

艺术与资本的桥梁

零售价 RMB¥58.00元

总第 220 期
2025/01 季刊

ISSN 1674-9553
9 771674 955255

收藏投资

COLLECTION & INVESTMENT

导刊

主管 / 新华通讯社

主办、出版 / 中国证券报有限责任公司



访谈

商业银行探索金融助力非遗传承新路径

投资热点

人形机器人炫技预示行业将迎爆发期

艺术+新消费

非遗上新 文化消费呈现新风潮

市场聚焦

中国书画鉴定中的“望闻问切”

文投观察

与科技共振 催生艺术消费新生态

艺海寻芳

汲圣贤文墨 荡周汉大风

封面题图：北京亦庄机器人大世界的艺术装置-智能机器人手

国内统一刊号/CN11-5940/G0 国际标准刊号/ISSN1674-9553 季刊 2025年第1期 3月25日出版

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。

金牛獎



收藏投资导刊

COLLECTION&INVESTMENT

编委

丁坚铭 \ 张朝晖 \ 闻召林 \ 张德斌

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1季 3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：



清雍正 青花釉里红加红彩云龙穿花纹玉壶春「大清雍正年制」款
高31.2 cm 成交价： 690万元 北京保利2024年秋拍

- 06

访谈 | INTERVIEWS

将“指尖艺术”变为“指尖经济”
商业银行探索金融助力非遗传承新路径
- 10

投资热点 | INVESTMENT HOTSPOT

人形机器人炫技预示行业将迎爆发期
- 14

DeepSeek横空出世
AI产业巨变前夜来袭



- 18

艺术 + 新消费 | ART & NEW CONSUMPTION

非遗上新 文化消费呈现新风潮
- 22

名创优品：推动“兴趣消费”
构建全球IP生态矩阵



- 28

拥抱国潮 新乳业收获“流量密码”
- 34

苏盐井神：传承淮盐文化底蕴
实现盐业“华丽转身”
- 40

百年牛栏山：
非遗技艺传承与产业创新的双轨实践
- 46

非遗赋能 战略聚焦
酒鬼酒的价值重构



- 52

百业千姿 | INDUSTRY PANORAMAS

每日互动：数据智能“织网”
助力千行百业“腾飞”

- 56

市场聚焦 | MARKET FOCUS

中国书画鉴定中的“望闻问切”

61 印章：书画鉴定的“DNA密码”

65 AI人工智能将对艺术品市场
带来哪些影响
- 70

拍场点睛 | AUCTION HOUSES

北京秋拍下半场逐渐企稳

76 京外秋拍下半场活力满满



- 82

2025年拍卖市场将何去何从？



- 86

文投观察 | CULTURE INVESTMENT

与科技共振 催生艺术消费新生态

89 文化消费热浪下的资本趋向
- 92

艺海寻芳 | SEA OF ARTS

汲圣贤文墨 荡周汉大风
——记“大程隶”书风创始人张程的文心厚墨

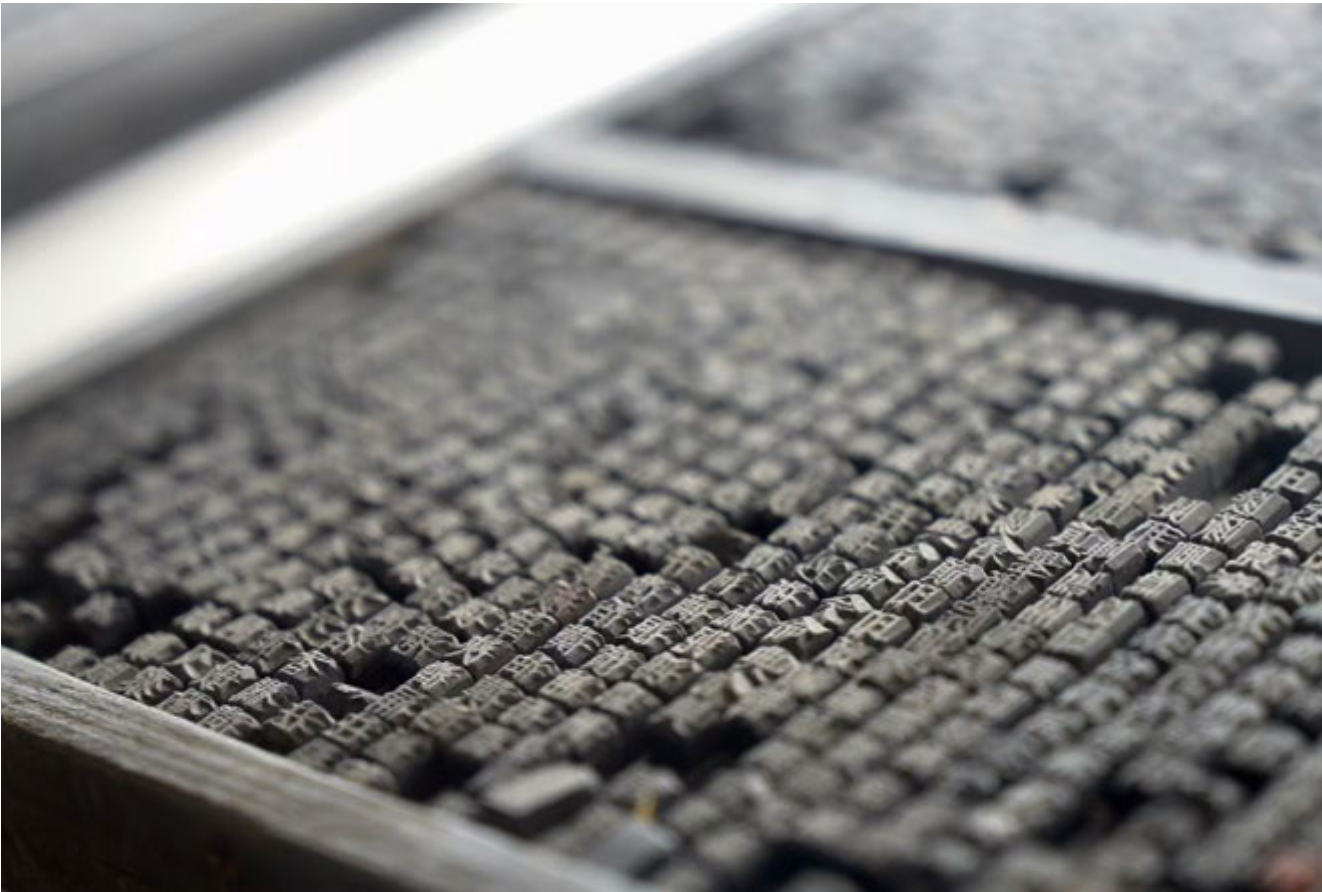


将“指尖艺术”变为“指尖经济” 商业银行探索金融助力非遗传承新路径

韵味绸伞、精美剪纸、墨香印刷……非遗似繁花，每一朵都有其特定的土壤和生存空间。业内人士认为，传承、保护与转化是非遗发展的关键。然而，由于缺乏资金支持和推广经验，不少非遗项目正面临失传的风险。

对此，记者调研了解到不少银行正深入研究非遗项目面临的现实困境并采用金融手段及时帮扶，破解非遗技艺传承人在创业过程中的融资难题，在广泛调研基础上运用数字化赋能，将“指尖艺术”变为“指尖经济”，探索金融助力非遗传承新路径。

文—— 张佳琳



☆ 整齐摆放的木活字字块

农业银行供图



☆ 匠人手工制作家谱

农业银行供图

以客户需求为锚加大供给

以竹作骨，以绸张面，轻巧悦目，式样美观……作为杭州特有的传统手工艺品，西湖绸伞以杭州本地独有的淡竹、杭州丝绸为原料，以杭州西湖风景为伞面图案，其工艺的最大特点是“撑开一把伞，收拢一节竹”，即撑开时，伞面缤纷多彩，美不胜收；收拢时，彩色绸面不外露，藏美于心间。

2008年，西湖绸伞被列入国家级非物质文化遗产代表性项目名录。杭州的宋志明是西湖绸伞技艺的传承人，为了更好地实现非物质文化遗产传承，他做出诸多努力，包括在伞面设计里融合扎染因素；与美院学生合作，积极拥抱新媒体平台等。

然而，受现代工业化制伞的冲击，材料稀缺、工序复杂等因素使得纯手工西湖绸伞市场面临巨大的挑战。由于缺乏足够的质押物，宋志明的工作室一度难以获得银行授信，发展受到限

制。在一场“非遗对接会”上，宋志明与浙商银行杭州余杭支行客户经理结识。了解到宋志明的融资需求，客户经理主动上门服务，很快为宋志明提供了一笔信用贷款资金支持，有效解决了他的燃眉之急。

“我们这些非遗小微企业得到越来越多的金融支持，一定能更好地传承好手中的非遗技艺、做大非遗产业。”宋志明说。除了信贷支持，记者了解到有银行携手多方力量，设立非遗保护公益基金项目，对经营困难的非遗项目进行挖掘、保护、研究和传承，并为与此相关的社会公益活动提供资金支持等。

推出非遗专项金融产品

在机器印刷盛行的时代，浙江温州瑞安市东源村仍有一群匠人坚守着手工制作家谱的工作，让整套木活字印刷术在这里完整地保留下来。木活字印刷术，目前是我国关于活字印刷术的唯一



☆ 农行温州分行客户经理与非遗技艺传承人交流

农业银行供图

“活态”代表，再现中国古代活字印刷的传统工艺，堪称世界印刷术的活化石。

墨色生香几百年，新旧相传又一代。为何该技艺能一直流传至今？有专家认为，“印制族谱是木活字赖以生存，并能活到现在的重要方式”。但在电脑排版和激光印刷的冲击下，传承人难以凭借这项技艺获得足够的收入保障。

“木活字印刷术从业者大多缺少抵押物，常规贷款业务通常无法支持。我们选择非遗产业做得比较好的重点村开展整村授信，精准破解了这一产业的融资难题。”农行温州分行相关负责人表示。

事实上，非遗小微企业往往缺乏有形抵押物，不少非遗技艺传承人在创业过程中面临着融资难的问题。为了破解相关问题，有银行推出了非遗专属金融产品，运用数字化技术进行数智赋能，加大信用贷款支持力度。

对于从事非遗产业、经营情况较好的小微企业和个体户，部分银行联合非遗领域专业的金融顾问团队，为其提供专项普惠金融服务，解决其融资需求，降低融资成本，探索推出非遗产业支持贷、非遗无形资产贷、非遗人才支持贷等特色产品，提升非遗领域金融服务的可获得性和便捷性。

提供专业综合金融服务

业内人士认为，随着时代变迁，部分面临濒危的非遗项目亟待全社会的关注。记者注意到，有银行正建立“金融+非遗”的专业服务体系，探索普惠金融和公益金融双渠道长效帮扶模式，为非遗人才和非遗项目提供金融支持，为非遗领域小微企业纾困解难，积极探索非

遗发展破局之路。

例如，2025年1月，浙商银行与浙江省非物质文化遗产保护中心（浙江省非物质文化遗产馆）签订“非遗薪火 善助传承”合作协议。根据协议，浙商银行将为非遗传承人提供金融顾问、小微信贷、零售金融等综合金融服务；并发挥县域经济、乡村振兴等领域金融服务经验，助力区域非遗经济发展。

针对非遗产业集聚地区，多家银行也在加强金融支持力度，制定专项金融政策。通过提供信贷资金支持和市场推广等手段，助力非遗传承人更好地适应非遗手工艺的市场化、生产的规模化，帮助非遗小微企业拓宽产品销售渠道，从而让中国非遗走向更广阔的市场，被更多人看见，被世界所看见。

不仅如此，广发银行等多家银行将金融教育与非遗技艺、民俗活动等相结合，打造金融教育新体验。例如，广发银行昆明分行开展金融消保“百社千村”民族行，开展白族扎染、非遗吊穗漆扇等互动体验，宣传防范非法集资、抵制“代理维权”“代理退保”等不法中介等知识。📌

政策链接：

◎2025年1月，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》。该措施要求发挥文化赋能、旅游带动作用，深化“文旅+百业”、“百业+文旅”，提升产品供给能力，丰富消费业态和场景，着力把文化旅游业培育成为支柱产业。

措施明确提出要创新产业政策。强化财政金融支持，允许地方安排地方政府专项债券资金支持符合条件的文化和旅游类项目。支持各地统筹用好各渠道资金开展文化和旅游消费促进活动。扩大文旅有效投资，探索在部分地区开展旅游项目收益权、旅游项目（景区）特许经营权入市交易、备案登记试点工作。支持符合条件的文化和旅游类项目发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）。加快重组中国旅游产业基金，引导社会资本和金融机构加大对旅游业的投入。

◎2025年1月，国务院办公厅印发《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》的通知。

政策明确鼓励银行业金融机构进一步提升对文化企业的金融支持力度和服务水平。发挥贷款市场报价利率改革效能和指导作用，推动文化企业综合融资成本保持在合理水平。支持银行业金融机构探索完善文化企业信用风险管理机制，优化文化企业信贷管理体系，鼓励银行业金融机构围绕文化遗产保护探索开展相关金融服务。提升对外文化投资便利化水平，为文化贸易企业提供优质跨境结算服务。鼓励保险机构开展面向文化单位的保险业务，提供知识产权、影视作品、舞台艺术、文化遗产等领域保险产品和服务。支持符合条件的文化企业在主板、创业板、科创板、北交所等上市和再融资。支持符合条件的文化企业发行债券融资。支持符合条件的旅游基础设施项目发行基础设施领域不动产投资信托基金。更好发挥政府投资基金作用，鼓励社会资本依法依规投资文化产业。完善文化企业无形资产确权、登记、托管、投资、流转和处置体系，健全无形资产抵押、质押贷款等模式，创新金融产品和服务。完善版权登记体系，优化版权质押登记流程，提高版权融资服务便利化水平。



☆ 位于泾县中国宣纸小镇的宣纸文化园

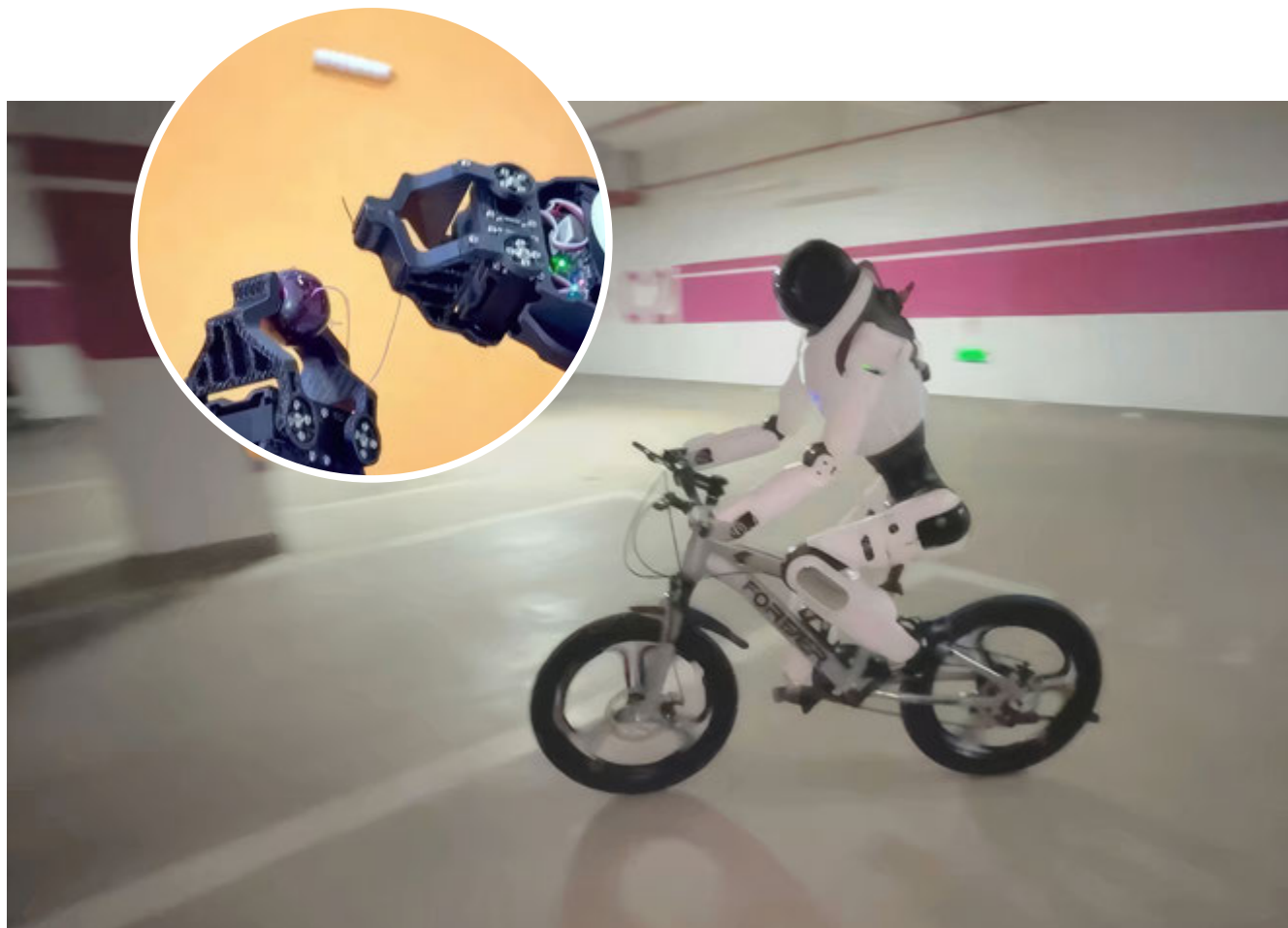
新华社图片

热舞、骑车、缝葡萄…… 人形机器人炫技预示行业将迎爆发期

近日，一款全新的人形机器人在上海发布。骑自行车、踩滑板车、玩平衡车，这个身高1.3米的机器人不仅解锁了全新的运动技能，还能实现给葡萄缝线等精细操作。这是继宇树机器人在蛇年春晚的精彩表现之后，又一款产品的惊艳登场。

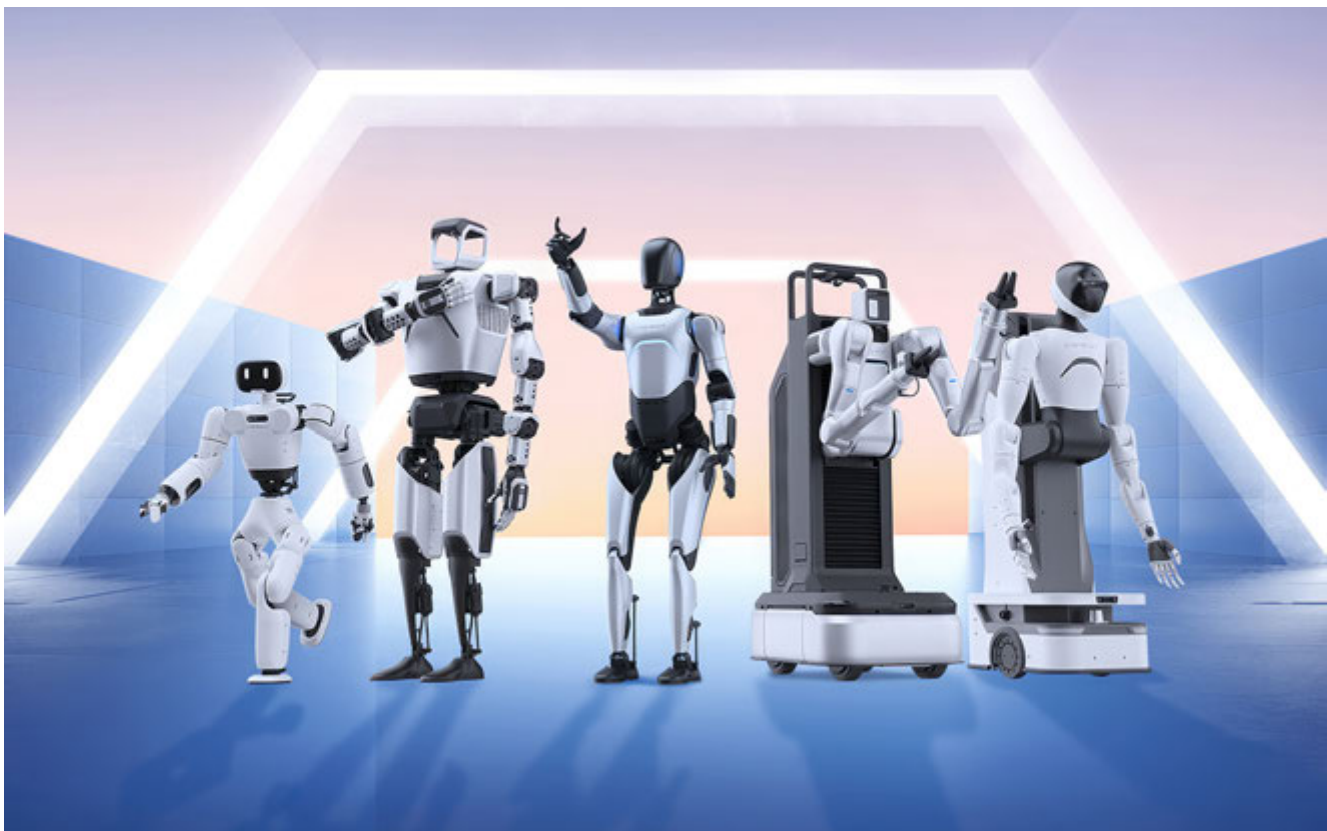
多位私募基金人士称，人形机器人行业大趋势已定，市场空间将被打开。人形机器人作为人工智能落地应用的优质载体，将受益于人工智能的快速发展，感知、思考、决策等能力不再遥不可及。人形机器人集成人工智能、高端制造、新材料等先进技术，有望成为继计算机、智能手机、新能源汽车后的颠覆性产品。

文—— 刘伟杰



☆ 2025年3月11日，智元机器人宣布其新款人形机器人灵犀“X2”上线

公司官网



有望开启量产元年

3月11日，网络博主“稚晖君”在B站上更新视频，发布具身智能人形机器人灵犀X2原型机。“稚晖君”本名彭志辉，是智元机器人联合创始人兼CTO。

据彭志辉介绍，灵犀X2重达33.8千克，全身有28个自由度，没有使用任何一个并联结构，搭载多模态交互大模型，能够实现毫秒级的交互反应，通过人类的面部表情和语音语调精准作出判断和回应。灵犀X2不仅可以灵活地走路，还能做到跑、旋转甚至跳舞。此外，他希望能够赋予机器人更强的运动智能水平。灵犀X2还会举重、踩滑板车、玩平衡车以及骑自行车。

此外，基于具身基座大模型，上述机器人还初步具备了对操作物体的零样本泛化能力。例如它可以仅仅通过学习人类倒水的视频，就能“举一反三”，

识别不同的杯子，无需针对不同形状杯子进行重复训练，这也标志着具身智能向通用化、开放化的应用方向更近了一步。

蛇年春晚上，宇树机器人为全国人民带来了一场科技与艺术深度融合的视觉盛宴，从而引发广泛关注。杭州宇树科技有限公司创始人王兴兴表示，人形机器人行业爆发的本质原因是AI大模型的出现。以前一到两年才



☆ 灵犀“X2”



☆ 3月6日，在国家会展中心（天津），宇树科技人形机器人现场表演

新华社图片

产业技术快速发展

当前，人形机器人产业的核心技术已逐渐成熟，尤其在智能化水平提升、运动控制能力提升、批量化制造成本下降等方面取得了积极进展。

工业和信息化部在2023年10月印发的《人形机器人创新发展指导意见》中指出，到2025年，人形机器人创新体系初步建立，“大脑、小脑、肢体”等一批关键技术取得突破，确保核心部组件安全有效供给。整机产品达到国际先进水平，并实现批量生产，在特种、制造、民生服务等场景得到示范应用，探索形成有效的治理机制和手段。

过去几年，多家国内外科技巨头纷纷布局该赛道，距离行业爆发的窗口越来越近了。例如，小米、华为、小鹏、阿里巴巴等国内厂商纷纷加大在人形机器人领域的布局。小米早在2022年就发布了人形机器人CyberOne，华为则将鸿蒙系统用于人形机器人的研发。特斯拉、波士顿动力、OpenAI等国外公司也在该领域占据了一席之地。

