

羊脂白玉并非越白越好

羊脂白玉从前叫羊脂玉

“羊脂白玉不一定越白越好。”中国古玉器研究会秘书长钟林元对于当下玉器收藏中一味追“白”的趋势提出了质疑,“所谓羊脂白玉,就是人们对和田玉中极品的比喻,再加之和田玉每块的颜色温润程度都不完全一样,故所谓的羊脂白玉就永远不可能用一个公式化的固定标准来科学地测定”。

羊脂白玉是和田玉中的宝石级材料,是白玉中质纯色白的极品,具备最佳光泽和质地,表现为:温润缜密、莹透纯净、洁白无瑕、如同凝脂,故得此名。

业界许多人士就认为羊脂白不是纯白,而是带有油脂光泽的白。在白色中有的可透出微微的黄色,质地差的也可在白色里透出微微的浅灰色

调。而现如今人们一味向“白色”看齐的做法,显然是对羊脂白玉的误解。

钟林元提到,其实羊脂白玉只是现在人们的叫法,以前只是叫羊脂玉。这个“白”字是人们后加上去的,带有了太多主观的色彩。因此过分看重颜色,也大大误导了人们的收藏观。

同时,钟先生还表示,由于人们对于颜色的判定标准不同,因此到底是不是够“白”也没有标准。他曾经在故宫博物院看到颜色很白的和田玉,可是专家将其归为青玉。而有一块看着是青色的古玉则被列入了白玉。由此,他建议广大藏家切莫把羊脂白玉“越白越好”的说法看成是真理。如果只强调白,而忽略了质地,那么像大理石、石英石等很多相当白的石头就成了玉了。

注意识别和田玉产地

钟林元特别强调,羊脂白玉一般只存在新疆和田的籽玉、山流水和于田县策家坑的山料之中,其他地方所产的玉料中基本都不具备羊脂白玉的条件。这就是“和田玉”珍贵的地方。

可目前市场上,特别是新疆市场上出现的一种怪现象,就是遍地都是羊脂白玉,要找羊脂白玉随手可得!其实好多和田玉用的不是那些特

别产地的玉料,大多用俄罗斯玉和青海玉替代,而且在市场大量存在,炙手可热。钟林元说,这是误导消费,商家试图模糊俄罗斯玉和新疆和田玉的区别,藏家应该注意识别。

至于如何解决这个问题,钟先生称有关部门应统一标准,要求市面上的羊脂白玉注明玉料产地,如和田羊脂白玉、俄罗斯羊脂玉等。

文化为羊脂白玉持续加价

目前,羊脂白玉价格是不是太高了?到底还有多大的升值空间?自古道,“黄金有价玉无价”。所以,和田玉的价格主要还取决于以下三点:第一就是市场;第二就是产量;第三就是人们的文化生活。

“古玉的文化价值是我们平时最容易忽视的。需求是随着人们的逐步了解而增长的,人们了解的越多,需求越多。强烈的需求反过来会刺激市场的扩大。”钟林元表示,在漫长的历史时期中,中国人形成了崇尚玉器的传统,有一套丰富的传统玉文化体系,这一点自古以来声名显赫的和田玉,特别是和田玉中的佼佼者——羊脂白玉价值的急剧上升,起到了推波助澜的作用。

古人认为的玉石之“德”中有“天下莫不贵者,道也”的说法。意思是普天之下都将其尊为瑰宝,已经是不以人的意志为转移的规律。“言念君子,温其如玉。故君子贵之也”,温润的玉石也恰是对白玉或羊脂白玉的形容。古人关于玉有“五德”、“九德”、“十一德”的种种论述,更将玉石的人文内涵提高到了神圣的地步。

古人将玉石的品质、色彩对

应上了人品、文化内涵,如今众多藏家跟风势头也很严重,往往容易头脑发热。比如近年来很多藏友痴迷于羊脂白玉籽料美妙的皮色,如砖瓦红、橘黄皮等。于是对一些新玉进行“做皮”使其具有古玉一般的颜色,也成了市场“坑蒙拐骗”的一大手法。

钟林元说:“古玉长期通过人手把玩,其皮子固然是很好的,色泽固然是特别温润的。而且它经历了如此久远的历史积淀,其文化内涵不是新玉能比的。”但这些“皮色”要看长在什么地方、什么料质上。如果一块好的羊脂白玉加上好的皮子是锦上添花,增加它的稀有性。可现在市场上有90%以上的籽料皮子都是人为添染上去的,不但不能为原玉增值,反而容易毁了玉本身的特性。

据了解,羊脂白玉从1992年的价格为100元一公斤涨到现在的30万元、50万元,甚至100万元、200万元一公斤。从过去以公斤计价,到现在的以块计价、以克计价,短短的十几年中,价格翻了数千倍。对于令人咋舌的涨势,钟林元却表示,羊脂白玉现在的价格离涨到头还远着呢!

