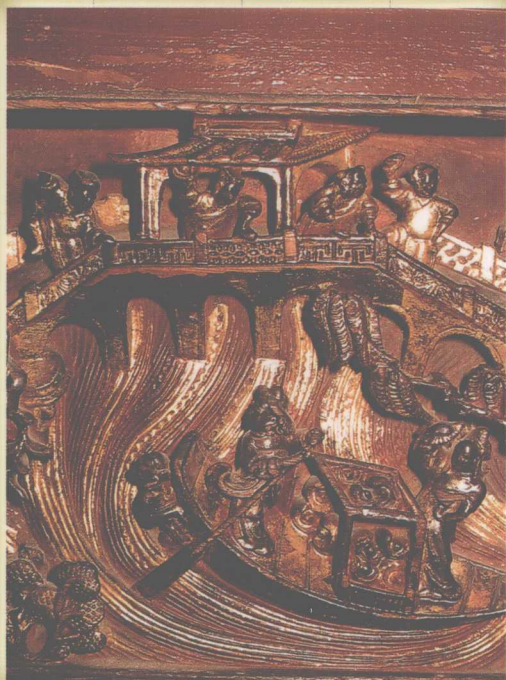


金屋藏奇

雕梁品床

夏风 著

上海書店出版社



金 屋 藏 宝

金屋藏奇 雕梁品床

著 夏 风

 上海書店出版社



图书在版编目 (C I P) 数据

金屋藏奇：雕梁品床 / 夏凤著. —上海：上海书店出版社，2006.5

(金屋藏宝丛书)

ISBN 7-80678-510-8

I. 金... II. 夏... III. 床—收藏—中国 IV. G894

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 010703 号

金屋藏奇 雕梁品床

著

夏 凤

责任编辑

那泽民

整体设计

润 泽

技术编辑

吴 放

出版发行

上海世纪出版股份有限公司 上海书店出版社

上海世纪出版股份有限公司发行中心

地 址

200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc

制版印刷

上海精英彩色印务有限公司

开 本

889 × 1194mm 1/36

印 张

3.6

印 数

1-4000

版 次

2006 年 5 月第一版

印 次

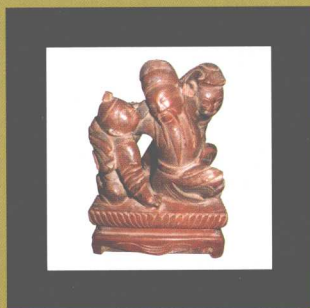
2006 年 5 月第一次印刷

书 号

ISBN 7-80678-510-8/G · 54

定 价

26.00 元



红漆木雕李白醉酒

清代

高约15cm

参考价3000元

杭州徐玉明先生藏

自序

价值也与时俱进、与名俱进 收藏丛书的参考价是这样来的

目前收藏领域不外有几种敏感的价格：（一）为拍卖公司的估价与成交价；（二）为收藏丛书的参考价；（三）为古玩市场的讨价还价。行内人都知道，拍卖公司的估价，标的是十万，会意想不到，在几家竞买结果，拍出百万。有时估价百万，但无人应征，这叫流标（未卖）。收藏书出的参考价，既参考拍卖的估价和竞价，也参考古玩市场的明价与暗价。明价来自行内和朋友的转让，暗价指的是地摊、店铺的虚价。而面对虚价，买家有三种：一是行家，一是外行，一是似懂非懂。行家凭自己的眼光，给古玩断代、估出目前市场的大概价格，想以最低的价格收进。外行只听卖家判断、讲故事，心中没有谱，不仅价位很高买进，还以高价将赝品当宝，这不再是新闻。似懂非懂者，他很自信，以为自己学到家，吃“药”时却像哑巴，有苦不是叫不出，而是不敢叫。至于古玩市场的讨价还价，直接面对行家和外行等。行家可以来捡漏的，如地摊上一卖家，将一只元代青花罐，他收进30元，以500元卖掉，认为很不错了。但在行家眼里，这真是个宝，因为元代青花罐十分稀少，他的真价可达上千万元。而初学者和外行来购买，按图索骥，一见元青花，瞳仁放大，内心狂跳，暗示自己，千万不可放过，并施展谋略，欲擒故纵。最终以几十万元购进，以为捡到宝。待专家最后把脉，原来是只新仿，值几十元。

