

画店如何服务大众和未来?

——专访清秘阁画店主理人杨中良

编者按:画店是艺术市场重要的组成部分,画店的活跃程度也是衡量艺术市场繁荣的指标之一。坐落在北京琉璃厂文化街西街,有着三百多年历史底蕴的清秘阁画店,更是紧随时代发展,与市场紧密结合。画店如何推介优质艺术品?如何引导青年艺术家热情地拥抱市场?针对喜爱书画艺术的大众,画店又能为他们做些什么?这些问题,是画店经营、发展必须面对和深入思考的。本期特对清秘阁主理人杨中良进行专访,讲述清秘阁在服务社会、传播艺术、打造品牌方面的具体实践。

记者:刚才一进入店内,就看到由著名画家吴悦石先生题写的“清秘重光”匾额。能否请您先介绍一下清秘阁的“前世今生”?

杨中良:清秘阁的名字源自宋末元初著名书画家倪瓒之藏书阁。清秘阁,“清”纯也,“秘”稀也,其意为纯正稀少的书画宝物置于此阁之中。所以坊间有“650年的清秘阁,300年清秘阁画店”的说法。作为知名中华老字号、曾经的清宫御用南纸店、近现代文化名人的雅聚之所,清秘阁确实有着辉煌的过往和深厚的底蕴。

画店具体的起始时间没有准确的记载,有据可考是在清乾隆年间,大抵近三百年历史。期间,清朝宫廷、六部衙门所用的文房信笺、奏折贺本、屏风折扇、八宝印泥等大多选用清秘阁精制。清末到民国时期,王懿荣、张之洞、蔡元培、胡适、齐白石、溥心畲等诸多文化名人均与清秘阁往来密切,鲁迅先生更是清秘阁的常客。当时达官贵人、文人雅士来京必会到清秘阁一寻称心的文房雅物。后经历公有制改革,但清秘阁也一直未曾更名。

目前清秘阁已改为股份有限公司,2014年我们接手后,按照宋式美学的审美对它进行了重新装修设计,2016年9月再次开业,依旧经营文房四宝、名人字画、玉器玉雕、各类工艺礼品等,还开拓了旅游工艺品及礼品的批发业务,组织开展各类笔会、展销会、画展等,着力打造清秘造物、清秘书院等品牌。清秘阁在新时代又重现光芒。

记者:清秘阁的发展脉络,让我们看到中华文化延续的“自觉性”。近年来,在弘扬中华优

秀传统文化方面,清秘阁做了哪些具体的实践活动?

杨中良:我们主要做了三方面的工作:一是办展览,在全国范围内甄选一些我们认为水平高、有潜力的艺术家,围绕书法、国画、篆刻这些最传统的中国艺术形式来举办展览;二是做文创,在清秘阁老本行的基础上延续、传承、创新;三是开办培训,包括书法、绘画、篆刻的教授,也有插花、焚香等文人雅事的体验。

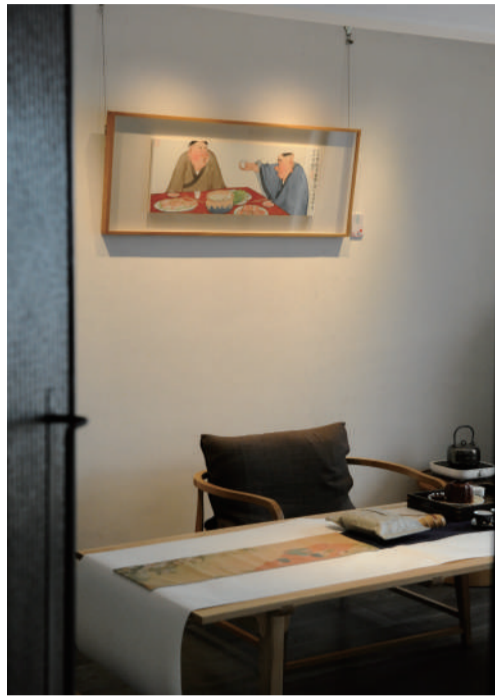
优质的传统文化是人们美好生活的组成部分。所谓弘扬优秀传统文化,我们能做的就是让优质的文化被更多的人看到、欣赏到、感受到,所以通过展览、文创产品、文人雅事,既可以为艺术家提供展示平台,也可以满足大众多种多样的精神文化需求,让大家精神生活更加富足。

记者:您刚才讲到展览,清秘阁似乎更注重对中青年艺术家的关注,举办了哪些中青年展览?

