

浅论如何提升昌化田黄的文化内涵

徐健人

(浙江临安市昌化石博物馆, 浙江 临安 311300)

中图分类号: G894; P578.964

文献标识码: C

文章编号: 1000-6524(2010)S0-0028-02

首先感谢主办单位举办这次研讨会,使我们有机会能够有这么好的学习交流机会,共同探讨田黄石这一珍贵资源健康有序的良性发展。

就田黄而言,昌化田黄与寿山田黄相比,还很弱小,更谈不上深厚的文化底蕴。为此,在确定了昌化田黄的身份证明之后(崔文元等,2007),应摆正自己的位子,虚心向“老大哥”学习,应从单一的原材料销售转向雕刻艺术品的精加工,增加艺术的附加值。逐步形成昌化田黄的雕刻风格及文化内涵。

在我看来,一个文化的形成,必定是集体的力量,自然离不开几代人的不懈努力与奋斗,无论从事雕刻创作,还是市场销售,或者其他各种配套服务,只有分工明确,各尽其职,团结、包容,通力合作,才能不断提升作品的艺术价值,从而获得更高的文化附加值。在这样的前提下,有了良性循环之后,再通过几代人的不懈努力,才有可能形成深厚的文化内涵和底蕴。

寿山田黄有今天的地位,是经过几百年而形成的。在清代,寿山田黄备受皇帝的青睐,他们亲身参与田黄的文化,形成寿山田黄的“帝王文化”,又以“帝王文化”的尊贵来带动了士大夫、文人雅士及达官贵人的热心追捧,故而寿山田黄才有了今天的“国石之尊”的地位。因此,我认为寿山田黄是以“帝王文化”为核心,东门、西门派的形成。晚清文人的参与,使田黄更具文人气息及艺术品位。

根据昌化田黄的现状,首先由于社会性质的差异,就决定了“帝王文化”是不可能走的路线。从20世纪80年代昌化田黄的发现到现在,20余年一路走来,从一个没有明确身份证明的野孩子,到昌化田黄鉴别标准的诞生(崔文元等,2007)。在此我非常感

谢崔文元和王长秋二位教授,他们不仅顶受了不少社会舆论压力,而且崔教授更以70多的高龄亲自赶赴昌化玉岩山田黄产地进行实地考察,取得第一手珍贵的矿区现场采掘资料,前后花了一年的心血,是为昌化田黄证明身份的最大功臣。这份功德,当地的老百姓和全国的石收藏家会永远铭记于心!作为参与了这份对社会有益工作的我,也深感欣慰!

浙江、江苏自古繁华,随着改革开放,大批民营企业不断地壮大自己的实力,其事业的发展已传播至大江南北及海外,在高度物质生活的基础上,已逐步形成享受高端艺术品的市场需求。我认为,昌化田黄不可能走“帝王文化”的路子(复制寿山田黄),只能走现代文化艺术品的销售模式,并借此提升其文化内涵,理由如下:

首先,商人在其商业行为中,自然会涉及高端礼品,昌化田黄必然会越来越受追捧。随着电视及网络媒体的不断创新,切合实际的品质宣传及不断完善雕刻创作技法,在全国以文化商人带动昌化田黄进入市场的同时,我个人创办的“润古轩文化艺术有限公司”2009年5月就与山东电视台收藏天下频道联合成立了“润古品鉴”栏目,作为台里的强档品牌栏目推出,并积极有效地投入人力、财力计划拍摄“四大国石”系列的专题报道,现已播出昌化石、寿山石雕刻大师人物专访20余集,每集20分钟,全面介绍各地的国家级和省级雕刻大师的艺术成就,介绍和推广、传播石文化,让更多的收藏爱好者了解到“国石文化”的博大精深,同时也介绍如何鉴别真伪及保养的相关知识。我花巨资创办“润古品鉴”的真正目的,就是想以媒体的有效传播来推广石文化及雕刻艺术的魅力,让更多爱好者能感受“四大国石”

深厚的文化底蕴。

其次,只要宣传得当,全国各个层面的收藏爱好者,势必成为昌化田黄的强有力的高端客户群体。以原石为例,五年前,重一斤、品质中等的原石,价格在一万人民币左右,现在至少在3~5万之间。近几年来,在玉岩山,一块品质俱佳的田黄价值几十万甚至上百万元已经很正常了,同行之间的交易更为普遍。但同时我们更应注重昌化田黄的健康发展,我极力反对“艺术品”宝玉石的恶意炒作行为,任何艺术品必须走健康有序的发展之路(徐健人,2006),让收藏者在品味中体会大自然恩赐的同时,体验这妙不可言的精神愉悦享受,并且既能保值和增值,更能养性、提升生活品质。然而一切艺术品同时也是由买方市场来确定其价值的,真正确切的市场价位是由买方市场行为来决定的。寿山、昌化田黄有各自的优劣势,广大的收藏爱好者自然会明确自己的投资方向。但作为每位从事石文化雕刻经营的相关人员,切不能做以昌化田黄来冒充寿山田黄的欺诈行为,每个人必须对其商业行为负全部责任,故诚信经营为根本。

第三,目前昌化石的经营户,普遍缺少精品意识,应该从经营原材料的销售模式中摆脱出来,积极组织各地雕刻大师及优秀的文化商人来昌化,举办学术讲座,传授艺术品的经营之道,并可以从美术学院的专业学生中,根据每人的实际情况,引导其参与到从事昌化石雕刻及经营销售的工作中来。政府及

有关部门应出台相关鼓励政策,来培养专业的雕刻从业人员,创造一个石文化雕刻的学术园地,吸引各地雕刻大师来创作交流,而决不允许有排外势力的存在,艺术是没有国界的。真正品质俱佳的田黄更应该没有地区之分,只需要有明确的产地,在销售行为中让购买者有知情权,其自会慧眼识宝。

近年来,以福州六德为核心的大批青年雕刻家,创作了不少好作品,为昌化田黄注入了新鲜血液。我觉得,寿山田黄已经形成了牢不可破的品牌优势,而昌化田黄的雕刻风格及如何珍惜资源应提到日程上来。我曾在1996年寿山石杂志上发表了《关于昌化田黄的艺术观点》,其中最大遗憾:

缺水!

缺文化!

缺良性循环的科学监管!

而今,在此国泰民安、社会和谐的良好环境下,让我们运用现代文化艺术的销售模式,不断宣传及提升其文化内涵,开拓创新,与时俱进,营造坚实品牌优势,共同打造昌化田黄璀璨的明天!

附中文参考文献

- 崔文元,徐健人,王长秋. 2007. 昌化黄田的鉴别标准[A]. 2007. 年中国珠宝首饰学术交流会论文集[C].
- 徐健人. 2006. 个人艺术观点[J]. 中国寿山石杂志 8.