

艺术与资本的桥梁

零售价 RMB ¥58.00元

217

2024/02

收藏投资 导刊

COLLECTION & INVESTMENT



主管 / 新华通讯社

主办、出版 / 中国证券报有限责任公司

访谈

专访金服公司总经理于合军：
盘活资源创新服务 助力文创产业绽“芳华”

投资热点

蓄势“起飞” 低空经济开启万亿新赛道

艺术+新消费

求新求变 非遗助力掘金新消费

市场聚焦

“无蛙而蛙声可想矣”
——从一封雪藏的书信读齐白石的《蛙声十里出山泉》

拍场点晴

2024香港春拍新动向

封面题图：AIGC绘画 白露时绘制 北京大学文化产业研究院 AI文创实验室 提供图片

金者，日之色也，六合俱照，万物繁息，厚德载焉。

牛者，耕稼之本，荷重致远，大才备焉。

金牛奖，唯德才兼备者得之。

金牛獎



收藏投资导刊

COLLECTION & INVESTMENT

编委

丁坚铭 \ 张朝晖 \ 闻召林 \ 张德斌

主编

丁坚铭

责任编辑

苏娟 \ 尧小锋

美术编辑

王建华

事业发展部

车亮 \ 张洋 \ 齐峰

编辑部垂询

010-58228006

发行垂询

010-58228006

广告垂询

010-58228006 / 63070550 / 58228028

本社地址/邮编

北京市宣武门西大街甲97号中国证券报社西区711室 \ 100031

国内统一刊号: CN11-5940/G0

国际标准刊号: ISSN 1674-9553

广告经营许可证: 京西工商广登字20170159号

季刊出版 第2季 6月25日

定价: RMB ¥ 58.00元

制版印刷

北京盛通印刷股份有限公司

分色、制版、印刷

北京市北京经济技术开发区经海三路18号

邮编 \ 100176 电话 \ 67887676-855

★ 杂志如有印刷、装订质量问题, 请直接与北京盛通印刷股份有限公司联系调换。

★ 本刊所刊登任何广告真实性、正确性完全由广告提供者负责。《收藏投资导刊》版权所有, 未经许可, 不得转载。

融媒体网站:



北京永乐2024春拍现场

06

访谈 | INTERVIEWS

专访金服公司总经理于合军：
盘活资源创新服务
助力文创产业绽“芳华”

10 泰康美术馆：商业向善 美育力量

14

投资热点 | INVESTMENT HOTSPOT

蓄势“起飞”
低空经济开启万亿新赛道

18 露营热“小帐篷”撬动户外新消费

22

艺术+新消费 | ART & NEW CONSUMPTION

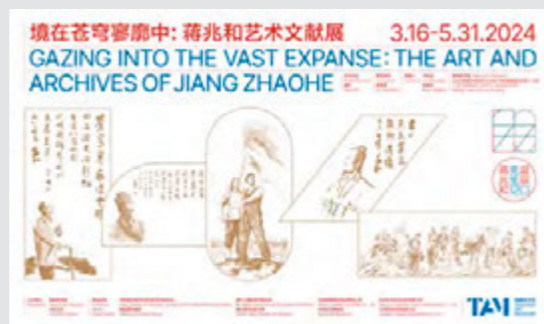
求新求变 非遗助力掘金新消费



46

文投观察 | CULTURE INVESTMENT

科技与艺术融合 AI生成艺术展兴起



27 解密“绵柔鼻祖”
读懂洋河“火起来”的非遗

32 古越龙山掀“微醺”潮饮

36 会稽山：重新定义“低度中国酒”

41 品味津门非遗：桂发祥十八街麻花



50

市场聚焦 | MARKET FOCUS

“无蛙而蛙声可想矣”
——从一封雪藏的书信读齐白石的
《蛙声十里出山泉》

54 齐白石《蛙声十里出山泉》
背后的故事

58 2024年香港巴塞尔艺术展观后



66

拍场点睛 | AUCTION HOUSES

2024香港春拍新动向



74 2024内地春拍走势分析

79 2024春拍重点拍品赏析

84 纽约亚洲艺术周拍卖观察



92

匠心创意 | CREATIVE WORKSHOPS

什刹海：一本绘不尽的文旅诗卷



专访金服公司总经理于合军： 盘活资源 创新服务 助力文创产业绽“芳华”

文以载道，金以融通。繁荣发展文化事业、文化产业，离不开金融“活水”的支持。为助力文创企业高质量发展，近日，北交所金融街服务基地“约会”文创企业，帮助与会文创企业对接金融资源和相关服务，特别是针对文化企业发展过程中的痛点与需求，进一步发挥金融对文化产业的支持作用。

北京金融街服务中心有限公司（简称“金服公司”）是北交所金融街服务基地的日常运营管理单位。北京金融街研究院理事长兼执行院长，金服公司执行董事、总经理于合军日前接受中国证券报《收藏投资导刊》记者专访时说，将继续加强与各银行等金融机构的合作，为文化企业融资搭建平台，为推动文化与金融合作营造良好的生态圈。

文——杨洁



☆ 北京金融街服务中心有限公司执行董事、总经理于合军参加2023年金融街论坛

对接文创企业资金需求

冬奥会吉祥物“一墩难求”，文艺演出购票“一票难求”，马面裙成为新春战袍，文博场馆人山人海……近年来，伴随着文化自信的增强，文化产业也“火”起来了。

今年全国两会期间，文化和旅游部部长孙业礼谈及这股文旅热潮会不会持续的问题时表示：“高品质的文化生活促进形成高品质的消费需求，高品质的消费需求又拉动和促进高质量的发展，高质量的发展反过来又会为人民群众提供更高质量的文旅产品和供给，这种互动循环会有力促进我国现代化建设进程。有了这样一个背景和逻辑，文旅不热都难，‘文旅热’不持续下去也难。”

在于合军看来，推动文化产业高质量发展，需要积极发挥金融要素支撑作用。他举例说，高质量的文创产品开发，往往需要较大的前期投入，包括设计、模具制作、材料选择等，这些都可能导致成本上升。同时，随着科技的发展，文创企业往往需要利用新技术如AR、VR、AI等，提升产品的互动性和体验性，因此文创企业可能会面临资金链紧张的问题，特

别是对于初创和小型企业来说，资金往往是限制其发展的主要因素。

针对中小型文创企业的资金需求，进一步深入推进普惠金融工作十分必要。尤其是在北京金融街这片经济热土，集聚了全国三分之一规模的金融机构资产，要进一步提升运营服务能力，拉近资本与企业、金融与实体经济的距离。

于合军介绍，“我们金服公司致力于为中小企业提供全周期、多元化服务，内容涵盖政策宣导、政务延伸、业务拓展、投融资对接、上市培育等”。

据了解，目前金服公司在服务中小企业方面建立了“1个基地+1个平台+多维度服务”的服务体系。“1个基地”即北交所金融街服务基地，除此之外，为缓解中小微企业融资难、融资贵的问题，在北京市西城区政府领导和金融街服务局支持下，金服公司还搭建了西城区小微企业金融服务平台，旨在整



☆ 什刹海文创园



☆ 北交所金融街服务基地揭牌



☆ “融享汇”——智慧启航·文化融新暨西城区服务企业持续优化营商环境交流活动

魅力月坛微信公众号图片

合辖区内中小微企业、金融机构、政府有关职能部门等各个角色，打造企业融资闭环，助力政府和金融机构落实普惠金融政策，为企业提供优质综合性金融服务。

金融如何更好地为作为实体经济的文化产业服务，逐渐成为社会各界关注的重要议题。于合军介绍，2022年的金融街论坛年会开设“金融活水助力

文化产业高质量发展”平行论坛，研讨文化产业发展。

加强知识产权服务

近期，北交所金融街服务基地深度组织参与“融享汇”——智慧启航·文化融新暨西城区服务企业持续优化营商环境交流活动。在该次活动中，上海银行、高榕创投等金融机构，向与会文创企业介绍了各自的服务模式，考虑到文创企业普遍属于轻资产运营，特别推出知识产权专项融资产品，进一步创新了对文创企业的服务。

于合军强调，文创产品往往涉及原创设计和文化元素，版权和知识产权的保护尤为重要，“文创企业需要采取措施保护自己的设计不被侵权，同时也要避免在设计中侵犯他人的知识产权”。

在知识产权保护方面，他介绍，2023年，在北京市知识产权服务中心、西城区市监局（知识产权局）、北交所的共同支持下，北交所金融街服务基地成功揭牌设立北京证券交易所企业上市知识产权公共服务工作站，这也是北京市首家专业领域知识产权公共服务工作站，主要为北交所相关企业提供知识产权公共培训、知识产权法律咨询、知识产权规划及保护等综合化服务。

于合军表示，该工作站可为文创企业提供知

专项培训、政策法律咨询、知产规划及保护等各类相关服务，同时依托金融街金融资源聚集优势，联合专业金融机构持续创新知产融资服务。

以金融创新 擦亮历史文化“金名片”

近年来，北京发挥全国文化中心示范引领作用，大力推动文化和金融融合、文化和科技融合、文化和旅游融合等“文化+”战略，文化产业步入高质量发展阶段，文化产业实现增加值占地区生产总值的比重连年超过10%。

作为北京营城建都的肇始之地，北京西城区更是文化资源高度集聚，古都文化、红色文化、京味文化、创新文化交相辉映。北京市西城区统计局网站数据显示，2023年，西城区规模以上文化产业共计477家法人单位，累计实现利润总额103.7亿元，同比增长12.2%。

为进一步推动文化产业高质量发展，2022年10



☆ 北交所企业上市知识产权公共服务工作站启动

月，西城区发布《西城区推动文化产业高质量发展若干措施》（简称“文化产业十条”），提出鼓励文化企业上市发展、优化文化金融服务体系等举措。“文化产业十条”提出，做好文化金融精准赋能，发挥好西城区金融优势，积极组织金融街及区域内投融资机构开展专场融资对接会，为优势强、潜力大、高成长的文化企业融资提供“点对点”的精准支持和金融服务赋能等。

于合军介绍，西城区尤其是金融街，拥有得天独厚的金融资源，支持文化产业在内的实体经济高质量发展，金融街义不容辞。目前，金融街集聚各类金融机构1900余家，重点金融机构800余家，总部企业175家，有16家位列财富世界500强，驻区金融机构资产规模超过130万亿元，占全国金融机构资产规模比重1/3。

2018年以来，金融街进一步创新服务体制，按照“政府授权+跨界共治+专业运作+市场机制”的架构模式，形成北京金融街合作发展理事会、北京金融街服务局、北京金融街服务中心有限公司、金融街论坛“四位一体”服务机制；针对拟上市企业，首创金融街服务局与金服公司“政府+市场”的上市服务“双

管家”团队，并建立了与交易所、金融机构及专业服务机构的强链接机制，打造“交易所+政府部门+专业服务机构+权威媒体”的上市服务联合体，全面提升服务能级。

于合军说：“金融街将以最好的营商环境、最好的合作平台、最好的政策体系、最好的服务机制，赋能优质创新型中小企业发展。”

☆ 供图/金服公司



泰康美术馆：商业向善 美育力量

在中国现当代社会发展的过程中，艺术以其独特的方式记录着时代的变迁与文化的演进。泰康美术馆通过一众聚焦中国现当代艺术作品的展览，揭开了这一时期艺术与生活、个体与社会之间的微妙关系。

展示艺术、推动公众互动、促进文化教育……泰康美术馆将艺术的种子播撒开来，让艺术成为连接过去与未来的桥梁，也搭起了公益与商业的“鹊桥”。正如泰康保险集团创始人、董事长兼首席执行官陈东升所言，泰康美术馆是一种商业向善的力量。

文—— 赵白执南

探索当代中国 “众生相”

一位身着汉族服饰的文士，悠然坐于矮榻之上，手持画卷、执笔沉思，目光凝视着身旁的侍者，在他面前陈列着各色古物珍玩。画中人背后摆放着一面山水屏风，其上悬挂着一幅与他容貌相同的半身画像，形成了“画中画”的奇妙效果。

这幅《是一是二图》所蕴藏的哲学内涵，正是泰康美术馆最

新一期展览希冀探索的命题。6月16日，泰康美术馆推出首个不以泰康收藏为主的群展“是一是二：镜象与幻化”，串联起当代艺术作品与《是一是二图》之间那些或具象或抽象的微妙隐喻。参展作品来自十五位当代中外艺术家，体现了他们对于自我形象与认同的不懈探求，更以中国本土哲学思想拓展我们认知世界的维度。

在5月，泰康美术馆也刚刚结束了“春季双个展”，一是“境在苍穹寥廓中：蒋兆和艺术文献展”，一是“赵半狄：创造不止温暖不息”。

“境在苍穹寥廓中：蒋兆和艺术文献展”的展览主题来自蒋兆和先生晚年时（1983年）的自画像题识，“苍穹寥廓凌云鹤，四海波光浴彩虹”。画中的蒋先生面带微笑仰望苍穹，仿佛他亲身经历的20世纪中国发生的沧桑巨变一幕幕在自己眼前闪过，

贫苦不屈的人民、开国大典的欢欣鼓舞，保卫和平建设祖国的时代潮流，筚路蓝缕以启山林的中国现代水墨人物画的教学体系，在自己的笔下都留下了生动的记录。这幅自画像是他在不断变化的社会与历史背景下，保持“为民写真”的艺术探索的勇气和创新精神的写照，故泰康美术馆以“境在苍穹寥廓中”为题举办展览，向蒋兆和的艺术人生致敬。

赵半狄的时代和蒋老很不一样，他的作品也更多反映了鲜活的当代生活：艺术家大学时期至上世纪九十年代早期的绘画作品至今被传颂赞叹。而后，1999年进入北京地铁站的一系列公益广告、2005年《一个人的奥运会》、2010年发起的“用创造力换一座孤老院”、2020年开始的总体艺术作品“赵半狄的小窝”……他将“创造”和“温暖”逐渐交集在一起，带来属于当代的轻松交流、沟通关怀。



☆ 清 丁观鹏 乾隆帝是一是二图

蓄势“起飞” 低空经济开启万亿新赛道

近期，全国多地纷纷发布低空经济高质量发展行动方案，这条新赛道正在拉开一场速度大比拼，仅5月以来就有北京、广东、江西、南京、深圳等省市密集“放大招”，今年已有近20个省份将低空经济写入2024年政府工作报告。

铨景基金FOF基金经理郑彦欣称，低空经济是全球竞逐的战略性新兴产业，是培育和发展新质生产力的重要方向，相对传统飞行器，电动垂直起降航空器（eVTOL）在安全性、智能性、经济性和环保性方面的优势显著，低空经济未来3年至10年会有非常快速的成长，有望带动数万亿级别的市场规模。

文—— 刘伟杰



☆ 东部通航的直升机准备降落在深圳市中心的大中华直升机场

新华社图片

多地竞相深入布局 低空经济

5月中旬，北京市经信局发布的《北京市促进低空经济产业高质量发展行动方案（2024—2027年）（征求意见稿）》提出，在确保安全的前提下，力争通过三年时间，低空经济相关企业数量突破5000家，在技术创新、标准政策、应用需求、安防反制等领域形成全国引领示范，带动全市经济增长超1000亿元。

意见稿提出了六大重点任务：持续加强低空经济技术创新引领、巩固低空制造全产业链竞争力、构建监管及运行服务技术支撑体系、打造全国低空飞行应用创新示范、优化低空基础设施、形成低空安防反制全国标杆。

作为低空经济领跑者的广东，其近期提出的未来三年发展目标则更高。广东省人民政府办公厅在5月下旬印发的《广东省推动低空经济高质量发展行动方案（2024—2026年）》提出，计划三年内打造世界领先的低空经济产业高地，低空经济规模超过3000亿元，基本形成广州、深圳、珠海三核联动、多点支撑、成片发展的低空产业格局，培育一批低空经济领域龙头企业和专精特新企业。

该行动方案提出了8项共29条具体措施，在加快推进低空空域管理改革、适度超前布局低空基础设施、积极拓展低空应用场



☆ 工作人员（右）在广州低空航展上向观众介绍小鹏汇天飞行汽车旅航者X2

新华社图片

景、提升低空产业创新能力、打造世界级低空制造高地、推动支撑体系建设等方面精准把控低空经济产业发展切入点，并计划通过政府投资基金等方式支持低空产业发展，探索通过市场化方式组建专项基金，引导更多资金投向低空经济重点领域。

此外，南京市近日也发布了《南京市促进低空经济高质量发展实施方案（2024—2026年）》，提出到2026年底空经济发展水平稳居全国第一方阵，全市低空经济产业规模发展超500亿元。同时，《江西省制造业重点产业链现代化建设“1269”行动计划（2023—2026年）》，明确支持赣州、九江、吉安、上饶等培育发展低空经济产业集群。深圳市出台的《深圳市支持低空经济高质量发展的若干措施》，围绕企业培育、技术创新、产业应用示范、基础设施供给等方面进行针对性资助。

郑彦欣表示，地方低空经济专项政策密集出台，加速产业拐点来临。部分地方已经出台了支持低空经济发展的政策文件等积极举措将为后续低空经济健康发展形成一个个有力的催化节点，推动相关产业链的深度融合与协同发展加速低空经济产业拐点的到来。此轮低空经济政策相比上一轮，在政策、产业等多个层面均有重大突破，行业正处于加速落地阶段，万亿市场有望逐步到来，看好低空制造、低空服务和低空运营三大环节。

有望拉动 数万亿级别市场

广义上，低空经济是指在3000米以下空域内，以有人驾驶和无人驾驶航空器的低空飞行活动为牵引，辐射多领域的综合性经济



☆ 5座eVTOL（电动垂直起降）航空器盛世龙在深圳蛇口邮轮母港附近海域上空飞行

新华社图片

形态。低空经济是“航空+”式的新兴融合经济形态，核心是航空器与各产业的“组合式”经济形态，如“农林+航空”、“体育+航空”、“电力+航空”、“公安+航空”等。

粤港澳大湾区数字经济研究院的低空经济白皮书显示，到2025年，低空经济对中国国民经济的综合贡献值将达3万亿至5万亿元。

排排网财富研究部副总监刘有华表示，低空航空器的创新主要在无人机和eVTOL，eVTOL有望成为低空经济最瞩目载体。基建是发展低空经济的基石，包含监管设施等，其中ADS-B系统随着雷达的发展成为新的航空管理设备。低空经济作为新兴的融合经济形态，产业辐射面极大，从制造端上游基础材料横跨到下游服务运营。

今年2月底，eVTOL“盛世

龙”从深圳起飞，经过约20分钟的飞行，降落在珠海九洲港码头。这是全球首条跨海跨城电动垂直起降航空器航线的公开首次演示飞行，同时也是低空出行商业化运营的重要探索。

据悉，eVTOL“盛世龙”由上海峰飞航空科技有限公司自主研发，起飞重量2000公斤，可载5人，巡航速度可达200公里/小时，核心模组100%国产化。业内人士称，在进行大规模应用以后，未来深圳到珠海的单座票价为两三百元，是打车钱的半价，时间更是大幅缩短。

根据公开资料，上述航空器在获取适航证后，预计将于2026年开启载人飞行。深圳至珠海这一飞行航线由深圳市东部通用航空有限公司运营，未来将计划推动更多的航线运营和商业化场景

落地。

黑崎资本首席投资执行官陈兴文认为，eVTOL飞行器具有环境友好、经济性高、便捷性强、安全性高和效率高等优势。它们不产生尾气排放，运营成本较低，能在狭小空间起降，具备冗余系统确保安全，且适合城市间的快速运输。在陈兴文看来，飞行汽车是全新的工业“新物种”，是航天制造业与智能汽车交汇融合的契合点，能融合带动智能制造、航空信息、工业互联网等多个产业协同发展。

“相比传统飞行器，eVTOL首先是通过电机提供动力，产生的噪声更小，使其可以在城市低空环境运行；其次，eVTOL可以做到更高的安全冗余度，使其安全性超过直升机。”酷望投资总经理杨如意表示。谈及eVTOL当前面临的一些关键问题，杨如意进一步表

示，一是低空飞行使得政府部门的监管难度更高，这也会导致来自政府的支持政策会更谨慎，时间周期也会更长；二是eVTOL自身遇到的电池续航问题；三是安全问题，eVTOL一旦发生事故后果会比地面交通更严重。

产业链 辐射面宽带动力强

一份中信证券的研报指出，eVTOL产业链拥有六大核心环节，包括电池、电推进、飞控系统、航电系统、机身结构及内饰，以及基础设施；无人机则主要包含飞行平台、动力装置、航电系统、任务载荷系统、地面系统、综合保障系统等部分。

华辉创富投资总经理袁华明

表示，eVTOL飞行器产业链有着十多个子系统，包括设备的机械、电气、通讯接口等，对下游主机厂系统集成和整机研发提出了很高要求。其核心技术正是飞控、电机、锂电池，而行业的中游则为eVTOL制造主机厂，目前有更多的玩家在上游的零部件领域深耕。从中短期来看，我国eVTOL飞行器的核心需求市场主要是医疗救援和旅游观光，距离规模化运作尚有距离。

畅力资产董事长宝晓辉表示，低空经济是全球竞逐的新兴产业方向，也是培育发展新动能的重要领域，属于新质生产力的范畴，与传统通航产业发展密切相关，未来to C端的想象力极为丰富。从投资角度看，低空基础设施建设将带动有效投资；从标准角度看，有利于我国率先在低空经济领域创设新的标准和规则。

随着低空经济发展进入战略



☆ 在深圳宝安区的丰翼无人机运营中心，地勤人员取出无人机载货箱并更换电池

新华社图片

机遇期，eVTOL作为低空经济重要载体之一，是全新增量市场，预计2024年开启示范导入期，2025年实现eVTOL试点运行。此外，越来越多的应用场景不断被挖掘，工业级无人机展现了前所未有的巨大市场潜力与商业价值。物流无人机或在低空经济发展下迎来放量，无人机配送有可能最早实现大规模落地应用。

