyty Naukowe/Akademia Ekonomiczna w Krakowie* (686), 41-54.
226. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2005). *Definitions of art*. <https://plato.stanford.edu>. dostęp 11.04.2020.
227. Starzyk, K. (2004). Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w gospodarkach w procesie transformacji. Aspekty teoretyczne. *Państwo i Społeczeństwo*, 4(3), 181-190.
228. Sullivan, M. (2008). *The arts of China* (5th ed.). Berkeley, CA: University of California Press.
229. Sułkowska, M. (2000). Definicje i pojęcia w estetyce. *Folia Philosophica*, 18, 275-286.
230. Sung, Y. (1991). *The China-Hong Kong connection: The key to China's open door policy*. Cambridge University Press.
231. Swiss Business Hub China. (2016). *Comparison among development zones in China*. Switzerland Global Enterprise, Beijing.
232. Tatarkiewicz, W. (2005). *Dzieje sześciu pojęć*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
233. TEFAF. (2019). *TEFAF Art Market Report 2019*. Maastricht: The European Fine Art Foundation.
234. Thompson, D. (2008). *The \$12 million stuffed shark: The curious economics of contemporary art*. London: Aurum Press.
235. Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), 1-29.
236. Throsby, D. (2003). Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us? *Journal of Cultural Economics*, 27, 275-285.
237. Towse, R. (1996). Market Value and Artist's Earnings. W: A. Klammer (Ed.), *The Value of Culture. On the Relationship Between Economics and Arts* (s. 96-107). Amsterdam: Amsterdam University Press.
238. Towse, R. (2006). Copyright and artists: a view from cultural economics. *Journal of economic surveys*, 20(4), 567-585.
239. Turgot, A. R. J. (1973). Turgot on progress, sociology and economics (R. L. Meek, tłum. i red., wstęp). Cambridge: Cambridge University Press.
240. Ursprung, H. W. i Itaya, J. (2008). *Price and Death* (No. 2213).
241. Ursprung, H. W. i Wiermann, C. (2011). Reputation, Price, and Death: An Empirical Analysis of Art Price Formation. *Economic Inquiry*, 49(3), 697-715.
242. Veblen, T. (1971). *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
243. Velthuis, O. (2003). Symbolic meanings of prices: Constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries. *Theory and society*, 32(2), 181-215.
244. Velthuis, O. (2005). *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press.
245. Velthuis, O. i Baia Curioni, S. (Eds.). (2015). *Cosmopolitan canvases: The globalization of markets for contemporary art*. Oxford: Oxford University Press.
246. Walkowski, M. (2017). Chiński model rozwoju społeczno-gospodarczego i jego potencjalna adaptacja w Europie. *Przegląd Strategiczny*, 7(10), 335-365.

247. Walras, L. (2000). [w:] N. Moureau, *L'art au profit: La valeur de l'art contemporain*. Presses Universitaires de France.
248. Waniowski, P. (2003). *Strategie cenowe*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
249. Wątroba, J. (2002). *Wprowadzenie do analizy wariancji*. Statsoft, Kraków, 54-55.
250. Weitz, M. (1985). *Rola teorii w estetyce*, [w:] *Estetyka w świecie*, t.I, red. M. Gołaszewska, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.
251. Wieczorkowska, G., Kochański, P., Eljaszuk, M. (2005). *Statystyka. Wprowadzenie do analizy danych sondażowych i eksperymentalnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe.
252. Winiarski, B. (2000). Uwarunkowania, cele i dziedziny polityki gospodarczej. *Polityka gospodarcza*, 58-79.
253. Woźniak, C. (2014). *Martina Heideggera myślenie sztuki*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
254. Wójcik, A. I. (2016). Konfucjusz i szkoła nauczycieli ceremonii (Rujia) czyli o chińskiej kulturze politycznej. *Civitas. Studia z filozofii polityki* (18), 126-147.
255. Xianggang, S. (2008). The development of private museums in China. *Museum International*, 60(1-2), 40-48.
256. Yang, M. M. H. (2016). *Gifts, favors, and banquets: The art of social relationships in China*. Cornell University Press.
257. Yang, L. (1992). 四十年中越关系演变 [Czterdzieści lat ewolucji stosunków chińsko-wietnamskich]. Nanning: Guangxi renmin chubanshe.
258. Yang, X. (2015). The four treasures of the study: Brush, ink, inkstone and paper. *Journal of Chinese Art Education*, 3(1), 87-90.
259. Zadka, M. (2013). Czy istnieje pismo doskonałe? *Przegląd Humanistyczny*, 440(05), 73-91.
260. Zarobell, J. (2017). *Art and the global economy*. University of California Press.
261. Zeng, D. Z. (2010). *Building engines for growth and competitiveness in China: Experience with special economic zones and industrial clusters*. World Bank Publications.
262. Zeng, D. Z. (2016). Special economic zones: Lessons from the global experience. *PEDL synthesis paper series*, 1, 1-28.
263. Zhang, Y. (2014). Governing art districts: State control and cultural production in contemporary China. *The China Quarterly*, 219, 827-848.
264. Zhao, L. (2007). *The 2006-2007 China art market research report*. Wuhan: Hunan Art Publisher.
265. Zhao, Y., Xiong, H. i Fang, H. (2016). Research on the development strategy of "Internet Plus." *International Journal of Business and Social Science*, 7(5), 187-194.
266. Zhou, M. (2019). *Contemporary Chinese America: Immigration, ethnicity, and community transformation*. Berkeley: University of California Press.
267. Zhong, H. (2017). 中国艺术品拍卖法律制度研究 [Zhongguo yishu pin paimai falü zhidu yanjiu; Legal system of art auctions in China]. Beijing: Law Press China.
268. Zhu, L. (2003). Corporate patronage and private museums in China. *Museum Research*, 11(1), 65-70.
269. Zwoliński, A. (2007). Chiny: historia, teraźniejszość. Kraków: Wydawnictwo WAM
270. 中国小康社会观论略 [A brief discussion on the concept of a moderately prosperous society in China]. (2004). 社会学研究 [Sociological Studies].
271. 国务院 [Guówùyuàn; Rada Państwowa]. (2017). 国务院关于印发新一代人工智能发展规划的通知 [Plan rozwoju nowej generacji sztucznej inteligencji wydany przez Radę Państwową]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-07/20/content_5211996.htm, dostęp 20.07.2021.

