

# 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

2018年9月12日 第36期(总第771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

## 清康熙冬青釉云纹马蹄尊



器高8.2厘米,敛口,平底内凹,形成浅圈足;通体施冬青釉,以压地起阳文技法刻祥云朵朵,疏朗而缥缈;底施白釉,青花书“大清康熙年制”六字楷书款。此器造型小巧精致。马蹄尊是康熙朝的新品种,为当时流行的文房用品,甚得文人雅士青睐。该器在嘉德香港2018春拍会上,以141.6万港元成交。

## 国内最大规模出土金器展将亮相成都

记者从成都金沙遗址博物馆获悉:9月21日,中国最大规模的金器展“金色记忆——中国14世纪前出土金器特展”将在该馆开展,集中展现全国19个省市重要考古发现出土的先秦至元代金器精品350余件(套)。此次展览是我国规模最大、参展单位最多、时代跨度最广、展品品类最全的金器专题展。此外,本次展览展出的金器精品中,珍贵文物的比例超过70%,其中不乏各文博单位的多件“镇馆之宝”。

面具在世界不同地区、不同时代都曾出现过,通常与礼仪、祭祀、丧葬等密切相关。而以黄金制成的面具十分罕见,在世界范围内发现较少。我国迄今出土的黄金面具,其大小、造型、功能各有不同。本次展览首次将国内目前发现的主要黄金面具集中进行展示,揭秘不同地域、不同文化之间交流融合的历史记忆。其中,金沙遗址出土的大金面具,是目前中国发现的同时期形体最大、保存最完整的金

面具。据悉,此次金器大展将持续至11月20日。(吴晓铃)



金沙遗址博物馆收藏的大金面具

## 元代窖藏出土荷叶形盖罐

江苏镇江 刘丽文

荷叶形盖罐因罐口覆有荷叶形盖而得名。从现有考古资料来看,荷叶形盖罐主要有银器、瓷器两大类。银制荷叶形盖罐最早见于唐代。如镇江市丁卯桥唐代窖藏出土了一件银质荷叶形罐盖,盖呈卷边荷叶形,写实风格较强,荷叶的蒂、茎、叶脉都一一表现,篆刻工艺精细,线条流畅细密。

瓷质荷叶形盖罐始见于河南辉县梅溪北宋墓,到元代时南北各窑都有生产。如江苏溧水县人民医院外科大楼工地元代窖藏出土龙泉窑青釉荷叶带盖罐(图1),高30、口径24、腹径30厘米;荷叶形盖,圆形钮;短颈,鼓腹,圈足;盖与罐腹饰数周弦纹。此罐胎体厚重,全器施釉,底部无釉,圈足一周呈火石红色,釉色青绿。考古资料显示,龙泉窑青釉荷叶形盖罐始见于南宋,兴盛于元代,衰落于明代。如新安沉船出土的元代龙泉窑瓷器达12000余件,其中荷叶形盖罐大小就有多件。元代龙泉窑在装饰风格上继承了南宋龙泉窑的装饰方法,同时又有自身的特色。在胎釉工艺上,胎料中掺入了更多的紫金土,提高了胎料中铁的含量,在二次氧化的作用后,器物的露胎部分,呈现铁锈红色。釉层从薄胎厚釉的多层施釉改变为一次施釉,釉色呈豆青、青黄色,豆青滋润如玉。

1985年,镇江句容县城东房



图1



图2

家坝元代窖藏出土青花龙纹荷叶形盖罐(图2),通高31.5、口径20.5、底径18.6厘米;直颈,圆唇,溜肩,下腹内收,矮圈足;有盖(图3),盖钮缺损。盖呈荷叶状,以钮为中心,画有旋转状叶脉纹。罐颈部绘一周海水纹,腹部绘二龙赶珠纹,龙细颈,张口露齿吐舌,三爪刚劲有力,四周衬以蝌蚪形云纹。胫部饰仰莲纹。底部不施釉,见火石红斑,底釉白中泛青。此罐呈鲜丽的靛青色,略含程度不同的紫色,青花釉料有浓淡之分,勾勒线条较深,填色青花较浅,青花积聚处有蓝黑色或蓝褐色斑点,料浓处有深色斑点,凹陷明显。线条边缘有晕化。

