

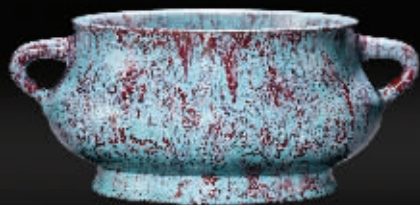
收藏快报

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11月15日 第44期(总第729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

清雍正炉钧釉双耳炉



该炉为雍正朝仿宣德釉龙耳铜炉而作,宽19、高8厘米。造型沉稳秀雅,施满釉,釉面失透滋润,釉色深沉,且釉面流淌大,体现雍正朝炉钧釉特性。敛口耸肩鼓腹,口有双耳,底圈足。底刻“大清雍正年制”款。在保利香港2017秋拍会上以73.5万元成交。

中国富豪数量激增能否爆发强大艺术品购买力

最近由瑞士银行UBS和跨国财富管理公司毕马威(PricewaterhouseCoopers)联合发布了一份报告,其表明,全世界亿万富翁们的财富在2016年都有不错的增加,增长量达到了1万亿美元。这份10月26日发布的名为“亿万富翁观察”(Billionaire Insights)报告称,2016年标志着全球最富有的那些群体中不少人的财富“重新有了显著增长”,这其中很大一部分人来自亚洲地区。

这份报告对全球1550名亿万富翁进行数据分析后发现,亚洲亿万富翁的数量首次超过了美国,不过美国富豪们的

财富总和仍位居首位。中国亿万富翁的人数猛增了25%,达到637人,而美国有537人,欧洲有342位。

中国乃至亚洲富豪体现出来的财富实力,是否会爆发很强大的艺术品购买力,这就是一个“永远不要与趋势为敌”的命题。创业财富拥有者也许追随大获获得股权,以及在融资方面赚到大把的现金流,以至于他的账面浮盈成倍增长,但他会不会花或者能不能花超过真实收入的50%去购买艺术品,这可不是他的身家来决定的。这需要他的兴趣、眼光,还有真正的执著。像日本年

轻的电商土豪前泽友作就真有浓厚的兴趣,豪掷几个亿去买年轻涂鸦艺术家巴斯奎特的作品,他愿意赞助艺术家,支持日本当代艺术。

中国用三十余年的改革开放积累丰厚的财富,互联网大格局让今天的年轻创业者通过绝佳的创业思路形成产业,轻易地制造出一个个富豪,比十余年前只增不减。良好的教育背景和开放的文化氛围,让年轻富豪加入到艺术收藏这一领域中。我们更愿意看到一些良好的收藏情况和真实的购买数据,而非虚假的繁荣。(华刚兄)

导读

天价藏品后的研究型藏家

——>>> 详见3版——

瓷圣何朝宗渡海观音像
即将亮相香港佳士得

——>>> 详见5版——



清代紫金釉海螺

——>>> 详见7版——

中超控股易主
紫砂业务谋划单独上市



——>>> 详见10版——

古钱币上的玄武崇拜



——>>> 详见14版——

唐井与井栏壶渊源

——>>> 详见16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

季子飢孟 吴国重器

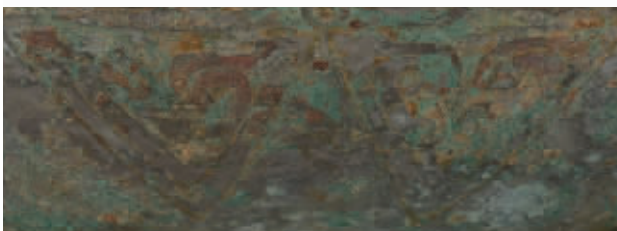
江苏南京 李绍斌

在苏州东吴博物馆里,展示了一件体现典型吴文化的青铜器——季子飢孟。这是一件漂泊海外多年,饱经沧桑的吴之重器,六年前方回流国内,如今作为镇馆之宝对观众开放,自然引起广泛关注。

