



产业化:农民画发展全新路径

农民画必走产业之路

虽然中国美术界对“农民画”的内涵和外延尚缺乏清晰界定,但农民画注重对农村生产、生活场景的描绘,色彩艳丽、构图饱满的画面特点以及迥异与都市生活的乡村情调都使其区别于主流的中国美术创作。在快速的城市化进程中,这些带有淳朴民风的乡村画作,引起了众多都市收藏爱好者和不少海外藏家及艺术机构的兴趣,一些农民画甚至漂洋过海成为当地出口创汇的一个新路径。不少地方政府更是下大力气,为农民开办工作室,请专业美术教师指导创作,建设农民绘画专业展示场所等,努力将农民画打造成一张特色鲜明的当地文化名片。

这样看来,如今的农民画具备了“文化搭台,经济唱戏”的属性,产业化是农民画不可回避或者说是一个早已注定的发展方向。作为一个产业,农民画不仅需要完整的产销链条,更需要建立一整套完善的营销体系。各地政府、各地美协以及专业的营销公司在其中应该扮演什么角色值得我们斟酌。

产业化需建产销平台

以綦江农民画为例,在綦江县委、县政府的高度重视下,綦江业已形成浩浩荡荡的10万创作大军,不少农民画家取得了少则年收入2万至3万元,多则十几万元的可喜成果。农民画创作工作室、綦江农民版画院、小学、初中特别设置专业版画课等使我们看到了当地政府对版画人才储备的重视。而努力开发衍生产品,将版画印制于扇子、T恤衫、靠枕之上,并将农民画创作与当地旅游相结合无不体现出政府引导农民画产业多元发展的创新思路。

可綦江农民画如何打开全国和海外市场,如何建立广泛的市场认可度,如何形成强有力的文化品牌都值得当地政府进一步思考。

放眼全国,农民画产业化刚刚起步,问题自然不少。农民画创作队伍不难建立,难的是如何搭建一个产销平台,如何建立起“拳头产品”形成区域优质品牌。这远非政府一己之力所及,我们需要专业的经纪公司,需要优秀的营销包装队伍,需要专业的设计团队将农民画转化为高附加值的工业产品。这里面更牵扯到一个核心问题,让农民画产业化首先是要农民发家致富,而农民画的产销利润如何分配,在将农民画延伸为工业产品后,农民的利益,如版权如何保证,不仅需要切实可行的政策依据,同时需要相关的法律保障。

说了这么多,似乎农民画就是和钱相关的一个产业。但农民一开始创作农民画的初衷,显然并非为了养家糊口,农民画调查小组负责人李荣海曾说过,农民画是永不熄灭的中国艺术精神火种。这样看来,在农民画背后不仅蕴涵着可观的经济价值,而且它理应成为中国美术大家庭中的一员,成为中华文明优秀传统文化的传承者。文化价值与经济价值的双赢或许是我们探索农民画产业化康庄大道的一个必要前提。



中国的农民画创作肇始于上世纪50年代,如今从陕西户县到浙江秀洲、舟山,再到广东龙门,农民画的创作队伍遍及祖国大江南北。特别是进入新世纪以来,先后涌现出河南民权和上海金山等富有鲜明地域特色并逐渐形成产业化的农民画创作基地。由先前的自发创作到今天的定产定量,中国的农民画创作者正在摸索着一条发家致富的新路子。

◎林子

“这里的版画家太幸福了!农民版画真精彩!”一位来自中国宝岛台湾的版画家在参观完不久前举办的第二届中国重庆·綦江农民版画艺术节开幕展览后由衷的感叹道。虽然这位版画家在话语中对綦江版画创作环境的赞叹自是应有之义,而其背后折射出的对新中国成立60年来,农民美术发展取得成果的惊叹更值得深思。

真假鉴定

◎黄鼎

当今书画造假成风,任何一位在艺术市场上有相应经济价值的古今书画名家,几乎都不能幸免于被冒名顶替的噩运。从保护书画消费者的角度说,揭开各式各样书画作伪的神秘面纱还只仅仅洞悉了书画作伪“产业链”的一部分。因此,从本期开始笔者将分上、中、下三回来讲解有关名家书画售假招术的内容,希望能给广大艺术品消费者带来一个提醒与警示效果。

开门见假

“开门见山”是一句常用成语,现在却成了书画鉴藏活动的“普通话”,其词意有些许变化,一般指某件署名某名家的作品一打开看就立即会被懂行者认定为真迹,一点都不会让人生疑,也就是作品很典型,质量上好的意思。这里,笔者改为“开门见假”,意思是说有的售假者在某经营场所(以拍卖行为主)抛售某伪作时,有意将成品放置在展示、出售的“第一顺序”的这样显著位置。

之所以出现此现象,笔者认为与三个因素有关:一是近几年书画作伪的总体水准在大提高,名家赝品与真品的表面差距比大家想象的要小许多,能当场立辨一件书画真假的收藏者罕有。加上中国艺术品经营的“特殊性”,或者说是国内法律的“真空地带”,导致许多书画经营者卖假书画时并不一定需要躲躲闪闪或偷偷摸摸行事了,反而敢公开而大胆地吆喝;二是从心理学角度分析,“第一顺序”往往会给有所期待的观者造成“先入为主”、“忘乎所以”的判断结果;三是收藏爱好者到拍卖行购书画,惯性思维总以为最先出场的书画必是“招牌货”,于是乎就一定有“先下手为强”的“冤大头”。