陈兴文认为，低空经济在中国正迅速发展，而政策支持和科技进步推动了这一领域的发展。2021年，低空经济首次被纳入国家发展规划，多省份已将其纳入地方政府的发展规划。eVTOL作为低空经济的关键组成部分，将推动航空制造、新材料、新能源、电子控制等领域的技术创新和产业升级，有助于中国在全球航空产业中占据更有利的竞争地位。

刘有华称，低空经济的增长预计将在未来3年至10年内，随着eVTOL技术的成熟和市场的扩大，预计将形成一个新的万亿级市场。未来eVTOL的发展将导致供应链变革，需要新的供应链体系，如电池、电机、飞行控制系统等。它可能成为城市交通的新竞争者，对传统汽车制造商构成挑战。同时，eVTOL可能催生新的出行服务模式，如空中出租车服务，改变人们的出行习惯。此外，城市可能需要建设新的基础设施来支持eVTOL的起降和维护，带动相关产业发展。



☆ 市民在长沙市开福区湘江畔露营休闲

新华社图片

小帐篷撑起大市场

近年来，“露营热”逐渐兴起，无论是在城市郊野公园，还是专业的露营地，亦或是海边和沙漠，一顶帐篷、几把折椅、一张吊床，让紧张的神经从高节奏的工作中“解放”出来，三五好友相聚就能聊一天，这也让国内的露营经济“蒸蒸日上”。

天眼查数据显示，我国露营相关企业共有19.7万余家，其中，2024年前五个月新增注册企业约万家，较2023年同期相比强势增加。此外，同花顺数据显示，截至5月31日，露营经济板块自2月初以来累计攀升近30%。业内人士称，露营热潮的出现，更是直接反映出了我国巨大的消费潜力和广阔的产业发展空间。

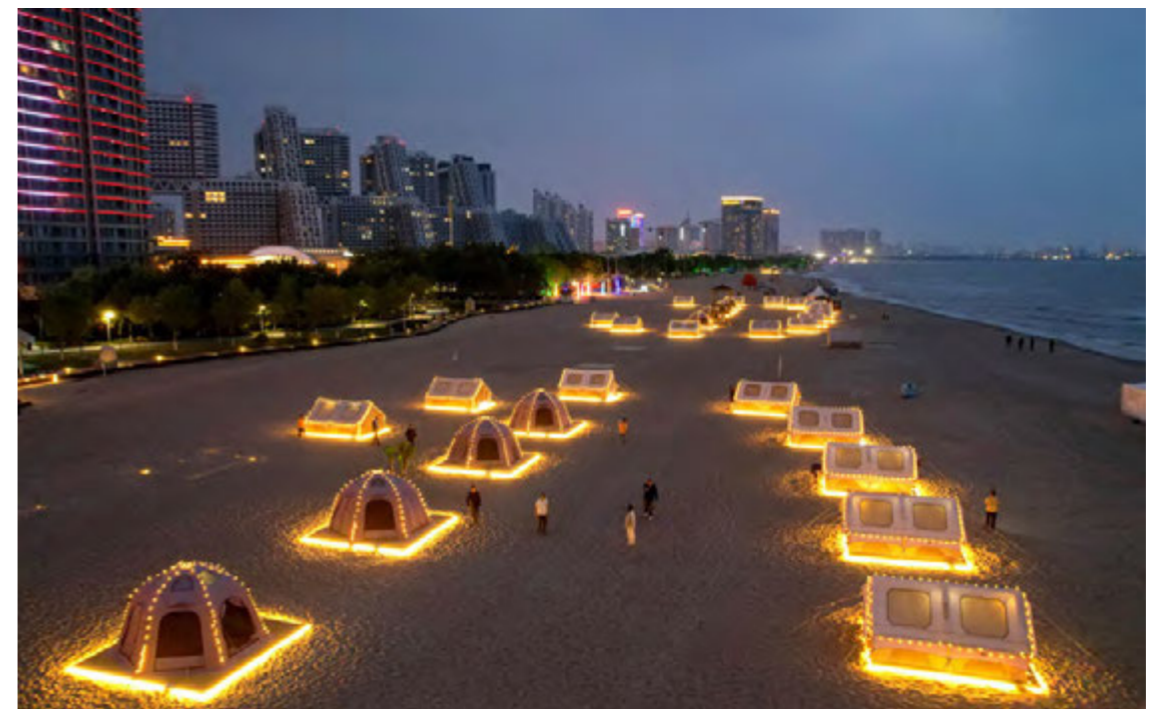
作为一种新兴的旅游业态，露营也凭借路程近、体验性强、个性化程度高的优势，备受热捧。美团、大众点评数据显示，仅在今年5月，“露营”相关搜索量就同比上升320%。

露营旅游火热，也带动了户外用品的消费需

求。某电商平台公开的数据显示，五一长假前一个月，帐篷与帐篷装备的销量同比猛增86%，户外桌椅、户外床的销量同比大涨57%，户外睡袋的销量也同比增加18%。此外，天幕、营地车、实木风格折叠桌椅增速都是两倍以上。业内人士称，可隆、洽洽鸟等越来越多国际户外品牌开始深入中国市场，牧高笛、探路者、挪客等本土品牌也持续发力市场。

鹏华基金表示，正所谓有需求的地方就会催生市场，露营经济的背后呈现出的是一条长长的产业链。从链条上游的营地选址、建设和经营，到中游的户外用品装备生产，再到下游的“吃、住、游、购、娱”多元消费场景，这条产业链的每一个环节都蕴藏着巨大商机。

在鹏华基金看来，露营渐渐成为日常化休闲选项的同时，消费端也在不断展现出新的需求趋势。倒逼露营模式持续升级更新，延伸出了更多“露营+”的创新玩法，多业态消费场景涌现，让露营产业实现了与更多相关产业的有效链接，也为消费市场带去了更丰富的内容和产品。由此看来，露营的未来发展，仍有许多待发掘的可能性。



☆ 秦皇岛市金梦海湾的沙滩帐篷营地夜景

新华社图片

露营热 “小帐篷”撬动户外新消费

5月伊始，初夏的阳光逐渐炽热起来，柔和地洒落在翠绿的田野上，空气中弥漫着新鲜的泥土气息和嫩绿的清新，不少人在周末和假期选择逃离“水泥森林”，择一处荫凉与花香搭建营地和吊床，近距离感受大自然独有的清静。

公园、河滩、湿地、森林，随处可见特色迥异的露营场地，而自驾、房车、踏青、研学，也让“露营+”的玩法丰富多彩，成为当下不少人的旅游新选择。从小众走向大众，露营热度愈发高涨，也将露营经济卷向“风口”。

文—— 刘伟杰

市场规模将破万亿“大关”

近年来，为助推露营行业快速发展，政策层面也在不断释放利好消息。2023年10月，国家发展改革委等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》，提出要推动体育公园建设、支持露营地建设、培育汽车自驾运动营地，促进户外运动产业和旅游、文化、康养、研学等产业融合发展。政策上的引导和扶持，对露营产业的长期向好发展起到了重要的推动作用。

艾媒咨询《2023年中国露营经济市场运行监测报告》数据显示，在消费者参加露营原因的统计中，有78.87%的消费者想要放松心情，舒缓压力，有62.89%的消费者想要促进家庭、朋友关系，有56.60%的消费者想要亲近大自然，有46.92%的消费者则想要体验新生活。

另外，据艾媒咨询预测，到2025年中国露营经济核心市场规模将达到2483.2亿元，带动市场规模14402.8亿元。中国露营经济核心市场规模和带动市场规模呈现逐年上升的趋势，露营及其相关产业当前有着较大的发展潜力和空间。

全国各地纷纷立足自身功能定位和资源优势，创新“露营+”新玩法，如“营地+景区”模式、“营地+田园”模式、“营地+研学”模式、“营地+体育”模式、“营地+乐园”模式等。露营经济正在各类“+”的加持下持续升温。

安爵资产董事长刘岩称，露营不是“旅游平替”，也非“限定网红”，而是一个满足人们户外需求的新兴休闲场景。随着露营成为越来越多民众的日常户外休闲之选，露营行业市场空间将依旧广阔。一顶顶帐篷顶起来的不仅仅是对新生活方式的追求，更是露营经济背后全产业链的欣欣向荣。



☆ 游客在“苏道家庭牧场”的天幕下用餐

新华社图片



☆ 参观者在长春汽博会的汽车露营体验区体验
新华社图片

露营经济更需“步步为营”

随着“露营热”的持续升温，各行各业竞逐露营赛道，试图从中分得一杯羹。不过，在营地大规模扩张的背景下，露营业态存在配套服务设施不健全、安全保障缺乏、相应的旅游信息不对称等问题逐渐暴露出来，严重影响消费者的体验。

那么如何引导露营经济健康可持续发展已成为不可回避的问题，安爵资产董事长刘岩表示，露营经济更需“步步为营”，要规范营地从业标准、提高运营门槛、提升从业人员服务意识、发展主题露营，增强消费者体验感。

安爵资产董事长刘岩建议，首先，政策扶持上要持续发力，各地应因地制宜制定更细致实用的露营地相关支持政策，有计划、有规划布局建设，防止一哄而上；其次，传统露营要向精致露营迭代，各营地要依托自身生态环境、地理位置、基础设施、优质服务等，不断给露营者提供新鲜的尝试；最后，要大力倡导绿色生态先行，大力推广“无痕”露营，让每一位露营人在户外对自然抱有敬畏之心，实现真正意义上人与自然的和谐共生。



☆ 新疆乌孙古道国际徒步露营大会启动

新华社图片

经过多年的发展，露营经济在市场需求侧培育逐渐成熟，露营已成为不少消费者户外休闲的生活方式选择。但从供给端来看，曾经被市场和资本追捧的露营装备、露营地等相关企业的生意却越来越难做了。

北京王府国际旅行社有限公司董事长刘丽辉表示，当下，消费者更倾向于“露营+音乐”“露营+垂钓”“露营+徒步”等融合业态，圈地、搭个帐篷就能躺赚的日子已经过去了，独特的露营地、差异化的运营方案、丰富的体验感才是消费者的需求。📍

求新求变 非遗助力掘金新消费

几年前，一家福建鞋企滞销了几千双鞋子。在一筹莫展之际，一位非遗传承人建议他们在鞋子上印上赫哲族的图案试试。没想到，短短几天，这些印有民族特色图案的鞋子便在网上直接售罄。

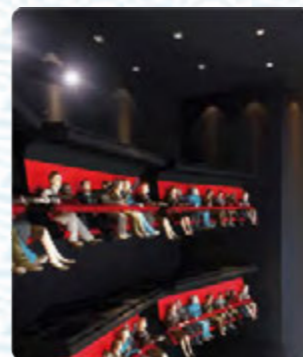
这是传统文化赋能传统产业的小案例，或许它有一定的偶然性，但古为今用，这个小案例代表了在中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展中，实现面向未来的一个方向。用好优秀传统文化资源，求新求变，为消费者提供更有文化底蕴的消费体验，成为很多上市公司近年来的重要行动。

文—— 雨田



☆ 1月6日，戴着鱼皮头饰的赫哲族姑娘（右）与饶河县文旅推荐官在哈尔滨中央大街上推介家乡特产鱼品

新华社图片



☆ 东阿阿胶的幻影剧场、飞行影院、阿胶4D体验馆

东阿阿胶官网图片



☆ 东阿阿胶世界“工业+研学”场景

东阿阿胶官网图片

传统与现代的有机衔接

扎实做好非物质文化遗产的系统性保护，让历史文脉进一步走进民众的日常生活，融于人们的衣食住行，近年来业绩不断复苏的东阿阿胶便是成功的案例。

在山东东阿，走进东阿阿胶的阿胶世界·体验工厂，就好似来到一个以阿胶为主题的元宇宙，现代化与科技感扑面而来。幻影剧场、阿胶探秘长廊、阿胶4D体验馆、飞行影院、金屋藏“胶”馆、智能化胶库和七星岛等一系列阿胶体验场景映入眼帘。阿胶世界·体验工厂是东阿阿胶持续推动品牌创新的成果之一。

同时，东阿阿胶还将中医药文化与工业旅游相融合，开发了40余种寓教于乐的研学体验课程，吸引了越来越多的学生前来体验。在东阿阿胶看来，中医药品牌的主动焕新，是传统与新潮的聚变式碰撞，要让产品、品牌走进年轻人的生活中。公

司还将产品陆续植入到优质影视作品，强化社会化传播，用影视艺术语言、当下更流行的话题讲好中医药故事，实现与年轻一代的高频链接。

目前，东阿阿胶已经全面建立药品+健康消费品“双轮驱动”增长模式，不断开拓新的消费场景。

深化非遗生产性保护

中华优秀传统文化是取之不尽的文化宝藏。近年来，为更好满足群众品质化、多样化的消费需求，“老字号们”传承老工艺，拥抱新潮流，创造出一批“出圈”的产品和服务。

今年3月，文化和旅游部正式公布国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地名单，泸州老窖成为浓香型白酒企业中唯一入选单位。2024年是泸州老窖酒传统酿制技艺不断传承的第七百年，泸



☆“郭靖、黄蓉”再相聚五芳斋非遗体验馆
五芳斋微博图片

泸州老窖酒传统酿制技艺以“师徒相承、口传心授”的方式不间断传承至今。目前，泸州老窖不断创新文化表达形式，开发了桃花醉、酒糟面膜、熊猫小酒等系列文创产品。同时，还持续创新与消费者的互动方式，开创白酒冰饮时尚“冰鉴正宗”，打造并持续开展粉丝嘉年华“窖主节”，让古老的非遗智慧有了更多“新”的表达。此外，泸州老窖推出了“流动的博物馆”等全国巡展活动，通过展览、互动体验等形式，让消费者身临其境地感受白酒非遗文化的独特魅力。

五芳斋是一家有着百年传承的“老店”，其制作技艺于2011年入选第三批国家级非物质文化遗产名录，也是全国首批“中华老字号”企业之一。五芳斋作为食品行业的佼佼者，在国潮文化的推动下，其营收和利润均实现了显著增长。2023年，五芳斋实现营业收入26.35亿元，同比增长7.04%；归母净利润1.66亿元，同比增长19.74%。这一成绩的取得，得益于五芳斋对传统粽子文化的传承与创新，以及非粽类产品线的拓展。

在传承古老技艺的基础上，五芳斋持续打造具有高品质及独特性的核心单品，包括品质直接可感知的爆料粽系列、具备独特记忆口味的奶香流心糯月饼、低糖低油的白糯米月饼、主打“爆料”概念的饭团、针对早餐场景的“江南湿点”等。

5月8日，位于五芳斋嘉兴总店的五芳斋非遗体验馆正式开馆。该馆作为“粽韵糯香”省级传统工艺工作站的展示点，以嘉兴传统文化为基础、以糯文化为载体，围绕五芳斋的非物质文化遗产由古



☆ 国窖1573

泸州老窖官微图片

到今的时间线进行空间呈现和场景复原，以“传统场景+数字化展陈”的设计，融合古典和现代元素，展示了五芳斋历史发展、粽子生产流水线、非遗讲堂、新时代数字化体验空间等区域，汇集非遗活态展示、亲子研学体验、文创产品销售等功能为一体，成为赓续国遗技艺、传承非遗之美的平台。

5月10日至14日，在上海世博展览馆举办2024年中国品牌日系列活动中，作为商务部第一批命名的“中华老字号”，菜百股份携国潮文创系列产品首次亮相中国品牌日美好市集活动。菜百与颐和园、天坛、北海公园、国家大剧院等具有代表

性的文化地标联合推出的“一生颐饰”“承祈元吉”“海誓金盟”“艺熠生辉”等特色国潮文化系列产品引发关注。

其中，“海誓金盟”九龙祥瑞系列产品及龙抬首足金饰品，传递着鸿运当头的美好祝福；“艺熠生辉”系列产品分别以国家大剧院特色建筑、音乐、舞蹈等元素进行创作，分为“风之乐”“雅之韵”“颂之舞”三个篇章，并结合5G、3D、镶钻等工艺，更好呈现了表演艺术与现代时尚相融合的多元魅力，诠释了有文化、有情怀的“菜百首饰”品牌内涵。



☆ 菜百股份携国潮文创系列产品首次亮相中国品牌日美好市集活动

菜百股份官网图片

双向奔赴 完善现代治理

“老字号”发展历史悠久，承载着丰富的中华优秀传统文化，是人民群众“日用而不觉”的重要内容。然而，当前老字号企业在企业治理、产品更新等方面面临挑战，网红产品的出现也进一步挤压了老字号的市场空间。国潮经济下，振兴老字号至关重要。而这其中，资本的力量无疑是重要的助力，不仅可以建立现代化的企业治理结构，还可以提升产品研发能力，扩大销售渠道，使老字号焕发新生。

据不完全统计，今年已经有3家排队IPO的老字号了。日前，北京同仁堂医养产业投资集团有限公司计划在香港主板进行首次公开募股。今年初，作为我国首批中华老字号之一的中医品牌宏济堂（始创于1907年），就进行了IPO辅导备案。

近日，荣业食品在美国证监会更新了招股书。数据显示，企业2023年全年营业收入达到1.34亿美元，净利润约为1400.99万美元。

荣业食品拟冲击纳斯达克上市，股票代码为“WYHG”，计划发行250万股ADS。荣业食品是一家广东中山市的肉类产品加工公司。荣业腊味可以追溯至清朝光绪年间（1915年），已经有一百多年历史，该品牌也是“广东老字号”。

除了二级市场上市，老字号的产业投资也在不断深化。4月28日，由商务部流通产业促进中心主办的老字号创新发展工作座谈会在上海成功举办。据悉“全国老字号产业投资基金”有望在近期设立。据了解，全国老字号产业投资基金将以并购重组及股权直投为主，引导头部老字号进行产业整合，形成聚力并实现品牌突围。该基金将主要投向有品牌影响力的成长期或成熟期优质企业、老字号及关联企业、老字号赋能平台，重点关注农牧食品、调味品、餐饮连锁、中医药等大消费相关行业。

优质国货是民族精神和优秀传统文化的载体，“潮品”代表着时尚消费与品质消费的新潮流。“新国潮现象”正不断激发居民生活和消费的新热点，这里有望成为更多企业持续增长的新方向。☺



☆ 荣业食品系列产品

荣业食品官网图片



☆ 洪泽湖湿地

解密“绵柔鼻祖” 读懂洋河“火起来”的非遗

日前，在法国爱丽舍宫，洋河“梦之蓝M6+”精彩亮相，成为沟通中法友谊的真情纽带，书写着梦想连接世界的中国品牌故事。

回到江苏宿迁，一方水土酿一方酒。神秘奇妙的黄金酿酒带，人水相亲的“三河两湖一湿地”，丰富多元的微生物群在酒窖中精妙融合、一脉天成，赋予了宿迁酒灵动自然、绵柔醇美的独特风格。好水、好气候、好湿地，让宿迁成为享誉世界的十大烈酒产区 and 三大湿地名酒产区之一。

这片具有天然酿酒环境和自然的地方，孕育了以其“甜、绵、软、净、香”的独特品质闻名于世的洋河美酒。美酒的背后与其不可复制的产区生态、不可或缺的传承优势、不可替代的酿造技艺密不可分。探索洋河“绵柔鼻祖”的奥秘，明清老窖池群、百年地下酒窖、非遗酿造技艺是绕不开的话题。

文—— 杨梓岩



☆ 洋河酿酒工艺

绵柔密码 非遗传起来

历史奠基名酒基因，洋河绵柔古法酿造技艺匠造了洋河最硬核的绵柔品质。

据记载，洋河酒酿造技艺始于汉代，兴于隋唐，隆盛于明清，是中国传统蒸馏酒酿造技艺，千百年来在传承和发展中不断完善，至今仍完整延用。

在梦之蓝中央酒区，记者看到，酿酒匠人们严格传承古法137道工序，蒸馏、装甑、接选……每一步都承载着独特的传



☆ 洪泽湖湿地



☆ 洋河酿酒工艺

统酿造技艺。现场老师傅们用手掌不停插入酒醅来测试温度，他们的手掌也被形象的称作“寒冰掌”，原因在于长期接触酒醅，手变得像雪一样白。“寒冰掌”测出来的温度跟温度计相比丝毫不差，据说这是洋河一辈辈酿酒人传承下来的“独门绝技”。

洋河人传承与创新“老五甑”工艺，通过深入系统的研究和探索，结合现代生物技术，形成了“224335”洋河绵柔酿酒技艺，即：两老、两低、四色、三清、三长、五多，铸造了不可复制、独具特色的绵柔品质。

“二老”是老窖、“老五甑”工艺；“二低”是低温入窖、低温发酵；“四色”是“黄、紫、白、红”绵柔大曲；“三清”是原粮清蒸、酒醅清吊、辅料清蒸；“三长”是发酵时间长、酒醅年轮长、储存

时间长；“五多”是多生态酿造环境、多粮酿造、多工艺组合、多微共酵、多馏分摘选。

“真绵柔”是洋河的天赋，“最绵柔”是洋河的追求，“更绵柔”是洋河的骄傲。洋河酒的酿造技艺，不仅是我国非物质文化遗产，也是洋河匠人代代相传的文化基因和绵柔密码。

稳扎稳打 非遗活起来

作为“非遗”的传承者和保护者，洋河非遗保护一步一个脚印。2007年以来，洋河组织专人对洋河酒酿造技艺资料进行普查、研究、整理、归类、存档，充实了文字、图片、影像等材料，并在2018年



☆ 洋河酒厂窖池

与南京大学等联合成立“中国酿造史研究中心”。

2019年，“洋河地下酒窖”获批成为国家重点文物保护单位，“洋河老窖池群及酿酒作坊”入选国家工业遗产，成为活在人们身边的“国宝”。

2021年，蒸馏酒传统酿造技艺（洋河酒酿造技艺）成功入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，“洋河酒厂文化旅游区”入选首批江苏省非遗旅游体验基地。2022年，洋河“蒸馏酒酿造技艺（洋河酒酿造技艺）的传承与保护”入选首届“中国酒业文化遗产运营经典案例”。2022年5月，洋河和中国匠人大会达成战略合作，以匠之名，传承经典，建立了中国白酒酿造技艺传习基地，让手工匠造得以薪火相传、代代延续……

