第一图书网, tushu007.com

<<奇石门>>

图书基本信息

书名：<<奇石门>>

13位ISBN编号：9787532630189

10位ISBN编号：7532630188

出版时间：2010-4

出版时间：上海辞书

作者：梁志伟

页数：62

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

前言

迈进奇石艺术品化的新时代　　当代新派赏石法及各种版本的赏石评判标准，都从继承传统赏石美学的起点出发，以西方的艺术哲学为学术参照系，自觉或不自觉地借鉴西方艺术品的评判标准来阐述、分列、细化、解释其美学赏析标准。
无论是提出新派赏石法的理论家们，还是制定赏石鉴评标准的评判家们，或是参观赏石展的众多观众，拍卖或拍买赏石拍品的参与者们，都不约而同地把可供观赏的奇石(或称观赏石、雅石等)，以艺术品的评判标准来进行审美、收藏、投资。
但颇令人思考的是，当赏石界圈外的艺术品欣赏爱好者，也大都把可供观赏的奇石当作艺术品来进行观赏时，在我们赏石界内部，却因已故著名美学家于朝闻先生关于“奇石有艺术性，奇石不是艺术品”的个人观点，新世纪前后十年来，引发了一场无休止的关于“奇石是不是艺术品”的学术争论。
首先，这是一个令人惊喜的赏石文化现象，因为赏石者们的赏石活动已上升到理论高度。
其次，这又是一个令人忧叹的赏石文化现实，即一些在艺术界早已解决的基本理论问题，至今仍在赏石界内争论不休，凸显出中国当代赏石界赏石理论之苍白、学术空气之薄弱。
作为中国当代整体的赏石理论界，其学术理论还没有系统化，还没有进入成熟期，与当代美术界相比，其学术理论还非常滞后。
为此，2005年8月的中国观赏石协会成立大会上，会长寿嘉华就明确提出，其首要工作就是“开展赏石理论研究”。
与传统赏石法“皱、瘦、漏、透”相对应的　“形、质、色、纹”新派赏石法及各种版本的赏石评判标准的出台，是中国当代赏石界最重要的赏石美学成果之一；而关于“奇石是否是艺术品”的争论，又是中国当代赏石界影响最大的学术争鸣之一。
需要在此提出客观的评判是，2005年7月在天津由天津宝成集团主办、《石道》杂志社总体策划协办的“首届华夏雅石艺术论坛暨灵璧石专题研讨会”(笔者把其简称为“天津宝成·石道论坛”)，以“奇石在收藏品中的定位”为中心题目，对“奇石是否是艺术品”作了热烈的讨论。
第二天论坛闭幕，与会的绝大部分赏石理论家、藏石家，都赞同“奇石可以成为艺术品”的观点。仅有个别赏石理论家坚持认为“奇石不是艺术品”、“奇石是天然的，天然的奇石不能成为艺术品”、“奇石是亚艺术品”、“奇石是类艺术品”等观点。
“天津宝成·石道论坛”是‘次非常成功的赏石论坛，将载入中国当代赏石理论史册，其学术成果就是：绝大部分的与会赏石理论家、藏石家认同“奇石可以成为艺术品”的观点；其现实意义就是：在奇石已经日益商品化的今天，奇石如想进入主流艺术品市场，首先要正式领取一张艺术品的身份证、通行证。
况且，赏石界外的艺术品收藏投资爱好者早已把奇石当作艺术品，赏石界内部再为“奇石是否是艺术品”争论不休，已没有现实意义。
这场已持续了十年的争论应该暂告一个段落，已经有一个初步的学术讨论的结论，这就是，“奇石可以成为艺术品”。
因为，在艺术品观念日益更新的新世纪，在一个泛艺术品时代，再持续争论“奇石是不是艺术品”，对赏石文化向艺术品文化靠近，对赏石的艺术品商品化进程，对奇石市场的发展、对奇石收藏投资者队伍的培育等都是不利的。
举一个很简单的例子，有几位笔者熟悉的企业家想收藏投资愈来愈热门的且增值颇快的艺术品，而有人却告诉他们：奇石不是艺术品，不属于艺术品收藏投资范畴。
那他们就把奇石这个选项，从艺术品收藏投资项目中删除了。
笔者在石玩收藏圈内，还经常碰到这样一些艺术品收藏投资者，他们认为奇石不属于主流艺术收藏品，宁愿随大流收藏古玩、书画，而不敢贸然以雄厚的资金涉足收藏投资奇石。
“天津宝成·石道论坛”的成功举办，等于提出了一个学术新课题，那就是：在绝大部分的与会赏石理论家认可“奇石可以成为艺术品”的观点之后，如何让奇石艺术品进入主流艺术品收藏界，让奇石艺术品市场与主流艺术品市场接轨，已成为摆在与会的赏石理论家面前的新的学术愿景。
“天津宝成·石道论坛”的成功举办，最具有学术意义的就是，“奇石是否是艺术品”之争已尘

