

艺术与资本的桥梁

零售价 RMB ¥ 58.00元

213

2023/02

收藏投资 导刊

COLLECTION & INVESTMENT

ISSN 1674-9553



主理 / 新华通讯社
主办 / 中国证券报



投资热点

中国银河证券策略团队负责人杨超：
建议关注三条主线轮动

艺术+新消费

文旅引流：
局长花式“出圈” 本土文化“潮起”

文投观察

百年故居变身金融桥梁

市场聚焦

2023上半年艺博会观瞻

拍场点睛

内地春季2022年秋拍盘点与回顾

封面图：周大生入选中国国宝艺术典藏金品——金瓯永固杯

金者，日之色也，六合俱照，万物繁息，厚德载焉。

牛者，耕稼之本，荷重致远，大才备焉。

金牛奖，唯德才兼备者得之。

金牛奖



收藏投资导刊

COLLECTION & INVESTMENT

编委

丁坚铭 \ 闻召林 \ 冯刚 \ 张德斌 \ 于力 \ 张朝晖

主编

丁坚铭

责任编辑

苏娟 \ 尧小锋

美术编辑

王建华

事业发展部

车亮 \ 张洋 \ 齐峰

编辑部垂询

010-58228006

发行垂询

010-58228006

广告垂询

010-58228006 / 63070550 / 58228028

本社地址/邮编

北京市宣武门西大街甲97号中国证券报社西区711室 \ 100031

国内统一刊号: CN11-5940/G0

国际标准刊号: ISSN 1674-9553

广告经营许可证: 京西工商广登字20170159号

季刊出版 第2季 6月25日

定价: RMB ¥ 58.00元

制版印刷

北京盛通印刷股份有限公司

分色、制版、印刷

北京市北京经济技术开发区经海三路18号

邮编 \ 100176 电话 \ 67887676-855

★ 杂志如有印刷、装订质量问题, 请直接与北京盛通印刷股份有限公司联系调换。

★ 本刊所刊登任何广告真实性、正确性完全由广告提供者负责。《收藏投资导刊》版权所有, 未经许可, 不得转载。

融媒体网站:



南宋《官窑胆瓶》成交价: 258万美元 纽约佳士得

广告索引

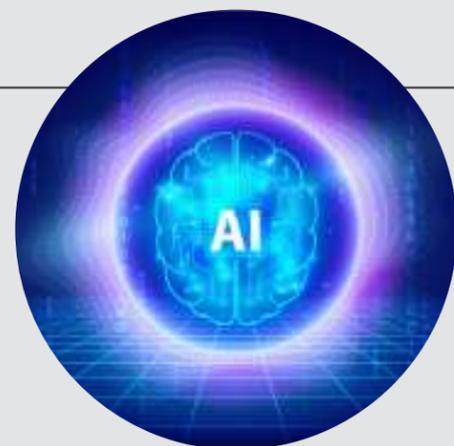
封二 中国证券报金牛奖

P1 中国证券报金牛奖

06

访谈 | INTERVIEWS

百瑞信托副总经理王瑞春：
挖掘家庭服务信托蓝海 营造爱的“避风港”



08

投资热点 | INVESTMENT HOTSPOT

中国银河证券策略团队负责人杨超：
建议关注三条主线轮动

12 兴业证券全球首席策略分析师张忆东：
看多A股市场结构性主线行情

16 浙商证券首席经济学家、联席所长李超：
看好“中特估”及人工智能赛道



20

艺术+新消费 | ART & NEW CONSUMPTION

文旅引流：
局长花式“出圈” 本土文化“潮起”



27 创新设计
打开“中国品牌”的一把钥匙



32 周大生：用新设计、
新营销与更多年轻人沟通

38 老树开新花 八马茶业香飘四海



44

文投观察 | CULTURE INVESTMENT

数字中轴 焕活文化遗产新奇景

50 汇鸿汇升投资者教育基地：
百年故居变身金融桥梁



56

市场聚焦 | MARKET FOCUS

2023上半年艺博会观瞻

62 全面开花：各地双年展快速重启



68

拍场点睛 | AUCTION HOUSES

内地春季2022年秋拍盘点与回顾

74 春意盎然：2023年香港春拍首战告捷

79 2023年海外
亚洲艺术周春季拍卖会管窥

82 2023年春季拍卖龙头拍品盘点



86

匠心创意 | CREATIVE WORKSHOPS

解读景德镇窑火千年不熄的密码



百瑞信托副总经理王瑞春： 挖掘家庭服务信托蓝海 营造爱的“避风港”

作为信托本源业务之一，家庭信托成为信托公司业务转型的重要方向。4月1日，百瑞信托正式启动“安鑫瑞享家庭信托”业务，并在产品上线后两个月内设立数十单家庭信托。

家庭信托缘何引起行业和市场关注，何以成为家庭财富“压舱石”，业务如何实现高质量发展？带着这些问题，百瑞信托副总经理王瑞春接受了《收藏投资导刊》记者采访。

文——王方圆

行业变革下的市场“蓝海”

提起今年家庭信托的快速发展，不得不提信托分类业务改革。今年3月，监管部门下发《关于规范信托公司信托业务分类的通知》，对资产服务信托中的财富管理信托进行了丰富与细化，涵盖家族信托、保险金信托、遗嘱信托、特殊需要信托、家庭服务信托、其他个人财富管理信托、企业及其他组织财富管理信托7项子分类，《通知》于6月1日正式落地实施。

《通知》对家庭服务信托进行了明确规定——家庭服务信托初始设立时财产金额或价值不低于100万元，期限不低于5年，投资范围限于投资标的为标准化债权类资产和上市交易股票的公募资产管理产品或者信托计划。

“监管对家庭服务信托投资范围的要求，也正是未来信托公司努力的方向，即打造科学、稳健、可持续的标准化投资能力。”王瑞春说，信托三分类为家庭服务信托提供了明确的监管依据，在一定程度上也



☆百瑞信托副总经理王瑞春



☆ 图片由百瑞信托提供

代表监管对信托普惠化的认可和鼓励，为家庭服务信托市场的开拓提供了强有力的支持。

百瑞信托的行动迅速。王瑞春向记者表示，在《通知》发布后的一个月内，百瑞信托便实现家庭信托新业务首发，将其命名为“百瑞安鑫瑞享家庭信托”，并在产品上线后两个月内设立数十单家庭信托。

在他看来，家庭信托的一个重要优势是投资门槛相对较低。因此，百瑞信托“安鑫瑞享家庭信托”将以往高净值客户享有的财富管理规划方案延展至中产家庭，推动信托普惠化，使得大众均有机会享受到信托的制度优势。

据了解，在适用场景方面，百瑞信托家庭信托主要设置了八大场景，分别是单身财务安排、子女婚嫁金安排、新婚财务安排、子女教育金安排、父母养老安排、家企隔离安排、退休规划安排、孙辈关爱安排。伴随家庭的全生命周期，涵盖婚前、新婚、子女养育、退休养老、爱护孙辈等各个场景，助力每个家庭实现家庭财富的“安全”“增值”“和谐”“久远”。在资产配置方面，家庭信托设置了四种功能性资产包，保守型、稳健型、平衡型、积极型四类风险等级均对应不同的目标收益、波动率和底层投资标的。

“我们有一名客户王总，他是一名连锁餐厅老板，曾经历过经营惨淡的局面，具有风险规避的需求。王总通过为家人设立家庭服务信托，受益人设置为自己、爱人和孩子，并设定了5年的锁定期，5年后孩子上大学，资金可以用于孩子教育金安排、创业金安排等。”

王瑞春表示，百瑞安鑫瑞享家庭信托有两个“心愿”：一是企业家财富远航之路的“压舱石”，二是为家庭营造温暖的爱的“避风港”。

共建财富管理新生态圈

目前已有多家信托公司瞄准家庭信托市场，信托公司应当注重哪些方面？身为市场新的人局者，百瑞信托又有哪些新思路？

结合百瑞信托家庭信托业务实际来看，王瑞春表示，公司非常注重综合管理能力的提升。“我们在系统建设、资产配置、客户体验方面持续优化服务能力，如投入大量人力和资金成本进行相关科技系统建设、依托公司投研平台强大智库构建出不同风险等级的产品供客户选择、客户体验反馈的持续调研及改进等。”

“由于家庭信托客群集中于100万至1000万元客群，这些客群以往对服务信托了解相对较少，也缺乏对信托的特征和功能的理解。”王瑞春表示，委托人基于传统家族信托对家庭信托服务的认知和期待也需要行业进行引导，对客户进行培育和辅导，共同建设信托文化。

由于家庭服务信托设立门槛相对于其他信托产品门槛较低，也势必对信托公司的规模化经营带来一些难题。对此，王瑞春强调了科技运营能力的重要性。

“我国信托文化的建立相对发达国家还处于比较初步的阶段，从高净值人群到普通中产家庭的下沉是信托文化发展的必然趋势。但在这个过程中，信托的普惠化必然会对信托公司带来更高的运营能力要求、科技服务要求和投资配置能力要求，需要行业予以共同的关注和提升。”他表示。

在信托公司高质量发展的大背景下，王瑞春认为，和其他机构的合作必不可少，公司将加大与银行、券商、基金、保险等平台机构的协同合作，与各机构合作共赢，共同构建财富管理新生态圈。此外，公司未来将立足中原地区的人口优势，对标中原地区乃至更广范围的中产富裕家庭人群，通过提高公司的专业服务能力，为更多家庭提供爱的“避风港”。

中国银河证券策略团队负责人杨超： 建议关注三条主线轮动

今年以来，国内经济总体呈现复苏态势，1-3月宏观经济修复态势良好，4月不及预期。中国银河证券策略团队负责人杨超日前在接受《收藏投资导刊》采访时表示，从国内外经济数据分析，房地产周期、设备更新周期及库存周期仍处于下行趋缓态势，今年投资市场对三周期底部共振仍较为敏感，资金面也较为谨慎。

展望后市，杨超认为，当前权益市场处于周期布局年份，结构性机会优于贝塔收益，向上行情需进一步观察国内宏观经济修复状况及政策面催化，以及企业业绩修复情况。结合宏观经济修复、行业估值状况及流动性分析，下半年A股结构性主线行情有望延续，建议关注三条主线轮动：国产替代科技创新、中特估主题以及业绩绩优的消费细分领域。

文——张利静



中国银河证券策略团队负责人杨超

前5个月TMT板块领涨

记者：请分析一下前5个月A股行情。

杨超：A股1月延续去年末涨势，2月以来持续震荡，上半年股市总体呈M型走势。

从风格看，截至5月26日，与上年末收盘价相比，大盘指数上证50下跌2.87%、沪深300指数下行0.53%，而小盘指数中证1000上涨4.22%，小盘相对占优。国证成长下跌5.22%，国证价值上涨5.47%，价值风格相对占优。此外，板块分化明显，上证指数上涨3.99%，科创50指数上涨8.20%；深证成指下跌0.97%，创业板指下跌5.01%。

从行业与板块来看，截至5月26日，年初以来，涨幅排名前三的行业分别是传媒（+35.30%）、通信（+29.45%）、计算机（+22.27%），均属于TMT板块。跌幅最多的几个行业分别是商贸零售（-19.27%）、房地产（-14.31%）、美容护理（-10.80%），均属于下游消费行业。总体上，年初至今消费行业行情较差；中特估指数相关行业，总体上涨，其中，石油化工上涨7.16%、非银金融上涨4.29%、国防军工上涨2.07%，但5月中旬以来中特估指数持续回调，银行板块涨幅基本已调整持平。

记者：低利率环境对大类资产配置有何影响？

序号	行业	1月	2月	3月	4月	5月(至5月26日)	年初至5月26日
1	传媒	5.06%	4.16%	22.67%	13.03%	-10.50%	35.30%
2	通信	8.24%	8.56%	9.18%	3.47%	-3.40%	29.45%
3	计算机	12.80%	5.69%	14.74%	-6.96%	-1.69%	22.27%
4	建筑装饰	5.54%	2.45%	2.83%	10.33%	-10.70%	9.54%
5	公用事业	2.15%	1.13%	-1.71%	2.22%	3.66%	-7.59%
6	电子	9.52%	-0.37%	5.65%	-7.50%	0.66%	7.54%
7	石油化工	7.90%	2.00%	0.51%	5.75%	-4.40%	7.16%
8	机械设备	9.77%	3.33%	-2.89%	-2.94%	-0.34%	6.49%
9	家用电器	8.29%	0.31%	-0.82%	2.04%	-4.06%	5.48%
10	非银金融	8.90%	-2.59%	-3.51%	5.82%	-3.72%	4.29%
11	环保	5.95%	1.79%	-3.75%	-2.55%	1.61%	2.80%
12	国防军工	6.45%	1.30%	-3.69%	-0.88%	-0.66%	2.07%
13	纺织服装	4.68%	4.73%	-5.38%	-0.60%	-1.34%	1.72%
14	医药生物	5.47%	0.12%	-3.53%	-0.44%	-0.80%	0.60%
15	银行	3.33%	-3.80%	-2.12%	4.18%	-1.26%	0.09%
16	汽车	10.89%	-0.67%	-5.64%	-5.84%	0.29%	-1.88%
17	钢铁	7.28%	4.55%	-7.44%	-2.67%	-3.28%	-2.26%
18	煤炭	5.15%	2.90%	-4.45%	-1.79%	-4.50%	-3.00%
19	有色金属	14.67%	-3.56%	-3.98%	-1.49%	-7.40%	-3.88%
20	轻工制造	5.01%	6.68%	-7.36%	-4.94%	-2.78%	-4.09%
21	电力设备	11.82%	-6.02%	-5.19%	-4.11%	0.21%	-4.29%
22	交通运输	1.97%	-0.48%	-0.80%	1.08%	-6.43%	-4.78%
23	食品饮料	5.16%	1.05%	-1.74%	-5.91%	-4.32%	-6.89%
24	基础化工	8.00%	2.64%	-7.30%	-7.74%	-3.20%	-8.13%
25	社会服务	-0.30%	2.70%	-0.34%	-5.40%	-5.34%	-6.81%
26	综合	0.06%	0.04%	-1.23%	-4.30%	-3.69%	-0.07%
27	建筑材料	8.96%	0.06%	-6.51%	-5.01%	-6.34%	-8.33%
28	农林牧渔	3.28%	0.58%	-1.95%	-4.21%	-7.62%	-8.88%
29	美容护理	0.81%	2.35%	-4.66%	-4.87%	-4.67%	-10.80%
30	房地产	3.71%	-2.02%	-7.61%	-2.58%	-6.34%	-14.31%
31	商贸零售	-1.18%	-2.51%	-1.50%	-6.02%	-9.43%	-19.27%

资料来源：wind，中国银河证券研究院



资料来源：wind，中国银河证券研究院

杨超：当前，国内经济处于复苏进程，低利率环境或将持续较长时间，以持续刺激经济增长。对于大类资产投资而言，低利率提高了债券资产的性价比，但随着经济复苏加快，利率进一步下调的可能性较小，债券资产定价将逐渐转向基本面定价。今年以来，人民币汇率波动较大，但在经济基本面持续向好的背景下，人民币汇率调整空间有限。大宗商品由国际市场主导定价，在全球经济不够景气的背景下，价格下行压力较大，但随着欧美央行暂停加息，需求侧逐渐回升，促进大宗商品止跌转涨。对于权益市场而言，低利率刺激经济增长，提高企业分子端盈利，同时提高资产估值，总体利好股市。

小盘创新股仍是配置主线

记者：请展望一下下半年市场走势。

杨超：当前A股估值处于历史中低水平，仍有上升空间，截至5月26日，全A的PE(TTM)为17.77倍，处于10年以来42.25%分位数；同时，今年上市公司盈利情况总体将好于2022年，支撑股价上涨，且大概率主线凸出。

但今年经济复苏步伐低于预期，内需不足。年初至

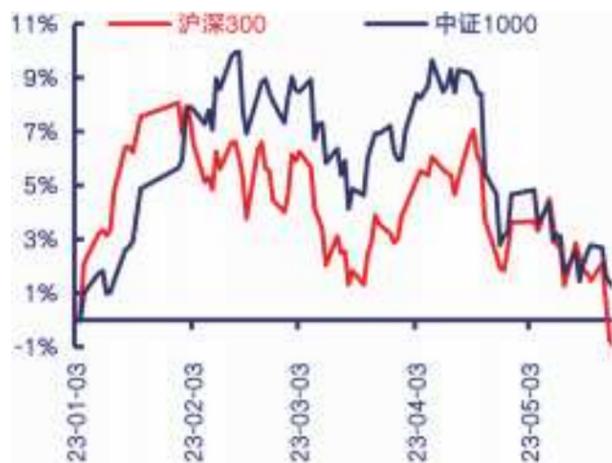
今A股热点轮动较快，市场情绪稍显犹豫，行情势能较低。部分投资者希望短期获利了结，所以，下半年A股市场总体仍将呈现震荡上行态势。

记者：如何看A股题材风格演绎？

杨超：从风格来看，首先是大小盘的博弈。自2022年11月陆续对房地产流动性提供相关支持政策，以及中国特色估值体系重塑背景下，大盘蓝筹股优于小盘股，表现突出，沪深300、上证50行情强于中证1000，2月大小风格开始切换。但结合宏观经济逐渐修复与历史经验分析，国产替代科技创新将迎来长期发展趋势，隐含信号是小盘创新股将仍是配置主线。其次是成长与价值的博弈。

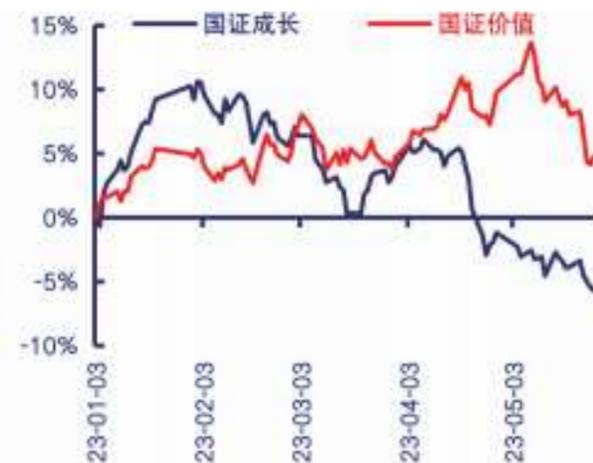
从趋势看，2022年11月以来，价值风格总体占优；国证成长估值水平相对较高，国证价值估值水平相对较低，加上中国特色估值体系重塑不断提及，价值股受政策催化概率较大，因此，未来持续看好价值股估值提升。价值风格中，消费行业延续复苏势头，随着“就业-收入-消费”循环复苏，必需消费稳定增长，可选消费增长可能较为滞后；基建在积极的财政政策影响下，总体稳定增长，但涨幅较小；房地产投资、销售总体仍处于底部，在利好消息刺激下，可能局部小幅反弹。成长风格中，数字经济、新能源产业、高端制造业是中长期增长点，也是今年热门的增长点，在市场热点轮动中

2023年以来大小盘博弈



资料来源：wind，中国银河证券研究院

2023年以来成长与价值的博弈



2023年以来中特估概念累计收益率表现优异



资料来源：wind，中国银河证券研究院

轮番上阵。

记者：科技、“中特估”等主线行情会否延续？

杨超：年初至今，科技创新板块领涨全行业，但4月以来，随着财报公布，市场更加关注业绩，科技创新领域估值纷纷回调。由于国产科技替代创新发展是我国中长期战略规划，其发展势不可挡，短期的题材炒作下，部分公司估值过高，市场回调属于理性选择，中长期看，拥有较强创新能力和应用转化能力的企业将脱颖而出，国产替代科技创新板块估值调整后，其主线行情依旧在途。

