

龙泉识宝人 故事传佳话

■广东广州 迟清泉

龙泉窑历史悠久,所烧造的青瓷产品式样优美,釉质滋润如玉。尤其在南宋时期创烧的粉青和梅子青釉,深受国内外人士的喜爱,曾畅销亚、非、欧三大洲,誉美全球。龙泉窑还是全国乃至全世界唯一一个被联合国定为“世界非物质文化遗产”的窑址,龙泉青瓷的收藏向来是藏家追捧的热点之一。

而说到广州龙泉窑瓷器的收藏,就不能不提到一个重要的人物,他就是广东华夏古董文化研究会会长伊有成,他在广州古玩界是鉴赏龙泉青瓷的行家里手。

伊有成鉴赏龙泉青瓷的功夫从何而来,他是如何成为行家里手的?这还得从上世纪90年代末的三个故事说起。

第一个淘宝故事发生在上世纪90年代末一个星期天上午,从事艺术品收藏多年的伊有成利用闲暇时间去逛古玩市场。当他走过古玩街一家店门口时,店主詹老板急忙叫住他:“伊先生,请回来!”进门后,詹老板拿出三件宝贝说:“伊先生,我知道你喜欢龙泉,我这有

三件宝贝,你看是否中意?”伊有成仔细看完后就想走,詹老板说:“这么好的龙泉,你一件都不喜欢吗?”在难以回避的情况下,伊有成说:“我是喜欢龙泉,但你这三件我不能要。”詹老板疑惑地问为什么。伊有成说,这件龙泉高足碗,下边的高足是到代的,而上面的碗身却是新接的。另一件青釉碗是破成几块后修复的。还有这件粉青莲瓣纹碗虽然很漂亮,但属于现代高仿。詹老板听后敬佩之心油然而生。

就在伊有成离开后不久的当天,一位专家领着一位藏友把那件高仿的粉青釉莲瓣纹碗买走了,他们买去是做研究、收藏还是交易,不得而知。

第二个淘宝故事发生在上世纪90年代末另一个星期天中午,伊有成走进广州当地古玩街二楼的一家古玩店,店老板拿出一对灰黄釉龙泉碗,伊有成看了一下就还给了店老板。老板问,这么好的这对龙泉碗为什么不要?他说,这一对碗确实很精美,工艺也不错,但是不到代,是新仿。

就在伊有成走后的当天下午,这对碗就被一位资深收藏

家林某当作南宋龙泉买走了

第三个淘宝故事发生在一个星期天的上午,伊有成照例去逛古玩街,在另一位詹老板店里花费2800元买到一件米灰釉龙泉翻口洗。当他逛到一位邹老板店里,老板问,伊先生今天买到宝贝了吗?伊有成便从袋子里拿出刚买的这件翻口洗。老板一看惊讶地说,这件宝贝被你买到了?我以为在广州古玩界不会有人跟我争这个宝贝呢,昨天我出价一千多詹老板不肯卖,本打算今天再去谈一谈,没想到让你捷足先登。你真的是有眼光啊!

这三个故事说明伊有成在龙泉窑鉴赏方面有独到的眼力,他的名气因此在广州古玩界传开了。

故事早已传开,而伊有成自己却并不知道。直到2002年,广州市人大有一位藏家知道此事后回去讲给圈内藏友听,在场的一位彭先生恰好是伊有成的同学,便将广州收藏界对他的赞誉告知了伊有成,伊有成才得知自己在古玩界已经出了名。

伊有成已是龙泉青瓷鉴赏的行家里手的故事是常有流

传,下面再给大家介绍一只龙泉碗的故事。

那是在1999年的一个星期天,伊有成与一位藏友到一位廖老板的古玩店里,见到一只口径17厘米的蟹壳青釉莲瓣纹碗。伊有成仔细欣赏这件瓷碗后,对这位藏友说:“这只龙泉碗是南宋的,这种釉色不多见,可收藏。”藏友与廖老板商量后以2000元成交,回去后就放在博古架上。几个月后,一位从事收藏的李先生来到他家,看到后就说这只龙泉碗是新仿的。藏友心中生疑,又请了一位权威人士看后也说是新仿的,于是心慌了,就带去古玩城的谢老板店里寄卖,一年多也卖不出。到2001年,一位叫“胡子”的店老板懂货,看了这件东西眼睛一亮,认为是真的,但他也知道,这只碗会看的人不多,不好卖,如愿降价他就要,最后以1200元成交。“胡子”将此碗放到店里,又是一年多卖不出去,只好降价以800元卖给一位从事收藏的贺先生,并承诺“包老”。

贺先生回家后觉得此碗太亮了,心中没有底,于是决定找伊有成看一看。伊有成一上

手,觉得这只碗很眼熟,就问碗的来历,贺先生就将上述经过讲了一遍。伊有成看了后,认为这碗是南宋龙泉,没有问题。

到2003年,浙江杭州的一位老板来广州收购龙泉窑瓷器,以5000元的价格买走了这只碗。回到杭州后此碗被藏家马先生以10000元买走。之后有一位专收藏龙泉窑瓷器的藏家陆先生以50000元的价格买去了。

