

让艺术品成为大众消费

书画复制品市场暗香袭来

文 / 王申娜



在收藏市场上，艺术品原作动辄百万千万元的成交天价，令绝大多数消费者望而却步。如果说隔墙窥珍品，已经不是我们现在的生活方式，那么我们如何接近艺术呢？仅仅是教科书上面的小照片？还是电视里面100多线的清晰度？近日，记者了解到，深圳的企业已经开始投身艺术品的投资，艺术复制品随着文物古玩收藏的升温开始涌现。

含“金”量颇高的复制品

不知道敏锐的鹏城人有没有发现，这些日子，福田区雅昌艺术馆这间原本就很新的展馆又在装修。更令人惊讶的是，其一楼的展厅里悬挂着很多画作，其中不乏名师大家的作品，但是价格却很平易近人，几百元就可以搬回家挂着。据雅昌艺术馆的媒介专员



雅昌艺术复制中心

介绍，画廊里陈列的是高仿真的书画复制品，艺术馆整体装修就是为了将其从一个单纯的展览会所改造成一个艺术品的卖场，主推的就是这些书画复制品。

什么是高仿真书画复制品呢？据雅昌企业（集团）有限公司副总裁桑春介绍，那就是按照真迹的原尺寸、原色进行复制，从纸张的选用，到颜色的调配，都力求和原作保持一致。

“公众艺术素质的提高，必须得益于艺术珍品走进寻常百姓家，这就是

我们致力研发的高仿真书画复制品的初衷。”桑春道。

在西方发达国家，西方的油画特别是“名画”，动辄几千万美元，大众是无法购买的，但精品的东西又是许多人所喜欢的。为了解决这一矛盾，画家本人（或著名的博物馆）会复制一些原画，画家签上自己的名字，限量发行。像西方的油画就是这样，一般有画家的亲笔签名，画家会将这些仿真的画送给好友。一些收藏者会买这种画挂在家里欣赏。这种有画家签名

的仿真画，特别是限量发行的，价格是原画的百分之左右。

其实，高仿真书画在我国历史上早已有之，以故宫博物院所藏古代书画来看，如晋·顾恺之《洛神赋图》，晋·王羲之《兰亭序帖》，皆非原作，而是唐宋人的摹本。对这些书画的副本之中的水平较高者，一般习惯称之为“下真迹一等”。过去，只是在博物馆内部，文物的保管、展览所用的复制办法，现在已经走向市场。收藏这类书

12 / 13

画，首先可以欣赏到与原画一模一样的神韵，近距离的观摩原画的风采。

价格集中在千元左右

在雅昌总部，记者看到了韩美林等大师的复制作品，从观感上与原作一般无二，考究的纸张和印刷的精良让复制品看起来栩栩如生。

据桑春介绍，这些复制作品每一件都有自己的编号，作者可以通过植入的芯片来了解到复制品的数量和销售情况，其中仿真效果最好的是全尺寸数字扫描技术。据介绍，这种立体扫描技术记录的是画作的三维数据，其像素最高可以达到3.8亿，就连画布上的一个小凸起都能模仿得一模一样。如果不触摸，一般人根本看不出是复制品。油画的复制品在印刷出来后甚至要通过手工添加几笔以增加质感。

以前，雅昌代理日本二玄社的产品，从去年开始，雅昌掌握了此项技术。采取高精度的扫描，将原图扫描进电脑，然后按照真迹的原尺寸、原色进行复制，保存神韵，保证和原作的色彩高度一致。与此相配套的打印方式，则可以在很多材质上进行印刷。

书画复制品的保值还体现在原作者或者珍品拥有者的授权书上。这大大区别于市面上普通的产品。但价格也不会很高，根据原作的大小尺寸、制作难度、市场承受能力和本身作品的内涵等

因素考量后，价格从几百元到上万元不等，主要集中在千元左右。

在谈及复制品的艺术价值时，桑春则更愿意突出自己公司复制品的印刷品身份(雅昌采用的是数码输出技术，这区别于故宫的手工临摹作品，也区别于中国传统的木版水印，以及国外的版画)。