以上三个价格，除拍卖价与古玩市场价是现行价。收藏丛书的参考价既是过去的参考价，又是未来5至10年的参考价。为什么这样说呢？过去价是作者在著书时到付梓印刷。起码一两年，慢的可能三年成书。可在两三年内作者标的参考价，虽然预想到未来，可市场如战场既可能朝不保夕也会成为东施效颦。但确切地说，参考价只代表图录中物的身价，再给当今期货升降起到的潜移默化方向性指导。当然图录中物的价格是与时俱进的。当我们翻开有些收藏丛书的图录物价，已经跟不上现行的市场行情，大大落后了。如《中国铜元目录》，只好再版升价了。曾拥有此书者还得再买，心里总不是畅快。

既然是书中图录的参考价，它体现的是一种文化、艺术、历史的价值，以藏家、馆藏和人文的知识作为附加值。它展示的不是古玩行里的买卖关系，而肯定是出_处、典故、文献等综合的评估价。所以人们常说，漂亮不代表魅力，文凭不代表文化，文物不代表文献，参考价不代表成交价，成交价不代表艺术价。

身价也与名俱进、与时俱进。比如一名靓丽的青春女性，通过一次全国或全球模特大赛，一举登上了冠军宝座，名扬四海。她的身价与出名前相比，千倍万倍，她再一次步入影坛，一炮打响，更是身价无限。画家出名，也是如此，一件作品得奖，被媒体关注，又被博物馆和著名藏家收藏，再被名著著录过，所以它的身价应是与名俱进。

传统民间工艺艺术品，全凭手工，因此像人诞生一样，没有两人会十分相似。只有外行看古玩，新老一个样。拍卖行、古玩行与源头收购的价格也不一样。商家出价与玩家出价也不一样。外国人与国内人认价也不一样。此一时，彼一时的价位不一样，贫者与富者出价也不一样。还有热爱者视如身家性命，厌恶者看作锱铢杂草。这就是场合的程度层面有不同，喜欢热爱有深浅，因此没有绝对的价格。古玩是一种特殊的商品，融历史、艺术、文化、品格于一体的高雅玩物。所以人们视它为藏知识、藏财富的象征。

隔行如隔山。驾校不可能请没有摸过方向盘的人当师傅；珠宝行不可能让外行人来定价；足球教练不可能请卖汽球的老太来做；古玩专业书籍又怎能凭乐于花边新闻的侃客来充当作者？

目前在出版界最早推出收藏丛书之一的上海书店出版社，可谓眼光独到，有胆有识，把握住市场脉搏，战功赫赫。给收藏界和读者带来了史无前例的精神食粮，为民间工艺蓬荜增辉，也填补了国家博物馆尚未研究的门类空白，汇编了相关文献因而深受读者的欢迎。据《人民日报·海外版》发表的《民间工艺挚爱者》（人民日报社浙江记者站副站长、主任记者、中作家协会会员袁亚平）一文中说：“夏风的收藏已经通过曲折的四环：（1）收藏的幼稚单一型，（2）收藏壮大发展型，（3）收藏的成熟知识型，（4）收藏的预见开拓型。”

为什么要标上参考价？

有价才知贵与贱

玩古玩不同于玩彩票，可有时也犹如玩彩票。运气和生机并存。一觉醒来，忽然看清自己常年熟视无睹的床榻，竟是一件宝物；拿起笔，突然看清那装笔的笔筒是一件官窑瓷器；吃饭的桌竟有人要出价几百万。穷人变成富翁，弱者变成强者，原来他们的路程并不遥远。可有的宝贝近在咫尺，有人努力寻找追赶了一生就是抓不住。不能抓住的原因，原来藏宝如藏草，缺少历史、文化、艺术和市场流通的认识，所以拿着金饭碗讨饭，可笑！可见床还是那张床，笔筒还是原来的那个笔筒，八仙桌还是原来的八仙桌，就是渗透了诸多价值所在而令人刮目相看，穷人不再穷，富人更为尊。