272. 新华社 [Xīnhuá; Agencja Xinhua]. (2018). 人工智能将进入高中课堂，你准备好了吗？ [Sztuczna inteligencja wejdzie do szkół średnich – jesteś na to gotów?]. z <http://www.xinhuanet.com/>, dostęp 10.06.2021.

Źródła internetowe

1. 798 Art District, <https://www.798district.com>, dostęp 03.02.2023.
2. A4 Art Gallery, <https://www.a4artmuseum.com>, dostęp 30.01.2024.
3. Art 021 Shanghai Contemporary Art Fair, <https://www.art021.org>, dostęp 30.01.2024.
4. Art Basel Hong Kong, <https://www.artbasel.com>, dostęp 30.01.2024.
5. Art Beijing, <http://www.artbeijing.net>, dostęp 30.01.2024.
6. Art Shenzhen, <http://www.artshenzhen.com>, dostęp 30.01.2024.
7. Artand App, <https://www.artand.cn>, dostęp 30.01.2024.
8. Artbuy, <http://www.artbuy.com>, dostęp 30.01.2024.
9. Artnet, <https://www.artnet.com>, dostęp 30.01.2024.
10. Artprice, <https://artprice.com>, dostęp 30.01.2024.
11. Artrade, <https://www.artrade.com>, dostęp 30.01.2024.
12. Artron Art Market Monitor of Artron (AMMA), <https://amma.artron.net/artronindex.php>, dostęp 30.01.2024.
13. Artsy, <https://www.artsy.net>, dostęp 29.01.2024.
14. Artxun, <http://www.artxun.com>, dostęp 29.01.2024.
15. Blue Roof Gallery Today Art Gallery, <https://www.bluroof.art>, dostęp 30.01.2024.
16. Catawiki WeChat, dostęp przez aplikację Wechat, dostęp 30.01.2024.
17. Central Academy of Fine Arts (CAFA), <https://www.cafa.edu.cn>, dostęp 30.01.2024.
18. China Academy of Art (CAA), <https://en.caa.edu.cn>, dostęp 14.08.2022.
19. China Daily, (2016, listopad 25). China creating index to measure 'new economy': Chief statistician. <https://en.people.cn/n3/2016/1125/c90000-9146800.html>, dostęp 29.01.2024.
20. China Federation of Literary and Art Circles (CFLAC), <https://www.cflac.org.cn/>, dostęp 14.08.2022.
21. China Guardian, <https://www.cguardian.com>, dostęp 14.08.2022.
22. China Museum Association. (2022). *Announcement on national museum classification and innovation awards*. <https://www.chinamuseum.org.cn/detailss.html?id=19&contentId=9547>, dostęp 30.01.2024.
23. China Poly Group Corporation. <https://www.polyhongkong.com>, dostęp 30.01.2024.
24. Chinese Calligraphers Association (CCA), <http://www.cca1981.org.cn>, dostęp 30.01.2024.
25. Christie's, <https://www.christies.com>, dostęp 30.01.2024.
26. Cityzine WeChat Auction, <http://www.cdex.net>, dostęp 30.01.2024.
27. Dadadaka, <http://www.dadadaka.com>, dostęp 30.01.2024.
28. Government of China (2015). 中华人民共和国国民经济和社会发展第十个五年规划纲要[*Outline of the 12th Five-Year Plan for National Economic and Social Development of the People's Republic of China*] <https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjfgzh/201109/P020191029595702423333.pdf>, dostęp 11.08.2025.
29. Government of China. (2016). *Made in China 2025 Plan* <https://www.gov.cn/zhuanti/2016/MadeinChina2025-plan/>, dostęp 11.08.2025.
30. Government of China. (2020). 《2020 年全国标准化工作要点》的通知 [Key Points for National Standardization Work in 2020] <http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-03/24/5494968/files/cb56eedbcacf41bd98aa286511214ff0.pdf>, dostęp 11.08.2025.

