

淡泊写人生 情寄山水间

叶剑鸿和他的梅溪书画社

■ 特约记者 方令航 报道

最早认识叶剑鸿是在中国兰花之乡兰溪的一次书画雅集上,当时也是元旦岁首,在一座乡镇小学的教室里,叶剑鸿与他的画友们挥毫泼墨。后来还有一次机会,到了他在兰溪横溪镇天山公园兴建的梅溪书画社,兴致勃勃地随他参观展厅、陈列室、研究室、创作室等,听他讲述一砖一瓦从各地自采而来的喜悦。君子之交淡如水,直观感觉叶剑鸿是一个儒雅、有文化底蕴的人,虽然对书画研究不多,但陆陆续续参与他组织的活动,欣赏他的作品,也可以领略到一种价值取向:让中国山水走向以民族文化为主体,以笔墨为本位的审美追求。

多年来,叶剑鸿端着一方砚,握着一支笔,带着一张纸,游走于大小山水间,留下了千余幅画稿。他著有《笔墨留痕·叶剑鸿诗文书画集》、《笔墨留痕·叶剑鸿写生集》两书,在《收藏界关注的中国画家》系列丛书,他的山水精品更是自成一辑。浸淫在书画界二十余个春秋,叶剑鸿认定自己的起步在梅溪。梅溪流域的山水给了叶剑鸿创作的灵感,焕发了他艺术创作的激情。因此而创建的梅溪书画社,这些年影响力也不断扩大,一步步向外走,社员、基地已经遍及十余省。2014年的初雪刚下,“同绘黄岳,共话宾翁”书画艺术研讨会就在安徽黄山市汤口龙鹏山庄举行,梅溪书画社、黄山书画院的浙徽两地二十余位著名书画家齐聚一堂,登黄岳口风写生之余还进行了书画交流笔会,梅溪书画社黄山创作基地同时揭牌,有力促进了两省文化的发展繁荣。

梅溪自古多英杰

少年时期,叶剑鸿的偶像是叶庆文。叶庆文与叶剑鸿同村,按照辈分他俩的关系是爷孙,即叶庆文比叶剑鸿大两辈。叶剑鸿读初中时,叶庆文就已在雕塑界脱颖而出,叶剑鸿非常崇拜叶庆文,曾在作文中写道向庆文爷爷学习,将来争取成为一名雕塑家。

不过,叶剑鸿情有独钟的还是书画。少时家贫为贴补家用,他曾挑着鸡蛋翻山越岭四处叫卖。日子寒酸,一手漂亮的字让他的童年充满了自信和阳光。在老家读小学是复式班,

五个年级的学生在一个教室听课。老师在墙那头教四年级的孩子,叶剑鸿在墙这头的黑板上写二年级的生字。当老师用竹条指着这些字教同年级的学生朗读时,他的内心充满了自豪感。读中学时,叶剑鸿一有空就习练软笔书法,书法越写越好。村民认可了他的书法,一放寒假不少村民拿着红纸到叶剑鸿家,让他帮忙写春联。在村里写完,叶剑鸿还到墩头或马涧的集镇上去写,一角钱一张的红纸,经过裁裁写写就能变成一元钱,一个寒假下来,父母大致不用为他下学期的学费操心。

书法,给少年叶剑鸿带来了人生追求的底气。美术,则更给他增强了艺术追求的信心。在梅溪流域,叶剑鸿最敬佩的书画家是方增先。方增先的美术造诣不同凡响,他的人品也是有口皆碑,先贤楷模燃起了希望的火光,山水画终于成了他一生的不解之缘,方增先也成为梅溪书画社名誉社长。因为骨子里深深的爱,叶剑鸿二十年来出没于名山大川,风餐露宿,把自己对大自然的真实感受融进水墨中。在“法古人、师造化、通古今、化我法”的互渗互济中,他不断提高不断求变,逐渐形成了自己独特的表达方式,形成了属于他的画风,笔力沉雄,苍润清雅。