古玩之宝有的生在穷人窝里，可不见得报答穷人；古玩之宝有时藏在富人家中，可不见得成宝。原因都是善待不够，骑在马上找不着马。犹如“彩票”似的古玩，从神秘向明朗，从幕后走向台前。笔者写过一首《寻宝》诗：人人可参与，希望大家有。发财极少数，从来不怕羞。

价高决定尊贵，尊贵包括许多诱人的信息量，如一定的年份，一定的艺术造诣，一定的科学依据等等。不然，官窑不会每每受人追捧，紫檀、黄花梨不会被当作宝，和氏璧不会换十五座城池。不过有时高价并不代表艺术水平高，而因为是孤品，有时价低并不是说明艺术性差，而是因为数量太多。

外行问价，这里包括穷者与富者。内行开价，这里需要学识智慧和国内外古玩行、拍卖行的交易作依据（当然也不会排除漫天要价）。

古玩交易历来存在不同层面的人群。古玩行、拍卖行都是明里的由卖家先开价。而藏家、收货家，乃至一般百姓为卖家，卖家则是不开价的，而是由买家开价。卖家不开价，绝大多数不知价，是由买家开价后决定加码的。因此几轮后的讨价还价，卖家心中才有些谱，即使没有成交，今后再遇到买家，心中还不踏实，再次让买家开出古物的价格。等买家开价，原因有的想蒙出一个最高值，而买家同样想以最小的代价取得最动人的成功。

所以古玩是诱人的“彩票”。千百年来，玩家中高层有帝王将相；中层有贵族、士大夫；下层有平民百姓。当然不乏旁门左道，专以制假为生存，常有靠蒙人发家的。可谓鱼龙混杂，绝无穷尽。

古玩的历史、文化、艺术、内涵及其品相，是肯定价值的决定因素。但外行是模糊的，审美是表面的，技术是无从了解的，至于孤少与沧桑更是没有概念的。

笔者以切身的感受与实战作诠释，本为行中人，深知古玩的“水深火热”，更知水分与泡沫的“悠悠”。笔者欣赏《西游记》中的孙悟空回答唐僧的话“佛在灵山莫远求，灵山只在汝心头。人人有个灵山塔，好向灵山塔下修”。

前言

纵观苟延残喘的古建筑、古木床，昔日的风光不再重现，很像一位风烛残年的老人，尽管有子孙满堂，福气袭人，但他的利箭仍然跳不出强弩之末的无奈，“凋谢”便是他最终的归宿。然而，总有些烧得不轻的“患者”痴古如命，愿意倾囊而出。于是就有各地的“木雕馆”、“百床馆”，甚至“顶风”而上。并从古人那份厮守终生，光宗耀祖，看似自我、自私的物品中，惊奇地把脉和领悟到那份蕴涵着几千年的文化“导线”。于是全国上下视若瑰宝，一直波及国外，也为经济的腾飞，注入了一股新的活力。

木雕起始远古，盛行于清代。以农业为主导的大清政府往往将家庭作坊的手工业者，视为民殷财阜，自诩国富民强的政绩。不错，给佛贴金的人，祈求的是给自己的口袋装满金。给佛烧香的人默默祈祷平安，也默祷大富大贵。有一位谈吐风流的人，每天要给观音上香。但他否认祈财所为，自矜有过高等教育。有一天，对面开了一家卖石头大佛的店。一开张生意做了五万多，这时他才不经意间露了心迹，说：“哈，我每天烧的是一根细细的香，难怪生意没他好。他们烧的是那么粗的香，菩萨肯定保护他了，看来我也要烧大香了。”开始他隐瞒心迹，是没有参照物，后来为什么敞开呢？因为他找到了参照物，对面“粗大的香”、“五万元”。就近的民众有荣华富贵的参照，这是最能立竿见影、炙手可热的效仿。所以就有郭子仪大富贵、善寿考、周文王求贤、状元骑马游京街等民众喜爱效仿、祈求、寓意的图案。

