

艺术复制品升值“神话”扑朔迷离

孙巧拙

三大促销手段

一位业内专家曾说,当艺术品的价格超过大多数人的购买力时,复制品就诞生了。所以,在当前文物艺术品天价满天飞、收藏市场也近乎无“宝”可淘的时代,复制品终于显山露水,分得一杯羹。这样的大好商机,商家自然不会放过。于是,一些复制品的推广活动开始大张旗鼓地铺开,复制品的收藏价值和升值潜力也被无限放大。总的来看,商家的宣传手段大致有以下3种。

手段之一:举办“高端”展览。本来价格不高的复制品,经过“高端”展览一包装,马上就能从一介平民变成贵族。一位任职于某家私人银行的理财顾问王先生,曾被郑重邀请参加某画廊举办的“皇冠”画展,还号称是VIP预展。但在展览现场,当王先生看到作品的标价时,不禁惊呆了——880元。他心想:肯定是工作人员一时疏忽漏掉了一个“万”字。可挨个作品看下去,发现所有画作的价格都在1000元上下。这时,王先生才终于明白,原来自己参加的只不过是一个复制品展览。

手段之二:制造新鲜名词。商家在复制品的名称上大做文章,用一些专业术语故弄玄虚。2009年的一次北京冬季房展会上,主办方特别邀请了几家画廊捧场,其中一家画廊推出了某著名画家作品展。而这些作品的标注上,写的既不是油画,也不是丝网版画或印刷品,而是“综合材料”。据该画廊工作人员介绍,所谓“综合材料”,即是画家原作通过高仿复制技术印在画布上,然后请美术学院学生在原作的轮廓上添加油彩笔触,最终完成看似大师原作的作品。而在业内人士看来,这种“综合材料”其实就是复制品。

手段之三:强调升值潜力。强调收藏品的收藏价值和升值潜力是商家惯用的手段,复制品也不例外。2009年,一个名为“中外历代书法名画复制展”的展览在重庆展出,该展策展人在宣传中再三强调:“收藏复制品是私人拥有国宝级文物的唯一途径”“一些高仿真

一幅吴冠中早年的油画真迹,拍卖上动辄百万元甚至千万元的价格,实在令人望而却步;可是,一幅精致的复制品却只需1000元,你会为它动心吗?一件雍正官窑瓷器真品,或许倾其所有你也无法拥有其一,但一件价格只需数万元的复制品,你会为它掏腰包吗……曾经被人不屑一顾的复制品,如今俨然成为了收藏市场的“香饽饽”。买不起真品,那就退而求其次,买复制品吧。于是,收藏者将它买回家,作为收藏品“藏”起来;白领们将它抱回家,作为家居品“摆”出来……一些商家瞄准商机,也纷纷打起了复制品的主意,举办“高端”展览,制造新鲜名词,强调升值潜力,一时间,各种复制品层出不穷,书画、瓷器、雕塑……令人眼花缭乱。可是,这些复制品到底有多少收藏价值?它们是否真的能够创造升值神话?



在某网站上,郎世宁《八骏图》的复制品报价仅为4850元;而该画真品最近一次成交价为1661万元。图为《八骏图》局部。

复制品还能进行拍卖”。而当笔者与一家复制品销售网店联系时,客服人员也极力游说:“这些复制品足以乱真,买回去收藏不仅显得有品位,而且据专家预测,以后真品升值了,复制品也会跟着升值。”

别指望靠它发财

“复制品盯上中产阶级”,就目前来看,中产阶级是复制品销售最大的受众。在商家看来,中产阶级通常受过良好教育,对审美需求比较高;但由于收入有限,他们无法将价值不菲的原作纳入收藏,因此复制品自然会吸引更多人的眼球。这也是商家盯准中产阶级的最主要原因。

“谁不愿意买真品啊,但真品太贵,我这种小编辑根本买不起!”中信出版社编辑孙小姐道出了很多复制品购买者的心声。在她看来,复制品比原作便宜得多,摆在家里也显档次,“可以说复制品是给普通人一个亲近真品的机会。”