去年年底，江苏省文旅厅发布《关于江苏省首批省级非遗工坊入选名单的公示》，60家首批省级非遗工坊正在进行公示，洋河非遗工坊进入名单。



☆ 洪泽湖湿地

如今洋河已拥有一支由300多名20年以上酿酒经验老匠人组成的纯手工酿酒班组，坚守着137道手工酿酒工艺，传承着入选《国家级非物质文化遗产》的“洋河酒酿造技艺”。在“梦之蓝中央酒区”，洋河老匠人全流程手工酿酒，让“非遗”活了起来，所酿造的“梦之蓝·手工班”高端产品，更是被消费者称为“酒杯中的活文物、老酒中的艺术品”。

赋能营销 非遗火起来

2024年5月13日，洋河股份举办2023年度业绩网上说明会，洋河股份管理层表示，手工班是洋河未来高端突破的重要载体。公司本着长期主义策略，将通过持续打磨产品品质、强化核心圈层运作、深化体验店运营等多措并举，推动手工班系列产品稳步发展。

近年来，承载着非遗传承的重任，洋河·梦之蓝手工班在打造品牌势能和非遗IP方面强劲发力。

第60届“亚洲——太平洋广播电视联盟奖”颁奖典礼上由洋河·梦之蓝手工班冠名的大型文化节目《诗画中国》荣获“电视娱乐节目奖”。

传统绘画，方寸之间，自有天地；古典诗词，含蓄凝练，意蕴深远。洋河·梦之蓝手工班牵手《诗画中国》，以中国经典名画为内容载体，以经典诗词引发其中的精神内核，为传统诗画作品赋予新时代的表达，践行传承和弘扬中华优秀传统文化，推动中华文化更好

走向世界，让古典诗画作品“活起来”“火起来”。

《诗画中国》播出后，引发业界高度关注，在自媒体端掀起了“诗画热”，收获全网热搜热榜共计443个，节目话题总浏览量累计超27.4亿次。节目在海外平台也广受赞誉，相关内容在美国、俄罗斯、法国、菲律宾、葡萄牙等多个国家的主流媒体平台及社交媒体账号上发布传播，累计浏览量逾百万。

除此之外，洋河将目光扩展到更远更广阔的地方。梦之蓝手工班携手大型非遗焕新纪实节目《新生万物》，带领观众探寻洋河酒酿造技艺，感受非遗的技艺之美、文化之美和创新之美。洋河携手中国敦煌石窟研究保护基金会共同推进“敦煌守护计划”，保护敦煌文化，守护国家宝藏，呵护世界遗产。

非遗是刻在中国人骨子里的极致浪漫，是淌在中国人血液里的文化自信，既是中国联通古今的一座桥，也是中国沟通世界的一扇窗。在洋河的努力下，古老的白酒非遗与世界潮流融合，绽放出新的时代芳华。☺

☆ 供图/洋河股份



☆ 洋河酒厂窖池

古越龙山掀“微醺”潮饮

从东晋王羲之的曲水流觞、唐代李白与贺知章的金龟换酒，到元稹、白居易的元白唱和，南宋陆游的沈园绝唱；从明朝徐渭的狂酒奇才、清代曹雪芹的典衣沽酒，再到鲁迅的把酒论世和郁达夫的生 死酒缘……古往今来，黄酒以其独特的风味和高雅的品质赢得了无数文人墨客的青睐。

我国黄酒产地广泛、品种繁多。“中华国酿数黄酒，天下黄酒源绍兴”，承载精湛酿制技艺的绍兴黄酒，与绍兴这片“名士乡”及其深厚的“名士文化”紧密相连。

今年3月，文化和旅游部公布了2023年至2025年国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地名单，浙江省4家单位榜上有名，其中就包括绍兴市推荐申报的绍兴黄酒酿制技艺非遗保护基地——浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司。

文——杨梓岩

传承三百六十载

实际上，早在2006年，绍兴黄酒酿制技艺便已被列入国家级非物质文化遗产名录。此次古越龙山入选非物质文化遗产生产性保护示范基地，更是对绍兴黄酒酿制技艺深厚底蕴和独特魅力的有力证明。

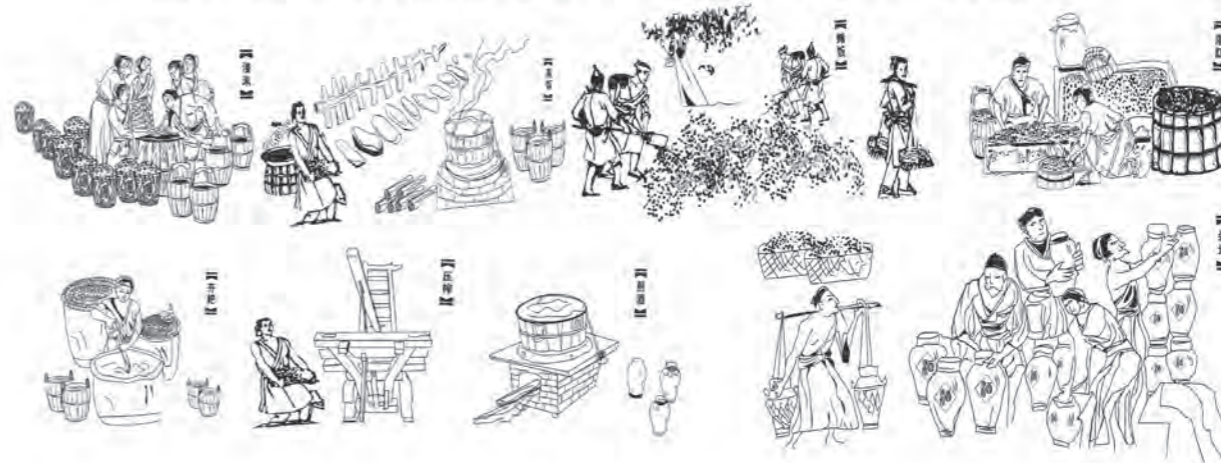
绍兴黄酒酿制遵循“天有时、地有气、材有美、工有巧”造物法则，用料讲究，选用上等糯米、麦曲、酒药以及本地鉴湖水为原料。其中，糯米被称为“酒之肉”，麦曲为“酒之骨”，酒药为“酒之魂”，鉴湖水为“酒之血”。酿制过程包括浸米、蒸煮、落缸、开耙、前发酵、后发酵、压榨、煎酒（杀菌）等多道工序。



★蔡阿宝师傅画花雕酒坛

绍兴黄酒酿制具有双边发酵、多菌种共酵、高浓度醪液发酵、低温长时间发酵等特征。一般农历七月做酒药、八月制麦曲、九月做酒娘、立冬开酿，翌年立春开始压榨、煎酒，然后泥封库

国家级非物质文化遗产—绍兴黄酒酿制技艺



藏，一般三年以上才能投入市场。

古越龙山始终坚持手工酿造，以技艺传承为根本，保护传统工艺。据了解，古越龙山酿酒一厂是全行业产能最大手工生产厂区，严格按照传统酿制工艺组织生产。在酿制过程中坚持酒药（菌种）代代相传，至今已经传承360代（年），是绍兴黄酒最古老、最完整的传承菌种。

古越龙山致力于民族产业振兴和黄酒文化传承，拥有国家黄酒工程技术研究中心、国家工业遗产“鉴湖酒坊”以及“古越龙山”“女儿红”“鉴湖”“沈永和”“状元红”五大知名品牌。

国家级非遗代表性传承人王阿牛，省级非遗代表性传承人胡志明、徐岳正等一代代酿酒师傅在传承绍兴黄酒技艺中凝聚集体智慧，坚持工匠精神，坚持守正创新。



★成都春季糖酒会上古越龙山江湖酒馆风格的展位

古越龙山官网图片

江湖酒馆越古今

90后、Z世代年轻群体的饮酒口味更丰富、更具个性化，潮饮、低度、微醺、健康正构成年轻群体饮酒画像，以古越龙山为代表的头部黄酒品牌也正通过多元化创新掀起黄酒年轻化浪潮。持续推进“高端化、年轻化、全球化、数字化”战略，古越龙山正加速带领黄酒产业破圈。

在今年的成都春季糖酒会上，古越龙山以崭新的姿态亮相。置身古越龙山展位之中，仿佛穿越时空，置身于金庸笔

下的江湖酒馆，江湖中的人与故事便在此产生交际。俗话说，有酒的地方就有江湖，古越龙山将“酒”与“江湖”两个元素做了恰到好处的结合。

在黄酒发源地绍兴，饭馆即酒馆，甚至连馄饨店都要把黄酒写进菜单里，黄酒已深深融入当地生活之中。酒馆，亦是这两年古越龙山品牌年轻化战略中的一个重要载体。

自2022年以来，古越龙山旗下各矩阵品牌相继布局酒馆，譬如古越龙山慢酒馆、女儿红温渡酒馆、黄酒小镇微醺舍、状元红小酒馆、九加酒馆等，致力于将产品与理念融入年轻消费场景。



☆状元红金麒麟

古越龙山董事长孙爱保曾表示，酒馆为年轻人提供交流平台，这是千年黄酒向年轻化转型的一个重要标志。

在酒业年轻化的进程中，场景化营销是重要一环。古越龙山以酒馆为纽带，链接年轻消费群体，立足沉浸式体验，深化消费培育、传递品牌价值，进而打破黄酒地域、年龄圈层的局限，以新业态推动品牌年轻化。

保护发展成果显著

展现非遗价值，离不开高效的战略规划，离不开保护与发展的协同发力。而非遗价值又与公司经营业绩紧密相连，保护好、发展好非遗技艺，在古越龙山的经营业绩中也有所体现。

古越龙山2023年年度报告显示，公司2023年实现营业收入17.84亿元，同比增长10.11%；实现净利润3.97亿元，同比增长96.47%。这份营收、净利双增的高分答卷，让我们清晰感知到古越龙山在过去一年里的战略布局与举措取得了成效。

在坚持国粹自信、文化自信、产业自信的大前提下，古越龙山于去年围绕产品研发、品牌推广、市场开拓、产业园建设等方面稳步推进，回应着高质量发展的时代命题。

古越龙山董事长孙爱保介绍，



☆2023年古越龙山董事长孙爱保参加酒药接种仪式

公司围绕“保护好”，坚守匠心、坚持守正、坚定传承；围绕“发展好”，坚持创新、坚决求变、坚毅前行，成果显著。

在保护上，绍兴黄酒酿制技艺成为首批国家级的非物质文化遗产，绍兴花雕制作工艺入选了浙江省非物质文化遗产。绍兴黄酒保护和发展条例出台，以立法的形式对黄酒进行保护和规范，在促进黄酒产业迈向高质量发展上作出了明确的规定。拥有300余年历史的鉴湖酒坊入选了全国



☆古越龙山冬酿

黄酒行业唯一的国家工业遗产。绍兴黄酒成为首批中欧地理标志的认定产品，标志着绍兴黄酒已经成为世界性的名品。

在发展上，国家黄酒工程技术研究中心建成启用，系黄酒行业唯一的国家级工程技术科研机构，已主导制定了国家标准5项，有效授权专利是83项，有40多项黄酒科研成果获得了科技进步奖，特别是2017年荣获了国家技术发明的二等奖。绍兴黄酒产业园建设并投用，绍兴黄酒产业园项目总用地是1100亩，总投资57.3亿元。项目建设以后，将实现酿造智能化、勾调数字化、物流无人化、生产绿色化的目标。

“新时代越酒行天下也取得了明显的成效，古越龙山‘只此青玉’等名酒在国内各大城市举办了100多场主题营销推广活动。同时在东京、巴黎等地推动了绍兴酒文化与品牌的全球化传播，取得了明显的成效。”孙爱保谈到。

☆供图/古越龙山

会稽山：重新定义“低度中国酒”

黄酒何以复兴？以何复兴？近日，中国证券报《收藏投资导刊》记者走进浙江绍兴会稽山黄酒博物馆，了解黄酒的“前世今生”，并专访了会稽山绍兴酒股份有限公司品牌总监王栓。

“几千年来中国低度酒一直时兴。在国潮复兴的趋势下，会稽山坚定围绕‘高端化、年轻化’战略进行系统规划，重新定义‘低度中国酒’，引领黄酒行业重塑价值体系，共创黄酒的星辰大海。”王栓表示。

文—— 罗京



☆ 会稽山兰亭·大师产品图

二百八十载传承不断

自古以来，文人墨客吟诗作对总少不了一杯酒。李白称赞黄酒的色泽，写道：“兰陵美酒郁金香，玉碗盛来琥珀光。”陆游感慨黄酒的口感，“如倾激濺鹅黄酒，似拥蒙茸狐白裘。”

黄酒在源远流长的中华文化里留下了浓墨重彩的一笔，其中以浙江绍兴一带最为有名、最能够代表中国黄酒特色，是中国黄酒的核心产区。

植根于绍兴的会稽山，凭借悠久的历史、优质的产品，在绍兴市场占据优势地位，在绍兴每卖出10瓶黄酒就有7瓶是会稽山，是“黄酒之都”绍兴人的首选品牌之一。

1743年，一代酿酒师周佳木在绍兴东浦东周娄创建酒坊，取名“云集”，“会稽山”自此发家。280多年来，会稽山涌现了一大批酿酒名师，先后有周清、章福贵、徐金宝、沈锡荣、杜阿利、鲁吉生、王阿牛、傅祖康等多位大师，但不变的是技艺的传承。



☆ 会稽山酿酒工人正在采集制作黄酒酒药的原料辣蓼草



☆ 浙江省非物质文化遗产—黄酒的修缸补甕



☆ “一日一熏”与年轻消费者一起

“黄酒酿造讲究自然酿造，四季轮转，夏制酒药、秋制麦曲、立冬开酿、立春榨酒，每个季节有着自己特殊任务。高温湿热的三伏天，成为一个黄酒酿造特殊的印记——制作酒药。”王栓告诉记者。

酒药，俗称白药、“酒娘”，是绍兴黄酒冬酿生产特有的糖化发酵剂，在酿酒过程中起到糖化和发酵双重作用。其中，制作酒药作为黄酒冬酿的第一道工序。

“每一年的三伏天，会稽山都会举办酒药接种仪式。这一项接种，已经传承延续了280年，



☆ 观察酵液的发酵程度

并且从无断代。”王栓表示，一方面是传承千年绍酒酿制技艺精髓，把黄酒的酿酒技术发扬光大；另一方面也通过这样一个仪

式，激励员工，不忘初心，把匠心之道传承下去，严控酒药制作流程、把控好质量关，为酿造高品质黄酒打下坚实的基础。

“年轻化”大有可为

一直以来，家庭聚餐是黄酒消费的主要场景，但随着年轻一代消费群体的崛起、黄酒行业高质量发展的必然需求，年轻化、高端化是黄酒行业必须面对的议题。

“事实上，这两件事早已是业

内共识，但最终拼的是谁能坚持把这两件事做下去，谁能有突破性地做成这两件事。”王栓表示。

随着时代的变迁，年轻一代喝酒的需求从“悦人”变成“悦己”，酒要带来情绪价值。2023年5月，会稽山对旗下1743黄酒，进行产品包装焕新，推出375ml规格，用于线下餐饮店铺，在产品包装也做了

更简洁、时尚的年轻化升级。7月，一日一熏气泡黄酒全新上市，气泡+黄酒，全新品类，主攻年轻化市场。

“温黄酒是人们对黄酒的固有认知，但其实黄酒冰饮，在口感跟香气上有着奇妙的体验。”王栓表示，黄酒作为糯米发酵的低度酒，本身带有丰富的花果香和谷物香气，拥有酸甜苦辣鲜涩6种味道，口味层次复杂。在冷藏至7°-13°后，大大提升黄酒的新鲜度，将酒中“酸甜鲜”发挥至极致，风味和酸度更平衡、更协调，喝起来更鲜爽、更愉悦。

除了产品创新外，会稽山发力线上电商，链接小红书、抖音、达人资源，抢占年轻消费者认知，并快速形成直播带货的氛围，推动线上电商业务单品的高速增长。2023年，公司实现线上销售收入近亿元，同比大增126.11%。

重新定义 “低度中国酒”

会稽山推出高端酒品牌“兰亭”，并为其制定了全新战略“兰亭14°中国酒，国宴的选择”。

“兰亭”如此多荣誉和认可的背后，是“承”“心”“净”“藏”的四字品质密码。“承”指的是会稽山281年无断代的酒药和非遗工艺传承；“心”是指在企业发





展传承的百年间一代代酿酒大师的初心和匠心；“净”则是指兰亭所用原料和酿造工艺所带来的纯净酒体，55%精白糯米、鉴湖

源头活水、大雪节气低温冬酿以及先进的低温吸附和小分子过滤技术，赋予了兰亭顺滑的口感和舒适的饮后体感。“藏”则是指

每一滴兰亭，都要在周恩来总理批建的国家中央酒库，进行20余年陈藏后方可面世。

“在餐饮搭配中，有一个理论，‘简单搭配简单，复杂搭配复杂’，在中式餐饮中，宴席的复杂以及中式菜烹饪的繁琐，在高端宴请场所中搭配黄酒，是天生一对。”王栓告诉记者，黄酒酿造工艺复杂，传统黄酒制作上需要按照“春榨、夏生、秋收、冬酿”四季流转，才能酿造一坛好黄酒，使得黄酒酒体层次复杂，拥有“鲜”“香”“中”“正”等特质，搭配中餐刚刚好。

不仅如此，对于长期频繁应酬，或者对健康有更高要求的人士而言，宴请时如果能有一种低度酒的选择，那会是更加友好和贴心的安排。

1600多年前的永和九年，王羲之在会稽山下兰亭举办曲水流觞盛宴，留下千古一帖《兰亭集序》，成就天下第一行书，亦把绍兴黄酒推向了无限的时空。

“兰亭黄酒把蕴含特色的国粹黄酒元素、国潮经典记忆、书法艺术基因相互融合，演绎挖掘文化背后的故事，可谓珠联璧合之作，既显示了中国传统文化底蕴，又彰显出国潮风范，符合高端圈层人群的审美和品位。”王栓表示。☺

☆供图/会稽山



☆ 桂发祥新店面

品味津门非遗：桂发祥十八街麻花

百年来，津门桂发祥十八街麻花远近闻名，给许多人留下了美好的记忆。

桂发祥十八街麻花以酥脆香甜、久放不绵等特点著称。其精湛的工艺、精良的制作、酥脆的口感、精美的包装，实现了从手艺到技术再到艺术的华丽转身，保留了传统特质与民族文化特色，成为天津的代表性美食。2014年，桂发祥十八街麻花制作技艺入选国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

近年来，公司充分利用旅游市场机遇，改造提升线下门店，外观面貌焕然一新。经典传统食品融入现代生活，老字号焕发出新的活力。

文—— 董添



☆ 麻花制作体验

留住手工艺传承发展

天津孕育了桂发祥的成长。

桂发祥官网有这样一段介绍，桂发祥十八街麻花诞生于1927年，当年在海河西侧的东楼村十八街处，有个精明利落的生意人刘老八，出身面点世家，深得祖上真传，身怀面点绝技，他炸的麻花尤其受欢迎。初被人知便已渐露锋芒，津城民众对其频频光顾，喜爱有加，小铺字号被唤作“桂发祥”，因地处“十八街”，故而得名“十八街麻花”。自此“桂发祥十八街麻花”年复一年愈加深入人心，小铺生意蒸蒸日上，“十八街麻花”更在市场上悄然崛起，渐成大气。

桂发祥称，作为中华老字号企业，公司品牌具有近百年历史，拥有较高的知名度和美誉度；主打产品十八街麻花采用传统制作工艺，是一种具有浓郁地方特色的传统休闲食品，广受消费者喜爱；在麻花细分

市场，公司无论在生产技术、生产规模和品牌影响力上都位于行业前列。

“桂发祥十八街麻花秉承传统工艺，保留手工搓制环节，所以我们的麻花始终保持酥脆香甜，久放不绵。”桂发祥面点师告诉记者。

记者了解到，桂发祥的麻花制作工艺分为选料、备料、和面、和馅、搓白条、压麻条、合条、撻麻花、炸制、成品等多个环节。

“十八街麻花有看天和面一说，是根据节气、温度、湿度的不同，对水、面、面肥的用量，乃至和面的手法力道等细节都有不同的要求。”桂发祥面点师说。

发源于天津的桂发祥，近年来，围绕天津特色对门店及产品进行升级改造，让“老字号”形象深入人心。据桂发祥介绍，2023年，公司瞄准旅游市场，升级渠道、拓展销售。针对人口流动恢复、旅游市场复苏，公司加大对天津本地旅游商圈经销网点的扶持和开发布点，并与多家知名酒店合作、开拓酒店渠道，密集覆盖旅游热点区域，充分利用旅游市场机遇；完成古文化街门店、意风街门店的改造提升，外观面貌



☆ 桂发祥十八街麻花

焕然一新。同时，公司产品按照“礼品”“休闲”双向发展的思路进行结构调整。

此外，公司以南楼食品广场为载体建设成为文化特色场景沉浸式消费体验中心。桂发祥十八街麻花文化馆被评为国家工业旅游示范基地、国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地，以此为阵地推行研学体验活动，充分展示品牌文化。

传统技艺焕新颜

据桂发祥介绍，在公司不断发展壮大的过程中，一直未停止过对产品求新求变的脚步，“究工艺”“掘配料”“研口感”“思外形”，反反复复推敲论证、精心研究使之广受喜爱。

据桂发祥介绍，企业拥有现代化的生产基地和食品技术开发中心，采用电脑程控麻花机械生产线及植物油自动循环过滤净化系统，整个生产工艺流程除保留难以为现代化技术所替代的手工搓制成型工艺外，