31. Government of China. (2020). 国家标准化管理委员会关于印发, dostęp 11.08.2025.
32. Government of China. (2021). 实施三孩生育政策, 配套生育支持措施 - 解读《中共中央 国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》 [Implementing the Three-Child Policy and Supporting Fertility Support Measures – Interpreting the „Decision of the CPC Central Committee and the State Council on Optimizing Fertility Policies to Promote Long-Term Balanced Population Development”]. http://www.gov.cn/zhengce/2021-07/21/content_5626255.htm, dostęp 11.08.2025.
33. Government of China. (2021, Lipiec 24). 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》 [The General Office of the CPC Central Committee and the General Office of the State Council issued the „Opinions on Further Reducing the Burden of Homework and Off-campus Training for Students in Compulsory Education”]. http://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content_5627132.htm, dostęp 11.08.2025.
34. Government of China. (2021, Marzec 7). 港区代表委员热议“十四五”规划纲要草案 - 香港要加快融入国家发展大局 [Hong Kong delegates and members heatedly discussed the draft outline of the 14th Five-Year Plan - Hong Kong must accelerate its integration into the overall national development]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/07/content_5591126.htm, dostęp 11.08.2025.
35. Guanfu Gallery, <http://www.guanfumuseum.org.cn>, dostęp 30.01.2024.
36. HiHey App, <https://www.hihey.com>, dostęp 29.01.2024.
37. Long Museum, <https://www.thelongmuseum.org>, dostęp 29.01.2024.
38. National Art Museum of China (NAMOC), <http://www.namoc.org>, dostęp 29.01.2024.
39. National Bureau of Statistics of China. (2024). *China Statistical Yearbook 2024*. <https://www.stats.gov.cn/sj/nds/2024/indexeh.htm>, dostęp 29.01.2024.
40. National Bureau of Statistics of China. (2024). 怎样界定和统计战略性新兴产业 [Defining strategic emerging industries]. https://www.stats.gov.cn/zs/tjws/tjbz/202301/t20230101_1903710.html, dostęp 29.01.2024.
41. National Cultural Heritage Administration (NCHA). <http://www.ncha.gov.cn/>, dostęp 30.01.2024.
42. OECD. (2008). *OECD glossary of statistical terms* (p. 357), <https://en.ndrc.gov.cn/policies/202203/P020220315511411039433.pdf>, dostęp 21.07.2021.
43. Panjiayuan, <http://www.panjiayuan.cn>, dostęp 29.01.2024.
44. Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego (SACH). <http://bdww.sach.gov.cn>, dostęp 30.01.2023
45. Poly Auction, <http://www.polypm.com.cn/> (dostęp 10.07.2025)
46. Poly Culture Group Corporation Ltd. <http://www.polyculture.com.cn>, dostęp 29.01.2024.
47. ShanghART Gallery, <http://www.shanghartgallery.com/>, dostęp 10.07.2025.
48. Sichuan Fine Arts Institute (SCFAI). <https://www.scfai.edu.cn/>, dostęp 29.01.2024.
49. Sotheby's. *Oficjalna strona internetowa*. <https://www.sothebys.com>, dostęp 29.01.2024.
50. SSSC, <http://www.sssc.cn>, dostęp 29.01.2024.
51. State Council of China 国务院关于印发。新一代人工智能发展规划的通知 [Notice on the Next Generation Artificial Intelligence Development Plan]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-07/20/content_5211996.htm, dostęp 15.03.2022.
52. State Council of China. 博物馆条例 [Cultural policy directive on museum development]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/02/content_9508.htm, dostęp 30.01.2021.

53. State Tax Administration of China. 税收政策 [Tax policy page]. <https://fta-tax.mofcom.gov.cn/wmsw/m/toOverView?iso=CN&utm>, dostęp 30.01.2024.
54. Statista *Key economic indicators of China - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/5819/key-economic-indicators-of-china/>, dostęp 17.03.2025.
55. Statista. *Number of art and antique auction houses in China by province*. <https://www.statista.com/statistics/1296578/china-number-of-art-and-antique-auction-houses-by-province/>, dostęp 27.07.2025.
56. Studentart, <http://www.studentart.com.cn>, dostęp 29.01.2024.
57. Taobao, <http://www.taobao.com>, dostęp 29.01.2024.
58. Tracxn, *Unicorns list – China*. https://tracxn.com/d/unicorns/unicorns-in-china/___cTi-wqvVW-5evwYDd8W4-cCm8bFy5C0-C2tbSOTsJhJI, dostęp 15.08.2025.
59. Trading Economics. (b.d.). China GDP. <https://tradingeconomics.com/china/gdp>, dostęp: 21.08.2021.
60. UNESCO. *Museum International: Museums and Cultural Diversity* (Vol. 53, No. 2, p. 171), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127324>, dostęp: 30.01.2024.
61. United Art Gallery, <http://www.whuam.com>, dostęp: 30.01.2024.
62. Vitamin Creative Space. <http://www.vitamincreativespace.art/>, dostęp 10.07.2025.
63. WeChat, <https://www.wechat.com/>, dostęp 10.07.2025.
64. Weipai WeChat Auction., dostęp przez aplikację Wechat, dostęp 10.07.2025.
65. West Bund Art & Design, <https://www.westbundshanghai.com/>, dostęp 10.07.2025.
66. Xinhua News Agency. *China to allow couples to have three children with support measures*. http://www.xinhuanet.com/politics/2021-05/31/c_1127513067.htm, dostęp 21.07.2021.
67. imai, Yangzi, Zhou Zhou, Wallant, ArtJeff, DaKa. WeChat mini aukcje, dostęp przez aplikację Wechat, dostęp 10.07.2025.
68. Yuntoo (Cloud Atlas), dostęp przez aplikację Wechat, dostęp 10.07.2025.
69. Yuz Museum, <http://www.yuzmshanghai.org/>, dostęp 10.07.2025.
70. Zhaoonline, <http://www.zhaoonline.com>, dostęp 29.01.2024.

Akty prawne

1. Kodeks karny Chińskiej Republiki Ludowej. (1979, z późn. zm. 1997, 2011). 中华人民共和国刑法（1997年修订）
2. Konwencja paryska z dnia 14 listopada 1970 r. w sprawie środków zmierzających do zakazu i zapobiegania nielegalnemu przywozowi, wywozowi i przenoszeniu własności dóbr kultury (Dz.U. 1974 nr 20 poz. 106)
3. Konstytucja Chińskiej Republiki Ludowej (1982). 中华人民共和国宪法（1982年12月4日）
4. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483)
5. Państwowa Administracja Dziedzictwa Kulturowego (SACH). *Wytyczne dot. Eksportu i importu zabytków kultury*. 国家文物局
6. Rozporządzenia wykonawcze Rady Państwa. (1992, 2003, 2013, 2016, 2017). 国务院实施条例。（1992年、2003年、2013年、2016年、2017年）
7. Ustawa o aukcjach Chińskiej Republiki Ludowej. (1997, z późn. zm. 2004, 2015), 中华人民共和国拍卖法
8. Ustawa o działalności charytatywnej Chińskiej Republiki Ludowej. (2016). 中华人民共和国慈善法（主席令第四十三号）
9. Ustawa o ochronie praw i interesów konsumentów Chińskiej Republiki Ludowej. (1993, z późn. zm. 2013). 《中华人民共和国消费者权益保护法》（1993年，2013年修订）