杨中良:青年艺术家的思考、探索及其作品的呈现能够很好地反映他们所属时代的风貌。青年艺术家试图在创作中既植根传统又结合当代,用自己的话语体系传承和发扬中国经典传统文化。“承古扬清,传世珍秘”是清秘阁一直秉持的文化担当、经营态度,所以2022年我们特别策划了“青年艺术百家扶持计划”,通过海选与严格审核,在书法、绘画、篆刻三个类别甄选出100位高校硕博毕业生和优秀青年职业艺术家,并于当年的五四国际青年节正式开始,陆续推出展览、直播拍等100场系列活动。旨在着力挖掘传统文化价值,传承中国水墨精神,为年轻艺术家们打造一个展示艺术才华与时代风貌的舞台。

记者:“青年艺术百家扶持计划”活动在业界反响很好,让优秀书画家及其作品得到了很好的展示,也体现了清秘阁对优秀文化人才队伍建设的担当。您认为对于艺术家来说,学术水平和市场表现哪个更重要?

杨中良:认定一个艺术家优秀与否是要多方面多角度来看。学术水平和市场表现缺一不可,二者共同造就一位艺术家作品的价值。如果说一个艺术家学术水平很高,却不被市场认可,那他的影响是没有说服力的。所以在“青年艺术百家扶持计划”活动中,我们在为优秀的年



清秘阁画店一隅

轻艺术创作者提供展示自我、展现当代水墨风采的同时,还根据市场表现推举出十位最受藏家关注的艺术青年。我认为,关注青年就是关注当下与未来,他们的学术水平、专业能力、作品的格调,影响着市场价值取向和走向。

记者:市场表现好可以理解为大众接受度更高,您怎样看艺术走向大众这一命题?

杨中良:艺术市场的喜好或者说是偏好,也会影响艺术家的创作风格趋向。特别是年轻的艺术家,有时生存压力会使他们在创作时,自觉或不自觉地向市场价值取向为创作标准,为迎合市场和消费者的喜好,逐渐远离了艺术本身。作品有数量缺质量,千篇一律,千人一面,失去了精神内核和学术价值,作品显得平庸。艺术家首先应该加强自身文化修养,提高艺术品位,在艺术市场中树立起良好的形象与品格,静下心来创作一些有感染力、能引起共鸣的作品,接下来被大众接受和认可自然是水到渠成。随着艺术市场的繁荣,大众的审



清秘阁外景

美水平也在不断提高,艺术家与市场相互成就,共同发展将成为新时代的主旋律。

记者:当下互联网时代,让优质的作品走向大众离不开互联网、数字化的赋能,作为一家老牌画店,是否乘上了这阵东风?

杨中良:清秘阁的线上转型还是很快的,借助“互联网+”在线上各平台进行拍卖、直播取得了不错的效益,可以说借助这个东风整合了线上线下,很好地盘活了资源。线上的流量离不开多年来线下的积累,老牌画店的口碑也让线上拍卖在虚拟的空间中多了一份信任。现在藏家越来越年轻化,线上拍卖也是大的趋势。

在数字化方面,我们做了一件非常有意义也很有价值的事,就是建造了自己的艺术家数据库,运用数字技术整合艺术家资源,把他们的代表作、个人照片、简历、参展情况、学术成就等做成资源库。这样就能够更加方便、快捷、高效地输送优质艺术家及其作品给大众。

记者:说到传播方式,近年来特别流行“跨界”“联名”,艺术消费、产业共生似乎已经成为共识,清秘阁是否也加入其中?