以真掩假

业内行家指出,每一场书画拍卖会的成交率和成交价的高低与所投拍作品的总体质量及真伪所占比例有直接的关系。此话不假,如果在某拍卖公司组织的一场拍卖会中,所上拍作品绝大多数都是真迹,同时该拍卖公司以往的经营业绩与口碑尚好,那么假设说有人或是无意或有意地在众真迹中掺杂进一件或两件署名某名家的赝伪成品,最后其“顺利”成交的概率就相当高,笔者本人就多次目睹到此等事例。

如图1陆俨少山水画疑伪成品很值得在此一说:该作曾于2007年11月在北方某拍卖公司上拍,最终成交价达50.4万元。拍卖那天,笔者看到排在该成品前后位置的陆俨少作品共计五件,质量均不差,故而对图1似起到“提携”作用。问题是,此疑伪画作的真迹母本图2于2001年11月也是在这家拍卖行被竞拍出去的,当时成交价只有6.6万元。可那却是地道的出版原作啊,其出版出处是1987年上海人民美术出版社出版的《陆俨少画集》第63页。

频繁入市

伴随经济与文化的飞速发展,近几年我国艺术品市场的规模空前扩大。现在在我国的大江南北,以

名家书画售假招术大全(上)



图1



图2

艺术品拍卖行为为主的书画经营机构其数量到底有多少根本就无人能数得清,而且这些机构的客源来自于四面八方,“生面孔”的收藏者多如牛毛。这等市场状况无形中为不法者抛售手中形形色色的书画赝品提供了“天赐良机”。据笔者观察,不但有些做工较“到位”的伪作可以一蹴而就地在拍卖行拍出高价;甚至某些“仿工”平平的成品也可以在“频繁入市”操作中觅到买家。诚然,出现此现象的原始动机似有所不同:一种占多数的是策划者存心要抛售某件署名某名家的伪作,他们在某处拍卖不掉的书画,可以很快再转到另一家拍卖行,再不成交就再挪窝,直至得手才罢休;另一种占少数的是有的买家购藏入某伪作后,或是自己醒悟或是他人告之真相,故又半主动半被动地再拿到拍卖行中想“解套”。

“托”市

拍卖行出于为某名家或公司的“面子”考虑叫若干人到拍卖场“抬价”的举动已然不是什么秘密。这里所谓“托”市,不仅仅只是要“曝光”某作品虚假成交的事,而是专门揭露有些售假者为达到抛售某名家伪作的目的,策划雇几个“托儿”,“混”坐在竞买席的各个方位,到时轮番举牌,设局诱骗那些冲动型的,爱跟风的买家。说白了,就像现在各地长途客车上时常上演的“易拉罐中奖”或“外币兑换人民币”之类的骗子所设下的局。凭笔者个人的见闻和判断,在当前所有拍卖行落槌的伪作中,起码占五分之一以上的数量是依仗此手段投出去的。

中国金币收藏与投资漫谈

虎虎生威话虎币



十二生肖,是我国一种古老的民俗文化事物。中国古人用天干地支相配合来纪年,还把十二地支以十二种动物,并赋予他们各自不同的象征意义,形成了特有的生肖文化,是中国传统文化不可或缺的重要因子。

为了充分展示中国历史悠久的生肖文化,中国人民银行自1981年始发行生肖系列贵金属纪念币。经过多年的发展,时至今日,生肖系列已是中国贵金属纪念币发行历史上重要的经典延续项目,为传播中华文化,弘扬民族审美情趣起到了十分重要的作用,深受广大集藏爱好

者的青睐。

在十二生肖中,虎自古以来在人们的心目中是威武、勇猛、雄健和生气勃勃的象征。虎的形象在我国几千年的历史发展过程中占据着颇为显著的地位。作为本年度贵金属纪念币发行的压轴大戏——生肖系列之2010中国庚寅(虎)年金银纪念币于今年10月22日发行。该套纪念币共15枚,其中金币8枚,银币7枚,均为中华人民共和国法定货币。规格重量上,金币为1/10盎司、1/2盎司、5盎司、1公斤和10公斤,银币为1盎司、5盎司与1公斤。形制上延续了以往生肖项目,圆形、梅花形、扇形、长方形多姿多彩。材质上,本色与彩色交相辉映,今年更是新增了5盎司彩色银币。发行量上,由于近年来生肖彩色金银币的需求呈现不断扩大的发展趋势,央行将生肖彩色金银币的发行量由3万枚扩大到了8万枚。

从己丑(牛)金银币开始,中国人民银行即对生肖金银币采取了整轮设计的方案。本色金银币背面图案采用主次结合设计艺术手法,而彩色金银币背面图案采用传统吉祥生肖彩色造型。虎年本色金银币背

面主图是一只栩栩如生的大老虎,次图为虎头,虎目炯炯有神,百兽之王威严毕现。从整体设计来看,构图新颖、造型饱满、别具一格,具有浓郁的中国传统艺术风格;虎年彩色金银币背面图案则是一只五彩斑斓的彩色小老虎,衬以传统吉祥花卉,设计别致,华丽端庄,在色彩设计上突出了“红色”喜庆色彩,祥和喜庆之意油然而生于币面,让人爱不释手。从己丑(牛)金银币的市场反响来看,生肖的新一轮设计获得了市场的肯定,激发了消费者的投资和收藏热情。

据中国金币上海银泰专营店相关负责人介绍,庚寅(虎)彩色金银币是第二轮彩色金银币的第一枚品种,加上5盎司生肖彩色金银币又是第一次发行,具有一定的龙头地位。因此庚寅(虎)金银币的发行引起了消费者的极大关注。由于首轮彩色生肖龙头彩金虎的价格较发行之初已有了较大幅度的增长,加之在目前国际黄金价格不断上涨的市场背景之下,虎年生肖币强势登场,虎虎生威,受到大众热烈追捧也在情理之中了。

咨询热线:400-880-1360