10. Ustawa o ochronie zabytków kultury Chińskiej Republiki Ludowej. (1982, z późn. zm. 1991, 2002, 2007, 2013, 2015, 2017). 中华人民共和国文物保护法
11. Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz.U. 2003 nr 162 poz. 1568 z późn. zm.)
12. Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2004 nr 54 poz. 535 z późn. zm.)
13. Zawiadomienie Komisji w sprawie definicji rynku właściwego do celów unijnego prawa konkurencji (C/2024/1645), Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=OJ:C_2024:01645, dostęp 11.09.2024

SPIS TABEL

Tabela 1.1. Wpływ szczególnych uwarunkowań na definicję rynku	19
Tabela 1.2. Kryteria i klasyfikacje rynku	20
Tabela 1.3. Charakterystyczne cechy dzieł sztuki	21
Tabela 1.4. Klasyfikacja rynku sztuki ze względu na pochodzenie dzieł sztuki	23
Tabela 1.5. Segmenty cenowe w kategorii malarstwo	25
Tabela 1.6. Rodzaje inwestycji w dzieła sztuki	29
Tabela 1.7. Podział obrazów ze względu na zachowanie się ich cen na rynku sztuki	30
Tabela 1.8. Poglądy grupy Bloomsbury na rynek sztuki	34
Tabela 1.9. Zestawienie badań nad czynnikami fizycznymi dzieł sztuki wpływającymi na ich ceny	41
Tabela 1.10. Zestawienie badań nad czynnikami związanymi z artystą wpływającymi na ceny dzieł sztuki	44
Tabela 1.11. Zestawienie badań nad czynnikami związanymi z procedurą sprzedaży	45
Tabela 2.1. Czynniki wzrostu – porównanie 1978, 2018 i 2023 r.	57
Tabela 2.2. Rodzaje i charakterystyka stref ekonomicznych w Chinach	59
Tabela 2.3. Sztuka chińska w latach 1949-2022	79
Tabela 3.1. Akty prawne dotyczące ochrony zabytków kultury w Chinach	92
Tabela 3.2. Pięć największych domów aukcyjnych z uwzględnieniem regionu oraz procentowego udziału w rynku sztuki w Chinach w 2013 i 2021 r.	106
Tabela 3.3. Różnice w możliwościach operacyjnych między chińskimi i zagranicznymi domami aukcyjnymi w Chinach	108
Tabela 3.4. Wybrane galerie sztuki w Chinach i ich charakterystyka	113
Tabela 3.5. Charakterystyka najważniejszych targów sztuki w Chinach	114
Tabela 3.6. Cztery fazy rozwoju Internetu w handlu sztuką w Chinach	117
Tabela 3.7. Wartość i wolumen sprzedaży na chińskim rynku sztuki w latach 2013–2021	121
Tabela 3.8. Udział w rynku według wartości sprzedaży aukcyjnej w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021 (%)	123
Tabela 3.9. Udział w rynku według wolumenu transakcji aukcyjnych (liczba sprzedanych obiektów) w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	126
Tabela 4.1. Dziesięć transakcji aukcyjnych o najwyższych cenach w 2013 i 2021 r.	137
Tabela 4.2. Średnia cena dzieła sztuki (USD) w poszczególnych kategoriach w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	138
Tabela 4.3. Zmiany wartości sprzedaży 10 żyjących chińskich artystów w latach 2017- 2024 (mln USD)	143
Tabela 4.4. Łączna wartość sprzedaży (mln USD) wybranych żyjących artystów tworzących w różnych technikach malarskich w latach 2017, 2018, 2020-2024	144
Tabela 5.1. Statystyki opisowe ceny dzieł sztuki w próbie badawczej	147
Tabela 5.2. Wartości zmiennej cena względem poszczególnych kwartyli	147
Tabela 5.3. Dzieła o najwyższym poziomie ceny aukcyjnej	148

Tabela 5.4. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od domu aukcyjnego	149
Tabela 5.5. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od obecności określonych słów kluczowych w tytułach aukcji.....	150
Tabela 5.6. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od dnia miesiąca aukcji.....	150
Tabela 5.7. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności wybranych przedziałów czasowych (1-16 oraz 17-31).....	151
Tabela 5.8. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych miesiącach kalendarzowych.....	152
Tabela 5.9. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych kwartałach	152
Tabela 5.10. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w poszczególnych dniach tygodnia	153
Tabela 5.11. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w zależności od techniki	154
Tabela 5.12. Liczność sprzedanych dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od techniki wykonania	155
Tabela 5.13. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju podłoża.....	156
Tabela 5.14. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju podłoża zagregowana w grupy	156
Tabela 5.15. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od sygnowania	157
Tabela 5.16. Liczności zmiennej wysokość w poszczególnych kategoriach cenowych ...	158
Tabela 5.17. Liczności zmiennej szerokość w poszczególnych kategoriach cenowych ...	158
Tabela 5.18. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od orientacji dzieła.....	158
Tabela 5.19. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od rodzaju informacji o dacie powstania	159
Tabela 5.20. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od obecności informacji o proveniencji.....	159
Tabela 5.21. Liczność dzieł w zależności od informacji o wzmiankowaniu w literaturze i kategorii cenowej.....	160
Tabela 5.22. Liczność dzieł w zależności od obecności certyfikatu autentyczności lub jego braku	160
Tabela 5.23. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od statusu śmierci artysty	161
Tabela 5.24. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych w zależności od płci artysty	161
Tabela 5.25. Liczność 10 najczęściej występujących w próbie narodowości artysty	162
Tabela 5.26. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych według narodowości artysty	162
Tabela 5.27. Liczność dzieł sztuki w poszczególnych kategoriach cenowych według popularności medialnej autora (liczba wyników w Google)	163

