

唐昌科: 匾额收藏之路越走越宽

◎本报记者 杨琳

上世纪90年代初,金融专业毕业的唐昌科任职于工商银行广西分行证券部,后被派往上海管理证券业务。1997年政策规定银行与证券要脱钩,上海证券部只得撤消。在走与留之间,唐昌科选择了离开工商银行,而留在上海组建了自己的团队,除了继续从事金融业务之外,还涉足食品、IT等行业。由于出身书香门第,唐昌科对于家族文化和史料研究自少年时期就兴趣浓厚,他的收藏之路就此展开。

收藏也可强强联手

第一次涉足收藏,源于家中保留的一块祖传匾额。本来是3块匾额,一块被毁烧,一块被家族中人用来制作了木箱,唐昌科藏下了最后一块并保护至今。在对这块牌匾进行研究,唐昌科感受到了中国匾额文化所蕴涵的丰富的文物和艺术价值。1995年,尚在银行工作的他除了生活必需支出外,把所有收入都用在收藏上。随着个人公司的创办,财力逐渐强大,使他对中华匾额的收集和研究的更加系统。他走南闯北,不仅对匾额在全国的散布线路有了清晰的了解,同时也建立了一张细密的“线人网”。只要出现了不错的匾额,消息必定第一时间传到唐昌科的耳朵里。不知不觉中,1300多块匾额已经聚集在唐昌科的身边。

然而,收藏到如此境况时,唐昌

科也感受到了巨大的压力。一是储藏这些匾额需要巨大空间,个人宅地根本无法容纳;二来随着经济的发展,大众对古玩的了解和认识逐渐清晰,匾额的市场价位也不断攀升,如今花上好几倍的钱也不一定能收到好货,而且还要谨防造假者。然而唐昌科并不想放弃,因为散落在民间匾额很多都没有得到保护和价值认可,他决定坚持下去。此时,他想到了商场上的“强强联手”策略,他问自己:“收藏为何不能这样呢?”

这个时候他想到了12年前自己的证券客户王力一,他知道王力一也非常喜欢收藏,并对匾额极感兴趣。于是,唐昌科与王力一拍即合,由王力一出资,唐昌科负责收购,两人一同踏上了收集古匾之路。如今两人的匾额收藏量已达4000多块。这样的合作让两位志同道合之人对中华匾额文化的保护和收藏达到极致。据唐昌科透露,如今他们的行为已经得到山东济南政府的重视。去年5月,山东省文化部门批准了他们在济南建立“华夏匾额博物馆”的项目申请,并在博物馆建设用地和融资方面给予了极大支持。

匾额收藏衍生出“寿文化”收藏

在匾额收藏道路上已经走至巅峰的唐昌科并没有满足,如今他逐渐将资金和精力转向了他的第二个题材“中国长寿文化”的系统收藏。唐昌科告诉记者,“长寿文化”这个题材的收藏灵感来源于匾额文化。在长期对中华匾额



唐昌科



恩隆五豆



升平人瑞

的收藏和文化研究过程中,他发现了许多体现中国长寿文化的细节。他拿出一块道光15年的牌匾《恩隆五豆》介绍,该匾之含义为“皇恩浩荡,年届八十之

证券业出身的唐昌科迷上了匾额收藏。但一个人收藏似乎“孤单寂寞、势单力薄”;谁说收藏不能像商场上一样强强联手呢?他把自己的证券客户王力一也“拉下了水”。于是,独乐乐,变成了俩乐乐,而正在筹备中的“华夏匾额博物馆”和“中国长寿文化博物馆”,将会让更多的人看到他们的宝贝,真正变成“众乐乐”。