马科伟表示，灵巧手技术壁垒较高，是人形机器人落地应用的关键。灵巧手有着多种驱动路线，差异主要体现在驱动形式和传动形式。驱动源是影响灵巧手体积和重量的重要因素，灵巧手模组的驱动方式包括电机驱动、气压驱动、液压驱动和形状记忆合金驱动。

中信证券研报称，驱动器是人形机器人动力系统的核心部件，它需要为人形机器人在人类生活场景中提供足够的动力，以满足其在复杂地形上的通过能力以及对多种物品的识别和抓取需求。由于技术成熟，电驱动有望成为主流形式。

能让人形机器人学会走路，现在利用AI算法训练一个月就可以实现。国内几乎所有人形机器人公司的机械结构和控制算法都是从四足机器人移植、借鉴过来的。

明泽投资创始人、董事长马科伟认为，2025年人形机器人有望实现规模化量产，其在AI加持下智能化水平提升，能够在复杂环境中完成任务，叠加灵巧手、减速器等核心零部件逐渐批量化生产和有效降本，可以看到越来越多的企业布局并加速人形机器人量产和应用。人形机器人目前已较为广泛地布局到标准化程度较高的场景中进行训练和应用。

明世伙伴基金表示，近年来，人形机器人快速发展，目前已到产业爆发前夜。较早入局的特斯拉预计在2025年量产上千台，华为机器人目前经过三轮样机改进之后，在2025年也会有产品发布。算力芯片巨头英伟达也躬身入局机器人产业链，而众多产业巨头的加入将催化人形机器人的发展。

对于人形机器人模拟人类学习与运动面临的技术挑战，明世伙伴基金认为，主要有以下几点：首先，在自主学习、规划和决策等类似大脑功能方面，虽然AI大模型的应用极大提升了人形机器人的自主学习和决策能力，但目前还没有一种通用的算法模型可以适用于所有情况。其次，在运动控制和协调等类似小脑功能方面，主要难点在于缺乏足够的数据支持。由于场景覆盖范围有限，数据采集成本高，特征提取难度大，导致数据的通用性较低。最后，在制造灵巧手和关节等核心部件以提高机器人自由度方面，目前的减速器还无法满足人形机器人在高精度定位和快速响应等方面的需求。

此外，谈及人形机器人行业量产时的困难和挑战，马科伟表示：“一方面是可用于训练的数据较少，限制了AI模型在人形机器人上的泛化能力；另一方面是整机制造成本仍然较高，产品可靠性和稳定性仍需提升。人形机器人的进一步发展，需要全产业链继续加大资本投入和技术研发，针对重点领域和



☆ 在北京“机器人大世界”的应用场景示范区，银河通用机器人在进行药店无人值守场景演示

新华社图片

薄弱环节做好产业协同发展，以提高机器人智能化水平，同时降低制造成本。”

市场空间有望打开

马斯克曾预言，到2040年，人形机器人数量将超过人类，并且机器人可以替代人类完成无聊、危险和不愿意做的工作，成为工业生产主力。

正圆投资表示，预计当人形机器人年产量达到1000万台时，每台售价2万美元，对应年度市场规模可以达到2000亿美元。未来人形机器人将会朝着通用机器人的方向发展，但受限于技术和成本，短期内或难以出现爆发式量产。从远期来看，人形机器人的市场空间预计将远超工业机器人和传统服务型机器人。

对于2025年上半年的人形机器人行情，明世伙伴基金认为，技术创新较大的板块如灵巧手、传感器、丝杠等环节可能有更好的投资机会。人形机器人远期的产业趋势是比较确定的，但目前处于从0到1的阶段，需要把握好投资节奏。

马科伟也表示，看好2025年上半年人形机器人行情，基于国内制造优势，以及人形机器人供应链迫切的降本需求，看好行星滚柱丝杠、谐波减速器、六维力传感器、灵巧手等具有高价值、高技术壁垒、国产化空间大等特点的细分方向。

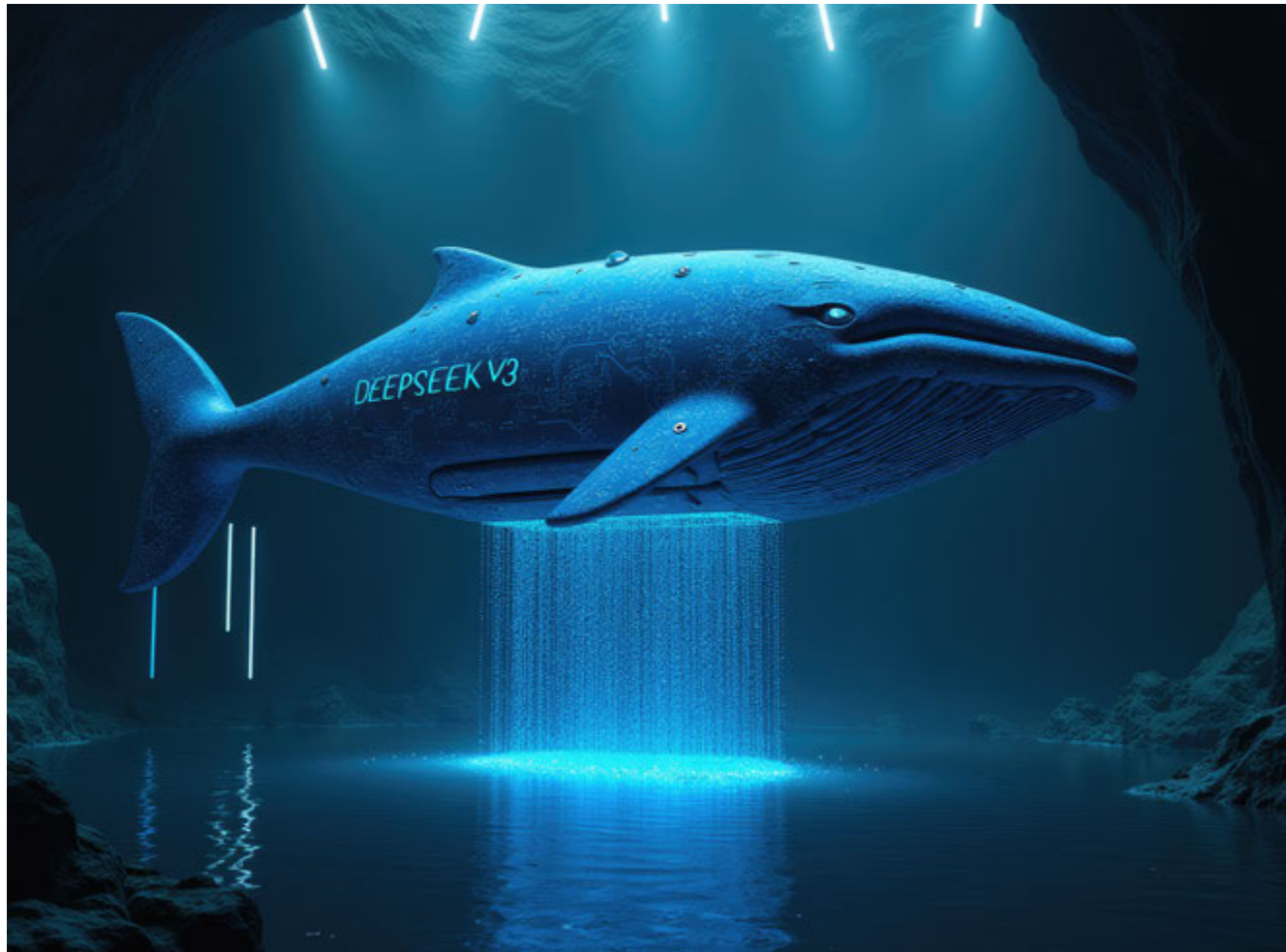
在正圆投资看来，春季行情期间，人形机器人可能迎来投资机会。在人形机器人产业链中，减速器、伺服系统和控制器这三大核心零部件的成本占比超过了70%，与华为合作的机器人企业具有较强的市场竞争力，拥有较好的投资机会。🔒

DeepSeek横空出世 AI产业巨变前夜来袭

新年伊始，DeepSeek在全球科技市场掀起了一场AI海啸。DeepSeek凭借低廉的训练成本和高效的运算效率，在国内外持续发酵，并带来了AI的进一步“出圈”，各行业争相上线DeepSeek。

上线一周用户数破亿并登顶全球应用商店下载榜单，一个月日活突破3000万……这家来自中国的人工智能初创公司不仅持续刷新着行业纪录，并且通过开源的方式造福了整个中国AI市场，无论是大模型厂商、企业开发者还是每一个普通用户。由它产生的鲶鱼效应也在更深层次颠覆了大模型行业过往的发展逻辑。

文—— 刘伟杰



AI生成图片



☆ 2025年2月17日，用户在DeepSeek手机客户端上提问

新华社图片

降的正常斜率。但能在全球进入最前沿，这一定是一件令人振奋的事情，尤其做这件事的又是一个中国较小的团队。

正圆投资基金经理华通认为，DeepSeek符合算法阶跃的特征，在对算力的节约以及token的精准预测方面，节省了巨大的成本，令社会各界对未来算法的表现有足够的期待。

京华世家基金资产管理部投资总监纪盈盈表示，DeepSeek采用混合专家架构，通过动态路由技术仅激

活部分参数，性价比高、短期占优，而向上发展暂时受到限制，但通过算法创新，可以使用低配硬件。DeepSeek的技术路径与现实更加匹配，未来全球会有更多大模型采用混合专家模式，反观OpenAI采用稠密模型架构，全参数参与计算、通用性更强，发展上限高，但对硬件性能要求也高。

众多行业公司纷纷接入 DeepSeek

DeepSeek的横空出世让科技圈热闹非凡。目前，DeepSeek进入全球140多个市场的应用商店下载榜，而许多的互联网、硬科技、医药、汽车以及教育行业的上市公司亦纷纷接入DeepSeek，推动国产AI生态圈繁荣，这也让DeepSeek成为机构调研最热词汇。

Wind数据显示，截至3月13日，自蛇年以来，在上市公司“接待投资者调研纪要”中，关键词包含“DeepSeek”的问答记录达上百条；在“交易所互动平台信息”中，关键词包含

国产AI迈入全球第一梯队

近日，国产AI大模型企业深度求索宣布其通用大模型DeepSeek在多模态理解、复杂推理等核心指标上超越GPT-4，并开源部分代码模块。这一突破标志着国产AI技术已进入全球第一梯队。

DeepSeek是一家人才密度和算力密度高、使命追求专一的人工智能公司。从人才密度来讲，DeepSeek不到140人的团队是非常高质量的，由专业的IT人员组成。

那么，DeepSeek的技术先进性体现在哪里，它的出现对全球大模型领域将带来怎样的影响，A股市场主线是否会发生变化？多位公募基金人士给出了自己的观点。

中欧基金权益研究部副总监杜厚良表示，按照大模型正常的发展规律，算力成本是每年下降10倍的。对比Claude3.5和ChatGPT-4，Claude3.5晚了25个月，它的算力成本下降了10倍，DeepSeek-V3比ChatGPT-4晚了22个月，它的成本下降30倍，这也处于成本下



DeepSeek官网图片

“DeepSeek”的问答记录超过千条。

具体来看，IT服务公司电科数字在回答“有没有接入DeepSeek大模型”时表示，目前自研智鹰智算管理平台已成功接入DeepSeek V3/R1大模型，进一步丰富了华讯智鹰智算管理平台的模型资源，为行业客户提供更强大的服务能力，在智慧医疗、智能客服、智能营销、数据分析等AI应用场景，实现了更精准的预测、更智能的交互和更高效的决策。

存储芯片公司华大九天表示，AI技术对EDA的发展有重要的促进作用，公司已将AI技术应用于现有产品中。科大国创称：“目前公司星云大模型已全面集成适配DeepSeek-R1/V3模型，支持用户在云边端等各类环境下调用AI能力，有效降低企业AI应用门槛。”

此外，机器人概念股洲明科技表示已完成DeepSeek-R1私有化部署。医药公司健康元称，近期将DeepSeek等全球最先进的AI模型运用在创新药研发方面。

洲明科技、鱼跃医疗、贝瑞基因、顺网科技、安必平、蜂助手、科德数控、老百姓等已成为公募

机构在今年以来调研兴趣浓厚的公司，上述公司涉及医药、机器人、通信等行业，在调研过程中屡屡被机构问及是否接入DeepSeek以及所带来的影响等。

例如，诊断服务公司贝瑞基因表示，在变异解读大模型和遗传咨询大模型的开发中，现正在全力进行与DeepSeek系列模型的平行测试；DeepSeek-R1提出的蒸馏方案，也给专业化疾病解读等模型的开发、落地带来了希望。

工银瑞信基金表示，DeepSeek等AI技术与生物科技领域的融合，让“AI+医疗”风口来临。目前来看，AI在生成式病历、

导诊、助诊等某些细分医疗场景的应用能够改善工作流程和提高效率，但更多体现替代人工或专家库的作用，尚未出现颠覆性技术，如AI提高药物研发的成功率、AI深度学习测序数据找到基因与疾病的联系等。

打破AI应用圈的竞争枷锁

DeepSeek之所以备受关注，本质在于打破了很多AI领域的传统叙事逻辑，例如OpenAI对于推理模型的算力堆叠霸权逻辑、AI应用圈的OpenAI寡头垄断格局逻辑、美国对中国的高制程芯片封锁逻辑以及AI大模型的开源闭源逻辑……

DeepSeek作为全球第一个用开源方式复现了强化学习的模型，业内人士称，开源带来的好处是，全球所有的模型能力可以迅速提升到类ChatGPT-4或者类GPT-o1的能力层面。用一句话讲就是“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，这可能是DeepSeek为整个世界带来的最大贡献。

纪盈盈表示，DeepSeek的出现打破了AI应用圈原有的竞争枷锁。就算是美国的顶尖应用公司选择DeepSeek和ChatGPT时，答案也很清楚。Cursor、Perplexity这些AI领域的超级明星应用，都第一时间进行了DeepSeek模型的部署，而且设置了推荐第一优先级。此外，Google、Amazon、NV等平台也都部署了DeepSeek模型。这些改变，同步影响了云服务的市场格局。国内大量从事应用开发的企业，在DeepSeek-R1出现之前不得使用微软云，就是为了便捷使用GPT-4的API。但现在，使用阿里云上部署的DeepSeek成为可选项。

对于如何看待大模型的开源和闭源之争以及不同路线带来的结果？杜厚良认为，闭源是指程序源代码以及核心技术是对外保密的，开源则是公开的、可以对全世界共享。它们没有高低优劣之分，每个企业去选择开源和闭源一定是结合企业价值、社会价值，包括对国家的价值综合考虑的结果。

在杜厚良看来，因为开源，DeepSeek的出现让各家大模型在GPT-4这个水准上面的能力大幅接近。但在大模型的发展和探索上，永远还有一条更新的路，就是追求下一代基座大模型的能力。在这个模型能力的探索上，Deepseek的出现让更前沿的厂商产生了危机感，反而加剧了竞争。

华安合鑫董事长袁巍表示，开源与闭源之间的竞争本质是生态之战。美国或许拥有技术先发优势，但无法阻挡开源生态的虹吸效应。DeepSeek的成功会改变市场对AI投资链利润分配格局的预期以及细分行业的投资逻辑。降本科技发展的必由之路，人工智能领域也不例外。

在袁巍看来，DeepSeek坚持开源路线，高性价比增强了应用落地、应用更迭升级以及商业化的成功率。尤为重要的是，DeepSeek解除了AI应用发展在模型能力和算力方面的压制因素，中国AI应用企业将更加受益。☎



☆ 工作人员在位于安徽省合肥市的“中国声谷”体验中心介绍一款智慧医疗产品

新华社图片

非遗上新 文化消费呈现新风潮

在消费市场不断更迭、新潮流风起云涌的当下，一股以年轻人为消费主体的“非遗热”正悄然兴起。从青岛老里院的创意集市到热门社交平台的话题讨论，从电商平台的千亿成交额到线下非遗体验的火爆场景，非遗正以前所未有的速度融入现代生活，与“年轻”“时尚”等关键词相融合的非遗新产品，为文化消费带来了新活力。

据抖音发布的《2025抖音春节非遗数据报告》显示，在首个“非遗版”春节，短视频直播成为非遗传播的重要渠道。各类非遗代表性传承人、创作者发布的非遗内容，带动非遗相关抖音视频总播放量突破1679亿，平均每天有17.3万场非遗直播。非遗好物成抢手“新年货”，抖音电商相关订单量同比增长33.7%；逛吃打卡带动非遗体验消费潮，抖音生活服务非遗团购订单量同比增长139%。

文——贺雷



☆ 传统酒葫芦工艺品在西安大唐芙蓉园内的非遗年货集市上以直播形式销售

新华社图片



☆ 非遗传承体验中心开设了杭罗织造、西湖绸伞、古法制香等16个系列65项非遗体验课程，涵盖螺钿、竹编、铜雕、剪纸、杭罗、青瓷、蓝夹缬等非遗项目
浙江省非物质文化遗产馆官网

工艺与现代台灯结合，借助科技优化生产流程，使原本耗时数小时的手工灯片制作缩短至几秒。这种兼具实用性和艺术性的灯彩台灯不仅在国内热销，还在国际市场上引发了追捧。这种“实用化改造”让非遗从装饰品变为日常用品，满足了消费者对“美学与功能兼具”的需求。

跨界融合与数字化创新

非遗的现代化转型离不开跨界设计与数字化体验的双重驱动。许多非遗项目通过与现代设计师、品牌的合作，推出了一系列融合传统与现代元素的文创产品。在浙江，余杭非遗馆推出了磁吸剪纸材料包，将传统剪纸与现代磁贴结合，年销量突破预期。在广东，潮汕英歌舞通过短视频平台走红，衍生出服饰、文创等周边产品。

在数字化体验方面，VR、AR等新技术为非遗的

非遗“破圈”成为潮流符号

非遗的“破圈”始于年轻人对传统文化的热爱与追求。在消费市场上，非遗产品以其独特的文化魅力和工艺价值，吸引了越来越多年轻人的关注。京东数据显示，今年年初的年货节期间，“杨柳青木版年画”搜索量同比增长192%，苏绣产品销量增长253%，瓷胎竹编销量更是同比飙涨400%。

在杭州余杭，一家名为“杜姑娘米酒酿造司”的企业通过创新花果酒和DIY调酒体验，将传统米酒打造成年轻人的“治愈系”饮品。这些融合了传统与现代元素的米酒产品不仅深受本地消费者喜爱，还吸引了外省区的消费者专程来打卡消费。非遗代表性传承人赵杜鹃表示：“年轻人购买的不仅是产品，更是一种文化参与感和情绪价值。”

同样，在苏州，非遗宫灯传承人费志涛将针刺



☆ 国家级非遗项目苏绣代表性传承人姚建萍（右三）在工作室内与绣娘交流苏绣技艺

新华社图片



☆ 磁性剪纸文创材料包备受欢迎

余杭非遗馆

传播和消费带来了新机遇。2025年春节，西安以“非遗好物 国潮焕新”为主题，将非遗与现代国潮元素融合，通过创意设计对传统文化进行现代阐释与创新，安排了灯会演艺、文博研学等6大类173项特色年俗活动，打造新场景、推出新供给、激活新消费。在大雁塔南广场，游客扫码即可体验李白卡通形象与“山河诗长安”情景；秦始皇帝陵博物院推出XR沉浸展，让体验者探索秦始皇陵地宫奥秘；西安科技馆的电磁大舞台等活动也备受欢迎。

数据显示，春节期间，西安文旅带动住宿、餐饮、购物、演艺等综合消费能级提升。大悦城、熙地港、赛格、老城根通过观百戏、“对诗词”兑换年货等趣味文化活动，吸引市民游客，人潮涌动。其中10家商业综合体（商业街区）客流量464.37万人，同比增长59.19%，实现销售额5.53亿元，同比增长21.8%。

跨界融合与数字化创新

尽管非遗在消费市场上的表现愈发亮眼，但行业仍面临诸多挑战。部分非遗项目因缺乏市场化能力而陷入“有技艺无销量”的困境，依然存在着价格与价值的认知偏差，以及传承与市场的代际鸿沟。消费者往往以普通工艺品标准衡量非遗产品，而老一辈传承人更侧重于深耕技艺，对营销、品牌建设力不从心。

酒香也怕巷子深。在非遗消费热兴起的背后，“非遗经纪人”这一新职业也走入了公众视野。他们像桥梁一样连接着传承人与市场，既懂得非遗文化的深厚底蕴，又熟悉现代市场的运作规律，通过策划活动、推广品牌、拓展渠道等方式，帮助非遗项目提升市场认知度，跨越传承与市场的代际鸿沟。“95后”瑶族姑娘房欣是一位活跃在非遗传承领域的非遗

经纪人。房欣大学毕业后，回到家乡清远市连南瑶族自治县，与一群志同道合的青年共同创立了拾月拾陆瑶族（非遗）文创园。房欣团队将瑶族非遗技艺与现代创意相结合，开发了一系列具有瑶族特色的文创产品，如瑶族刺绣、瑶族银饰等。同时，他们还通过举办非遗体验活动、开设非遗研学课程等方式，让更多人了解和体验瑶族非遗文化。

非遗消费的勃兴，本质是文化自信的彰显。年轻一代对传统文化的热爱与追求，不仅让非遗从“小众爱好”走向“大众刚需”，更为中国经济的转型升级提供了文化支点。业界专家同样认为，非遗的未来需兼顾“守正”与“创新”，保留工艺精髓，



☆ 拾月拾陆瑶族（非遗）文创园外景

连南瑶族自治县人民政府门户网站

避免过度商业化导致文化失真。同时，通过科技、设计、体验三大维

度拓宽应用场景，让非遗在现代生活中焕发新的生命力。📍



☆ 陕西省文化馆内，观众参观展示陕西省代表性非遗项目的长卷插画作品

新华社图片

名创优品：推动“兴趣消费” 构建全球IP生态矩阵

当《哪吒之魔童闹海》的联名周边在社交平台掀起晒单热潮，当《黑神话：悟空》主题店外排起百米长队，记者观察到，一场由IP经济驱动的“兴趣消费”正席卷消费市场。

名创优品集团副总裁兼首席营销官刘晓彬在接受中国证券报《收藏投资导刊》专访时透露，通过构建全球IP生态矩阵，企业已累计销售IP产品超8亿件，未来10年将助力百个中国IP走向世界。在消费升级大背景下，“IP+供应链+场景运营”的创新模式正在重塑商业逻辑。中国IP产业在文化出海与商业变现的双轮驱动下，正加速从流量收割向价值创造跃迁。

文—— 杨梓岩



☆《黑神话：悟空》主题店外排起长队



☆名创优品发布会现场

流行IP激活 “兴趣消费”需求

《哪吒之魔童闹海》周边衍生品销售火爆，正是当前IP经济、谷子经济持续发酵的一个缩影。“谷子”，这个音译自“goods”的词汇，指代的是二次元周边产品。

近年来，国内的影视衍生品行业处于快速发展阶段，越来越多的影视作品会提前布局IP开发，二次元周边“潮玩”成为IP从流量变成“留量”的最佳载体之一。

不止影视IP，记者观察到，除了“哪吒”，近期热门国产游戏《黑神话：悟空》也官宣推出其周边品牌，相关产品同样出现供不应求的情况。日前，名创优品与《黑神



☆名创优品与《黑神话：悟空》联合开设主题店



前，名创优品创始人叶国富提出“兴趣消费”将成为未来消费的主流趋势，消费者不再只关注商品的功能属性，更会看重商品带来的情绪价值。“IP消费品市场是一个万亿级市场，IP战略大有可为。”叶国富说。

赋能IP商业化 打造“IP放大器”

目前，新兴IP不断涌现但难以建立差异化优势，商业机会属于少数头部IP。成长性中小IP造血能力弱、IP更新迅速构建生命周期困难等痛点，成为各地打造优势文化IP的阻碍。



☆ 名创主题店场景

实际上，中小IP普遍存在供应链整合能力不足、生产成本低、销售渠道较单一等问题，导致产品转化效率较低。许多IP依赖短期授权收益，缺乏长期运营规划，难以形成可持续的盈利模式。