“我们一直强调不要把复制品当作艺术品来看。无论在材质上、形式上它多接近原作，但我们仍把它定位为‘复制’作品，并不把它当艺术品。”他认为，这些复制品最大的意义就是为平时难得一见的传统中国书画经典与今天的消费者们之间架起了一道桥梁，更多集中在装饰作用上。

“不过，从制作工艺上，高仿真的复制品要严格按照复制的标准来进行，从材质、工艺、神韵、到新旧程度、残破程度都要与原作一样，”他解释道，“高仿真的复制品强调的就是和原作一模一样。”

面对更大众的市场

“没有先例，没有成熟的市场做法，但市场前景广阔！”桑春说。

现在人人都知道名画家的画值钱，升值空间可观。许多画商，包括一些拍卖公司，专门仿一些名家的画拿出来拍卖，使许多收藏者蒙受很大的经济损失。与其花大价钱买假画，还不如花低价买张自己喜欢的复制画。保值又升值，何乐而不

为。可见大家认同这样方式，但还需要推广，让更多人认识复制品的价值和它的功能，不要产生太多的误解。很多人认为太贵，或者大规模的复制会对原作市场有冲击，体现不出原作的价值。另外，国内市场还不成熟，不似国外，国外的画家大多有公司操作，很多收入来自于自己画作的复制收入。

那么，书画复制品的目标消费人群和目前消费的顾客群是那些人呢？桑春表示，书画复制品主要用于博物馆的展览、展示和珍贵藏品保存，瞄准的人群是那些美术画家、艺术院校学生、艺术机构的专业人员；非专业群体包括星级宾馆、饭店、会所、家庭的墙壁空间。他说：“我们面对的是更大众的市场，不再是金字塔尖上那些极少数人，而是那些有一定层次有需求能消费得起的人士，他们有消费能力，能接受这些有一定价值和内涵的艺术品。”

从艺术欣赏的角度，复制品和原作是一模一样。但对于更高的收藏和投资需求方面，复制品的价值则不能够完全体现，只能作为消费品来讲有升值的空间。

一位代理商也认为：“因为价格适中，很多人可以轻松买下，从这一层面来看，有理由相信国内艺术复制品市场会越来越好。”

桑春表示，雅昌欲打造一个全新商业模式，以深圳作为试点，文博会期间将艺术复制品推向市场。

缺乏相关信用机制

真迹珍品藏在深宫不肯轻易示人，名人名画在收藏家手中辗转，普通挂历不能填补工薪阶层墙上的空白，书画专业人士学习研究见不到真迹，给人送礼找不到有品位的礼物。这是很多书画爱好者的苦恼。任飞是一名书画爱好者，在他看来，艺术复制品的地位很独特，“有些画有钱你也没地方买。真迹就一幅。但你通过这些复制品一样能欣赏到那些画的妙处。”

对此，深圳市青年书法家协会秘书长李静表示，该行为在某种意义上是对中国文化的推广。“雅昌的艺术复制品对文化传播和提高公众审美能力有积极的意义。”李静说道，“对于普通观众来说，看不到珍品，但可以通过高水准的复制品接近高雅艺术。”他表示，作为印刷企业，雅昌有实力、也有责任弘扬中国的传统文化。但要注意的是，特别是对于当代名家名作，“物以稀为贵”，大批量的复制，有可能会影响原作的经济利益，因此在具体的商业操作上，应该将公益和效益有效地结合，找到一个均衡点，达到良性循环。这样既能对作者的知名度有所提升，也能取得较佳的经济效益。

相对于很多作者的担忧，博物馆和艺术机构对书画复制品表现出极大的兴趣。对他们来讲，作为对公众开放的博物馆，收藏保护国宝文物，同时还要满

足观众的参观、欣赏需求，复制是解决矛盾的一个好方法。因此，有专家称，高仿真的复制品可将书画文物的艺术生命有效延续。

通过采访，我们发现，大多数消费

者对于艺术复制品抱支持态度，他们普遍关心的问题是：高仿真的书画复制品能否在色彩还原度、层次、表面效果、表现力、质量方面与原作的品质相媲美；其艺术价值该如何衡量、界定及定

价；此外，中国目前还缺乏完善的信用机制和法律法规，书画复制品涉及到知识产权的问题如何解决，也需要相关部门与企业进一步的工作。但我们相信，在人们美好的期待中，书画复制品正大阔步的向我们悄然走来。