书画虽高雅,但不至于凌空蹈虚失了地气。十多年来,叶剑鸿组织梅溪书画社社员下乡入村为农民义务书写春联、为书画爱好者作艺术辅导、举办书画义卖等活动多不胜数,一方艺术沃土,端赖民风淳朴。受之于民而回馈之于民,艺术的气象不失民间的活泼。著名油画家宋永进谈到叶剑鸿时说:“他能常年坚持外出采风,踏野草、探深山、寻古道、访名作,品味田园之芳香,欣赏山川之灵秀,聆听空谷之幽声,体悟传统山水画之意境。行笔落墨之间,世俗的烦恼渐渐远去,他仿佛走进了那个敬仰已久充满诗境的远古生活。此时此刻,他或许正与山民在平和的对饮中享受清闲和惬意,或许正与隐士在静谧的对话中渐入禅境。”

多重调和至真至美

书画同源,书与画在用笔上规律相类。叶剑鸿认为,书与画皆为心画、手画,书画笔墨技巧相通,取境造韵相似,呈现灵性,喷发的皆是生命才情。上大学时,叶剑鸿被请去做了



仅小自己二三岁学生的书法老师,在高高的讲台上津津乐道书法入门与登堂入室的元素。1996年机缘巧合,叶剑鸿遇到了金华知名画家施明德先生,真诚拜师学艺,开始了他的另一种感悟。

从梅溪起步,叶剑鸿反哺梅溪。2001年叶剑鸿发起成立了梅溪书画社,吸纳了浙中梅溪流域的众多书画爱好者,许多本来籍籍无名的书画爱好者,一步步成长为中国书画界的后起之秀。追求艺术,感悟人生。叶剑鸿觉得五味调和才是天下美味,五彩调和才是天下景观,五音调和才是至美音乐,多重调和才能抵达艺术的至真至美。除诗书画外,叶剑鸿还爱好收藏,痴迷古玩,其号便为无砚研主,顺乎自然,是道家的学说。叶剑鸿说,年轻时精力旺盛,是人的上升时期,要夯实知识的基础。步向中老年,阅历丰富,思想成熟,如远山远帆与云天,愈远愈虚,最终至无。叶剑鸿是一个对艺术非常执着的人,他崇尚石涛、八

大山人、黄宾虹那样的艺坛巨匠,成为一个丹青妙手是他美丽的梦想。

出门在外,不断寻找书画创作的灵感,感悟随时随地被美景触发。视野开阔后的叶剑鸿思考的不仅是自己作品的风格形成,还有中国山水绘画的现状与走向。他认为,当下受“欧风美雨”东渐和社会经世致用的双重标准的影响,“惟妙惟肖”的品评标准遮掩了中国画的笔墨本体。希望通过自己的努力,让中国山水画回归到以民族文化为主体。为此,他远学古人,从唐宋元明的山水画开始,如饥似渴地汲取着中国博大精深的山水画营养。尤其是对黄宾虹的笔墨艺术,更是深入地研究学习,既有继承又有创新。他用自己的笔墨语言,用自己的心灵,去诠释,去营造自己的笔墨世界。正因为叶剑鸿汲取了古今笔墨精神,其作品笔法娴熟,线条流畅,意境宽远,气韵灵动。加之他本人儒雅的性格和深厚的文化功底,让他的作品又流淌着韵致隽永的精神

气象。北京工艺美术出版社社长、著名美术评论家贾德江评价:“叶剑鸿把笔墨视为与自然与生命情调的显现,是天地生命的自我表达,是自然万象通过笔墨而获得的文本之美,传达出中国文化的物我两忘、天人合一的思想。”

古代文人是一个孤傲的群体,他并不指望所有人都看得懂他的作品,也不会因为你看不懂而不去这样画。在他们心里,作文书画的前提必须要有修养,先会做人再做艺术,修养到了以后品味、学识跟上去,然后再去追求技术,最终通过技术把自己修身的结果反映出来,表现出来。红尘间有的人为追求名利乐此不疲,有的人穷其一生找寻一段感情的归宿,而叶剑鸿则沉醉在他的艺术世界里。梅溪之水永不干涸,正逢创作最佳时期的叶剑鸿,在上下求索后,一定会创作出更多的精品力作,无愧于秀丽梅溪,无愧于伟大时代。

■ 特约记者 林华 报道

2013年12月21日,一则“苏轼《功甫帖》被上博称为伪本”的新闻聚集了收藏界的所有注意力。争议的焦点是上海藏家刘益谦2013年9月在纽约苏富比以8229万美元购得的苏轼《功甫帖》被上海博物馆鉴定为伪作。这一新闻也让企业家收藏进入公众视野。

近年来,国内艺术品市场的发展速度很快,令人目不暇接。而站在市场最前沿的企业家们,纷纷将触角伸向艺术品收藏领域,并且形成了规模,甚至有许多企业家已成为中国收藏的领军人物。

