

★

林距离

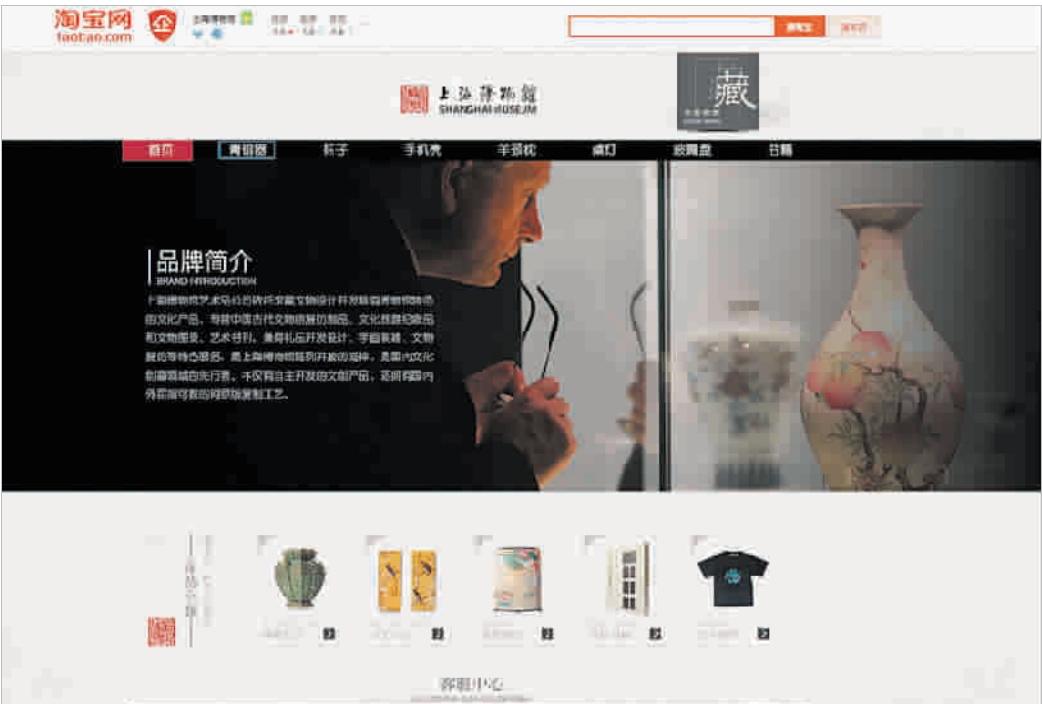
博物馆衍生品现在是个热门话题。自从台北故宫的“朕知道了”纸胶带卖疯了之后，北京故宫也开始卖起了宫里的各种萌。最近，上海博物馆给自己的衍生产品开了家淘宝店，据说大卖，某件青铜器复制品，过去一年都不知道能否卖掉一件，一个客户一下子就买走了 8 件，如今已断货。

博物馆衍生产品的研发，世界上颇有些博物馆是做得不错的，值得我国博物馆学习。荷兰阿姆斯特丹的梵高博物馆的衍生品设计制作得很可爱，色彩绚烂，个性鲜明，非常适宜布置现在人们的家居，还有不少日常使用品，各种价位都有，性价比也适宜，买气旺盛。小到很便宜的一幅梵高速写，仿得非常逼真，挂在家里可以“以假乱真”。贵的如一种童车，布篷上印着漂亮的梵高画作，在世界各地限量发售。纽约当代艺术博物馆(MoMA)的衍生品开发相当精彩，它不是简单地将藏品复制或者做成纪念品，而是根据经典藏品的特征或者艺术理念，进行再创造性的设计。所以，它的很多衍生品另类、前卫、有趣，本身就是极精彩的设计作品，值得收藏。

不过也不必过于“崇洋媚外”，依现在的眼光看，许多西方国家的博物馆在衍生产品开发上观念也相对滞后，水平参差不齐。很多博物馆的衍生品还是停留在复制藏品，或者将藏品造型、图案做到纪念品上，而且价格偏高，缺乏吸引力。所以说，国内博物馆如果重视，打开思路，集思广益，用创造性思维来思考衍生品的开发，还是具有很大的发