但是对投资复制品持怀疑态度的人也不在少数。山水画家萧

海春从1996年开始就陆续购藏复制品,到现在已经买了400多件,但只是为了把它们“作为教育学生的最好教材”。“复制品只是复制品,如果有人购买,首先不应该考虑它的收藏价值。复制品的存在意义并不是投资和升值,很多艺术品的真迹已经损坏或者早就不知所踪,复制品的出现是为了填补空白,减少世人无法看到原作的遗憾。所以,复制品的实用价值远远大于收藏价值。”日本二玄社美术部总编辑高岛义彦对媒体这样表达他的观点。

台湾师范大学教授何怀硕也表示,尽管现代高精度精密制作的复制品,在视觉效果上等同于原作,但毕竟不是原作,它们在材质、触感、气味等方面都不可能完全一样。因为它只是原作的拷贝,只有技术、材料的成本而已,是人人可得的。“就如同杜甫诗的原作手稿价值无可估价,但一本杜诗全集只值几百元台币而已。”

北京百雅轩画廊负责人李大钧则奉劝购买普通复制品的人不

要抱着增值的幻想:“我们公司的名家和名作仿制画是利用丝网印刷技术制造的,在这一点上它区别于故宫的手工临摹作品,我们一直强调不要把这样的仿制品当做艺术品来看。虽然在材质或形式上它都接近原作,但我们仍把它定位为‘艺术出版’作品,并不把它当艺术品,这些仿制画是没有什么升值可能的。”

难道复制品就没有收藏价值了吗?并非完全如此。对于复制品,我们不可一概而论,其中一些制作精良、限量发行的精品复制品,还是值得藏家出手的。判定复

与前些年十分风光的连环画收藏相比,2009年的连藏市场冷清许多,北京潘家园、上海文庙等全国著名的连藏市场人流明显减少,连环画交易量锐减,市场里老版精品连环画十分罕见,唱主角的都是上世纪七八十年代出版的普通连环画和近10年来发行的再版连环画。难怪一些资深连藏爱好者感叹,近一年来好货难觅。

虽说去年连藏市场有些低迷,但仍有一些亮点值得一提。2009年4月下旬举行的“重庆市第三届(全国)连环画交流拍卖会”上,精品连环画的成交情况令连藏界分外惊喜:一本原价只有0.22元、品相为9.8品的《潘必正与陈妙常》连环画,以底价5000元起拍,经过众多买家的激烈角逐,最终拍出了5.1万元的全场最高价,该价格也成为迄今为止国内单册连环画成交的最高价。这本由朝花少年儿童出版社1956年初版初印的“小人书”,经过半个多世纪后身价竟然暴涨20多万倍!在这次拍卖会上,共有134本(套)书进行了拍卖,其中有53本连环画的定价在千元以上,而上万元的竟有9本之多。这充分显示出连藏爱好者对老版精品连环画还是十分青睐的。

老版精品连环画之所以受到追捧是因为其存世量极为有限,据悉,目前老版连环画单一品种存世量50册以上(指品相完好)的已相当少见,其特有的收藏价值会随着年代的推移而越来越高,故现在收藏正当其时。而精品连环画原稿更是受到市场热烈的追捧,在2009年11月21日,在中国嘉德2009秋拍“新中国美术”专题夜场拍卖中,程十

制品是否具有收藏价值和升值空间,可以通过3个标准,即原作价值、原作名气和复制技艺。

比如北京故宫博物院馆藏的清乾隆粉彩霁蓝描金花诗句大瓶,真品仅存世一件。这种国宝级文物,私人藏家根本不可能拥有。但是由著名制陶大师亲自操刀,并在原作产地景德镇仿制而成的类似复制品,仍然具有较高的收藏价值和升值空间。这样的高仿复制品,就值得藏家关注。据北京故宫博物院专家介绍,复制品的收藏价值主要取决于它的数量和复制质量。“真正高品质的复制品实际上是对艺术理解和消化的成果;故宫的画师一年只能临摹一两幅复制品,这些复制工艺精湛的复制品本身就可以作为艺术品来收藏。”

市场还需规范

面对五花八门的复制品,当商家卖力宣传、极力抢占市场的同时,有人开始担心这个无序的市场会带来不良的后果。一些业内人士提议,有关部门应制定相关法规,以规范复制品的制作与销售。比如出售文物复制品应标明复制的机构名称和“此件为复制品”的字样,切不可与原作混淆蒙骗买家。而收藏者在选购艺术复制品时也要注意,流水线上批量生产的印刷品、粗制滥造的地摊货,就算被冠上再响亮的名头、用再正式的展销方式销售,也是没有收藏价值的。