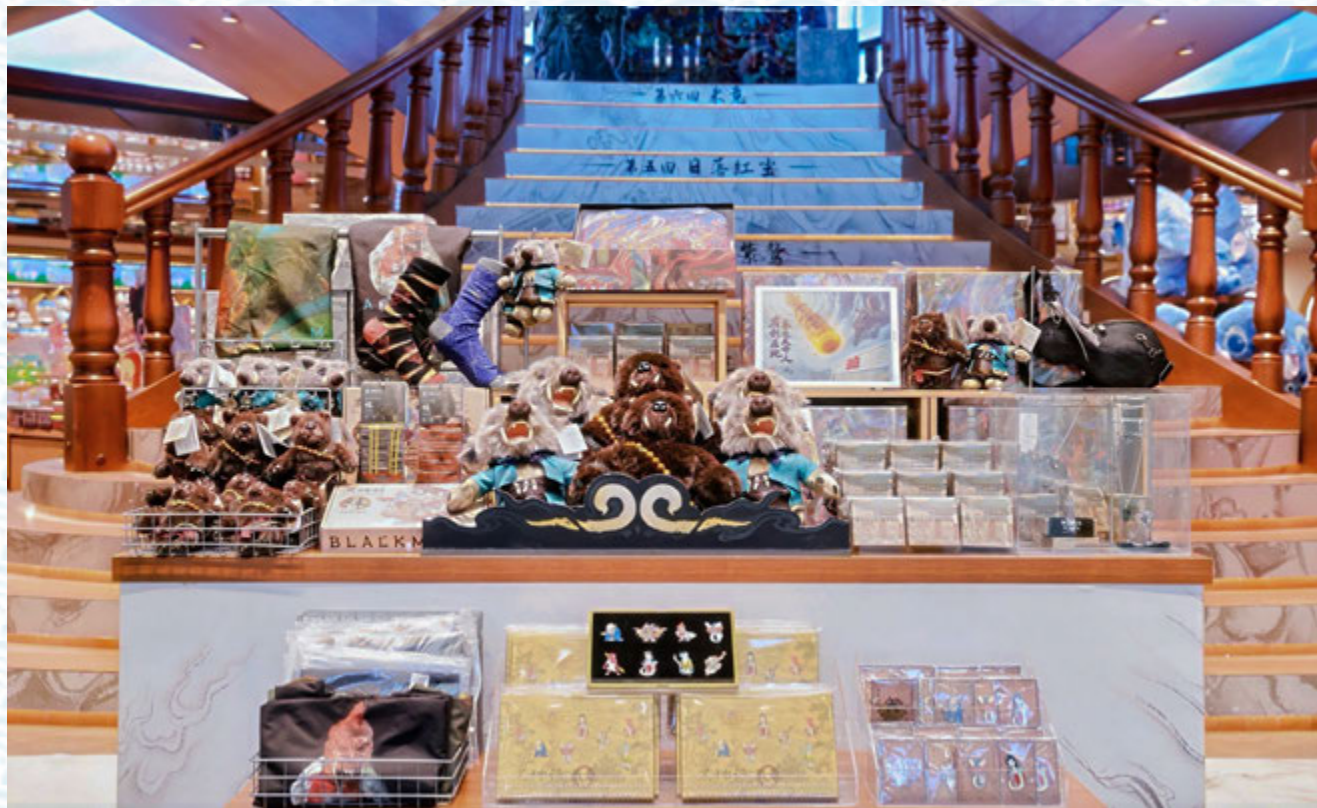
刘晓彬表示，对于IP商业价值的孵化，名创优品深度洞悉潮流趋势，并针对不同市场进行设计调整，通过本地化开发提升当地消费者的接受度。

名创优品设有专门的IP经营团队，垂直负责不同IP的管理，精细化管控IP版权合作的全链路。深刻洞察潮流趋势，与WGSN、潘通等全球顶尖的潮流和消费趋势洞察机构展开合作，将在中韩美日四国建立设计中心，并根据不同市场做本地化设计，提升消费者接受度。

在营销端，名创优品结合不同区域及城市特色，名创优品基于自身产品及优势，联合当地



☆ 名创优品店外景



☆ 名创优品店内景



☆ 名创优品主题店外景

文旅打造了一系列活动，输出了定制化、沉浸式的营销内容，打造情绪场景。比如，在深圳市中心打造城市绿洲，把阿勒泰特色的禾木村“名宿”场景“搬”进

了现场。联动阿勒泰当地文旅，走进禾木村景区。活动期间，名创优品在景区内打造了一张巨型“名”信片供游客打卡，同时，也可以用一张小型“名”信片捕

捉阿勒泰的美景与风俗通过社交媒体分享给用户。

结合天水这一热门城市，名创优品通过定制巴士，聚焦高人流时段，往返天水南站与天水四合院接送游客。同时，通过墩墩鸡这一自有IP形象人偶流动发送“出游旅行补给包”，不断传播并构建用户心智。

锻造IP产业 全球竞争力

目前，名创优品已形成全球头部IP矩阵，构建起全球资源壁垒。名创优品已与超150个知名IP版权在全球范围内开展合作。全



☆ 名创优品热销场景

球前10大IP授权商有6个、前20大IP授权商有9个，均已与名创优品达成合作。截至2024年，名创优品全球IP产品销售规模突破100亿，每年上新超1万款IP产品，历史累计销售IP产品超8亿件。

需要看到的是，从国产首部3A游戏《黑神话：悟空》全球热销，到《哪吒之魔童闹海》以优异票房成绩火爆全球。影视、游戏作品火热出海，带动中国IP海外竞争力持续提升。文化出海成为当下IP经济发展的重要趋势。

例如，名创优品在2024年宣布，未来10年将助力百个中国IP走向世界，推动中国IP持续发

展。《黑神话：悟空》将作为该计划的重磅IP，从北京首发，到海外市场，带领中国IP走向世界。

如何提升国产IP与衍生品企业的海外竞争力，各家打法不同。刘晓彬表示，目前公司在选择IP时会综合评估内容深度、粉丝基数、客群匹配度及市场开发成熟度，避免因过度开发导致稀缺性下降。

“我们既能与全球顶级IP合作，又可整合多元品类，形成高密度的联名产品矩阵。门店还会通过场景化陈列、互动体验和IP专区设计等方式，将门店转化为内容生产场景，降低营销成本并提升用户

黏性。”刘晓彬说，文化差异是目前IP出海的主要挑战，需重点选择具有审美共性的IP并通过社交媒体强化内容传播。

此外，名创优品依托全球超1400家供应链资源与极速上新能力，名创优品将热门IP快速转化为高性价比商品。集团全球超7400家门店形成线下体验矩阵，同步打通线上话题传播，构建“种草-体验-复购”闭环。数据驱动的IP选品机制，通过分析行业趋势、门店销售数据、线上访问量及用户画像等，精准匹配IP与目标客群。📌

☆ 供图/名创优品



☆ 名创优品·悟空联名主题门店



注入国潮 助力品牌年轻化

消费者是企业服务的核心，他们的需求、偏好、消费习惯等因素都会影响企业的产品设计和市场策略。当下，将传统文化元素与时尚设计融合的文创产品、国潮类产品频频出圈，成功占据了年轻消费者的市场。感受到消费市场的风向变化，新乳业在品牌营销中积极融入国潮元素，成功破圈突围，赢得了年轻消费者的“芳心”。

牛奶粉丝节是新乳业极具影响力的活动IP，更是品牌 and 用户之间进行深度交流互动以及文化传播的重要桥梁与纽带。2025年新乳业的牛奶粉丝节与非遗联动。1月中旬，新乳业将永乐宫和非遗元素“搬”到了合肥，以非遗鱼灯巡游、鱼灯制作、捏面人、剪纸、春联、拓印、击鼓开市、“神仙”走秀、吉时亮灯等特色民俗节目圈粉无数。新乳业旗下各个子品牌更是全国多城联动，通过火壶、打铁花等非遗表演、开启带有非遗元素的新年市集等多种形式，实现了品



☆ 新乳业“初心”系列产品

牌在年轻消费群体中的深度传播，为牛奶粉丝节这一IP注入了源源不断的文化活力。

品牌年轻化是新乳业持之以恒的工作方向，公司

拥抱国潮 新乳业收获“流量密码”

当下，国潮热度持续升温，以非遗为代表的传统文化通过充满新意的活态传承，受到了越来越多年轻人的追捧。精准捕捉到这一趋势变化，2025年新乳业的牛奶粉丝节借助丰富多样的非遗文化，获得了“流量密码”，成功打入年轻人的社交圈。

相机而动、步步为营，是新乳业从地方小乳企成长为区域乳企龙头的关键之一。就像它能在常温奶竞争格局已定的局面下，及时洞察到乳制品消费高端化趋势中的结构性细分机会，以“鲜”为核心，发力低温奶赛道，坚持长期主义，走出了一条差异化的发展道路。

当前，乳制品行业进入周期性低谷，新乳业却逆流而上，继续保持业绩稳健增长，2024年前三季度归母净利润同比增长24.37%。面对复杂的市场环境，新乳业董事长席刚表示：“重要的是保持好战略定力，同时保持对外界变化的敏捷程度，积极拥抱新科技、新趋势。”

文——康曦



☆ 新乳业与永乐宫联名推出“牛奶粉丝节”



☆ 新希望乳业牧场

不断探索与年轻消费者互动的新模式，拥抱国潮只是其中之一。积极洞察年轻人的需求和期待，与年轻人玩在一起，是新乳业能持续受到年轻消费者青睐的重要原因。随着年轻消费者对健康的重视，公司旗下“初心”品牌聚焦健康营养赛道，坚持零糖系列培育，从人、货、场三方面全面升级，让“初心”聚焦成为以家庭、户外消费为主的轻生活方式品牌。



☆ 新乳业活润系列产品

坚持“鲜战略” 实现市场突围

保持战略定力，坚持长期主义，是新乳业能在激烈的乳业赛道突出重围的关键所在。自2010年旗帜鲜明地提出“鲜战略”以来，低温产品在新乳业的营收中占比逐年提升，目前低温产品对公司主营业务的贡献超过50%，其中，占比较高的低温鲜奶和低温酸奶在2024年前三季度保持了高个位数的增长。

席刚表示：“在品类选择上，新乳业始终坚持选择做新鲜的品类，这一点从2010年直到现在从来没有变化过。我们矢志不渝地为用户提供更新鲜、更具活性的乳制品，这一直是我们坚持不变的企业使命，也是我们提供给用户的价值。”



☆ 24小时系列产品

谋定而后动。确定“鲜战略”以来，新乳业以低温鲜奶、低温特色酸奶产品为主导，以DTC渠道为增长的重要引擎，专注核心区域和核心市场，打强各区域市场的深度和密度，同时特色品牌进行区域扩张。通过分布经营、区域深耕的方式，提升各区域市场的份额和品牌影响力。切实从“鲜、亲、透”三大核心内容提升企业的核心竞争力，奶源布局与重点经营城市相匹配，凭借稳定优质的奶源、新鲜健康美味的产品、高效的冷链配送体系，通过全链条的“鲜”能力建设打造极致新鲜的运营能力。

新乳业以低温产品为主导，与主要龙头企业差异化竞争，实现了总体市场份额以及主要经营区域市场份额持续稳定提升，公司2024年前三季度归母净利润同比增长24.37%。

新乳业表示，在行业整体表现相对承压的情况下，公司依然在自己擅长的低温奶领域发力，通过产品结构升级、降本增效、优化费用，实现净利润率持续提升，朝着五年战略规划利润率目标迈进。根据公司发布的《2023-2027年战略规划》，将做大做强



☆ 新乳业系列产品



☆“鲜来运转”非遗焕新夜场景

强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增。

新乳业长期看好低温品类增长，越来越多消费者，包括年轻一代对低温的需求和接受度高，消费者对“鲜”品类的价值认知和对“新鲜”食物的诉求会不断提升。

发展新质生产力 助推高质量发展

面对科技发展，发展新质生产力成为新乳业高质量发展的内在要求和重要着力点。

在产品研发方面，公司在生物科技端持续加大投入，聚焦益生菌、酶工程等生物科技方向的研究和成果转化，同时，自主开发的“FZLL”系列工业发酵剂、面向C端的即食乳酸菌“菌小方”等科



☆新乳业集市

研成果通过新成立的“分子力量”生物科技公司实现了稳定的转化和产业化。

加速数字化转型步伐。营销数字化方面，公司自研发和自运营的电商+用户运营数字化平台“鲜活go”应用范围已扩展至十余家乳制品子公司，通过一物一码、团购等营销场景助力，进一步提升以智能柜、数字化门店、周期购、奶卡为核心的消费场景的推广效果，构建了多个全新的消费场景及营销能力；供应链数字化主要在设备管理、PMC精益化管理与优化等领域开展。经过持续运营优化，截至2024年6月，已上线公司设备资产管理线上化率达100%，设备运行效率超95%；在PMC精益化管理中，整体订单线上化率进一步提升至95%。

面对大模型等新技术，公司也积极与时俱进。“我们要去及时跟进，与之产生连接。虽然我们不是IT科技公司，无法直接上手去做一个大模型，但是

我们有场景、有数据，可以积极地与有算法、算力和大模型的公司开展合作，能够保持在创新的行列内。”席刚表示，“我们最早在营销相关领域尝试应用AI大模型，如客户管理、产品研发和新产品开发。慢慢地，我们也在尝试做智能化工厂和智慧供应链，在工厂上通过硬件加软件做数据集成，用算法让数据更智慧；在供应链上，我们希望在原有供应链的基础上与国内优秀的技术公司合作，特别是在冷链方面去做偏垂直的模型，还是要专注低温品类，进行差异化竞争。”

前途是光明的，道路是曲折的。在新乳业看来，随着消费者的健康意识提升和乳制品消费习惯的养成，乳制品行业发展潜力依然较大，长期向好的趋势不变，企业必须坚定发展新质生产力，致力技术创新，才能走向高质量的发展道路。③

☆供图/新希望乳业



☆“鲜来运转”非遗焕新夜场景



苏盐井神：传承淮盐文化底蕴 实现盐业“华丽转身”

盐，在古代非常珍贵，被誉为“白色的金子”。司马迁在《史记·货殖列传》中记载：“彭城以东，东海吴广陵有海盐之饶”，将“淮盐”的产地描述得清晰具体。公元13世纪，马可·波罗在游记里记载中国一处漫长海岸线地带生产大量的盐，这便是天下之争、一国之粹的“淮盐”。

直至今日，从淮盐千年风雨中走出了一家上市公司——苏盐井神，实现了淮盐从炼海为盐到采矿制盐的迭代新生，在新时代中国盐行业高质量发展壮阔征程中熠熠生辉。

文—— 孟培嘉

传承淮盐千年历史

淮盐始于春秋、兴于唐宋、盛于明清，有文字记载的历史已有2500余年。自古便有“淮盐出、天下咸”“天下大计仰东南、东南大计仰淮盐”的说法。千百年来，淮盐不仅滋养百姓的生计，融入了中华民族的血脉，而且作为历代王朝的经济支柱，对古代中国的政治统一、经济发展、文化繁荣发挥了重要作用。

两汉时期，两淮亭场盐灶不断增加，到南北朝时已是“海滨斥卤，盐田相望”，产量得到了极大的提升，在国家财政中的占比不断增加；隋唐时期大运河的贯通让扬州、淮安成为水运枢纽，淮盐转运直达洛阳，进一步奠定了扬淮兴盛的基础。及至宋元时期，淮盐产量在全国海盐产量中已位居第一，所获盐利成为国家财政的重要组成部分。据《中



☆ 万亩日晒制盐滩场

国盐业史》载，清朝乾嘉道三朝，“淮盐”最高年产量已近8亿斤，约达全国盐产量的三分之一。以淮盐产销为纽带，形成淮盐城市群和文化圈。因盐而兴的经济繁荣，造就了扬州、泰州、淮安、南通、盐城、海州等名城重镇。

盐商也是盐业发展中形成的核心群体。明清



☆ 淮盐品牌系列产品



☆ 万亩日晒制盐滩场

时期，相对稳定的食盐运销特许制度，让盐产业迅速成为国家经济的重要组成部分，并造就了一大批显赫一时的豪商巨贾。乾隆年间，清政府的年财政收入大概是4000万两白银，而扬州盐商每年赚取的利润至少达1500万两白银，可谓是“富可敌国”。在盐商的资助与贡献之下，扬州、淮安两地的文化、教育、卫生、城建等诸多方面得到长足的发展，并为后世留下了可观的文化遗产。

盐城中国海盐博物馆、淮安淮盐文化博物馆（体验馆）、连云港淮盐文化博物馆、泰州江苏盐税博物馆均展示了淮盐文化的悠久历史与博大精深。仪征十二圩、东台西溪、大丰草堰等淮盐特色小镇，扬州个园、汪鲁门宅、卢绍绪宅和盐宗庙以及淮安的曲江楼、菰蒲曲和荻庄等盐商住宅、盐业遗址，也是淮盐文化的“活态博物馆”



☆ 瑞泰盐业公司春季扒盐职工做康现场

打造现代制盐产业

20世纪末，淮盐经历海盐向矿盐、重产向重销、传统管理向现代管理的华丽转身，苏盐井神成为穿插其中的重要一环。2001年，江苏省井神盐业有限公司正式设立，此后成为生产淮盐的主体。2008年，苏盐集团按照“整合、改造、上市”原则，以“井神盐业”为主体开展一系列资源整合。2009年，公司正式变更为“江苏井神盐化股份有限公司”。2015年12月31日，苏盐井神在上交所主板正式上市。

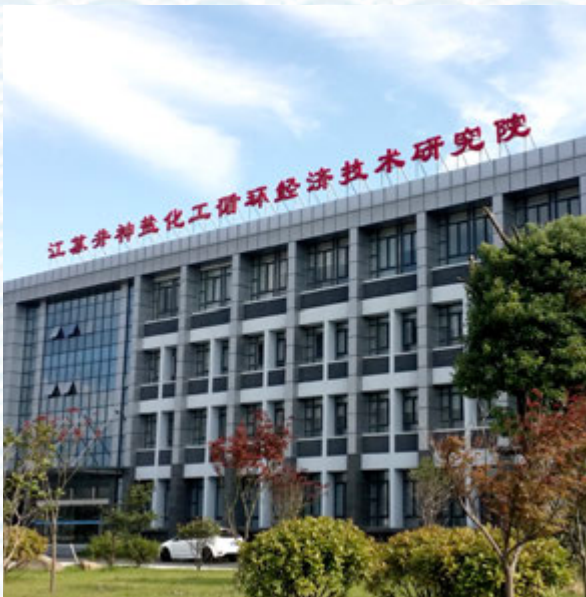
2019年，苏盐井神完成重大资产重组，将控股股东苏盐集团的食盐经营相关业务、营销体系注入公司，正式变更为“江苏苏盐井神股份有限公司”，进一步提升市场竞争能力和盈利水平，彰显上市公司“苏盐”“井神”双品

牌影响力，也成为全国盐行业中率先完成产销一体化深度融合的上市企业。

2025年初，工信部消费品工业司发布了《升级和创新消费品指南（轻工 第十一批）》入选产品公示，苏盐井神“淮”牌天然精制岩盐入选创新消费品名单。

据悉，本次入选的“淮”牌天然精制岩盐，原料源自千米以下的天然岩盐，经国外进口的先进超真空蒸发设备精制而成。颗粒圆润、粒粒饱满，外观呈球形鱼籽状，产品严格控制生产的每一个环节，未添加碘剂、氯化钾和亚铁氰化钾等食品添加剂，深受消费者喜爱。

“淮”牌天然精制岩盐的大放异彩正是苏盐井神继承淮盐文化、深挖其历史底蕴、着力打造卓越产品和卓著品牌的一个缩影。据悉，苏盐井神在全国盐行业中率先获得省长质量奖、全国质



☆ 苏盐井神循环经济研究院

量奖、亚洲质量卓越奖等荣誉，生产的“淮盐”通过首届“江苏精品”认证，成为家喻户晓的“中国驰名商标”“中国名牌产品”和“中华老字号”品牌。



☆ 万亩日晒制盐摊场

拓宽产业发展链条

进入新世纪，在传承传统制盐工艺基础上，苏盐井神全面推进产业转型，积极进军盐化工、盐穴综合利用等产业，取得了显著成就。

2011年，苏盐井神60万吨联碱项目（一期）竣工投产；2013年，100万吨/年热泵盐钙联产项目（一期）建成投产。这些项目先后实施，优化了苏盐井神产业结构，也建成了全国领先的盐碱钙循环经济产业链，市场竞争力得到进一步增强。

在做精做细、放大盐碱钙循环经济产业链优势的同时，苏盐井神积极探索地下盐穴资源综合开发利用，调整产业结构，优化产业布局，构建“盐+储能”产业发展新格



☆ 淮盐品牌系列产品



☆ 大运河畔的绿色智造基地

局。其引领性打造了“采矿—制盐—盐穴储油、储气、储电”绿色循环产业链，利用地下盐穴空间资源储能（储油、储气、储电）等，挖掘淮安丰富盐穴地下空间资源价值，建设国家级大型地下能源战略储备基地。

苏盐井神与中石油储气库公司合资成立江苏国能石油天然气有限公司，共同建设张兴储气库项目。2023年10月19日，与中石油合作建设的张兴储气库项目一期注气排卤顺利完成72小时试运行。2024年12月9日，张兴储气库通过72小时采气试运行，并于2025年2月27日顺利完成采气期采气约1230万方，实现注、采气全流程商业化的全面贯通，开启了苏盐井神盐穴储能产业发展新篇章。

2024年12月，苏盐井神储气库卤水制盐综合利用工程项目也正式开工。储气库卤水制盐综合利用工程是苏盐井神着力构建“盐+储能”产业新格局、发展新质生产力的战略规划项目，列入2024年江苏省重大项目清单。项目计划总投资18.89亿元，制盐主体装置采用国际先进的机械热压缩（MVR）生产工艺，辅以风光储一体化新能源建设，通过运用数智化技术，打造5G+立体化、高效化、智能化一体的“绿色智慧”工厂。

此外，苏盐井神还联合江苏省国信集团、淮安产投公司，建设两套30万千瓦压缩空气储能电站，全面进军新型电力系统建设。📍

☆ 供图/苏盐井神



☆北京牛栏山二锅头酒文化博物馆揭牌仪式

百年牛栏山： 非遗技艺传承与产业创新的双轨实践

作为国家级非物质文化遗产代表项目，牛栏山二锅头凭借独特的酿造技艺与市场化创新，在白酒行业构建起差异化竞争壁垒。通过“技艺传承+品质升级+文旅融合”的三维战略，这家老牌酒企在传统工艺保护与现代化转型之间找到平衡点，为行业提供可参照的发展样本。

文—— 杨梓岩

从历史考证到标准化传承

牛栏山的酒文化源远流长，三千年前的饮酒痕迹在1982年出土的西周青铜酒器上得以印证，而牛栏山二锅头的酿造传奇，也已悄然书写了至少三四百年。

翻阅北京《顺义县志》，能看到往昔牛栏山酿酒业的繁荣景象：众多烧锅林立，百余酿酒工人忙碌其中，所酿之酒甘冽醇厚，畅销邻县乃至京城，“牛栏山之酒”声名远扬。

牛栏山二锅头传统酿造技艺，是历代酿酒师智慧的结晶。从原料选取到成酒装瓶，每一步都暗藏玄机。制曲环节，需遵循低温制曲原则，让微生物在适宜环境中生长，为后续发酵奠定风味基础；清蒸续米

查、混蒸混烧工艺，巧妙融合各种香气成分，赋予酒独特风味；低温入缸、地缸发酵，陶坛贮存，使得酒质在时光的沉淀中愈发酵厚。以高粱为例，牛栏山酒厂选用优质高粱，这种高粱颗粒饱满、淀粉含量高，为二锅头的醇厚口感提供了坚实基础。水源则取自当地优质地下水，水质清澈甘甜，富含多种矿物质，如同酒的“血液”，为酒增添了独特的风味。

为传承这一珍贵技艺，牛栏山酒厂开启了一场守护之旅。2000年起，酒厂工作人员化身“文化侦探”，四处寻访酿酒老工人、老技师。在与他们交谈过程中，收集到许多珍贵资料，那些尘封已久的故事和经验得以重见天日。例如，挖掘出牛栏山地区特有的踩曲劳动号子，并整理成踩曲歌，成为酒厂独特的文化印记。