5月份，“中特估”主题持续回调，截至5月26日，“中特估”指数PE为7.52倍，处于2010年以来27.85%分位数，估值水平低于中证民企指数（41.09倍、58.93%分位数），估值仍有上升空间。从业绩来看，“中特估”题材下的央国企业绩稳定、分红可期，且多数属于各行业优质企业；同时，受政策支持，央国企在成长性较强的新能源、数字经济、智能制造等行业中表现将越来越突出，其成长性将逐渐增强。

建议关注三条主线轮动

记者：下半年投资方向及策略，有何建议？

杨超：结合宏观经济修复、行业估值状况及流动性分析，下半年继续关注A股市场的结构性主线，建议关注三条主线轮动：一是国产替代科技创新，主要是计算机、电子、通信、软件服务等科创领域。二是中特估主题业绩稳定、分红可期，且政策支持很可能继续加码，能够帮助投资者获得稳定的收益；数字经济和新能源均正在快速发展中，过程可能一波三折，但长期看是上涨的，短期关注局部增长较快的领域，即业绩爆发的领域。三是消费板块，随着消费稳定复苏，多数行业业绩稳定增长，股市表现确定性较高。

今年市场情绪较为谨慎，股市持续震荡。筛选投资标的时应把握主线投资机会，注重逢低买入、高点退出，随势而动。📌

兴业证券全球首席策略分析师张忆东： 看多A股市场结构性主线行情

“要理性看待中国经济发展，不必对短期经济增速过度悲观，展望未来数月，A股市场的结构性主线行情值得积极看多。”兴业证券全球首席策略分析师、经济与金融研究院副院长张忆东日前在接受中国证券报《收藏投资导刊》记者专访时表示，正确理解中国经济，应该淡化增速，而强化结构。当前，中国经济或进入“非典型复苏周期”，A股因为对短期经济担忧而出现的调整已经到了尾声。

文—— 赵中昊

结构性主线行情值得积极看多

“当前投资者所谓经济‘不达预期’的悲观情绪实质上是因为对经济增速预期过高。”张忆东认为，应该以长期、战略性眼光理性看待目前中国经济复苏的方式和路径。

“面对百年未有之大变局和日益复杂的大国博弈形势，符合‘高质量’发展、可持续的经济增长模式才是长期有利于中国的增长模式。西方经济体那种短期大放水、强刺激，但是长期遗患无穷的模式，不值得期待。上半年中国经济复苏，从增速来看，在全球范围内是靠前的，我们不应该妄自菲薄。”张忆东说。

正确理解中国经济，应该淡化增速，而强化结构。张忆东说，当前，中国经济或进入“非典型复苏周期”。上半年，中国经济复苏驱动力为服务消费、高端制造，这才是投资者应该关注的关键变量。这一轮中国经济复苏的“转型”特征，强于“传统的复苏”特征，旧动能（地产产业链）退场、商品消费传导滞后，新动能（服务消费、



☆兴业证券全球首席策略分析师张忆东



CFP图片

高端制造、数字经济等）复苏明显。考虑人口结构的变化，未来对于就业整体的拉动将从地产、基建链条转向服务业、科技、先进制造业。

张忆东认为，A股因为对短期经济担忧而出现的调整已经到了尾声，现在应该乐观一点。在经历5月以来的调整后，当前市场风险溢价再次来到一个较高的水平。股权风险溢价是衡量市场性价比的一个有效指标。去年4月底和10月底两次到达三年滚动平均+2倍标准差的历史极高水平，帮助我们判断市场当时已处在底部位置。根据兴业证券策略团队的最新跟踪数据，当前，在经历5月以来的连续调整后，上证综指股权风险溢价已重新回升至接近三年滚动平均+1倍标准差的相对较高水平，指向权益资产性价比已再度显现。

如何把握下阶段A股市场的行情？张忆东建议立足稳增长政策的预期来发力，围绕“数字经济”相关的科技成长方向以及“中特估”相关的深度价值方向的两条主线值

得深度挖掘。

张忆东表示，下半年政策稳增长力度有望加码，但政策方向主要体现在顺着高质量发展、科技驱动的路径上加码，而不是“走老路”。中国经济相比去年已经企稳，服务消费继续改善，经济并没有失速风险，只是受地产产业链放缓、全球商品大周期向下的拖累，生产边际下滑、有效需求的释放低于预期。所以，后续扩内需、稳就业政策值得期待，建议关注数字经济、先进制造业、现代服务业相关的产业政策创新以及围绕“房住不炒”战略指导思想相配套的房地产市场化机制完善。

AI行情有向传统行业扩散的趋势

4月末以来，国企改革板块持续获得北向资金加



CFP图片

仓，A股“中特估”板块走出“过山车”行情。张忆东认为，5月初至今“中特估”的震荡行情，一方面受到市场对经济增速担忧情绪的压制，另一方面也受前段时间较快上涨之后获利落袋行为的影响。北向资金加仓“中特估”背后的逻辑，主要还是基本面驱动，特别是在当前全球经济进入低增长期，低估值、高分红、业绩稳定的优质公司成为稀缺资源，受到机构投资者追捧。过去一年，以巴菲特为代表的海外机构投资者纷纷配置高股息的美国能源股和日本五大商社。

在张忆东看来，5月上旬以来，随着经济复苏预期回落、人民币贬值、美联储加息预期升温等内外部风险因素冲击，“数字经济”与“中特估”两大主线动能减弱，市场进入震荡调整。展望下半年，一方面，“数字经济”与“中特估”两大主线仍有望再次活跃，但细分行业、子板块可能于上半年出现较大差异；另一方面，随着美联储的紧缩政策逐步转向以及中国经济稳中求进，基本面改善较大的方向值得深挖。

根据兴业证券策略团队的最新研究，“数字经济”中，半导体行业已处于历史底部，后续景气度即将迎来复苏，张忆东倾向于认为其有望成为新一轮行情的领军者。从2022年2月起，全球半导体月度销售额同比增速已持续下滑13个月，3月同比增速达-21.3%，为2008年以来的最低水平。半导体行业景气度已处于历史底部区间，随着AI算力、消费电子、6G通信等需求逐步回暖及半导体企业主动去库存，预期下半年半导体行业有望重回增长，开启新一轮上行周期。

AI行情已经有向传统行业扩散的趋势，市场对于AI+的关注度持续提升。张忆东认为，AI行情不止于TMT，作为通用技术创新，传统行业也将受益于AI赋能，AI+有望成为下一阶段行情扩散的重点方向，并成为各行业重超额收益的来源，甚至成为新的主线脉络。

“中特估”主线方面，张忆东建议关注政策宽松预期相关的板块，特别是年初以来涨幅相对落后的煤炭、

石油、地产链等经济强贝塔板块，在高股息基础上，有望出现阶段性、较强烈的反弹。

美国经济下行风险加大

海外方面，6月FOMC会议前备受关注的两大数据之一的5月非农就业数据远超预期，推高了市场对美联储继续加息的预期。张忆东认为，美联储加息步伐已经步入尾声。6月5日联邦基金期货隐含利率显示预期6月暂停加息，7月甚至可能再度加息，最早今年年底可能有一次降息。

未来数月，考虑到美国的核心通胀距离美联储的目标仍有差距，虽然美联储加息节奏或步入暂停观望期，但高利率仍将维持，这将导致美国经济和金融领域可能继续暴露较多风险。最新的非农数据显示劳动力市场仍有韧性，这给通胀粘性的消除增添了不确定性。若核心通胀环比降幅不及预期，美联储很难轻易转向宽松，导致美国经济下行甚至“硬着陆”的风险加大。

一方面，高利率环境下，当前美国中小银行甚至部分大型银行的存款（负债端）收缩、资产端减值损失等风险仍然没有消除，下半年美国信用收紧的趋势将延续，导致美国经济进一步下行的压力加大。

另一方面，美国下半年居民储蓄支撑消费的动能将进一步下降。当前，低储蓄率、高额的消费支出以及劳动参与率回升，均反映出美国居民超额储蓄正被加速消耗，截至2023年2月，美国居民储蓄率已经下滑至接近1990年以来的低点。截至2023年3月，劳动参与率连续四个月上升，录得62.6%，其中年轻劳动力加速回到劳动力市场，16-24岁劳动参与率达到56.9%，快速恢复到疫情前的水平。根据测算，美国低收入人群（底层25%）的超额储蓄可能于2023年二季度耗尽。

“今年下半年，美债长端利率有望继续震荡下行，美元也有望震荡贬值，一方面不利于美股中有盈利风险的价值股，另一方面有利于科技浪潮驱动下的优质成长股行情，同时也有利于提升人民币资产的配置吸引力。”张忆东说。



CFP图片

浙商证券首席经济学家、联席所长李超： 看好“中特估”及人工智能赛道

“预计全年我国GDP增速将呈现‘N’型走势，2023年我国实际GDP增速可能维持在5.3%左右。”浙商证券首席经济学家、联席所长李超日前在接受《收藏投资导刊》专访时表示。

就今年的宏观环境而言，李超判断大概率是经济弱修复与价格增幅低的组合。“此宏观环境更容易催生成长风格行情，无风险利率整体处于下行，有利于权益市场估值提升。”他表示，下半年看好中国特色估值体系（简称“中特估”）及人工智能赛道。

文—— 马爽

全年GDP增速或呈“N”型走势

记者：如何评价今年以来我国经济走势？对下半年经济走势作何预判？

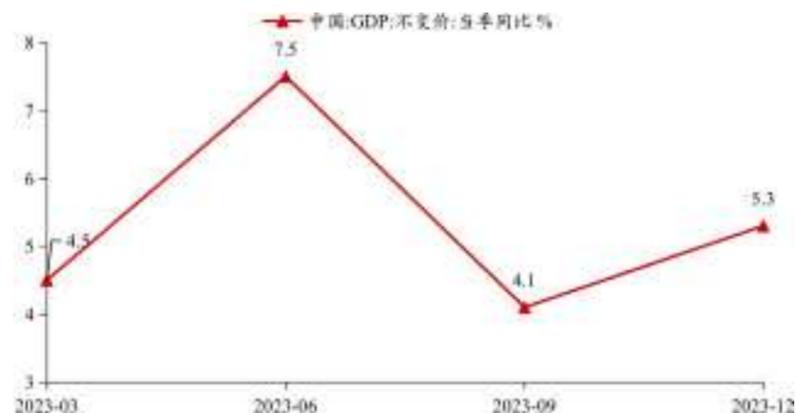
李超：2023年上半年我国经济呈现弱修复态势，出行、旅游等消费正常化，服务业反弹折射前期被压制的需求释放，但其恢复的持续性有待观察。更为重要的是，企业信心仍存不足，有半数以上企业对市场需求恢复力度感受不强。今年国家把恢复民企和外资信心作为工作重点，结构调整在财税货币信贷支持下继续推进，部分领域出现产能过剩，价格呈现下行趋势，阶段性减退税降费退坡后，工业企业盈利承压。

展望下半年，制造业投资既有政策支持也有产能相对过剩困扰，成为最不确定性变量，我们倾向于认为经济增速将逐渐放缓。经济向上和向下的弹性都不大，但企业盈



浙商证券首席经济学家、联席所长李超

2023年四个季度GDP走势



利是务必要解决的问题，发行特别国债和降息降低企业融资成本都是艰难的选择。

预计全年GDP增速或将呈现“N”型走势，但更多表现为2022年的基数效应，经济总体运行仍处于向潜在增长中枢收敛的过程。据我们测算，我国2023年实际GDP增速可实现5.3%左右，2023年第二、第三、第四季度的实际GDP增速分别为7.5%、4.1%和5.3%。综合研判，二季度经济将达到全年高点，后续GDP增速可能放缓，经济维持弱修复的态势。

记者：2022年11月以来，我国央行政策基调开始在多个目标间进行高频切换。去年末至今，多次重大会议上均对货币政策定调“精准有力”，更加强调货币政策的结构性发力，即精准滴灌、定向支持。展望下半年，你怎样看待货币政策的首要目标和运行基调？对结构性政策工具安排方面有何预期？

李超：下半年货币政策首要目标和基调仍可能是高频切换。梳理几个最终目标，币值稳定、国际收支平衡的压力总体不大，但增长与就业、金融稳定均需关注。首先，对于就业与经济增长来说，7月为

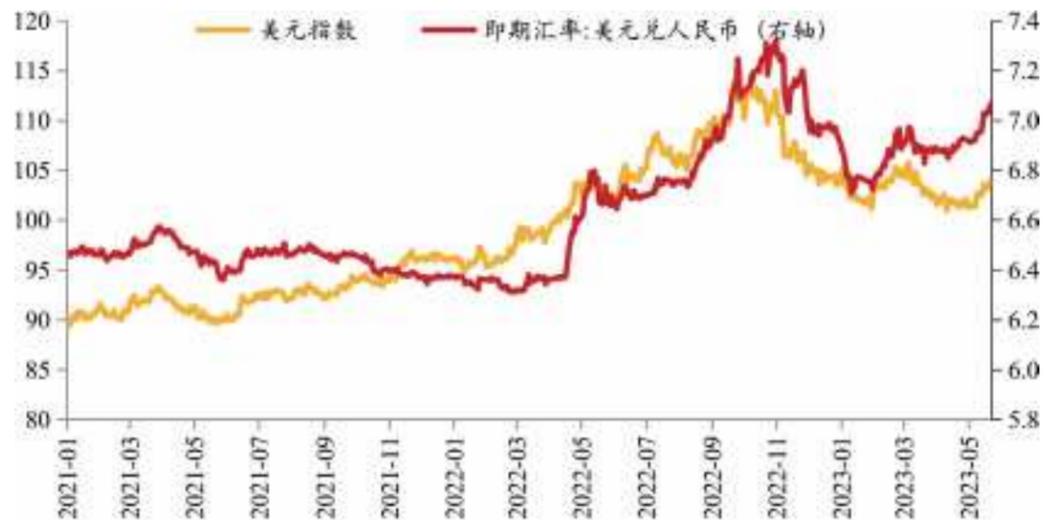
大学生毕业季，总体失业率及青年群体结构性失业率都可能阶段性承压；今年夏季存在极端高温的可能性，进而冲击建筑项目施工及工业生产用电，也可能对就业形成影响。此外，因去年基数走高，三季度GDP增速数据也可能有所回落，因此，下半年货币政策对稳增长、保就业的考量会有所提高。其次，对于金融稳定来说，后续仍需密切关注。近期，一定程度的资金淤积及债券收益率下行、资产荒背景下，机构通过加杠杆做大收益的情绪升温，3月末起银行间质押式回购交易再次活跃，金融稳定问题仍需关注。对于币值稳定，对内是物价稳定，当前我国CPI维持低位，下半年或略有回升，但全年通胀风险不大；对于汇率，虽然近期人民币汇率有所贬值，但预计有望震荡走升，最高升至6.6附近，贬值压力不大，与之相对应的外储走势稳健，国际收支失衡风险不大。

综上，我们认为今年下半年货币政策首要目标和基调仍可能高频切换，但下半年总体将以宽松基调为主，预计三季度可能全面降准，四季度可能降息。此外，结构性政

2016年至今我国货币政策基调转换时点



预计2023年下半年人民币汇率震荡升值



策工具仍将发挥核心作用，除各项再贷款工具外，预计仍有新增政策性金融工具额度。

记者：你对下半年人民币兑美元汇率走势有何看法？人民币汇率波动将会呈现哪些特点？

李超：4月下旬以来人民币兑美元汇率走贬，核心来自内外两方面因素。内部看，我国金融数据与基本面数据不及预期、宽松政策预期落空是主因。外部看，主要受美联储相关“鹰派”信号、美债收益率再次大幅上行、美元指数走高影响。总体来看，国内因素占据主导地位，即是由我国经济走势分化、修复动能偏弱所致，这使得我国经济相对全球优势转弱，因此CFETS人民币汇率指数也由4月21日的100.1降至5月19日的98.8，但预计人民币汇率本轮贬值并不具有持续性，预计下

半年有较大升值空间。从2023年全年来看，全球主要经济体表现是衰退，实质是滞胀，美国经济增速大概率降至潜在增速下方，我国也处在疫后修复期，全球处于“比差逻辑”中。而在此环境下我国经济更具优势，且政策空间更大，预计我国下半年仍有降准、降息空间，进而各项因素有望支撑人民币汇率升值，预计最高升至6.6附近。

看好“中特估”及人工智能赛道

记者：今年以来，在宏观交易主线不明的情况下，全球资产走势分化，其中黄金价格一度突破两年多高点，国际油价则出现高位回

落。请展望一下年内全球大类资产表现？哪些领域投资机会相对比较确定？

李超：美联储下半年将面临银行信用收缩，进而导致中小企业经营困难，投资意愿下降，当失业率抬升，工资物价螺旋上升被打破，必将选取降息策略或引导降息预期，这些都有利于美债、黄金、美股、港股等资产。预计下半年10年期美债利率可能向下挑战2.5%，主要源于通胀预期回落和实际利率下行的共振。下半年，伦敦黄金价格有望再度挑战2070美元/盎司的前高位置，此后维持高位震荡。下半年美国就业数据恶化斜率可能陡峭化、超额储蓄最具释放潜力的部分将逐步耗尽，美国经济将进入浅衰退阶段；叠加银行信用环境的进一步紧缩，预计企业盈利将承压，美股可能面临一定下行压力。

此外，在货币政策明确转向前，美国商业地产风险、欧洲主权债务风险、日元资金回流风险均可能压制市场风险偏好成为美股上涨的潜在掣肘。此后伴随降息预期逐步明朗化，预计美股将会逐渐反弹，其中纳指可能相对占优。

记者：在你看来，今年以来A股呈现哪些新特点、新变化？下半年相对看好哪些板块的投资机会？

李超：2023年上半年，A股TMT板块走强，传媒、通信、计算机板块涨势位居行业前三。下半年居民收入预期变弱，形成超额储蓄，导致消费和地产低迷，进而

助推高利率产品，形成资产荒，削平利率高点。当股票市场因“中特估”等因素大幅拉高指数形成赚钱效应，散户会将储蓄搬家至股市，形成流动性推动的估值扩张牛市。

受银行信用收缩、投资意愿下降、失业率抬升影响，美联储下半年或将选取降息策略或引导降息预期。中国政府也存在国际收支、汇率改善机会，货币政策空间打开，形成降息预期，国内利率债和成长股有望受益。

今年的宏观环境大概率是经济弱修复与价格增幅低的组合，这一宏观环境更容易催生长风格的

行情，无风险利率整体处于下行，有利于权益市场估值提升。一是看好中国特色估值体系显著提升央企国企估值中枢，在中国特色估值体系下，未来随着国家政策的驱动，央国企的价值有望得到重估。二是坚定看好人工智能赛道的超额收益，以人工智能为核心的新一轮科技革命是中长期经济增长的最主要方向。人工智能领域关注智能汽车、智能家居、智能家电、智能建筑、智能医疗、智能养老和智能教育七大赛道。☺

☆图表/浙商证券研究所





☆ 景德镇浮梁县高岭·中国村《大唐茶市》唐风演艺小镇

文旅引流： 局长花式 “出圈” 本土文化 “潮起”