用衍生品激活中华古文明

◆ 林明杰



■ 上海博物馆淘宝店页面

展空间的，并随之形成中国博物馆业衍生品的特色。

发掘传统文化艺术的宝库，创造出符合今天人们喜爱的物品，中国具有得天独厚的资源，完全可以走出自己的道路来。

除了根据各个博物馆藏品的特色，进一步设计制作更精彩的相关纪念品和复制品外，我认为，有条件的博物馆还不妨做一些新的探索。

一、通过衍生品重温古代的人文环境，传承仍有现实价值的生活

方式和审美品位。我们要突破仅仅关注于个别经典藏品的思维，用大文化角度去思考，利用馆藏特色，让人们把古人的高雅情趣传承下来，融入到当今生活中。

譬如，古代扇文化，很多已流失。故宫等博物馆藏扇偶有部分在网上露面，都被广泛关注，大量转发。藏扇丰富的博物馆何不与社会上致力于重振扇文化的手艺人合作呢？

二、衍生品还可以是一种“非物质”咨询服务。如何设计符合古代

文人审美品位的空间环境和居室布置，也不妨成为博物馆衍生品产业的“高级订制”。有条件的博物馆可以组织培养相关人才为社会提供服务，同时在为社会提供这种咨询设计服务的过程中，势必能带动馆藏品的衍生开发。

三、利用大量低端文物设计开发衍生品。这是一个目前尚存在某些法律禁忌的领域，但却是迟早必须面对的问题。我国历史悠久，文物遗存极为丰富。除了艺术价值、学术

价值和经济价值都相当高的高端文物外，更有不计其数的低端文物，如大量出土碎瓷片、低端粗陶器等等。三峡库区淹没前，我曾去采访，见到发掘出大量古人熬盐的小陶罐（又称陶杯），据考古人员说，数以万计。作为学术研究、标本留存和博物馆陈列都用不了这么多。这类粗陶在民间非法流通的经济价值极低，但如果能够做成三峡库区的纪念品应该很受欢迎。然而现行法律不允许流通出土文物。于是，这些粗陶罐只能大量堆积在库房无人问津，更有大量索性就地掩埋或不去挖掘，永远不见天日。利用明清民间碎瓷片制作工艺品，在我国早已有之，国营文物商店、工艺品商店久有销售。但是大量的出土碎瓷片，是否能在留够研究、存样、展出的前提下，将大量品种、纹样重复者来开发衍生品呢？譬如，我们能否利用碎瓷片制作成中国历代各窑口瓷器标本大系，以供艺术、文博学院以及民间有志学习、研究、收藏者所需？法律是否可以根据现实情况网开一面呢？

如果我们能够成功地利用衍生品开发激活千年积淀下来的中华古文明，使之成为当今人类生活增添美好，无疑是一件大的功德。



■ 西汉海昏侯墓出土 10 余吨五铢钱

★

艺言堂

收藏可以是自私的，但不应该是功利的

◆ 吴衣

虽然不能算是流行乐界的发烧友，我对于姚谦这个名字还是非常熟悉的，特别是一句“我愿意为你”更是成为他的经典代表作。然而没有想到的是，与姚谦的第一次见面，并不是在演唱会上，而是日前在中国嘉德上海巡展的讲座上。作为一位资深的藏家，姚谦的收藏近年来通过各种媒体为人们所了解，而真正打动我的并不是其藏品的珍贵，而是他对于收藏那份独特的理解。

《一个人的收藏》，是此次姚谦讲座的主题，也是其集合二十年艺术收藏手记而出版的书籍名称。在这本书中，有一段话令人印象深刻，“当我面对现实生活感到疲乏，感到无力或感到挫折时，总是先放下现实世界的自己，走进艺术的里面，用另一个感官、思维和价值去自由地放开自己。”

说实话，如果是早两年，对于这段话可能还不太能理解，但自从有了孩子之后，这样的感触越来越深。紧张的工作、生活的压力，时常让人感到透不过气，特别是面对着微信圈的各种诱惑和攀比，浮躁以及急功近利似乎已经蔓延到了我们生活的各个角落。但每当回到家里看到孩子的时候，走进她的世界中，才会感到什么才是自己真正所需要的。

我们为什么养育后代，这其实与为什么要买艺术品有着很多相似的地方。草率的决定，往往会带来太多的后悔。收藏不仅仅只是为了回报，更是一种生活的体验。许多人在购买完一件艺术品之后，往往会关注它今后能升值多少，但是在姚谦看来，当你买下一件艺术品之后，物件的世俗价值已经不再是重要的事情，因为它已经在你的生活中，所有感受都是你自己的，与别人无关。