我们往往看到买卖传统艺术品的人们，对图案说法不知所云，有的还误解曲解。还有一些文化人，见木雕图案有刀有马有人，就说是“刀马人”。这种不求甚解的懒惰作风，似乎要将我国丰富多彩的民俗文化尘封并束之高阁。真不是“可恶”这么简单了。这里反映了一个文化继承与断层的大问题。其实任何一行，都是学有所得。即使生活在明清时代的人，不学习，无文化，他们抬头所见的木雕图案也是不知其是的。而今天人们见到传统木雕图案的陌生之谜是情理之中了，因为传统文化的复兴也就在这十多年里。而面对浩如烟海的传统木雕图案之谜，虽读过的书汗牛充栋，乃若井中视星也。殷切的期望同好拿起

笔来。目的给当今和未来的爱好者有个规范的参照。学习今天，为了明天，收藏昨天。

有人问旧时民间为什么要在建筑和用具上雕刻人物、动物、花卉等呢？其实这是古人心理的需要。一半为财富的炫耀，一半为美的需求。其一：如旧时的千工床，用三年时间雕刻完成，投入大量的人力财力。在穷人看来，每天都在撕钱，心如刀绞、相形见绌。对于财主来讲，他撕碎的是贫穷，相得益彰。其二：表现美需要技巧，要含蓄、耐人寻味、经得起琢磨，所以业主便要求将生活中看过的戏曲、人物，古书中读过的典故和信仰、生肖、花鸟、虫鱼，都装饰在建筑和用具上，而每个图案都寄托愿望和寓意。如郭子仪寓意大富大贵，寿考终命；狮子象征辟邪、威猛、祥瑞；牡丹，花中之王，代表富贵。在历史上大规模的木雕出现在建筑和器物上，只有清代。清初只是较简单的装饰，人物图案在建筑上相当稀少。有人往往将一块建筑人物木雕说成是明代的，其实毫无根据，我们可以在明朝留下的宫殿庙宇内一看便知。人物图案在明代建筑上从未出现过。而清中期的木雕已经形成规模，但都出现在宫邸与财主家。清晚期的木雕空前旺盛，作为一种时尚，已经普及到下层阶级，而失败之作，粗制乱造，层出不穷。因此清代木雕可以概括为：初期：稀少，粗大。中期：精细，尊贵。晚期：时尚，旺盛。

日前笔者将自己收藏的大量木雕藏品和在国内看到过的木雕作一比较，发现床上木雕最精美的数江西广丰，尤其是千工床，工艺风格是深浮雕加镂空，人物等近似圆雕。一块平面的樟木板，如何表现生活场景，突出人物动态等疏密有致、深浅合理、细微处逼真显现、刀法娴熟如同丝上分丝，那真无愧鬼斧神工。建筑木雕值得称道的是安徽婺源（旧属安徽，今属江西）、歙县等地，最突出的是房梁支撑（俗称牛腿）堪称一绝，无与伦比，可在歙县许国老博物馆见到。而富丽堂皇、金光灿灿的木雕，当之无愧的是广东潮州金漆木雕。那品相的完美，黄金的宝气，吸引了多少成功人士，就凭金漆这项工艺，恐怕是前无古人，后无来者。目前藏品最多的是广州美术学院。但绝对占优势的浙江门窗以木雕拼工精巧的图案，堪称数码的精确，似乎是一样的一小块木头，在聪明的工匠手下拼出形状各异、大大小小的盘长形、雪花形、蜂窝形、菱形等，完全凭榫头凹凸拼成强有力的、若网一样结实耐用的图案；此拼图以实用的视角，如采光、通风，打造出从观赏升华到审美的艺术领域，不愧是旷世之作。



