

燕京书画社：老字号的收藏经

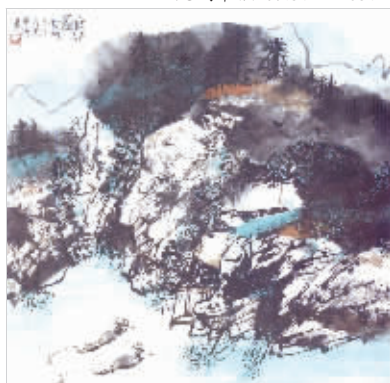
从一个为了解决返城知青就业的民间艺术团体到如今聚集了一大批中国画坛艺术巨匠的京城文化名片，燕京书画社经历了38年的历程。燕京书画社在这38年里不仅为后人留下了精品佳作，也逐步完善了自身的收藏理念。从李可染到刘大为，一幅幅藏画的背后都有着生动的故事。燕京书画社副总经理赵青仲说：“从一开始收画卖画，到现在的收藏，是企业价值的提升，也是发展的根基。”



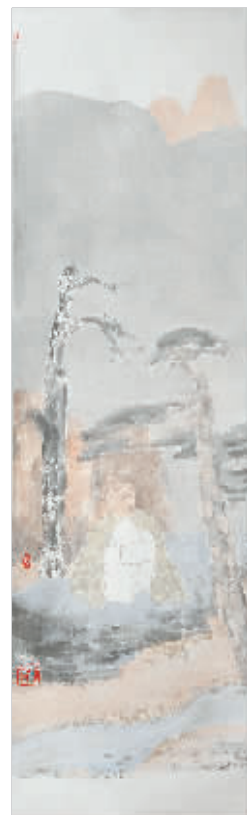
马晋《八骏图》125cm×46cm



沈鹏书法 67.5cm×65cm



龙瑞《渔乐图》67cm×67cm



田黎明《人物》110cm×33cm



秦凌云《竹子》139cm×69cm

赵青仲说，燕京书画社成立之初和发展的前期他还在专心画画，关于书画社的很多故事也是通过已经退休的老先生们得知的。燕京书画社成立于1979年6月，是北京最早的一个集体形式的画廊，也是北京市专为中外旅游者服务的大型专业商店之一、国家批准的首批涉外旅游定点购物商店之一。“1978-1979年正是大批知青返城的年代，为了解决他们以及毕业生的就业问题，时任崇文区区委书记的张旭（后任北京市书协主席）提议办一个书画社。当时由8名知青在天坛祈年殿旁边搭了一个塑料棚子，燕京书画社就这样形成了。”至于作品的征集工作，赵青仲说：“那时候作品都是从各个办事处收上来的业余书画家的作品，就这样支撑了两个月的时间。当时日本人非常喜欢中国书画，购买力很强，甚至有的时候可以用‘抢’来形容。”在有一定的影响力之后，燕京书画社

进入祈年殿的东殿和西殿。

上世纪80年代初期，在北京可以经销字画的只有五六家画廊，包括荣宝斋、宝古斋、北京画店等，燕京书画社是其中唯一一家可经销字画的集体企业。“其他机构要想销售字画要与我们签订代销合同，这个政策一直延续到上世纪90年代中期，直到拍卖开始兴起，画廊越来越多，政策也无法再执行。”赵青仲说，“当时收画主要为了销售，有日本旅行团来的时候，一面墙的字画被抢购一空。那些画的作者在当时名气并不大，而30年之后他们都是画坛响当当的人物，比如徐希、擅长仕女人物画的白伯骅、山水画家杨延文等等。”在收画中形成收藏理念。

依托于录用返城知青免税的政策，燕京书画社在当时快速成长，到上世纪90年代初期已经形成了20多个门市，他们还是着力大批收购字画。“当时的价格

非常便宜，普通作者比如杨延文的画也就4元/平尺，徐希的画最贵的10元/平尺，范曾的画是价格较高的，但也仅仅二三十元/平尺。”赵青仲说，在收画的过程中发现了很多非常好的作品。“一些原创的巨制作品，我们就作为镇店作品收藏了，不再对外销售。经过不断的探索，我们形成了自己的收藏理念，那就是创作的东西、巨制的、够收藏级别的才是我们需要的，而不是市场上流行的、随处可见的。除了字画外，我们还收藏了一些珠宝。现在，这些都是我们的财富。”

燕京书画社能做到有意识地收藏还源于他们拥有一批如王成喜、周之林这样的专家，当时留下很多如董寿平、范曾、周怀民、许麟庐等大家的精品。其中一张胡爽庵画的巨幅《老虎图》让赵青仲印象深刻，“这幅画8平尺，在如此大的纸上很难完成这样一只老虎，当看到这张

画的时候我们决定不再对外销售”。在众多收藏中，白雪石的《骏马河》也典型地体现了燕京书画社的收藏理念。“这幅画幅达丈二匹，有七匹马呈现于画中，是白雪石作品中非常经典的一张，与他典型的桂林山水画不同。我们要收藏的就是这类作品，而不是画家为了应对市场而创作出的东西。”

燕京书画社长期致力于经营名家字画，除了销售外，收藏也是一个艺术机构的根基，支撑着企业的发展，收藏在一定程度上也体现了燕京书画社的品质。针对燕京书画社收藏理念的转变，赵青仲坦言：“我们的经营方向就是字画营销，有钱就要买画，没有想过系统地收藏，但是慢慢感觉，为了企业日后的发展我们要选择地收藏。有别于市场上常见的作品，有创作，是我们收藏的门槛。”

北京商报记者 隋永刚



燕京书画社大院内景