

收藏快报

中国文博类权威媒体 海峡两岸同步发行 官网:www.dfsc.com.cn

2017年5月17日 第19期(总第704期) 刊号CN-35(Q)第0078号 国内邮发代号33-52 逢周三出版
福建日报报业集团主管 石狮日报社主办 总编辑:茅罗平

清乾隆青花矾红粉彩 四季花卉御制诗花瓶



瓶撇口,束颈,鼓腹,圈足,颈部以青花及矾红绘缠枝莲纹,腹部以粉彩及墨彩绘四季花卉及乾隆所作诗文。四季花卉分别为牡丹、荷花、芙蓉、梅花,另四面以墨彩用楷、行、篆、隶四体书乾隆御制诗《题蒋南沙先生画屏五景》,一诗配一画,相映成趣,底青花书“大清乾隆年制”六字篆书款。在北京保利拍得204.7万元。

37.5亿美元的线上艺术市场蛋糕究竟有多大

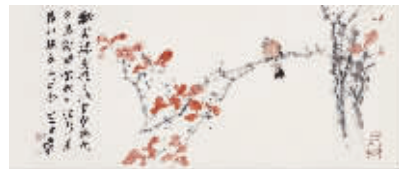
近日发布的2017年《ArtTactic/Hiscox线上艺术交易报告》用“有待唤醒的市场”来形容在线交易。数据分析公司ArtTactic与保险公司Hiscox已经是连续第五年进行调研。这份报告是根据从758位艺术购买者、132家画廊,以及来自多个网上艺术平台的从业人员处得来的回应做出的分析。据Hiscox艺术及私人业务部主管介绍,虽然去年全球艺术市场放缓,但是网上的艺术市场增长了15%,总成交额达37.5亿美元。

谁才是网上竞赛的大赢家呢?也许这并不意外,“类似苏富比和佳士得这样在艺术市场有着巨大声誉的机构正在统治网络艺术平台,并且似乎正在很好地适应从实体交易向多媒体平台的转换。”这份报告写到。苏富比、佳士得和Heritage Auctions网上销售总额为7.2亿美元。Hiscox指出,佳士得的限定于网上的销售有84%的稳健增长。报告指出,“经纪人依然在网络销售方面面临挣扎;也许他们在其他地方

赚得足够多。”但是,画廊正在缓慢地进行从实体销售的转型。2013年,15%的受访画廊称他们会通过加入现有的网络交易平台来进行交易。2016年,26%的画廊称他们将会在不久的将来与第三方网络交易平台进行合作。Hiscox称,网上交易的主体是价格在5000美元以下的物品。“虽然有着各种案例和传闻,但是未来网络艺术市场竞争的焦点依然会是价格较低的区域。”(据artnet)

■ 导读

台湾春拍季 拍卖公司
“百花齐放”展珍品



——>>> 详见2版

缺乏品牌建设
艺术衍生品陷小众围城

——>>> 详见5版



古韵悠然话玉蝉

——>>> 详见6版



康熙青花瓷片上
的童子武举

——>>> 详见11版

笔意开阔 丰润自然

——张之洞《六言行书联》轴欣赏

——>>> 详见15版

敬启

因服务器升级,本报收稿电子信箱已变更为sckb@vip.163.com,欢迎广大读者踊跃来稿。

本报编辑部

陈洪绶山水花鸟册



图1



图2



图3

■ 安徽安庆 姚悦

陈洪绶(1599—1652),字章侯,幼名莲子,一名胥岸,号老莲,别号小净名,晚号老迟、悔迟,又号悔僧、云门僧等,明末清初杰出的书画家、诗人。陈洪绶曾在元末便在家乡建有著名的“日新楼”(乃喻“日日新”之意)。珍藏古籍善本;祖秉承前训,又筑盖“宝书楼”收藏古籍,其不惜重资广求宋元精本。至其父时,家道疏落,古籍藏书皆无起色。然令人欣慰的是,陈老莲生性嗜古,喜访精刻异书,收获颇丰。

陈老莲生性独傲,放浪形骸于天地之间。屡试功名

不中,心存孤傲怪癖,早已厌倦仕途。后经善友强劝,勉于京师捐一子监生,召为舍人。人见其绘画出奇,群而荐之。其奉勅临摹历代帝王像,虽绘画内容十分的枯燥无聊,然幸运的是,画像期间,自己得以饱览“内府”大量的名画珍藏,画技眼界为之洞开。