就这么一只看似普通的龙泉碗,命运可谓一波三折、跌宕起伏,几年时间经历了“肯定一否定一否定之否定”的过程,足见对龙泉青瓷的鉴定不易,也反映了伊有成对龙泉窑的认识眼光了得。

在30多年的收藏生涯里,伊有成从未停歇研究和探索的脚步。他的足迹遍布全国八九个省份的五十多个古窑址,收集了大量的瓷器标本,掌握了大量的瓷器标本,为了搞清楚龙泉窑和南宋官窑的相关问题,仅仅浙江省的古窑址,他前后就跑了十几趟。一次又一次的研究,一年又一年的坚持,伊有成终究成为了撷取青瓷“皇冠”上明珠的探索者。

张叔良与他主办的《苏州明报》



图1 苏州明报证章

■贵州贵阳 周继厚

苏州《明报》创刊于1924年,是民国时期苏州发行时间较长、影响较大的三大报之一(另两家为《吴县日报》,销路最好,代表苏州工商界;《早报》代表苏州知识分子,读者多是教育界人物),是一张代表当地士绅的报纸。

1925年,张叔良接办《明报》,改名为《苏州明报》(图1),幅面改为对开报,日出四版两大张,并转载《上海夜报》电讯消息。

1926年,《苏州明报》开始用长途电话收发上海通讯社电讯消息,各报纷纷效仿。1932年“一·二八事变”,《苏州明报》派出战地记者,连发号外报道战况。1933年,江苏省新闻事业委员会第一次会议召开,《苏州明报》主任张叔良参加,并被选为江苏省新闻事业委员会委员。1934年,范烟桥主编《苏州明报》副刊《明晶》。1936年《苏州明报》主编项坚白被推举为吴县国大代表候选人。抗战爆发后苏州报纸相继停版。

张叔良(1892—1960),字慕唐,江苏句容人。主办《苏州明报》《苏州民报》《游艺报》,时任江苏省新闻事业委员会委员、江苏新闻学会理事、苏州新闻记者会理事等职,毕生从事新闻事业,所办《苏州明报》日销量过万,在近代苏州报界具有举足轻重的地位。

西泠印社2012年秋拍“中国书画海上画派作品专场”中有一幅《张叔良先生小像》国画作品(图2),拍卖估价300余万元。画面为张叔良手持书卷席地而坐青松翠柏之下,四周鸟语花香,表现出一派宠辱不惊、闲情雅致的清风傲骨,十分传神。该画特殊之处还在于是1933年由张大千、吴湖帆、陆抑非、冯超然、王震、梅兰芳、庞元济等四十余书画名家、文人墨客和政府要员共同为张叔良社长四十岁生日而创作,可见张叔良先生当时的社会影响。画中有张大千亲笔所写款识“小拥琅环似茂先,况看春木发婵嫣。吴门他日移家去,画里从君枕石眠”。有政要李根源敬题“叔良先生四十初度。民国二十二年春”。

画作上方还有余杭著名博物学家褚德彝所题跋:“张叔良先生创办明报于苏州,同人推君为社长,余曾阅其报,见其宗旨正大,文字隽雅,与近时诸报不同,誉考欧美各国通都大邑所设新闻社而为其魁者,必周知历代之治乱,世界之得失,故一操不律可以阐发民意,推测世变,其任职之重如此,非渊识达材不足以膺此重任。余与先生未通缟纻,然闻声相思神交久矣,顷以四十小象属题,余衰朽,学殖荒落,何足为君增重。窃绎明报命名之义,贾子云:知道者,谓之明。韩非子云:知

微者,谓之明。观其报,文字谨严,论断精峭,则贾子知道之心也。消息灵通,洞烛幽隐,则韩非知微之义也……”该题跋不仅奖掖张叔良社长之才学,亦反映报纸取名《苏州明报》之意蕴及办报特色和宗旨等。

经过十多年发展,《苏州明报》在内容、版面及销量等方面均有显著进步,使得报纸这一新式传播工具在苏州建立,并迅速成长为最有影响力的大众传媒。老百姓通过报纸能够直接了解近代苏州的发展变化,同时报纸在帮助人们树立新式社会观念以及促进近代苏州工商业发展也产生了巨大作用。

《苏州明报广告研究(1925—1937)》论文,全面深入、客观公正地论述了《苏州明报》的办报特色,以及广告对当时苏州工商业发展的影响。文中说:“广告是《苏州明报》的重要组成部分,其类别及数量不断增长,文案设计也由粗糙、幼稚向细致、成熟演进。精彩纷呈的广告承载着丰富的时代信息,是近代社会变迁的记录者。在广告视野中,我们可以清晰地看到大众的物质生活、思想观念及社会经济结构的变化。《苏州明报》广告不仅反映苏州社会的变迁,也促进社会进步:一方面,广告作为一种新的商业经营模式,为商业发展提供了宣传载体,推动了民族工商业的发展;另一方面,广告充当了社会文化传播载体,具有开化社会风气的作用,引导人们形成正确的价值取向。广告对社会变迁的积极作用是值得肯定的,但虚假、低俗广告的存在,给社会发展带来一定的负面效应。”这不仅是对《苏州明报》广告的公正评价,对当今传媒的广告也有现实意义。



图2 冯超然、吴湖帆、庞元济、张大千、梅兰芳、王震、陆抑非等作《张叔良先生小像》