今年以来，我国文化和旅游行业迎来复苏，成为反映当下中国经济发展活力的一大亮点。为了把握文旅市场全面复苏重振的机遇，各地文旅部门抢抓时间窗口、千方百计“引流”。无论从宣传推广、还是内容打造，文旅行业出现“内卷”式比拼现象。

文—— 苏娟 贺雷

文旅局长 花式“内卷”引流

近两年，随着网络社交媒体的兴起，一批“网红”文旅局长走到镜头前为地方旅游“吆喝”“代言”，以创意的视频内容或形式，推广当地的文化旅游和特色产品，不断突破传统模式宣传家乡，引来一波又一波网民关注。

2020年，时任新疆昭苏县副县长的贺娇龙，身披红斗篷飒爽策马的视频火遍全网；2021年，四川省甘孜州文旅局局长刘洪拍摄“笑傲江湖”变装视频宣传甘孜，在互联网上圈粉无数；2022年，湖北省随州市文旅局局长解伟化身古代剑客，在银杏谷中舞剑饮酒，被嘲造型“辣眼”，意外“丑”出圈。2022年4月，四川省推出“文旅局长说文旅”系列活动，鼓励文旅局长出镜为当地文旅代言，从全新的角度深入挖掘、宣传、推广当地文化和旅游资源。

今年2月，黑龙江省塔河县文体广电和旅游局局长都波因为一则短视频走红。视频中，都波身着鄂伦春族传统服饰，在零下20摄氏度的塔河，演绎“森林的主人”，展现东北冰雪世界的美，引起网民高度关注和热烈讨论。

3月，山东淄博凭借当地烧烤爆火。为了搭上这趟“流量快车”，不少文旅局赶赴淄博考察。尤其山东省内各地，组团“进淄揽客”。4月27日，山东潍坊文旅局局长权文松现身淄博烧烤节，在烧烤桌前亲自为游客派发风筝、教学扎风筝。不少网友被这种“隔屏都扑面”的热情感动。“潍坊文旅局长在淄博烧烤摊疯狂揽

客”的话题一度冲上微博热搜第一。

文旅局长们的出圈，让很多景点一朝成名。线上的流量也带动了线下文旅产业的发展。美团的数据显示，截至2月21日，黑龙江塔河近一个月整体旅游订单量环比增长66%，交易商户数增长了56%。其中，游客异地订单量环比增长60%。而在山东潍坊，“五一”假期期间，潍坊市纳入全省监测直报的30家景区景点，共接待游客257.14万人次，同比增长432.86%；实现营业收入22亿元，同比增长376.55%。

当然，文旅局长尽展才艺，推广当地文旅资源，给当地带来了巨大流量。然而，如果游客慕名而来，却发现当地服务质量不佳、旅游体验差，那无论局长们如何卖力“吆喝”，都无法吸引“回头客”。因此，各旅游目的地仍需练好内功，不断提升服务质量、经营诚信、旅游体验和安全保障等能力，以将流量转变为真正的“留量”。

深挖本土文化 搭建新场景

三年的疫情经历让人们的旅游心理发生了深刻改变，消费者从追求“风景”转向了注重“场景”。各地文旅部门通过丰富文旅内容，融合新业态，搭建新场景，推出新玩法、新体验，激发游客的消费热情，一些创意令人耳目一新。

敦煌遗书《茶酒论》记载，“浮梁歙州，万国来求”，可见唐代隆盛的茶市。景德镇浮梁县高岭·中国村

《大唐茶市》唐风演艺小镇，采用“唐风”建筑风格，以唐文化为背景，通过可考的文献资料和文化元素作为创作背书，经过全面的创新思考和解构制作，呈现了一幅社会环境宽松，百姓安居乐业的百态生活画卷。

大唐茶市街口，两侧是一排排高高挂着的灯笼装饰，商肆门口悬挂着市招旗帜，招揽生意。穿越时空的唐代茶商、波斯商人、瓷器小贩、东瀛番僧，在大唐茶市营造出商旅云集、人群涌动的热闹场景……在大唐茶

市的不同街道和室内空间当中，一出出好戏轮番上演，让游客在满天花舞、茶香弥漫、如梦似幻的穿越场景中体味浮梁盛事。

“一盏浮梁 百味人生”。观众亲身感受了茶市的繁华、斗茶的趣味，品茗了万国茶楼之余，随即又进入了茶圣秘境。一楼铺满了由《茶经》发光字组成的迷宫走廊，瑰丽壮观，沿着迷宫小路曲折向前，两侧尽是关于茶文化的详细介绍，每隔一段距离，就有相关器物陈设其中。



☆《大唐茶市》场景



☆《大唐茶市》· 穿越时空的煮水论道



☆《大唐茶市》· 陆羽著书《茶经》



☆《大唐茶市》舞蹈表演



☆《大唐茶市》· 茶圣秘境



☆《大唐茶市》斗茶



☆《大唐茶市》表演

二楼为茶圣陆羽和崔国辅等人煮水论道的场所，在这里发生了一场超越时空的哲学对话，陆羽二人和来自现代的小伙以茶论心，以心论茶，畅聊茶文化传承的精髓，尽述“溶、汇、沸、沁、沉、浮”的人生百态，很多观众被感动流泪，感叹道：“没想到会看到这样高质量的演出，无论演员表演、剧本台词、剧场效果都太让人回味了。”

夜间《大唐茶市奇妙夜》沉浸式演出则通过极具创意的声、光、电、舞台机械设备，结合极致全息投影艺术、舞美、服化道等一系列舞台创意技法，运用极致的视觉表达、高标准的美学追求打造全方位沉浸式观演空间，极大地丰富了演出效果。观众沉浸在演出氛围中，去感受前所未有的震撼与梦幻。这场尘封千年的唐茶盛宴再现于观众眼前，实现了对浮梁茶文化及人文精神的艺术凝练和现代弘扬。

“五一”期间，在洛阳，游客可以穿上古装，在景区里体验一场“穿越之旅”。隋唐洛阳城国家遗址公园在宫城区推出国风穿越节、国风达人巡游等系列国风活动，让游客沉浸式感受国风洛阳的千年风华。在隋唐洛阳城应天门北广场，新设置牡丹诗词路与应天门3D投影秀让古都辉煌的夜景打卡场景跃然眼前。同时，《簪花迎远客》《天门花坊奇事录》《武皇临朝》《神

宫乐舞》等古装演艺与隋唐洛阳城应天门、明堂天堂内辉煌壮丽的实景场景结合，营造出一场神都盛景，让穿越汉服奔赴洛阳的游客过一把“穿越”瘾。“隋唐洛阳城国风穿越节”在九洲池景区上演，“神都南市”“神都诡事录”“神都华裳秀”等五大主题活动为游客带来沉浸式文旅新体验，带动景区游客量大幅攀升。据官方数据，今年“五一”长假，洛阳接待游客636.69万人次，同比2022年增长171.76%，同比2019年增长98.62%，旅游总收入52.39亿元，同比2022年增长231.98%，同比2019年增长63.1%。

目前，传统的观光式旅游已经无法满足当下人民群众的游玩需求，“旅行+演艺”“旅行+看展”“旅行+刷博物馆”“旅行+新科技体验”等深度文化体验旅游正成为市场新发展方向。这就需要在开发当地文旅资源时重视以文赋旅，深挖文化内涵，夯实文化基础，加快文旅深度融合、创新融合，让创新的文旅融合产品成为新时代旅游新风尚。同时，文化旅游的高质量发展不仅要在旅游产品、业态、场景上面下功夫，也要在商业运营、服务水平等软实力上下功夫，使文旅真正走上良性循环的道路。☉

☆供图/《大唐茶市》演艺小镇



☆《大唐茶市》夜色



创新设计 打开“中国品牌”的 一把钥匙

近年来，中国民族品牌崛起之势渐强，“国潮”“国货之光”成为近年来消费市场备受瞩目的关键词，穿上波司登、涂上花西子的彩妆、拿起华为Mate 50来张自拍、开国产新能源比亚迪仰望或开蔚来去旅游……在高端消费市场，中国名牌变得越来越流行，引领着全新的消费浪潮。

品牌，是企业核心竞争力的重要体现，也是质量强国建设的内在支撑。随着中国经济向高质量增长转型，中国品牌将愈发彰显影响力。对身处其中的各领域民族企业而言，如何抓住机遇，迎接挑战，塑造自主品牌，不断提升国际地位，成为重要的时代课题。

文——田雨



公司官网

国潮设计 助推品牌向上

谈及中国品牌，必然涉及中国制造与中国工业设计。中国目前是制造业大国，制造业增加值规模连续12年位居世界首位，但中国并不是品牌强国。在英国品牌评估咨询公司品牌金融发布的《2022年全球品牌价值500强榜单》中，美国有199个品牌入围世界品牌500强，品牌价值合计达3.9万亿美元，占总价值的49%，居全球第一。中国有84个品牌入围全球品牌500强，品牌价值合计达1.6万亿美元，占总价值的19%，居全球第二。虽然中国已经是拥有全球品牌价值的第二大，但相比第一位还相差甚远。

要真正打造高端“中国品

牌”，突破口在于整合式的创新设计，“创新设计”是打开“中国品牌”的一把钥匙。

在今年4月份举办的2023年上海车展上，以比亚迪和新势力为代表的自主品牌成为关注的焦点，甚至迎来了国外车企高管以及大众、宝马、奔驰等德系品牌掌门人的组团参观。其高端品牌仰望，展台上



公司官网

可谓人山人海。通过豪华、科技感和创新性的设计，比亚迪在市场上取得了重要的成功。

比亚迪董事长王传福说：“技术，是比亚迪的硬实力；而设计，将成为比亚迪的软实力。技术与设计，两手都要抓，两手都要硬，要让比亚迪的产品从‘技术’单轮驱动转变为‘技术+设计’双轮驱动。”



比亚迪坚持摸索自己的设计之路，将西方现代工业设计理念和中国传统美学卓越结合，开创了典型的比亚迪风格。从宋MAX到全新一代唐，比亚迪由内而外地进行了彻彻底底的改变，设计风格逐渐趋向成熟。比亚迪王朝系列，从中国

“龙”元素汲取灵感，形成了比亚迪新车独有的 Dragon Face 设计语言，使得比亚迪的车辆外观有了翻天覆地的变化。高端品牌仰望从甲骨文“电”中汲取灵感和力量，以勇敢无畏的精神向汽车技术高峰不断探索。首款车型仰望U8，采用

了“时空之门”设计语言，取材中国鼎的造型，霸气侧漏。

对于自主品牌汽车设计来说，中国风正在兴起。一些汽车的设计与中国高山流水传统文化相结合，让品牌拥有了独特个性。智能化的推动下，让中国车企的设计理念越来越新，辨识度也越来越高。中国汽车设计表现出前所未有的自信、鲜明的中国元素、以及品牌特有的家族语言和家族特征。

此外，中国汽车品牌在国际市场上的认可度也在提升。通过与国际知名设计师和顶级设计机构合作，吸纳国际设计理念和先进技术，提升品牌形象。



公司官网

品牌价值塑造的无限可能

不仅是汽车行业，中国工业设计领域也取得了显著进步。

华为常务董事余承东在去年举办的“首届世界设计之都大会”的主题演讲中说：“中国制造是我们国家成长崛起中非常重要的一个力量。中国要从制造大国到制造强国，从中国品牌到世界级品牌，这中间非常重要的要素就是中国设计，中国设计帮助我们的产品在品牌、品质和产品的高端化等方面提升，这些都是非常关键的要素。”

“中国工业设计之父”柳冠中教授指出：“在很多产品中，我们只负责‘造’，而‘制’则是引进的。”他认为，要破解当前制造业的困局，就需要解决“制”的问题，也就是建立中国方案。



公司官网

好的设计具有改变世界的力量，中国工业设计的进步逐渐为中国品牌打开了世界舞台。在全产业链最前端，拥有19年设计行业经验沉淀的洛可可创新设计集团（简称：洛可可），持续为中国制造企业、景区、博物馆、文旅集团等开发设计产品，挖掘文化特色，用创意产品为品牌赋能。故宫猫系列文创产品、敦煌文创丝巾、小平故里红色文创、晨光“盛世新颜”系列礼盒、黑玛瑙led拼接屏、联想智能麦克风、德施曼智能门



☆ 2022年9月16日，在首届世界设计之都大会中央广场上，展出由200多个气球组成的艺术装置作品，名为“设计之梦”

新华社图片



公司官网

锁、小仙炖、55度杯、海底捞自热火锅等爆款产品，背后都是洛可可的设计身影，以创新设计彰显文化之力，助力中国产品破圈。

洛可可董事长贾伟曾表示：“新一轮的产品爆发期已经到来，每个品类的产品都在被‘重做一遍’。2020至2030年，中国将

迎来产品创新的黄金十年，开启以产品为‘介质’的‘新文艺复兴’。在这一轮‘复兴’中，中国人对美的理解，将通过让每一个人都能用上的产品，传递到世界每一个角落。”大产品时代，用户对产品的需求也在不断升级，从功能需求到精神需求的转变，从标准化生产到个性化定制，在这些不断涌现的新需求面前，产品创新也成为了机会和挑战的结合体。

在建设现代化的新时代，中国开始进入到国际化的角逐中，而且是高端的国际化。未来我们将看到各行各业会有更多的中国品牌登上世界舞台。这就要求中国企业把视野放到全球的高度，抓住品牌国际化的巨大机会，在品牌建设中，找到一种审美价值的表达，才能获得世界范围内的认同。



☆ 晨光“盛世新颜”系列礼盒

公司官网



周大生： 用新设计、新营销与更多年轻人沟通

从水贝壹号大厦A座顶层俯瞰，中国最大的黄金珠宝交易集散地尽收眼底。6月初夏，深圳水贝正成为“购金潮”下年轻人的热门打卡地，描绘出一幅生动的黄金珠宝消费“晴雨表”。

国潮、古法、文化IP……与过去款式、工艺相对传统的黄金饰品完全不同，如今“新消费”的风也吹进了黄金珠宝行业，以周大生为代表的中国本土黄金珠宝企业正在主动用新设计、新营销与更多年轻人沟通对话。

“随着黄金工艺的进步，黄金产品越来越时尚潮酷。同时，年轻人看重的不仅是黄金的颜值越来越高，更有对背后所承载的深厚文化认同和丰腴情感寄托。”周大生品牌营销负责人鹿岩接受《收藏投资导刊》采访时表示，在董事长周宗文的引领下，近年来周大生敏锐捕捉消费市场的结构性变化，积极在工艺和设计上创新，在多个领域开展IP联名等内容合作，强化了以Z世代为代表的年轻消费者对公司的品牌价值认同感。

文—— 齐金钊

以内容IP、国潮破圈营销

在2022年“520”期间，有一款被年轻人亲切称为“大尾巴鱼”的黄金项链吊坠风靡社交平台，成为热度与口碑延续至今的市场“爆款”。而这款产品的“破圈”，正是周大生结合热播古装玄幻剧《与君初相识》和《恰似故人归》进行内容IP营销的经典案例。周大生以剧中任嘉伦饰演的鲛人“长意”为切入点，推出了周大生X《恰似故人归》官方合作联名款系列饰品。

这两款“大尾巴鱼”官方联名产品的设计充分展现了鱼尾元素，配合浪漫唯美的设计语言，将IP产品的形象表达得活灵活现，不禁让人眼前一亮，更是受到许多剧粉的追捧。“大尾巴鱼”的设计灵感来自于美人鱼鱼尾造型，剧中鲛人“长意”为爱断尾时奋不顾身的浪漫与坚定。在设计工艺上，18K金钻石镶嵌款（A款）的鱼尾造型还原自然肌理，肌理车花工艺完美展现波光粼粼的鱼鳞线条，留住鲛人入水的动态瞬间。另一款由5G黄金打造的足金挂坠（B款）更是光泽耀眼，镂空设计虚实结合，以精工花丝工艺编织成精美的鱼鳞图案与鱼尾纹饰。

“与电视剧《与君初相识》及《恰似故人归》IP的官方授权合作，给周大生带来的是不同于常规的新玩法、新思路，也为珠宝首饰赋予了其与众不同的生命力。”鹿岩表示，这种跨界的合作营销，不仅给年轻消费者带来全新体验，向消费者传递品牌魅力与自信，更是用珠宝的语言诠释全新的时尚态度，与消费者产生更多共鸣，在年轻态势中继续前进，从而在激烈市场竞争中提高



自身辨识度，保持高认知度和美誉度。

为了实现与年轻群体的沟通对话，周大生珠宝不断加强产品年轻化布局：与HelloKitty联名产品，签下虎年热门IP胖虎独家珠宝独家签授，与梵高博物馆跨界合作致敬名画《向日葵》……丰富的品牌产品风格与形象，为消费者带来更多的选择。

鹿岩介绍，在新消费背景下，周大生持续加大

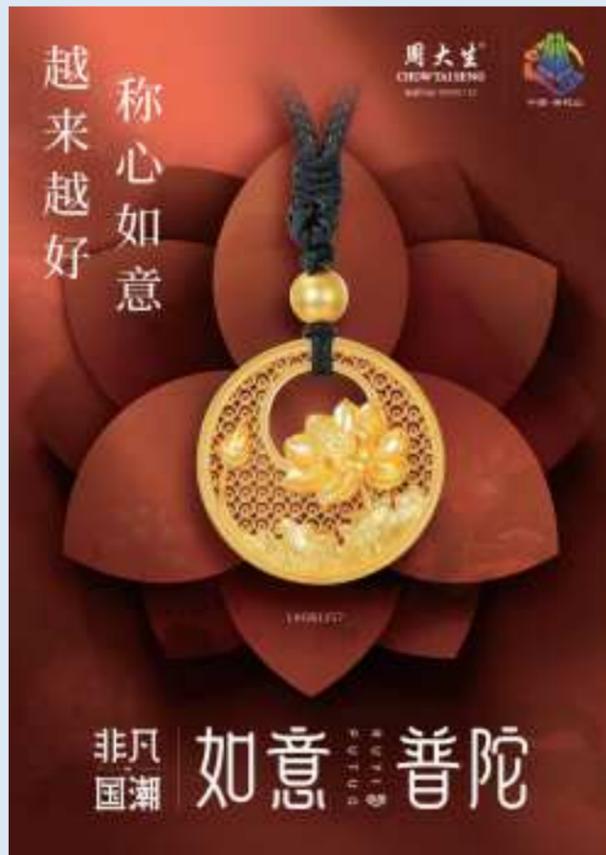




黄金产品的IP合作力度，除上述跨界联名外，公司还携手《国家宝藏》重磅推出了黄金文创IP联名系列。周大生从每一件宝藏里获取灵感，在解读中国文化的基因密码的过程中，建立国宝与人之间的联结，拉近消费者与历史文物间的距离，让国宝真正“活”起来，走入寻常百姓家。同时，周大生迭代了黄金文创IP联名“非凡国潮”系列，包括藏地佛教文化—吉祥·布达拉、普陀山观世音菩萨祈福文化—如意·普陀、经典馆藏文物福佑文化—遇见·国潮。