此青铜孟铸造精致华丽,器型端正,纹饰新颖。侈口深腹,圆肩平底,肩上一对兽耳,颈部窃曲纹,腹部蟠螭纹,主体纹饰间点缀圈点纹,下方边饰为连续三角纹,具有典型的吴文化色彩。最引人注意的是孟内壁镌刻有十二字铭文:“吴季大作其飢孟,子孙永宝用”。据查阅资料,这尊季子孟在国内为首次出现,尚属孤品。《史记·吴世家》记载:吴王“寿梦有子四人,长曰诸樊,次曰余祭,次曰余昧,次曰季札”。其中,季札为第四子,按古代“伯仲叔季”的排行顺序,吴季子名札,故称为季札。所以,铭文中的“吴季”,正是史籍中的“吴季子”,“大”字属于尊称。这里的“季”不仅是名,其中也包涵了行辈之序。季札世尊称吴季子,史



季子飢孟



连续三角纹边饰

载他德才兼备,曾三让王位;他是具有远见卓识的政治家和外交家,出使中原诸国,观周礼,论礼乐,广交贤士,水平出众;挂剑徐国,重信守义,传为千古美谈;他为中华儒家文化的形成作出了卓越

贡献,是中国古代礼义和诚信的代表人物。曾受到小他25岁的孔子的崇敬。因此这件青铜孟对于研究华夏文明、吴文化以及吴季子的事迹具有深远的意义。

另据北京大学熊长云先

生的文章称,多年前还曾有一件吴季子簠出土,铭文为“吴季大作飢簠,子孙永宝用”。该簠铭文与这件季子孟上的铭文仅有一字之差,显然也是吴季子所作自用的青铜器物。孟是中国古代大型祭祀和宴飨时盛饭、盛水、装冰器;簠是古代盛放食品的器具,均属饪食器,流行于西周至春秋。孟可与簠配合使用,簠中之饭亦可取自孟。这两件铸有季子铭文的青铜器倒是一对吴国重器,可惜笔者未曾亲见,更不知花落谁家。

本报评论

钱币是一个有着深厚民间基础的收藏类别,即使不做收藏的人也会经常接触到。近期,有法院在网上拍卖一批银元和铜元,引发了“围观热潮”:拍卖中的两枚民国银元,起拍价73.5元,经过1136次的竞买,907次的延时成交价格高达30549.5元;另一批拍卖的89枚铜元,更是引得近10万人围观,起拍价345.1元,成交价31020.1元。可以说,成交价和估价是云泥之别了,而以当仁不让的气势拍下这些银元和铜元的是同一人——一位来自上海的80后藏家。在拍得之后,这位藏家在交付前就赶到了济南,可以

看出出价如此之高是出自真正的喜爱。这件不大不小的事在网络上引起了极大的关注,同时也反映了当下民间收藏的趋势以及民间收藏群体的转变。

民间收藏的基础自然是庞大的收藏人群,特别是其中的邮币卡类别,是普通藏家易于获得而且具有相关收藏纪念意义的收藏品。同时这部分的收藏品价格也不会太“过分”,通常有公认的衡量,可以说是民间收藏里面的大类之一。这部分的藏品流通性也十分优秀,以物易钱或者易物都十分方便,如果身处一个收藏圈里,更是能获得良好的收藏体验。

之前有媒体报道的收藏几千枚钱币的“天才少年”,且不论新闻本身,单是这样的报道出现也说明了邮币卡这部分的收藏在民间收藏中的分量。

另一个需要注意的方面是收藏群体的转变和对市场的影响。前文所述的上海藏家,有几个鲜明的标签,一是80后的年龄标签,二是家族企业工作的经济标签,三是父辈的影响。这几个标签恰恰是整个收藏市场中新晋群体的标识,年轻化的藏家、有着相关经济基础并受到相关的收藏熏陶,造就了新一批对藏品执著追求的群体。他们首先考虑的并

不是从藏品获利,特别是邮币卡这种对他们来说没有经济负担的收藏项目来说,他们考虑的首先是爱好,就像那个上海藏家所说,“就是放在家里看着,心里也高兴!”这类新晋藏家的爱好和取舍势必会影响到整个收藏市场的走向!

藏品和藏家,收藏市场里的两端,藏品在历史的前进中会逐步地累积,而藏家,在经济和消费观的不断变化下,也会走向不同的方向。两条线交汇之处,往往就是收藏市场的闪光点,而在民间收藏的范畴里,这些闪光点如群星闪耀,方能组成绚丽的收藏文化“银河”!(朱匡杰)