从去年以来,中国国内的企业收藏资金全年大约在450亿元左右,活跃在北京、上海各大拍卖场上的买家,70%以上是企业家。

有关专家指出,中国艺术品市场的风浪、暗礁和险滩很多;而企业收藏刚刚起步,今后有许多路要走,中国企业收藏的巨大能量还远远没有发挥。只要有更多的企业参与收藏,参与艺术市场建设,维护艺术市场健康发展,中国艺术市场发展的前景是无限美妙,非常乐观的。

企业家掀起收藏热潮

2013年11月,在纽约佳士得拍卖会上,大连万达集团以1.72亿元的“天价”拍得毕加索名作《两个小孩》;2013年12月,在北京保利拍卖会上,以1228亿元创今年内地艺术品秋拍纪录的黄胥名作《欢腾的草原》花落宝龙集团。

这只是冰山一角。2013年12月12日,2013上海国际收藏论坛首次发布由上海国际收藏协会、新艺经艺术研究院联合调查出品的《中国机构收藏调查报告》。

报告指出,从去年以来,中国国内的企业收藏资金增幅较大,全年大约在450亿元左右。中国收藏家协会注册的5000多名正式会员中,企业家约占20%,并且申请入会的企业家仍然络绎不绝,其购买力占整个艺术品市场的60%以上,活跃在北京、上海各大拍卖场上的买家,70%以上是企业家。

近年来,国内艺术品市场的发展速度之快可谓令人咋舌。而站在市场最前沿的企业家们也纷纷将视角转向了艺术品收藏投资领域。

企业收藏在中国有多年历史。在国内艺术品市场未被放开以前,许多大型国有企业,例如,一些老牌饭店、宾馆等公共场所凭借着政策优势,一般都会将名家书画、古代珍玩收入囊中,将其作为室内装饰或陈设。因此,他们成为了国内最早从事收藏的企业。

随着国民经济发展,不少企业也意识到企业收藏的好处,纷纷把投资眼光投向艺术品市场,自九十年代国内艺术品拍卖兴起后,短短的十多年时间里,中国企业市场得到了迅猛的发展,企业介入艺术品投资也是与日俱增。

企业家钟情艺术品收藏

从2004年开始,中国艺术品市场里就一直流传这样一种说法:“大量来自民营企业的资金进入艺术品投资领域,现在境外的买家吃书画已经吃不过境内的老板。”

据称,在这些民营企业中,主要有北一南两大军团。北方军团以北京、山西和东北的企业家为主,注重历史价值。南方军团以江浙企业家为主,注重艺术价值。

近年来,大连万达集团涉足艺术品市场,在国内外有影响的拍卖会上,大连万达集团屡屡有惊人之举。2013年11月,在纽约佳士得拍卖会上,大连万达集团以1.72亿元的“天价”拍得毕加索名作《两个小孩》;之前,大连万达集团在纽约佳士得拍卖会上以2800万美元拍得毕加索的油画《克劳德和帕洛玛》。

大连万达集团董事长王健林在收藏界浸淫20多年,他的收藏以中国书画为主,傅抱石、吴冠中等多位近代书画名家的众多精品都被其收入囊中,除了书画,瓷器、玉器、文玩等也均有涉猎。

由于北方军团介入时间较早,但是南方军团势头更猛,总投入资金后来居上。2012年以2.16亿元天价竞得过云楼藏书的江苏凤凰出版传媒集团受到公众的关注。

上海藏家刘益谦创造了近年来艺术品拍卖市场的多个天价纪录,陈逸飞《长笛手》8344万元、清乾隆御制紫檀“水波云龙”宝座8578万港元、齐白石《可惜无声·花鸟虫册》9520万元、吴彬《十八应真图卷》1.69亿元、王羲之《平安帖》308亿元。

近三年来,刘益谦在艺术品方面的投资不低于30亿元。2010年12月,北京保利拍卖行举办了一场刘益谦夫妇藏画展,展出60幅中国画,仅投保价值便超过15亿美元。

2004年6月26日,南京天地集团老总杨休以6930万元豪资,夺得陆俨少《杜甫诗意百开册页》。20多年来,杨休一边做企业,一边做艺术品收藏,如今他收购了以近现代书画为主的艺术品5000多件,并建立了江浙一带最大的私营博物馆——长风堂博物馆。