夯实核心竞争力

周大生迎合年轻消费者的一系列动作，与黄金消费市场风向的变化息息相关。近年来，黄金消费在热度攀升的同时，在消费者结构、产品品牌及消费理念方面都



发生了深刻变化，黄金珠宝消费一直呈现出趋于年轻化的态势，其中25岁-35岁群体成为消费主力。

“顺应时代趋势，周大生居安思危，聚力打造品牌核心竞争力。”鹿岩介绍，近年来周大生在品牌运营、渠道拓展及产品研发领域不断夯实核心竞争力。

根据周大生品牌发展战略规划，公司以持续式、脉冲式、矩阵式的广告投放策略，构建了由机场、高铁、互联网、新媒体等各类媒介整合的立体式品牌营销传播体系，全方位覆盖目标消费群体，不断提高“周大生”品牌的知名度、美誉度及忠诚度。同时，公司积极推进数字化战略，从数字研发、数字营销、数字共享、数字运营等各类场景提供数字化解决方案，赋能终端销售，驱动品牌增长。

在连锁渠道方面，周大生连锁网络由业务拓展体系、营运管理体系、整合营销体系、培训辅导体系、督导监察体系、数字智能体系、物流配送体系等7大体系



构成，为公司业务的稳健发展提供了系统化保障。公司建立了覆盖面广且深的“自营+加盟”连锁网络。截至2023年3月31日，周大生珠宝终端门店数量 4637家，形成行业领先的连锁渠道网络，品牌影响力和知名度持续提升。

在产品研发方面，周大生依据人群定位、用户画像、购买动机及应用场景构建了完整的黄金产品矩阵，打造了“欢乐童年、浪漫花期、幸福花嫁、吉祥人生、美丽人生、璀璨人生”六大黄金产品线，精准匹配差异化消费市场，高效匹配消费者多样化需求，打造周大生黄金产品的核心竞争力。

在传统优势钻石镶嵌领域，公司坚持情景风格珠宝定位，持续优化升级情景风格珠宝内涵，针对不同客

群，打造了丰富的钻石镶嵌产品组合，满足不同消费群体的多样化需求。2017年，周大生与荷兰梵高博物馆合作推出了梵高艺术珠宝系列并不断迭代更新。2021年，周大生携手当代钻石切工泰斗Gabi Tolkowsky和国际殿堂级设计师Loretta Baiocchi，全球首发了LOVE100星座极光钻石《大师》系列。2023年5月，周大生×莫奈《吉维尼的艺术家花园》联名款火热上市。在镶嵌产品的IP合作方面，周大生展现出了对艺术珠宝努力追求和探索的决心。

用研发创新做大“新消费”

在周大生看来，我国当前正处在消费快速升级阶

段，供需共同发力，前景长期看好。以黄金珠宝饰品市场为例，新场景、新模式不断涌现，中国消费者需求更加多样化、个性化，只有研发更多新产品，才能更好满足消费需求。

从珠宝行业集中度来看，目前国内行业集中度仍然较低，与欧美、日本等市场相比，仍有较大提升空间。从行业发展形势来看，近几年，国内头部品牌在加快跑马圈地，仍以渠道扩张为核心战略。

面对这样的竞争格局，周大生从品牌战略、产品研发和渠道优化方面制定了相关的经营战略。鹿岩认为，年轻的Y、Z世代消费群体在购买黄金珠宝首饰时，他们想要的是能够表达自我、彰显个性和个人风格的。周大生在进行珠宝设计时，会挖掘年轻消费群体们当下所



热衷的元素，或者是基于同样的一个常规元素，公司会尽最大的可能性去做出与常规产品不一样的设计，或许是在产品功能上、或许是在工艺上、又或许是在结构上做出创新。

除了品牌和理念的创新，周大生在发力“新消费”过程中积极拥抱数字化。2022年，周大生珠宝的数字化型已经成功跃升到精细化运营的2.0阶段，并取得了超预期的成绩：企微好友人数从2万突破至300万+，使用企微导购人数达2万+，社群人数达22万+，线上小程序商城覆盖门店数达3000家，线上+线下双渠道市场增量破10亿元。

周大生珠宝细分消费市场，在2022年10月推出了旗下全新子品牌——周大生经典。周大生经典的定位是东方文化潮牌，秉持匠心精神，深入发掘灿烂历史瑰宝，用现代时尚艺术视角，瞄准新崛起的年轻时尚人群，提出“有底蕴，更光彩”的鲜明价值主张，打造彰显中华文化自信的时尚文化艺术潮牌珠宝。

鹿岩表示，千禧年出生的中国年轻一代，逐渐成为中国经济、文化与消费的主导力量。公司将通过自有渠道持续关注终端消费趋势，重点关注年轻群体的消费偏好，为产品研发采集庞大的数据库，加大产品研发投入，做好产品研发创新。

☆供图/周大生



老树开新花 八马茶业香飘四海

走进位于深圳华都园的八马茶业，茶韵迎面扑来。在这里，一方茶台，上置一茶一香，便可开辟出一片宁静空间，让身处浮华都市的人们暂别喧嚣，这便是古茶文化流传千年沉淀下来的魅力。

当古茶文化遇上新技术、新潮流，便碰撞出新的火花。八马茶业董秘龚政接受《收藏投资导刊》专访时表示，公司发展壮大的“密码”在于，将已有近300年历史的铁观音技艺凝练成八道制茶工艺，以二十四定律严制好茶，持续推进品牌“破圈”，建立竞争护城河；推动产品“触电”，深挖线上业务；加码智慧生产，破解行业标准化难题。

文——黄灵儿



☆ 八马茶业全国门店超2800家



☆ 国家级非遗传承人、八马茶业董事长向嘉宾介绍中国茶产业发展历程

中的阐述，成为大众对中国茶起源的认知。茶，是中国最具代表性的文化符号之一，与瓷器、丝绸一样世代传承，闪耀着中华文化的魅力。

八马茶业创始人、董事长王文礼就出身于百年制茶世家。相传王氏先祖王士让于1736年发现安溪好茶，获乾隆赐名“铁观音”。民国时期，王氏家族第十代传人王滋培创建了名扬东南亚的“信记”茶行。1997年，王文礼在此基础上创立八马茶业，并正式落户深圳。

20多年来，八马茶业实现了从无到有、从有到优的跨越式发展。“成功没有捷径，好产品是企业百年长青的立足之本。”龚政说，多年来，八马茶业一步一脚印，坚持研发投入，不断提高产品标准，甄选中国好茶，并贴近市场推动产品创新。

优质产品源于优秀技术及优质原料。近300年间，王氏族人将制茶工艺代代相传，掌握了生产制作铁观音最核心的茶叶拼配和烘焙技术。拥有标准化体系超过30项，在服务领域规范了110多项统一标准，首创性提出中国好茶四大标

经过26年深耕细作，八马茶业从最初的一家小店，成长为在全国布局超2800家门店的头部茶企。2021年，实现营收超17亿元，净利润超1.6亿元。公司连续8年位列天猫双11乌龙茶类目销量第一，全网粉丝累计超3400万。

龚政表示，八马茶业正积极备战IPO，着力提升影响力及市场地位，未来将携手同行做强做大中国茶叶市场。同时，八马茶业将放眼全球，助力打造民族品牌。“国兴茶兴，中国茶必将诞生伟大的品牌，我们非常有机会走向海外，让中国茶香飘世界，影响世界。”龚政说。

脱胎于百年制茶世家

“茶之为饮，发乎神农氏，闻于鲁周公。”唐代陆羽在《茶经》



☆ 八马茶业智慧茶园



☆ 信记号普洱茶智能仓

准：安全、对口、正宗、稳定，成为茶行业沿用的标准规范。

原料采购方面，八马茶业基于自身的品牌、渠道及经营规模，树立起相关标准，向上游茶厂进行批量化采购。龚政表示，该种采购模式下，公司拥有较强的议价能力，同时也保障了公司定制成品茶、茶叶半成品及毛净等物料的品质和供应稳定性。

如果说好产品是企业的安身立命之本，优势渠道则是打开市场之门的“金钥匙”。龚政介绍，公司自成立以来，一直重视探索适合自身业务模式的销售渠道，并形成了“直营+加盟”“线上+线下”的全渠道销售体系。截至目前，公司线下销售网络覆盖了全国各省份的主要大中型城市。同时，公司结合互联网行业的快速发展趋势，积极与京东、天猫、唯品会、拼多多等电商平台开展合作，发展线上与线下相融合的新零售模式。



☆ 八马茶业智能化现代工厂

“智慧八马” 破解标准化难题

事实上，八马茶业走到今天殊为不易。长久以来，茶叶难以实现规模化和标准化生产，成为掣肘茶企发展壮大的难题。

据统计，我国六成以上茶园地处陡坡地带，大型机械难以进场作业，长期依靠人工，生产效率较低，限制了茶企的规模，导致茶叶市场处于高度分散状态。八马茶业招股书显示，2021年中国茶叶国内销售总额为3120亿元，八马茶业的茶叶收入为15亿元，市场占有率为0.48%。同行中天福市场占有率为0.45%，澜沧古茶为0.16%。



☆ 八马茶业参与茶行业多项国家标准制定

但这样的市场格局正在发生微妙变化。“今年一季度明显感受到茶叶市场消费回暖，我明显感受到市场正在往头部品牌集中。”龚政说道，散茶往往存在农药残留超标等问题，随着食品安全意识增强，大众对知名品牌茶叶的接受度正在

提升，市场也在向头部品牌集中。

龚政表示，作为头部茶企，秉持“智慧八马”理念，打造“智慧茶园+智慧工厂”综合体，在不断提升品质标准化、产量规模化的前提下，提效节能，致力于创立更多行业参考范例。



☆ 八马茶业打造“智慧茶园+智慧工厂”综合体，从源头上提升茶叶品质

智慧化方面，八马茶业现代智慧农业茶园通过福建省省级现代农业智慧园项目验收，并成功入选工信部物联网示范项目，园区将碳达峰、碳中和的理念贯穿于智慧茶园的建设中，打造出极具前瞻性的“碳汇茶园”，通过大数据、物联网等先进技术，实现“智慧化”管理。

其次，公司智慧工厂在茶叶生产环节已经实现了高度智能化、自动化和标准化。八马第六代智能化生产线，实现了从鲜叶到成品全过程自动化、信息化生产，减少人手与茶叶的直接接触，更好保障茶叶生产的质量和稳定性。工厂还投入大量智能机器人，可快速运输、分拣完成包装的茶叶成品，大幅节省人力、时间成本。

标准化方面，八马茶业建立质量安全追溯体系。2023年，八马茶业“安心码”体系正式上线，为产品提供官方唯一数字身份证，采用双码结合技术防伪，全程跟踪锁定，让茶叶安全品质看得见。



☆ 八马茶业智慧仓库系统



☆ 八马茶业第六代智能化生产线

八马茶业还参与制定统一标准，提升茶叶质量。作为头部品牌，八马茶业多次主导或参与行业标准制定，形成了从茶叶采摘加工，到仓储、物流、销售等一系列标准化体系，通过规范建立与标准输出，为中国茶产业发展夯实基础。另外，推进标准化运营，包括对加盟商的管理以及整个销售部门的运营手册、线上线下的培训等。

致力打造中国茶叶上市品牌

2022年，“中国传统制茶技艺”申遗成功，中国茶企将迎来新一轮战略机遇期，头部企业或率先受益。

“申遗成功将提升中国茶文化的国际知名度和影响力，而乌

龙茶制作技艺作为国家级非物质文化遗产项目，也将受到更多国内外关注和重视。”龚政介绍，八马茶业依靠乌龙茶起家，目前已构建覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶等全品类产品体系。

申遗成功还将促进茶产业的提质升级和创新发展。龚政说：“申遗成功将进一步激发业界对茶叶制作技艺的研究和探索热情，茶农和茶企业可以借鉴传统制茶技艺的精华，结合现代科技和管理理念，不断改进生产工艺、提高茶叶品质，推出更多符合市场需求的茶产品。”

当下，中国茶产业正迎来转型升级、提质增效的重要战略发展机遇期，逐步迈向规模化、品牌化、标准化的新征程。对于茶企

如何抓住制茶技艺申遗成功的战略机遇期，龚政认为，传承是基础，创新发展是关键。“我们要在传承的基础上不断创新，特别是要将非遗技艺注入我们所从事的行业，演变成优质的产品，最好打造成上市品牌，从而带动整个行业的发展，让更多人喜欢茶、爱上茶，通过打造强大的民族品牌，参与国际市场的竞争。”

☆ 供图/八马茶叶



☆ 八马·安溪铁观音受消费者认可

数字中轴 焕活文化遗产新奇景

畅游天坛，敲响古老编钟，感受萦绕了千年的华夏之音？是的，借助数字技术，在数字中轴·天坛云场景中，即可美梦成真。

5月24日，探索数字中轴·天坛活动在绿洲世界上线。这是北京文物局、北京中轴线申遗保护工作办公室联合腾讯 SSV 数字文化实验室发起的数字中轴项目的一分子。自2021年签订战略合作协议联手发起“数字中轴”项目以来，历经2年时间的探索实践，随着北京中轴线官网、云上中轴小程序2.0，以及北京中轴线“多模态”数字资源库一期开放，数字中轴呈现出一派云上奇景。

“让文物活起来，需要让它们所承载的历史文化价值走进大众，被社会和民众以更便利的方式认知、理解。数字中轴尝试依托游戏科技在内的数字技术，探索文化遗产可持续发展新模式。”腾讯数字中轴项目负责人在接受《收藏投资导刊》采访时介绍。

文—— 苏娟



☆ 俯观中轴线

黄向伟 摄影

活态展现古老中轴线

在北京，南起永定门，经先农坛、天坛、天桥地区、正阳门，穿过天安门广场、故宫建筑群、景山、万宁桥，直抵钟鼓楼，有一条7.8公里纵贯南北的中轴线。虽称为“线”，但它其实是建筑群和城市空间的组合体，汇集了城市建筑的精髓，是北京老城的灵魂，也逐渐发展形成了北京城两翼对称的格局。

北京中轴线是中国传统都城中轴线的杰出范例，体现了中国传统都城规划的智慧观



☆ 云上中轴

念，也承载着中国传统文化的深厚内涵。北京中轴线是一个复杂的概念，要完整展现北京中轴线的价值，并不是一件简单的事情。它至少包含了三个层面的信息：一是物理的中轴线，也就是现在能看到的实体建筑存在；二是历史的中轴线，即北京中轴线几百年的城市历史变迁；三是思想的中轴线，主要包含中轴线上各个遗产点的文化信息。

“为在数字世界综合呈现好中轴线的物理、历史和文化信息，我们正在探索解决，超大范围复杂城市场景还原带来的引擎性能问题，用数字技术焕活文化遗产与中华记忆，讲好物理中轴、历史中轴和思想中轴三个维度的故事，切实推动北京中轴线的文化遗产保护传承与活化利用。”

据腾讯数字中轴项目负责人介绍，数字中轴项目主要以“北京中轴线数字展陈”“北京中轴线IP强化”“北京中轴线文化遗产可持续发展指数”为核心建设目的，以北京中轴线官网、云上中轴小程序为建设基础。数字中轴·小宇宙则是北京中轴线数字展陈体系的重要组成部分，未来将在云上中轴小程序中正式上线，创新性地提供文化遗产沉浸式交互体验。

经过实践，数字技术全景呈现与焕活了这条伟大城市轴线的恢弘气势和历史变迁：先后发布上线了云上中轴小程序、北京中轴线官网、推出“了不起的中轴线 我们一起来守护”互动游戏、中轴数字声音邮筒、“我和北京中轴线合个影”H5小游戏、4D“时空舱”等多个数字



☆ 北京中轴线数字资源库

产品。截至目前，小程序累计访问用户数超400万次，线上注册用户达60万人次，近25万用户参与“世界遗产知识竞答”活动，以先农坛数字照扫资产为基础制作发布的“数字中轴-小宇宙先导片”全网总曝光超20亿……

京钟鼓楼的古代报时功能、建筑特点、周边民俗及鼓楼与北京中轴线的关系，这场将数字技术应用于文物活化的互动体验展，以古建筑加数字展的形式带领观众穿梭时间。

坐标——北京先农坛，以风格

化方式再现先农祭祀、仲春耕耜等历史瞬间，让大众足不出户，便能沉浸式、可交互地体验北京中轴线的恢弘气势和四季变化，探索体验北京中轴线背后丰富的历史文化。

为了高精度重现北京中轴线写

构建“多模态”数字资源库

5月8日，北京中轴线数字资源库成果在京发布，包括中轴线官网、云上中轴小程序等，北京中轴线一期数字资源库同期正式开放。

坐标——北京鼓楼，这里有一场常年上映的沉浸式数字互动体验展“时间的故事”。它阐释了北



☆ 北京什刹海万宁桥下镇水兽，有700多年的历史，其功能之一为测量水位

实场景，更好地展示北京中轴线背后的文化内涵，腾讯将多年积累的游戏技术开放出来，包括游戏引擎技术、物理仿真技术，以及云游戏技术等。数字中轴团队通过高清数字照扫及多种游戏技术的结合，先后完成了先农坛、钟鼓楼和万宁桥等遗产点的高清照扫，采集原始数据超6TB，拍摄照片超万张。当前，处于中期开发的模型资产中，仅城市景观建筑已超6万栋，树木超15万棵，现有模型总面数超过20亿。

云上中轴2.0版本今年春节期间升级上线。重点升级了3大功能：中轴导览，官方推荐的5条线下主题游览路线；探索界面，跨次元展

将中轴历史和文化用多媒体形式展现；“指尖”地标，将中轴线上15个主要构成要素地标数字化展现，让数字中轴“可见、可感、可体验、可触摸”。

“我们参照游戏叙事方式与交互设计，力求打造更加生动的、沉浸式体验：特别设计了雨燕和多个NPC角色，让大家以趣味互动方式，身临其境般体验北京城的历史变迁。”

腾讯数字中轴项目负责人介绍，“多模态”数字资源库依托腾讯SSV探元平台，基于数字中轴前期建设积累的数字资源，整合北京中轴线数字档案、3D建模资源以及

北京中轴线文化遗产传承与创新大赛优秀作品等，综合运用腾讯区块链、版保、高清照扫、云渲染等技术构建资源库，对文化遗产数字资源实现保护、传承、活化一站式服务；通过多样的数字文创产品、公益反哺模式，探索北京中轴线数字资源在音乐、视频、动漫、游戏等多元场景中实现文化资源的安全高效流动，更好地让优秀文化资源为全民所共享。

腾讯探元数字文化开放平台（tanyuan.qq.com）是腾讯为践行国家文化数字化战略，推出的数字文化保护、传承、活化一站式开放平台。



☆ 云上中轴小程序





☆ “辉煌中轴”展览·北京首都博物馆

新华社图片

探索文化遗产 共享共创新模式

北京中轴线数字资源库成果发布，同期北京京企中轴线保护公益基金会（简称“北京中轴线基金会”）与腾讯公益慈善基金会在腾讯北京总部签约成立“中腾基金”。腾讯公益慈善基金会投入5000万元公益资金，致力于北京中轴线文化遗产的挖掘、保护、研究、修复以及传播推广。

同时，发布会上推出北京中轴线数字文化IP共创计划，将数字技术与北京中轴线文化内涵进行深度融合，开发一批北京中轴线IP以及相关领域产业链，着力为北京建设国际消费中心城市、全球数字标杆城市做出应有的贡献。