☆牛栏山二锅头生产线



☆ 遵循传统仪式的拜师大会

同时，新员工拜师学艺成为传统，年轻一代在老技师的悉心指导下，接过传承的接力棒，让古老技艺代代相传。曾在2007年举办的“京城酒脉、百载传承”拜师封酒大会，更是规模盛大，不仅恢复了中断近半个世纪的拜师仪式，还向社会展示了中华民族尊师重教的传统美德，强化了传统酿酒技艺的传承链。终于，2008年，“牛栏山二锅头酒酿制技艺”成功入选国家级非物质文化遗产名录，这是对其技艺价值的高度肯定。

技术研发与市场适配的双向突破

在坚守传统的同时，牛栏山酒厂深知创新是企业发展的源动力。牛栏山质量检测中心应运而生，宛如

酒厂的“智慧大脑”，专注科技研发与新品开发。研究所借助现代化技术手段，深入解析传统酿造技艺，建立起华北地区规模领先的P2级微生物实验室，在行业内率先取得国际认可，科研实力直追茅台等知名企业。

面向追求品质的消费者，推出高端系列产品，从原料筛选到酿造工艺都精益求精。像牛栏山经典二锅头，在酿造过程中严格把控每一个环节，选用优质高粱、小麦等原料，经过长时间的发酵和陈酿，口感醇厚绵柔，香气浓郁持久，成为市场的热门选择。

质量管理方面，牛栏山酒厂堪称行业典范。早在1998年就通过ISO9000认证，此后“原产地标记认证”“HACCP（食品安全）认证”等荣誉纷至沓来。2008年，“地理标志产品牛栏山二锅头酒”国



☆ 科技赋能实验研究



☆ 现代化生产车间



☆牛栏山酒厂厂区图

家标准获批发布，这不仅是对产品品质的权威背书，更是牛栏山酒厂引领行业标准的有力证明。

为确保产品质量，酒厂建立了严格的质量检测体系，从原料采购到生产加工，再到成品出厂，每一个环节都进行严格检测。例如，在原料采购环节，对高粱、小麦等原料的产地、品质进行严格筛选；在生产过程中，对发酵温度、时间等参数进行精准控制；在成品出厂前，对酒的口感、香气、酒精度等指标进行多次检测，只有符合标准的产品才能进入市场。



☆厂区一景

从生产场景到文化IP

当文化遇上旅游，奇妙的化学反应在牛栏山酒厂上演。2023年，北京牛栏山二锅头文化苑盛大开馆，这座文化苑宛如一座白酒文化宝库，收藏着牛栏山二锅头的历史记忆与酿造智慧。馆内，老物件、老照片诉说着往昔故事，多媒体展示让游客沉浸式感受酿造技艺的魅力。在这里，游客可以看到百年前的酿酒工具，如古老的酒甬、酒篓等，仿佛穿越时空，回到了那个酒香四溢的年代。多媒体展示区通过光影效果，生动地展示了二锅头的酿造过程，让游客更加直观地了解这一传统技艺的魅力。

为了让文化苑“活”起来，牛栏山酒厂积极与各方合作。与文旅部门携手，吸引旅行社、文旅机构参与，精心打造工业旅游线路。游客漫步在酿酒车间，能闻着浓郁酒香，亲眼见证粮食如何在传统工艺下转化为美酒；走进酒窖，感受岁月沉淀的醇厚气息；在文化苑里，深入了解牛栏山二锅头的前世今生。

同时，牛栏山酒厂联合各方举办丰富多彩的文化活动。酒文化节上，品酒、调酒大赛吸引众多爱好者参与；酿酒技艺展示活动中，老师傅现场演示传统工

艺，让观众大饱眼福。在一次酒文化节上，来自全国各地的品酒师齐聚一堂，共同品鉴牛栏山二锅头的不同酒款，交流品酒心得。调酒大赛中，选手们发挥创意，用牛栏山二锅头调制出各种新颖的鸡尾酒，展现了二锅头的多元魅力。这些活动不仅丰富了游客体验，还提升了品牌知名度，让牛栏山二锅头成为北京文旅的热门打卡点，推动了当地文旅产业发展。

牛栏山酒厂的实践表明，传统工艺类非遗项目的产业化，需要平衡三重关系：技艺本真性与生产标准化、文化稀缺性与市场普适性、历史厚重感与消费年轻化。其通过科研投入降低工艺经验依赖、通过场景再造激活文化附加值、通过产品分层突破价格天花板等举措，为老字号转型提供了可量化的实施路径。在白酒行业集中度持续提升



☆牛栏山白酒鸡尾酒调配深得年轻人喜爱

的背景下，这种“非遗+”发展模式仍需在国际化的表达、年轻消费群体培育等维度深化探索。⑨

☆供图/牛栏山



☆牛栏山魁盛号新品发布会

非遗赋能 战略聚焦 酒鬼酒的价值重构

在白酒行业深度调整期，酒鬼酒以非遗技艺为差异化抓手，着力探索传统工艺与现代经营的交汇点。在非遗赋能与调整经营策略的双轨并行下，这家湘西酒企正尝试在行业变局中重塑竞争力。

酒鬼酒馥郁香型白酒酿制技艺，通过五粮配比与双曲发酵技术，构建起“一口三香”的风味壁垒。面对渠道库存高企、高端产品内参系列增速放缓等挑战，酒鬼酒启动差异化与聚焦战略，立足湖南大本营市场，推进核心单品红坛酒鬼与甲辰版内参的控价分利模式，同步发力新零售与企业团购渠道。

文—— 杨梓岩



☆ 酿酒车间——摊凉



☆ 酿酒车间——糖化料加小曲

工艺壁垒：非遗背后的技术体系构建

酒鬼酒酿制技艺已被列为湖南省非物质文化遗产。酒鬼酒选用高粱、糯米、小麦、大米、玉米五粮为原料，比例精准把控。小曲糖化与大曲堆积的“双曲接力发酵”技术巧妙融合浓、清、酱三香特征。发酵时，湘西特有的黄壤窖泥发挥着关键作用，其pH值约6.0，铁钙含量低，质地细腻、粘度适宜、持水性强，为微生物群落营造了理想的代谢环境。

在漫长的窖藏陈酿过程中，酒体自然老熟，形成独树一帜的“一口三香”风味结构。酒鬼酒



☆ 酿酒车间——入满粮醅，盖窖面泥的抹平

的传承系列便是这一非遗技艺的生动演绎。其陶瓶由艺术大师黄永玉精心设计，麻纹肌理还原湘西传统麻袋造型，瓶颈处的蝴蝶结麻绳寓意“福至心灵”。酒瓶采用仿陶化妆土工艺，将质朴的

农耕文化与现代审美完美结合，不仅是美酒的容器，更成为极具收藏价值的文化载体。为确保品质，每批次酒体从原料到成品的生产过程管控，全程数据可追溯，以“科技+传统”的双重保障，让酒鬼酒的



☆ 酿酒车间——打米喷



☆ 酿酒车间——酿酒仪式表演



☆ 酿酒车间——取酒完成将糟醅放置在凉床上摊凉

非遗品质得以延续。近年来，获得法国波尔多世界酒类博览会金奖、比利时布鲁塞尔世界酒类博览会金奖等多项国际殊荣。

湘西水资源丰富，清泉密布，多为承压矿泉水。经地层反复过滤涌出的泉水清澈透明，流淌间融入空气、增加溶氧量，在二氧化碳作用下，溶解了钠、钙、钾、镁等矿物元素，偏硅酸盐和锶含量丰富，符合国家生活饮用水标准，成为酿酒的绝佳水源。湘西多溶洞，酒鬼酒传承民间藏酒技法，以陶坛封存美酒于天然溶洞中。溶洞内温度常年稳定在15—20℃，湿度维持在80%以上，这种恒温恒湿的环境，让酒体熟化进程平缓且均匀，历经岁月，酒体透明或微黄，醇厚丰满、口感柔顺悠长、香味馥郁。

文化赋能：地域IP与消费场景的共振

酒鬼酒一直致力于深度挖掘在地文化，积极推动湘西非遗价值转化。在与湘西山谷居民的合作中，酒鬼酒高端系列生肖酒虎年、兔年、龙年包装设计均采用苗绣、银饰等非遗技艺，为湘西丰富的非遗资产在产业中实现价值增值开辟了新路径。苗族刺绣针法繁复多样，饱含着苗族人民对自然、生活的理解与祈愿，将其运用在生肖酒包装上，每一针每一线都为酒品注入了鲜活的民族文化灵魂；银饰造型精美、工



☆ 包装车间



☆ 甲辰龙年生肖纪念酒

艺精湛，同样为包装增添了独特魅力。

此外，酒鬼酒还携手相关组织开展各类活动，如“馥郁乡村·非遗中黄”影像创作活动。该活动由湘西州文联指导，湘西

州摄协、酒鬼酒股份有限公司与湘西山谷居民联合主办，旨在弘扬民族文化，传播非遗技艺。活动期间，在山谷居民打造的国家

级文化产业基地中黄村，学员们深入了解苗绣等非遗项目。山谷居民艺术总监易华亲自展示国家级非遗项目苗绣的精湛技艺，并



☆ “馥郁乡村·非遗中黄”影像创作活动（苗家阿妹刺绣）



☆ 54度500mL酒鬼酒（壬寅兔年生肖纪念酒）

诠释酒鬼生肖酒图案内涵和制作工艺。酒鬼酒通过这些活动，将自身品牌与非遗文化紧密相连，不仅提升了品牌的文化内涵，也为非遗传承搭建了更广阔的平台，让更多人了解到湘西非遗的魅力，促进了非遗在新时代的传承与发展。

湘西酒文化源远流长，古丈白鹤湾战国古墓曾出土盛酒陶罐。宋代朱辅《溪蛮笑丛》记载“咂酒，……以藤取之，多以鼻饮者”；清代《湖南通志》有“山

同酒，出永顺”的记录。湘西民间诸多习俗都与酒紧密相关，嫁女的“陈女酒”、接亲的“拦门酒”、收获时的“尝新酒”、插秧的“开秧门酒”、小孩满月的“祝弥酒”、七月半的“祭祖酒”、竖新屋的“上梁酒”，以及“打围酒”“庆功酒”“拜把酒”等。逢年过节、接亲嫁女，家家户户都会自酿美酒，远客到来，捧上一碗酒，寓意吉祥降临。酒鬼酒正是在这样深厚的酒文化土壤中孕育而生，传承千年酒韵，延续着湘西人

民与酒的不解之缘。

战略调整：从全国扩张到区域深耕的路径转换

当前，酒鬼酒经营短期承压。从业绩数据来看，酒鬼酒披露的2024年度业绩预告显示，预计全年营业收入14.23亿元左右，较上年同期下降49.7%左右。酒鬼酒表示，当前白酒行业处于深度调整周期，挤压式竞争加剧，渠道合作伙伴经营行为保守，客户回款意愿谨慎。

产品层面，高端产品内参甲辰版仍处于市场拓展阶段，未能形成销量支撑，导致高端产品收入在收入结构中占比下降。在去库存过程中，销售费用率上升明显，2024年第三季度销售费用为4.76亿元，销售费用率升至39.37%。

为应对困境，酒鬼酒积极调整战略。在产品策略上，强化聚焦核心战略大单品。内参系列聚焦甲辰版内参，推进控盘分利模式。通过严格控制产品流向与价格体系，保障各级经销商合理利润空间，稳定产品价格，提升客户经营利润，增强市场对产品价值的认可。酒鬼系列围绕红坛酒鬼，梳理优化产品体系，淘汰部分竞争力较弱的产品，集中资源打造核心单品，提升产品辨识度与市场竞争力。

在市场布局上，酒鬼酒由深度全国化向深耕湖南省内、打造省外样板市场聚焦战线。酒鬼酒



☆ 酒鬼酒&长沙文和友跨年派对

计划大力提升省内覆盖率，力争实现湖南县级市场100%覆盖。省内市场是酒鬼酒的大本营，拥有深厚的消费基础与品牌认知度，深耕省内有有助于稳固基本

盘，挖掘潜在消费群体。同时，在省外精心挑选经济发达、白酒消费氛围浓厚的区域打造样板市场，集中优势资源进行品牌推广与市场培育，以点带面，逐步拓

展省外市场版图。

此外，酒鬼酒还将发力新零售、餐饮消费、企业团购等业务渠道，挖掘增长新动能。在新零售领域，酒鬼酒积极与电商平台、线上酒类专卖店合作，布局直播带货、社群营销等新兴销售模式，精准触达年轻消费群体与线上购酒客群。在餐饮消费方面，酒鬼酒加强与各大餐饮企业的合作，开展品鉴会、联合促销等活动，提升产品在餐饮终端的铺货率与动销率，借助餐饮场景实现产品与消费者的直接互动。针对企业团购，酒鬼酒组建专业团队，深入企业开展定制化服务，根据企业需求开发专属产品包装与品牌活动，满足多样化用酒需求。⑤

☆供图/酒鬼酒

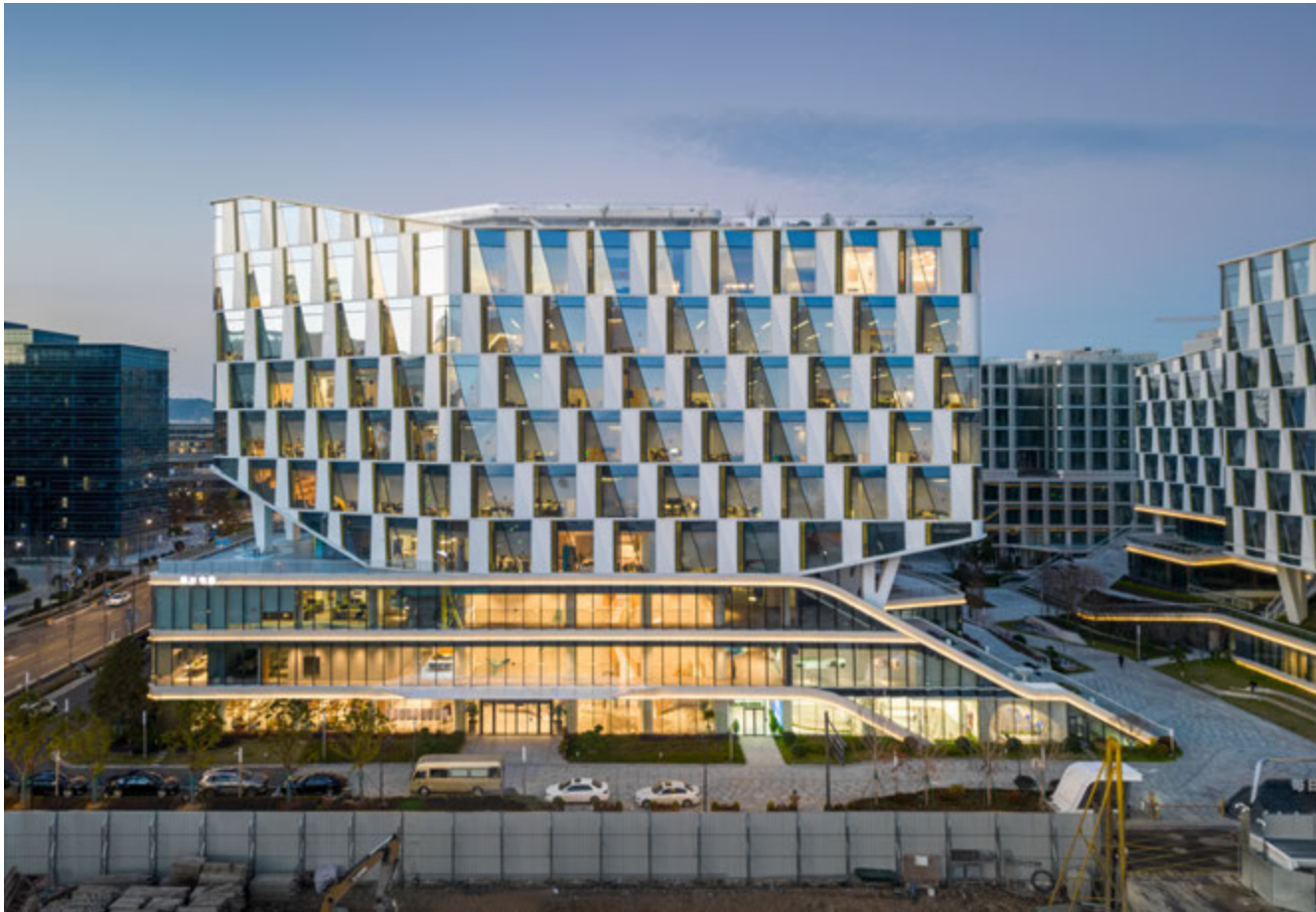


☆ 酒鬼酒&长沙文和友跨年派对

每日互动：数据智能“织网” 助力千行百业“腾飞”

2025年初，人工智能大模型DeepSeek惊艳亮相，迅速成为全球焦点，其背后正是由数据与智能无数次碰撞引发的技术大爆炸。每日互动是一家专业的数据智能服务商，总裁刘宇接受中国证券报《收藏投资导刊》专访时表示，“公司于2019年上市之际，便前瞻性地提出‘数据智能’概念。公司将持续深入挖掘客户业务场景中的痛点和需求，不断探索和实践数据智能在不同场景下的应用，力争让每个行业都能抓住智能时代的‘船票’。”

文—— 罗京



☆ 每日互动总部大楼每日金座



☆ 每日互动联合生态公司共同打造的“数智绿波”产品

政企协同： 开放数据催生“智慧火花”

每日互动的创业历程可追溯到2005年，当时创始人方毅还在大学读研。刘宇回忆道，“彼时，杭州正处于鼓励大学生创业的热潮，市领导会定期组织大学生创业沟通会，倾听企业在发展中遇到的难题，及时给予政策支持和方向指引。这种关怀让团队在艰苦的创业环境中感受到温暖，也获得了宝贵的发展助力，在杭州扎下了坚实的根基。”

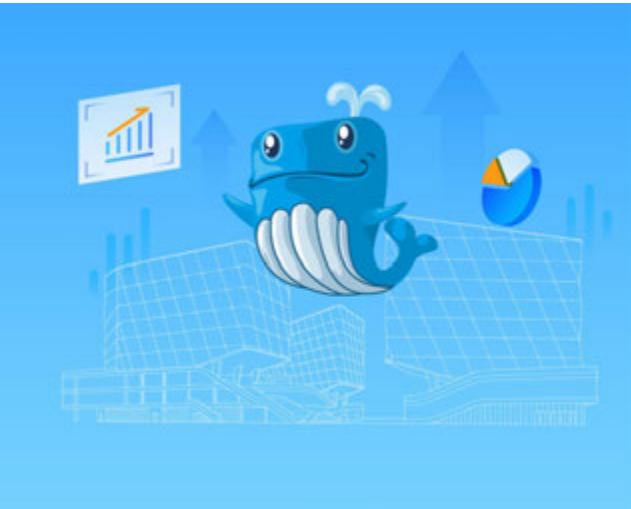
杭州的创业生态为年轻的每日互动注入了养分。电商、出行、数据智能等领域的创新成果在此交汇，形成独特的产业集聚效应。“在这里，我们总能第一时间捕捉行业脉搏，找到创新的灵感。”刘宇表示。

以杭州城市大脑建设为例，每日互动通过观察城市交通中的实际问题，如红绿灯协调、隧道拥堵等，利用自身的数据和算法优势，对数据智能对传统绿波带进行优化升级，让城市交通更加顺畅。

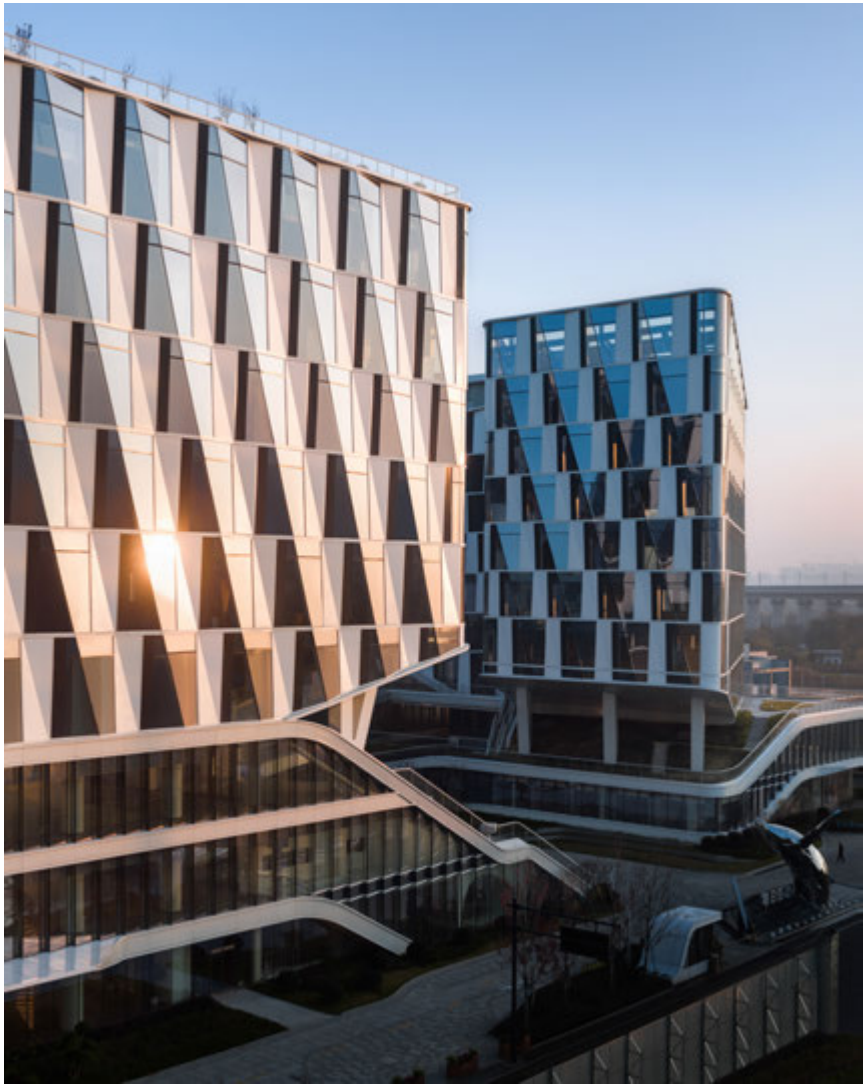
“在这一创新过程中，杭州政府的开放包容，让数据真正‘活’了起来。”刘宇感慨道。政府积极开

放公共数据资源，与企业共同探索创新应用场景，在确保合规安全的前提下，推动公共数据与产业数据的融合。这种政企深度合作模式，降低了企业理解客户需求的门槛，催生了众多创新点，形成了良好的创新生态网络效应。

目前，每日互动还在与政府携手打造“政策精准直达系统”，利用企业画像与政策内涵的智能对接，企业能够快速、清晰地了解自己可享受的政策，以及



☆ 每日互动概念图



☆夕阳映照下的每日金座

为符合政策要求还需努力的方向。

“这种方式不仅大幅提高政策落实效率，为企业节省了大量时间和精力，也有助于政府更科学地制定政策，实现政策的‘精准滴灌’，提高政策的实际成效。”刘宇说。

数据智能： 从概念到场景的“破壁者”

值得注意的是，每日互动于2019年上市之时，便前瞻性地提出“数据智能”概念。刘宇告诉记者：

“当时，这一概念尚未被行业广泛理解，但公司始终坚信数据与智能的深度融合将是未来发展的趋势。”

例如，在市场营销领域，每日互动利用智能算法对海量数据进行分析，精准定位目标群体，制定个性化的营销策略，从而提高营销效果和客户转化率；在APP运营管理方面，通过对业务数据的深度分析，为客户提供决策支持，帮助客户及时发现问题、调整策略，实现更智能的决策。

“我们用数据‘雕刻’用户画像，让广告投放从‘撒网’变‘狙击’；在运营管理中，我们的数据分析就像‘预警雷达’，帮助企业预判、规避风险。”刘宇表示。

而面对行业痛点难点——数据安全，刘宇认为“数据本身的存储和积累需要投入大量的成本，包括硬件设施、人力维护等方面。”“如果仅仅将数据要素



☆刘宇在每日互动M.R. Data Day上发言



☆每日互动总裁刘宇参加2024青科会-全球数字经济论坛

作为一种交易商品进行简单的买卖，并不能充分发挥其真正的价值。相反，从数据中挖掘洞察、知识和价值，并将这些成果应用于产业和商业服务，才是数据利用的关键所在。”刘宇说。