第一图书网, tushu007.com

埃落定，也意味着当代中国赏石界已在学术上进入了一个奇石艺术品商品化进程的新时代。
　　关于“奇石是不是艺术品”之争，引领我们重新回到关于“什么是艺术”、“什么是艺术品”的出发点。
世界艺术史上，关于“艺术”的定义有许许多多，如今流行最广的就是克莱夫。
贝尔的定义：即艺术是“有意味的形式”。
而笔者认为，奇石艺术就是一种具有强烈的形式主义特征的艺术。
“奇石艺术”的概念，又是一个形态上开放的概念。
世界艺术史上，关于艺术品的认定也有许许多多的标准，但被称之为“艺术品”的永远是没有“共性”的。
因为那种以“艺术品”的“共性”为标准的“艺术”定义还没有人能提出来。
判断某件作品是否是“艺术品”，是基于某种逻辑直觉，而这种逻辑直觉是在长期的艺术经验中形成的，它联系着人们的艺术幻觉、艺术现象等。
正是靠了这种逻辑直觉，人们才区别出什么是艺术品，什么是非艺术品。
　　世界艺术史上，关于“艺术品”的认定，只有一条准则，那就是：约定俗成。
当绝大部分文化人以逻辑直觉认定某件作品是艺术品，这件作品就是艺术品了。
世界艺术史上关于“艺术品”的裁决，还有一条定律，那就是：时间、历史的裁决。
凡·高生前仅卖掉‘幅画，当时欧洲主流绘画圈内，并不认可凡·高画的艺术品价值，但时间、历史最终裁决凡·高是世界上最伟大的艺术家之一，其作品《加歇医生》画像1990年5月在佳士得纽约拍卖会上以8250万美元成交。
　　的确，唐宋以来的文人士大夫们从未把奇石当作艺术品来赏玩，没有把奇石约定俗成为艺术品，这是传统的赏石历史，谁也无法否认。
但西方赏石家，却一直把中国古代赏石当作艺术品。
中国当代赏石界几乎所有的赏石爱好者，都以一种逻辑的直觉、一种艺术品的评判标准来评赏奇石。
纵然是否定奇石是艺术品的赏石理论家，在潜意识里也以艺术品德评判标准把奇石当作“艺术品”来评判，包括王朝闻先生本人，也非常肯定赏石的艺术性。
　　其实，回到艺术品约定俗成的准则，一切问题都迎刃而解了。
当赏石界、古玩收藏界、艺术品拍卖界等的大多数人约定俗成“奇石是艺术品”，奇石就是艺术品了。
奇石是否是艺术品之争论，事实上已明确告诉我们这样一个信息，奇石商品化早已规模化；奇石艺术品化也正在时尚化；而奇石艺术品商品化正拉开序幕，当代奇石艺术品与古玩书画艺术品一样，汇入主流艺术品拍卖之潮流，已为期不远了。
　　写于上海多伦路文化名人街文博堂

第一图书网, tushu007.com

<<奇石门>>

内容概要

《赏玩门道书系·奇石门》为收藏入门系列丛书的一种。
作者以鲜明的观点、独特的视角、实用的技巧以及精僻的论述为读者打开了一扇收藏之门。
全面而专业地阐述了奇石收藏入门指南、入门诀窍、市场分析及理念评判等，以此引导公众对艺术品收藏的兴趣，提高收藏鉴赏能力。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