从原材料预处理到最终的包装环节等几十道工序均实现机械化，让传统麻花制作工艺产生了质的飞跃。

桂发祥还相继研制开发了多个系列不同规格的麻花品种，以及中西糕点、休闲食品、应季节令食品上百个品种，逐步形成“经营一代、储存一代、开发一代”产业化的经营格局。同时，企业积极拓展国内新兴渠道，与航空公司、铁路等单位全面合作，逐步开创出“国内有市场，国外有影响”的销售局面。

“近年来，在市场环境、消费者需求变化的影响下，休闲食品行业趋势特点也在不断变化：消费者更加理性，追求高性价比、好吃不贵，与健康、功能化需求的提高，对食品企业研发创新和成本控制提出更高要求。”桂发祥相关负责人表示。

公司自成立以来非常重视新产品、新技术、新工艺的开发，拥有高水平的研发团队，能够将研发的新产品较好地产业化，将研发优势转化为竞争优势。通过配方和工艺的改良，将膳食纤维、调节糖代谢、壳聚糖、高优质蛋白等新食品元素引入传统产品中，并不断优化生产技术，满足现代消费者的新需求，增强了产品的营养健康属性，为麻花细分行业的首创和先驱。

桂发祥在2023年年报中提到，公司主要的研发投入方向是，方便嘎巴菜产品及设备提升项目以及营养健康新口味麻花开发项目。2024年力争实现方便嘎巴菜系列产能配方工艺全面升级以及新生产线全面投产。对于营养健康新口味麻花开发项目，桂发祥预计2024年推进上市多个新口味礼盒



☆ 桂发祥“哪吒”文创糕点

产品，完成其他新口味研制，同时探索在休闲品类中的应用。

公司称，方便嘎巴菜系列产品作为桂发祥在“天津风味特色小食”领域的重点产品，不仅是将天津传统特色地方小吃推向全国乃至海外的重要尝试，更是开拓适合桂发祥品牌特性的民生食品市场



☆ 现代生产工艺

的重要探索。而布局营养健康新口味麻花开发项目，有利于十八街麻花更好实现传统与时尚的结合，在新兴消费群体和新的消费需求中开拓出独有的市场空间，不仅能够更好巩固特产礼品麻花市场，同时也更有利于开拓更广阔的休闲食品市场。

同时，计划投入建设速冻糕点生产线以及配套冷冻库，实现“天津特色风味米制点心”的规模化生产，提升元宵产品产能，为未来进一步丰富糕点类别、发展糕点业务做好产能和技术储备。

产品结构、积极投入品牌营销，品牌影响力显著提升，销售覆盖面逐步扩大，为下一步规模提升、布局全国市场做好铺垫。

今年4月在新商业综合体泰达荟开设“桂香蝶语”烘焙体验店，以桂花为主题，在产品选取、包装设计、店铺形象上别出心裁；店铺整体为古朴而雅致的新中式风格，推出以“桂花”为主要配料等多种中西式烘焙糕点、桂花特调咖啡、奶香冰激凌等产品，受到广大消费者尤其是年轻消费者喜爱。



☆ 桂发祥十八街麻花展台

不断提质增效

2023年，桂发祥共实现营业收入约5.04亿元，同比增长113.2%；实现归属于上市公司股东的净利润约6103.5万元，同比增长187.54%。

截至2023年底，公司在天津设有59家直营店，其营业收入占比约73%。2023年度，公司重点利用消费复苏、旅游复苏机遇，大力恢复传统业务，快速拉动业绩回升，实现了业绩扭亏为盈；放宽思路调整

对于未来发展，桂发祥称，公司将利用自有品牌产品按照“麻花”“糕点”“方便食品”“OEM产品”四大品类形成四大支柱，聚焦“礼品”“休闲”“民生”三个层次的市场定位，形成丰富的产品体系。利用休闲产品开辟全国市场，构建业绩增长新引擎。同时，根据市场区域特点建立销售渠道体系，匹配适宜的宣传营销活动，线上渠道销售规模逐年提升，市场布局按区域逐年拓展。📍

☆ 供图/桂发祥



科技与艺术融合 AI生成艺术展兴起

☆AIGC绘画 于静雯 绘制

随着数字技术的飞速发展，人工智能、大数据和云计算等前沿技术正在逐渐渗透到文化产业的各个领域，人工智能生成艺术逐渐进入大众视野，成为艺术创作的新趋势。

目前，AI与艺术的融合已经启幕。凭借独特的优势，AI技术蜕变成成为艺术创作领域的新画布，为艺术家们开启了无限的灵感源泉。与此同时，全国各地陆续举办AI生成艺术展，为观众带来了前所未有的艺术体验。

文—— 辛未

AI生成艺术展破界兴起

2024年5月21日，北京大学文化产业研究院人工智能与文化创意联合实验室（AI文创实验室）旗下的Wonder AI艺创工坊（二期）结营仪式暨“遥远的回声——大美中华·AI我河山”AIGC艺术主题展在深圳广电金融中心天空美术馆举办。本次艺术展聚焦人工智能与中华美学

基因的融合，追寻人工智能生成内容（AIGC）如何创新性地呈现中国传统文化的美学精髓。

六一儿童节，在北京798的UCCA尤伦斯当代艺术中心，生成式AI助手智谱清言携手UCCA Kids，打造了一场别开生面的AI共创儿童画展——“让想象说‘画’”。

此次画展共展出了30幅精彩绝伦的画作。去月球过六一儿童节、在空中的城市、北极熊穿越到热带雨林……在“AI小伙伴”的助力下，孩子们的想象力犹如插上翅膀，自由自在地翱翔在梦幻世界的天空中。一位三岁小朋友仅用“世界上本没有人”这一句话，就描绘出了一个五彩斑斓的动物世界。

想象力是人类创造力的重要源泉，而人工智能技术正在进一步激发人类想象力。智谱清言相关负责人介绍，孩童只需要通过“AI小画家”智能体的小程序将自己的灵感说出来，就可以与AI共同创作一幅梦境般的作品，不受年龄、执笔能力的束缚。不只是孩童，通过一个个类似“AI小画家”的AI智能体辅助，人们能探索更多的创作可能，完成更多复杂的工作。

在山东济南，“一路向东 遇见彩虹”公园里的AI艺术展吸引了不少市民游客驻足观赏。漫步在济南高新区彩虹湖公园中，一幅幅中国龙元素的AI生成图像跃然眼前，形态各异、生动有趣。这里举办的是全国生成式人工智能数字艺术大展暨《“涂鸦季”第三季》AI艺术大展，汇聚了来自668位不同背景创作者的百余件AI生成图像作品，展示了人工智能与艺术结合的广泛探索与前沿实践。

“这次将AI画展引到‘彩虹湖公园’的路边、花丛里，让展览不再只是展览，而是一种氛围、一种环境、一种场域。”相关负责人介绍，既是对我们优秀传统文化的一次致敬，又是对现代科技力量介入艺术创作的积极探索与生动诠



☆AIGC绘画 白露时 绘制

释。在科技高度发达的今天，人类的创造力与思想仍是艺术创作中最为珍贵的元素。AI的参与，加强了艺术作品与观众之间的互动，使艺术的表达方式更加多元化，更最大限度地满足了人们想象力的发挥和表达。

对于观众而言，“这样的展览非常新奇、非常有趣。平时只能在网上看AI画的图片，第一次有机会能在线下看到AI画展。这种将传统

的龙元素和AI技术相结合的方式，比手绘的画作要有更多的想象空间。”“AI打破了艺术创作的边界，它把人们想象里的东西通过科技进行呈现，生成了很多种可能，有很多意外的惊喜和收获！”

多重共生打造新未来

“人工智能技术不仅能够辅助学生实践，提供创造性的作品草图及概念图，还能通过分析大量数据，帮助学生更好地理解艺术创作的规律和创新的本质。这将极大地提升学生的实践效率，推动艺术教育的多维度发展。”近日，“多重共生——未来艺术设计”研讨会在四川文化艺术学院举办，不同领域的学者探索了人工智能与艺术、设计、音乐、科技、戏剧影视、博物馆、美术馆、策展、研教等多领域之间的关系。

天津美术学院教授曲健雄认为，“艺术从媒体走向观念是在避免惯性歧义，人工智能生成艺术是否能够建构一个另一次元空间观念的实体？这是我们需要思考的问题，基于未来艺术设计的视角，它或许作为当代艺术创作的一个特定的形态指涉，已强行与过去的艺术史发生了分解和断

裂关系，它凭借着艺术的扩张而试图让艺术改变或重写原有方式。”

四川美术学院教师郝锐昌谈道，在展览方面，人工智能技术可以显著提高策展效率，并利用自动化的数据分析和展示设计工具，使策展人能够在短时间内完成高质量的策展方案。与观众互动方面，人工智能技术可以通过观察介入性策展的价值导向和生成逻辑，根据观众的兴趣和偏好，推荐相关的展品信息和展览信息，再利用人工智能实时分析观众的参观行为和反馈，帮助策展人及时调整和优化展览内容和形式。

《数字中国建设整体布局规划》提出，打造自信繁荣的数字文化，推进文化数字化发展。提升数字文化服务能力，打造若干综合性数字文化展示平台，加快发展新型文化企业、文化业态、

文化消费模式。

生成式AI与艺术领域的融合探索已然启航。然而，在迈向未来的征途上，生成式AI也面临着滥用和误用的风险。生成式AI通过深度学习和自然语言处理等技术，能够生成类似于人类创作的文本、图像、音频等内容，这种生成过程往往涉及大量的数据学习和模型训练，其中不乏涉及版权问题的素材。因此，生成式AI在创作过程中可能会侵犯他人的知识产权，从而引发一系列法律纠纷。技术本身并无善恶之分，关键在于使用者的道德选择与行为取向。我们需要正视这些挑战，加强对生成式AI的监管和规范，以确保在合法合规的框架内运行。⑤

☆供图/北京大学文化产业研究院 AI文创实验室



☆AIGC绘画 麦静怡 绘制



☆ 图一：齐白石《蛙声十里出山泉》纸本水墨 127.5x33cm 1951年

“无蛙而蛙声可想矣” ——从一封雪藏的书信 读齐白石的《蛙声十里出山泉》

文——李延

夏日的午后，一场突如其来的骤雨刚刚停歇，带走了连日的暑气，给这个世界留下了一片清新与宁静。我坐在斑驳光影覆盖的书桌前，桌面上散落着几本厚重的齐白石画册。其中翻开的一页，是家喻户晓的齐白石上世纪50年代的巅峰之作《蛙声十里出山泉》。我捧起画册，仔细凝视着这幅我以为已经完全了解的画作，但思绪还停留在刚刚和北京出版集团资深编辑杨良志先生关于这幅画作意犹未尽的通话中。杨良志先生曾编辑出版过多部齐白石著作，他还是老舍先生之子舒乙的生前挚交。此次通话我向杨良志先生求证了关于这幅画的一些相关事件，尽管这件作品已被包括舒乙先生在内的众多文学作家和媒体记者以各自的视角进行了解读与报道，但这些叙述往往聚焦于作品的某些方面或片段。我希望能以一个综合的视角，与读者一起全方位地探索和分享白石老人的这幅佳作背后的秘密和故事。

齐白石《蛙声十里出山泉》（图一）创作于1951年，纵127.5厘米，宽33厘米。这幅画我们从小学时的课本中就知道它是齐白石应老舍先生之嘱的创意之作。据舒乙先生的《我家藏画故事系列之一：齐白石的“蛙声十里出山泉”》介绍，1951年夏日的一天，老舍先生到齐白石先生家做客。他从案头拿起一本书，随手翻到清代诗人查慎行的一首诗，他从诗中选取了一句“蛙声十里出山泉”，然后请齐白石先生根据这句诗作幅画。齐白石欣然应允，并经过三天三夜的冥思苦想，以其独特的艺术视角和精湛的技艺完成了这幅作品。作品完成后老舍甚是满意，把这幅画挂到客厅的西墙上，受到美术界和来访的客人高度赞誉。大家赞叹于齐白石构思的高妙，他在画中以“蝌蚪”代替“青蛙”，把一个抽

象的听觉场景用视觉呈现了出来。这幅画除了构思的精妙还有笔墨技法的娴熟，齐白石用两笔石青点出了远山，又用重墨画出山涧的礁石，劲健的线条勾画出急湍的山泉，由远及近的六只小蝌蚪，不知是游着还是被倾泻的山泉水推送着欢快的几乎要冲出画面。虽然不见青蛙，但却间接传达了“蛙声十里出山泉”的意境。半个世纪以来，这幅作品与齐白石的名字一起被广泛引证、借鉴，这幅作品不仅被收入小学语文课本，中国邮政还发行了特种邮票（图二），后来为了安全起见，暂时交给中国现代文学馆保管，锁进了该馆库房的大保险柜里。人们称赞齐白石在50年前就已经具有了现代创作意识。直到一封被雪藏的书信出现，如平地惊雷一般，轰动了整个美术界，引起人们再次重新审视这幅作品。

一封雪藏的书信

2011年，北京文史研究馆的《北京文史》杂志改版，老舍先生之子舒乙应邀写了一篇长长的回忆文章给杂志社，题目是《齐白石和老舍、胡絮青》，文章中提到了齐白石的这幅经典之作《蛙声十里出山泉》。出人意料的是，文章发表时，竟然同时刊登了老舍先生当年向齐白石求画的一封信，信下面注明是“北京画院供稿”。



☆ 图二：齐白石《蛙声十里出山泉》特种邮票

这是一页已泛黄的普通的格子稿纸，老舍先生在它的反面从右至左竖排的传统书写形式给齐白石写了一封“命题”作画的求画信（图三）。开篇自右上角起始：

“敬恳

老人赐绘二尺小幅四事，情调冷隽。”

随着内容的展开逐行向下，直至左侧结束，

“附奉人民券三十万，老人幸勿斥寒酸也！

老舍拜。”

应该是老舍先生很随意的撕下一页稿纸，但是很认真的写上四句诗作题目。然后又用红颜色的笔在每句诗的旁边写上“怎么画”。涂涂改改、满满当当写了一页纸，赋予了这张不起眼的稿纸特有的仪式感。

齐白石去世后，他的众多遗物被收藏在北京画院的一个大库房中。在一次资料整理中有人发现了这封稍有不慎就会被当做垃圾扔掉的纸片。这封被雪藏的书信，裹挟着时光的尘埃与两位友人情感的交汇。首次发现它的价值的正是杨良志先生，他建议出版社与舒乙先生的回忆文章同时刊登在杂志上。这封信披露了一段惊人的史料，大出包括舒乙在内的所有人的意料，原来这绝妙的构思并不是齐白石的，老舍先生在求画的同时，一并提供了绘画的构思，其中关于怎么画《蛙声十里出山泉》，老舍先生用醒



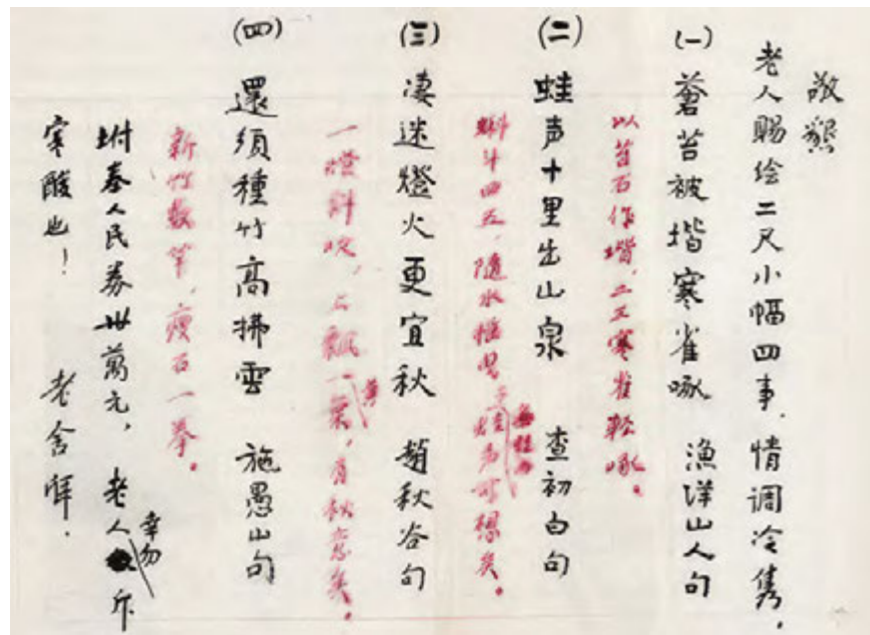
☆齐白石《蛙声十里出山泉》局部

目的红笔写到：“蝌斗四五，随水摇曳，无蛙而蛙声可想矣”。

“无蛙而蛙声可想矣”意境的营造

在宋徽宗时期，翰林图画院（也称画院）选拔人才以前人的诗句为考题，命题作画选拔人才。有一次，画院以“竹锁桥边卖酒家”这句诗为考题，意思是，桥边卖酒小店在茂密的竹林深处。考验画工们对诗词意境的理解与创作能力。

在这场考试中，许多考生倾向于直接描绘酒家，大都细致地勾勒出小桥、流水、竹林以及酒家的具体形态，试图通过视觉元素直观展现诗句内容。费时费力不说，描绘酒家稍有造型不准，就破坏了画面。而后来成为“南宋四家”之首的李唐却很快交了考卷，他没有直接画出酒家的全貌，而是仅仅在桥头竹林外画了一面随风飘扬的写着大大“酒”字的旗幡，以此象征性的手法暗示了“酒家”的存在。同时完美捕捉到了“竹锁”二字所蕴含的隐蔽与幽静之感。如此间接的表现，真是一种高妙的手法。李唐



☆图三：老舍命题求齐白石画信函

别出心裁地体现了诗句的意境。

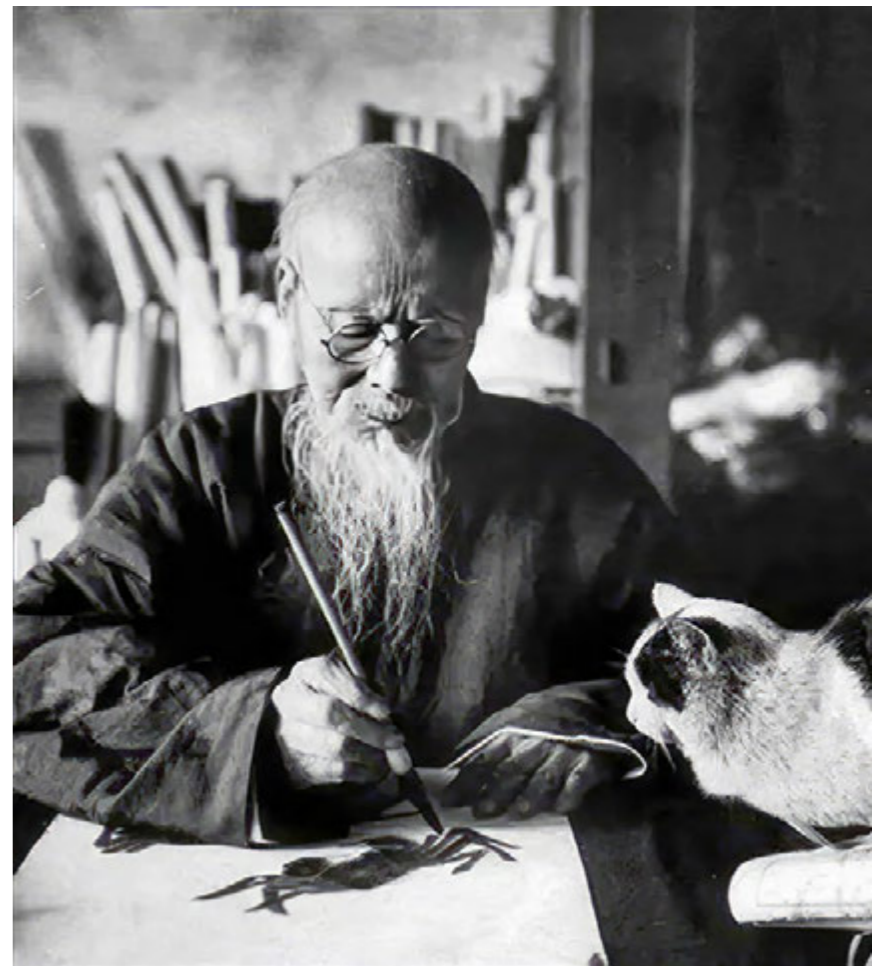
齐白石“蛙声十里出山泉”亦如此，这句诗的字面意思是：青蛙的叫声虽然远隔十里之遥（十是虚数），但仍旧能够从山泉的响声中清晰可辨。如果把把这个考题放到宋代画院，相信很多考生也会按字面取意：画岩石突兀，泉水奔流的山涧，几只青蛙三五成群跳跃鸣叫。抛开技法的表现，就这构思未免有些太直白了些。“蝌斗四五，随水摇曳，无蛙而蛙声可想矣”。老舍这绝妙的构思再加上齐白石高超的水

墨技艺，成就了一幅旷世杰作。虽说画面没有青蛙，可是却有蝌蚪。从近大远小的水波纹可以想象到忘乎所以游戏的小蝌蚪们已离开山涧深处有十里之遥了，远方焦急的青蛙母亲一定正在用她那呱呱的叫声在呼唤着她的孩子们。蛙声随着泉水由远及近，感觉已经传出画面，整幅画“蛙声一片”。

舒乙先生曾回忆说，老舍先生生前对谁也没有提过这封信的内容，反而逢人就夸赞齐白石的创意佳，称他不愧是世界级的美

术大师。写到这，我联想起唐代杨敬之的《赠项斯》“平生不解藏人善，到处逢人说项斯”。意思是一辈子从来不会掩盖别人的优点，每逢见到人，总要把项斯夸奖一番。反衬了老舍先生宽广的胸怀和无私品格。