有人曾经问姚谦，收藏怎样的作品最感到自豪，他说，最大的“虚荣”就是在拍卖现场，当年我买的时候没人举手，隔了 10 年，再到拍卖会，那些聪明人、有钱人都在举的时候，我就觉得太过瘾了。

对于我们今天的很多人，似乎很难理解当年许多收藏家卖了宅子甚至差点搭上性命而买的名画，为何会在日后捐献给国家，抛开历史原因，其中很重要的一

部分因素就是他们对于藏品真正的爱，他们像父母希望把自己的女儿交给真爱的人那样，把最珍视的藏品委托给能更好保护它们的人或机构。今天的艺术品拍卖，虽然是一种生意，但其中我们也不能否认其中有真爱。像有的收藏家将自己毕生的收藏交给拍卖行一样，对于他们来说，希望通过拍卖找到的是能够对于藏品更好的“主人”。

收藏家可以是自私的，但不应该是功利的。一件心仪的藏品在其心中的地位不啻于他的孩子，只有将自己的藏品视为自己的孩子去关心、去爱护，真正为他的未来考虑，收藏才能体现出其应有的价值。



■ 姚谦藏画

★

他山之玉

编者：这虽是篇旧文，但最近雅昌艺术网转发又引发关注，对当今艺术圈依然有着值得思考和讨论之处。

我问过不少艺术家，他们不看别人的画展，不看外文的艺术杂志（甚至连中文的都不看）。他们如果画出了别人二十年前就画过的想法，也不觉得汗颜，因为他们不知道有人二十年前就画过了。

这些既非天才又不用功的艺术家，如果愿意改善他们的处境，不想越降越低的话，谁能给这些自封的国王一些建议呢？

我想到的答案是：一个好的经纪人，一个严父兼慈母，替他们打仗也考他武功的经纪人。有些优秀的艺术家，不签画廊，也不签经纪人，这事可以研究一下。华人演艺圈的明星，都签经纪人么？要看情况。最大牌的明星很可能自己当老板，成立经纪公司来经纪自己，这样他也还有机会听到专业人士的意见。但在大牌的华人明星，如果想更上一层楼，比方说，打进好莱坞，那就还是必须签给能在好莱坞使得上力的经纪人。

至于新人或小牌明星，当然就更需要对经纪人。和一位错的经纪人合作，或者不肯签给任何经纪人，都是浪费一个演艺人员的大好青春，浪费三年算运气好了，浪费十年就根本难以翻身。同样的问题，看回艺术圈，我想问的是：艺术家，真的有花心思在找好的经纪人，找

画家可以不签画廊吗？

◆ 蔡永康

对的经纪人来合作么？

艺术圈其实比娱乐圈有一个很大的优势，那就是比较无国界，流行歌曲、电视节目，甚至电影，大多数时候都仍有很难跨越的国界限制。比起来，艺术的国界真的淡多了。

既然国界已经不是一个限制了，那华人的艺术家，为什么不用些心思，争取能推广自己的经纪人呢？依据我的观察，刚从学校毕业的新人艺术家，在这方面有概念的，少之又少。有些新人签进风格完全不对的画廊，有些新人签给跟自己一样初出茅庐的亲朋好友。难道在学校时不该就开始观察哪些画廊适合自己，哪些画廊擅长经营画家么？如果是念金融的学生，会没想过哪家银行值得自己毕业后去投效的吗？明明是唱国语歌的新人，会把自己签给一家专出台语唱片的公司吗？

至于已经闯出名号的艺术家，也有不想签经纪人，也不积极找经纪人的。虽说有画家判断这样客人会更广，东边展一展能有一批客人，西边展一展又有一批客人。但是，你不签给别人三年五年，别人怎么可能用心经营你？能有好的展出机会，有好的收藏家询问，画廊当然是优先推荐自己有签约的艺术家啊，怎么会愿意推广你？

艺术创作很个人，所以一暑假躲在自己的领域里当国王，是很合理的事情。但如果这个国王不英明，每天只顾照镜开心，那他的小王国很可能很快就从地图上消失了。

谢媛摘自雅昌艺术网