Tabela 5.28. Zestawienie wyników testu chi-kwadrat dla wybranych czynników związanych ze sprzedażą dzieł.....	164
Tabela 5.29. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla fizycznych i wizualnych cech dzieła sztuki.....	166
Tabela 5.30. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla zmiennych związanych z historią i dokumentacją dzieła.....	166
Tabela 5.31. Zestawienie wyników testów chi-kwadrat dla zmiennych związanych z osobą artysty	167
Tabela 5.32. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (<i>cena_log</i>) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych ze sprzedażą dzieła sztuki	168
Tabela 5.33. Wyniki testu t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennej dom aukcyjny	169
Tabela 5.34. Wyniki analiz ANOVA dla zmiennych związanych ze sprzedażą dzieła	170
Tabela 5.35. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (<i>cena_log</i>) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych z cechami fizycznymi i wizualnymi dzieła	170
Tabela 5.36. Wyniki analiz ANOVA dla cech fizycznych i wizualnych dzieła sztuki.....	171
Tabela 5.37. Średnie wartości logarytmu naturalnego ceny sprzedaży (<i>cena_log</i>) oraz odchylenia standardowe dla zmiennych związanych z historią i dokumentacją dzieła	172
Tabela 5.38. Wyniki jednoczynnikowej analizy wariancji (ANOVA) dla zmiennej datowanie	172
Tabela 5.39. Wyniki testu t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennej wzmiankowanie w literaturze	172
Tabela 5.40. Średnie logarytmiczne ceny sprzedaży (<i>cena_log</i>) dla zmiennych związanych z osobą artysty	173
Tabela 5.41. Wyniki testów t-Studenta (Welch Two Sample t-test) dla zmiennych dwukategoryjnych.....	173
Tabela 5.42. Wyniki analiz ANOVA dla zmiennych związanych z osobą artysty względem <i>cena_log</i>	174
Tabela 5.43. Weryfikacja hipotez badawczych H1-H14.....	174
Tabela 5.44. Wyniki hierarchizacji zmiennych.....	178
Tabela 5.45. Suma ważności w poszczególnych kategoriach determinant.....	180

SPIS RYSUNKÓW

Rys. 3.1. Liczba zarejestrowanych domów aukcyjnych pośredniczących w handlu dziełami sztuki w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	103
Rys. 3.2. Geograficzne rozmieszczenie zarejestrowanych domów aukcyjnych w Chinach kontynentalnych w 2021 r.	104
Rys. 3.3. Rozwój muzeów w Chinach w latach 1978-2022	110
Rys. 3.4. Wartość sprzedaży (w mld USD) na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki w latach 2013-2021	121
Rys. 3.5. Wolumen sprzedaży na chińskim rynku aukcyjnym dzieł sztuki w latach 2013-2021	121
Rys. 3.6. Struktura wartości sprzedaży aukcyjnej w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021 według regionów (%)	122
Rys. 3.7. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii sztuka XX w. i współczesna sztuka chińska w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	124
Rys. 3.8. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii chińskie antyki i dzieła sztuki w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	124
Rys. 3.9. Wartość sprzedaży (mln USD) w kategorii malarstwo tradycyjne i kaligrafia w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021.....	125
Rys. 4.1. Podział indeksów cenowych sztuki chińskiej	128
Rys. 4.2. Indeks cen Artron Art Index (AAMI) dla wszystkich przedziałów cenowych malarstwa i kaligrafii	130
Rys. 4.3. Indeks współczesnej kaligrafii i malarstwa 50.....	131
Rys. 4.4. Indeks malarstwa olejnego 100	132
Rys. 4.5. Indeks współczesnych malarzy chińskich.....	133
Rys. 4.6. Indeks 18 popularnych artystów współczesnych	133
Rys. 4.7. Indeks sentymentu sztuki chińskiej MM.....	135
Rys. 4.8. Porównanie indeksów chińskiego malarstwa olejnego (油画) i chińskiego tradycyjnego malarstwa tuszem (水墨) MM	135
Rys. 4.9. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym większym bądź równym 100 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021.....	139
Rys. 4.10. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 50-100 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021	140
Rys. 4.11. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 10-50 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021.....	140
Rys. 4.12. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 5-10 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021.....	141
Rys. 4.13. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 1-5 mln CNY w Chinach kontynentalnych w latach 2013-2021.....	141
Rys. 4.14. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym 0,5-1mln CNY w Chinach Kontynentalnych w latach 2013-2021.....	142
Rys. 4.15. Dynamika sprzedaży w przedziale cenowym poniżej 500 tys. CNY w Chinach Kontynentalnych w latach 2013-2021.....	142
Rys. 5.1. Liczba transakcji aukcyjnych wg domów aukcyjnych w latach 2012-2024.....	146