杨中良:确实,不同领域之间的跨界合作已经成为一个热门现象。跨界是一种延伸,更是一种合作。当下输送艺术已经不仅仅局限于画店、画廊、博物馆等,商业的跨界合作成为艺术市场活跃背后的重要推动力。清秘阁也有过类似的做法,比如做墨汁、做酒等,用现在的话说就是“跨界”。但我认为还是要先做好老本行,最终还是要回归到我们的主责主业中。

“联名”是很好的互动方式,也是有效地扩大传播的途径。特别是艺术与其他商业品牌的联名,增加了人文气息,丰富了视觉元素,是一种特殊的意识形态。多元化让艺术有了更多的可能性,小众的艺术走向大众视野,无形中提升着大家的审美。清秘阁也会多尝试“联名”,借助市场中的其他主体,通过更多的可能性将优质文化资源输送给大众。(文/崔漫)

旭宇艺术创作辑评



旭宇,号白阳,生于河北玉田。现为中国书法家协会顾问,河北省文联名誉主席,中国楷书艺术研究院院长。

诗、书、画相互结合是历代文人画的主要特征。旭宇早年从事诗词、书法创作,享誉大江南北。八十多岁又重新开始绘画创作,并创作了一大批绘画作品,从中可以看到书法的节奏、诗词的韵律,而他的书法也愈加富有画意。诗、书、画交相辉映,人愈老,气愈壮。厚文养艺,大器终成。

——邵大箴

旭宇先生是一位非常睿智、有智慧的文化大家。他不仅仅在文学创作上多有建树,而且从文坛转到书界,书法直指魏晋,取法“二王”,站位非常高。他把传统书法发扬光大,引领书法健康向上发展,培养了一大批书法家。当旭宇先生的书法造诣达到一定高度的时候,他又转入文人画的创作中。通过他的文人山水画,我们感受到旭宇先生在文学、书法、美术上全方位的修养。他把诗和画有机结合,在简洁空灵的画面当中,传达了他一个文人的精神状态。旭宇先生的文人画作品是空灵的、深邃的、高远的。他把诗歌、书法和绘画结合,既提升了绘画的境界,又形成了更高艺术境界的诗书画。

——祁海峰

旭宇的诗词、书法、绘画无不恪守着传统主流正统之道,一路走来,源于传统,却出于传统,既有别于古人,也有别于今人。可以说,旭宇是一种时代现象,如同“元四家”之于元、“吴门画派”之于明。“旭宇现象”的出现,

有偶然,也有必然。说其偶然,因为“旭宇现象”不是规范出来的成功,也不是有意培养出来的成功,而是社会发展到今天,时代之变综合了多种因素而造就了艺术之变,并呈现出时代特点。说其必然则是内因辉映着外因而呈现出绰约的风貌。内因基于儒、染于禅、皈依于心性;外因则体现于诗词、书法、绘画集于一身。内因是其本体,外因为其所用。于此,必然夹带着偶然,“旭宇现象”便演绎出属于这个时代的高标。

——桑干

旭宇先生,身处燕赵,胸怀八方。随改革开放大潮之兴起,其诗兴勃发,潇洒挥毫于砚田纸素之上。其诗情蕴藉富婀娜,其书法端庄杂流丽。正在我沉醉其诗情、欣赏其书法之际,忽闻先生八十老翁画兴突起!初闻此讯,我尚狐疑不信,及至翻阅其寄来画册时,吾竟惊叹不已!丹青泼墨跃然纸素,诗情画意穿越古今。实可佩也!

——陈冬至

旭宇兄曾任《诗神》杂志主编,又担任过中国书法家协会副主席,诗书俱佳。近三年,他又研究创作文人山水画,从宋元入手,非常深入。数年前他曾出版过《老子与书画》一书,影响甚广。他将老子之学与传统画结合,诗书画三位一体,内容直指人心,实乃绘画上的一大突破。