梁志伟，男，1956年生于上海。
知名诗人，学者型古陶瓷、木器、奇石收藏鉴赏家，上海《劳动报·文博》资深编辑、记者，《文汇读书周报·文化收藏》特约主持。
已创建个人藏馆：“文博堂古陶瓷奇石明清家具收藏馆”，1999年于上海多伦路文化名人街开馆。
“古陶收藏馆”，2004年于上海千年古镇朱家角课植园开馆。
“梁园奇石馆”，2005年于上海新闵别墅园区开馆。
现为上海作家协会会员、上海音乐家协会会员、上海民间文艺家协会民俗收藏委员会副主任、上海收藏协会学术委员会副主任、上海观赏石协会赏石文化研究会主任、上海工会学院中国陶瓷史特聘教授。
已发表出版诗集《觉醒》、《幻想的岁月》、《烈焰之魂》、《爱得凄迷》及近百万字的古玩奇石鉴赏论文。
个人入选《世界名人录新世纪卷》、《中国文艺家传集》、《中国集藏家辞典》。
1995年被华夏收藏家评选委员会评为“全国优秀收藏家”。
收藏专集：《古陶赏玩解密》、《古瓷赏玩解密》、《官窑瓷赏玩解密》相继出版。

第一图书网, tushu007.com

<<奇石门>>

书籍目录

迈进奇石艺术品化的新时代（序）古今赏石美学探秘追寻中国赏石文化史奇石艺术品化将成为潮流相关链接：“奇石是否是艺术品之争”纪实赏石新时代催生奇石新概念以当代赏石文化为背景——谈“具象石与抽象石”大辩论始末相关链接：奇石是形式主义的艺术品当代赏石界已自然形成的三种赏石标准赏石文化应走向国际化古今奇石投资选项魅力之灵璧石 玲珑之太湖石嶙峋之英石 晶莹之昆石变幻之大理石 斑斓之雨花石古朴之栖霞石 皴化之淄博文石温润之黄蜡石 雄秀之九龙壁石翠纹之庞公石灵秀之松花石质变之木化石 幻变之彩陶石宝气之大化石 苍劲之卷纹石彩韵之三江石 神秘之黑珍珠石莹丽之葡萄玛瑙石 奇姿之风砺石质朴之黄河石 清秀之三峡石类雕塑之摩尔石　清气之乌江石冷艳之孔雀石 如天之绿松石奇巧之都安石 叠翠之崂山绿石坚韧之梨皮石 蜿蜒之幽兰石洞穴之吕梁石 高洁之菊花石超然之梅花石 粗犷之页岩石墨彩之草花石 清幽之盘江石彩晕之河源蜡石　大朴之铁胆石老辣之彩釉玛瑙　灵性之“树化玉”缤纷之矿物晶簇当代奇石收藏入门奇石市场购石法底座：奇石价格转换之奥秘当代奇石价格揭秘形形色色的奇石投资法赏石，成为心灵的解放者（跋）