阳光不再如正午时分那般炽烈，而是变得柔和而慵懒。我收回思绪，对照着这封书信，目光落在画上白石老人苍劲有力的款识上，仿佛能闻到笔画间夹带着的淡淡墨香，与雨后空气中的泥土芬芳交织在一起，别有一番风味。☺



☆作画中的齐白石

齐白石《蛙声十里出山泉》背后的故事

一封被雪藏了半个多世纪的老舍先生写给齐白石的“求画信”，披露了《蛙声十里出山泉》这幅作品背后的故事。而这幅画上的款识也同样意味深长，值得探究。胡佩衡与胡橐编写的《齐白石画法与欣赏》一书中曾介绍过，齐白石对自己的创作极其挑剔，一丝不苟。要反复草稿，一点不满意就要撕毁或者裁剪、拼贴，直到满意才肯搁笔。他每完成一幅画作后，会立刻用竹夹将画固定在北墙的铁丝上，然后坐在对面的躺椅上仔细端详，审查没什么问题了，才会将画取下，进行最后的步骤——题款、盖印章。这样，一幅画才算真正完成了。

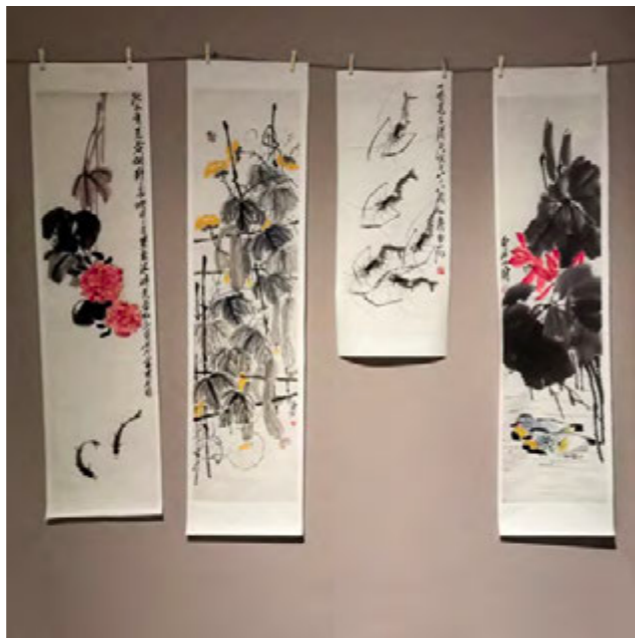
《蛙声十里出山泉》这幅受老舍先生之托的作品不知齐白石躺在大躺椅上审查了多久，才题上了：“蛙声十里出山泉，查初白句。老舍仁兄教画，九十一白石。”

文——李延

“蛙声十里出山泉”诗句的出处

“蛙声十里出山泉”出自查慎行的《次实君溪边步月韵》，这首诗的全文：“雨过园林暑气偏，繁星多上晚来天。渐沉远翠峰峰淡，初长繁阴树树圆。萤火一星沿岸草，蛙声十里出山泉。新诗未必能谐俗，解事人稀莫浪传”。这首诗描绘的是雨后宁静的夏夜美景。老舍不愧是大文学家，一眼就挑出了这首诗最精彩的一句“蛙声十里出山泉”。

查初白，即查慎行，出生于浙江海宁，是清康熙时期的进士，官至翰林院编修，著诗万首，被誉为白居易、陆游之后的“那一人”。浙江海宁不仅因其皮草产业而闻名遐迩，还诞生了许多对中国文化有着重要影响的人物。如果你不了解查初白，那你一定



☆ 画好之后，用竹夹在铁丝上挂起来

北京画院齐白石纪念馆

知道有一个也姓查的著名武侠小说家金庸（查良镛）。是的，查初白就是金庸的先祖。浙江海宁还出了一位著名的中国新月派的代表诗人徐志摩。徐志摩跟“查”姓也有关系，金庸的母亲徐禄是徐志摩的堂姑妈，因此按照中国的亲戚称谓习惯，金庸应当称呼徐志摩为表哥。写出这首诗的作者原来也大有来头，看人家后世也不乏响当当的人物。



☆ 老舍和夫人胡絮青与齐白石老人在一起

“老舍仁兄教画”

齐白石出生于1864年，而老舍出生于1899年。老舍虽比齐白石年轻许多，但作为文坛大家，老舍在文学界享有极高的声誉。齐白石用“仁兄”这一称呼，是对老舍人格魅力、学问及成就的一种高度认可和尊敬。而非实际年龄的比较。在文人圈子中，年龄不一定决定称谓的高低，更多的是基于

个人修养、才华和交情。齐白石与老舍之间的交往超越了年龄界限，他们相互切磋艺术，这种称呼体现了两人之间平等而深厚的友情。“教画”有“嘱咐”“教正”的意思，也是白石对老舍先生的尊重。在一些老舍的求画上白石老人还题过“老舍命予依句作画”“应友人老舍命”等。

齐白石还称他的开门大徒弟李苦禅为“苦禅弟”，齐白石对李苦禅的才能极为赏识，称其为“弟”也表达了对其如同家人般的亲近和喜爱。齐白石有一枚印章：门人半知己（图二）。他把学生也当作知己，在寂寞的绘画之路上，那些“仁兄”“弟子”给了他最好的陪伴，也反映了白石老人对中国传统社会中人际关系和文化礼仪的遵循。



☆ 躺在藤椅上的齐白石

北京画院齐白石纪念馆

“九十一白石”

齐白石在画上落款91岁，此作创作于1951年，即使按中国传统习惯，婴儿出生即算作1



☆ 图二：门人半知己

岁，过一个春节再增加1岁，因此虚岁年龄会比周岁大，那也只有89岁，怎么会题91岁呢？据考证，在民国二十六年（1937年），齐白石正值75岁。当时，有人为齐白石算命，表示那年他将从“丙运”交到“辰运”，并指出“流年不利”。因此，齐白石采取了所谓的“瞒天过海法”，决定在公开场合声称自己已经是77岁，希望通过这种方式规避75岁可能遇到的不利。他在名册上批记道：“十二日戌时交运大吉……宜用瞒天过海法：今年七十五，可口称七十七，作为逃过七十五一关矣”。这也为齐白石书画鉴定提供了佐证，齐白石在作品中很少有落款年龄75、76岁的，有些作伪者不知此事，按年龄顺序作伪，收藏者遇到此两个年龄落款需谨慎。



☆ 齐白石《蛙声十里出山泉》款识



☆ 图三：中国人民银行发行的人民币券

“附奉人民币三十万”

老舍先生给齐白石这封信的末尾“附奉人民币三十万，老人幸勿斥寒酸也！”在1951年“人民币三十万”是个什么概念？李苦禅先生之子李燕老师曾经讲过小的时候过春节去给齐白石先生拜年，白石爷爷给压岁钱一万元，一张大票，是新中国成立后发行的最大面值，上面印有“中国人民银行”（图三）。按当时的物价，是什么购买力呢，李燕老师曾幽默的用烧饼作比喻，“当时500元能买一个烧饼”。1953年货币改革，一万元改成一元，一百元改成一分，时至今日。那老舍随信附奉的人民券三十万，就相当于后来的30元，如果还用烧饼比，那是相当可观的一笔费用了。所以白石老人也很够意思，老舍先生求“二尺小幅”，而齐白石回馈的《蛙声十里出山泉》近四平方尺，足足大了一倍。

大家都觉得，老舍先生的妻子是齐白石的弟子，老舍又与白石老人交往甚好，喜欢哪张画，随便开口要几张，肯定不成问题。其实不然。老舍

虽然跟齐白石交往很深，但向白石求画，都是按当时的润笔付酬。另外，白石老人一生节俭，是很少轻易送谁作品的。他曾刻一枚印章“雕虫小计家声”（图四），他就是靠这一“雕虫小计”养活北京、湖南两大家几十口人。看白石的画，如果落款是“xx清赏”，那有可能是赠送的。齐白石节俭但知道感恩，从不欠人情。舒乙先生曾记述，齐白石曾酬谢过两张小画给他母亲胡絮青：一张虾、一张蟹，均很精彩。因为胡絮青业余时间为齐白石的四子、五子补课。如果落款“xx嘱画”那一定是要付润资的了。

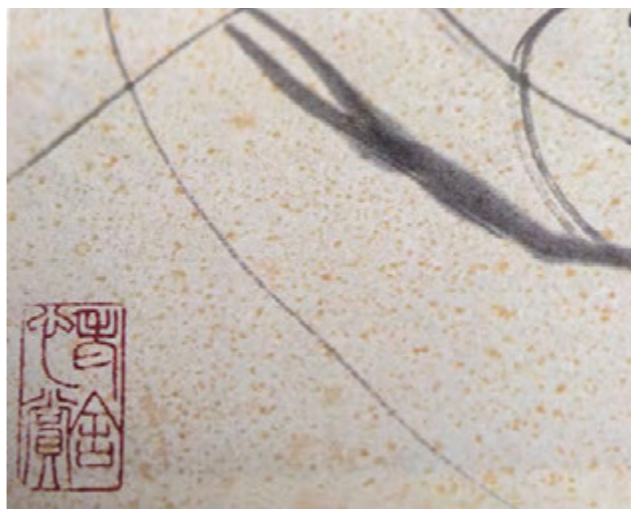


☆ 图四：齐白石印章：雕虫小计家声

“老舍心赏”

老舍喜欢齐白石的画，有时一拿到稿费就去齐白石处求画。他曾说：“在穷苦中，偶尔能看到几幅好画，精神为之一振，比吃了一盘白斩鸡更有滋味！”老舍总会在自己珍爱的书画上钤上一枚长方形的细朱文收藏印：老舍心赏（图五）。

结束《蛙声十里出山泉》这幅作品的解读，我的



☆ 图五：齐白石印章：老舍心赏

目光落在画面左下角“老舍心赏”这枚钤印上，与上方两枚齐白石自刻的“白石”、“木人”两枚朱文小印相呼应。

在这幅以墨色为主的画面上，三枚朱砂印章跃然其上（图六），既像是夜空中不经意点缀的星星，又似是穿越时空的往事印痕，向读者低语着半个多世纪前，两位名家，一个创作、一个收藏的往昔故事。

合上画册，我抬头看向窗外，骤雨初歇，夏的气息更浓，窗外的绿意比春日更显生机勃勃。☺



☆ 图六：齐白石《蛙声十里出山泉》上的三枚印章



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展现场

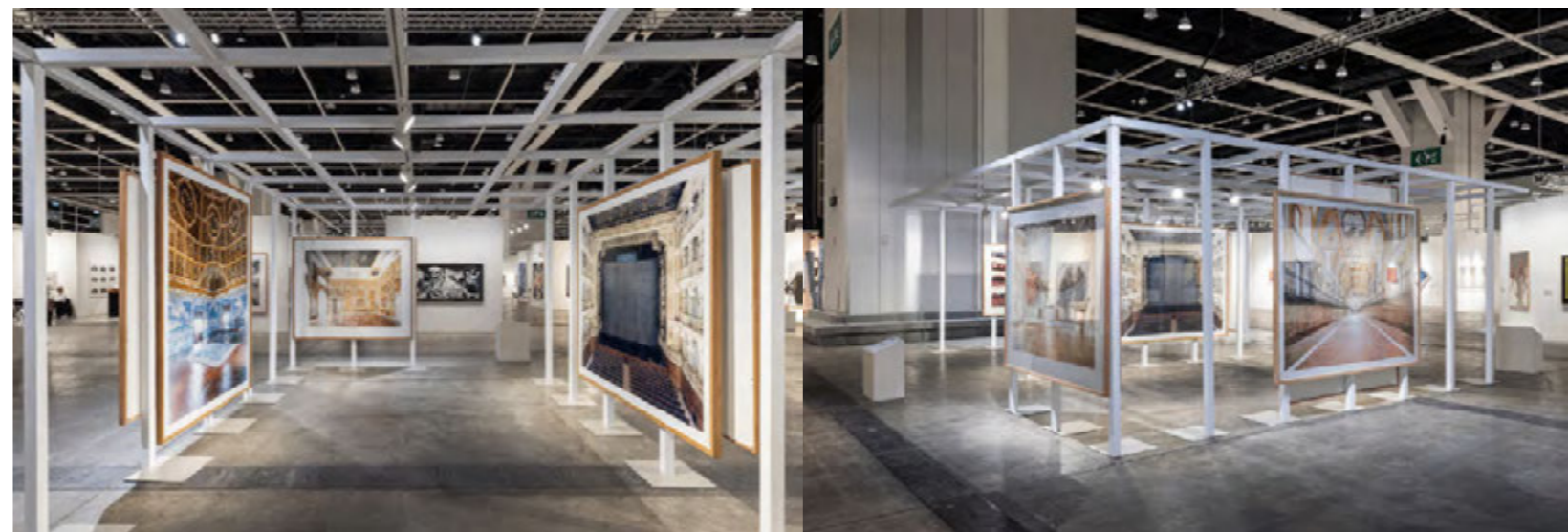
恢复往日盛况

进入第二个十年的香港巴塞尔艺术展，共有来自亚洲、欧洲、美洲、非洲的242家画廊参展。其中有69家画廊属于再度回归，23家是首次参加展会——这是自2019年之后首次全面恢复至疫情前的规模。

据了解，在来自40个国家和地区的参展画廊中，有许多来自美国和欧洲；而且超过半数的

画廊在亚洲设有空间，而它们大多聚焦于亚太地区广阔与多元的艺术创作。有统计数据显示，在巴塞尔艺术展香港展会的贵宾预览与公众开放期间，共迎来7.5万名访客——约8.6万人次入场。

近几年亚洲地区艺博会竞争日益激烈，尤其是随着新加坡艺博会（Art SG）在2023年成立、韩国首尔弗里兹艺博会（Frieze Seoul）在2022年首次举办，两者的成功亮相，让业界无不为香港巴塞尔艺术博览会的未来充满担忧。



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”现场

2024年香港巴塞尔艺术展观后

2024年香港巴塞尔艺术展于3月28日至30日在香港会议展览中心成功举办，不仅让香港作为全球艺术交易中心的地位愈加稳固，而且作为“晴雨表”和“风向标”的巴塞尔艺术展，也向全球展示了亚洲艺术市场在经历三年坎坷之后的欣荣如旧。

文—— 敬玉



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”现场



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”展区现场



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”展区现场

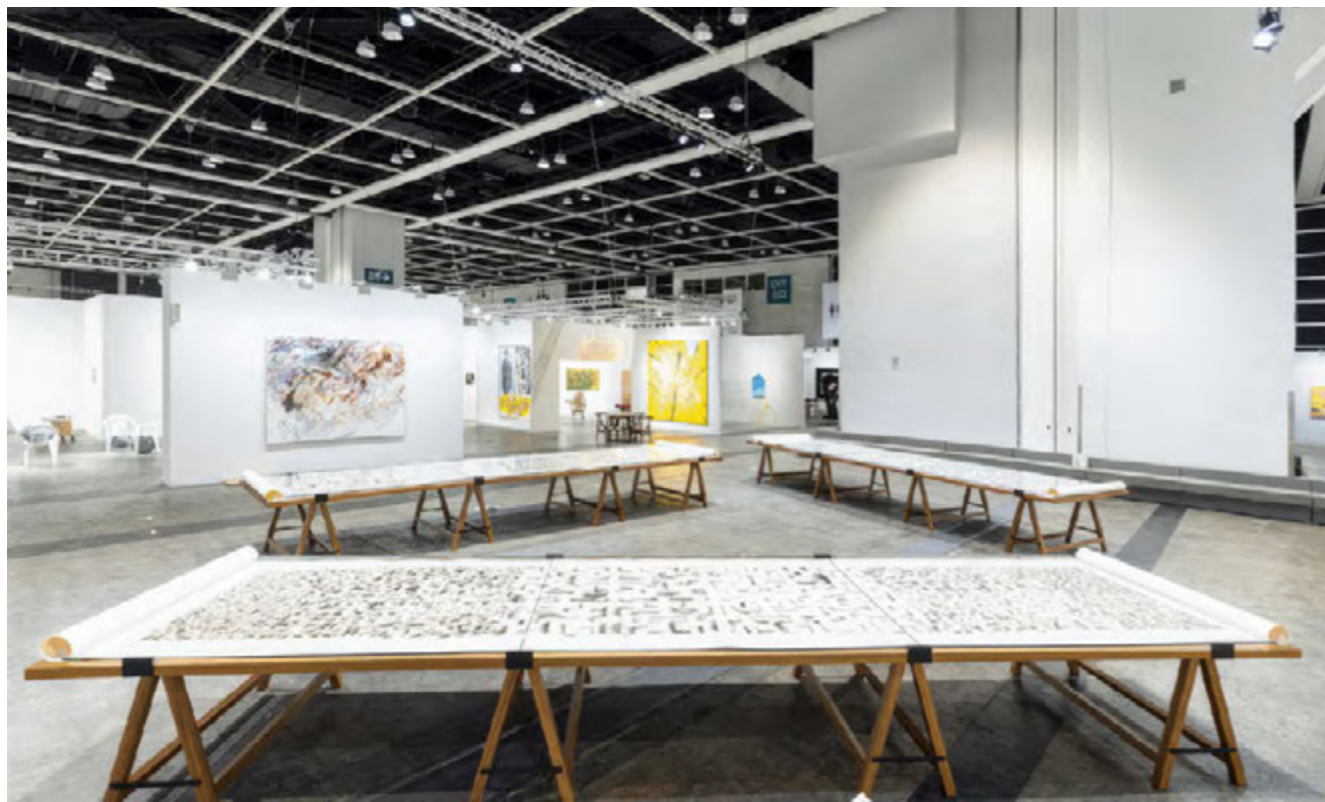


但最终结果还是让业界看到了香港在全球艺术品产业生态链中无可撼动的地位。

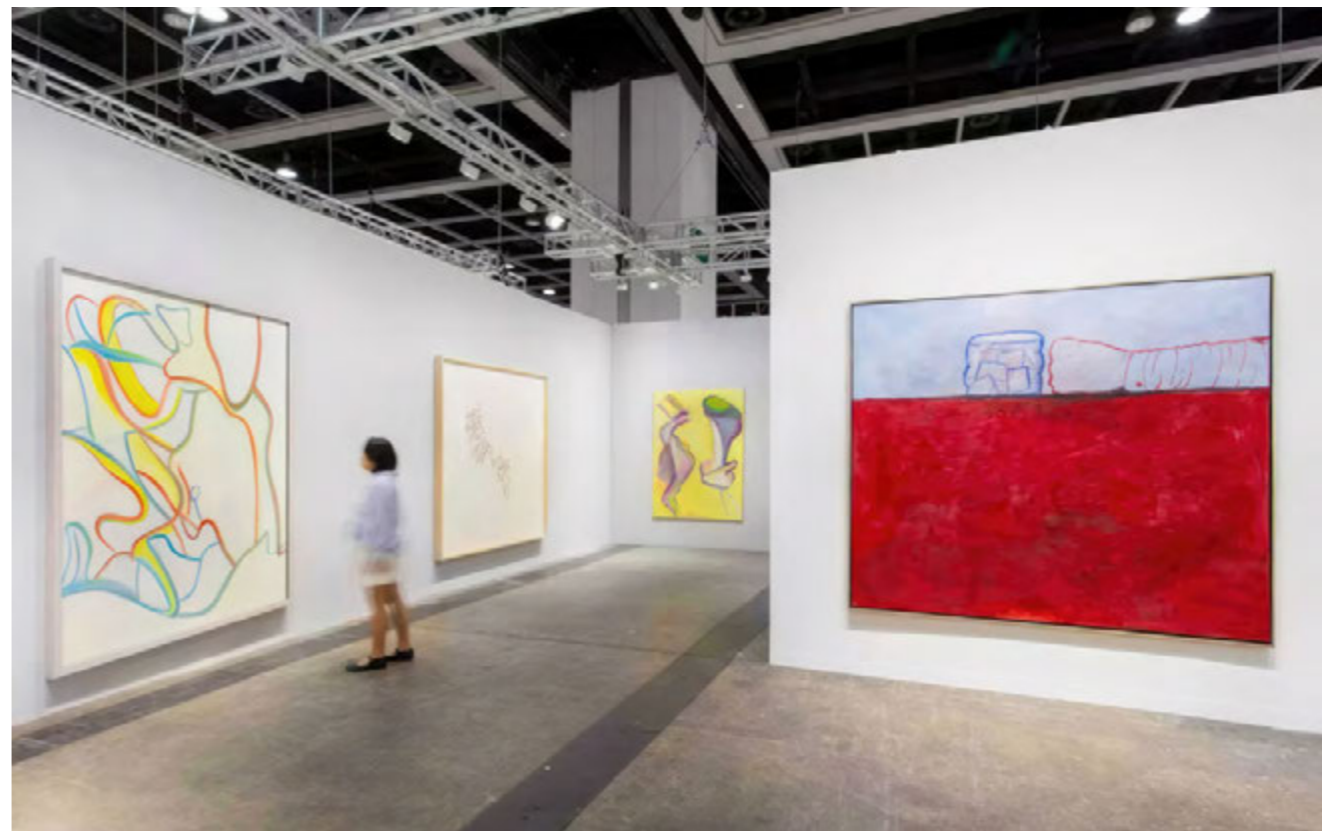
正如巴塞尔艺术展香港展会总监乐思洋（Angelle Siyang-Le）表示：“巴塞尔艺术展香港展会在本届全面恢复其规模与活力。我非常感激所有的艺廊、艺术家、赞助人、机构代表和文化合作伙伴，正因与他们通力合作才于香港——我们在亚洲的家，实现了一场世界级的多元与高水准的盛会。此届展会向全世界展示香港这个城市是充满活力及动力的城市、传统与前卫的交汇处、文化的港湾，以及是连结区内日新月异艺术景观的桥梁。”