北京作为一座拥有三千多年建城史的城市，2023年迎来建都870周年，为延续城市文脉，北京中轴线数字文化IP共创计划将精选870件文物进行数字化呈现，让人们在文物



☆ “最美中轴线”系列展陈亮相2023深圳文博会



☆ 中腾基金



☆ 北京中轴线官方网站

中重拾古都历史，感受北京城在新时代焕发的多彩光芒。

“未来，我们希望北京中轴线的云上奇景将由无数见证者，探索者和创新者传承、共享和共创，让百年中华历史文脉的生命力绵延悠长。”腾讯数字中轴项目负责人说到。

据悉，2021年以来，北京市文物局与腾讯签订战略合作协议，充分发挥双方优势，有针对性地聚焦北京中轴线文化遗产价值阐释、文物活化利用、保护管理能力建设和国际合作传播，腾讯以“技术资源投入+公益捐赠”的方式，总计投入1亿元全程参与、助力北京中轴线文化遗产保护，探索文化遗产的可持续社会价值创新模式。☺

☆ 供图/腾讯数字文化

汇鸿汇升投资者教育基地： 百年故居变身金融桥梁

千年的金陵，流淌着金融的基因。

汇鸿汇升投资作为国有企业旗下的资管平台，于2020年与南京秦淮区政府共同选址蒋寿山故居打造投资者教育基地，将蒋氏一族“公益为人生分内事”的家训与金融公益的传承相结合，在百年故居共同开启了一个投资者教育的新篇章。时近三年，这里已经逐渐发展成为一个金融公益文化的展示窗口，高质量的金融集聚区正在形成。

文——夏丹



☆基地门头



☆一进中

传承：百年故居活化利用 追寻文化公益精神

2020年，汇鸿集团与南京秦淮区签署了全面战略合作协议，支持汇升公司与秦淮区联合打造新金融产业集聚区。选址门东内唯一省级文保单位——蒋寿山故居，在1800平方米的七进宅院，共建一个有情怀、有温度的投资者教育基地。将文物建筑的保护与再造进行有机融合及充分活化利用，以历史传承和金融传承为使命，积极践行金融的人民性，传播金融知识，保护投资者的合法权益，助力南京文化名城建设，打造资管行业新标杆。

汇鸿汇升投资是国有上市公司汇鸿集团旗下的专业资产管理平台，注册资本5亿元，自2012年开始正式运作。发轫之初，仅五名骨干成员，一切从无到有，历



☆一进左

经种种艰辛，以“筚路蓝缕，以启山林”的开拓精神，建立南京+上海双总部，立足南京，辐射华东，坚守战略定力，实现发展蜕变。多年来公司从单一的量化策略起步，到多策略体系建设，再到全面打造行业领先的资



☆ 二进中

产配置体系，始终保持策略的迭代创新，追求风险可控下的稳定收益，通过十年资产配置经验积累，打造稳健投资模式和稳定向上的投资业绩。十年磨剑，终显峥嵘，通过在专业领域的持续深耕，汇升投资逐渐构建起了具有较强专业能力、品牌知名度与行业竞争力的资管平台，重点服务于银行、券商、信托等金融机构以及产业客户等，当前资产管理规模近60亿元。

在发展过程中，汇升投资始终心怀敬畏，以赤子之情，不忘初心、苦练内功、提升水平。秉承国有企业的责任和担当，面对近年来金融风险事件频发、居民财富大量受

损的现象，汇鸿汇升投资总经理王胜华作为南京市人大代表联合多位市人大代表和监管机构，通过深度调研后在2019年提出了一份以“强化投资者教育 促进南京金融市场健康发展”为题的人大调研报告，以此为起点，倡议建设投资者教育基地为南京的金融稳定做贡献。

金陵蒋氏一族凭借盐业运输起家，自太平天国运动以后，活动于我国经济文化繁荣的南京、上海、汉口、杭州等城市，生意遍及苏、皖、赣、鄂、湘、川、滇、黔、沪等数省市，积累了丰厚的经济基础，在老一辈蒋翰臣和蒋福基的基业和影响下，以蒋寿山



☆ 一进院落—金融为善生生不息

为代表的蒋氏家族被称为金陵“蒋百万”。

蒋氏一族发家致富后不忘造福乡梓，乐善好施，常常捐资修桥铺路，赈济施舍。后来，蒋氏居住的巷子被清朝政府赐名为“积善里”，其宅院大厅为“积善堂”。

一百多年间，蒋氏一族始终以“公益为人生分内事”“安本分学吃亏”为家规家训，代代为善，捐资古迹、热衷公益、培育英才。多年间捐资修葺浙江嘉兴烟雨楼，在南京、苏州、无锡、上海、北京等地捐资学校（南京钟英中学、南郊义学）、医院、清真寺等社会事



☆ 金融图书角

业，赈济旱灾洪灾，为国为民做出了重要贡献，将蒋氏一族的公益精神传承绵延至今。

创新：打造全国首个 链接人大代表履职平台的 投资者教育基地

资本市场的蓬勃发展带动经济快速增长，近十年来居民财富快速积累。但随着金融深化程度的加快，各类金融风险事件也层出不穷。金融是现代经济的核心，金融投资者乃金融业之“本”，唯“本”固，业方安。

打造汇升投资者教育基地，缘起于一份人大调研报告和一份践行投教的初心。文博建筑的修缮之路何其艰辛，为了打造出基地特色，汇升运营团队调研走访了全



☆ 金融专业人大代表联络站



☆ 投教直播间

心、以史为鉴、迭代新生，具有鲜明的时代意义和创新特色。为更好地赋能助力投资者教育基地后续的建设工作，保护好老百姓的“钱袋子”，汇鸿汇升投资进一步联合秦淮区人大常委会，以南京市辖区内金融行业的四级人大代表为主体，广泛邀请业内知名金融机构、高等院校的专家学者为特聘顾问，设立金融专业人大代表联络站，以“蒋寿山故居”作为固定联络站点，开展投资者教育保护活动，打造全国首个专业人大代表密切联系选民群众、服务经济社会发展的投资者教育基地和人大代表履职的新平台。

国20多家投教基地；为了展现丰富的展陈内容，深挖资料，找到了南京和扬州的蒋家后人；为了提升展品质量，跑了10次朝天宫文物市场，4次钱币博物馆，从头开始学习研究；故居1800平方米的修缮布置、展陈设计、功能规划，需要一轮轮的反复打磨。历时600多天的修缮磋商，200多天的装修布展，50余次的研讨会议，在证监局、金融局等省市区各级领导的关心指导下，汇升投资者教育基地正式落地建成。

汇升投资者教育基地以“金融为善·生生不息”为主题，集百年蒋氏展厅、中西方金融史展厅、投教互动与成果展厅、投教直播间、投教培训大厅、研讨会议等功能于一体，传承不同主题，不忘初



☆ 投教培训大厅



☆ 投教会议室

2022年11月16日，汇升投资联合秦淮区人大常委会、秦淮区人民政府共同举办了投资者教育基地和金融专业人大代表联络站的开业仪式，获得了各级政府和监管领导的关心和认可，成为全国首个链接人大代表履职平台的投资者教育基地。

自汇升投教基地开业以来，4个月时间接待前来参观的群众和投资者已超4万人次。

未来：携手共建投教新生态 打造资管行业新标杆

近年来，资本市场顶层改革持续深化，以注册制改革为龙头，带动资本市场关键制度创新，并出台“资管新规”推动资管行业回归本源，加快净值化转型。

目前国内可配置资金规模庞大，随着地产归于平稳，产品刚性兑付打破，市场利率易降难升，居民多资产配置需求提升，财富管理市场加速扩容，资管行业迎来变革发展的机遇期。投资者是资管行业健康发展和赖以生存的基石，这两年国家对金融的顶层定位也在不断强调金融的人民性。2023年新设国家金融监督总局统筹管理投资者教育和保护，可见对于投教工作的重视。没有一个好的生态土壤就没有资管行业长久健康的发展。

王胜华表示，百姓的财富管理犹如在茫茫大海中摸索航行，需要将投资者教育筑为灯塔，为人民财富保驾护航。私募行业聚集了行业顶尖的人才和智慧，更应该站在群众角度做好投教知识的普及，科学合理地配置资产，回归金融的人民性，为行业长久健康的发展营造好的生态和土壤。

站在百年故居的新起点，汇升投资希望携手人大、政府、监管、金融机构等行业向善力量，共同普及金融知识，充分利用投资者教育基地平台的专业资源优势，以专业带动专业，促进投教质量提升，守住金融风险的底线，巩固资管行业的发展土壤，变成资本市场的活水资源，共同构建一个健康、长久的投教生态，探索“金融人民性”的示范创新模式，加快推动资管行业持续健康发展。③

☆ 供图/汇鸿汇升投资者教育基地



☆ 三进中

2023上半年艺博会观瞻

2023年，随着经济逐渐复苏、人们的生活重回正轨，艺术界也迎来了久违的繁荣。上半年，几场重要的艺术博览会接连成功举办，重新引燃艺术市场，并带来一些新变化、新话题。

文—— 小闲



☆ 2023年香港巴塞尔艺术展上，SFG画廊位于“艺廊荟萃”展区的展位现场

2023年香港巴塞尔艺术展：人气“狂飙”标志市场重启

3月21日-25日，2023年香港巴塞尔艺术展在香港会展中心举行。作为2023年中国首场大型艺博会，香港巴塞尔的“狂飙”标志着三年疫情后艺术博览会的正式回归。

五天时间，来自32个不同国家及地区的177家画廊齐聚香港，吸引到8.6万名访客前来参观，并创下不

俗的销售业绩。这不仅是2019年以来最大规模的香港展会，也是香港巴塞尔历史上一个新的里程碑。

展会现场一票难求，香港住宿房价飙升，展厅中的人群摩肩接踵，一些画廊甚至开始“限流”，不得不让急切的观众排队等候、分批进入参观……热烈、繁荣的景象象征着艺术界的真正重启。

然而，尽管火到“出圈”，本届香港巴塞尔还是受到了一些诟病。比如一些知名画廊因为错过注册期限而没能参加，就让不少专门前往的藏家深感遗憾。



☆ 2023年香港巴塞尔艺术展现场

此外，作为亚洲最重要的艺术展会之一，香港巴塞尔一直不乏“买气”。到访者中包括百家国际博物馆的馆长、策展人和赞助人，以及来自70个国家和地区的私人收藏家。因此，不少藏家表示现场的好作品要么已经售罄，要么标价过高，令人颇有入宝山而空回之感。

尽管在展会规模、参展商数量上，香港巴塞尔还没有恢复到疫情前的顶峰，但从人气、“买气”上来看，亚洲的艺术活力已经恢复。尤其值得关注的是，大量年轻藏家的涌入，和年轻艺术家的涌现，正在加速改变艺术界、收藏界的生态与格局。

第八届影像上海艺术博览会：重新定义，探索未来

4月20日-23日，第八届影像上海艺术博览会在上海展览中心

举行。本届影像上海汇聚了国内外50余家参展画廊、机构与出版商，以“核心”“平台”“广角”“出版”“洞见”和“视·屏”六大板块，集中展示摄影、数字艺术及摄影出版物的创造力与多样性。

与往届的“大牌云集”相比，本届影像上海更加凸显年轻活力。据了解，今年影像上海的参展画廊约有35%为成立在8年之内的画廊，当然也有不少首次参展的新生力量。年轻化，一直是近年各大艺博会的关键



☆ 2023年香港巴塞尔艺术展上，Nova Contemporary艺廊位于“艺术探新”展区的展位现场



☆ 第八届影像上海艺术博览会现场



☆ 第八届影像上海艺术博览会参展画廊展位

词，这似乎预示着当今艺术界格局的快速变迁。

此外，此次影像上海正式邀请超写实虚拟人alice担任2023年度推广大使，并共创以“虚实”为主题的概念短片，以探索未来影像艺术的诸多可能性；同时，在人工智能生成图像的热点话题下，本次影像上海也呈现了不少与此相关的作品和讨论。在影像艺术正被重新定义的当下，这一姿态本身即显示出影像艺术强大的包容性与延展性。

此前，影像上海均于每年秋季举办，从本届开始，则将改为在每年春季举行。这一时间上的变动也预示着一个新的开始。

第四届北京城市艺术博览会： 将生活艺术化、艺术生活化

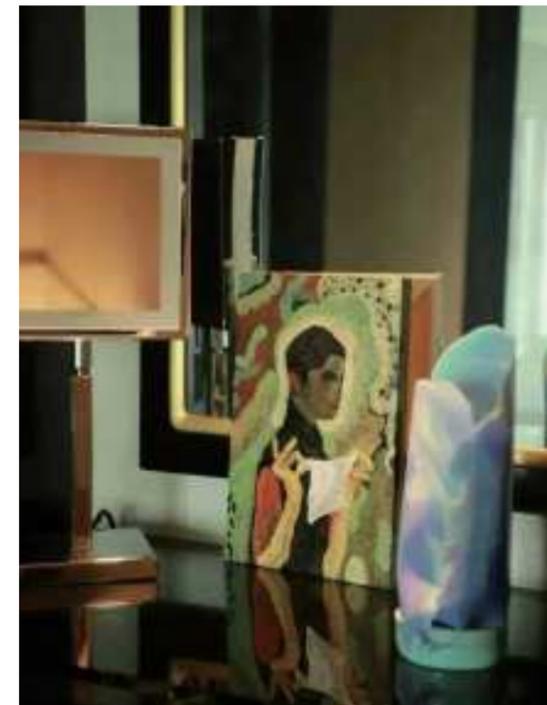
4月13日-16日，第四届北京城市艺术博览会于北京王府半岛酒店举行。作为重要的“酒店型艺术博览会”，北京城市艺博会始终致力于连接起生活与艺术，其本届关键词“将生活·以艺术”，正展现出其对于生活和艺术之间关系的理解与解读。

本届北京城市艺博会，汇集了涵盖当代艺术、经

典艺术、收藏级设计、潮流艺术、珠宝配饰等在内的近30家艺术机构，以酒店客房为单元，在生活场景中展示艺术的魅力与追求。

此次王府半岛酒店共拿出24个完整空间用于北京城市艺博会的展品展示。参展作品既有纯艺术，也有艺术风格凸显的家居装饰品；既有源于中国传统文化的当代诠释，也有来自西方艺术家的精品佳作。在这里，艺术不再被束之高阁，而是与我们的生活空间融为一体，与我们的生活息息相关。

为期四天的北京城市艺博会，共展现上千件艺术作品，累计吸引到观众5200余人次。将生活艺术化、艺术生活化，这或许正是艺术在这个时代的本真。



☆ 第四届北京城市艺术博览会现场作品



☆ 第四届北京城市艺术博览会现场作品



☆ 第四届北京城市艺术博览会现场作品



☆ 2023北京当代·艺术博览会参展画廊展位内

2023北京当代·艺术博览会： 重聚之后，新面孔层出不穷

4月28日-5月1日，2023北京当代·艺术博览会于全国农业展览馆举行。作为2023年中国内地举办的首场大型艺博会，北京当代以“重聚”为主题，向疫情后重启的艺术界发出一个响亮的口号。

重聚，意味着重拾信心、重新开始。尽管在过去的三年里，艺术界遭遇了前所未有的重创，但艺术的价值并未因此削减，人们对于艺术的热爱并未因此遗忘。

本次北京当代共有154家艺术机构参展，展览面积达18000平方米，是迄今为止规模最大的一届。从数字艺术到当代水墨、从经典形制到潮流符号、从资深画廊到新兴机构、从艺博会现场到全城举行的同期相关活动，本届北京当代为观众献上一场艺术类型、行业生态最全面、丰富的艺博会。

本次北京当代呈现出非常明显的本土化、年轻化趋势。在展



☆ 2023北京当代·艺术博览会现场

览的“价值”和“未来”两个单元中，97家参展画廊中的48家均为首次参加北京当代。新面孔层出不穷，其中不乏来自乌鲁木齐、苏州、广州、深圳、合肥等地的新画廊。同时，在各画廊的参展作品选择上，大家也不约而同几乎一边倒地本土的年轻画家倾斜。中国80后、90后的艺术家作品成为展场主角，展现出年轻一代本土画家的全新风貌。

据了解，参展的年轻画家作品价位主要集中在数万元至20万元上下，新姿态、低门槛、高潜力，让这些年轻面孔迅速获得市场的认可。这一市场表现也显示出如今的买家正逐渐趋于理性，避开炒作热门，选择未来的“潜力股”，让作品价格回归价值。

第27届广州国际艺术博览会： “交易”是重点，“共赢”是主流

5月1日-4日，第27届广州国际艺术博览会（交易展）于广州南丰国际会展中心举行。四天展期内共接待观展人次超8万，各类艺术品交易额累计2.5亿元。

本届广州艺博会以“拥抱 HUG”为主题，在疫情

情隔离之后，重新唤回人们彼此之间的信任与关爱。

作为2023广州文交会的子活动，“交易”始终是广州艺博会关心的重点。早在3月9日广州文交会开幕时，即先后成功举办了“2023年文交会之广州艺博会迎春展及拍卖活动”等四场艺术活动；展览同期，还开展了“签约仪式”与“VIP艺术晚宴”等系列活动，将艺术家、企业家、收藏家等汇聚一堂，共同探讨艺术和商业共通发展的诸多可能。广州艺博会推出的“艺术家-企业家”合作新模式，合作项目涵盖长期采购、空间布置、衍生品开发、企业家私人收藏、艺术资产配置等内容，实现艺博会、企业家、艺术家的三方共赢。

在很多艺博会都面临着“叫好不叫座”等困窘的情况下，广州艺博会的“玩法”或许可以给艺术界、收藏界、企业界带来启发。

据悉，第28届广州艺博会已定档12月1日-4日，以“连接”为主题，通过艺术作品连接起中国与世界、自然与人文。

2023年已经过半，在未来的几个月中，还有数个重量级的艺术博览会即将重装归来。2023注定将成为标志性的一年、转折性的一年，未来充满更多可能性的艺术市场，正在徐徐展开。📍



☆ 2023北京当代·艺术博览会现场

全面开花：各地双年展快速重启

双年展在西方已有百余年的历史，在现代艺术发展史上发挥了巨大作用。中国本土的双年展虽然启动较晚，但发展很快。尤其在近年“文旅热”的大背景下，双年展的“城市名片”功能逐渐被凸显，各地的双年展、三年展逐渐呈现出“全面开花”之势。

从2022年底至2023年上半年，快速复苏的艺术界争相重启各种大型活动，其中最重要的当属双年展。

因为与文旅挂钩、与城市结合，各地的双年展不再执着于作品的先锋性、国际性，而是从城市内部寻找在地特色，以更加丰富的展示语言，吸引艺术圈之外的观众入场。

文——重羊

2022武汉双年展： 用艺术与世界对话

2022年12月28日至2023年5月31日，“艺以通衢——2022武汉双年展”在武汉举行。长达五个月的超长展期里，武汉美术馆（汉口馆、琴台馆）、合美术馆三馆共迎来观众80万人次。285位中外艺术家及团队的446件（组）艺术作品，将这座地理上的“九省通衢”扩展为精神上的通衢之地。武汉用艺术这一国际通用语言，构筑起与世界对话的新平台。

武汉在中国当代艺术发展史上有着非同寻常的地位，湖北美术学院曾涌现出许多重要的当代艺术家，但武汉本身的“艺术味儿”却并不浓厚。因此，2022武汉双年展的成功举办就更加具有了非凡的意义。尽管尚属首届，但其规模、级别、水准、声量却丝毫不逊于兄弟城市的老牌的双年展。