不过，数据难免会涉及到敏感信息。刘宇强调，在数据价值的挖掘和应用过程中，必须严格遵守相关法律法规，确保数据要素使用的合规性和安全性。

未来蓝图： 做智能时代的“造浪者”

2024年12月，每日互动披露2024年度定增预案，拟定增募资不超过7.8亿元，用于可控智算能力平台建设与行业垂直模型产业化项目、公共与产业数据价值开发平台（发数站）项目以及补充流动资金。

根据公司公告，可控智算能力平台建设与行业垂直模型产业化项目应用人工智能技术，重点强化公司数据汇集能力、数据治理能力和数据应用能力；公共与产业数据价值开发平台（发数站）项目重点在包括公共数据、产业数据在内的多方数据基于可信数据空

间技术实现安全合规流通，融合开发实现数据价值。

每日互动表示，募投项目实施帮助公司能够触达包括公共数据、产业数据在内的更多数据源，大幅提升公司对自身数据价值挖掘的能力，为数据应用场景提供新的可能性，对公司现有自营数据产品的基础功能进行扩展、提升和创新，提升“自数”；同时可形成平台化产品将这种能力对外输出，强化“治数”；最终通过汇集更多的数据服务方，保障数据安全流通，融合产生更大数据价值，落实“置数”战略。

“当前，人工智能与大数据之间展现出一种动态的‘双箭头效应’，大数据促进了人工智能的发展，为人工智能算法的优化提供海量的训练语料；而人工智能反过来又提升了大数据的使用效率。”刘宇告诉记者。

“技术浪潮不会停歇，我们要做的是持续‘造浪’。”刘宇表示，公司将持续加码研发，探索数据智能在不同场景的应用，同时以客户需求为锚点，提供定制化解决方案。“力争让每个行业都能抓住智能时代的‘船票’。”

☆供图/每日互动

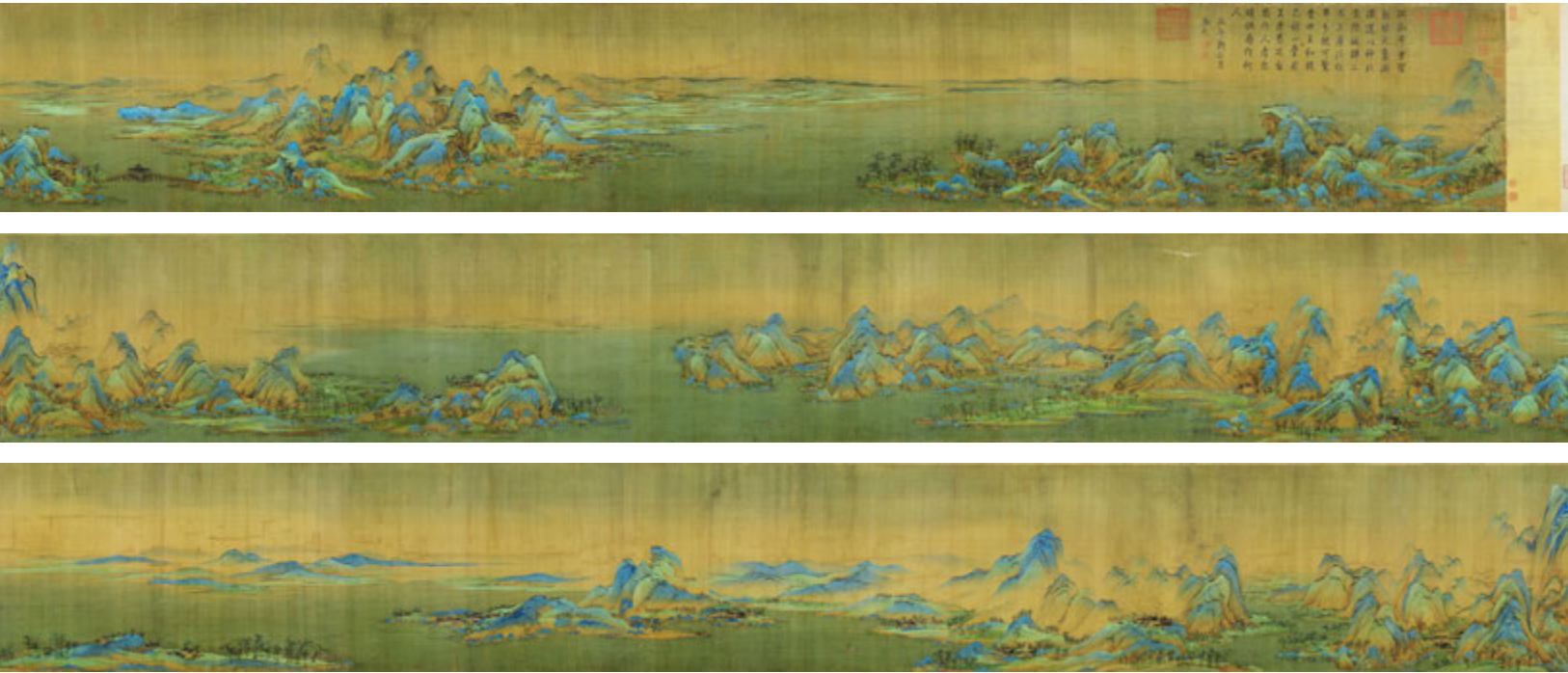
中国书画鉴定中的“望闻问切”

书画鉴定是一门综合性学科，涉及艺术史、材料学、文献学等多领域知识。传统鉴定方法以经验为主，强调“目鉴”与“考据”，而中医“望闻问切”的诊断思路与书画鉴定有异曲同工之妙。本文以“望闻问切”为框架，通过“望”（观察）、“闻”（嗅闻）、“问”（考据）、“切”（判断）四个维度，结合具体案例与图片分析，阐述传统鉴定方法的科学性与实用性。

文—— 李延 王凯



☆ 图 1：《芙蓉锦鸡图》宋徽宗赵佶 81.5x53.6cm 故宫博物院藏



☆ 图 2：王希孟 51.5x1191.5cm 故宫博物院藏

望：观察书画的整体与细节

书画鉴定的第一步，“观”气韵。在中医诊断中，“望”是通过观察患者的面色、神态、形态等，判断其身体的健康状况和气血运行情况。同样，在书画鉴定中，我们也可以通过“望”来初步感受书画作品的整体气韵。气韵是书画的灵魂，它贯穿于作品的笔墨、构图、意境之中，是创作者情感、修养和技艺的综合体现。当我们面对一幅书画作品时，先不要急于细看每一笔每一画，而是要像中医“望”诊一样，站在一定的距离之外，整体地去感受它所散发出的气息。看它是否有一种生动活泼、自然流畅的韵味。南齐画家、理论家谢赫在其著作《古画品录》中提出了著名的“六法论”，他认为“气韵生动”，为书画作品的第一要义。“气韵生动”指作品中所刻画的形象或整体具有一种生动的气度韵致，富于生命的活力。

我们来看北宋皇帝宋徽宗赵佶创作的这幅《芙蓉锦鸡图》（图一），一枝芙蓉从左侧伸出，花枝上栖息着一只羽毛斑斓华贵的锦鸡，锦鸡回首凝视右上角翩翩起舞的彩蝶，左下角斜出一丛秋菊，增添了画面的层次感。画中芙蓉盛

开，但枝干较细，锦鸡又很肥硕，感觉花枝在摇曳，静中有动，整体画面充满生机与和谐。当然，除了“远观其势”还要“近取其质”。北宋米芾在《画史》也曾有记载：某日他在汴京画肆见到一幅号称吴道子的天王像，远观气韵生动，近看却觉“筋骨不舒”。米芾取水泼画，墨迹还未沁入纸里，竟随水流散。原来是揭裱古画再上新墨的仿作。像中医观察面色一样，书画的“气色”会泄露年龄秘密。曾有某拍卖会上的“宋画”露馅，正是因画中仕女裙角的普鲁士蓝，这种颜料19世纪才传入中国。

闻：嗅闻材料的气味与老化痕迹

“闻”是通过嗅觉感知书画材料的气味，辅助判断其年代与真伪。书画作品的气味可以反映其用墨、用色以及纸张、绫绢的年代和质量。古代纸张、绢帛、颜料在老化过程中会产生独特气味。真迹因年代久远，即使保存不当，闻起来也会气味清淡，现代仿作则可能带有现代化学材料的气味。古代书画使用的墨多为天然形成的油烟墨、松烟墨，气味独特。如果闻到现代墨汁的香味，可能说明作品是现代伪造的。颜料与墨色一



☆ 图三：宋 黄庭坚 书法 仿作

样，例如那幅著名的王希孟的青绿山水《千里江山图》（图二），真迹矿物颜料（如石青、石绿）气味自然，仿作则可能使用化学颜料，气味刺鼻。还有纸张，老纸张和绫绢会有特殊的陈旧气味，而新纸则有较明显的纸浆味。而且老纸张因年代久远，质地较为松脆，轻轻抖动时会发出细微的“沙沙”声，而新纸则声音清脆，且墨还浮在纸的表面，例如这两幅黄庭坚和董其昌的书法仿作（图三、图四），即使先不去判断书法风格，仅从纸张墨色的气味，闻起来就有一股烟熏，化学材料泡染的味道，人为做旧痕迹明显，纸张不是自然老旧，这样的书画作品，无论收藏流转的故事讲得有多好，都要小心谨慎。

问：考据文献与流传脉络

“问”是通过文献与流传记录，追溯书画的历史背景与递藏过程。例如这幅齐白石的《葡萄图》（图五），齐白石（1864-1957），按照虚岁计算，他享年94岁。然而，由于他采用了“瞒天过海法”，在1937年（丁丑）75岁时，跳过两岁自称为77岁。此后，他在作品中自署的年龄比实际年龄多了两岁，但也没有到这画上的款识“九十九岁白石”，所以大家都认为这是一幅赝



☆ 图四：明 董其昌 书法 仿作

品。但此作笔墨潇洒，气韵饱满。款书、用印也都符合齐白石的风格，那是怎么一回事呢，这就需要中医里的“问诊”。这幅画后来被米景扬先生收藏（图六）。米景扬（1936-2023），著名书画收藏家、鉴定家，曾任荣宝斋副总经理。有一次我去拜访米先生，专门问询了他：“大家都对这幅画有争议，您为什么还收藏呢？”。米先生给我转述了这幅画最初的收藏者露雅女士的一

段话。当时六岁的露雅与父亲去拜访自称96岁的齐白石，白石先生现场画了这幅《葡萄图》，当落完款识时，小姑娘童言无忌，说：“错了错了，应该是九十六岁嘛！”。齐老先生听到后幽默的说：“怎么？我不能活到九十九岁么？”幸亏当年那个名叫露雅的小姑娘还健在，不然的话，这幅画的真假还真真是扑朔迷离。也可见“问”在书画鉴定收藏中的重要意义。



☆ 图五：齐白石《葡萄图》69x34cm1956年作



☆ 图六：米景扬讲述齐白石的《葡萄图》

切：触摸材料的质地 判断书画形制

就像切脉感受脉象的虚实，书画鉴定中“切”是通过触摸感知书画材料的质地，辅助判断其年代与真伪。有年代的宣纸质地柔软，触感细腻，仿作则可能质地僵硬。轻弹明代以前的宣纸，会发出清越的金石声，清代竹纸则是沉闷的扑扑声，真正老纸的纤维经过百年磨合，摩擦声该如秋叶落地般参差有致。真迹的墨迹在纸张或绢帛上会有自然的渗透和扩散，而现代印刷或伪造的作品往往缺乏这种自然的质感。下面这两幅齐白石的《虾》（图七、图八），通过“切”纸墨色彩，真迹纸张老旧自然，墨与纸的纹理相互渗透，和谐统一。而仿作纸旧的色彩均匀生硬，墨为现代墨汁，灰暗无光泽，纸墨不和谐。

除了“切”纸墨材料，通过“切”书画形制判断时代也是书画证伪的主要手段。如果在非出现该形制的时代发现该书画，即可判断该书画为伪，而不必再考察其他因素。例如，楹联的出现，始于五代时期，据传当时蜀主孟昶题诗于桃



☆ 图七：齐白石《虾》真迹



☆ 图八：齐白石《虾》伪作

符版上，曰“新年纳馀庆，嘉节号长春”。这是目前所知最早的楹联。但最初只是书写在木门两侧，有驱邪和吉庆之意。直到明后期才衍变到书写在纸、绢上的书法对联。如果有藏家说有收藏文天祥的对联，不用看作品就知道肯定不对。文天祥是元初的，那时候还没有对联这种形制。

“望闻问切”作为传统书画鉴定的核心方法，具有重要的科学价值与实践意义。通过“望”观察细节、“闻”感知材料、“问”追溯历史、“切”触摸质地，鉴定者可以全面分析书画的真伪与年代。随着现代科技的发展，X射线能看穿层层裱绫，如同把脉探知脏腑。拉曼光谱分析朱砂成分时，光谱曲线起伏恰似脉象图。书画鉴定融合传统经验与现代科技，这种综合诊断法正在应用于书画鉴定与文物保护。📖

印章：书画鉴定的“DNA密码”

在中国书画鉴定体系中，印章是作品身份的核心佐证之一。一方印章不仅承载着作者的信用背书，更记录着作品的流传脉络。自宋元文人画兴起后，书画家逐渐形成钤印定品的传统。此前甚至落款都不允许，官印有专门的铸造部门，至明末清初文人们开始自己动手刻自己心中表达自我性情的印章，以明代书画大家文征明的儿子文彭为熟知，他最有名的那方“琴罢倚松玩鹤”（图一、图二、图三），不乏有好友之间相互赠与或嘱托者，久而久之印章便在书画中有了不可或缺的地位。书画鉴定中，印章真假的鉴定也就成了专门的一项判定。据统计，明代以来80%的争议书画案例均涉及印章真假的鉴定，足见其重要性。

文—— 李延 李沿新

一、了解印章的变化过程 不能以偏概全

由于书画用印材料限制，例如宣纸薄厚软硬，印泥粘稠度，沾印泥多少，盖印时垫的物品平整度软硬度，盖印时力量大小均匀程度，印面沾了些灰尘沙粒等，此上因素皆会造成同一方印盖出来或多或少会有所差别，随着使用时间增长，印面出现磨损或者磕碰残破，也会使盖出来的印略有不同。另有每个人用印习惯不同，非所有人都用一次印就清洗干净，就会造成印泥堆积白文越来越细，朱文越来越粗。例如下方这两枚沈鹏书法用印，来自不同的两幅作品，从表面看印泥、刀法、线条都有差别，但均为真印，只是由于印泥多少和钤印时的力量



☆ 图一：青田石，3.3x3.3x8.1cm，印顶有王福厂观款，现藏西泠印社



☆ 图二：琴罢倚松玩鹤 印面



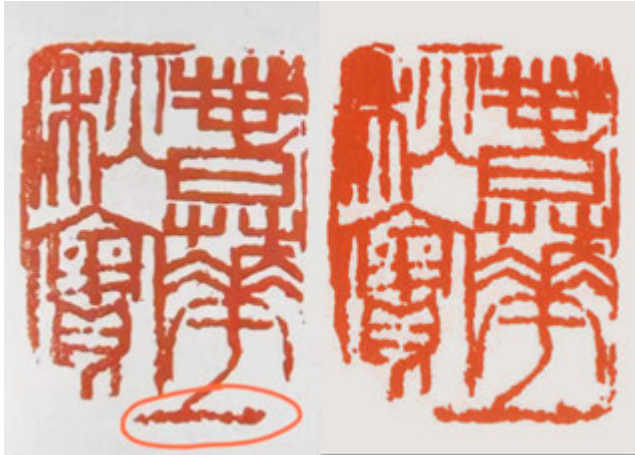
☆ 图三：琴罢倚松玩鹤 印蜕

不同。如果在书画鉴定中仅以其中一枚做参照，凡是不同者便定为伪印，从而否定作品，结论就过于草率了。（图四、图五）

在书画鉴定的过程中，印谱无疑是极为重要的参考依据，为我们判断作品真伪、年代等提供了关键线索。然而，单纯地迷信印



☆ 图四：沈鹏两幅书法真迹上的名章对比



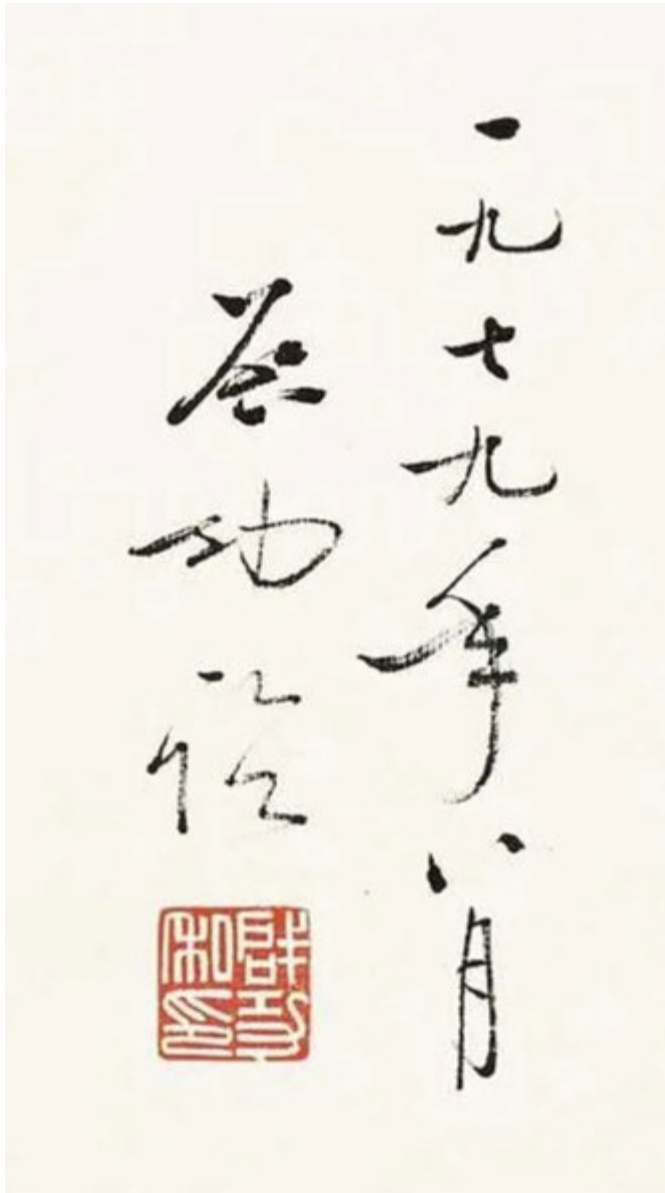
☆ 图五：沈鹏两幅书法真迹上的闲章“春华秋实”对比



☆ 图六：印谱中的“启功私印”



☆ 图八：“启功私印”的印字下面又缺了一块



☆ 图七：1979年8月“启功私印”第一次出现刻痕

谱，将其奉为唯一的鉴定标准，无疑是片面的。要保持理性和客观，综合考量其他诸多因素。因为印谱中的印模是根据某幅作品采集的，但印章在使用过程中难免会出现磕碰情况，这很正常。如果只相信印谱，跟印谱比对不一样便认为是仿制章，从而否定作品，是不可行的。例如启功有

一枚满白文印章“启功私印”，在印谱中印章完好（图六），但在他上世纪七十年代末期的作品上，这枚印章的“功”字下面多了一处凹痕（图七），后来“印”字的一角又缺了一块（图八），其实这是同一枚印章，可能是启功先生使用过程中印章被两次磕碰造成的。所以印谱是鉴定参考的重要依据，但

也不能生搬硬套。

二、辨识印章真伪 要熟悉画家的制印风格

吴昌硕，齐白石等大家自己篆刻，也会给朋友、徒弟治印。例如

齐白石就给大弟子李苦禅刻过多枚印章，“苦禅”“李氏苦禅”等。齐白石的篆刻单刀直入，大刀阔斧。“禅”的最后一竖直接插入印边，金石感很强（图九）。但李苦禅画作的造假者并不熟悉齐白石篆刻的风格，或臆造，或照猫画虎，线条软弱，刀法功力不足。这样即使不看作品，通过印章便可判定李苦禅作品是赝品。所谓仿得了字画，不成想印章露了马脚。此外，邓文白的厚重，赵之谦的雅致，陈



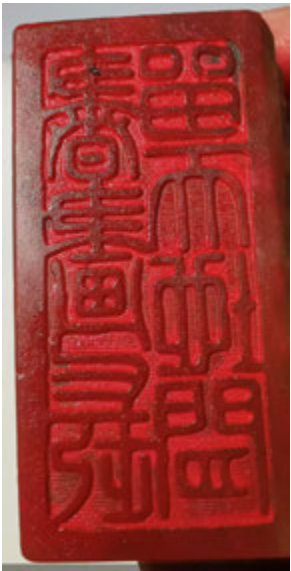
☆ 图九：白石翁为弟子刻的印章“苦禅”

巨来的静秀，王福庵的端谨，寻常人岂能仿制？于细微处见匠心，印章如同指纹一样难以模仿，而且往往被仿制者所忽视。

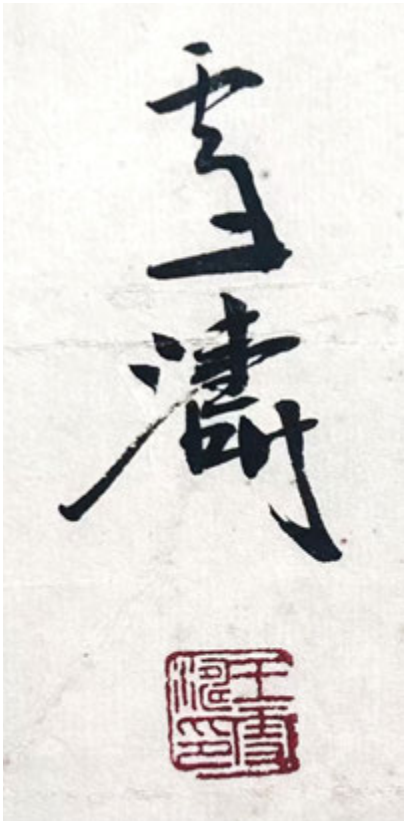
三、电脑扫描雕刻仿制印章

仿制自古有之，作假应该是有真那一天就跟着诞生，而且随着不同时代技术水平增长造假水平也增长，同时意味着收藏鉴定也要与时俱进，掌握最新时代造假手段。电脑科技出现之前造假就是手工仿刻，但是手工仿刻受

限于仿刻者的水平造诣。目前最常使用的印章造假手段——电脑扫描雕刻。电脑高清扫描和高精密电脑雕刻成了当下比较常见的造假手段，首先把真迹的印章图片，通过图片处理软件输入到雕刻机。手工篆刻用刀雕琢，刀痕自然不规则，体现篆刻者手法与风格。电脑仿刻由机器按程序雕刻，刀痕均匀规则，边缘整齐，细节处有机械加工痕迹，线条一致呈点状连接（图十）。因为原石印面的崩茬是锯齿，盖印时沾的印泥会有厚度，钤印在纸上会涨线，锯齿尖就圆了一点。电脑扫描的是宣纸上涨线过的印，按扫描原样刻出来后再沾印泥再盖又涨线一次，锯齿尖又圆了一点，所以电脑刻的假印呈现在假画上相当于是二次涨线（示意图），线条的边缘就成连续的圆弧形波浪线，如这枚仿“王雪涛印”的印章真伪对比图（图十一、图十二）。鉴别时观察刀



☆ 图十：电脑雕刻的均匀的点状连接



☆ 图十一：电脑雕刻仿制的王雪涛印章



☆ 图十二：印谱中的“王雪涛印”

痕的自然度与规律性，自然多变的为手工，规整机械的就有可能是电脑仿刻。



☆ 从原印到真迹第一次涨线再到假画第二次涨线的示意图



☆ 图十三：金属制版章再粘贴到石料上



☆ 图十四：印面小于石面

四、化学腐蚀制版仿制印章

在书画鉴定中，除了识别电脑雕刻印章，市场常见的还有一



☆ 图十五：缺少整体布局的制版印章

种利用腐蚀铅板或铜板来制作仿制印章的手段。先将铅板或铜板通过特定的化学腐蚀方法，依照想要仿制的印章图案进行腐蚀处理，使其表面形成与原印章相似的凹陷或凸起纹路，从而制成仿制印章的印面。之后，不法者会将这经过腐蚀处理的铅板或铜板再粘贴到一块普通印石上（图十三），以方便钤盖。但是金属板的大小往往和印面大小不