也难怪如在苏黎世生活和工作的艺术顾问Grace Rong Li在接受媒体采访时表示：“没有哪个艺博会能与香港巴塞尔相提并论，这个品牌非常强大。”

再从此次展会的“艺聚空间”“艺廊荟萃”“亚洲视野”“艺术探新”“光映现场”和“策展角落”六个展区来看，也呈现出了往日的辉煌、多元的艺术视野，其中既有对历史素材的回顾，更有对知名与新晋艺术家创作的前瞻性把握，更为观众带来了崭新的艺术体验，被誉为是一场难得的艺术盛宴。



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”展区现场



☆ 2024香港巴塞尔艺术展豪瑟沃斯展位现场 图片来源：豪瑟沃斯画廊（左）威廉·德·库宁《无题III》223.5×195.6cm 1986年 售价：900万美元（右）菲利普·加斯顿《The Desire》203.2×266.7cm 1978年 售价：850万美元



☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”展区现场

成交显示了香港市场的强劲动力

作为艺术品交易的一级市场，一场博览会的成功与否最终还是要看成交。所以，回顾2024年香港巴塞尔艺术展的最终战绩，其最大的亮点是中低价位的作品成交比较活跃且多元化——虽然高价位作品成交比较稀少，但这也从一定程度上证明了在全球艺术市场备受冲击的时代背景下艺术博览会该如何持续发展的新动向。

据巴塞尔官方提供的最终版销售报告显示，此次展会期间的最高成交价格为豪瑟沃斯画廊的威廉·德·库宁一件1986年的作品《Untitled III》，其售价为900万美元，位居第二高价者为菲利普·加斯顿于1978年创作的作品《The Desire》——售价850万美元；马克·布拉德福特于2023年的作品《May

the Lord be the first one in the car...and the last out.》以350万美元的价格出售，由亚洲私人藏家购藏。

另有Lévy Gorvy Dayan的创始人Brett Gorvy向媒体表示，在展览首日已售出5件作品，每件售价低于50万美元。佩斯画廊也在同日售出15件作品，其中Adam Pendleton的《黑色达达（D）》以27.5万美元的最高价格成交。David Kordansky画廊在首日共售出17件作品，其中包括Joel Mesler和Shara Hughes的作品，售价在10万美元以上……

尽管上述数据是画廊自愿向媒体披露，巴塞尔艺术博览会并不全面了解博览会期间画廊的整体成交，但从媒体已披露的部分画廊的业绩，以及来自不同国家的藏家到场——大概是中国内地和国外藏家的比例各占一半，诸多迹象表明



☆ 弗朗索瓦·沙维尔·莱兰《河马1》蓝色层压模塑聚酯树脂和黄铜 126 x 283 x 88 cm 1968-1998 布朗画廊

2024年香港巴塞尔艺术展的销售是令参展画廊满意的，让业界看到了它强劲的销售动力。

多元的艺术生态 和市场动向暗流涌动

从成交状况来看，2024年中国香港巴塞尔艺术博览会充分展示了当下艺术品交易的多元动向。而从学术支撑来分析，此届博览会的多元化特征更是十分明显。

在人们的印象中，艺术博览会是一个艺术潮流的演绎契机和平台，这最先体现在其商业交易中。纵观2024年中国香港巴塞尔艺术博览会全场的展出作品和成交突出的品类，如今的艺术审美更多趋向快餐化、时尚化和便捷

化。尤其是一些在感官层面表现突出的材料厚重堆砌、创作观念波普化、形式和题材卡通化与涂鸦化的作品大量出现，并成交火热，成为博览会的一大明显潮流。

由此不难看出，近几年来，从国内到国际，年轻藏家的蜂拥进场和强劲发力，不仅改变了以往的藏家结构，甚至是购藏艺术品的方式。正因如此，业界对2024年香港巴塞尔艺术博览会的评价是它不仅展现了中国香港艺术市场与生态的蓬勃活力，也通过展示充满复杂议题和多元文化的作品，推动并传播着当代艺术的开拓与创新思维。

比如在众多参展作品中，纺织艺术的引人注目，聚焦新晋艺术家个展的“艺术探新”展区有多个展览聚焦现代社会的城市化发展与公共空间转变的复杂议题……艺博会中每个板块的热点与亮点，无不反映了当下收藏投资者的

关注度与聚焦点。

此外，来自全球的100多家世界顶级博物馆和基金会的代表的参会，不仅让此届博览会盛况如前，更共同演绎了艺术在东方与西方、传统与新潮、商业与人文等重要议题的当代交融与碰撞。

不断完善市场环境 让香港的未来更美好

通过一场艺术博览会的成功举办，除了可以窥见举办地的市场动力是否持续强劲之外，更能看到该地艺术生态的健康与否。这在业界早已成为共识。审视2024年香港巴塞尔艺术博览会的成功举办，不难发现香港早已通过艺术发展成为观众、藏家、参展商、媒体、主办方、政府机构与商业机构自由表达、突显各自观念的艺术圣地。

粗略统计显示，在此届艺术博览会期间，中国内地赶赴博览会的访学团就有一两百个，而由此带去的人流以及专家讲座、专题报告更

加扩大了此届巴塞尔艺术博览会的影响力，成为社会美育的最大课堂。

另从服务与外围活动来看，不仅能明显感受到2024年香港巴塞尔艺术博览会的能力与水平，而且也反映了香港在艺术生态方面的健康度。首先，此届艺术博览会进一步深化了展会与主办城市及所在地区的对话，在中国香港会议展览中心展场及全城范围呈献一系列精彩艺术项目，尤其是专门为大型作品而设的策展展区“艺聚空间”展出的16件大型装置作品，其中有11件是特别为本展会而创作。其次，免费向公众开放的“与巴塞尔艺术展对话”与“光映现场”——免费对公众开放的全新及拓展公共项目中，吸引了超过5000人参加……诸多跨界活动的举办，就可见香港的艺术生态产业链上各个环节的实力和影响力之一斑。

不难发现，巴塞尔艺术展香港展依然成为亚洲茁壮成长的艺术图景中的重要支柱，也是全球艺术交易的关键时刻；而香港作为亚洲艺术生态向国际化发展的引擎，不仅拓宽了其文化图景，也促进艺术与个体、社会的联结，而其未来的发展动力将会更加强劲。③

☆供图/Art Basel



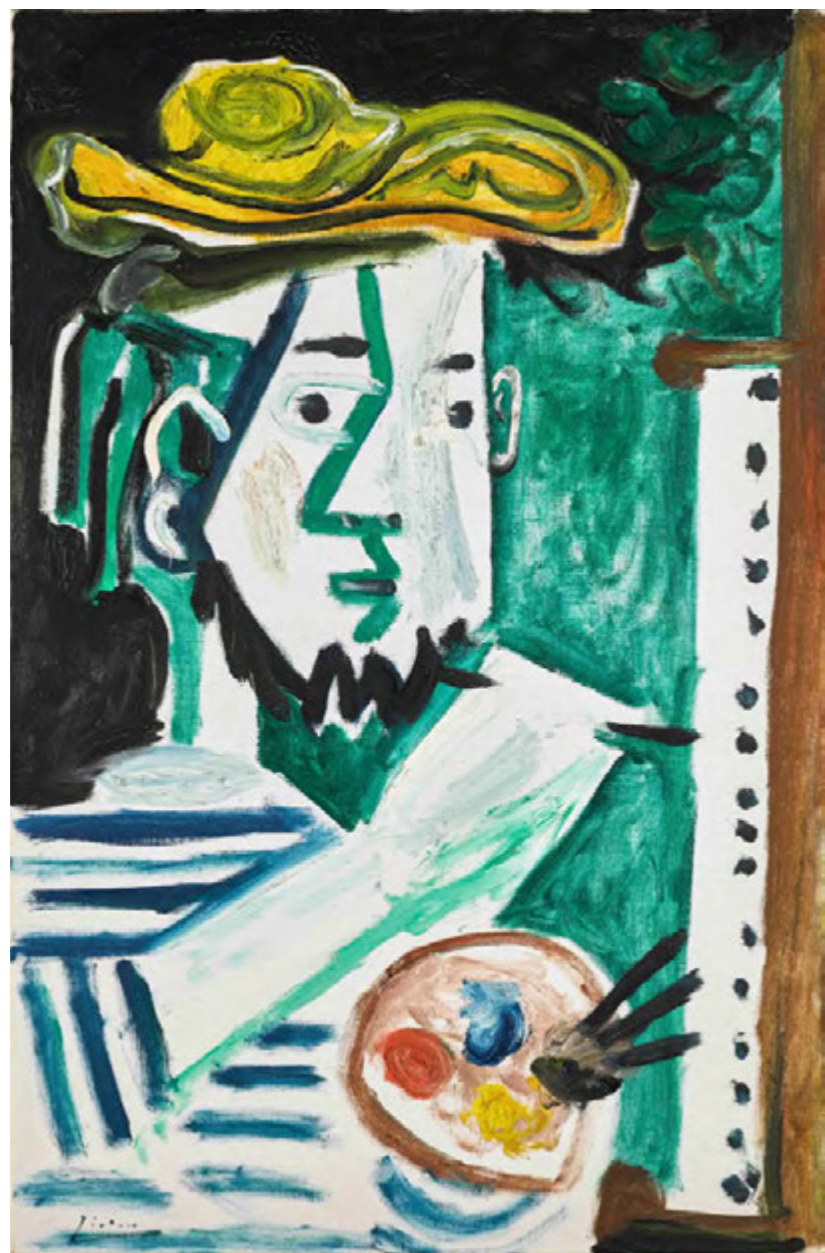
☆ 2024年香港巴塞尔艺术展“艺聚空间”展区现场

2024香港春拍新动向

2024年春季大拍已近尾声，香港文物艺术品拍卖市场整体呈现出人气不足、买气欠旺的状况，大多数拍卖公司业绩下滑明显。

业内人士普遍预估，受内外经济大环境影响，艺术品市场的回调似仍将继续。但从另一方面来讲，市场的每一次回调都是重新整理、再次出发的机会。

文——小羊



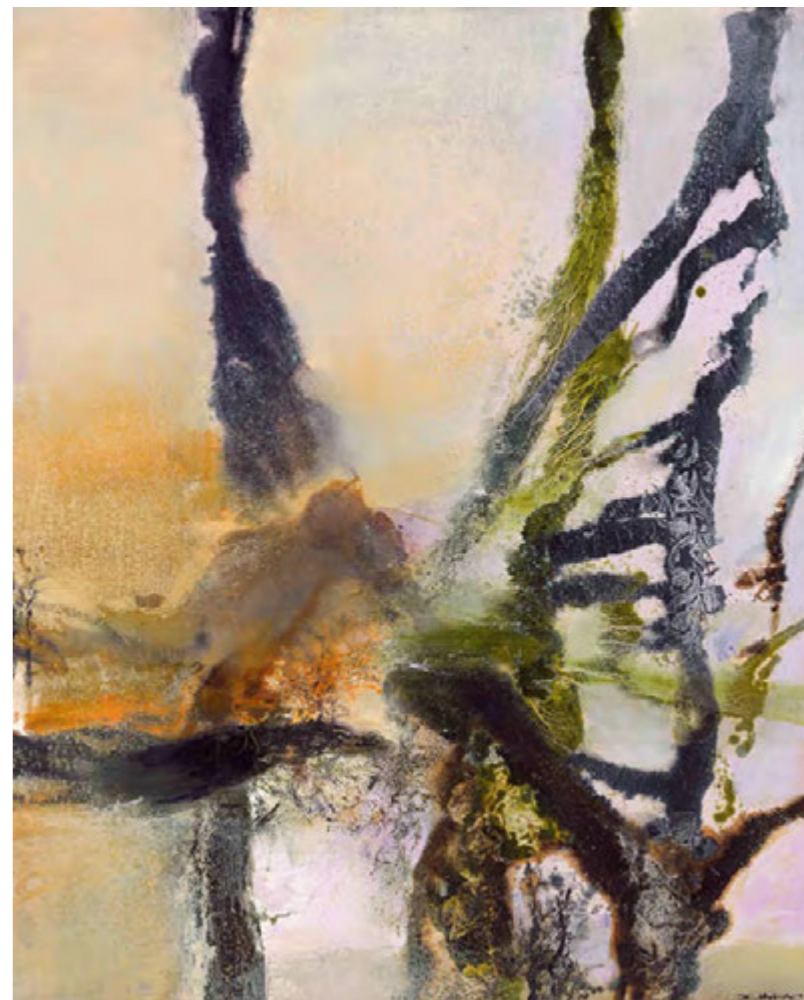
☆ 巴勃罗·毕加索《画家》·92cm×60cm·7872万港元·香港苏富比2024春拍

香港苏富比： 经典板块依旧强势

香港苏富比春拍于4月2日至8日在香港会议展览中心举行。作为两大重点板块，中国书画部分总成交额逾3亿港元，成交率达87%；现代艺术总成交额达4亿港元，与总拍前估价比率达120%。其中不乏亮点。

中国书画板块分为三个部分，分别为“乐山堂存珍（二）：蔡一鸣藏中国书画及艺术精品”、“清气娱怀——刘汉堃家族珍藏书画”以及“中国书画”，呈献近现代书画精品共计260余帧。

值得关注的是，张大千的多幅佳作备受追捧，成绩斐然，足见其在市场弱势环境下的号召力。其中，张大千临敦煌人物之典范《朱衣大士》以7758万港元超越高估价成交，拔得全场头筹；其作于上世纪40年代的青绿山水巨制《乔木芳晖》，由一名现场买家以3070万港元竞得；张葆萝儿女珍藏张大千《荷花屏风仕女》以1860万港元超越高估价成交。此外，齐白石、陆俨少、林风眠等大师作品也均有上乘表现。



☆ 赵无极《04.10.85》：162cm×130cm，4038万港元，香港苏富比2024春拍

现代艺术板块，毕加索的《画家》以7872万港元成交，位列艺术家亚洲拍卖纪录第七位，坐稳苏富比本季春拍头把交椅。

今年适逢西方印象派诞生150周年，苏富比呈上的三幅印象派杰作悉数成交。莫奈的《蒙特卡罗之路》以拍前估价1.36倍的6148万港元成交，为艺术家亚洲拍卖纪录第二位。

华人画家中，赵无极

《04.10.85》成交价4038万港元，朱德群《力争上游》成交价3070万港元。吴冠中作品依然表现强劲，现当代艺术晚间拍卖中的吴冠中作品全部逾拍前高估价成交，成交总额1994万港元，总成交额与总估价比率达234%。

尽管市场景气度持续下降，但经典板块、大师作品依然具有显著的抗跌性和保值性。趁价位下行周期购入，不失为好的收藏和投资策略。



☆ 吴冠中《新居》:36cm×28cm, 962.7万港元, 嘉德香港2024春拍

嘉德香港： 精心策划 表现亮眼

4月7日，为期5天的中国嘉德香港2024春季拍卖会圆满结束。12个专场、1500件拍品，共斩获3.3亿港元总成交额，成交率73%。值得一提的是，本季春拍网上竞拍热烈，最终有32%的

拍品经网络成交，网络总成交额2700万港元。

中国书画部分总成交额8880万港元，成交率高达90%，显示出市场对于嘉德品牌传统强势板块的看重。瓷器工艺品板块共呈现七大专场，最终取得1.52亿港元的佳绩，表现亮眼，更有两件精品破千万港元成交。

亚洲二十世纪及当代艺术部

策划的“四时之美”专题，30件作品共斩获4412万港元，专题成交率达85%。其中，吴冠中在上世纪70年代黄金时期创作的精品《新居》以962.7万港元成交，摘得专场桂冠。另一汇聚20位杰出亚洲当代艺术家的“我们的时代”专题也表现不俗，成交率高达90%。

古典家具及工艺品部独辟蹊径，创新性地推出“琳琅——亚洲重要私人珍藏金石艺术”专场，首次以宏观的金石概念推出近百件/组拍品。最终，该专场总成交额达到1739万港元，成交率86%，显示出名家收藏、著录详实的金石版块巨大的市场潜力。

特别值得关注的是，本次嘉德香港春拍策划推出8个重要私人珍藏专题、专场，均以100%全数成交，缔造“白手套”佳绩。

保利香港： 多元出击 斩获不俗

4月7日至9日，保利香港本季春拍于香港君悦酒店正式举槌。涵盖现当代艺术、中国古董珍玩、中国书画、珠宝、钟表及手袋尚品等四大部门，共计九大专场，最终以成交额2.92亿港元圆满收官。1000件拍品中共产生1件超两千万港元拍品、5件超千万港元拍品、7件达五百万港元拍品；多件拍品超出高估价或以低



☆ 齐白石《神鸡》:129cm×63cm, 717万港元, 嘉德香港2024春拍

估价数倍成交。

中国古董珍玩板块共推出四场专题拍卖，创下约1.1亿港元的总成交额，有三件拍品过千万港元成交。其中，重磅专场“寥若星辰：望星楼藏清代御窑瓷器”缔造3702万港元成交纪录，封面作品清乾隆·粉青釉刻仿古夔龙纹鬲式大尊以2400万港元成交，摘下本季拍卖总成交桂冠。

现当代艺术拍卖成交项目比率达92%，总成交额逾6782万港元。草间弥生、奈良美智、张恩利、黄宇兴等当代艺术领域备受瞩目的艺术家均斩获不俗战绩。

中国书画专场囊括宋元明清及近现代殿堂级书画家精品，成交总额近6000万港元。其中，张大千82岁高龄时所作的《阿里山浮云》在开拍前便备受关注，现场经过长达15分钟的激烈竞投后，以1080万港元易手。



☆ 清乾隆 粉青釉刻仿古夔龙纹鬲式大尊：高37.8cm, 2400万港元, 保利香港2024春拍



☆ 王翬《山阴雪霁》：191cm×77.5cm，249.6万港元，保利香港2024春拍



☆ 安迪·沃霍尔《花》：208.3cm×208.3cm，6700万港元，佳士得香港2024春拍

佳士得香港： “蓝筹”精品不负众望

6月1日，佳士得香港春拍顺利收官。本次春季拍卖成交总额为23亿港元，成交比率以件数及金额计近90%，42%的拍品成交价超逾高估价。

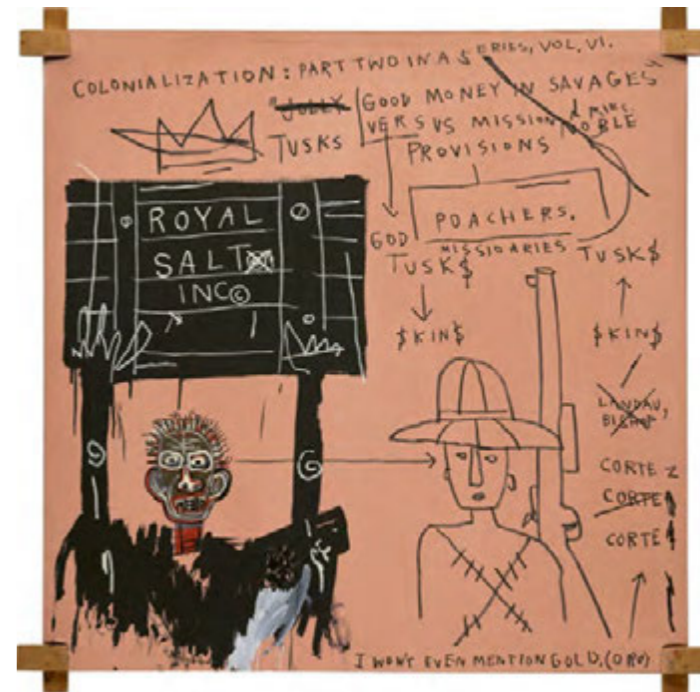
本季佳士得香港春拍亮点颇多，尤其是新一代年轻买家涌入拍场，其中近四分之一的买家为首次参与佳士得拍卖，43%的新买家为千禧新世代。虽然市场增长乏力，但年轻力量的参与度正在逐渐上升，强大的“后劲儿”也将未来的市场变化中逐渐明晰。

本季佳士得香港春拍各板块均有不俗表现，其中二十及二十一世纪系列拍卖成交总额达9.63亿港元。西方大师作品中，安迪·沃霍尔的《花》以6700万港元成交，雷尼·马格利特的《遨游》成交价4300万港元，马克·夏加尔的作品100%成交，展现出蓝筹作品强大的市场号召力。

此外，赵无极、常玉、陈逸飞等中国现代巨匠作品也均取得亮眼成绩，草间弥生和奈良美智的当代杰作也拍出斐然佳绩。拍卖共刷新12位艺术家的个人拍卖纪录。

中国书画板块，“中国近现代及当代书画”与“中国古代书画”两场拍卖总成交逾2.82亿港元，其中3件拍品超千万港元成交，12件拍品超五百万港元成交，其它五个重要私人收藏专题取得100%成交，成为本季佳士得香港中国书画拍卖的一大亮点。

值得一提的是，本季佳士得香港推出的“十全——望星楼珍藏清代官窑瓷器”也取得100%成交佳绩，成交总额1.23亿港元，落槌总额为低估价的127%。足见市场对于精品重器价值的肯定。



☆ 尚·米榭·巴斯奇亚《亚摩利人猎游》：183.2cm×182.2cm，9873.5万港元，富艺斯香港2024春拍

富艺斯香港： 专注现当代 增长明显

6月1日，富艺斯现代及当代艺术香港春拍圆满落幕。最终以2.96亿港元的总成交额收槌，较上一季增长22%。其中，巴斯奇亚创作于1982年的巨作《亚摩利人猎游》以近9900万港元成交，不仅领衔富艺斯本季春拍，而且跃居为2024上半年香港拍卖最高价拍品。

