

# 齐白石，如今谁都买得起

02

刘悠扬

01&gt;



图1&gt; 齐白石·花卉

图2&gt; 齐白石·对虾

全国首个齐白石艺术空间近日进驻雅昌艺术馆，中国艺术大师齐白石系列作品第一次成系统、成规模地转化成“艺术衍生品”，带给中国内地艺术衍生品市场一次不小的“革命”。

内地以公益为主的美术馆、博物馆也在探索全新的营收模式，开发艺术衍生产品就是一条重要思路。像这类齐白石《墨虾图》艺术衍生品因报废率高，定价贵，要六七千元一套。

当年限量版LV箱包印上了日本艺术家村上隆信手涂鸦的樱桃后，引起一阵“樱桃包”抢购风潮；就在上周，以中国艺术大师齐白石的国画设计的多款带有浓厚东方艺术气息的瓷器、咖啡杯、茶叶罐、扑克牌、U盘、装ipad的布艺袋，刚刚在深圳的雅昌艺术馆上线，就引来一阵抢购热潮。

墨虾、蟹、樱桃、荔枝、佛手瓜，这些齐白石老人最为著名的国画意象，如今却以微缩

或放大的形态，印在茶壶、茶杯、马克杯、镇纸、环保购物袋等琳琅满目的日用品上。最便宜只要36元，就能把这些精美得像艺术品一样的日用品带回家。这是记者在刚刚开张的齐白石艺术空间看到的场面。

这是国际上已有30年发展历史的艺术授权产业第一次在中国有了规模化效应的产品线，而所谓的“齐白石艺术空间”，更像一个齐白石艺术衍生品超市，或者专卖店。

11月10日，全国首个齐白石艺术空间进驻雅昌艺术馆，中国艺术大师齐白石系列作品第一次成系统、成规模地转化成“艺术衍生品”，带给中国内地艺术衍生品市场一次不小的“革命”，也让艺术授权这一文化创意产业经营模式开始为人们所认知。

## “一出生就是大牌”

开发齐白石艺术衍生品，雅昌其实具有先天优势。深圳市雅昌文化发展有限公司董事

长、雅昌企业（集团）有限公司拍卖总监黄宇颺告诉记者，目前，雅昌艺术馆是全球齐白石作品授权数量最全、最多的机构。三年来，雅昌艺术馆与中国最重要的齐白石艺术官方收藏机构北京画院、辽宁省博物馆、天津博物馆等机构合作，取得了近300件齐白石作品的授权数据。

而这些丰厚的授权资源，过去却一直被长期忽略。黄宇颺告诉记者，雅昌开发齐白石艺术衍生品在国内虽然最早，但一路走来也是懵懵懂懂，“摸着石头过河”。5年前，雅昌最早开始涉足艺术衍生品市场，那时主要以复制画为主，“每年也会做制作不同主题的精美挂历，但从不对外发售，只在艺术圈内小范围流传”。

去年开始，雅昌“试水”齐白石艺术衍生品开发，就尝到了甜头。水晶镇纸、U盘、笔记本、扑克、屏风都非常受欢迎，在今年文博

## 02



会期间更是供不应求。据统计，镇纸至今已卖了2326个，U盘也卖了417个。

逐渐意识到艺术衍生品是一块尚未被开发的处女地，蕴藏着巨大商机，雅昌在今年文博会结束后，开始着手大规模、系统性地开发齐白石艺术衍生品。“在全世界的文化产业领域，核心创意往往最贵，许多品牌都需要经历一个极其漫长的市场培育期。而齐白石的书画艺术是公认的、盖棺定论的，不用解释，也不用过多营销。”黄宇颺告诉记者，雅昌手上的授权数据都是博物馆级的珍藏藏品，在此基础上诞生的衍生品，几乎可以说“一出生就是大牌”。

此外，他也表示，之所以成系统开发齐白石作品，另一个很重要的原因是近年来居高不下的“齐白石热”。今年5月，齐白石单幅作品以4.255亿元刷新中国近现代书画拍卖最新纪录，作为中国拍卖市场上价格最高的近代艺

术家，齐白石的艺术作品越来越受普通市民关注。根据雅昌指数显示，2000年，齐白石国画的市场均价还是5.1万元每平方米，到了2011年，均价已经达到118.7万每平方米，10年间翻了23倍。