此山水花鸟册(绢本设色,为高居翰博士珍藏)就是他的一件精品之作,原为十二开,今选其中四开(图1—图4)介绍如下。

图1所示的蝴蝶花卉画得颇为精逸,流畅妙用的线条是那么的灵动大气。此种独特手法的绘制,不同凡响。

图2画面,山鸟站在古岩树上,静静惬意地聆听着飞流直下的山泉;远离尘埃喧嚣,深深地呼吸和拥抱大自然的新鲜空气;在一片幽幽的山林中,看到的是清澈的湖水,以及远处宁静的山峦,让人遐想,令人陶醉。

图3所示为陈老莲所制雪景,真的富有高山峻岭、笔墨夸张的山林气象。他不同于宋人画雪景,好像有些机械感;老莲则不然,他的画风很自然,猛一看,可能是古人早期的装饰画,有的人认为它十分的拘谨板滞,毫无画中生气,此乃为一孔之见。仔细看看,陈老莲果真画得很独特,很幽深,越品识,就

越感到笔墨具有深邃的艺术画境。画家这种奇逸的思维构图,绝对是思想超前的艺术表现和独一无二的大胆妙用。值得一提的是,这也是四幅画中唯一落款“洪绶”的画作。

图4这幅颇具幽默的山水画面,蕴含着中国画的笔墨情趣,又不失装饰版画“刀斧痕”的意趣;宁静宽广的江面,有隐逸高士笑傲江湖,他们“乐山乐水”,畅游于空寂山林之间;此时此景,真的令人心旷神怡。

据闻,山水花鸟册存世共计三本,艺术笔墨基本风格近同,是册曾经王季迁先生经眼鉴定,可能属于陈洪绶早期画作。



图4

本报评论

是外国人“不识货”还是专为“中国人定制”

最近,又看到一条流失国外的中国艺术品,获得远超购买价千倍的高估价的新闻(详见本报4版)。这样的新闻,给人的第一感觉就是,熟悉!对价值毫不知情的所有者,意外发现珍品的行家,主角依旧是中国瓷器!于是,在机缘巧合之下,曾经家里普通装饰品变成了天价的艺术品,并进军拍场。

回头看看近些年的报道,在2010年的时候,英国拍卖行上拍了一件清乾隆粉彩镂空瓷

瓶,以5160万英镑成交,刷新当时中国最贵艺术品纪录,而这个瓷瓶,是一对中年英国兄妹在打扫去世亲人的房间时发现的。类似拍卖新闻不胜枚举,这样的器物确实经常拍出天价,而且,这些器物的买家,不单是最后的购买者,出现在现场的,也基本是中国人,这样的购买行为,往往还掺杂着爱国主义的情绪,被媒体广泛宣传,最后会在社会上引起截然不同的褒贬之论。只能说,太阳底下,没有新鲜事了。

因为历史的原因,中国流失国外的艺术品非常多,这是不争的事实。据联合国教科文组织不完全统计,在全世界47个国家、200多家博物馆的藏品中,有164万余件中国文物,这其中不包括私人收藏,而据中国文物学会统计,流失海外的中国文物共有1000万件左右。从这样的大数据来看,海外拍卖中国艺术品的情况也是非常多的,人们也应当对中国艺术品的价值有相当的了解。但在类似上文的新闻中,当事人往

往对身边器物价值判断严重失常,而“识货”的拍卖公司往往能一击即中,识得这些被埋没的天价艺术品。

真的是外国人“不识货”吗?我想不是的,这些东西被收藏了这么多年,怎么可能完全被忽视,或许,这样的新闻,这样的器物,只是为国人“私人定制”的销售“套餐”。国人出门买回中国艺术品,还屡屡爆出天价,单从效益角度考虑,拍卖公司当然更倾向于把这些拍品推荐给富裕的中国人。而国

人最看中的就是流传有序,传承可鉴,拍卖公司也会顺应行情,以本文开头的新闻为例,瓷瓶是收藏者19世纪30年代时从她的亲戚处收购得来的。你看,还是家族系的收藏!

面对国外这样的“定制”服务,不得不说,他们的客户群定位相当准确。不过,还是希望这样的事情能少一些吧。毕竟,一颗为国家买回流失文物的心就这样被利用,还是很不值当的。

(朱杰杰)