据《北京商报》

天价当代艺术品多为虚假交易

炒家做局 新手上套

一年前一张画卖二不到10万元,如今卖2000万元。从2006年下半年以来的当代艺术热,存在着艺术炒作集团在拍卖会上的“天价做局”,大部分天价作品的成交实际上是“虚假”交易。

从价值意义上看,80%的艺术资本投入写实油画是一个严重的战略性错误。要么是一个很无知的选择,要么存在着一种市场运作集团幕后的故意欺诈。

1 天价做局涮了投资人

艺术拍卖天价做局的暴利游戏是怎么玩的呢?

假设我是一个艺术炒作者或炒作集团,首先,找某个在艺术圈有一定知名度并且市场价格在10万左右的画家,签一个三年协议,他每年给我40张画,三年120张,每张以

30万到50万元左右收购。一年后开始在拍卖会上炒作,每张30万元收购的画,拍卖价标到100多万,两年后再标到500万甚至1000万元。标那么高的价格没有人买怎么办?我安排“自己人”和一群真买家坐在一起,假装举牌竞拍制造一种“很多

人抢着买”的现场气氛。这就叫艺术拍卖会的“天价做局”。

天价做局一般都是将天价油画卖给两种人,一种是刚入场的新收藏家,另一种是刚入场的艺术投机商。这些年一些艺术炒作集团的策略是

跑到纽约、香港的国际著名拍卖行去天价做局,手法跟在国内拍卖行做局如出一辙,但更具欺骗性。这种“天价局”主要是忽悠东南亚的华侨和国内的新贵阶层,华侨和新贵觉得国际知名的拍卖公司总不会有诈,实际上想错了。

2 拍卖新高是假高

天价做局在艺术圈早已不是秘密。但为什么总是没有人真正捅破这个事情?原因是买了“天价油画”的人即使知道被宰,也并不想破这个局,因为他还想借这个局将手中的烫山芋扔给新买家。

一些在拍卖会上被包装成天价明星的画家为自己申辩,画被标到2000万元拍卖,

他们没有分到1000万元,因为这张画是以前以30万或者50万的价格卖掉的。但拍卖天价对这些画家有好处,因为会形成一个价格舆论,以及不断加强的社会知名度,并使他和他的绘画成为艺术圈的话题中心。

这在艺术圈已经成为一种潜规则,即拍卖会的标价和场外私下的交易价有时候可以差一半。

一个拍卖天价出笼后,全国各大媒体开始不负责任地宣传“中国当代艺术的拍卖又创新高”之类的报

道。然后,各大专业艺术媒体也跟着开始新一轮分析当代艺术市场下一步的大好形势,各种批评文章出笼分析这些天价作品的艺术史意义,各路记者纷纷采访这些天价明星。整个艺术圈因此形成了一个以拍卖天价为轴心的价值标准链条,拍卖天价成为真正的学术“权威”,谁的作品成为天价明星,他也就在江湖变成“学术代表”。被资本集团下订单后,开始将艺术“企业化生产”,或者“成批生产”。订单太多了,自己画不过来就找“枪手”画。

3 谎言共同体催生伪艺术

由于中国特殊的历史原因,公众和艺术投资人在艺术知识的掌握上与专业艺术圈有一个时间差。艺术圈不认为是前卫的东西,社会公众和新贵阶层这几年刚刚开始觉得很前卫。这就为各种伪前卫艺术、伪当代艺术和夸大自己艺术的国际地位和影响力的艺术群体预留了欺世盗名的空间。

以北京798等艺术区为代表的当代艺术,不断地将艺术创造变成一种符号生产的个人产业。从网络、杂志、艺术史、民间艺术、卡通漫画、影

视剧照,甚至从医学、生物学、军事武器书上寻找一个个现成的图像,然后抄袭西方艺术的语言方式,将别人或集体发明的图像修改成自己的符号,通过资本和市场炒作变成知名符号。只要这个知名符号出现在画布上就很好卖。然后在艺术市场上做价格。利用国内的新收藏家不太懂艺术,让他们以为这是原创的前卫艺术。

行外人也许不信,当代艺术圈实际上的商业游戏和大腕作派其实比冯小刚电影更牛。

据《江南时报》