“文化样态”、“城市形态”、“创新动态”、“绿色生态”、“开放姿态”，五大展览板块全方位展现武汉这座的文化生态。“艺以通衢”——武汉做到了。



☆ 2022武汉双年展现场



☆ 2022武汉双年展现场



☆ 2022首届北京艺术双年展现场

首届北京艺术双年展： 北京特色与国际视野

因疫情一再延期的首届北京艺术双年展在国家对外文化贸易基地（北京）开幕。展览以“共生”为主题，呈现了来自20个国家和地区的240位艺术家的390余件作品。

所谓“共生”，既是传统中国哲学的“和而不同”，也是当代艺术理念的“百花齐放”，更是构建人类命运共同体必须遵循的准则。北京向来以其包容的气质迎纳八方来客，北京艺术双年展便是这种大智慧在艺术领域的阐释和表达。

此次北京艺术双年展设置了三大会场，通过不同的形式、主题、风格，展现出既有北京特色又有国际视野的多元共生的艺术景象。其中，已经快60岁的北京友谊商店，作为两个分会场之一，用一张张老照片带观众重回那些难忘的岁月；而在“可见的浪漫：与北京有关的记忆与想象”展览现场，当新中国成立以来的几代北京艺术家与这座城市有关的创作一一从眼前掠过，不断变迁的北京城就这样以另一种浪漫的形式展现在人们的记忆中。



☆ 2022首届北京艺术双年展现场



2022济南国际双年展现场

济南国际双年展：用科技“出圈”

2023年1月7日至4月2日，“2022济南国际双年展”在山东美术馆、济南市美术馆开展，来自全球22个国家和地区的221名艺术家的272件当代艺术精品，将济南的艺术氛围推向高潮。

在经历了全球疫情之后，“和谐共生”已经成为极重要的价值取向，从近半年来纷纷开启的双年展不约而同将“共生”作为主题便可见一斑。此次济南国际双年展，便以“共生世界”为主题，探索“当代与传统”、“人与自然”、“地域与世界”、“现实与虚拟”、“科技与艺术”、“异彩与同源”如何共生发展。这六大板块几乎覆盖了当前人类社会所共同面对和亟待解决的重要命题。

尽管是首次举办双年展，但济南也是在策展方面下足了功夫。本次济南国际双年展，尤其突出科技与艺术的结合。大量使用虚拟仿真、AR、VR、人机交互、3D打印、影像互动等科技应用的作品，实现了作品的



☆ 2022济南国际双年展现场

多元形态表达，使观众在观赏过程中体验到沉浸式的震撼与快感，并由此带动大家自发“发圈”。由此，一些互动性、参与性强的作品，迅速在各大社交媒体平台走红，继而引发新一轮的“打卡”和“发圈”热情。

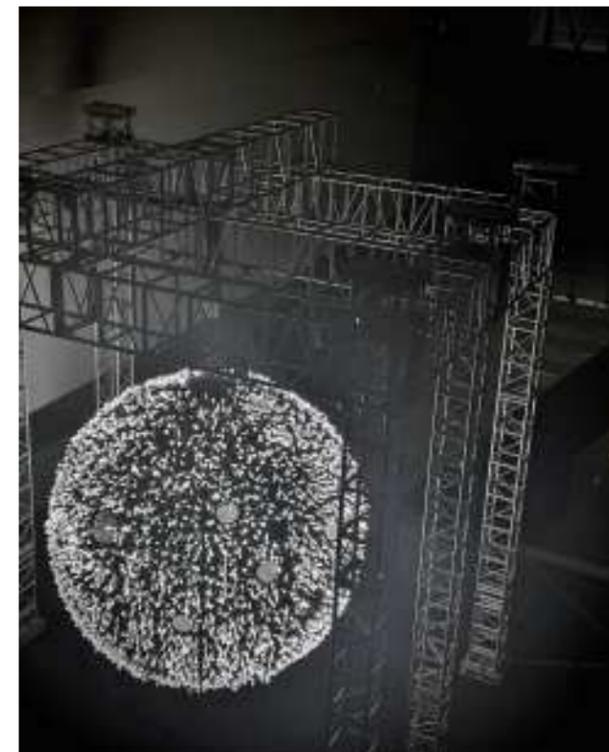
最终，这个山东首个由政府主办的美术类国际双年展品牌，既获得了口碑，也获得了流量，在85天展期里，共吸引到线下观众超过60余万人次，达到山东美术界“现象级”的热度。

第三届中国新疆国际艺术双年展： 传承丝路精神、讲好中国故事

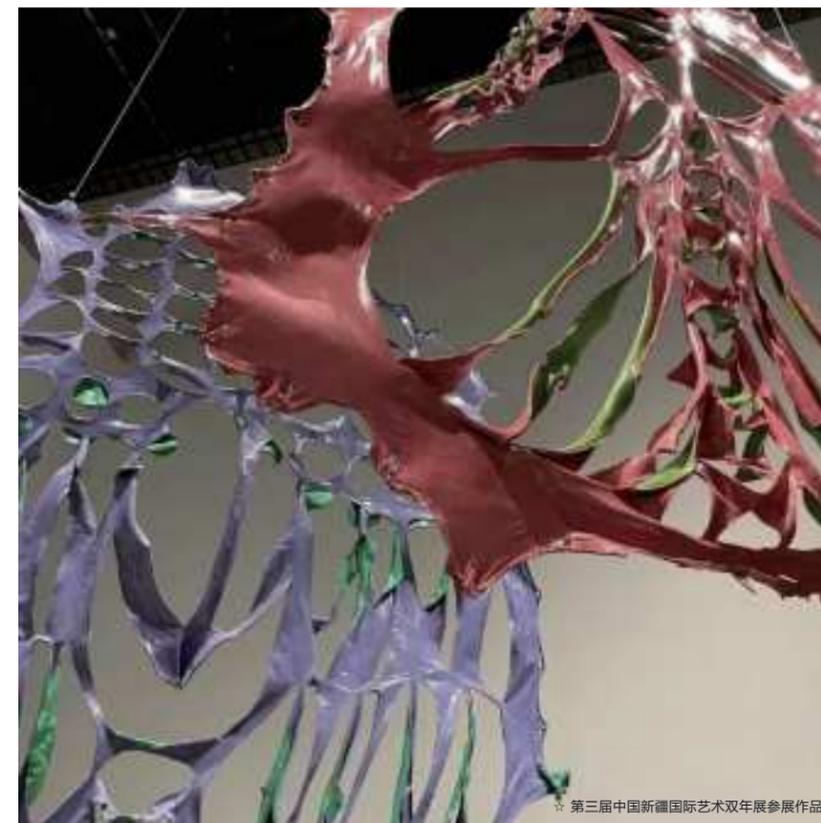
2023年1月10日，“第三届中国新疆国际艺术双年展”在新疆美术馆开幕，来自11个国家和地区的143位中外艺术家的260件当代艺术作品汇聚一堂，以绘画、雕塑、影像、装置等多种艺术形式，共同诠释与展现“和美共生”这一主题。

中国新疆国际艺术双年展的历史不长，但在国内众多双年展中却有着别样重要的地位和意义——由文化和旅游部、新疆维吾尔自治区人民政府主办，是传承丝路精神、讲好中国故事的重要平台。

立足西部，与世界对话，中国新疆国际艺术双年展承载着增进中华文化国际影响力的使命。尤其值得关注的是，因为处于丝绸之路经济带核心区，中国新疆国际艺术双年展发挥地缘优势，特别关注地处亚欧大陆十字路口的各国艺术家的独特语言。来自哈萨克斯坦、蒙古国、巴基斯坦、伊朗等中亚各国的艺术家，带来他们深具独特风貌与民族风情的艺术作品，全景式展现丝绸之路沿线的艺术风格与特色。



☆ 第三届中国新疆国际艺术双年展参展作品



☆ 第三届中国新疆国际艺术双年展参展作品

第七届广州三年展： 回顾、总结与内省

2023年2月9日，“化作通变：第七届广州三年展”于广东美术馆拉开帷幕。本届广州三年展早在春节前半个月就已经向公众开放预约，截至开幕，每日2500个预约名额几乎约满。现场人头攒动、一票难求，用无比的热情迎接这场睽违已久的艺术盛事。

上一届广州三年展的举办还是在2018年，由于疫情，新一届的到来已经是近五年之后。因此，此番“广三回归”也具有了非凡的意义和莫大的吸引力。

广州三年展是我国最早的“双/三年展”之一，从2002年创立以来，始终保持严谨而独立的学术立场、全球化与在地性的学术思辨。本届广州三年展聚焦于“变”这一主题，以过去20年的时代变迁为线索，以对疫情的反思为节点，展现出浓厚的回顾、总结和内省意味。

与往届相比，此次的广州三年展或许看上去不那么前卫，却



☆ 第七届广州三年展现场



☆ 第七届广州三年展现场

是在巨变之后重新定义属于这个时代的艺术和精神。

身处百年未有之大变局，艺术界同样要面对源自“内循环”的整合、取舍。在新的社会语境下，艺术家是否已经敏锐地捕捉到时代变化的轮

廓，并能够“化作通变”，在本土经验中找到新的关照与突破？广州三年展的学术性、深度性不应该成为欣赏的壁垒，而应该成为内化与外扩的基底，成为中国当代艺术审美与内涵转折的推动力。



☆ 2023第六届金鸡湖双年展现场

2023第六届金鸡湖双年展： 打造老百姓爱玩的艺术节

2023年4月15日，2023第六届苏州·金鸡湖双年展在苏州工业园区开幕。本届金鸡湖双年展本应于去年举行，因疫情延期后，在今年带来了更大规模、更加国际化的双年展。

此次金鸡湖双年展以“生动江南 立体苏州”为主题，设有三大主题展、一场学术论坛和二十场平行展，共吸引到来自中国、英国、法国、比利时、希腊、西班牙、葡萄牙、爱尔兰、德国、捷克、以色列、委内瑞拉、喀麦隆、意大利、美国、荷兰、日本17个国家的100余位艺术家参与，整体展出作品2000余件，其中90%都是首次在国内展出。

本届金鸡湖双年展展期长达近两个半月，横跨“五一”小长假黄金周，且活动丰富、老少咸宜，不仅吸引到许多艺术爱好者前来观展，还直接“火出圈”，



☆ 2023第六届金鸡湖双年展现场

成为苏州一场标杆性的文化事件。

“双年展之旅”游赏路线、“艺术无边界”跨界联名、“视听双年展”大咖导览……艺术不再是小众的游戏，而成为大众的狂欢。300余场形式各异、丰富多彩的美育活动，涵盖电影、脱口秀、戏剧、集市、音乐、诗歌、园林等多种时尚潮流元素，金鸡湖双年展真正创造了一场属于百姓的艺术盛会。

中国的双年展正逐渐演变为一场场艺术的“狂欢”，成为各大城市促进文化消费的重要抓手。一方面，双年展的不断“扩容”，使民众对于艺术的关注度、接受度、喜爱度越来越高，这当然会给艺术界带来莫大的鼓励以及商业上的利益；但另一方面，如何在“雅俗共赏”、“接地气”与先锋性、学术性之间寻求平衡，也将成为诸多业内人士必须面对和思考、解决的问题。📍



☆ 东方瑞丽·珠宝翡翠专场《十一颗玻璃种阳绿蛋面裸石》成交价：2875万元

内地春季2022年秋拍盘点与回顾

2023年2月底，北京保利、北京荣宝拍卖行年度首场大拍瞩目落槌，“首战告捷”后，内地其他拍卖行也相继举槌。2020年至2022年受疫情的影响，中国内地艺术市场经历了相当长一段时间的低迷状态，西泠拍卖、中鸿信拍卖、浙江南北拍卖等大部分内地拍卖行都将2022年秋季拍卖延迟至2023年春季。面对重新开放，艺术市场迎来了后疫情时代，2023年中国内地春季拍卖蓄势待发，成为藏家最受瞩目的一季拍卖。今年的艺术市场是否能够有所“回暖”，成为新的拐点？在已经结束的代表性春季拍卖中，我们可以发现一些热点现象和变化。

根据雅昌艺术研究院（ARAA）发布的《中国艺术品拍卖市场调查报告（2022下）》显示，2023年第二季度艺术市场信心指数为56点，同比上升75%，2023年上半年艺术市场参与者的信心较去年同期显著提升。由此可见，人们都对2023年艺术市场的“回暖”充满希望。

文—— 莫佳琳

西泠拍卖：专注学术素养带来艺术市场暖暖春意

2023年3月中旬，西泠拍卖于去年未能如期举行的秋季拍卖圆满落幕，以总成交额8.4亿元、总成交率83%的战绩辉煌收官，让人感受到了身处南方艺术市场的暖暖春意。本季度拍卖共举办了27个专场，3个拍卖厅同步竞价。其中有三件斩获1000万元以上级别。分别是“东方瑞丽·珠宝翡翠专场”中拍得《十一颗玻璃种阳绿蛋面裸石》以2875万元高价落槌；“西泠印社部分社员作品专场”中黄宾虹《万峰烟树图》以1046.5万元高价顺利成交；朱德群1992年作《被控的物质》以1288万元高价易手。

中国书画部分以总成交额3.4亿元战绩圆满落幕，成为创收能力最强的板块，展现了从古代书画大师到近现代名家荟萃的场景。其中“中国书画古代作品暨明清信札手迹专场”表现最为优异，共上拍371件拍品，以1.64亿元总成交额、88.1%总成交率的成绩落槌。在古代书画板块中，有出版、著录并流传有序精品仍然是拍场热点。例如，文征明八十六岁书《醉翁亭记》以690万元顺利落槌，成为专场榜首，这件作品仅2.05平尺，达到了每平方尺336.7万元的高价，并远超估价71.43%。此外，沈周晚年的罕见绫本作《松阴高士图》仅5.65平尺也以575万元高价易手，远超最高估价。在近现代书画中，推出“西泠印社部分社员作品专场”成为藏家关注焦点，斩获总成交额7164.5万元、总成交率高达94%的战绩。并斩获本轮拍卖第一件千万元级别拍品，其重磅拍品黄宾虹《万峰烟树图》经过买家多轮角逐后以



☆ 黄宾虹《万峰烟树图》设色纸本 镜片 144.5×80.5cm 成交价：1046.5万

1046.5万元问鼎本场拍卖成交价榜首，傅抱石金刚坡时期巨作《深山访友图》，以908.5万元高价成功易主，位居第二高价。

此外，有文人唱和题咏的精品之作也成为藏家一致追捧的对象。例如，箫一芸的《山水题咏册》由上款人张茂枝邀请了尤侗、姜宸



☆ 清嘉庆 斗彩缠枝宝相花蝠纹罐 成交价：293.25万元

英、李宗孔等十多位文人墨客对题，成为了名士间以翰墨寄怀的最好例证，该作品经过买家多轮角逐后以成交价517.5万元的高价落槌，创下了个人最高成交价记录。

伴随疫情后的开放，出行不再受到限制，藏家能够亲临现场，使得对于瓷器、古董珍玩的竞投积极性有所回升。尤其是清代御制精品瓷器仍然是各大藏家都看好的“尖货”。西泠拍卖推出的“江南心境·文房瓷器专场”中TOP20拍品全部来自清三代御制瓷器，并斩获1912万元成交额、97.06%成交率的战绩；“中国历代瓷器专场”中也有9件来自清代御制瓷器，并荣获3508万元成交价。其中，《清嘉庆·斗彩缠枝宝相花蝠纹罐》以293.25万元高价冠绝全场。可见藏家对于此类瓷器的推崇和青睐。

此外，西泠拍卖推出的“现当代油画专场”也成为本轮拍卖亮点，共上拍112件拍品，最终以高达91.96%的成交率成交，斩获7088万元。其中，朱德群1992年作《被控的物质》在“现当代油画专场”中经过买家激烈竞投，以1288万元的高价夺魁。

中鸿信拍卖：艺苑掇英 中国书画市场强势回归

中鸿信拍卖行于3月底举办的2023年春季拍卖也表现不俗，以3.8亿元总成交额圆满收官，共推出18个专场，2000余件拍品，总成交率高达83.39%。

在总成交额3.8亿元中，中国书画就占据了半壁江山。中国书画一直处于国内艺术市场“三驾马车”中的领头羊地位，作为内地艺术市场的经济基石，该板块一直是“群星璀璨”。其中，中鸿信拍卖推出的“世家元气——中国近现代重要书画专场”中，以9698万元总成交额、100%成交率荣获白手套佳绩，本场共上拍39件拍品，



☆ 朱德群《被控的物质》成交价：1288万元



☆ 李可染《峡江万里图》设色纸本 镜心 98×67.5cm 成交价：4439万元 中鸿信拍卖

其“明星拍品”李可染的《峡江万里图》以4439万元成交，冠绝全场，李可染作为近现代中国画的领军人物，此次战绩可谓是给内地春拍迎来了“回暖”，为2023年艺术市场的重燃带来了希望。齐白石的《为胡佩衡作闲居图》也以1437.5万元高价易主，位居本轮第二高价。冷军《蒙娜丽莎的微笑》——关于微笑得设计斩获989万元高价，位列第三高价。此外，除了重量级人物，在十万元至百万元价格区



☆ 齐白石《为胡佩衡作闲居图》设色纸本 立轴 132.5×62cm 成交价：1437.5万元 中鸿信拍卖

间的作品则是中等藏家收藏的热点对象。启功、溥儒、关良、王雪涛、董寿平等亦极具特色，精彩纷呈。

“世家元气——陈半丁、陈佩秋、谢稚柳、吴昌硕家属审定专场”以2436.31万元成交额、100%成交率圆满落槌。该专场名家齐聚，推出人物皆是艺苑大家，在中国近现代艺术史中都占有举足轻重的地位。其重磅拍品陈佩秋《水佩风裳》经过买家多轮角逐最终以



☆ 沈周《剑阁图卷》成交价：603.75万元 中鸿信拍卖

695.75万元成交价拔得头筹;谢稚柳《山茶花小鸟》以230万元高价落槌,位列本场成交第二高价;吴昌硕《芝石苍松图》斩获186.3万元高价,位列第三。

“饕餮——中国古代重要书画专场”是中鸿信拍卖一直推出的品牌专场,备受藏家关注。最终以5968.5万元成交额、100%成交率荣获佳绩。本场冠军拍品是明四家之一沈周《剑阁图卷》经过买家数十分钟激烈竞投后以603.75万元高价瞩目落槌;紧随其后的是恽寿平的《花果秋艳册》以及石涛的《风雨幽篁图》分别以592.55万元

和506万元成交价位列左右。

“饕餮——重要海外回流器物专场”以总成交额2690.65万元总成交额、高达96%成交率收官。本场共呈现出精品器物75件,意义非凡,为藏家和观众带来了一场视觉盛宴。其中,《清雍正·寿山螭龙章》以638.25万元高价拔得本场头筹。其次,《元·青花拔白模印凸花牡丹凤凰穿花纹花口大盘》以264.5万元高价落槌;最后,《明·紫檀嵌百宝随形树瘤笔筒》以207万元高价顺利易主,位列第三。