望隆杖国

喻。“豆”本指古代的一种食器,在这里“五豆”为八十岁之雅称。在【周礼·乡饮酒义】中有记载:六十者三豆,七十者四豆,八十者五豆,九十者六豆。还有一乾隆43年匾额《望隆杖国》,意为“德高望重,年届七十”。《礼记·王制》中记载:“七十杖于国”,谓七十岁可拄杖行于都邑、国都,后作七十岁的代称。唐昌科又拿出一个小小的挂匾《五代期颐》说:“此匾非名家之作,在书法以及篆刻方面也无特殊之处,为百姓人家日常用,然而匾额内容却耐人寻味。因为‘期颐’喻为百岁,说明该家族的5代人中都有百岁老人出现,象征该家族的长寿兴旺。”不言而喻,几块匾额的阐释,就可显示出中华寿文化的精湛和趣味性。

如今,唐昌科的“中国长寿文化”收藏已持续5年,与寿文化相关的瓷器、木雕、字画、匾额、家具等器物已逾300件,其中基本都是清代和民国时期的物品。对“长寿”的乞求一直都是中国传统文化中非常典型和重要的环节,因此各种器物上都有表达,如匾额的边框,建筑的门框、窗框上都会用“五蝠捧寿”、“暗八仙”等图案表现祝寿之义。在长寿文化的

系统收藏中,唐昌科主要围绕三个主题展开:首先是绘有长寿传说故事的器物,如“八仙庆寿”、“瑶池献寿”、“麻姑献寿”等都是中国民间盛传的长寿故事;另一个主题是具有寿龄雅称表达的器物,如“五豆”、“期颐”(100岁)、“杖乡”(60岁)、“杖国”(70岁),还有“杖朝”(80岁)等雅称;第三个主题则是带有长寿吉祥图案的器物,如猫、蝴蝶(耄耋之意)、绶带鸟、松、鹤(松鹤延年之意)等图案。

唐昌科透露,他正在上海千年古镇——朱家角筹建着他的“中国长寿文化博物馆”,复旦大学文博系朱顺龙教授对这个题材也产生了浓厚的兴趣,正与他一同从事“中国长寿文化”的研究。唐昌科表示,收藏不在于个体物件价值多少,而是“整体价值”的体现,这种整体价值更为可观。因此,他一直都不介意将自己的收藏思路与人分享,甚至欢迎志同道合之人加入,合作式收藏不仅在财力和眼力上可以彼此协作,而且收藏所需的精力也可彼此分担。否则,光靠个人力量要做一项完善和系统的收藏是非常艰难的。

真假鉴定

书画“摹古”造假法之“相对克隆”成品辨识

◎黄鼎

本期要开始讲一种“诈”性十足的书画“摹古”造假法。为了能详尽、深刻地揭示该书画作伪秘密,首先要先说明一下与该作伪术的出现有直接关系的书画鉴藏、研习与创作的三种普遍现象:一是随着艺术市场的持续升温及收藏人数的骤增,书画名家宛若“众星捧月”。尤其是那些大师级名家,在许多收藏爱好者心目中俨然已经被“神化”。二是艺术市场上流通的名家书画作品,必有早、中、晚期之分,有一种名家早期研习艺术时期留下的摹仿前辈名家经典手迹的手迹(摹仿性习作),是以“忠实”、“再现”他人笔墨为特点,它“不具有当局名家个人的艺术风格”,与通常鉴定执笔人作品的“标准”差异较大,而恰恰是这类带有诸多不确定性与疑团因素的“名家作品”现在在市面上较流行。三是个别书画名家在中晚年创作的成熟期尚有“摹古”癖好,他们把摹仿前辈某名家某作品的“像”视作是自己“创作”能力高的体现。