ANEKS 1

Najważniejsze szkoły malarstwa chińskiego

Nazwa chińska	Nazwa angielska	Okres działania	Charakterystyka	Główni przedstawiciele
宋代院体画派	Academy Style / Song Imperial Painting Academy	Dynastia Song (960–1279)	Styl realistyczny, dopracowany technicznie; malarstwo dworskie, tematyka dworska, pejzażowa i zwierzęca. Użycie wyrafinowanej kolorystyki, precyzyjna kreska.	Li Gonglin 李公麟, Ma Yuan 馬遠, Xia Gui 夏圭
文人画派	Literati School / Scholar-Painting	Od dyn. Song, rozwój w Yuan, Ming i Qing (960-1912)	Styl indywidualistyczny i ekspresyjny; tematyka: pejzaże, bambusy, orchidee, kaligrafia. Obraz jako forma wyrazu wewnętrznego „ducha” artysty. Lekkość pędzla, monochromatyczność, silny związek z poezją i kaligrafią.	Su Shi 苏轼, Zhao Mengfu 赵孟頫, Shen Zhou 沈周, Dong Qichang 董其昌
浙派	Zhe School	Początek dynastii Ming (XIV–XV w.)	Styl dynamiczny, ekspresyjny, inspirowany twórczością szkoły Południowego Song. Użycie mokrego tuszu, szybka technika. Tematyka głównie pejzażowa.	Dai Jin 戴進, Wu Wei 吳偉
吴派	Wu School	Dynastia Ming (1450-1600)	Styl poetycki, wyrafinowany, nawiązujący do tradycji literackiej. Akcent na indywidualny styl, elegancję kreski. Pejzaże, rośliny, motywy literackie.	Shen Zhou 沈周, Wen Zhengming 文徵明, Tang Yin 唐寅
松江画派	Songjiang School	Koniec dyn. Ming – pocz. Qing (1600- 1650)	Styl klasyczny i harmonijny, łączący tradycję i osobisty wyraz. Silne wpływy teorii Dong Qichanga o podziale na szkołę północną i południową.	Dong Qichang 董其昌, Li Liufang 李流芳
四王画派	Four Wangs School	Wczesna dynastia Qing (1644-1700)	Styl konserwatywny, powrót do kanonu klasycznego pejzażu. Zorientowany na studium dawnych mistrzów. Styl formalny, umiarkowany, elegancki.	Wang Shimin 王时敏, Wang Jian 王鑑, Wang Hui 王翬, Wang Yuanqi 王原祁
扬州八怪	Eight Eccentrics of Yangzhou	Dynastia Qing (1880-1920)	Styl buntowniczy, ekscentryczny, ekspresyjny. Tematyka: bambusy, kwiaty, figury ludzkie, satyra. Obrazy często z dużą ilością inskrypcji. Łączenie malarstwa z poezją.	Zheng Xie 鄭燮, Jin Nong 金農, Li Fangying 李方膺, Luo Pin 羅聘
海上画派	Shanghai School	Koniec XIX – pocz. XX w.	Styl synkretyczny – połączenie tradycyjnych technik z zachodnim realizmem. Tematy: życie miejskie, portrety, postacie. Otwartość na nowoczesność i rynkowy charakter sztuki.	Ren Xiong 任熊, Ren Bonian 任頤, Wu Changshuo 吳昌碩
岭南画派	Lingnan School	Koniec XIX – XX w.	Styl modernistyczny, inspirowany malarstwem japońskim i europejskim. Żywe kolory, płynna linia, silny kontur. Próba odnowy chińskiego malarstwa w duchu narodowym i nowoczesnym.	Gao Jianfu 高劍父, Gao Qifeng 高奇峰, Chen Shuren 陳樹人

Źródło: opracowanie własne na podstawie Clunas, C. (2009). *Art in China*. Oxford University Press; Sullivan, M. (2008). *The Arts of China*. University of California Press.

ANEKS 2

Istotne przepisy prawne regulujące sprzedaż zabytków i dzieł sztuki na aukcjach w Chinach

Ustawa o ochronie zabytków kultury	
Artykuł	Postanowienia
Artykuł 25	Niepaństwowe zabytki kultury nieruchome nie mogą być przenoszone ani obciążane hipoteką obcokrajowcom. Jeżeli zabytki kultury niebędące własnością państwa są przenoszone, obciążone hipoteką lub zmieniane w trakcie użytkowania, należy je zgłosić odpowiedniemu wydziałowi administracyjnemu zabytków kultury w celu ewidencji zgodnie z ich poziomem.
Artykuł 50	Obywatele, osoby prawne i inne organizacje inne niż jednostki gromadzące zabytki kultury mogą gromadzić zabytki kultury uzyskane w następujący sposób: (1) Dziedziczenie lub przyjmowanie prezentów zgodnie z prawem; (2) Zakup w sklepach z pamiątkami kultury; (3) Zakupione od firm aukcyjnych, które prowadzą aukcje zabytków kultury; (4) Wzajemna wymiana lub legalny transfer zabytków kultury, które zgodnie z prawem są własnością poszczególnych obywateli; (5) Inne metody prawne określone przez państwo.
Artykuł 51	Obywatele, osoby prawne i inne organizacje nie mogą kupować ani sprzedawać następujących zabytków kultury: (1) państwowe zabytki kultury, z wyjątkiem tych dozwolonych przez państwo; (2) Cenne zabytki kultury będące w posiadaniu muzeów niepaństwowych; (3) Murale, rzeźby, elementy budowlane itp. w państwowych nieruchomych zabytkach kultury, Jednakże freski, rzeźby, elementy budowlane itp. znajdujące się w państwowych nieruchomych zabytkach kultury, zburzonych zgodnie z ustawą, nie będą gromadzone przez jednostkę gromadzącą zabytki kultury, o której mowa w art. 20 ust. 4 tej ustawy; (4) Zabytki kultury, których źródła nie odpowiadają postanowieniom artykułu 50 tej ustawy.
Artykuł 52	Zabytki kultury, których państwo nie może opuścić kraju, nie mogą być przekazywane, dzierżawione ani zastawiane cudzoziemcom.
Artykuł 54	Przedsiębiorstwa licytacyjne prowadzące licytację zabytków kultury nie mogą dokonywać zakupu i sprzedaży zabytków kultury oraz nie mogą zakładać magazynów zabytków.
Artykuł 55	Zabronione jest zakładanie chińsko-zagranicznych spółek joint venture, chińsko-zagranicznej współpracy oraz sklepów z pamiątkami kultury będących w całości własnością zagraniczną lub przedsiębiorstw aukcyjnych prowadzących aukcje zabytków
Artykuł 60	Państwowe zabytki kultury, cenne zabytki kultury wśród niepaństwowych zabytków kultury oraz inne zabytki kultury objęte zakazem opuszczania kraju przez państwo, z wyjątkiem obiektów wyjeżdżających na wystawę zgodnie z art. przepisami tej ustawy lub za zgodą spraw państwowych dla szczególnych potrzeb.
Artykuł 61	Wywóz zabytków kultury podlega badaniu i zatwierdzeniu przez instytucję badania wjazdu i wyjazdu zabytków kultury, wyznaczoną przez wydział administracyjny zabytków kultury Rady Państwa. Zabytki kultury, które mogą opuścić kraj po zbadaniu, otrzymują zezwolenie na wywóz zabytków kultury wydane przez wydział administracyjny Rady Państwa, a zabytki kultury mogą być wywiezione z portów wyznaczonych przez wydział administracyjny zabytków kultury. Rada Państwa. Każda jednostka lub osoba, która transportuje, wysyła pocztą lub wywozi zabytki kultury z kraju, składa zgłoszenie organom celnym; organy celne zwalniają zabytki kultury na podstawie zezwolenia na wywóz zabytków kultury.
Ustawa o Aukcjach	
Artykuł 6	Przedmiotem licytacji są przedmioty lub prawa majątkowe będące własnością klienta lub które mogą być zbywane zgodnie z prawem.
Artykuł 7	Przedmioty lub prawa majątkowe, które są zakazane w handlu na mocy przepisów ustawowych i administracyjnych, nie mogą być wykorzystywane jako cele aukcji.
Artykuł 39	Kupujący zobowiązany jest do zapłaty ceny przedmiotu licytacji zgodnie z umową. Jeżeli cena nie została zapłacona zgodnie z umową, ponosi odpowiedzialność za naruszenie