### 非简单嫁接，而是再创作

据黄宇颺介绍，从目前全世界艺术衍生品的开发模式来看，基本是一种简单“嫁接”。即直接把图片印在各种载体上，精度没那么高，也缺少创意设计。更多靠艺术品本身的影响力，如蒙娜丽莎系列衍生品、毕加索系列衍生品，或者藏品所在的博物馆的影响力，如大英博物馆、故宫博物院，有的甚至成为单纯的旅游纪念品。

他对这批齐白石衍生品十分有自信，“它们不是简单嫁接，而是二次创作”，“因为从平面画作转印到立体的瓷器上，材质、墨韵、视觉效果都完全不同，一定要找到适合这种器型的画面”，黄宇颺解释说。

记者在展厅看到，每个瓷器上几乎都是好几幅齐白石画作的“拼贴”，比如主图用的是白石老人著名的佛手瓜，配的书法却来自齐白石另一幅书法作品，讲的是“佛手”的内容。“所有‘混搭’都不能违背他的学术理论，需要丰厚的艺术理论知识来指导。”负责展览策划的雅昌艺术馆市场部负责人李志奇告诉记者，比如齐白石80岁画的墨虾是8条腿，印在茶壶上，壶底的款印就不能用他40岁之前的“借山馆”，“创作年代相差40年了”。李志奇大学时主修艺术史专业，毕业后在广东美术馆待过4年，对艺术史、艺术家的把握，经由他的团队，贯彻到了齐白石艺术衍生品每一个细节之中。

雅昌一直以高仿真的还原技术而闻名，在这次新开发出的衍生品上，也能看到这种一脉

03 &gt;



图3&gt; 齐白石奇萍堂系列·花间蝴蝶平安壶组

相承的“味道”。原作的墨韵、笔法和意境，都在小小一方的日用品上纤毫毕现，叫人爱不释手。“之所以开发周期这么久，就是希望两三百元的马克杯拿在手上，也能像一件艺术品。”李志奇告诉记者，这种高要求实际上给研发带来了很大的难度，据他透露，每个不同的瓷器器型都经历了几十次的调色、试验、废弃及重做的过程。

### 生意之外，传承更重要

在生意之外，齐白石艺术衍生品更重要的意义是传播，或者说传承。黄宇飏认为，中国传统文化的断裂，在艺术方面体现得尤为显著，现代中国人已经丧失了对老祖宗遗留下来的那些精致美好的东方文化的基本鉴赏水准，“艺术衍生品某种意义上弥补了这种缺失。”

他表示，对于国宝级的艺术品，老百姓以前只能到美术馆来看一看，而且还是展览的时候。而高仿真书画的价格，几千到上万元

不等，对普通老百姓仍然类似于奢侈品消费，不是可以长期购买的东西。“但当你花上两三百元买一个马克杯、咖啡杯，或者茶壶，每天拿着它一边喝水一边欣赏齐白石的小草虫、小花卉、小墨虾，这种艺术熏陶是润物细无声的。”

为了实现这种传播价值，黄宇飏对记者表示，在定价上已经接近成本。据记者现场观察，几百件衍生品中，最便宜的是杯垫，一套36元。最贵的是六七千元一套的限量版瓷器，据介绍是由于此类器型很难烧，报废率比较高。而一套普通的功夫茶套杯只要两三百元，每个杯子的杯底，都印有齐白石不同时期的款印，既实用又兼具艺术普及。

“在我们看来，齐白石是中国近现代艺术家中最适合开发衍生品的一个特例。”李志奇也表示，齐白石的作品雅俗共赏，不像其他艺术家，往往需要一个通俗化的过程，才能让

普通人看懂。像他的《发财图》是应人求画所作，他为了讽刺求画富贾，特意在角落处画了个算盘，这幅画被印在了咖啡杯上。还有齐白石在日本侵华时期，画了一幅狗放在门口，以示拒绝求画，这幅生意盎然的狗趣图则被印在了购物袋上。“齐白石画作中的中国传统寓意文化、谐音文化，通过这些衍生品，是我们最想传递给老百姓的”，李志奇说。

下一步，雅昌艺术馆计划把吴昌硕、陆俨少、傅抱石等艺术家逐渐成系列地开发成艺术衍生品。黄宇飏设想，现藏辽宁博物馆的精美的《红楼梦》绘本图或许可以和丝巾结合起来，雅昌还希望探索和一些大牌奢侈品合作，将各种艺术元素玩“跨界”。