有上述三种的“特定情境”,书画“摹古”造假手法便“应运而生”了。请注意,这里的“摹古”二字是加引号的,表明其实质多数皆是“谎说”、“假托”与“诈称”,少数是克隆

自原本就存在的一件原作。我梳理了一下,“摹古”造假计有“相对克隆”、“绝对克隆”、“仿制”与“改款”四种操作法,此次先揭示“相对克隆”成品。

“摹古”造假法的“相对克隆”术与我以前说过单纯的“相对克隆”作伪法有近似处,与“更名克隆”更相似。只要是某书画名家曾经(客观上)作过一些摹古类型的某些作品,造假者就都能专门针对某名家的具体情况实施作伪。举例说:书画名家张大千、陆抑非和于非闇等名家早年均临摹过不少宋、元、明、清存世的经典花鸟画作品,那么若作伪者想造他们作品的假时,只要去相对克隆(仅题款作变通一下)某件古代花鸟画作品,然后署上诸如“某年某月某人(被作伪名家的名字)临摹本”之类的数字,或连同原作的题款也一并克隆下来,便就完成了一件“摹古”型伪作的赝造。当然,以此法还可作出其他许许多多名家的赝品,其造假的操作空间确实是相当大,客观上也“允许”赝品与所选用母本存在某种程度的误差与不同。

此件署名张大千的图一成品在拍卖行现身过数次,其母本图二也系我很熟悉的一幅清代画家八大山人的作品《瓶菊图》。论图一

成品,它笔墨浮浅,缺失严谨度,像是一位初学者作的临摹品,无论如何与擅长摹古的张氏手迹“对”不上号。我判断这是某作伪者先临摹了八大山人真迹《瓶菊图》,然后在画上伪造出一个张大千的款识。

看罢图一和图二似乎能让我们明白一个基本道理:辨识“摹古”型“相对克隆”成品,既要认真审视当局作品的笔墨与造型,又要尽可能多地了解该名家早年的书画临习习惯。只有双管齐下做辨识,才是“对症下药”的最佳鉴定对策!



图一

图二

艺术理财专线:021-38967656 艺术理财专邮:artfortune@gmail.com

艺术理财专栏

投资者该如何参加各种艺术品拍卖会

浙江某上市公司董事长问:2008年艺术市场春季拍卖即将开始,请问拍卖公司如何确定其拍卖时间和日程,作为刚涉足艺术品的投资者,该如何参加?

艺术理财专线答:春季拍卖会一般从4月上旬开始,一直延续到7月下旬,其中最为热闹的是5月份,各大小拍卖会都聚集在此时。国际大型的拍卖公司的拍卖时间相对固定,如香港苏富比,2006年春拍时间是4月7日,2007年安排在4月8日,今年定在4月7日。香港佳士得则在5月24日左右举槌。

国内的大型拍卖公司主要分布在北京和上海两地。香港的苏富比与佳士得相继拍完后,北京和上海紧接而来。保利和嘉德作为国内拍卖公司巨头,安排两个不同的时间段。香港苏富比与佳士得还将举行大陆巡展,主要城市是北京和上海。北京的保利、嘉德等大型拍卖公司也会在上海、广州、杭州等地巡展。在拍卖前的两周,拍卖公司将印刷好的拍品图录寄到买家以供其参考。这些买家名单一般是拍卖公司长期经营建立起来的,具有较强的针对性。

投资者要根据各个拍卖会预展的拍品品相以及自己的资金、时间安排来确定参加哪些拍卖会。并在选定拍品后设定心理价位,充分了解最经常、最直接的对手的资金实力,对比同类拍品在各拍卖场的估价等等,不可在拍卖现场的热烈氛围中一味跟风追拍,最后导致资源浪费。

在确定了拍卖时间后,各拍卖公司举行两到三天的预展。香港的苏富比和佳士得还将举行大陆巡展,主要城市是北京和上海。北京的保利、嘉德等大型拍卖公司也会在上海、广州、杭州等地巡展。在拍卖前的两周,拍卖公司将印刷好的拍品图录寄到买家以供其参考。这些买家名单一般是拍卖公司长期经营建立起来的,具有较强的针对性。

投资者要根据各个拍卖会预展的拍品品相以及自己的资金、时间安排来确定参加哪些拍卖会。并在选定拍品后设定心理价位,充分了解最经常、最直接的对手的资金实力,对比同类拍品在各拍卖场的估价等等,不可在拍卖现场的热烈氛围中一味跟风追拍,最后导致资源浪费。

(本报实习生 于晓芹)