Ustawa o ochronie zabytków kultury	
Artykuł	Postanowienia
	umowy lub licytator, za zgodą zleceniodawcy, wystawi licytację ponownie wystawić przedmiot na aukcję. Jeżeli przedmiot aukcji ma być ponownie licytowany, pierwotny nabywca zapłaci prowizję, które on i klient powinni zapłacić w pierwszej licytacji. Jeżeli cena relicytacyjna jest niższa niż pierwotna cena aukcyjna, różnicę pokrywa pierwotny nabywca.
Artykuł 61	Jeżeli licytator lub nadawca oświadczy przed licytacją, że nie może zagwarantować autentyczności lub jakości przedmiotu licytacji, nie ponoszą odpowiedzialności za wady gwarancyjne.

Źródło. Opracowanie własne na podstawie Ustawy o ochronie zabytków kultury i Ustawy o prawie aukcyjnym.

ANEKS 3

Muzea i galerie sztuki zarejestrowane w Chinach z podziałem na prowincje. Stan na 4 lipca 2022 r.

Prowincja	Liczba muzeów i galerii sztuki
Prowincja Guangdong	4758
Prowincja Shandong	1670
Pekin	1198
prowincja Jiangsu	1171
Prowincja Fujian	1171
Prowincja Hunan	1148
Prowincja Syczuańska	685
Prowincja Shaanxi	658
Prowincja Hebei	635
Prowincja Henan	587
Prowincja Anhui	518
Prowincja Zhejiang	421
Prowincja Liaoning	395
Prowincja Shanxi	338
Prowincja Junnan	325
Prowincja Jiangxi	316
Region Autonomiczny Mongolii Wewnętrznej	290
Prowincja Hubei	282
Prowincja Gansu	268
Hajnan	262
Prowincja Jilin	255
Szanghaj	239
Chongqing	233
Region Autonomiczny Guangxi Zhuang	229
Prowincja Heilongjiang	184
Prowincja Guizhou	166
Region Autonomiczny Xinjiang Uygur	165
Tianjin	133
Prowincja Tajwan	88
Region Autonomiczny Ningxia Hui	62
Prowincja Qinghai	37
Specjalny Region Administracyjny Hongkongu	25
Tybetański Region Autonomiczny	22

Źródło: Opracowanie własne na podstawie China Art Museum Report, 2022.

ANEKS 4

Lista targów sztuki w Chinach 2022

1. CPEE 2022 China Preschool Education Supplies & Kindergarten Supplies & Ancillary Facilities Exhibition.
2. The 16th Hefei International Cultural Fair
3. 2022 National Exhibition of Fine Arts and Crafts
4. The 6th Anhui Outdoor Sports & Leisure Products Exhibition, China Smart Sports Expo 2022
5. 2022 Chinese Library Conference & Library Exhibition
6. BEIJING BOOK FAIR
7. China International Image Output and Art Frame Expo.
8. The 24th Beijing International Preschool Tools & Kindergarten Supplies Exhibition
9. The 30th China International Musical Instrument Exhibition (Musical Instrument Exhibition).
10. China (Beijing) International Education Equipment and Wisdom Education Exhibition 2022.
11. China (Beijing) International Fine Ceramics Exhibition
12. Beijing International Radio, TV & Film Exhibition Online & Offline
13. The 29th Beijing International Book Fair & the 20th Beijing International Book Festival
14. 2022 Beijing International Model Expo.
15. National Digital Culture Exhibition on Family Education and Family Style
16. 2022 China (Yuelai) Sports Education Integration Conference
17. China (Putian) Strait Handicraft Expo The 8th China (Hui'an) International Carving Art Fair
18. Cross-strait (Xiamen) Cultural Industries Fair
19. 2022 Early Childhood Education Expo
20. Xiamen Education Logistics Exhibition
21. Xiamen Culture Fair.
22. Silk Road (Dunhuang) International Cultural Expo
23. China (Shenzhen) International Cultural Industry Fair
24. 2022 China (Guizhou) International Folk Handicrafts Fair
25. China International Creative Design Promotion Week 2022
26. Tangshan China Ceramics Fair