在江浙,目前至少已有100多个类似的私人艺术博物馆,并且仍处不断扩充之势。据估计,在南京仅在房产领域就至少有二三百位企业家在较大规模地投资艺术品。仅在慈溪、宁波两地,投资艺术品金额在1亿元以上的企业家就有三十位之多。

在北京、香港,甚至纽约、日内瓦等各种艺术品拍卖会上,中国企业家的身影屡屡出现,他们对心头所好往往不吝于一掷千金,大举介入艺术品收藏与投资,成为中国艺术品亿元时代的助推者。

企业家何以钟情收藏

据估算,在中国艺术品拍卖行业的总成交

额中,国内企业家的直接或间接投入已经占到了40%左右。

企业收藏发端于国外,究其缘由,一方面是通过收藏达到融资甚至赚钱盈利的目的;另一方面,企业收藏的意义早已超出艺术品收藏本身的范围,完全成为以强大经济实力为后盾的企业公关大战,成为企业之间为扩大自身影响、提高知名度、推销自己的又一条新途径。

投资艺术品收藏领域,首先具有保值、增值的作用。与个人资金投入相比,企业收藏背后是大量的资金跟进,因此有更广阔的选择范围,更容易将价值高的藏品收入囊中。而在市场上,这些藏品堪称“软黄金”,不但保值功能强、抗风险力强;而且升值功能也颇为可观。

据有关方面预测,目前中国艺术品的价格正以平均每年30%-50%的涨幅迅速增值;也就是说,投资艺术品收藏的回报率更大,成为“钱生钱”的又一良方。

目前有许多企业家已经把收藏作为投资经营的一个方向和分散投资风险的一种手段。一些企业家热衷于在艺术市场上大显身手,不仅财富惊人,而且企业家精通大额的风险投资决策。因此,运用起来得心应手。

企业家通过收藏还可以避税。近年来,中国的税务部门已经开始注意到,一些企业将艺术品投资的开支算作该企业的“经营设施”项目,摊入到企业经营成本中,以此减少企业在账面上的赢利数额。由于“经营设施”年年都要折旧,最后将折成为零资产。

然而,艺术品实际上却未必在贬值(甚至在不断升值),最后还可以合法地转归个人。某些企业家就是通过这种方式,达到减少甚至规避税收的目的。换句话说,企业的收藏行为确实有避税之嫌。

企业收藏与企业文化、企业品牌的塑造紧密相连。对于企业来说,收藏高档艺术品是树立企业形象的一种手段,可以收到意想不到的宣传效果,这也成为了企业从事收藏的最大动力。

在人们印象中最具轰动效应的莫过于中国保利集团公司从香港购回圆明园3件兽头一事。在此之前,中国保利集团在广东房地产业的实力并不是很雄厚,而2000年为3件国宝付出努力后,其名声大涨,旗下的房地产业也不断推向新的高度。

由于企业文化不可能一朝一夕形成,通过投资艺术品,可以在潜移默化中熏陶企业领导者与企业员工,形成“亦商亦儒”的文化氛围。而“艺术无国界”能将企业的层次提高到文化层面,超越了原先的行业界限,拓宽了企业的交往范围,反过来促进企业的实际经营和发展。

企业家热衷于艺术品收藏,多是在有一

定经济实力之后追求文化、提升个人品位的需要。对企业收藏行为调查发现,超过70%的企业都宣称,企业收藏行为源自首席执行官的个人兴趣。当企业的控制权和决策权被集中起来时,企业高层决策者就有可能从企业的收藏行为中获益。因为他们可以将股东的财富用于个人的在职消费。

不少企业的收藏主攻方向确实与该企业高层的个人兴趣非常接近。例如,天地集团董事长杨休就坦言:“开博物馆一方面是我的个人爱好,另外也是天地集团在文化产业上的尝试。”诸如此类的例子不一而足。

此外,企业收藏还有利于企业资产的调整。长期以来西方一些大型公司就十分推崇企业收藏的综合功能,将文物艺术品作为一种有效的融资工具,广泛参与企业收藏,把继续购买的文物艺术品纳入总资产中,作为其多元化资产结构的组成部分。

值得一提的是,一些企业收藏活动已经由单纯的利益追逐转向承担社会责任,因为企业较一般收藏者拥有较强的经济实力,而相比国家收藏又灵活得多,这有利于使市场上出现的许多珍贵艺术品得以保留下来。