率先举槌的富艺斯香港现代及当代艺术晚间拍卖精品迭出，以逾2.1亿港元收槌，较上季增长10%，金额成交率97%，项目成交率96%。

除巴斯奇亚巨作外，另一件此前备受关注的焦点拍品——班克斯的《猎豹与羊》，也不负众望，以较拍前估价高两倍的近3680万港元成交。草间弥生作于



☆ 常玉《瓶花》：80.9cm×65cm，3667.5万港元，佳士得香港2024春拍

2007年的作品《无限网（ZGHEB）》以近2600万港元成交，创下同尺寸无限网作品拍卖最高价。

此外，富艺斯还延续了一直以来大力推介新晋艺术家的传统，日本艺术家武田铁平的作品《绘画之绘画026》系首次亮相日本之外的拍场，在经过31次激烈竞价后以逾184万港元成交，较拍前高估价多6倍，并缔造了艺术家个人拍卖史上的第二高价。中国当代新锐艺术家孙一钿的作品《不咬人的豹子》也以逾165万港元顺利易手，创下其个人拍卖纪录第二高价。

其后，于6月1日举槌的日间拍卖延续了前一晚的热度，由赵无极、朴栖甫、奈良美智、草间弥生等亚洲现当代艺术大师的杰作领衔，最终斩获8600万港元。



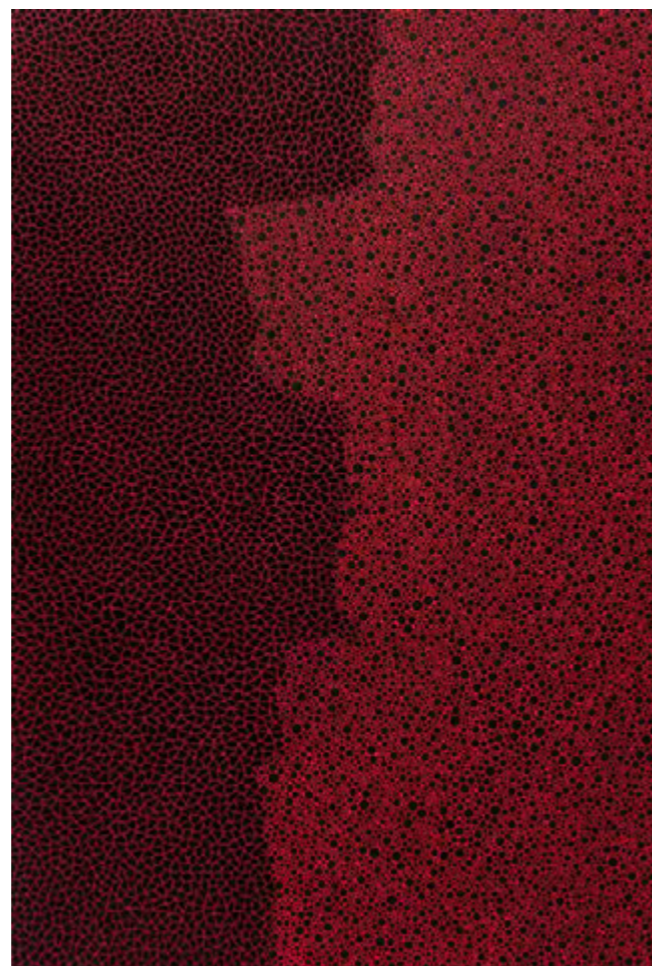
☆ 孙一钿《不咬人的豹子》：150cm×150cm，165.1万港元，富艺斯香港2024春拍

香港邦瀚斯： 私人珍藏受青睐

5月29日，香港邦瀚斯中国古董艺术部春拍2大专场顺利落槌，总成交额近7400万港元。现场和网络竞投踊跃，展现出市场对于中高端瓷器杂项的喜爱和热情。

“古韵涵芳——香港小雅之堂高福全藏中国艺术珍品”专场总成交率达80%，过半拍品超拍前高估价成交。宜兴紫砂鼓腹扁圆形茶壶经过场内及网络激烈出价66回，以逾低估价135倍的406万港元高价成交，位列专场最高价拍品。清雍正·釉里红摇铃式夔龙柄把壶以逾低估价2倍的381万港元成交，为第二高价拍品。

“中国瓷器及工艺精品”专场以清乾隆·青花缠枝莲纹赏瓶领衔，成交价406万港元。一对清雍正·金彩碗经过场内及电话委托争相出价21口，以近低估价3倍的267万港元成交。



☆ 草间弥生《无限》：193cm×129.5cm，4643.4万港元，香港邦瀚斯2024春拍



☆ 傅抱石《苦瓜和尚诗意图》：145cm×86.5cm，571.9万港元，香港邦瀚斯2024春拍

6月1日，中国书画专场应约举槌，最终斩获逾5200万港元总成交额，逾拍前低估价1.4倍，总成交率超8成，近6成拍品超越高估价成交。

尤为难得的是，香港邦瀚斯本季重磅推出的5个私人收藏全部悉数成交，斩获“白手套”佳绩，充分体现市场对优质私人珍藏的信赖和需求。

此外，在5月25日举行的“现代与当代艺术”拍卖中，草间弥生首次现身拍场的纯抽象绘画《无限》，以4643万港元成交，战绩不俗。而名酒、珠宝、钟表以及越南艺术等专场也都取得了不错的成绩。📌

2024内地春拍走势分析

2024年内地春拍市场稳健前行，拍卖公司普遍采取减量增质、调整拍品结构、策划特色专场、争取私人收藏等策略，市场呈现出一派谨慎的热闹场面。尽管没有出现亿元级成交拍品，但顶尖收藏依然展现出强大的抗压性，部分专场成交状况甚至超出预期。

文—— 庞谢

开拍CUPPAR： 第一阶段收官 现代表表现不俗

5月10日晚，开拍CUPPAR2024春拍第一阶段“现当代艺术专场”在北京圆满收槌，总计91件现当代艺术作品标的，以95%的成交率创下8973万元的专场成交额。无论是吴冠中、潘玉良、吴大羽、林风眠等现代艺术家经典，还是



☆ 王光乐《水磨石021115》：180cm×148cm，402.5万元，开拍CUPPAR2024春拍



☆ 吴大羽《缤纷 (无题116)》：53cm×36.2cm，552万元，开拍CUPPAR2024春拍

余友涵、张恩利、王音、王光乐、黄宇兴、韦嘉等当代艺术家创作，均取得了不错的成绩。

赵无极的《19.10.2001》以839.5万元的成交价，拔得全场头筹；潘玉良的《瓶花与曼陀铃》以701.5万元易手，位列第二；第三名被吴大羽的《缤纷 (无题116)》以552万元的成交价夺得。

此外，本季延续开拍CUPPAR对于艺术家个案的关注，特别策划“韦启美艺术专题”，推出韦启美在上世纪80年代、90年代和2000年后所作的三件作品《海滨》、《炊烟》和《蝴蝶兰》。最终三件作品不负众望，悉数成交。

开拍CUPPAR特别策划的“浪潮”单元本季已进行到第三场。“浪潮”单元的策划核心是着眼于潜力艺术家在二级市场的发展，诸多艺术家通过开拍CUPPAR在二级市场初次亮相或刷新个人市场纪录。本季“浪潮III——新星艺术家”单元再次刷新范扬宗、蔡磊、薛若哲、陆超、张晖、颜秉卿等多位中国当代艺术家的拍卖价格。

本季开拍CUPPAR率先在北京完成第一阶段春拍，第二阶段也将正式开启。在第二阶段春拍中，开拍CUPPAR将与浙江南北拍卖共同策划推出以中国书画、古籍善本、现当代艺术、珠宝尚品等门类为核心的专场拍卖。

中国嘉德：稳扎稳打 夯实市场

5月25日，中国嘉德2024春季拍卖会于北京圆满收官。近5000件艺术珍品，总成交额17.37亿元，平均成交率80%。23件拍品成交



☆ 张恩利《盛宴4号》：247.7cm×198.1cm，2127.5万元，中国嘉德2024春拍

价超过千万元，238件拍品成交价超过百万元。在市场低迷、预期不足的当下，可谓交出了一份令人满意的答卷。

作为重头板块，中国书画部分狂揽8亿元成交额，总成交率超90%。其中，中国近现代及当代书画板块共计呈现近千件拍品，成交总额近5.5亿元，平均成交率以91%创下新高；大观夜场成交率89%，也是近年来最高。傅抱石、齐白石、吴昌硕、黄宾虹等多个专题均成交喜人。古代书画以总成交额2.5亿元收官，夜场和日场成

交率均超过80%，而专场“经纶——清代书法的文韬武略”更收获“白手套”100%成交。

二十世纪及当代艺术总成交额2.8亿元，成交率81%，7件拍品成交价超过千万元，刷新多项拍品成交价纪录。吴冠中《玉龙雪山》以1725万元成交；吴大羽《乾象含章》以1495万元易手，打破其常规尺幅作品拍卖纪录。当代艺术中坚力量的表现也可圈可点，刘炜《我的风景》以1840万元成交，刷新艺术家风景系列作品拍卖纪录，周春芽《锦霞千里》以1472万元成交。

瓷器及古董珍玩板块，中国嘉德本季设置了“玲珑”“景行行止——瓷器中的画意”等特色专场，最终交出了近2.7亿元成交额、83%成交率的成绩，可谓理想。“玲珑”专场瓷器部分拍出近3000万元，是专场开设以来最高的一次；



☆ 康熙 五彩叩马阻兵图大棒槌瓶，高75 cm，989万元，中国嘉德2024春拍

“景行行止——瓷器中的画意”专场同样大获成功，专场封面“康熙五彩叩马阻兵图大棒槌瓶”以989万元成交。作为夜场收官的“宸赏”专场成绩斐然，诞下本季春拍部门成交排名的前两位拍品：“乾隆洋彩百鹿尊”（1955万元）和“乾隆青花缠枝莲托八宝纹大铺首尊”（1380万元）。

古典家具及工艺品板块总成交额达2亿元，古典家具、金石篆刻、文房赏石等类别均有



☆ 吴冠中《玉龙雪山》76cm×86cm，1725万元，中国嘉德2024春拍

亮眼的表现。“清隽明朗——明清古典家具”夜场，共呈现10件明式家具珍品，全场成交率达90%，总成交额7737.8万元。“清宁——金石篆刻艺术”专场以6316万元的总成交额刷新设立该专场以来的历史最好成绩。

“瑰丽珠宝与翡翠”和“名贵钟表时计及尚品艺术”专场总成交额8716万元，较去年春拍同比增长超过25%，令人欣喜和振奋。古籍善本板块中的“金石碑帖”和“笔墨文章——信札写本”两个专场人气火热，平均成交率高达89%，收获总成交额2744万元。领衔拍品程甲本《红楼梦》以586.5万元成交。



☆ 曹雪芹著 程伟元 高鹗整理 清 程甲本《新绣全部绣像红楼梦》一百二十回：11.5cm×17.2cm，586.5万元，中国嘉德2024春拍

荣宝斋（深圳）： 突出优势板块 聚焦岭南特色

5月26日，历经整日两个拍卖厅鏖战，荣宝斋（深圳）2024春季拍卖会落下帷幕。



☆ 傅抱石《秋山登阁》·138cm×40cm·747.5万元·荣宝斋（深圳）2024春拍



☆ 黄永玉《圣诞快乐》：60cm×50cm，59.8万元，荣宝斋（深圳）2024春拍

因正值深圳文博会期间，拍卖吸引到不少新老藏家前来观战、竞买。

“天禄——中国书画精品专场”以近现代书画珍品为主体，包括吴昌硕、齐白石、傅抱石、李可染、吴冠中等人的绘画佳作，此外也推出了部分当代艺术家的创新之作。作为荣宝斋（深圳）拍卖的优势板块，现场座无虚席，买气很旺。傅抱石《秋山登临》以747.5万元成交，占据头把交椅；李可染《“三峡石壁·诸葛亮语”中堂》斩获667万元，表现亮眼。

荣宝斋（深圳）立足粤港澳大湾区，拍品充分体现岭南文化特色，此次特别推出“渊远流

长——黄永玉作品专场”和“笔墨风华——饶宗颐专场”两大特色专场，重点聚焦两位先生既浓缩岭南文化精髓、又兼具国际影响力的书画精品。

首次推出的“格物蕴秀——中国古董器物专场”，精选中国古代瓷器与文房用品等，主打“文人雅趣”主题。“舒室——私人收藏紫砂专场”则在古典传统审美基础之上，着重体现紫砂在日常生活中的融入与影响。

此外，现当代艺术专场融汇中西艺术佳作，当代设计与工艺专场甄选兼具工艺温度与艺术价值的作品，均取得了不错的成绩。📍

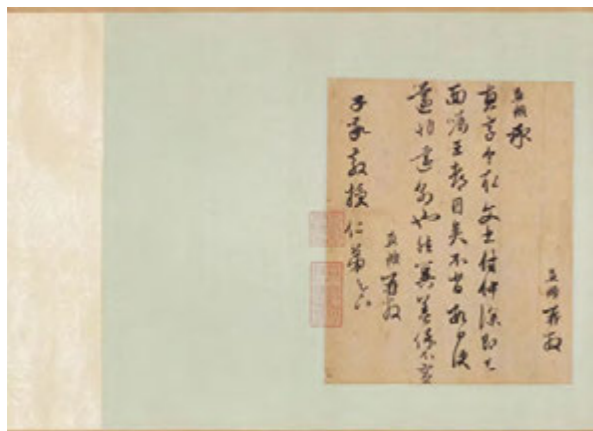
2024春拍重点拍品赏析

2024香港及首轮内地春拍，未诞生亿元以上成交拍品。在当前的市场环境下，这一结果几乎在大部分人的意料之内。然而，令人惊喜的是，各拍卖公司谨慎推出的重点拍品，因为质高价廉，依然保持了较高的市场热度，并取得了不错的成绩。

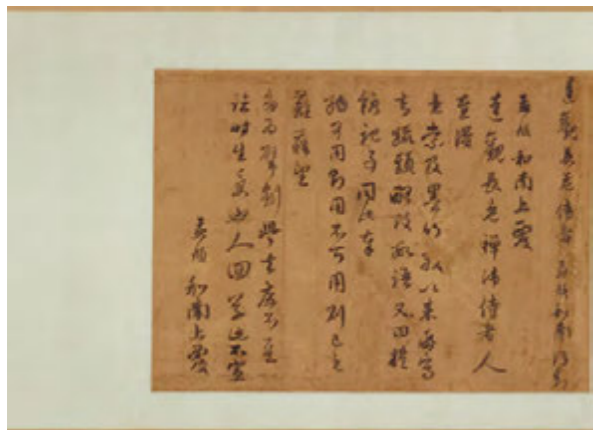
文——君君



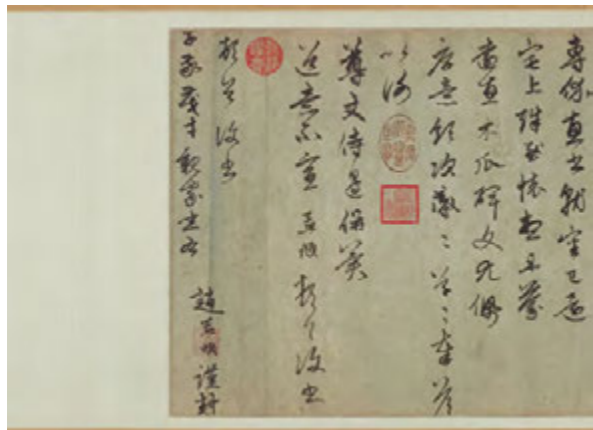
☆ 清雍正 釉里红波涛拱苍龙教子图梅瓶：高35.5cm，佳士得香港2024春拍



☆赵孟頫《行书三札卷》：中国嘉德2024春拍



☆赵孟頫《行书三札卷》：中国嘉德2024春拍



☆赵孟頫《行书三札卷》：中国嘉德2024春拍



☆赵孟頫《行书三札卷》：中国嘉德2024春拍

赵孟頫《行书三札卷》：9200万元

此卷著录于《石渠宝笈初编》，被列为“上等”、标注为“真迹”。其中第一札与第三札均写给同一人，上款“子敬茂才亲家”、“子敬教授仁弟”均为元代早中期著名文人姚式。其位列“吴兴八俊”之一，与赵孟頫不仅是同乡，更是青年时代的同窗，二人都曾是名儒放翁的入室弟子。

第二札为《致达观长老札》，但达观长老是何许人，至今无迹可寻。北京故宫博物院藏有赵孟頫书与达观的一通信札，张学良曾藏有一通赵孟頫《致明远提举惠竹帖》，其中也提到了这位达观，可知达观与赵孟頫及其友人应当都比较熟悉。

赵孟頫的大部分传世书法作品，均呈现出圆润典雅、华美温厚的风格，而此三札因是其与亲密友人的通信，言辞寥寥，用笔不计工拙，反倒展现出一种快疾劲硬的率真之美，因而更为难得与珍贵。

傅抱石《西岳雄姿》：8280万元

这件作品中，傅抱石先用淡墨写出山体的大概轮廓，在淡墨的轮廓上用淡赭石渲染，然后以中墨调和赭石画出山石的走向及其肌理；待其将干未干时，用浓墨焦墨以散锋笔法写出，浑然一体。

画面中心山峦所用的皴法是融合了荷叶皴法的散锋皴，近景处的山用斧劈皴法式的散锋皴法，远景处则用乱云乱柴皴法画出山的肌理和质感。

傅抱石用笔雄肆奔放，以大块重墨和独特的抱石皴式的荷叶皴法交替使用，既画出了山上林木之繁茂，又使山势有了丰富的变化，既体现了“华山天下险”，也表现华山独具的特殊美，充满了浪漫主义激情。



☆傅抱石《西岳雄姿》：144cm×363cm，中国嘉德2024春拍

1963年3月，傅抱石应国务院外事办公室副主任李一氓之邀为正式启用还未满四年的钓鱼台国宾馆绘制布置画。他便以华山为题作大幅《西岳雄姿》，至今仍布置于北京钓鱼台国宾馆。本幅《西岳雄姿》应为同时间创作。

清雍正·釉里红波涛锥拱苍龙教子图梅瓶：7800万港元

此釉里红梅瓶工艺超卓，精刻细绘之海水龙纹寓意丰富，与中国古代二十四节气之春分息息相关。古人形容龙“春分而登天，秋分而潜渊”，相传龙秋潜冬眠至春分，醒后破浪而出腾跃天衢，呼风唤雨滋养万物。春风雨露，大地丰收，龙腾雨降也比喻君恩普施，民生安宁。游弋于釉里红刻波浪之间的白色龙纹始于元朝，雍正时期的官窑亦显然受其启发。

此尊珍稀清雍正梅瓶之波浪纹皆以俨如铅笔素描的“线描”技术绘画，红色线条勾勒极其细腻，而洁白的神龙则以浅浮雕暗刻，细致渲染巨龙之峥嵘神态。此瓶线条精准细腻，描画丝丝入扣，无疑为一项艰巨的挑战，仰赖于君王带领下官窑瓷匠那淬炼而成

的非凡造诣，足证雍正御窑之辉煌盛世。

此梅瓶为十九世纪美国著名收藏家玛丽·J·摩根（Mary J. Morgan, 1823 - 1885年）旧藏。摩根夫人去世后，珍藏于1886年在纽约美国艺术廊（The American Art Galleries）展出。玛丽·J·摩根为二十世纪初的知名藏家，婚后与J·皮尔庞特·摩根（J. P. Morgan, 1837-1913）成为表亲。此瓷器于1996年拍卖后，连同望星楼珍藏的其他珍品于2003至2020年悉数借予美国明尼阿波利斯美术馆展出。

张大千《朱衣大士》：7758万港元

此件作品画在喇嘛僧精制的画布上，历时半个多世纪后依然鲜艳如新。画上并无纪年，有张大千自题款识：“榆林窟第十七窟盛唐画朱衣大士。漠高今存三百余窟，榆林存者祇六十余耳，两处大士像现种种法身，朱衣杨枝，仅有此一区耳。西蜀近事男张大千敬樵并识。”据张大千三次榆林窟的行程和临摹、创作时间及特点推测，此画应作于1943年5月、6月间。而款识则是其晚年应收藏者蔡一鸣之请所补题。

该《朱衣大士》临摹自榆林窟张编第十七窟内。其身姿壮硕，宝相庄严；左手托物，右手拈枝，情态极为生动典雅。

张大千本人生前对此画颇为看重，一直妥为收藏。直到1981年，收藏家蔡一鸣再三登门求购，才得以十万美元购得。

赵无极《10.01.68.》:6317.5万港元

这件作品以橘橙、蔚蓝两种对比色为画面主调，色彩浓烈，对比强烈，在赵无极同时期作品中极为少见，可以说承上启下，开创了其在70年代以后以颜色表达光线的艺术风格。

赵无极的作品，区别于大多数西方艺术家以线条创造速度感的抽象表现，而是以颜色的冲突营造出传统中国绘画“气韵生动”的感染力与速度感。此作中的数处碧蓝可见赵无极以稀释油彩创造出东方水墨的笔触动感，蔚蓝色块大大增加了画面的流动性，相冲以绚烂的亮橙为基调，开创了艺术家事业生涯后期专注于光线、色彩、空间的研究。

赵无极在上世纪60年代创作的作品，大多具有气势万钧之象。那种恢宏磅礴的气势，正在于赵无极的东方传统美学素养，让他可以摆脱线条，以色彩分色晕染与笔触质感的变化，于视觉上仿真出动态时空的时间性。