一致，如果板面大于石面，钤盖缺少力量，边缘就会很空虚。如果板面小于石面，钤盖的印蜕边缘还会多出一个框子，如（图十四）。而且，腐蚀制成的印面纹路 with 手工雕刻的痕迹截然不同，腐蚀的纹路边缘往往过于规整、缺乏自然的刀痕变化和艺术韵味，印出的效果也会显得呆板、墨色分布相对均匀，缺乏手刻印章那种因用力不均而产生的墨色浓淡变化（图十五）。通过对这些细节的仔细观察和分析，便能识破这类通过腐蚀铅板或铜板再粘贴到石头上制成的仿制制版印章的真面目，避免在书画鉴定中被误导。

印章鉴定既是科学实证的过程，也是艺术感知的修行。启功曾言：“辨印如识人，既要量其骨相，更要观其神采。”在科技手段日臻完善的今天，我们仍需保持对艺术本体的敬畏——因为再精密的仪器，也难完全复刻文人用印时那份独有的精神气韵“DNA密码”。🔒

附：核心鉴别要点速查表

鉴别维度	真印特征	伪印破绽
印材	包浆温润，风化自然	做旧痕迹生硬，材质不符
印泥	渗纸入微，色层丰富	浮于表面，化学染色
刀法	力道贯通，崩口自然	机械工整，缺乏韵律
钤盖	压力不均，边缘虚化	平整呆板，边界清晰
文献	流传有序，多方互证	时空错位，孤证不立



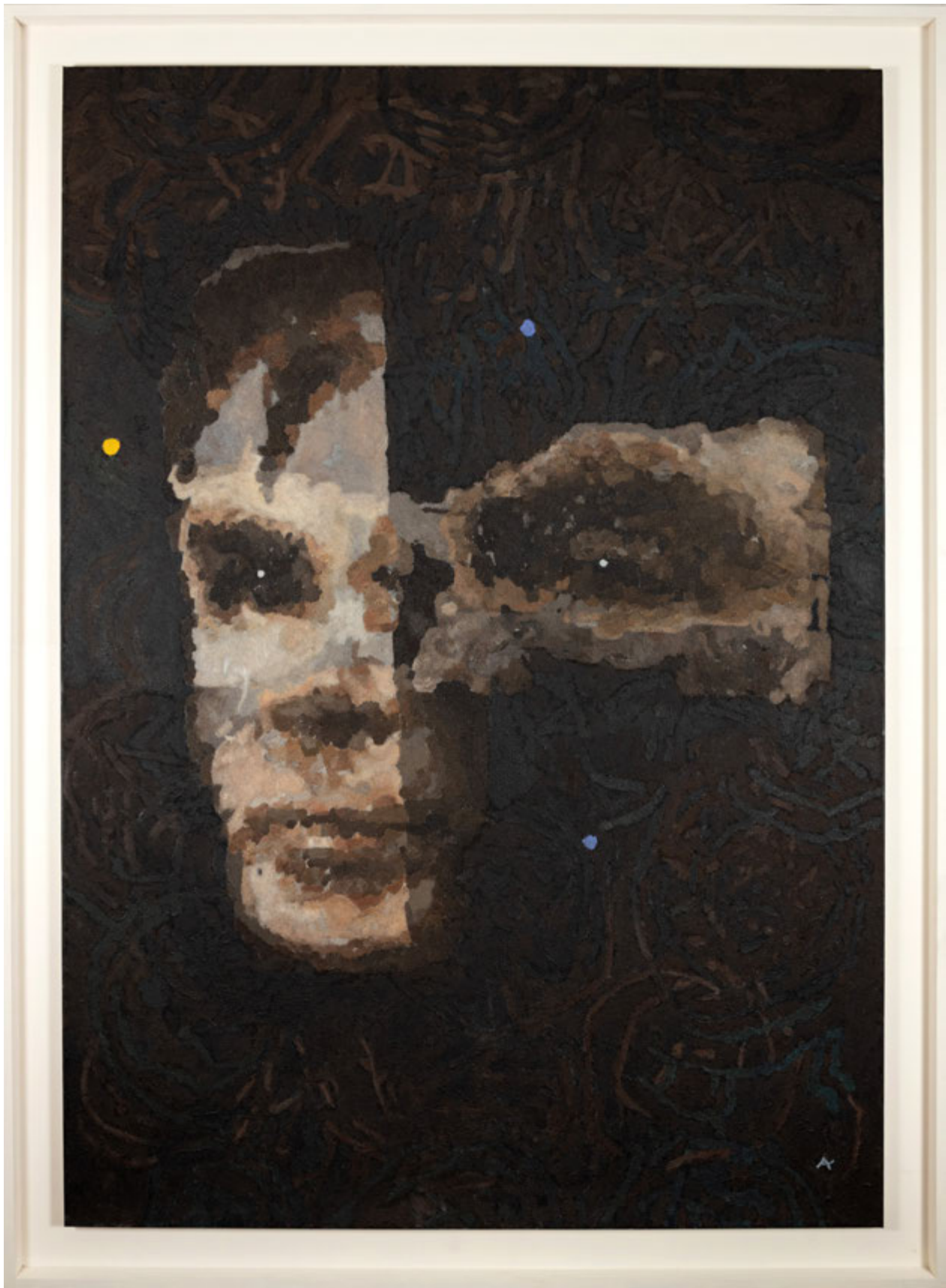
☆ “AI艺术家”人工智能机器人AI-Da

AI人工智能将对艺术品市场带来哪些影响

2025年的开局，处处都闪耀着AI人工智能的身影。从春晚舞台上的机器人舞者，到制霸全球免费应用排行榜的DeepSeek，曾经科幻电影中的场景正在走进现实。

近两年，AI人工智能的发展如同走上了快车道，且落地场景几乎覆盖社会生活的方方面面，在艺术领域也不例外。从AI艺术创作，到AI作品上拍卖，再到数据分析、辅助鉴定……AI人工智能给艺术品市场带来了很多颠覆性的影响。

文—— 小羊



☆ Ai-Da 《AI之神》

颠覆：从创作工具到创作“主体”

纽约时间2024年10月31日至11月7日，来自全球各地的艺术家、艺术爱好者以及艺术品市场相关人士，都在关注着一幅名为《AI之神》的作品。这件高达2.2米的作品，由“AI艺术家”Ai-Da创作，以12万美元的价格在苏富比官网上进行在线拍卖。

Ai-Da是一款人形机器人，也是一个“艺术家”。自被创造以来，Ai-Da即被训练进行“艺术创作”。其作品丰富，甚至2021年还在伦敦举办过个展。

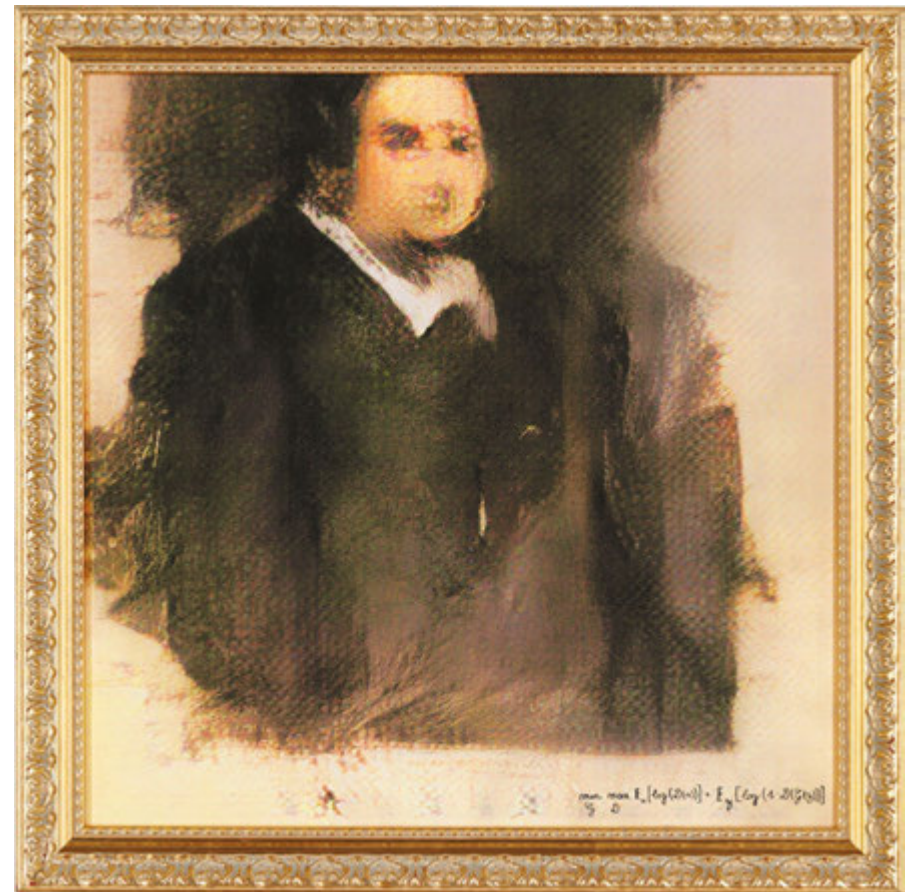
《AI之神》上拍首日，即有竞拍者出价。最终，经过27轮叫价，这件备受瞩目的作品以108.48万美元（约合779万元人民币）拍出。

事实上，早在2018年，佳士得就曾以43.25万美元拍出一件由三名法国学生使用AI人工智能工具集体创作的作品《艾德蒙·贝拉米画像》。不同的是，Ai-Da是一个人形机器人，是一个“独立”的“艺术家”。换言之，《AI之神》几乎可以被视作一幅艺术家署名作品。只是这位艺术家是个人工智能机器人。

因此，此次拍卖被认为标志着艺术品市场对于AI创作的日趋包容，以及艺术品市场将迎来的巨大变革。

从艺术鉴赏的角度来看，这幅《AI之神》“借鉴”了许多大艺术家的技法和风格，且融会贯通，既有着古典主义的浪漫，也有着现代主义的张力，确实是一件很不错的“作品”。

然而，从艺术创作的角度来讲，《AI之神》在



☆ 三名法国学生使用AI人工智能工具创作的《艾德蒙·贝拉米画像》，在2018年由佳士得拍卖，以43.25万美元成交

艺术品市场中拍卖成交又引发了极大的争议：AI人工智能没有人类的意识，那么它的“作品”是否能被叫作“艺术”？它的“创作”是否有价值？其版权归属又该如何界定？而更加深远的影响在于，AI人工智能的加入，对于人类艺术家及其作品会带来不可估量的影响。

2024年10月，有超过1.5万名视觉艺术家、作家、音乐家和其他创意人士，共同签署了一封公开信，警告AI公司不能未经许可使用他们的创意作品训练AI，称这对作品背后的艺术家们生计构成了“重大、不公正的威胁，绝不能被允许”。

2025年2月，纽约佳士得首次举办AI艺术品专场拍卖，上拍34件用AI人工智能创作的艺术品。这场拍卖引发了业界的巨大反响，有超过6000位艺术家在一封公开信上签名，要求佳士得取消此次拍卖。



☆ 游戏设计师杰森·艾伦使用Midjourney生成的作品《太空歌剧院》，获得科罗拉多州美术大赛一等奖

事实上，关于AI人工智能进行艺术创作的争议始终存在，但当这些AI作品可以进入市场，甚至被卖出高价，那么便是另外一回事了。

艺术品也是一种商品，衡量艺术品价值的重要因素之一便是其稀缺性。而AI人工智能解决的恰恰是艺术创作的效率问题。当艺术可以被高效创作、批量生产，艺术还“值钱”吗？当AI艺术可以交易、可以获奖，那么还需要人类艺术家吗？

AI作为工具，几乎超过人类历史上的所有前者，但当工具成为某种意义上的“主体”，势必将对人类社会的固有规则造成冲击。表面上，AI艺术正在冲击艺术品市场；实际上，AI艺术正在改写“艺术”本身的定义、范畴、美学标准，以及后端的价值

评鉴体系。

建设：作为人类的辅助

AI人工智能的功用不仅在于创作，事实上，“AI艺术家”仅是少数，人工智能更广泛的应用仍在于帮助人类统计、整理和辅助决策。在艺术品市场上，除去有争议的部分，AI人工智能有着更广泛的落地应用方向。

方向一：市场分析

AI人工智能可以根据过往拍卖数据，分析市场规律，结合社交媒体热度、新藏家讨论偏好等，预测市场未来走势。

方向二：辅助鉴定

AI人工智能可以快速掌握人类历史上各个时代不同艺术门类的风格和技术特色，梳理规律，为专业人员提供鉴定思路甚至关键证据。

方向三：辅助购藏

对于买家来说，AI人工智能可以根据用户购藏数据，分析其审美偏好，进而匹配、推荐适合的艺术品，辅助购买决策，提升购买效率。

方向四：人机共创

由AI人工智能“独立”创作的艺术品，正在引发巨大争议，但人类使用AI作为辅助创作，却已经几乎被认定为未来艺术创作的大势所趋。AI人工智能技术的进步，将大大革新传统数字艺术的效率和风格，甚至可以衍生出新的艺术门类。

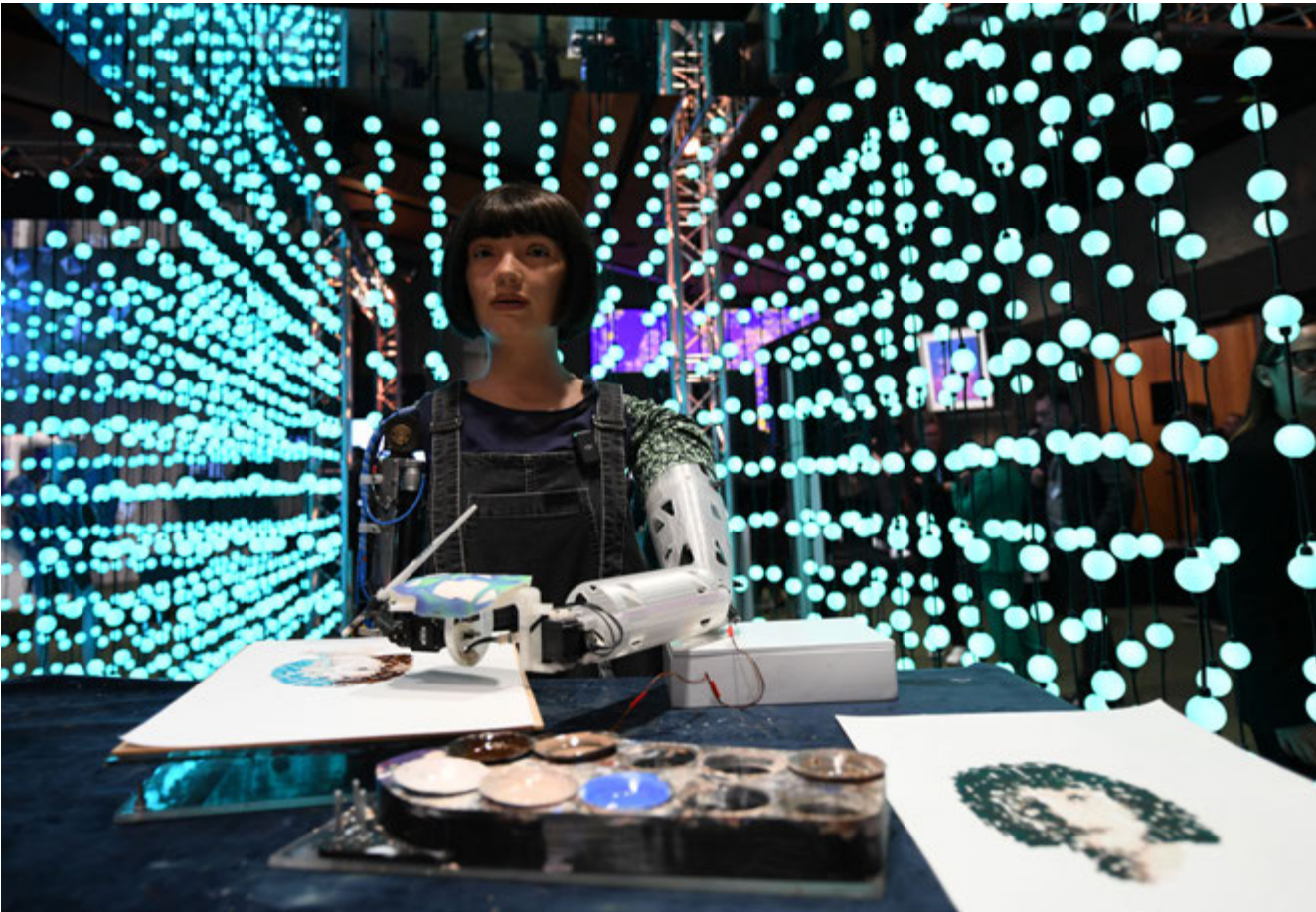
方向五：其他拓展

未来，AI人工智能还可能与VR/AR技术、元宇宙、区块链等相结合，拓展出更多新的可能。

总之，AI人工智能将对艺术品市场带来巨大影响，既有颠覆性的一面，也有建设性的一面。但归根结底，决定权依然掌握在人类手里。从短期来看，AI人工智能对于艺术品市场的介入正带来思想和价值上的混乱；但从长期来看，AI人工智能无疑可以促进艺术生态进一步开放和多元，技术与艺术的融合、碰撞，将带来艺术相关各领域的革新式发展。

当然，这一切发展的前提，就是人类必须适时地制定新规则，完善相关法律法规，重新梳理价值体系，既允许和鼓励，也规定和限制。

技术的脚步无法阻止，我们唯有跟上它的步伐，才能更好地适应这个时代、发展这个时代。🌀



☆ 在瑞士日内瓦举行的2024年“人工智能造福人类全球峰会”上，绘画艺术家机器人Ai-Da在画画

新华社图片

北京秋拍下半场逐渐企稳

2024年至2025年交接之际，北京也迎来了本季秋拍第二轮。整体而言，市场基本延续了近一年中的下行态势，但由于业界各方早已相应调低了预期，也做了尽量充足的准备，因此市场成交也有逐渐企稳的态势。

文—— 辉南



☆6-7世纪 尼泊尔风格释迦牟尼说法图，26×18cm，成交价：184万元，北京保利2024秋拍



☆ 草间弥生《上天的启示》：130.4×162cm；成交价：1725万元；永乐拍卖2024秋拍



☆ 傅抱石《金刚坡秋色》：61.5×100.5cm；成交价：920万元；永乐拍卖2024秋拍

永乐拍卖： 开创“秋拍季”线上线下齐头并进

从传统的线下“秋拍”，到线上线下融合的“秋拍季”，永乐以线下大拍与线上直播拍相结合的形式，共同呈现涵盖现当代艺术、中国书

画、古董珍玩等多个品类近40个专场，最终总揽5.16亿元。

线下大拍部分，10大专场1700余件拍品，最终以4.36亿元的总成交额圆满收官。其中4件拍品超千万元成交，88件超百万元成交。

现当代艺术板块3大专场总成交额斩获1.47亿元。其中“览胜——现当代艺术夜场”及“现在即未来——全球视野中的新绘画”夜场，作为此次现当代艺术板块核心专场，共上拍117件作品，总成交达1.37亿元，成交率93%。谭永勍、杨伯都、苏予昕、李易纹、小西纪行等19位艺术家刷新个人拍卖纪录。

中国书画两大专场，汇聚了古代、近现代与当代板块，共上拍472件书画珍品，总成交额2.03亿元，两大专场平均成交率达85%，诞生2件超千万成交拍品。

“古籍善本·金石碑帖·名人信札专场”此次呈现的454件拍品，年代跨度自宋、元、明、清，绵延至民国时期。历经六个小时的激烈竞价，专场最终以1598.39万元的佳绩圆满落槌，成交率达84%。

古董珍玩部分共推出366件拍品，囊括多组著名私人雅蓄，包括关善明博士、张宗宪先生、Alan and Simone Hartman 伉俪、山口谦四郎等珍藏的非凡佳器。最终取得总成交额4371.15万元。

此外，“瑰丽珠宝与名贵钟表”专场182件收获916.44万元总成交额。在本次秋拍中首次推出的“雯华若锦——金丝楠藏品专场”，包括



☆ 韩美林《猴》：37×37cm 成交价：26.45万元 北京荣宝2024秋拍

宝座、桌椅、箱柜及雕刻艺术品等在内的52件金丝楠臻品，斩获总成交额1605.86万元。

线上直播拍部分，“永乐抖音秋季直播拍夜场”以8051万元的成交总额告捷。

自2024年年初起，永乐与多位专家主播联合推出“Bill有画说”系列直播拍专场，囊括现当代艺术、中国书画两大板块。此次“永乐抖音秋季直播拍夜场”“Bill有画说”板块共上拍11场，422件艺术作品，取得2577.5万元的总成交额。

此外，“德鸿”“东方箴选”“宇心观物”“泓社崔凯”“永乐大萌爷”等板块也均取得了不俗佳绩。

北京荣宝：特色专场表现佳 当代书画多亮点

北京荣宝本季秋拍中，以“中国书画·荣名

为宝”“中国书画·近现代”“景行维贤·启功作品专题”“春风浓艳·王雪涛作品专题”等为代表的几大特色专场，均表现稳健，获得颇多好评。其中，齐白石《金秋蔬果图卷》斩获3220万元，傅抱石《芙蓉国里尽朝晖》竞得1380万元，显示出名家精品的市场号召力。

同时，由荣宝斋（上海拍卖）和荣宝斋（深圳拍卖）组织的“南风——中国书画专场”也受到市场的很多关注。

此外，“中国书画·当代”专场中的名家书画佳绩频传，韩美林专题得到买家积极回应，不断爆出惊喜。范曾、贾又福、何家英、史国良等名家作品也均有不错的表现。

“现当代艺术专场”秉持以学术引领市场为导向，作品是对过去的致敬，也是对未来的启



☆ 傅抱石《芙蓉国里尽朝晖》48.5cm×68.7cm 成交价：1380万元 北京荣宝2024秋拍

发。部分新生代艺术家作品为市场贡献了新的热点，激励着新一代艺术家不断前行，探索更多可能性。

“一念莲花开·佛教典籍与古籍善本专场”一直以来致力于研究拍品内涵及历史文化，深挖学术价值，展示专场特色，以专业的水准获得藏家的关注与追捧。其中一件6-7世



☆ 齐白石《大富贵亦寿考》137×34cm 成交价：1322.5万元 北京银座2024秋拍

纪的龟兹克孜尔风格释迦说法图，在拍前便备受关注，最终以184万元成交。

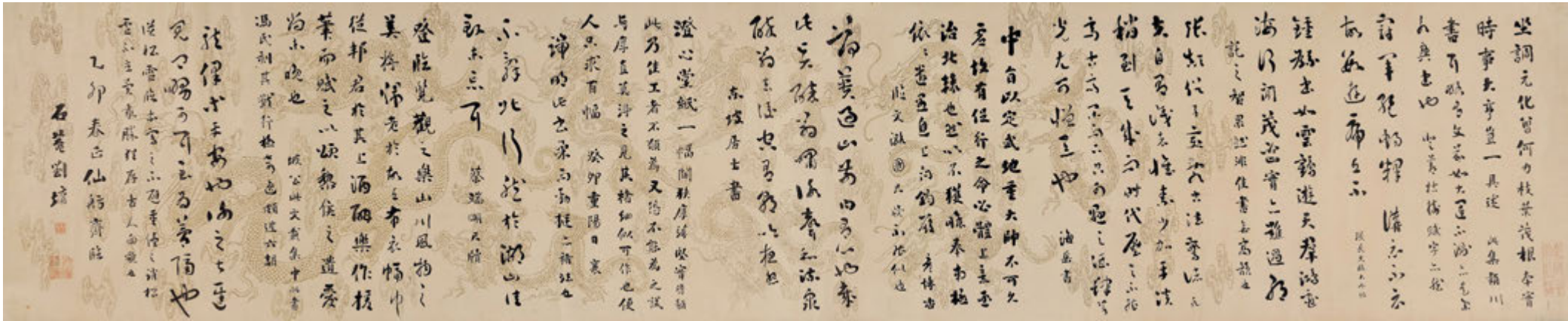
北京银座：佳绩迭出 行稳致远

北京银座本季秋拍共呈上中国书画（一）、中国书画（二）、“银座之夜”三大专场，总计370件拍品，最终斩获1.1亿元总成交额。

中国书画（一）（二）专场吸引到众多藏家选择线上竞拍，其中很多颇具性价比的拍品都引起了激烈竞夺。如胡适《行书小诗》，以无底价起拍，最终竞相追逐至10.12万元



☆ 张大千《丹枫飞瀑》80.5×57.5cm 成交价：1035万元 北京银座2024秋拍



☆ 刘鹏《行书临各家笔意》：63.5×311cm；成交价：224.25万元；北京银座2024秋拍

成交；而苏静轩藏书画专题也全部成交。传统主流精品始终热度不减，王雪涛、李苦禅、黄胄、董寿平等大家杰作均平稳成交。

“银座之夜”自2020年首开至今已经广泛得到认可，尤其是“南张北齐”两位大师的作品，在拍场可谓战绩辉煌。曾经香港集古斋1990年出版的齐白石《大富贵亦寿考》以600万元起拍，场内、委托席、小程序竞相角逐，最终以1322.5万元成交；此外，其《果蔬四屏》以816.5万元成交，《闲下悠然》以316.25万元成交。