种种迹象表明,企业参与收藏已成为企业营销战略的重要组成部分,是传统的收藏活动在现代市场经济条件下的新发展,把企业推向了收藏领域的前沿,使企业文化与企业的发展走向一个全新的历史舞台。

企业家收藏前路险恶

据称,由于市场价位被一步步抬高,传统的收藏者和一般的艺术品经营商将与精品市场渐行渐远。以企业家为代表的新富势力成为了这个游戏的玩家,从某种意义上讲,收藏的门槛显然正在“水涨船高”。

在纽约、伦敦,在北京、上海,国内外各种艺术品拍卖会上,中国企业家的身影屡屡出现,他们从纵横四海的商界风云中抽身出来,将投资眼光定在艺术品上。

艺术品市场巨大的交易额显示,中国艺术品市场确实已经进入了资本时代。如果说前几年还是某个富裕阶层代表以个人的身份进入艺术品市场,那么现在民营企业则成为收藏主力,而个人藏家正在被边缘化。

据透露,江浙富豪现在像炒房子、炒股票一样炒艺术品。如果他们对于某个画家的作品感兴趣,就会想方设法先把这个画家的所有作品买断,然后囤积起来,再斥巨资进行宣传、包装和炒作之后,将这些作品适时抛售。

而社会资本的介入很容易就能形成垄断格局,操控价格追求暴利,这只会伤害藏家的利益。收藏行业将成为继楼市、股市之后资本豪赌的新舞台。

有关专家表示,中国企业家如此投资或投机艺术品,其结果大多昙花一现。就短期的经验观察而言,没有足够的理由认为目前企业家涉足艺术品市场是最好时机。

哈佛大学商学院教授凯夫斯指出,早在1970年代,一些企业家就将艺术品视为对抗通货膨胀的有效对冲工具。企业家的收藏行为通常开始于企业利润丰厚,现金流充足的时候。而在企业经营的困难时期,或者企业控制权发生变革的时候,企业通常会出售这些艺术品。

据称,企业家在艺术品市场上投入的资金主要有两个来源:一是企业积累的闲置资金;二是企业不断产生的现金流。这些资金的来源将在很大程度上最终决定企业的收藏行为和艺术市场的前景。

企业家涉足艺术品的资金来源情况使得我们对企业家收藏的前景表示担忧。其中有绝大多数企业都是在运作良好、资金充裕的背景下,抱着各不相同的动机入市。这意味着这些企业很有可能由于日后的经营不善、资金短缺、高层易帅等诸多原因而将艺术品大规模地出售变现。

不仅如此,由于经济环境变化对于绝大多数企业而言,都是一种难以有效规避的系统性风险。因此,一旦经济环境稍有变化,很容易造成一系列的连锁反应。在这种情况下,当许多企业家大规模地抛售艺术品时,将会给艺术市场带来的负面影响和巨大冲击。

事实上,艺术品市场的兴衰与宏观经济有着密切的联系,宏观经济好,艺术品市场往往会走强,反之则会走弱。换言之,艺术品同股市一样,也有系统性风险。

近日在南京进行的秋拍上,有一些企业家因为急需资金而拿出来拍卖的字画藏品。在这些企业家的眼中,平日里收藏的字画在紧急时就成了他们的融资渠道。

艺术品既然成资金“蓄水池”,那么企业急需资金周转,能否有人“接棒”?对此,有关专家表示,现在的企业家仅凭个人喜好收藏艺术品,难免收藏赝品,而赝品是不会有“接棒”的!

2013年9月,上海藏家刘益谦以8229万美元(约5037万元人民币)在纽约苏富比拍卖会上拍得苏轼《功甫帖》。但上海博物馆书画部相关研究人员鉴定这件《功甫帖》是伪作。

值得引起关注的是,目前国内的机构收藏,尤其是企业收藏还在起步阶段,存在着不少问题。现在国内机构收藏仅仅处于一个“收”的阶段,简单地购买艺术品,不少企业虽然建起了美术馆,却缺乏自己的收藏体系。

据称,现在的企业家仅凭个人喜好收藏艺术品,或是仅凭一两专家帮助机构建立收藏体系,这样不可能建立起一个好的机构收藏。好的机构收藏,应该是在美术史的价值判断基础上,形成机构收藏的价值观。在明确价值判断的基础上,才会使收藏目标定位明确,富有特色。