——江枫

融诗为书,化书为诗。其诗,清新自然,独树一帜;其书,刚健流丽,自成一家。

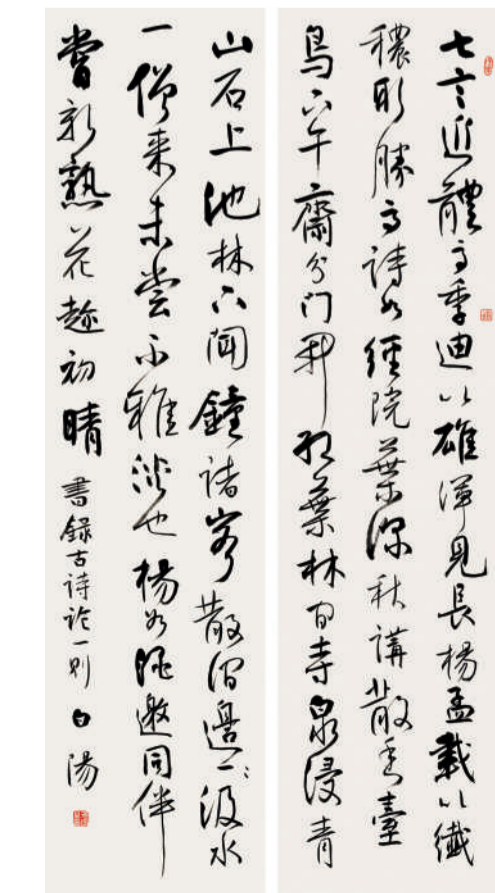
——臧克家



旭宇 山中访贤 纸本设色 2021年



旭宇 行书九天五色七言联 纸本 2018年



旭宇 行书古詩論一則 紙本

藏珍

《中秋佳瑞图》卷



《中秋佳瑞图》卷(局部)



清代佚名《中秋佳瑞图卷》是一幅由清宫宫廷画家创作的,表现童子与宫妃在一起欢度中秋佳节的画作。

中秋夜,月亮本是主角,但这幅图卷却反其道而行之,对月亮不着一墨,借祭月而尽情游戏的仕女和孩童,将欢愉团圆之情跃然纸上。自古中秋圆月,常常与玉兔和蟾蜍联系在一起。早在两千多年前,屈原就在《天问》中写下了“夜光何德,死则又育?厥利维何,而顾菟在腹?”的字句,“顾菟”便是人们对月亮上那片阴影形状的想象。闻一多先生考证“顾菟”是蟾蜍,或因蟾与兔音近,导致“蟾蜍变为兔”,于是一分为二物。到汉代时,蟾蜍与玉兔捣药并存的形象便已完全成形了。因为兔子温顺可爱,颜值远高于蟾蜍,而且捣药制丸更具长生不老的寓意,

因而更受百姓欢迎。图中便有孩童与兔子嬉戏的场景,而玉兔捣药的元素更是随处可见。

画中还多次出现了兔儿爷形象,祭拜兔儿爷也是明清时期中秋传统的习俗。兔儿爷大约出现于明朝中期,是民间为了祭拜月神而创作的一种玩偶,流行于北方以及京城周围。传说月宫中玉兔捣药为世间百姓治病去灾,人们据此塑造了多姿多彩的兔儿爷形象。

此幅长卷人物众多,但作者将艺术与生活结合,巧妙地通过情节与孩童之间的童趣,将画面统一为气韵生动的整体。同时,作者又着重描绘表现了童子嬉戏时活泼欢快的情绪,将他们形散神聚地结合在了一起,从而增强了画作的观赏性和生动性,表现了中秋佳节的喜庆主题。(文/如舜)

中国书画 20周年

订阅读方式

《中国书画》杂志是由中央党校经济日报社主办,大型国家艺术核心期刊,权威性、收藏性、可读性、知识性于一体。创刊二十周年纪念册,已成为书画爱好者的首选读物,也是收藏家、艺术家、艺术史研究机构和书画研究机构的必备刊物。本刊创刊以来,深受广大书画爱好者的关注和喜爱,已成为国内书画界的重要刊物。本刊创刊二十周年纪念册,内容丰富,图文并茂,是收藏家、艺术家、艺术史研究机构和书画研究机构的必备刊物。本刊创刊二十周年纪念册,内容丰富,图文并茂,是收藏家、艺术家、艺术史研究机构和书画研究机构的必备刊物。

零售每册10元 全年12期90元

订户姓名:中国书画杂志社
开户行:工行北京路支行
账号:02000419030018271

订户电话:010-65960722
邮发代号:72-227

零售每册10元 全年12期90元

订户姓名:中国书画杂志社
开户行:工行北京路支行
账号:02000419030018271

订户电话:010-65960722
邮发代号:72-227