浙江南北拍卖： 异彩纷呈 稳创高成交率

浙江南北作为南方拍卖市场的代表,也表现不俗,延期举办的2022年秋季拍卖于2023年3月15日举办,共上拍231件拍品,最终成交220件,以8650.6万元总成交额、高达95.2%总成交率圆满落幕,重燃市场。本季拍卖有高达76.2%的拍品高于估价成交,18.6%在估价以内顺利易主,可见其南方市场行情状况已经向好。其中,近现代书画板块上拍量较多,更不乏高价拍品,表现也尤为突出。傅抱石、潘天寿、张大千、黄宾虹、黄胄等名家翰墨依然是藏家追捧的热门对象,拍场中涌现出不少百万级别作品。傅抱石作为内地近现代书画市场的领头羊地位,1947年所作《望庐山瀑布》以989万元问鼎本轮拍卖。潘天寿1961年所作《水天无际艳红霞》以546.25万元位居第二高价。黄宾虹《为陈邦福作湖舍初晴》以408.25万元位列第三。可见中国书画板块中,大名头作品仍然是最受买家推崇的“明星拍品”,创收能力最强。此外,根据雅昌艺术网发布的“国画400成分指数”来看,2023年上半年较2022年指数同比上升52%,可见中国书画拍卖市场整体趋势和价格变化都有较为明显的上升。

此外,本轮拍卖中有多位艺术家都远超最高估价,刷新个人最高拍卖纪录,例如,余绍宋1935年所作《江山胜览图卷》以34.5万元刷新个人第三拍卖高价,远超估价200%;方观承《行书谒孝女祠诗》也以20.7万元刷新个人第三拍卖高价;曾宓、程十发、沙孟海、何绍基等艺术家作品也都远超估价悉数成交。



☆ 傅抱石《望庐山瀑布》成交价：989万元 浙江南北拍卖

春意盎然：2023年香港春拍首战告捷

文——靳泰乐



☆ 张大千《花开十丈影参差》1973 泼墨泼彩金箋 170×176cm 成交价：2.52亿港元 香港苏富比

中国书画回春回暖 古董珍玩稳中向好

4月1日-8日，适逢苏富比亚洲50周年，苏富比香港拍卖率先交出强劲佳绩。本轮中国艺术拍卖总成交额高达16.4亿港元，为9年来新高；中国艺术品拍卖系列总成交额冲破10亿港元，为9年来之冠；中国近现代书画拍卖带来5.24亿港元总成交额，为苏富比6年来最高。

作为本轮苏富比春拍中国艺术板块的头号功臣，

张大千作品《花开十丈影参差》创作于1973年，为张大千晚年时期的代表作，展现了其在泼墨泼彩技法上登峰造极的造诣。并且，该作是张大千唯一一幅在金屏风中绘制泼彩荷花的作品，其上金色的背景与彩色的荷花形成了强烈的对比与视觉冲击，可谓贯通中西，融汇古今。据悉，该作乃陆菊森家族珍藏，此次首登拍场，并未公开给出估价，而是接受有意向者的咨询。最终以2.52亿港元的高价成交，荣膺本季最高成交价拍品，一举成为张大千的第三高价作品。至此，张大千拍卖纪录的前三尽出自苏富比的落槌之下。除此之外，收录于《石渠宝笈》中的董邦达《千竿竹雨图》以3917万港

元领衔苏富比香港中国古代书画拍卖。

早在预热阶段就被苏富比宣称“有史以来最瞩目可期的中国艺术品拍卖”的古董拍卖，于本轮中贡献了两件亿元珍华。其中最为瞩目的是由著名收藏家张永珍博士珍藏，曾于2006年香港佳士得以1.51亿港元成交，创造了当时中国瓷器拍卖世界纪录的清乾隆《御制珐琅彩杏林春燕图碗》。时隔17年，该作以1.98亿港元再次成交，由一名中国藏家购下。《御制珐琅彩杏林春燕图碗》的白瓷胎是景德镇御窑厂特制而成，而珐琅彩绘则由故宫西侧专为乾隆烧制少量自用精品瓷器“御窑”里烧制而成，可谓传世极少，宫廷秘藏。

另一件苏富比重磅推出的明永乐《御制青花五爪云龙纹执壶》，堪称永乐青花瓷器中的绝顶孤品。其壶身妙画五爪云龙，龙目圆瞪，短发扬起，恍如天神降临，展腿张爪之姿，又似再欲驾云腾飞，英姿矫健，意气风发。青花呈色浓艳，纹饰精美，釉质莹润。据悉，此壶乃一代船王兼地产大亨赵从衍旧藏，曾在1987年苏富比香港举办赵从衍珍藏专场拍卖会中以572万港元成交。绝迹市场近40年后，终于在本轮春拍重见天日，以1.07亿港元成交，成为拍场上第三高价的明代永乐瓷器及最高价之执壶。

中国嘉德香港于本轮春拍中共拍出349件书画佳作，录得1.54亿港元的成交总额，成交率达85%，其中3件拍品超千万港元成交。据中国嘉德香港董事及中国书画部总负责人郭彤表示，本轮成交情况贴近市场真实状态，实现预期，开启了三年疫情之后全情投入的新模式。在“观想——中国书画四海集珍”专场中，清宫旧藏《石渠宝笈》著录赵孟頫《〈乐志论〉书画合璧卷》不负众望，以4293万港元成交，领衔全场。顾名思义，该作取材于东汉文学家仲长统的散文《乐志论》。同时，嘉德香港的家具板块亦推出“翠垄闲云——闲云山庄藏明式家具”白手套专场，19件拍品斩获9903.6万港元，花落各家，不负众望。其中最为耀眼的，是于1998年纽约佳士得拍卖后25年重现拍场的《黄花梨六足折叠榻》，以3360万港元成交，超过低估价的425%。

再观保利香港春拍，不仅中国书画专场圆满收槌，



☆ 清乾隆《御制珐琅彩杏林春燕图碗》乾隆年制 蓝料款 11.3公分 成交价：1.98亿港元 香港苏富比



☆ 明永乐《御制青花五爪云龙纹执壶》赵从衍旧藏 22.5公分 成交价：1.07亿港元 香港苏富比

中国古董珍玩板块的两大专场成交总额约为4546万港元。在“中国古董珍玩”专场中，清嘉庆《御制青花金红彩龙纹懋勤殿玺印盒》以744万港元一槌定音，拔得头筹。印盒盖面正中金彩方框内署“懋勤殿”三字，盖面及器壁以淡描青花祥云纹为地，两条金彩三爪行龙飞腾于云海的画面现于其上，是嘉庆御窑早期的精美作品。此外，在“璀璨珠宝及名贵钟表专场”中，一只“翠蕴琛宝·灵瑞玉环”的天然帝王绿翡翠手镯以6000万港元成交，创下拍卖史上最高成交价的天然翡翠手镯纪录。



☆ 清嘉庆《御制青花金红彩龙纹“懋勤殿”玺印盒》22.9cm 成交价：744万港元 保利香港



☆ “翠蕴琛宝 灵瑞玉环”天然帝王绿翡翠手镯 73.48×52.72×10.51mm 成交价：6000万港元 保利香港



☆ 赵孟頫《乐志论》书画合璧卷 手卷 全卷：约30×541.8cm 成交价：4293万港元 中国嘉德香港



☆ 巴勃罗·毕加索《坐椅女子》1948油画 画布 92×73cm 成交价：9308.65万港元 香港苏富比

日本当代强势挺进 青年新秀再创新高

在拍卖板块的“三驾马车”之中，首轮的现当代艺术依然稳坐“第一把交椅”，可见其在香港乃至整个中国艺术市场举足轻重的位置。据统计，苏、富、嘉、保四家拍行于本轮该板块共上拍710件拍品，总成交率达87%，总成交额逾23.4亿港元，整体稳健收官。

其中，苏富比香港四个专场278件拍品的成交总额近13.49亿港元，占据了总成交额的半壁江山；富艺斯香港两个专场222件拍卖录得近4.73亿港元，总成率高达91%，为四家之中最高；中国嘉德香港与保利香港均圆满落幕，成交总额逾1亿港元。

回顾该板块四家拍行成交价前五名的作品：奈良美智的《乳白色湖中》，成交价1.006亿港元；巴勃罗·毕加索的《坐椅女子》，成

成交价9308.65万港元；奈良美智的《寻找宝藏》，成交价8385万港元；草间弥生的《南瓜（L）》，成交价6263.8万港元；草间弥生的《南瓜》，成交价5516.95万港元。现代经典艺术表现稳健，除毕加索外，胡安·米罗的《无题》以5057万港元成交，刷新了艺术家亚洲拍卖纪录。就当代艺术而言，前五名中有四幅都出自日本当代艺术家之手，且就艺术家作品上拍、成交量而言，前三仍然是日本当代艺术“三剑客”。

作为现当代艺术板块成交之首，奈良美智《乳白色湖中》（2012）经过多轮激烈竞价，最终以8500万港元落槌于苏富比香港“五十周年现代艺术晚间拍卖”。据了解，该作为奈良美智创作成熟时期的精彩典范，尺幅宏大且视觉效果强烈，为首度亮相。画面中，一头橙发、身穿绿色连衣裙的小女孩，背着双手静静地站在奶白色湖水中央，双脚被湖水盖过，



☆ 奈良美智《乳白色湖中》2012 亚克力 画布 197×194cm 成交价：1.006亿港元 香港苏富比



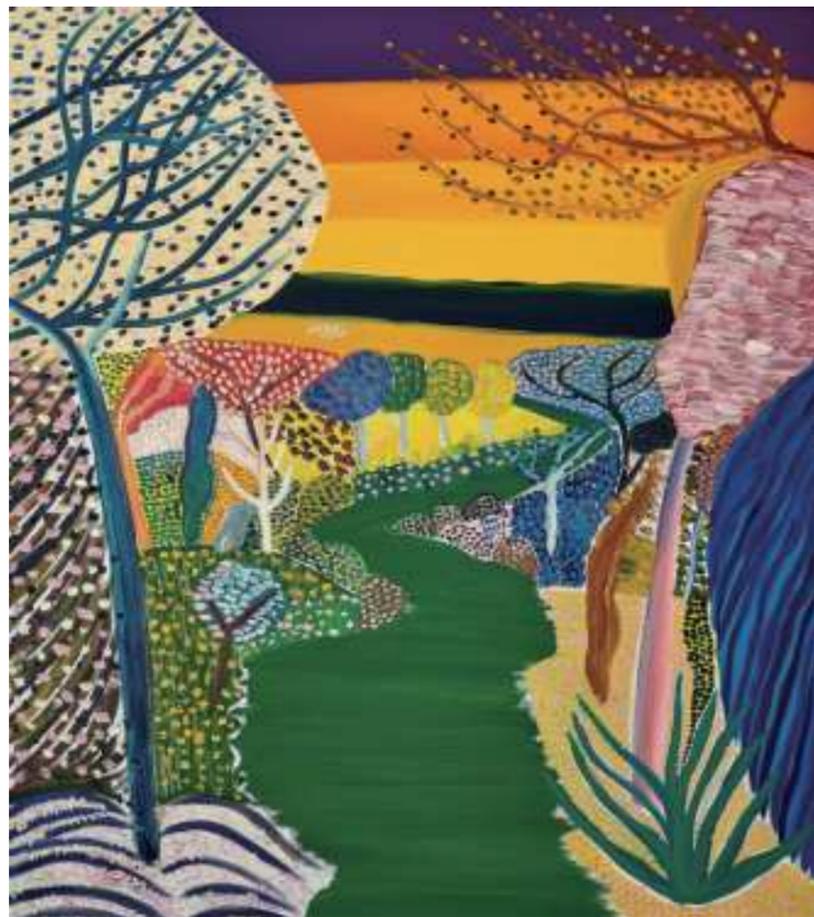
☆ 草间弥生《南瓜(L)》2014青铜 241×235×235cm
成交价：6263.8万港元 香港苏富比

可爱纯真的脸庞似乎带着一丝许叛逆。同样为大眼女孩题材、奈良美智创作于1995年的《寻找宝藏》是富艺斯香港“二十世纪及当代艺术晚间拍卖”的最高成交价作品。该作曾于佳士得香港2011年秋季当代晚拍中以422万港元的价格成交，经过12年时间，作品市值翻了近20倍，可见其作品的市场价值与热度在逐年且持续递增。此外，作为主角的黄裙女孩，近年来成为了奈良美智高价作品的象征。

草间弥生的《南瓜(L)》(2014)以4000万港元起拍，5200万港元落槌，加佣金6263.8万港元的价格成交于苏富比香港当代晚拍，刷新了艺术家拍卖的第三高价。该作以青铜材质呈现，属同材质雕塑系列作品中体积最大的一个，亦是历来拍场中首现的巨型南瓜铜雕。其绘画作品《南瓜》作为富艺斯香港晚拍中的第二成交高价，来自美国爱

荷华州Clarinda Carnegie艺术博物馆的重要收藏。此外，同属于日本当代“三剑客”的村上隆的雕塑作品《花之亲子》也在同场中以1400.2万港元成交。雕塑通体覆以金箔，其标志性的花朵图案被塑造成亲子形象，手牵着手共同矗立。

从泛亚洲再至国际视角，80后、90后青年艺术家亦博得市场的高度关注与持续追随。从本轮青年当代艺术家的战况来看，前五名分别是：华裔加拿大艺术家王俊杰(上拍量3次)，成交额7101.13万港元；美国艺术家洛伊·霍洛韦尔(上拍量4次)，成交额2098.81万港元；中国艺术家郝亮(上拍量1次)，成交额1897.45万港元；日本艺术家六角彩子(上拍量29次)，成交额1395.41万港元；美国艺术家露西·布尔(上拍量4次)，成交额879.83万港元。其中，前三位艺术家分别于苏富比香港刷新了个人最高纪录：王俊杰《黄昏的河流》以5229.7万港元成交；郝亮《神学与进化论》以2465万港元成交；洛伊·霍洛韦尔《站立于红色》以1799.5万港元成交。至此，屡创新高的青年艺术家正在不断拓宽当代艺术市场的国际前景。📍



☆ 王俊杰《黄昏的河流》2018 油画 画布 203.2×177.8cm 成交价：5229.7万港元 香港苏富比

2023年海外 亚洲艺术周春季拍卖会管窥

每逢春季，都是海外拍卖行于亚洲艺术周异彩纷呈的重要时刻。本季苏富比、佳士得、邦翰斯等国际拍行于纽约、伦敦等地的亚洲艺术周成绩斐然，买气炽热，特别是本次蓝理捷艺廊(J.J. Lally & Co.)就中国艺术拍卖的持续发力，使得中国艺术珍品的战况格外亮眼。同比往年情况，本季专场与上拍数量虽有减少，但成交量、成交总额却更加稳定且有小幅度增长，可见海外拍行对于亚洲艺术，特别是中国艺术珍品的减量保质战略有了显著成效，但该品类的国际交易中心仍然是中国内地及香港地区。此外，亚太区卖家在本季各大拍行中购买力尤为强劲，在不同专场的最高成交价拍品中，有超过八成皆为亚洲藏家竞得，购买力甚至是超越了疫情以前，足证当下亚洲艺术品于国际市场的蓬勃朝气。

文—— 鸣福

纽约邦翰斯： 高古玉琮现身拍场 黄花梨官帽椅领衔全场

3月20日，纽约邦翰斯本季亚洲艺术周率先举槌，共举办6场拍卖会，呈献一系列单一藏家重要珍藏及跨越百年历史之艺术臻品。其中“月照卿云：蓝理捷艺廊中国艺术珍华”“林下幽居：玛丽及采尼·考尔斯伉俪中国古典家具珍藏”及“中国书画与工艺精品”三个专场，284件中国艺术珍品成交，录得1414.48万美元。在由古董界大腕蓝理捷艺廊拉开帷幕的白手套专场中，欣呈的68件佳作囊括古代玉器、银器、铜器、陶瓷等各大范畴，焦点拍品横跨新石器时代至满清皇朝，见证了艺廊经营数十载之光辉岁月。其中，一件新石器时期的《良渚文化玉琮》以超过最低估价的50倍，150.04万美元的成交价惊艳领衔全场。在随后自美国西雅图之玛丽及采尼·考尔斯伉俪(Mary and Cheney Cowles)的藏家专场所释出的20件中国古典家具中，一把明代的《黄花梨攒靠背万年太平纹四出头官帽椅》最引人注目：该椅结体矜庄，造工细巧，攒框靠背板之上部攒接万字纹饰，下部攒接篆体“冬平”(冬，古文泰)二字，或源于《吕氏春秋》“天下太平，万物安宁”之意。中国国家博物馆近期入藏一对与此椅形制相同的官帽椅，无独有偶，这组椅子最初当有至少四具一堂。这



☆ 新石器时期《良渚文化玉琮》高37.2cm
成交价：150万美元 纽约邦翰斯



☆ 明黄花梨攒靠背万年太平纹四出头官帽椅 51.8×66×49.5cm 成交价：198.04万美元 纽约邦翰斯

件黄花梨四出头官帽椅与《黄花梨插肩榫壶门牙条酒桌》均以198.04万美元的价格卫冕上述专场之冠。

纽约苏富比： 古代单色釉瓷器引全场竞价 成交率超95%

随后，纽约苏富比于本季亚洲艺术周特呈5场拍卖会，内容涵盖印度及喜马拉雅艺术、南亚现当代艺术及中国艺术珍品。其中“御色晨星：Cadle家族收藏中国单色器珍”“中国艺术珍品”及“博古五千”（网拍）三大专场，400件成交拍品共录得2041.04万美元。3月21日上午，Cadle家族收藏专场欣献23件宋、明、清三朝最具代表性的单色釉御制瓷器。据悉，在前任苏富比北美地区总裁蓝理捷的指导参谋下，这组藏品主要集成于上世纪八十年代，部分藏品更是出自一些最富盛名的私人珍藏，包括仇焱之、赵从衍及亨利·奈特收藏。全场焦点落于一件以187.5万美元成交的明宣德《祭红釉碗〈大明宣德年制〉款》上，该器浓绮艳丽，色如红

宝，晶莹欲滴，釉料铺满瓷胎，上手有细腻的橘皮凹凸感。红釉美器历来珍稀难得，明代御窑官瓷经过数十载多番改良，及至永宣二朝始臻于炉火纯青，而后世之品终略逊一筹。“中国艺术珍品”专场囊括了250余件明清瓷器、青铜器、高古陶器、玉器和家具等，其中成交价在100万美元上下的三件拍品包括何鸿卿爵士私人珍藏的清代《黄花梨螭龙纹方角亮格柜》；自葛诺典藏的极为罕见的高古玉钺；Francis X. Schoonmake 及 Job Male珍藏的清乾隆《仿汝釉贯耳瓜棱长颈瓶〈大清乾隆年制〉款》御瓷。另外，在蕴含197件高古陶器、刺绣、明清瓷器、青铜器、家具等的中国艺术珍品“博古五千”的网拍专场中，成交率高达91.37%，可见苏富比对于中国艺术网拍的品质把控得到了藏家的认可。

纽约佳士得： 百万高价频出 黄花梨交椅拔得头筹

同时，纽约佳士得亦在本季亚洲艺术周隆重推出了日韩艺术，印度、喜马拉雅及东南亚工艺精品以及南亚现当代艺术三场线下拍卖与网拍。3月23日上午，令人引颈以待的古董界巨擘“蓝理捷珍藏”专场隆重举槌，汇集来源显赫、极富学术价值的珍稀中国艺术。下午，“重要中国瓷器及工艺精品”专场开拍，妙搜包罗万有的历代奇珍，推出多个重要私人珍藏艺术臻品。据统计，这两场中国艺术拍卖共成交312件珍品，成交总额达3707.83万美元。在蓝理捷专场中，一件清雅绝尘的南宋《官窑胆瓶》以258万美元的成交价卫冕专场冠军，其反映了中国宫廷极其精致的审美标准。佳士得中国艺