也有业内人士提醒广大收藏者,购买、收藏复制品的行为本身无可厚非,但在这个“忽悠”流行的年代,收藏者一定要擦亮眼睛,千万不要被那些升值的神话所迷惑,千万不要被原作用在拍场上拍出的天价冲昏了头脑,千万不要幻想通过藏品升值而一夜暴富,否则很容易被商家的忽悠蒙蔽了双眼。任何收藏都是一样的,都需要端正收藏的心态,具备一定的收藏知识,复制品收藏也是如此。收藏者收藏复制品,一定要具备一定的文物知识,要对艺术品制作工艺有所了解,把握好对原作价值的认识。最重要的是,收藏者应当怀有对传统文化、艺术的喜好,因为热爱而收藏。

资讯 快速

世博投资金条成沪上收藏新热门

新年伊始,上海世博会贵金属特许产品借着世博会的东风,成为世博年市场投资的新热点。日前,全球首次发行的世博会主题投资金条系列产品在上海上市,该系列全部采用纯金铸造,分为10克、20克、50克、100克、150克、500克6种规格限量发行。

该系列金条由3个世博会主题元素——上海世博会会徽、吉祥物和中国馆3个分画面设计组成,背面统一由“中国2010年上海世博会”中英文字体组成。金条上的世博会会徽、中国馆以及

吉祥物海宝主题画面可满足消费者纪念世博、收藏世博的需求,兼具投资与收藏纪念的双重意义和功能,因而一上市,即刻引发沪上市民抢购热潮。该系列金条在当日上海黄金交易所现货金价基础上每克加15元人民币进行销售,又以现货金价每克减4元人民币公开回购,销售和回购价格透明,也满足了消费者黄金投资的需求。据了解,本次世博投资金条由上海世博会特许产品经营办公室授权福麒珠宝首饰公司制造发行,中银金行公司总经销。(文风)

联合国在京首发十二生肖邮票

1月10日,为纪念中国第一轮生肖邮票发行30周年,由联合国邮政管理处、国际政府间集邮组织和国际集邮协会共同发行的《生肖邮票》世界生肖邮票珍藏宝典,在京举行大中华区首发仪式。

据介绍,《生肖邮票》分为上下两册,其中包含盖有联合国纪念邮戳的“生肖邮票发行首日封”一枚,中国“80猴”与联合国会徽联体邮票小版张一版10枚、中国第一轮生肖邮票小全张一版12枚、中国第二轮生肖四方联邮票

96枚、港澳两地发行的所有生肖邮票,以及美国、马尔代夫等10余个国家和地区特别发行的十二生肖工艺美术小全张11版130枚等,共含生肖邮票261枚,售价6930元。整套邮册创意独特,具有历史、文化、投资等多重价值。据邮票专家介绍,此套邮品中最受国际邮坛关注的,是创造中国邮坛神话的80版生肖猴票第一次与联合国会徽连体发行。据悉,《生肖邮票》全球只同步发行3万套,中国市场已争取到1万套发行量。(王佳)

“虎物”贺岁首图

“摸摸虎头,吃穿不愁;摸摸虎嘴,驱邪避鬼;摸摸虎身,步步高升……”1月9日,“虎年贺岁——原创图画书手绘原稿展”在首都图书馆开展,此次活动将持续至1月21日。

展览期间,展出了《小老虎头鞋》、《神奇虎头帽》和《虎头妞》3本2010年新上市的原创

图书的48幅手绘原稿。展览现场,观众还可欣赏到多位民间手工艺人当场展示传统虎头鞋、虎头帽、布老虎、剪纸虎、面人的制作工艺。据了解,3本图画书以陕西民俗、福建闽南和江南独特的地域习惯,展示了不同风格的虎头鞋、虎头帽和布老虎。(马霞)