房梁木雕福运当头

清代，长260cm，直径约35cm，参考价5万元

2米多长的房梁木雕，大多是在走廊上，作为展示豪华建筑木雕的一部分。而走廊是古建筑的外围，有张扬财富门第的象征。此梁来自浙江杭州萧山长河镇大夫第，未被保护的古建筑。梁上浮雕蝙蝠和云彩，因谐音，蝠通福，云通运，寓意福运。为什么在廊上雕刻福运呢？因为此处为出入最多处，一抬头便有福运当头之意。

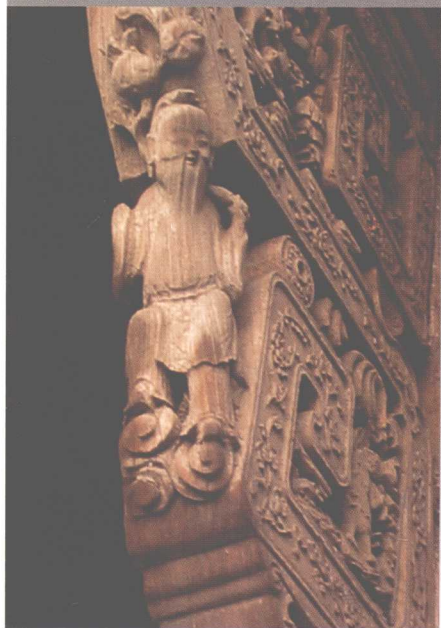


梁柱木雕支撑(俗称牛腿)左右图, 樟木深浮雕

晚清, 高约 70cm, 宽 45cm, 厚 20cm, 参考价 10 万元 (一对), 采自杭州萧山长河镇大夫第, 曾发表在 2004 年第 4 期中国收藏家协会会刊《收藏界》上

左正面图: 东方朔, 在汉武帝时确有其人, 官至太中大夫, 著书有《答客难·非有先生论七谏》等; 又因其以诙谐滑稽著名, 后人传其异闻颇多, 方士又附会其为神仙。宋人陆佃撰《埤雅》: “海上有蟠桃, 三千霜熟, 一千年结子、东方朔曾三盗此桃矣。”所以民间常以“东方朔盗桃”为题材象征长寿。

左、左侧图, 下, 为南瓜, 绵绵瓜瓞, 寓意多。中, 花瓶、牡丹花, 寓平安富贵。双笔由打结相连, 意在必结良缘。上, 几上一盆果子叫香橼, 橼与元同音, 寓连中三元。即:



梁柱木雕支撑(俗称牛腿) 左右图, 樟木深浮雕

旧时科举乡试中试为解元; 会试中试为会元; 殿试中试为状元。另一边点缀书与剑, 书为古代文人必不可少之物, 再加剑, 意为胆, 寓智勇双全之意。左、右侧图: 耕、读。耕以虞舜为象征, 读以孔仲尼为象征。

右正面图: 寿量。旧时也称南极老人星, “见则天下理安, 故词云祈福寿也”。出自《史记·封禅书》及《索隐》。后来作为长寿老人的象征。此图寿星头上布有祥云和蝙蝠, 寓好运当头、福寿双全。因为云与运、蝙蝠与福谐音双关。右、左侧图, 为渔、樵。渔以姜子牙为代表, 樵以钟子期为代表。(详见笔者著《民间木雕与图案》人物卷, 渔、樵、耕、读) 右、右侧图, 下为葫芦, 寓意万代葫芦。因为蔓(可读作Wan)是茎(有顺藤摸瓜之说)。中, 琴套进袋中, 寓情投意合。一瓷瓶装满开的玫瑰, 意在高贵慈善。上, 为花瓶与一柄如意, 寓平安如意。