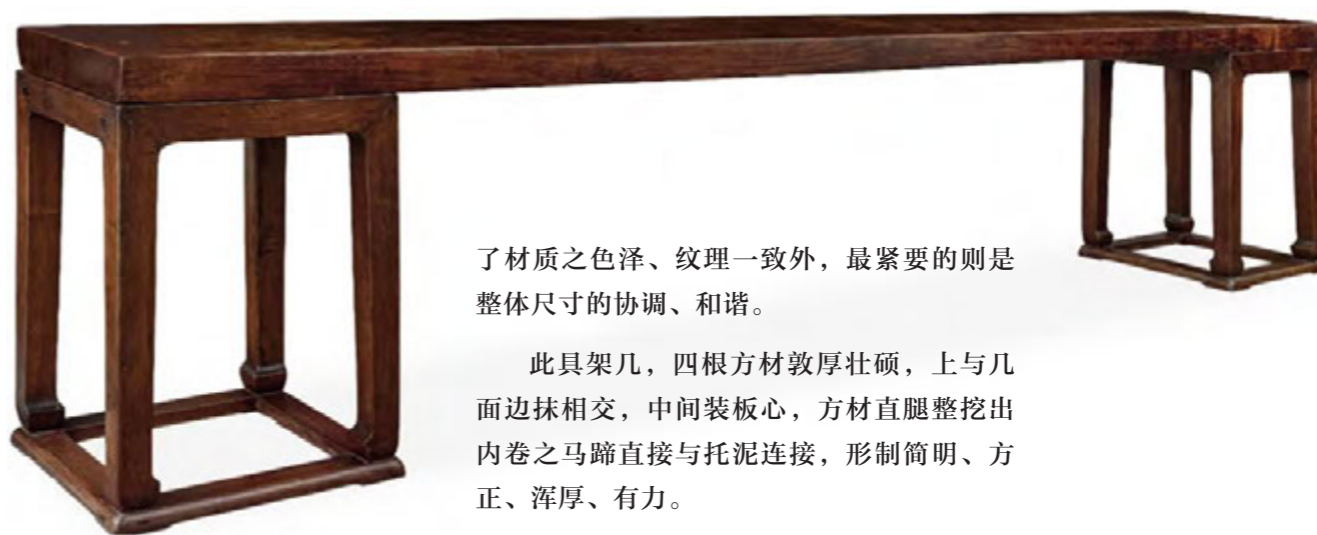
☆ 张大千《朱衣大士》：188cm×91.4cm，香港苏富比2024春拍

明晚期·黄花梨独板大架几案：4542.5万元

架几案之几可以单独陈列展示，置香炉则为香几，置花器则为花几，也可置放青铜器、陶瓷、盆景或文房什器。合则一体为架几案。案之宽窄、长短与作为承载案面的架几除



☆ 赵无极《10.01.68.》：82cm×116.5cm，佳士得香港2024春拍



☆ 明晚期 黄花梨独板大架几案，403cm×59cm×86.5cm，中国嘉德2024春拍

了材质之色泽、纹理一致外，最紧要的则是整体尺寸的协调、和谐。

此具架几，四根方材敦厚壮硕，上与几面边抹相交，中间装板心，方材直腿整挖出内卷之马蹄直接与托泥连接，形制简明、方正、浑厚、有力。

整案尤以罕见的大材独板面取胜，案面403厘米，厚达9厘米，宽为56厘米，为市场珍稀、惊人的厚材大料。表面木纹醒目生动，美观流畅，底部自然皮壳显出岁月痕迹。📍



☆ 第十五届纽约亚洲艺术周Asia Week New York在大都会博物馆举办

松赞旅行微博图片

纽约亚洲艺术周拍卖观察

2024年是纽约亚洲艺术周（Asia Week New York）成立15周年，这一亚洲艺术盛会已成为美国博物馆和全球收藏家日历上的固定项目。3月14日至22日，纽约亚洲艺术周如期而至，集结26家国际画廊和佳士得、苏富比、邦瀚斯等6家知名拍卖机构，汇聚了来自中国、印度、日本、韩国以及东南亚地区的古代和当代艺术珍品重器。本季纽约亚洲艺术周最终实现1.008亿美元（约合人民币7.31亿元）的销售总额。

相较2023年同期纽约亚洲艺术周1.312亿美元的销售战绩，此季业绩有所下滑。对此，纽约亚洲艺术周主席布伦丹·林奇（Brendan Lynch）将本季艺术周的整体销售表现归咎于中国买家贡献力的减少。2023年3月的纽约亚洲艺术周，是自2019年以来销售额最好的一年，其中，来自中国的藏家和经销商的贡献最大。

文—— 严冬

中国瓷器表现尤为亮眼

据了解，本季纽约亚洲艺术周的中国艺术品板块，有近七八成的贡献力来自瓷器，中国瓷器的高频亮相和高成交率，使其成为本季最亮眼的品类。以往市场较火的青铜器、中国书画、家具和玉器等板块，其规模在日渐萎缩。

率先举槌的邦瀚斯献上首个“白手套”专场。3月18日，“传雅济慈：大都会艺术博物馆珍藏中国艺术”专场呈献了清代瓷器及高古玉器珍品193件，悉数不设底价上拍，总成交额达130万美元，多数拍品高溢价成交。如清乾隆·嘉庆绿地粉彩轧道锦鸡花石图螭龙耳瓶以8.7万美元成交；18世纪铁锈花釉撇口瓶以4.1万美元成交，逾估价5倍；清康熙五彩人物图笔筒以3.8万美元成交，逾估价6倍。毫无疑问，该专场火热成交的背后，是因为有了大都会艺术博物馆这块金字招牌的背书。据邦瀚斯相关负责人介绍，大都会艺术博物馆每年检阅馆藏



☆ 清乾隆·嘉庆绿地粉彩轧道锦鸡花石图螭龙耳瓶 高68.6cm 邦瀚斯“传雅济慈：大都会艺术博物馆珍藏中国艺术”专场 成交价：8.7万美元



☆ 明掐丝珐琅秋葵葡萄纹盒 邦瀚斯“中国瓷器工艺精品及哈特曼伉俪珍藏第二部分”专场 成交价：7.7万美元

时，会找出相似或类型重复的藏品并将之释出，拍卖所得将纳入典藏基金，用于博物馆购藏。

由邦瀚斯推出的“中国瓷器工艺精品及哈特曼伉俪珍藏第二部分”专场实现总成交额190万美元，成交率95%。该专场于去年12月在纽约邦瀚斯首次亮相。其中，明掐丝珐琅秋葵葡萄纹盒以7.7万美元成交；19世纪锦地绣祝寿图挂屏一组六幅以4.9万美元成交；清雍正·乾隆初年铜胎画珐琅西洋人物故事图盘以4.7万美元成交，超估价7倍。25件汉至唐微型陶器以2.3万美元成交。唐三彩是20世纪80至90年代国际市场受追捧的中国陶瓷品种，彼时创下诸多高价。时至今日，本季哈特曼专场上拍的唐三彩虽然数量、品种众多，但品相多有瑕疵，在一定程度上影响其最终成交价格，其中，佣类价格颇受冷落，多数仅以千余美元成交，如尺寸高达1米、有多次拍卖纪录的文官俑，最终仅以1.64万美元成交，这从侧面反映出藏家群体迭代和审美变化对器物市场价格的影响。

本季纽约苏富比的高古瓷数量较少，但成交稳健。如纽约苏富比中国艺术珍品



☆ 唐大件三彩官人俑一对 邦瀚斯“中国瓷器工艺精品及哈特曼伉俪珍藏第二部分”专场 成交价：1.64万美元



☆ 清乾隆·青花釉里红云龙出海纹天球瓶 高48.5cm 纽约苏富比2024年春拍 成交价：66.04万美元



☆ 清雍正青花腾龙捧寿纹折沿大盘 直径44.8cm 纽约佳士得2024年春拍 成交价：81.9万美元



☆ 南宋元 哥窑葵口盘 直径14cm 纽约佳士得2024年春拍 成交价：186.5万美元

专场呈献的400余件拍品，历经两天拍卖，共斩获总成交额1033.2085万美元。其中，拍前备受关注的清乾隆青花釉里红云龙出海纹天球瓶在拍卖现场经过18口竞价，最终以52万美元价格落槌，加佣金以66.04万美元成交，领衔此专场，但因瓶底被钻有小孔，且有一条冲线，成交价并不高。另有高价拍品，如画工精湛的清嘉庆青花矾红彩描金双龙纹印盒以35万美元落槌，44.45万美元成交；17/18世纪黄花梨四出头官帽椅一对以32万美元落槌，40.64万美元成交，等等。

佳士得纽约的压轴专场“重要中国艺术暨高曼珍藏”是本季三家拍卖行中高古瓷最多的一场。该专场的300余件拍品经过两天的拍卖，最终实现总成交额1912.8134万美元，相比2023年春拍同名专场略有增长。如“重要中

国艺术暨高曼珍藏”专场封面拍品清雍正青花腾龙捧寿纹折沿大盘，最终以81.9万美元成交；清康熙御制鎏金铜无量寿佛以78.12万美元成交……战绩颇为亮眼。

而本季佳士得宋瓷部分的重头戏，是临宇山人珍藏的南宋/元哥窑葵口盘，其来源显赫、著录累累，最终以186.5万美元成交。此价格并未创造拍前热议的高价，仅以底价成交，有藏家直呼，这是近年来宋瓷拍卖市场上最大的一个“漏”。

通过这些真实的成交数据，本季瓷器拍卖获得了正向反馈。高古瓷市场已不再是中国香港和内地藏家的“独角戏”，亦有来自中国台湾、日本的古董商以及新加坡的新藏家积极参与竞投。高古瓷市场缓慢上涨的趋势更加说明了精品在当下市场中依然坚挺。



☆ 赛义德·海德尔·拉扎《最美丽》(Kallisté) 161 × 128.3 cm 1959年 纽约苏富比“南亚现当代艺术”专场 成交价: 561.99万美元

南亚现当代艺术市场整体升温

亚洲开发银行发布的《2024年亚洲发展展望》报告指出:2023年,东亚、南亚和东南亚地区经济增长率分别为4.7%、6.4%和4.1%。随着南亚地区经济增长势头强劲,南亚现当代艺术市场逐年升温,回顾其在本季纽约亚洲艺术周的精彩表现,足以证明南亚现当代艺术的市场热度。

3月18日,“弗吉尼亚和拉维·阿胡里收藏”与“南亚现当代艺术”两场拍卖在纽约苏富比举槌,展现了19世纪后期至21世纪南亚艺术家多样化的艺术实践。两场拍卖共计104件拍品,总成交额达1979.84万美元,总成交率为95%,多数拍品逾最

高估价成交,刷新了多位艺术家的最高拍卖纪录。

最受瞩目的是,“南亚现当代艺术”专场带来6件赛义德·海德尔·拉扎(Sayed Haider Raza)的作品,展示了其近30年来作品风格的演变。最终6件作品悉数成交,总揽862.3万美元,占本场拍卖总成交额的52.7%。

此外,藏家对印度艺术家纳斯林·穆罕默德的兴趣持续提升,自2015年在索菲亚王后国家艺术中心博物馆举办展览以来,其作品市场一直在稳步增长。本场拍卖带来其创作于1969年的油画作品《无题》,以48.26万美元成交,刷新了艺术家最高拍卖纪录。

“弗吉尼亚和拉维·阿克胡里收藏”专场则反映



☆ 纳斯林·穆罕默德《无题》(Untitled) 60.6 × 76.3cm 1969年 成交价: 48.26万美元



☆ 弗朗西斯·牛顿·索萨《恋人》(The Lovers) 118.1 × 86.4 cm 1960年 佳士得纽约“南亚现代+当代艺术暨乌梅什与苏南达·高尔珍藏”专场 成交价：489万美元

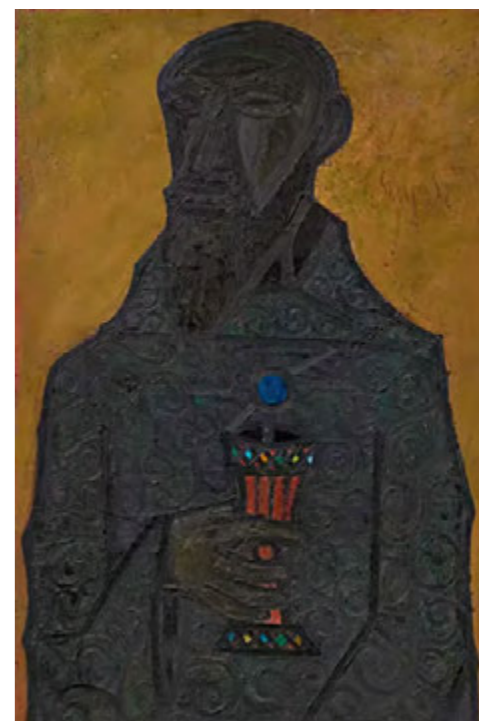


☆ 弗朗西斯·牛顿·索萨《有树的房子》(House with Trees) 91.1 × 60.6cm 1959年 “弗吉尼亚和拉维·阿克胡里收藏”专场 成交价：57.15万美元

出阿克胡里夫妇对该地区艺术的热情与敏锐的收藏洞察力。最终，本场拍卖以346.3万美元的成交额获“白手套”佳绩。萨蒂·布尔曼、赛洛兹·穆赫吉亚等艺术家刷新最高拍卖纪录。其中，本场的领衔拍品——印度艺术家弗朗西斯·牛顿·索萨(Francis Newton Souza)于1958年创作的《有树的房子》以57.15万美元成交。此作是艺术家20世纪50年代后期风景画的经典范例之一。

3月20日，由佳士得纽约举槌的“南亚现代+当代艺术暨乌梅什与苏南达·高尔珍藏”专场，同样来自索萨的作品《恋人》(The Lovers)，亦作为本场封面拍品，最终以489万美元

成交，领衔全场，并以最高估价的4.8倍，刷新了艺术家个人拍卖纪录。2024年是索萨诞辰100周年，也系该作首次于市场公开亮相。本场第二高价同样是索萨的一幅人物肖像作品《牧师与圣杯》(Priest With Chalice)，最终以392.2万美元成交，为其最高估价的5.6倍，创艺术家个人拍卖的第二高价。古兰·穆罕默德·谢赫(Gulam Mohammed Sheikh)的作品《树的肖像》(Portrait of a Tree)是本场的第三高价，以138.1万美元成交，为其最高估价的5.5倍，创下艺术家成交纪录的第二高价。本专场共上拍94件作品，成交率100%，斩获“白手套”，成交额达1972.11万美元，逾90%的作品超估价成交，尽显当下南亚艺术市场的强劲表现。👉



☆ 弗朗西斯·牛顿·索萨《牧师与圣杯》(Priest With Chalice) 91.4 × 60.6cm 佳士得纽约“南亚现代+当代艺术暨乌梅什与苏南达·高尔珍藏”专场 成交价：392.2万美元



☆ 古兰·穆罕默德·谢赫《树的肖像》(Portrait of a Tree) 87.3 × 86 cm 1975年 佳士得纽约“南亚现代+当代艺术暨乌梅什与苏南达·高尔珍藏”专场 成交价：138.1万美元

什刹海：一本绘不尽的文旅诗卷

俗话说“先有什刹海，后有北京城”，这句话虽然略带夸张，却生动地体现了什刹海在北京历史中的独特地位和深远影响。这片位于北京城中心地带的水域，犹如一颗璀璨的明珠镶嵌在古都之中，承载着悠久的历史与文化，被人们亲切地称为“海”，它见证了北京城自金中都以来870余年的都城变迁。

“西湖春，秦淮夏，洞庭秋。”这是明代《帝京景物略》中对什刹海的赞美。什刹海因其环境优美且民俗风韵十足，自清代起就成为游乐消夏之所，为燕京胜景之一。

文——舒畅

老北京人喜欢称这片水域为“后海”，不仅是因为它有“城中第一佳山水”的美誉，更因为其宁静悠然的气息与皇城根儿的繁华形成鲜明对比。每当夏日炎炎，这里绿树成荫，清风徐来，市民们纷纷来到此处纳凉休闲，感受那份源自古老的惬意。

如今，什刹海不仅保留了其深厚的文化底蕴，还焕发出新的生机与活力。它已成为连接传统与现代、文化与商业的重要桥梁。每年的初夏时节，什刹海都会举办盛大的文化旅游节，吸引着在地居民和来自世界各地的游客。北京中轴线申遗之际，第二十三届什刹海文化旅游节以“中轴海畔·荷你相约”为主题，更是将文化与自然完美融合，也让老舍先生笔下“梦中的那片海”再回大众视野，为游客们带来一场别开生面的文旅盛宴。

千帆竞泊河之端

关于什刹海的记载可追溯到辽金时



期。元朝定都北京后，著名科学家郭守敬主持重修大运河，开挖通惠河，这里变成京杭大运河的北端点，呈现出车水马龙、千帆竞泊的繁华景象，这也是北京市西城



区提出“城之源 都之始 河之端”文化标识的重要依据之一。

什刹海水网密布，前海、后海、西海相连，形成了独特的水岸风情。作为北京内城唯一具有开阔水面的开放型景区，因风光秀丽，被誉为

“北方的水乡”。然而，为什么老北京给这片水域起了个什刹海的名字呢？

出生在什刹海附近的徐大筑，是90后民俗专业在读博士，他对什刹海的文化特色如数家珍。什刹海的得名源于什刹海周围的十座寺庙，如广化寺、火德真君庙、护国寺等。什刹海地区是北京内城保留了原有民俗文化的，富于老北京特色的传统风景地区和居民保留地区。两岸是保存完好的王府花园如恭王府，名人故居如郭守敬故居、宋庆龄故居等，以及纵横交错的市井民居，与钟鼓楼遥相呼应。“什刹海不但有那些古迹，周边还有众多保存完好的胡同和四合院，这是北京传统的居住建筑形式，漫步其中，可以感受到浓厚的历史文化氛围。什刹海岸边的钟鼓楼、明代的万宁桥也是北京中轴线申遗的重要点位。这里不仅有着丰富的文化内涵，也是了解中国历史的重要窗口。在这里游览胡同，可以听到许多古老的传说和故事，非常有意思。”





古都风情新活力

作为全国文化核心承载区、历史文化名城保护的重点地区，北京市西城区以什刹海文化旅游节为窗口，希望人们更多地了解西城、走进西城。

西城区文化和旅游局党组书记、局长靳真介绍，第二十三届什刹海文化旅游节注重文商旅融合，从4月底开始持续到金秋10月，通过丰富多彩的活动，展示什刹海地区的独特魅力和文化底蕴。包括“全民体验”“文旅消费”“国际交流”“创意推介”四大板块，近百场文商旅主题活动，千余场精彩演出将陆续推出。同时，“西城消费”平台将统筹800万元资金配资发放消费券，辐射全区商业企业开展线下、线上系列活

动，打造消费新场景、新体验，持续推动文化惠民、消费惠民。

其中，“打卡鼓西 漫步斜街”文化消费活动，让游客们在游览古街、打卡银锭观山的同时，感受到传统文化的独特韵味；北京华天“夏之味”美食节，则让游客们品尝到地道的北京美食，感受舌尖上的古都风情。

以“古都京韵 乐享合作”为主题的友好城市创意市集，西城区将与友好城市联手打造。市集融合非遗、老字号、文创、国潮、美食、演出、主题展等文商旅元素，设置舞台表演、拍照打卡、非遗体验、展示售卖、文旅资源展示等多个主题区域，感受沉浸式体验。

此外，西城区还特别设计了5条城市漫步打卡线路，邀请不同年龄段的游客参与体验。无论是老年群体、青年群体，还是亲子家庭，都能在

这里找到属于自己的乐趣和感动。同时，西城区还与多所高校合作，推出了“校地共促文旅高质量发展先行先试”合作项目，为什刹海地区的文旅产业发展注入新的活力。

在国际交流板块，西城区特邀外籍体验官、文化专家等带领中外青年开展《我和西城约起来》探访体验活动。他们深入京剧发祥地、演艺新空间、博物馆等地，以不同视角、不同维度向中外友人讲述北京西城文化的独特魅力。

海畔荷韵八方客

每到夏季，什刹海上荷花盛开，岸边柳树蝉鸣。作为“什刹海沉浸式文化休闲体验区”，本届文化旅游节与荷花市场开市创新联动，伴随着荷花市场开市鼓敲响，经过整体升级改造后“焕然一新”的荷花市场正式亮相。

Bracket咖啡店的荔枝荷花特饮、米其林餐厅老吉堂的正宗上海本帮菜、吉六的北京小食与茶饮酒品、悠航精酿的露天餐吧……在贯穿荷花市场南北端的巨型非遗龙灯之下，时不时有身着汉服、挑着装满古时小扇和珠花的货郎穿行着，灰色石板路与诸多店铺的中式装修风格，让荷花



市场古朴厚重而不失时尚之韵。

据什刹海文旅发展促进会理事长、荷花市场运营管理方北京蓟城山水集团总经理张玉魁介绍，此次荷花市场改造以“传承历史文化、保留城市记

忆、融合国际交往、激活商业活力”为出发点和立足点，打造文商旅新品牌，提供集“传统游览、品质餐饮、文化创意、绿色生态”于一体的特色消费体验。

目前，荷花市场5个游船码头也完成了数字化智慧运营系统升级，实现了各码头空闲游船数量共享、游船启停智能控





周岩《清风吹浅枝》50X70cm 布面油彩 2019年

制、线上线下统一收银、应急救援流程自动化等功能。随着天气逐步转热，什刹海游船也将不断延长夜航时间，并适时启动船上餐饮服务。

张玉魁说，作为北京西城什刹海地区首家文化旅游产业社会团体，什刹海文旅促进会将聚焦“靓丽自然风光、厚重历史文脉、高端文化体验、品质产业业态、智慧管理服务”五个关键领域谋篇布局，打造“一统二构三区”模式，实现什刹海文化、生

态、民生、产业的有机融合，持续推动什刹海区域高质量发展。

徐大筑对荷花市场的新张开业也颇有感慨，“改造后硬件设施得到提升，整体感觉高级了。原来这里是‘酒吧一条街’，现在很多酒吧、餐馆等陆续退出，希望这里更关注历史文化本源、注重古朴文化氛围的营造，让人们能够更加深入地体验到原汁原味的老北京风情。”

☆供图/西城文旅

傅抱石雪山行旅圖軸 庚午冬



傅抱石《雪山行旅》105 x 30 cm, 成交价: 1403万元 北京保利2024春拍品