拉斐尔素描拍出3.25亿元刷新世界记录

据英国《卫报》讯,世界上最昂贵的素描画记录日前被意大利文艺复兴时期绘画大师拉斐尔的作品《缪斯的头像》所刷新。

素描《缪斯的头像》日前在英国佳士得拍卖以2920万英镑,折合人民币3.25亿元的天价成交,从而刷新了世界最昂贵素描画的记录。这幅素描作品《缪斯的头像》150多年来从未公开拍卖过,过去50年也仅

公开展出过一次。原先对其的估价是1200万至1600万英镑,但最终比比估价多出一倍的价格成交。

拉斐尔是与达·芬奇、米开朗基罗鼎足而立的文艺复兴艺坛三杰之一。他的作品代表了当时人们最崇尚的审美趣味,成为后世古典主义者不可企及的典范。其代表作有油画《西斯廷圣母》、壁画《雅典学院》等。(婷文)

连环画老版本 受追捧

彭浦

新版本 遭“滑铁卢”



程十发绘连环画《欢迎毛主席》

相关链接

如何看待连环画的市场价格

连环画投资不像邮票和纪念币,有一个比较准确的市场行情价格,在不同时期、不同地点和不同的人群中,其成交价格会相差很大。这一方面因为连藏爱好者比集邮爱好者少得多,连藏交易市场不如邮票交易市场那样规范;另一方面,传世的连环画种类、版本、存世量、品相也不像邮票那样有可比性。但经历了十几年的发展,连环画市场的行情和价格还是有一定规律的。一般说来,普通的上世纪80年代连册5元到15元,绘画美、品相好的20元到50元,名家绘制、获奖佳作、发行量少的100元到300元;“文革”连册普通版本的50元到100元,名家名作、品相好、“文革”味浓郁的200元到1000元;老版连册普通品种200元到2000元,绘画、题材、一版一印、名家名作、品相好的卖3000到5000元也属正常,至于特别精美的、系列成套的大部头古典题材连环画价格则可达1万元至10万元。

藏品 赏荐

兼备人生与自然之美

——李菊生陶瓷作品赏析

丁敏京

李菊生是运用高温颜色釉于瓷上绘画的倡导者和践行者。所谓颜色釉是指在陶瓷基础釉料中加入包含着金属元素的物质,烧成后使釉层呈现某种固有色泽的釉。我国陶瓷颜色釉品种繁多,色彩缤纷,依据烧成温度,一般可分为高温颜色釉和低温颜色釉两大类,烧成温度超过1250度的颜色釉属高温颜色釉。我国高温颜色釉瓷始自商代,渐进至康熙、雍正、乾隆时期达到巅峰。因其具有“光”“色”“透”“洁”“幻”的审美特性,故被推崇为“人造宝石”,备受珍爱。古人曾赞美:“绿如春水初生日,红似朝霞欲上时”“烟光凌空星满天”“夕阳紫

翠忽成岚”……然而限于釉料化学组成、颗粒细度,烧造气氛、时间、温度和操作办法,以及坯体在窑中的摆放位置,甚至气候等苛刻条件,有些高温颜色釉瓷的烧成相当困难且代价沉重。随着清朝的衰落,“千窑难得一宝”的传统名贵高温颜色釉瓷生产技术逐渐失传。

几十年来,中国工艺美术大师李菊生经过无数次失败历练,不仅掌握了高温颜色釉的配制、涂饰,尤其是烧造过程中难以驾驭的釉色变化特点和相互渗透及流动的规律,而且成功开创了高温复合颜色釉瓷上绘画的运用,促进了我国釉下陶瓷绘画进入一

个新阶段。李菊生注意汲取东方文化精髓,挖掘现代文化内涵,突破当今工艺美术价值观念,借鉴西方传统和时尚美术技法,发挥中西绘画功力,倾心于对社会、人生、自然的体味,逐步形成了彰显清雅的格调,“千窑难得一宝”的偶然条件中创作出一些颇具独特效果的作品,例如《塞外风情》、《昭君出塞》、《双吉图》、《秋风送爽》等。以《塞外风情》为例,其作品釉色润透,风格纯朴,构图紧凑、奔放大气,整个画面在刚与柔、动与静的立体交融中,表现了祖孙亲情、人性的真善美。《塞外风情》、《秋风送爽》分别由中国国家博物馆、中国工艺美术馆收藏。



《塞外风情》(局部)



《双吉图》



《昭君出塞》