梁柱木雕支撑(俗称牛腿) 左右图，樟木深浮雕



八仙图（一组，厢房屏风纹饰），樟木浮雕

清中期，高52cm，宽17cm，参考价15万元，香港沈墨宁先生收藏，曾发表在2004年第4期中国收藏家协会会刊《收藏界》上

八仙，有仙人八仙之说与凡人醉八仙之说。仙人八仙传说较早，且名谁姓氏各有不同。目前传说的汉钟离、张果老、韩湘子、铁拐李、曹国舅、吕洞宾、蓝采和、何仙姑出自明代吴元泰的神魔小说《八仙出处东游记》。凡人醉八仙出自《部曲新唐书》二〇二《李白传》、杜甫《杜工部草堂诗笺》二《饮中八仙歌》，他们是：唐朝的李白、贺知章、李适之、李（汝阳王）、崔宗之、苏晋、张旭、焦遂八人，因好酒赋诗，称“醉八仙”。此六图为一组，双面工，背为博古图。如何识别图中不同人物呢？如仙人八仙图2-1、汉钟离的法器为芭蕉



红木笔床羊毫楷笔

扇，曹国舅的法器为拍板，图2-2、韩湘子的法器为笛子，吕洞宾的法器为宝剑。图2-3、铁拐李的法器为拐杖、葫芦，张果老的法器为渔鼓。图2-4、蓝采和的法器为篮子，何仙姑的法器为荷花。图2-5、王母娘娘乘风。图2-6、太上老君骑牛。后两图为什么与八仙凑在一起呢？传说王母娘娘在瑶池款待八仙，八仙因盛情难却多喝了几杯，在归来的路上已经大醉，便在海上露出自己的绝活。这就是后来传说的“八仙过海，各显神通”。就在八仙露宝时，东海龙王之子见宝起了歹心，抢走了蓝采和的玉板并掳他潜入龙宫。这可惹怒了另外七仙，一场大战开始了。最后才由太上老君等调解办妥。所以才有这六图的组合。



生花妙笔、蟾宫折桂（左），床门纹饰，樟木浮雕

晚清，高15cm，宽14cm，参考价3000元（一对），曾发表在2004年第4期中国收藏家协会会刊《收藏界》上

一童子举笙，母亲举花，喻为生花妙笔。因生与笙同音，由生花妙笔，引申为蟾宫折桂，是由于旧时考试中状元，喻折桂，桂与贵谐音。终生廉洁、勤政爱民（右），童子肩挑一钟，母亲送莲花。因终与钟、廉与莲谐音，而莲又是出淤泥而不染、象征纯洁，故喻终生廉洁。由此引申为勤政爱民，是百姓的愿望。



携子上朝，樟木漆绘画

晚清，长25cm，宽22cm，参考价15000元，曾发表在2004年第4期中国收藏家协会会刊《收藏界》上

唐玄宗时，郭子仪因平安史之乱，再造唐朝之功，后又一身系时局安危者二十年。累官至太尉、中书令，封汾阳郡王，号“尚父”。据新、旧《唐书》传，郭子仪有七子、八婿，个个为官。其中一子为駙马，即图中郭子仪携子上朝，据传是皇帝特许。左为木雕，床门扶物处浮雕加透雕：郭子仪携子上朝。右为漆画，另一副床楣纹饰，此图左为背打扇翼，前为唐玄宗，中为上朝的大臣，右为郭子仪携子上朝。



空城计，床楣板，樟木深浮雕

晚清，长约55cm，参考价5000元，香港沈墨宁先生收藏，曾发表在2004年第4期中国收藏家协会会刊《收藏界》上

此图出自《三国演义》第九十五回。孔明已知马稷失街亭“大事去矣”，马上分兵归去以防不测。忽报司马懿引大军十五万蜂拥而来。此时孔明身边无大将，只有一班文官。在这万般无奈情况下，孔明用了一招前无古人后无来者的空城计。孔明坐于城楼，身披鹤氅，戴纶巾，左右立二小童，焚香操琴而弹。城门又有小童洒扫。司马懿笑而不信，认为如果城中无将，怎敢四门大开，若无其事操琴呢？次子司马昭说：“莫非城中无军，诸葛亮故作雄兵万马。”对曰：“诸葛亮平生谨慎，不曾弄险，今天大开城门，必有埋伏。”于是下令两路兵马尽退。