☆ 明宣德 祭红釉碗《大明宣德年制》款 高10.1cm 成交价：187.5万美元 纽约苏富比

术品资深专家葛蔓琪表示：“这件南宋官窑胆瓶不但十分罕见，而且品相极佳，来源显赫，先后由东方陶瓷学会创办人史提芬·温克沃思（Stephen Winkworth）以及著名瑞典收藏家卡尔·坎普（Carl Kempe）收藏，非常珍贵。坎普是工业家与慈善家，所藏的顶级唐宋瓷器举世闻名。台北故宫博物院藏有一件同类官窑胆瓶。”除此之外，一件游龙戏水的明成化/弘治《御制珐华龙纹罐》引人注目，以150万美元的成交价跃升全场唯二超过百万美元的珍品瓷器。

再看云集荟萃的瓷器与工艺精品专场，重头戏落在一把明代《黄花梨如意纹交椅》上，以282万美元的价格领衔中国艺术珍品。此椅清丽典雅，工艺精绝，其雄伟硕大之造型、跌宕迥异之月扶手秩类超群，诚然为明代黄花梨家具之旷世佳作。三截攒靠背板浮雕云朵双螭纹开光，画意酣畅，利落生动。交椅用料奢华，木材厚实，木质超卓，而且制作甚艰，讲求精炼造诣，估计所费不貲，反映物主之地位身价，必属显贵。椅圈为三接式，较常见的五



☆ 明《黄花梨如意纹交椅》108.6×78.7×57.8cm 成交价：282万美元 纽约佳士得

接式难度更高，用材更巨。其弧度精准，线条迤邐，惟顶级名匠方能驾驭所需技术。据悉，北京故宫博物馆与甘肃省武威市西夏博物馆各有一例、一对同类交椅。近年来，黄花梨交椅在拍卖会上屡传佳绩，2021年香港佳士得春拍“赫维宁汉庄园”（Heveningham Hall）珍藏明末清初黄花梨龙纹麒麟纹圈背交椅创下6,600万港元天价；无独有偶，来年秋拍另一件何鸿卿爵士珍藏之圈后背交椅更以1.24亿元刷新了黄花梨交椅的世界纪录。

伦敦邦翰斯： 秘藏百年 明永乐金铜佛像卫冕专场

5月15日，伦敦邦翰斯于本季亚洲艺术周系列从“亚洲艺术品”拍卖会伊始，先后举行“麦克·格豪士：水墨与青铜”“中国艺术精品暨书画”与“伊斯兰及印度艺术”共四场拍卖。其中，中国艺术拍卖总成交高达1946万英镑，亚太区买家占亚洲艺术周总成交额81%。在中国艺术专场中，一尊秘藏近百年的明永乐《御制铜鎏金释迦牟尼佛坐像》以80.67万英镑成交，成为本场冠军拍品。释迦佛结跏趺坐于莲花座上，法相庄严，神情和悦，螺发高髻，左手结禅定印，右手结触地印，宽肩细腰，着袒右袈裟，座面阴刻“大明永乐年施”楷书款。目前已知的包括该拍品在内相类尺寸的明永乐朝（1403-1424）佛像仅有六例。此拍品来自雅国先（Henrik Valdemar Jacobsen）旧藏，于1932年前携此佛回到丹麦，后由该家族收藏迄今。此拍品所呈现之释迦牟尼形象在传世永乐造像中本就十分少见，而如此佛一般精巧，高度仅为22厘米的铜像则更为罕见，其蕴含的细节及表现的气韵却与大型作品不遑多让。同场一幅尺幅恢弘且极为稀有的清紫光阁功臣像之一《特尔登彻像》，其上款所题为乾隆戊申年，以78.15万英镑成交，为估价近三倍。这幅肖像与乾隆皇帝平定台湾的战役有涉：为纪念战役胜利，乾隆皇帝在1788年命宫中画师制作了两组共50幅肖像画，包括第一组20幅和第二组30幅。特尔登彻在第二组中排名第五。但款识中的“原”字暗示特尔登彻在肖像画绘制时已经去世，可能是在战役期间英勇殉职。👉

2023年春季拍卖龙头拍品盘点

伴随着疫情后放开，艺术市场逐步恢复以往的繁荣景象，2023年春季拍卖纷呈而至，香港地区佳士得和苏富比拍卖行最先交出强劲佳绩。据业内人士透露，本次春拍和疫情三年期间的市场行情相比有了很大的改观，拍场内藏家和观众热烈竞投、踊跃参与。本文通过盘点本季度重量级拍品，可以窥见当前艺术市场的重要变化。

文——佳琳

中国书画

钱维城《台山瑞景图》:估价8000万-1.2亿元，中国嘉德

钱维城作为一甲第一名进士入翰林院修撰，成为清代宫廷画家的代表性人物，曾奉命绘制多幅尽显皇家气息的山水画卷，例如《热河千尺雪》《狮林全景图》《七秋图》《回部四果图》等。本次亮相在中国嘉德2023年春季拍卖的《台山瑞景图》就是其代表作品之

一，图中所绘山峦灵秀绵密，虽带有皇家喜爱的富贵气息，但却不见俗气，笔墨章法轻松自在，不失书卷气。

此图卷是钱维城盛年时期的山水精品，采用分段式绘制了浙江天台山共十段胜景，包括“青溪烟景”“赤城霞标”“国清松径”“佛陇经坛”“华顶凌云”等。因天台山作为“佛宗道源”的福地，固此图卷命名为“瑞景”。此作是清宫旧藏，甚得乾隆皇帝青睐，逐段御题，并由《石渠宝笈》著录，1949年曾入“社管局”（今国家文物局）留存，可见其是罕见的精品力作，意义重大。



☆ 钱维城《台山瑞景图》设色纸本 手卷 33.7×458cm 估价8000万元-1.2亿元 中国嘉德



☆ 傅抱石《云台山记图》估价8800万-9800万元 中国嘉德

傅抱石《云台山记图》:估价8800万-9800万元，中国嘉德

傅抱石曾对顾恺之的《画云台山记》有过深入研究，并引发有关中国山水画的一系列问题和思考。而此图卷正是傅抱石依据顾恺之原文进行描绘并旨在解决有关疑惑的代表性力作。根据《画云台山记》的记述，傅抱石分五段四十三点进行逐句描画，将所记山、水、树、石、鸟、兽、山寺、人物等相关位置都清晰的表现出来。他曾为此图卷有过自述：“现在据我研究的结果推测制成《画云台山记》的设计图，把全记分为四十三点，每点各予以严密的阐述。所指的物事（或位置），用虚线表示它，其泛指的话，则加直线围起。这样，不但可以证明这《画云台山记》不是空洞敷衍之作，还证明了这记中的经营设想是如何的细致生动。因此我又按照我的设计，再施以渲染，画成了一幅山水画。假使我

所研究的结果，能够裨补一千五百年前关于山水画的真面目，则中国古代山水画史建立的工作，或不难观其成了。”由此可见，此作不仅是绘画史上的经典力作，也是美术史研究的重要成果，影响深远。

此外，在此卷后纸处，有郭沫若、沈尹默、徐悲鸿、胡小石4人题款，对此卷评价颇高。此作有《傅抱石画集》《傅抱石画选》《傅抱石大典》等12次权威出版，并有《时事新报》《京沪周刊》《傅抱石年谱》等4次著录。

张大千《溪桥晚色》:成交价6210万元，华艺国际
此幅作品是张大千1970年晚年所作，值得一提的是，此作在1984年创造了张大千作品拍卖的世界纪录。此后又曾两次现身拍坛，于2011年在北京保利拍卖以3910万元成交，又于2018年在华艺国际以5934



☆ 张大千《溪桥晚色》1970年 设色绢本 镜框 66×165cm 成交价：6210万元 华艺国际拍卖

万元高价瞩目落槌。本次再度亮相于华艺国际拍卖行，又成功刷新了此作拍卖纪录。

著名艺术史学家、书画鉴评专家傅申曾说：“张大千集传统大成的精品，固然代表其前半生的成就，但是站在历史宏观的角度，只有他泼墨泼彩的力作，最能代表他前无古人的历史地位。”而这副《溪桥晚色》正是张大千泼墨重彩鼎盛时期的巅峰力作。可见其画面采用大面积鲜艳的石青、石绿，色彩冲击力极强，水墨运用随性洒脱，呼之欲出，营造出烟雾缭绕，扑朔迷离的场景，给人“水墨淋漓障犹湿”之感，将先生的洒脱豪迈之气跃然纸上。另外，此作也是G20杭州峰会国宾接待软装精选艺术作品之一，可见其作品弥足珍贵，意义非凡。

现当代艺术

吴冠中《丰收》：估价6800万-8800万元，中国嘉德

此作是吴冠中1998年创作，在吴冠中的水墨创作题材中，高粱于他而言有着特殊情怀，其原因他曾参与农村劳动，条件艰苦，所见之景都是北方乡村常见的农作物——高粱。其1972年所作《高粱与棉花》是吴冠中最早的高粱题材作品，此后，高粱也成为他绘画中的常见题材。而此幅《丰收》正是吴冠中晚年时期以高

粱为主题的代表作。此幅作品为丈二尺的大尺幅巨作，画面采用他常见的萤幕式经典构图，几乎没有留白。高粱作为画面的主要角色，造型坚挺矗立，尽显丰收的喜悦氛围。此外，高粱的安静稳定和灵动活跃的曲线形成鲜明对比，相映成趣，生动可爱。在线条的交叉运用和红、黄、绿三原色的使用上展现出吴冠中对于形式美的追求与革新。

吴冠中《乞力马扎罗雪山》：估价2800万-3800万元，中国嘉德

此作是藏家备受关注的一件精品，其特殊之处在于市场中已经流通多次，数次上拍均以高价成交。曾于2006年首度现身于中国嘉德拍卖行，又于2010年和2017年亮相北京保利拍卖，分别以2016万元和3220万元高价成交，此外，于2020年在北京永乐拍卖又以4370万元瞩目落槌，受到藏家青睐。本次再度现身于中国嘉德“二十世纪艺术夜场”，期待能够拍出更好的成绩。

吴冠中作为现当代杰出的风景画家，其对于风景画的创作和革新无出其右。吴冠中在《乞力马扎罗雪山》上运用的表现手法可谓是在形式美的探索上做到了极致，造型简洁、构图充盈整个画面，色彩变化层次十分微妙，最大程度上纯化了景物之间的造型和色彩关系。此作曾于2010年和2019年两次参展。

瓷器杂项

清乾隆 斗彩苍龙教子图夔龙耳抱月瓶：成交价1.08亿港元（约9519.16万元人民币），香港佳士得

此件清代斗彩瓷器为双耳扁瓶样式，此样式创烧于十五世纪初宫廷御窑，装饰手法奇异复杂。因其烧造难度颇大，所以十分考验工匠水准。此瓶身高51厘米，器物肩部扁平，腹部宽广，撇足小巧。内饰松石绿釉，外底松石绿釉地青花篆书“大清乾隆年制”款。此瓶器身前后各饰一条威武堂皇的五爪龙纹样，龙身腾飞而起，穿梭于五彩祥云之间，此外，其左前足下方还有一条即将跃出海面的五爪绿色小龙。瓷瓶装饰风格作为御制瓷器的代表造型和纹样，使得深受皇家喜爱。据专家研究，大型的乾隆斗彩苍龙教子图抱月瓶存世似仅有两件，此为其一，另一件为北京故宫博物院所藏，高（49.5厘米），但其构图略异，幼龙身形较小，且局部身躯浸于海水中，不如此瓶所见盘旋于空中。可见此瓶可称得上是孤品，故而在本季度瓷器杂项拍品中拔得头筹可谓实至名归。此外，此件拍品来自重要亚洲私人珍藏，并曾于1991年、1995年、1998年在香港拍卖行上拍3次。



☆ 清乾隆 斗彩苍龙教子图夔龙耳抱月瓶 六字篆书款 高51cm 成交价：1.08亿港元 香港佳士得

清乾隆 洋彩锦上添花万字纹百子龙舟玲珑转心瓶 六字篆书款：成交价4030.5亿港元（约3670万元人民币），香港佳士得

转心瓶即指在镂空瓶内，再套装一个内瓶并可旋转，固称为转心瓶。全瓶共分成四部分，包括外瓶的瓶颈、外瓶肩腹、内瓶和底座。作为清代乾隆时期创制的一种代表性瓶式，创烧工艺十分复杂，传世数量并不多。

此瓷瓶瓶身约40厘米高，为乾隆年间盛行的长颈瓶式样，外形为长颈、宽肩、圆腹，外撇圈足。双耳为描金夔龙，瓶腹中心有寓意吉祥的钱币纹样式，下半段腹外层以冬青色镂雕锦地纹，并有四组褐彩描金开光。瓶内和瓶底皆施湖绿色釉，底部可见青花书“大清乾隆年制”六字篆款，署款样式则是在乾隆时期洋彩瓷器上是最常见的款识。此外，内胆还可见彩绘龙舟竞渡的画面，伴随内瓶的转动，可以看见龙舟正在划动的新奇景象，此设计增添了观赏趣味。因转心瓶的烧造工艺极为繁复，装饰风格多采用镂雕、描金、锦上添花的做法，本拍品无疑呈现了清宫廷御制瓷器的做工精巧，极具代表性，也由此展现了皇家趣味。



☆ 清乾隆 洋彩锦上添花万字纹百子龙舟玲珑转心瓶 六字篆书款 成交价：4030.5港元 香港佳士得

解读景德镇窑火千年不熄的密码

在中国，有一个地方，你可能没去过，但你一定念叨过，一定见过或用过那的产品。那个地方就是景德镇。说景德镇与“国”齐名，并不为过。

据史料记载，景德镇，自晋朝设镇，始称新平。因位于昌江之南，唐易名“昌南”。宋景德年间(1004—1007年)，真宗皇帝赵恒将年号“景德”赐给昌南镇作为地名，称景德镇，距今已有千年历史。随着中国瓷器在丝绸之路贸易中广泛传播海外，china成为瓷器的代名词。中国——China——昌南——景德镇——瓷器，“中国”与“瓷器”成为密不可分的双关语。

文—— 苏娟



☆ 景德镇陶瓷集团国瓷馆



☆ 6月10日，景德镇古窑民俗博览区葫芦窑点火仪式

景德镇有2000多年的治陶史，1000多年的官窑史，600多年的御窑史。而今，薪火相传，“工匠八方来，器成天下走”，景德镇窑火历经千年，越烧越旺。据官方数据，这里聚集了3万多“景漂”，5000多“洋景漂”，陶瓷市场主体约2.6万户，陶瓷行业从业人数约15万人。拥有景德镇陶瓷大学等7所高等院校和一批科研机构。景德镇艺术瓷、高端日用瓷、先进陶瓷、创意陶瓷在不同领域特色鲜明，独领风骚。

6月10日是全国“文化和自然遗产日”，主题“加强非遗系统性保护 促进可持续发展”。上午11点08分，明代葫芦窑复烧点火仪式在景德镇古窑民俗博览区举行。嘉宾将手中火把投入窑内，一摞摞码

放整齐的匣钵，在燃起的熊熊窑火中，守护神般舍身呵护着体内陶瓷的蜕变。

眼观神圣的火焰，闻听马尾松油脂的炸燃声，触摸窑壁不断升高的温度，让人不禁联想着经典与失败在窑火中的博弈。探求未知、创造与征服，可是景德镇陶瓷人千年不灭的执念？

在工业化高速发达的今天，景德镇人何以坚守那一捧泥土，七十二道工序的繁琐打磨？中国瓷器隐含着什么样的文化精髓与智慧？

公元1082年8月，宋朝设立浮梁县景德镇瓷窑博易务，以管理瓷器与税收。可见近千年前，景德镇的瓷业已有行业规范，成为景德镇



☆ 古典园林中餐具



☆ 御花园中餐具



☆ 蓝色花海餐具



☆ 6月10日，明代葫芦窑复烧

经济收入的重要支柱。如今，景德镇作为国家陶瓷文化传承创新试验区，对外文化交流新平台，标定了新的发展方向，正在从千年瓷都向国际瓷都努力迈进。

传播中国陶瓷文化，本刊将从自然条件、非遗技艺、传承创新、人文精神、经济贡献、政策惠业等维度连续解读景德镇窑火千年不熄的密码。从自然环境、人文环境、营商环境等多方位，加深对景德镇陶瓷的认知。敬请读者关注。📧

1 景德镇高端日用瓷：

景德镇陶瓷集团的工艺技术和装备处于国内陶瓷行业领先水平。旗下“红叶”品牌，其产品属高温细白瓷，器型规整、瓷质细腻、釉面莹亮、花色新颖别致，无铅、无镉、无毒、耐高温，代表了中国日用陶瓷最高层级，被誉为“现代官窑”。



☆ 荷塘蝶恋中餐具



☆ 青韵中餐具



☆ 青花中餐具—花满园



☆ 青花中餐具—荷

2 传承古法柴烧技艺：

景德镇柴窑有着悠久的历史，如今，在煤窑、电窑、气窑普及的时代，柴烧显得格外珍贵。

冯氏祖传窑创始人团队，凭着对景瓷传统技艺的深沉挚爱，毅然担当起恢复柴窑文化、保护景德镇非物质文化遗产的责任。在政府部门支持下，择近郊依山傍水之地，依照祖上古法建造柴窑，按照原坯烧制、古法流程烧制的高温色釉陶瓷流光溢彩，油润深邃，赢得有关部门、专家学者和收藏界的广泛认可。



☆ 高温窑变羽毛拉丝花釉鹿头尊



☆ 高温郎红釉芭蕉瓶



☆ 高温窑变花釉四海八方瓶



☆ 高温窑变羽毛花釉芭蕉瓶



☆ 高温郎红釉罗汉瓶



☆ 工笔粉彩花鸟300件伏桶瓶 刘嘉鸿作品



☆ 粉彩寿桃手工薄胎窑变荷叶碗 刘嘉鸿、熊国安作品



☆ 粉彩花鸟六鹤同春300件四方镶器 刘嘉鸿作品

3 立足传统文化基因的艺术瓷：

致敬古典，潜心创新。

刘嘉鸿，作为陶瓷艺术创作的代表之一，注重材料与技法上对青花、粉彩、新彩的研究运用。他将中国没骨花鸟画与陶瓷绘画有机结合，将国画的气韵与格调融入瓷画创作中，艺术特色鲜明。

熊国安，江西省非物质文化遗产“薄胎瓷艺”代表性传承人，12岁被特招随父入场学艺，传承历经五代手艺。“薄胎瓷艺”在景德镇属特种工艺，所谓特种，即工艺难度较大，从业人员较为稀少之瓷艺种类。

2011年，熊国安制作的直径50厘米高17厘米薄胎窑变《荷叶》薄胎碗问世，实属罕见。



☆ 手工薄胎仿宋荷叶口斗笠碗 熊国安作品



4 陶溪川陶瓷文化创意园内景:

以陶瓷文化为核心的与世界接轨的文化艺术创意交流平台，陶瓷夜市是年轻学子们交流瓷艺的乐园。



鸟飞·人到联（纸本）尤中会作
259cm×42cm×2 2009年



海到·山登联（纸本）尤中会作
250cm×42cm×2 2009年





巴拉特《一起走·人类命运共同体》青铜 49x30x43cm 2022



丽金《和平·自由》青铜 94x85x40cm 2021