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

传统的商业营销模式成熟、规范，一件产品从工厂里生产出来之后，经过物流营运，通过‘级批发商、二级批发商、三级批发商明码标价层层加码批发，最后进入零售商那早上柜出售，一件产品流通环节中所赚的钱往往比生产环节里所赚得的钱更多。
国际上比较通行的生产流通利润比例分配模式是倒三七开，即十元钱利润中生产商赚三元，流通商赚七元，这是合理、正常的。
但奇石商品不一样，奇石商品本身没有生产成本。
奇石商品本身是通过石农从河里捞出来的、从山里挖出来的、从戈壁滩上捡出来的，其生产成木，本质上属于劳动力成本。
奇石商品在流通环节中所赚的钱，很难估算，上不封顶。
因为一块自然之石被赏石者相中之后，再通过置底座并起铭供起来，使之成为一件奇石上艺品或奇石艺术品之后，就变成一件中高价奇石工艺品商品或高价、天价、无价之奇石艺术品商品了。
这里所说的无价，不是说是无法估价之价，而是说没法合理评估封顶之价。
如上海秦石轩藏有一块盘江石名石“凝秀双峰”，万元上下买进，早先友人出价20万元，现已出价60万元，笔者获悉与之交流时说100万元也不能卖。
因为这是上海赏石界一块当代水冲成型山形名石，出价60万元的藏家可能认为值100万元以上；假如再有人出价100万元以上买下，买家可能认为此石值200万元以上。
再举一个例子，2005年7月在伦敦佳士得艺术品拍卖会上一件“元青花鬼谷子下山图罐”被拍到2.3亿元人民币。
买家认为此元青花为绝品，不仅仅只是值2.3亿元人民币，以后依然会有上升增值空间，这就是稀世艺术品基本上无价，本质上没有封顶之价的原因。
可能扯远了，再回到奇石界，奇石商品本质上属于特殊商品，无法在流通环节中明码标价，层层加价再通过零售商出售。
有时赏石家花十万元买下一堆河中中型卵石，实际上，他只想买下其中的一块精品卵石，就保本赚钱。
其余的低档石甚至不运走，或再运送回给卖家。
由此可见，当一块自然之石被当作奇石商品出售时，其大致有一级奇石市场价、二级奇石市场价、三级奇石市场价。
但当一件奇石经过人为设计置底座供奉并被圈内行家公认为是奇石艺术品之后，其价格就会迅速飙升，最终无法估算封顶价。
所以，选石、购石、藏石，全靠赏石家个人独特的眼力。
眼力高赏石境界高，卖价也高，而这又是著名石商与著名藏石家之间所交流、所交易的奇石艺术品商品之价格了。
那么对于普通的初入门奇石收藏爱好者、奇石投资经营者，如何选购奇石，窍门多多，下面依次介绍名目繁多的奇石购石法。
归纳众多奇石购石法，主要可分为商业批发式购石法；商业零售式购石法；个人收藏赏玩式购石法；创建藏石馆展示、展销式购石法。
1.商业批发式购石法也分数种：(1)纯为中介商，上家批进来，下家批出去，赚两者之间的批发差价。
(2)半中介商、半零售商，即批量进货后批不出去的奇石商品自己零售出卖。
(3)小本经营的刚开奇石店的店主先批进一批货，以后缺什么货，补什么货。
(4)中大本经营者奇石市场嗅觉灵敏，经营经验丰富。
他们只要发现如巴西新出现彩釉玛瑙石、内蒙古新流行葡萄玛瑙石，蒙古可低价批进硅化石，就日夜兼程，抢在众人醒悟过来之前，多多批进热销奇石货品，赚取某一石种流行交易的第一桶金。
商业批发式购石法之经验是：藏石首先要摸准整体市场行情，还要摸清销售区域市场行情及区域的藏石趣味、赏石风格。

第一图书网, tushu007.com

如不能把黄河石批发到柳州，灵璧石批发到内蒙古地区，黄蜡石批发到西北地区。
因为各地赏石风格不一样，会影响销售对象选购。
其次，最好事先通知后～批零售下家或有实力的知名藏石家货一到，一开箱任客户选购。
2.商业零售式购石法，那是中国小石商土要的进货购石法。
因奇石商品本身或重量重或体积大，本质上属于非日常使用商品，非热销商品，如一家不大不小的奇石店堆多了滞销奇石商品，占地方、占空间，也会影响老客户的选石兴趣——怎么这家奇石店看来看去总是这些奇石，销不掉？
出现审美疲劳后影响销售。
聪明的古玩商，开店营业时经常掉换古玩商品，给人感觉认为古玩店生意不错，东西一‘直在流动、流通。
聪明的奇石商也如此，店里滞销的奇石商品不固定一个位置，常换地方、换角度摆设、展示。
商业零售式购石法的经验是：要重新设计制作硬木底座，放在奇石店里显眼的位置。
人家出不高不低的价格不要急于卖，要慢慢卖，尽量卖出自己满意的价格。
其次，进货购石时尽量选不过于沉重，易于搬动，精巧、耐看、“形、质、色、纹”均佳的中小型、中高档奇石精品为主。
个别大石头精品仅作点缀或作为镇店之宝，轻易不卖。
至于专做大型、巨型石买卖者专进大石头者除外。
3.个人收藏赏玩式购石法：众多初级藏石者多凭个人直觉购石，即自己喜欢就买，但无节制地凭个人直觉、兴趣、爱好购石，会把家里变成奇石小仓库。
因为进门容易，出门难。
还有不少初级藏石者是听从专家指导，新居装修乔迁后，要买一块奇石镇一镇，俗话叫镇宅。
至于买到之后，置石于房间哪个方位、角度都听从专家的建议。
只有个别文化艺术修养高深者，或玩过古玩者，一入石市就选奇石精品，颇具奇石精品投资理念。
……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com