☆ 邓石如《篆书咏龙虎山》：66×96.5cm；成交价：45.425万元；北京文津阁2024秋拍

张大千的泼墨泼彩一直是其所有绘画中成交最高的，此次银座秋拍收录的两幅《泼墨云山》《丹枫飞瀑》分别以874万元、1035万元成交，此外还有一件张大千上世纪40年代所作的《纨扇仕女》，也以931.5万元顺利易手。

“银座之夜”古代板块作品也备受关注，朱耷《兰竹巨石灵鸟图》以368万元成交，刘墉《行书临各家笔意》以224.25万元成交，傅山隶书杜甫《春宿左省》以299万元成交。

北京文津阁：主打中国书画力推名家精品

北京文津阁本季秋拍继续主打中国书画特色，全场多个名家专题备受关注，场内叫价、电话委托、小程序竞投、线上代拍平台同步进行，竞价踊跃。预展期间广受瞩目的特色专题和重点拍品皆创佳绩，整场拍卖亮点

不断，惊喜频出，众多佳作均以善价成交。

特色专题“丹青功德——启功先生书画专题”再度成为买家竞相追逐的焦点。最终，该专题作品全部成交，成功实现了“白手套”佳绩。其中斩获专场头把交椅的《仿米家云山图》曾被启功先生自谦品评为“不及格”，却曾在1938年中国画学会组织的画展中评为三等奖，更屡屡出现在其后来的诸多重要展览中。此次也是不负众望，竞得483万元。

此外，齐白石的《喜上眉梢》寓意美满，引人入胜，以195.5万元成交；吴昌硕《寿石图》笔墨精湛，气格高古，成交价69万元。

值得一提的是，本次北京文津阁秋拍呈现了一批书法大家的精品力作，如邓石如、何绍基、陈宝琛、孙中山等名家翰墨珍品，最终各受青睐，均获善价。👉



☆ 启功《仿米家云山图》：128×59cm；成交价：483万元；北京文津阁2024秋拍



☆ 张大千《前赤壁赋图》134.5×53.5cm 成交价：1092.5万元 华艺国际2024秋拍

京外秋拍 下半场活力满满

经过近两年的调整，中国内地拍卖市场业已发生了巨大变化。其中一个显著趋势是，艺术品二级市场交易中心正由原本的北京市场“一家独大”，逐渐发展为全国各主要城市“遍地开花”。

无论从人气热度还是成交数据来看，本季京外秋拍市场正显现出巨大的发展活力和上升潜力。

文—— 候鸟

华艺国际： 不惧环境 稳健前行

弱势经济环境下，华艺国际（广州）本季秋拍以逾3.5亿元的总成交额交出了一份稳健的成绩单。

中国书画板块此次推出四大专场，共计500多件拍品。其中，“风雅——国营文物单位旧藏扇面专场”100%成交，喜获“白手套”。此外，张大千两件盛年杰构《前赤壁赋图》《北齐校书图》分别竞得1092.5万元、304.75万元佳绩。



☆ 张恩利《公寓》180×200cm 成交价：184万元 华艺国际2024秋拍

瓷器·玉器·工艺品板块呈现四大专场：“风华——宫廷及重要器物专场”“朝花夕拾——私人珍藏古代器物专场”“雅颂——明代古董专场”“古董珍玩——瓷器·玉器·工艺品”，共计600多件珍品斩获近1.34亿元总成交额。

其中，近年拍场中体量最大的13世纪铜鎏金释迦牟尼以1897.5万元成交，夺得整场华艺国际秋拍头筹；此外，拥有多个早年拍卖记录的清乾隆仿石纹釉开光青绿山水人物图灯笼尊以699.2万元成交，唐英制、刘统勋题的扇形壁挂以575万元大幅



☆ 13世纪铜鎏金释迦牟尼 高53厘米 成交价：1897.5万元 华艺国际2024秋拍

超估价成交，成就拍场新传奇。

现当代艺术持续以市场前瞻和学术深化为核心，提质减量，双向发力。

经典部分，赵无极“狂草时期”集大成之作《18.3.67》以920万元成交领衔专场。当代部分，黄宇兴《宝藏》293.25万元成交、张恩利《公寓》184万元成交、朱利安·奥培《漫步墨尔本.8》172.5万元成交。

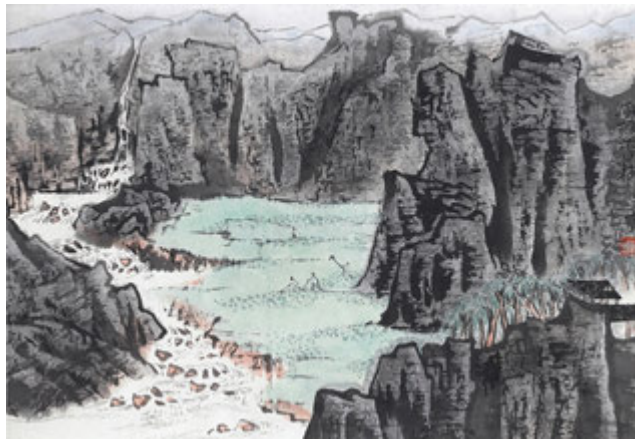
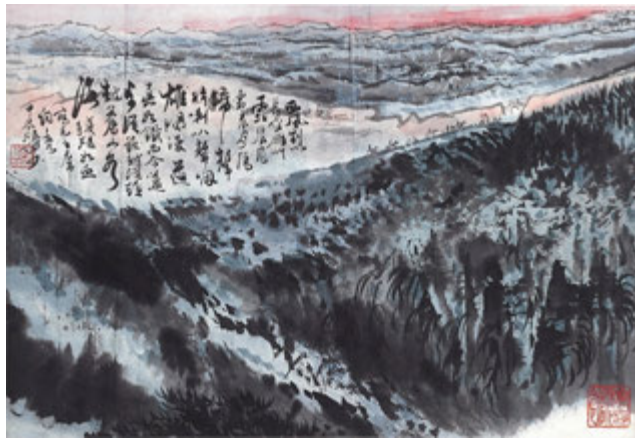
此外，华艺国际也在古籍善本、名酿陈茶、邮品钱币等板块持续发力，且战绩优异。

上海嘉禾： 当代板块成焦点 线上竞拍热度高

上海嘉禾本季秋拍荟聚了1228件融汇古今、中西合璧的艺术珍品，囊括了八大专场，包含多



☆ 陆俨少《现代山水写生册》（六开）23.8×34.6cm×6 成交价：517.5万元 上海嘉禾2024秋拍



种艺术门类。最终取得2.75亿元总成交额，平均成交率88.6%，其中有过千万元拍品2件，过百万元拍品47件。

禹之鼎《王石谷骑牛还山

图》、张大千《水殿风来暗香满》、陆俨少《现代山水写生册》、傅抱石《华山雄姿》等名家作品依然深得人心，引得藏家争相举牌。此外，本季现当代艺

术夜场也充满了意外之喜，陈家泠《梦笔生花》、陈逸飞《琵琶韵》、夏加尔《拿调色板的画家及其在圣保罗天空中的缪斯》、雷诺阿《卡涅斯风景》、毕加索

《椅上女人》、林风眠《戏剧人物》等多件当代艺术作品屡屡成为现场焦点，群英逐鹿，踊跃竞拍，显示出市场板块轮动的变化趋势和发展潜力。

尤其值得关注的是，本次拍卖期间，嘉禾网拍小程序线上热度高昂。不仅提供专家导览以及各专场的拍卖全程高清直播，而且在预展期间即支持提前出价，实现拍卖过程线上同步竞拍。据统计，本季秋拍嘉禾网拍平台共成交拍品273件，成交总额达4855.42万元。线上保证金充值人数165人次，全网总热度达32万以上。

朵云轩： 各板块表现亮眼 多专场成绩斐然

13个专场、1600余件拍品，朵云轩本季秋拍以稳健扎实的成绩为市场注入信心。

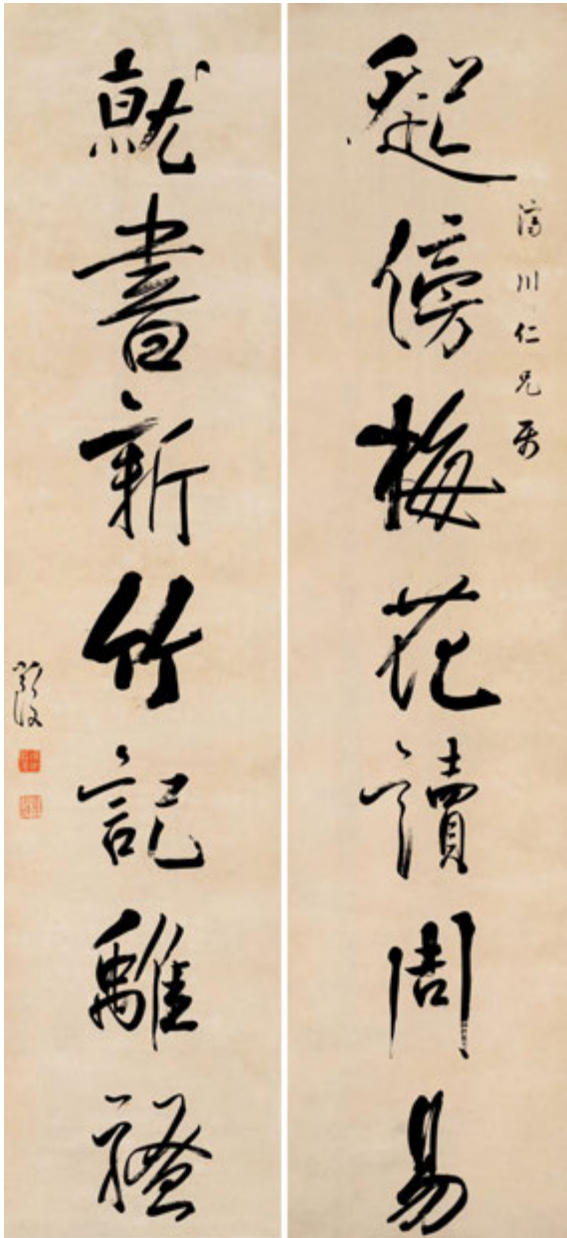
“独上高楼——王国维致罗振玉书札”是朵云轩首次开设的王国维书札专场。包含书札共计19件，作于辛亥革命后，具有重要的学术研究与收藏价值。最终，该专场专场实现100%成交，喜获“白手套”。总成交额达833.75万元。



☆ 林风眠《戏剧人物》70×67cm 成交价：529万元 上海嘉禾2024秋拍



☆ 蔡嘉《荷乡清夏》195×54cm 成交价：575万元 朵云轩2024秋拍



☆ 严复《为许佩业作行书七言》132×30cm×2 成交价：73.6万元 朵云轩2024秋拍

“云集——中国书画夜场”的表现也很是亮眼，经过近四个小时酣战，65件拍品总计成交近6000万元。其中，有《中国古代书画图目》著录的蔡嘉《荷乡清夏》一举拔得头筹，成交价575万元，创蔡嘉立轴作品最高价纪录。

名人法书墨迹部分囊括了一批文人书法与专业书家的作品，如严复、于右任、廖仲恺等人的精品力作，皆备受瞩目，成交斐然。

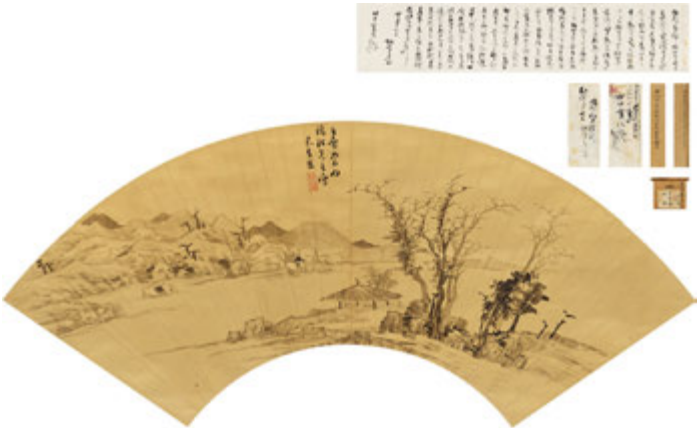
“金石缘——名家篆刻、印谱暨古名砚”专场也表现不俗。近代名家篆刻中，“吴昌硕刻李国松田黄自用印（60克）”以320万元落槌，最为亮眼；陈曼生、徐三庚、齐白石等大家佳作，也均找到了有缘人；而“韩天衡刻田黄闲章（156克）”，更以184万高价成交，创下了当代篆刻拍卖新纪录。

“无生有象——现当代艺术专场”拍卖现场竞价热烈，总成交730万元。常玉、林风眠、张晓刚、贾科梅蒂、马蒂斯等均有上佳表现。

西泠拍卖：门类全 特色多 二十周年完美绽放

伴随着2025年的新年钟声，西泠二十周年秋拍圆满落幕。总计30大专场、5474件拍品，创下10.24亿元的总成交额，总成交率82.7%。其中有8大专场成交率超过九成，更有3个专场实现百分百成交。

本次西泠秋拍书画部分，是历年来呈现最多特色专场的一届。有通过文学家墨迹来重新审视古代书法的“文学



☆ 米万钟（1570～1628）罕见早年作《溪山闲亭图》水墨泥金纸本 扇轴 成交价：43.7万元 西泠拍卖2024秋拍



☆ 吴昌硕刻李国松田黄自用印（60克）成交价：320万元 朵云轩2024秋拍



☆ 吴大羽《带猫的蓝色乐章》53×38.5cm 成交价：1644.5万元 西泠拍卖2024秋拍

家的诗画专场”，有颇具文人之美的“首届明代泥金扇面专场”，还有书画与名人手迹跨门类推出的“梅云堂等旧家藏渡海三大师作品专场”。

这些专场的推呈，是西泠拍卖在二十周年之际对“学术引领拍卖”又一次成功的诠释。

最终，中国书画板块总成交

重要的油画代表作。其中，吴大羽作品《带猫的蓝色乐章》领衔本季夜场，以1644.5万元成交。

瓷器板块三大专场成绩斐然，总成交额逾1.11亿元，显示出市场对珍品瓷器的持续热情和收藏家对其价值的极大认可。作为近年来少有的单色釉专场，山外青山·青瓷的升华专场表现出众，10件甄选佳构百分百成交，总成交额超3222万元。专场封面拍品——首次曝光的汝窑茶盏，是近些年出现于拍卖市场的第三例传世汝瓷，也是存世唯一汝窑斗笠盏，最终不负众望，以1265万元成交。

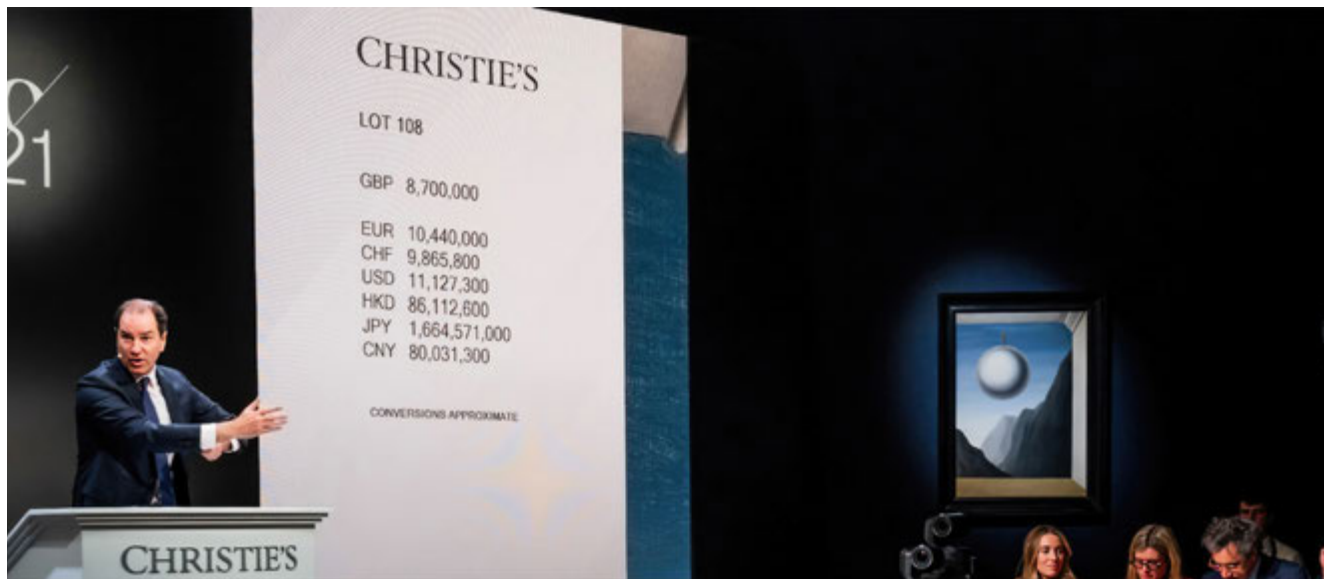
此外，古玩杂项、古籍善本、名人手迹、历代钱币等门类也都取得了不俗佳绩。



☆ 汝窑天青釉斗笠盏 高5.8cm 口径12.5cm 成交价：1265万元 西泠拍卖2024秋拍



☆ 龙泉官窑青釉弦纹梅瓶 高25cm 口径15.5cm 成交价：950万元 西泠拍卖2024秋拍



2025年拍卖市场将何去何从？

2025年春节刚过，各大文物艺术品拍卖公司便陆续在官方途径及各大媒体发布春拍征集信息。尽管2024年度艺术品市场的表现并不尽如人意，但市场下行期是挑战也是机会。2025年，市场各方将更加理智、熟练地应对，适时调整拍卖策略，重视板块轮动机会，利用线上工具积极开拓新市场……市场始终在变化，但并非完全莫测。

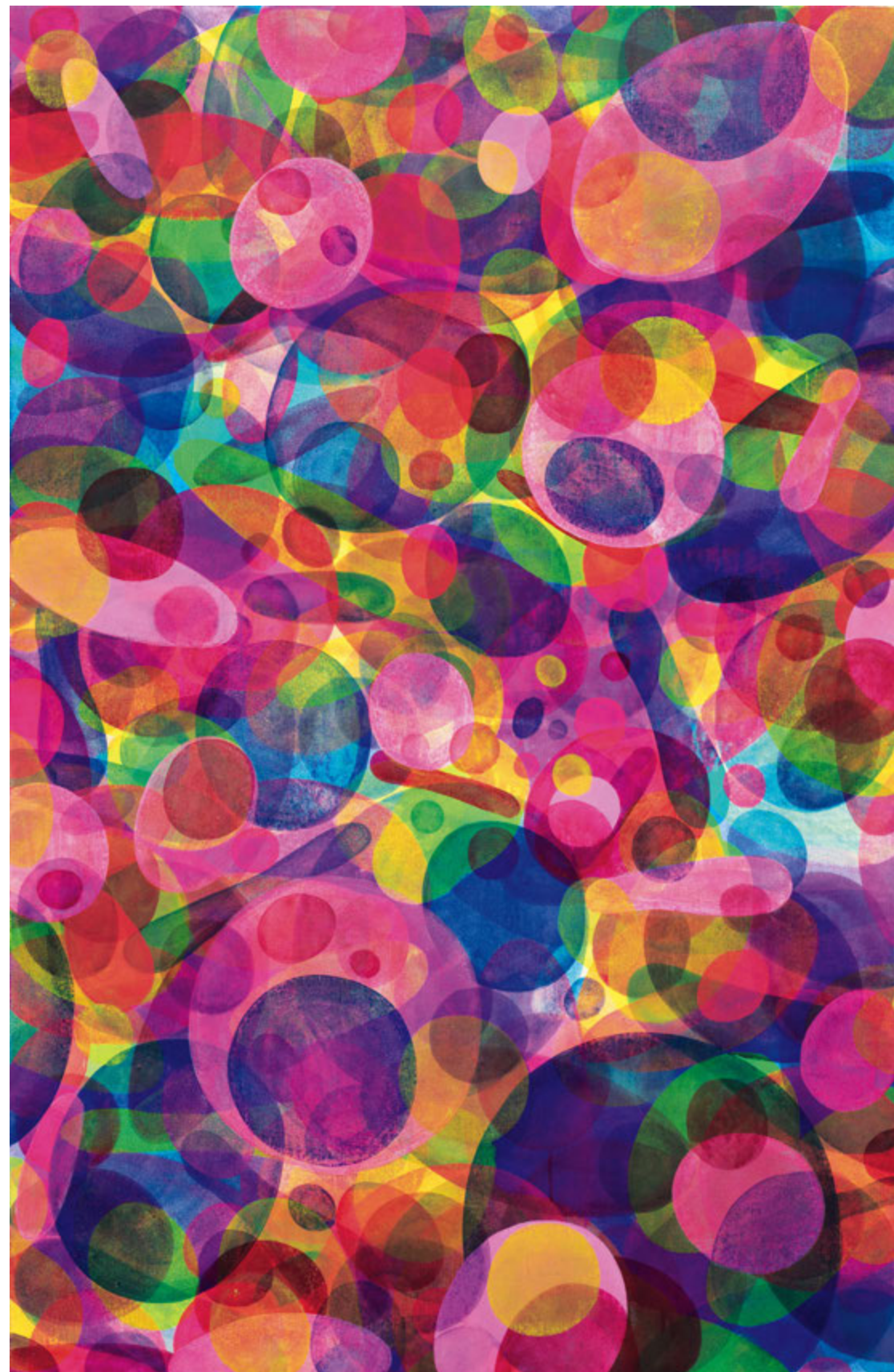
文—— 鹤笺

趋势一：“天价”扎堆难再现 中低端拍品受欢迎

曾几何时，每年两季大拍最热闹的光景，就是见证亿元拍品的诞生，数一数“亿元俱乐部”又添了哪些新贵。然而，这样“天价”扎堆的场面已经许久未见。高价拍品的数量和质量，作为市场景气度的重要指标之一，毫无疑问已跌至谷底。

市场下行，藏家惜售，买气不足，并非交易珍稀文物艺术品的好时机。但市场尽管趋于萎缩，购藏意愿和资金仍需寻找一个出口。从2024年度的交易来看，中端拍品甚至以无底价起拍的相对低价位的拍品，受到了广泛关注和更多买家的青睐。

可以预见的是，2025年，这一趋势仍将延续。大资本缺少闲置资金，大藏家缺少出货意愿，唯有受宏观经济和环境影响较小的中低



☆ 黄宇兴《气泡》在北京保利2024秋拍中以无底价起拍 最终斩获52.9万元



☆ 清光绪 斗彩内暗八仙纹外缠枝花卉纹折腰碗 在嘉德四季第66期拍卖会中以9.2万元成交

端藏品可以有“自娱自乐”的空间。毫无疑问，变得“波澜不惊”的艺术品拍卖将缺少引起社会轰动的“亮点”和“噱头”，却能够让资金有限的小买家们得到“练手”和“捡漏”的机会。