荷叶形盖罐有专家考证认为是酒具,兼具储器和盛器功能。如浙江义乌柳青乡一宋代窖藏出土篆刻人物故事图银片,其中1件篆刻“毕卓醉酒”故事,画面中除人物外,还有经瓶和荷叶形盖罐,作为酒器之用无疑似。



图3

### 导读

台湾藏家购藏《四季赏玩图》:窥见“奇葩皇帝”朱见深

——>>> 详见2版

齐白石山水画的作伪与鉴别

——>>> 详见3版

佳士得首推“磁州窑集珍”专场引关注——本报特邀中国古陶瓷收藏鉴定专家路杰解读“临宇山人”和磁州窑市场

——>>> 详见4版

清代著名墨商胡开文“天开容”墨

——>>> 详见6版

北齐高洋墓大门吏俑

——>>> 详见7版

佛教圣地“鹿野苑”的故事

——>>> 详见11版

龚心钊旧藏“商鞅方升”等国宝往事

——>>> 详见16版

扫描二维码  
关注收藏快报  
微信公众号



### 本报评论

## 艺术品网拍成为吸引新藏家的重要渠道

近日,中国嘉德官网公布近期拍卖计划,将于9月18日举行首场网络拍卖“E-Bidding”。此次拍卖将推出中国书画、瓷器玉器工艺品、二十世纪及当代艺术、茅台酒等四个专场。无独有偶,今年年初,北京匡时拍卖行也刚刚上线了网络拍卖子品牌“匡时在线”手机APP“iCouncil”,定位于为客户提供艺术品及艺术品生活的在线交易服务。一时间,有关艺术品网络拍卖的话题,再度成为业界热议的焦点。

近几年来,许多大型拍卖公司都陆续设立了网络竞拍渠道,甚至还开设了

网上拍卖专场。不过,有业内人士指出,国内创立互联网艺术拍卖的热情虽然很高,但成效却不显著,其成交额相对于庞大的中国传统艺术品市场总额而言,几乎可以忽略不计,甚至相比于前期投入并不赚钱。在这种情势之下,拍卖行设立互联网专场拍卖的目的在哪呢?从中国嘉德的这则拍卖公告,我们似乎可以看出端倪。其中提到,推出“E-Bidding”以期凭借网络平台的便捷,使生活美学与艺术消费相互交融,打造新时代收藏入门新渠道。不难看出,其对于利用网络拍卖吸引新藏家的目的明显。

事实上,已经有数据证实,网络竞拍已经成为大型拍卖行吸引新藏家的重要渠道。根据不久前佳士得发布的2018年上半年业绩报告,佳士得全球成交额高达40亿美元,较去年同期增长35%,创史上最佳半年业绩,大幅引领全球艺术市场。报告显示,网上拍卖是吸引新买家的主要渠道,占比高达40%。其中新买家占佳士得全球客户的27%,来自新买家的成交额与去年相比增加29%;亚洲方面,来自中国内地的新买家增加了24%。虽然佳士得47场网上专场拍卖成交总额与现场拍卖相比成交额只占百

分之一左右,平均价格不高,但其网拍增长势头十分惊人,其便捷、跨区域、成本低等优势可作为传统线下拍卖的补充。与此类似,苏富比拍卖行2018年上半年网上拍卖成交额增长率也达到了30%。

专家指出,与国际大拍卖行网络拍卖相比,目前国内拍卖行推出的艺术品网拍的影响力虽然还有较大差距,不过随着相关制度规则设计的逐渐完善,企业信誉和市场诚信度的稳固提升,艺术品网拍仍然有很大的市场潜力空间。当然,这个过程,也需要每一位参与者以更大的智慧去探索。(王国良)