27. China (Zhengzhou) Education Equipment Expo and Education Industry Development Summit
28. China Harbin Music Messe2022
29. The 3rd Harbin International Arts and Crafts Exhibition
30. Harbin Special Exhibition of 2022 China Jingdezhen International Ceramics Expo
31. The 16th Heilongjiang International Cultural Industry Expo.
32. Northeast Asia Cultural, Creative, Science and Education Industry Expo 2022
33. Nanjing International Musical Instrument Industry Exhibition
34. 2022 China (Nanjing) International Science, Education, Technology and Equipment Expo
35. China (Nanjing) Education Project Technology Exhibition.
36. China (Nanjing) International Education Brand Expo
37. 2022 Yangtze River Delta High-tech Audiovisual Expo
38. 2022 China (Nanjing) Cultural and Technological Fusion Achievements Exhibition and Fair
39. China (Nanjing) International Preschool Education Industry Expo.
40. Nanjing Animation Exhibition China (Suzhou) Preschool Education Exhibition and Conference 2022
41. 2022 Liaoning Education Equipment Exhibition
42. The 15th Chinese Painting and Calligraphy Art Fair
43. The 20th China (Dalian) Arts and Crafts Fair and International Mineral Jewellery and Jade Expo
44. 2022 Ningxia Education Equipment Exhibition
45. 2022 Asian Preschool Education Annual Conference and Asian Preschool Education Exhibition Expo
46. The 2nd China (Qingdao) International Musical Instrument Industry and Music Education Exhibition 2022
47. The 4th Shanxi Education Equipment Exhibition 2022, China (Shanxi) School Sports and Health Equipment Exhibition 2022
48. Western Education Equipment and Smart Education Expo 2022.
49. CCLE 2022
50. SIE 2022, China Competence Education Expo 2022
51. Yangtze River Delta International Cultural Industries Expo
52. CSF 2022

- 53. Design Shanghai 2022
- 54. CinemaS 2022
- 55. 2022 The 6th Shanghai International Parent-Child Expo
- 56. Shanghai Book Fair
- 57. music CHINA 2022
- 58. Education & Careers Expo
- 59. XJIEE 2022
- 60. Future Digital Cultural Tourism Conference and Digital Cultural Tourism Industry Exhibition
- 61. 2022 Hangzhou International Digital Education Exhibition (The 5th Session).
- 62. China Yiwu Cultural Products Trade Fair
- 63. The 8th Zhejiang Book Fair

ANEKS 5

Lista przykładowych artystów w indeksie współczesnych artystów chińskich

Artysta	Indeks (pkt.)	Aukcje (szt.)	Sprzedane (szt.)	Skuteczność (%)	Wartość sprzedaży (CNY)	Łączna liczba aukcji
吴冠中 (Wú Guànzōng)	568,532	24	21	88%	45,943,034	2,219
何家英 (Hé Jiāyīng)	168,824	6	2	33%	2,139,000	789
孟祥顺 (Mèng Xiángshùn)	149,545	—	—	—	—	87
贾又福 (Jiǎ Yòufú)	59,639	10	9	90%	1,635,300	1,114
范曾 (Fàn Zēng)	57,572	42	37	88%	10,628,989	2,229
曾成钢 (Zēng Chénggāng)	51,247	25	21	84%	2,943,700	416
黄永玉 (Huáng Yǒngyù)	47,244	101	81	80%	25,638,437	2,938
王子武 (Wáng Zīwǔ)	42,987	15	9	60%	2,786,448	1,016
姚少翔 (Yáo Shàoxiáng)	41,071	1	1	100%	74,750	75
沈道鸿 (Shěn Dàohóng)	39,827	1	1	100%	552,000	182
刘旦宅 (Liú Dànzhái)	36,890	47	41	87%	5,499,560	1,833
何百里 (Hé Bǎilǐ)	34,338	—	—	—	—	190
王冉勇 (Wáng Rǎnyǒng)	33,948	—	—	—	—	104
江治伟 (Jiāng Zhìwěi)	33,370	4	3	75%	320,356	541
石齐 (Shí Qí)	33,335	13	11	85%	6,178,950	984
冯大中 (Féng Dàzhōng)	32,002	3	2	67%	356,500	362
史国良 (Shǐ Guóliáng)	31,947	11	8	73%	3,390,200	1,340
徐乐乐 (Xú Lèlè)	31,844	16	16	100%	1,559,470	1,065
白雪石 (Bái Xuěshí)	30,566	20	14	70%	3,177,070	2,285
陈佩秋 (Chén Pèiqiū)	29,548	—	—	—	—	1,767
王明明 (Wáng Míngmíng)	23,908	11	10	91%	1,544,210	2,078
樊如璠 (Fán Rúfán)	23,569	—	—	—	—	565
石虎 (Shí Hǔ)	21,803	16	13	81%	7,239,197	695
方楚雄 (Fāng Chǔxióng)	19,386	12	11	92%	1,100,547	1,728
杨明义 (Yáng Míngyì)	19,073	—	—	—	—	402
冯远 (Féng Yuǎn)	18,046	—	—	—	—	471

Artysta	Indeks (pkt.)	Aukcje (szt.)	Sprzedane (szt.)	Skuteczność (%)	Wartość sprzedaży (CNY)	Łączna liczba aukcji
方增先 (Fāng Zēn-gxiān)	17,641	10	10	100%	702,650	563
朱玉麒 (Zhū Yùqí)	15,545	6	6	100%	302,358	462
张仃 (Zhāng Dīng)	15,177	5	4	80%	171,350	613
薛亮 (Xuē Liàng)	14,066	11	11	100%	2,029,750	609
宋德杰 (Sòng Déjié)	13,420	—	—	—	—	296
田黎明 (Tián Líming)	13,340	5	3	60%	209,300	637
蒋再思 (Jiǎng Zàisī)	12,786	9	8	89%	636,470	552
杨之光 (Yáng Zhīguāng)	12,692	11	11	100%	721,050	1,072
袁运甫 (Yuán Yùnfǔ)	12,692	—	—	—	—	45
寇月浩 (Kòu Yuèhào)	11,621	2	2	100%	132,250	419
吴山明 (Wú Shānmíng)	11,408	7	3	43%	189,824	523
彭先诚 (Péng Xiānchéng)	10,900	3	3	100%	115,000	565
姜师白 (Jiāng Shībái)	10,772	24	19	79%	924,734	2,251
李孝萱 (Lǐ Xiàoxuān)	10,575	—	—	—	—	376
于希宁 (Yú Xīníng)	10,560	6	5	83%	189,660	631
方骏 (Fāng Jùn)	10,301	1	1	100%	63,250	354