趋势二：“大拍”概念逐渐弱化 日常小拍渐成主流

2024年度的春秋两季大拍，由于成交数据不佳、业界影响范围有限，显得有些尴尬。相反，不少拍卖公司长期进行的日常小拍，倒得到了更多关注，成交也不乏亮点。

与大拍的注重“仪式感”不同，小拍更加低调务实，主要突出效率和性价比。这种模式虽然不如大型拍卖会那样具有影响力甚至“出圈”效应，却给真正的小体量买家搭建起一个更加触手可及的交易空间。

2025年的艺术品拍卖市场，征集难、精品缺的情况几乎仍是定局。在此大拍模式逐渐式微的当下，拍卖公司将日常运营重点多转向小拍，也未尝不是一种市场下行期的生存手段。

趋势三：线上拍卖常态化 艺术消费多元化

近两年，线上拍卖、直播拍卖的开展如火如荼。一开始，线上拍卖仅承担交易展示或线下辅助的功能；如今，很多拍卖公司的线上拍卖会早已成为独立运营的模块甚至品牌，如北京保利的Poly-Online、永乐拍卖的Bill有画说等。



☆ 陈少梅《蕉下高士》在永乐拍卖2024秋拍抖音直播拍Bill有画说煦风和畅书画作品专场（十三）中以72.45万元成交

毋庸置疑，线上拍卖是当下艺术品拍卖领域最重要的变迁之一。2025年，这种趋势仍将继续，更多处于观望的拍卖公司也将试探性地加入进来。

更重要的是，艺术品拍卖线上化不仅是交易空间和模式的改变，也将带来整个市场生态的改变。线上交易重构了艺术品拍卖场景，势必对买卖双方心理带来影响。购买艺术品的行为将逐渐变得日常化、消费化，艺术品的概念将逐渐去奢侈化，而更多元的艺术消费品也将趁势而入，触达更大范围内的潜在消费者。

电子商务的时代，艺术品拍卖行业已经晚走了许多步。困境之中，唯有摒弃成见、开放包容，才能在新的市场空间中占有一席之地。

趋势四：市场全面年轻化 当代艺术迎来价值重估

任何一个市场都躲不开代际更迭，而时代风尚和审美也将随之迎来翻天覆地般的改变。

“Z世代”的介入一直是艺术品市场中的热门话题。2025年，新世纪正式走过四分之一，而千禧年前后出生的这一批年轻人也正逐渐走入成熟期。他们是“网生代”，他们的成长伴随着整个社会的数字化进程，他们热衷于讨论新技术、新途径、新表达，他们更关注和青睐属于这一代语言和形式的艺术作品。

以一批60后、70后艺术家为代表的中国当代艺术，曾在市场上掀起空前的巨大热度，随后则陷入深度调整，至今沉寂。可以想见，随着“Z世代”买家市场参与度越来越高，将为当代艺术板块带来一股新风。目前，以90后为先锋



☆ 90后艺术家孙一钿的《猴子》在永乐拍卖2024春拍中以147.2万元成交

的一批更加前卫、自由、国际化的年轻艺术家正在涌现，不少拍卖机构也早已承担起“星探”和“推手”的职责。未来，市场将迎来全面年轻化，而当代艺术板块的价值锚点也将被重估。往事不可追，新的时代自有其新的追求与热爱。

2025年，放在整个艺术品拍卖历史的长河中不过是寻常的一年，但对于当下市场中的每一位参与者而言，却又是至关重要的一年。市场还将调整多久？各板块中哪里会有机会？无数的问号现在并没有解答。

然而，我们不能预测未来，却可能改变未来。“天价”不再，让市场失去炒作空间；重视小拍，让艺术品拍卖走向日常；线上交易，既符合时代趋势，且方便交易各方；市场年轻化，是时代的选择，也是未来的希望……种种趋势皆有对市场有利的一面。身处其间，我们或许不得不哀叹市场数据的“难看”，或许也在见证着一个更具韧性、更加健康的行业的重生。📖

与科技共振 催生艺术消费新生态

2025年的艺术消费领域，一场由艺术与科技引领的产业联动正悄然兴起，商业的力量成为两者融合的催化剂。沉浸式舞剧、人工智能创作的音乐、虚实交织的时尚秀场……这场业态融合正在重塑艺术消费的形态，展现前所未有的活力与可能性。

文——舒畅



☆ 在2025年央视春晚后台拍摄的杭州宇树科技人形机器人

新华社图片

艺术消费的“多维感官业态”

“跨界共生”成为业界广泛运用的模式，让文化艺术消费从单向观看的被动模式逐步变为沉浸式参与的主动行为，引发艺术消费的“多维

感官”新业态。

2025年央视春晚最惊艳的节目无疑是《秧BOT》，16台来自杭州宇树科技的Unitree H1机器人与16位新疆艺术学院的舞蹈演员同台共舞。传统秧歌与现代科技的完美融合，这是一

场前所未有的视觉盛宴。机器人与舞蹈演员的默契配合，以及机器人自身的高超技艺，让这场表演充满了未来感和科技感。这场惊艳了全国观众的“艺术科技”秀，不仅展现了科技与艺术融合无限可能，更代表了一个全新时代的到来。

在传统艺术展览领域，“静态观赏”模式也被科技赋予了动态生命力。2024年春夏上海时装周期间，浦东美术馆上演了一场名为“登峰造G”的梅赛德斯-奔驰G级越野车主题秀。汽车与服装设计通过全息投影技术实现同频互动，观众不仅能看到未来感十足的时装，还能通过AR设备“驾驶”虚拟越野车穿梭于秀场，实现视觉、触觉与听觉的多维联动。

在文旅领域，XR技术正成为吸引年轻群体的利器。日前，XR沉浸式体验项目——《秦潮觉醒》第二季在上海首发。该项目以华夏文化为核心，将历史、科幻与解密元素结

合，观众佩戴VR设备后，可穿越至秦朝参与兵马俑的“复活”仪式，甚至通过手势操控虚拟水墨画卷。此类项目不仅带动了门票销售，还衍生出数字藏品、文创周边等二次消费场景，形成“体验-消费-传播”闭环。

科技、艺术与商业的“共振效应”

在产业联动的推动下，艺术消费正逐渐渗透到更广泛的领域。一方面，艺术机构与科技企业、商业综合体等跨界合作，共同打造集艺术、科技、商业于一体的综合性文化空间。这些空间不仅提供了丰富的艺术展览和演出活动，还通过餐饮、购物等多元化服务，吸引了大量年轻消费者。另一方面，艺术消费与其他文化产业的深度融合，也催生了新的商业模式和业态。

随着气温转暖，北京演出市场迎来客流增长，沉浸式音乐剧、舞台剧等受到消费者热烈追捧。在北京前门的一处演艺场所，沉浸式戏剧《京月风华》也备受欢迎，观众可以在这里一站式享受观剧和美食，这种结合青年人喜爱的自由开放文化空间深受好评。同时，北京西城区的繁星戏剧村正在热演的环境式戏剧《朱莉小姐》也颇受关注。该剧充分运用多媒体和实时摄影等前沿科技，突破了传统舞台剧的局限，拓展了舞台的时间与空间维度，为观众带来了全新的观剧体验。这些融合消费场景和科技创新





☆ 繁星戏剧村正在热演的环境式戏剧《朱莉小姐》演出一景

繁星戏剧村供图

的演出形式，正成为北京演出市场的新亮点，推动着文化消费的不断升级。

2024年年底，健力士啤酒在上海打造的“浪涌实况体验店”快闪活动中，将“啤酒+艺术+科技”的创新业态进行融合。消费者通过现场设备将啤酒倾倒过程实时转化为动态艺术广告，并生成个性化短视频在社交平台传播。活动吸引超2600万人次关注，品牌认知度提升37%。

在上海时装周期间，少儿超模大秀“潮起东方”在EKA天物街区举行，孩子们身着新中式服装，在3D投影的山水背景中走秀。活动同步上线虚拟试穿功能，观众可通过小程序为模特更换服装配色并直接下单，实现“即看即买”。这种“秀场+电商”的即时转化模式，让艺术表达与商业变现无缝衔接。

科技与商业的共振，正在将艺术从“殿堂”带入“生活”。无论是沉浸式体验的感官冲击，

还是跨界联动的生态构建，这些创新实践不仅重塑了消费场景，更重新定义了艺术的价值——它不仅是美的载体，更是连接人与技术、文化与商业的纽带。未来的艺术消费，必将在科技的赋能下，走向更开放、多元与可持续的生态。

如华东师范大学美术学院院长、教授张晓凌所说：“未来世界将是人机互存，人类负责制造灵魂的艺术，而AI则着力于工业品性质的艺术生产，这将是艺术与科技、人类与AI互利共生的美好愿景。”



☆ 繁星戏剧村正在热演的环境式戏剧《朱莉小姐》深受观众喜爱

繁星戏剧村供图



☆ 北京市朝阳区一家影院内摆放着《哪吒之魔童闹海》海报

新华社图片

文化消费热浪下的资本趋向

文—— 荣坤

2025年，中国消费市场中，“文化”无疑是最为耀眼的关键词。从春节档电影票房的屡创新高，到IP衍生经济的蓬勃发展，再到沉浸式文旅项目的遍地开花，文化消费成为了驱动经济发展的新增长极，也成为资本最关注的热点。

今年文化消费市场最现象级的事件莫过于《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）这部史诗级的国产动画电影。当《哪吒2》以143亿元票房刷新全球动画影史纪录时，成都太古里卡游旗

舰店正被疯狂扫货的消费者挤得满满，售价180元的“斗天包EX版”卡牌成摞搬空，预售排期已延至6月的潮玩盲盒，印证着这场文化消费盛宴的炽热温度。这背后无论是资本的驱动还是被驱动的资本，都被“哪吒”搅动得波涛汹涌。

《哪吒2》的“出圈”让其出品方之一的光线传媒（300251）有了前所未有的热度，蛇年首个交易日便迎来了投资者疯狂爆买，从2月5日的收盘价11.44元起，至2月17日触及最高点的

41.68元，股价不仅上涨了3倍多，其间还有五个交易日涨停。总市值从节前的280亿元连续上涨最高突破1200亿元。

而在《哪吒2》上市前夕，光线传媒的股东之一杭州阿里创业投资有限公司（简称：阿里创投）进行了新一轮减持。公告显示，2024年12月5日、6日、10日，阿里创投分别减持了部分光线传媒股份，减持价格在9.8元/股至9.96元/股，使得阿里创投不再是持股5%以上的股东。

据悉，阿里创投此次减持主



要是基于自身安排，且其不排除在未来12个月内根据情况增加或继续减少光线传媒股份的可能。这个“自身安排”紧邻《哪吒2》上市的关键时点，显然不会是简单的踏空行为，不知其中暗含了怎样的“资本秘术”。

股价的疯狂起落显示了资本和财富的有形转移，而在无形中，资本的力量犹如“混天绫”，紧紧束缚着每一位消费者的钱包，影响着他们的消费决策。

衍生品市场成为新的“隐形战场”，《哪吒2》的影响力延伸到

各个消费领域。据不完全统计，目前已经联名的品牌数量超过20个，覆盖潮玩、食品饮料、日化、母婴、汽车、电子产品、出版等多个品类。电影观众为喜爱的IP买单，拉动了各个品类的消费。据淘宝官方数据，截至2月底，《哪吒2》周边商品销售额已经超过3亿元，打破了《流浪地球2》保持两年的纪录，成为淘系史上最吸金的国产影视IP。

据悉，有超过200万人在淘宝购买了哪吒相关的周边商品，3亿元成交额中，盲盒、手办、卡牌等潮玩类商品成交超过2亿元。

开源证券此前发布的行业报告预计，《哪吒2》系列IP衍生品收入或达100亿元至150亿元，并进一步通过电影热映扩大IP受众，IP总商业价值或达300亿元至350亿元。

有专家说，当资本洪流退去时，唯有真正扎根文化基因的IP才能持续造血。《哪吒2》显然还是这场消费盛宴的起点，而非最高点。



☆电影卡牌颇受收藏者喜爱

在杭州某品牌战略会上，相关负责人展示着《哪吒2》联名汽车的设计图：“我们提前一年半介入世界观构建，把混天绫元素融入车体流线”。显然，这种深度绑定正在改变商业规则。

“哪吒”的成功是国产IP崛起的生动缩影。这预示着一个独特的“IP-数据-消费”的闭环生态正在形成。通过电影带动文旅、制造业等相关产业发展，形成良性互动，不仅能够推动电影市场持续繁荣，更将持续搅动服务消费的一池春水。

近年来，文旅行业正经历着深刻的变革，文化产品的种类越来越丰富，呈现的方式也更加多元，新业态投资趋势展现出前所未有的活力。云服务、人工智能、虚拟现实等技术越来越多地运用在文化产业当中，诞生了沉浸式展览、虚拟主播、数字藏品等新的业态和产品，

也让文化企业的收入不断增长。这些新出现的消费场景和积极变化，也让资本看到了文化产业中蕴含的潜力，正在不断加码这个“蓝海”市场，文旅企业纷纷通过融资、上市等方式筹集资金，以扩大市场份额和提升竞争力。

据报道，近期多家文娱企业公布了最新融资进展。通过人工智能辅助创作的网文平台获得数百万元融资，原创IP孵化运营公司获得近亿元融资，提供AI绘画原创素材的平台获得数亿元融资。据长期关注企业投融资动向的投中研究院数据统计，2025年1月，文娱传媒领域的融资案例数量，环比增长约40%，近3个月融资案例实现三连涨。

随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，越来越多的人愿意为文化消费买单。同时，技

术的发展和创新能力的提升也让文化产品的种类和呈现方式更加丰富多彩。在文化消费市场快速发展的同时，我们需要更加关注其中资本运作和规律。

资本在推动文化消费市场发展的同时，也可能带来一些负面影响。例如，过度商业化可能导致文化产品的质量下降和消费者体验变差；资本炒作可能导致市场泡沫和风险积累等。

在享受文化产品带来的愉悦时，我们需要审视其背后的商业逻辑，并加强市场监管和风险防范。通过深入挖掘文化内涵、提升创新能力、加强市场监管等手段，共同推动文化消费的健康发展。未来，资本的介入只有长期注重文化内涵的挖掘和创新能力的持续提升，才能实现文化消费的可持续发展和长远利益。📌



☆2月8日，在位于湘潭综合保税区的湖南桑尼森迪玩具制造有限公司拍摄的“哪吒”系列周边玩具

新华社图片

汲圣贤文墨 荡周汉大风

——记“大程隶”书风创始人张程的文心厚墨

谈及书法，无论是西晋陆机的《平复帖》，唐代颜真卿的《祭侄文稿》，还是宋代苏东坡的《寒食帖》、黄庭坚的《诸上座贴》等，这些流传至今的国宝名帖，他们的作者没有一个是为书而书的，也没有一位是专于书法的。中国古代书法的伟大之处，在于他始终保持着与生命文质本真的血脉联系。当我们凝视《平复帖》中陆机写给友人的笔迹，看到的不仅是书法艺术的展现，更是一位士大夫在动荡年代里对友情的郑重托付。那些看似随意的书写，实则是书信往还中最本真的情感流露，是为表达而自然展现的大美。

张程，深谙中国书法深邃的美学密码，将艺术个性与文化积淀、当下生活融合共生。

他守正创新“大程隶”书风，既富周汉金石气，又具现代视觉张力。

他推动“行走创作法”“雅颂展演”，让传统文化焕发活力。

张程，文墨齐新，复兴雅颂，传习国学，卓然有成。

文——舒暢



☆《桢楠赋》张程 文并书

笔墨家传： 从儒商世家到文化使命

张程工作室座落在北京天坛东里的一处静谧院落中，室内墙上挂着数幅朴拙含姿的隶书作品，“圣贤文墨馆”的匾额高悬门厅正中。

张程的书法基因源于家族文脉。祖籍河北衡水的他，祖父是清末民初儒商，进京后在前门大街经商时，缘儒商风度，常主持庆典；因一手好字，时为商户题写匾额；父亲在新中国成立后从事财务方面工作，账册上的笔迹工整如刻。“幼时家中虽不富裕，笔墨纸砚却从未断过，巧合的是父母名字中都有一个‘文’字，家风崇文，也让我从小就开始喜欢写诗习字。”

文字与书写成为张程生命的底色。日复一日博览国学经典、诗词格律、书法史论，临、摹、



读、写历代法帖，字里行间参悟甲骨、金文、简书、汉隶、飞白书、草书、行书、魏碑、唐楷、清代隶书、当代名迹等，探寻书法真谛。“学文习字不仅是热爱，更是血脉里的文化基因。”张程如是说。

破茧成体： 五十年铸就 “大程隶”书风

“隶书最能代表周汉气象！”谈及书法探索，张程轻抚案头斑驳的《石门颂》《封龙山颂》碑帖，目光灼灼。在他看来，楷书过于规整，魏碑稍显锋芒，唯有隶书兼具篆书的古拙与楷书的筋骨，“我对隶书的唯美与正大气象情有独钟。”

中国当代著名书法家、篆刻家康殷（1926—1999），世人尊称其大康先生。他在书法、篆刻、古文字研究等领域均有极高造诣，尤其在篆书和隶书的创作上独树一帜，被誉为“当代篆书第一人”。“1988年的夏天，我去拜会康先生，到其北京



蒲黄榆寓所，观其著作《印典》的情景及对我这个后学的亲切教诲，记忆犹新。当时，他穿着背心、淌着汗水、手握大烟斗，正在创作，我请教康先生如何写好隶书，他向我讲了‘不究于篆、无由得隶’的道理，为我的隶书创作指明了方向，让我感动至今。”



“篆书，作为人类文字艺术史的发端，蕴含天道，物象，哲理，是东方文化的图符，同样需要法源衍庆、继纵承传。”张程深受大康先生启发，取法高古，融汇周汉金石神韵，在传统隶书的基础上，又大胆融入篆书笔意和行草书的流畅感，部分字形保留了篆书的象形意趣，增添古雅



之味。大康先生主张“以古为新”，在继承汉隶传统的基础上进行个性化创新，这对张程的隶书创作影响颇深。

2000年前后，辞去公职的张程在北京琉璃厂东街口开设了规模较大的画廊，广结书画师友，之后又开启了专注追寻隶书本源

的考察行程。彼时的他，遍访全国汉碑等人文景观：陕西汉中的《石门颂》飘逸如云，山东济宁汉碑群庄严似山，河北元氏《封龙山颂》孤高如月……《封龙山颂》雄浑开张、篆隶交融、天然意趣的气象，给张程留下极其深刻的印象。在封龙山，他拜访研究封龙山汉碑数十载的杜香文先生（原河北省元氏县文化部门领导）。彼时杜老因白内障几近失明，仍颤抖着为他题字，这一幕让张程深受震撼，更坚定了其以汉隶接续文脉的决心。

外师造化、中得心源。五十

年淬炼，终有所成。张程在隶篆基础上，为自己开辟了一条新路。他融法周汉、集美晋唐，以文作书、哲美特立，创“大程隶”书风。其字体结构严谨庄重、古雅淳朴，笔锋藏露间合阴阳妙道，刚劲处如刀劈斧凿，俊逸处若行云流水，趣味处象形生动。他擅用“搓笔”技法，增强线条质感节奏。“我立志写出自己的书风。何为大程隶书？‘大’寓意追求大道、大美、大成；‘程’是法度，亦为光大2000年前，集撰隶书3000言的程邈先贤，而承前启后、继往开来。宋代黄庭坚说，‘书家要胸中有道

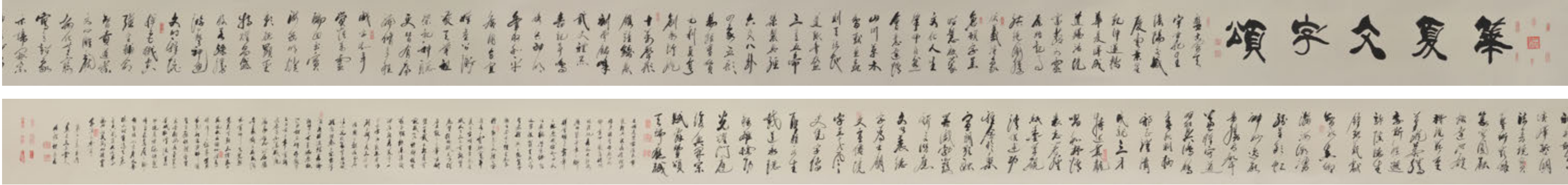
义，又广之以圣哲之学’。清代邓石如光大复兴篆隶，我愿做新时代的‘破壁人’，以书弘道。”张程的宣言掷地有声。

文墨相生：赋颂雅音传圣贤

展开18米行书长卷《华夏文字颂》，401个汉字如星辰列阵：“盘古开天，肇师自然，宇宙化生，会意达情……”字呈世风，赋赞辞颂，史凭字传，天瑞应诚。”

“今人多抄古诗，我却坚持自作文、自书字。”张程介绍其《人文三白言》《隶赞》等法书华章创作经历，其中《桢楠赋》被收录为文物出版社出版的《天道轮回金丝楠》一书开篇之作，字里行间尽显“君子如楠，栋梁之材”的文人风骨。他更坚信孔子“言之无文，行而不远”的真理。

面对当代书坛“重形轻文”的流弊，张程创作出《圣贤文墨赋》《神微颂》《信言经》《营箴》等华章，以中华最高文体诗、经、赋、赞、辞、颂等形式



☆《华夏文字颂》张程 文并书



☆《箴箴》张程 文并书

彰显文华、增益文献、成就文德。为继承中国格言文化，丰富当代箴铭、文徽，他创作新格言、联语、成语近千帧。“书法若缺了文心，便是无魂之体。”言辞中饱含了对文化复兴的期许和决心。

在国学讲堂上，他身着汉服，声若洪钟般雅诵自创赋、赞、辞、颂：“神耀赫赫，理物寒光，山河峻逸，慧照十方……”

彰显华夏正声、时代强音。这种融合古文吟唱与书法演示“雅颂”的形式，令学员震撼不已。“雅颂复兴传统正宗的音韵，神接周汉，表国风圣心。这些经典一定要继承好，融合好，发扬好。”张程感慨道。

问道天坛：万次行走淬文心

“天坛是滋养我文心、文德升华成就的圣地和天堂。”二十多年，张程万余次观瞻胜境。晨曦中，观祈年殿飞檐划破天际；暮色里，听回音壁震颤历史余响。摄天光、沁清气、聆松风，在此著作《天坛颂》《天民颂》，字字如颂天雅乐般庄严磅礴。“汉碑中的浩然之气，也在这里变得可触可感。”

他将这种“以脚步丈量文化”的修行提炼为创作方法论。创作《华夏文字颂》时，以行走中的感悟调整章法节奏。“传统不是标本，要让他活在当下。”

张程的实践，为书法注入时代的天籁音符。

三百印章：彰显文墨金石之光

书架上，三百方名家治印，记录着张程的艺术交往，也缘于他对中华印章文化的钟爱。

伴随五十载翰墨研究创作历程，境由心生，特邀请篆刻名家治“三百石印”，用于书法作品之钤印，使之神契于丹青、光鲜于篇章、文雅于妙法、欣然于观者。

张程介绍，“篆文如‘文在上、听禅、昭善知识、天氧、文字般若、如是我闻、写真、大智慧、神品、天命造作、胜有声、了不得、游于艺、执笔尊者、活的灵魂’等印文，钤法书点睛之妙、昭文德金石之明、耀君子文心之神。”金石大家张国维刻“炳文之子”“野兰气质”，龙跃文治印“坛上人”“金刚”“神徽”“天纵神襄”等，正是对张程金石殊缘最好的诠释。

从儒商世家的笔墨启蒙，到创立“大程隶”书风的破壁之路、承人文学集大成者之誉，张程用五十载光阴诠释了何为“文墨相生”。当横竖撇捺重新接续“不为书而书”的传统，那宣纸上的墨迹，便是文化传承的时代徽章。📍

☆供图/圣贤文墨馆



李可染《鱼米之乡》镜心 设色纸本 57×46 cm 成交价：931.5万元 北京保利2024年秋拍



张大千《仿董北苑江堤晚景》1947年作 镜心 设色纸本 89.5×39 cm
约3.1平尺 成交价：1207.5万元 北京永乐2024秋拍