

时代风格 当代最具学术价值 与市场潜力的画家 | 人物卷 上

◎主编/刘振虎



YZLI0890107347

 吉林大学出版社

当代最具学术价值与市场潜力的画家

【人物卷】



 吉林大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

时代风格 : 当代最具学术价值与市场潜力画家. 上,
人物 / 刘振虎主编. -- 长春 : 吉林大学出版社,
2011. 1

ISBN 978-7-5601-6981-1

I. ①中… II. ①刘… III. ①中国画: 人物画—作品
集—中国—现代 IV. ①J222.7

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第011127号

书 名: 时代风格——当代最具学术价值与市场潜力的画家 (上·人物卷)

作 者: 刘振虎 主编

责任编辑、责任校对: 张沐沉 李 宁

吉林大学出版社出版、发行

开本 889×1194 毫米 1/16

印张 23 总字数: 66千字

ISBN 978-7-5601-6981-1

封面设计: 张沐沉

北京市北方华天彩色印刷有限公司 印刷

2011年1月 第1版

2011年1月 第1次印刷

总定价: 599.00元 (全三册)

版权所有 翻印必究

社址: 长春市明德路421号 邮编: 130021

发行部电话: 0431-88499826

网址: <http://www.jlup.com.cn>

E-mail: jlup@mail.jlu.com.cn

主编

刘振虎

主办

中国艺术报道编辑部

艺术视野编辑部

北京艺报国际文化传媒有限公司

媒体支持

美术报

中国书画报

收藏

美术观察

艺术市场

中国艺术报

羲之书画报

中国艺术报道

艺术视野

艺报网

亚洲美术家网络电视台

编委会地址

北京市海淀区田村路兰德华庭10号楼4单元201

邮编

100049

电话

010-88205602

传真

010-88205602

邮箱

007art@163.com

liuzhenhu@sohu.com

“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动” 品牌传播之道

——为“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”五周年而作

■ 当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动组委会

“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”已经成为中国美术界的“风向标”，收藏界的“晴雨表”。人们从它身上看到中国美术的生动表情，另一方面，“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”的品牌整合传播也经历了从无到有、从小到大、从单一效应到媒体共振传播、从放大品牌效益到追求品牌品质的过程。在这个过程中，品牌推广的重要性和传播效益日益凸显。业界专家这样评价，“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”的品牌整合传播和活动创新成为这个活动的双翼，让这个品牌展翅翱翔。

评选、展览、论坛三位一体

“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”是“艺报国际”在美术界、艺术界影响深远的一个重要品牌。“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”这个品牌包括“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”、“当代最具学术价值与市场潜力画家邀请展”、“当代最具学术价值与市场潜力画家高峰论坛”等三个子品牌以及其他辅助品牌。“艺报国际”目前拥有中国艺术报道、艺术视野、艺报网、“当代最具学术价值与市场潜力的画家评选活动”、“当代最具学术价值与市场潜力的画家邀请展暨高峰论坛”、“水墨年华——中国画名家巡回展”、“中国气派——与共和国共同成长的画家邀请展暨高峰论坛”等一系列美术界、收藏界极具影响力的品牌。

5年来，“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”组委会在建立媒体公共关系系统、探索整合传播路径、创新主流价值观传播、助力品牌升级等方面都做了很多工作，也取得了骄人的业绩。活动从创立开始，每年都在品牌传播和推广上具有引领传播模式的很多突破和创新。

从举行活动初始的2006年，评选活动就本着“开放办活动”的原则，发动美术界、收藏界的力量把这个活动办好，第一次采用读者投票和网民投票形式进行评选，把读者选票和网民投票作为唯一评选结果。从2007年始，业内专家和学者也进

行了投票，从而增强了这一活动的权威性。作为一种新的评选形式，在美术界、收藏界产生了比较长远的影响。这些媒体共振互动方式在当年一经推出后，被国内美术界其他评选活动纷纷借鉴和效仿。致力于让更多的公众参与和关注这个活动，为这个品牌的传承和发展方向打下了坚实的基础。

所有评选的画家注重贴近时代，深入生活，努力反映社会生活现实，具有积极的参与意识与深刻的人文关怀。在观念与风格上都独辟蹊径、自成面貌，既有创新又不失传统，给人一种强烈的视觉美感和独特的艺术感染力，代表了时代主流文化的多彩风貌。特别是在传统国画技巧的拓展、观念的更新、新材料的运用以及形式风格的探索上，推出了很多新的变革，具有较高的学术品位及市场投资价值。

为了把“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”打造成一个具有影响力的品牌。我们先后围绕“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”举行了“当代最具学术价值与市场潜力画家邀请展”、“中国气派——与共和国共同成长的画家邀请展”、“水墨年华——中国画名家巡回展”等一系列展览。参展者既有早已蜚声画坛的资深画家，也有近年享誉业界的后起之秀，秉承了中国绘画绵延深厚的写意传统，以当代的笔墨表现形式开创出具有时代面貌的写意精神，所展出的中国画佳作形式多样、题材丰富，展示了中华传统文化的灿烂以及对传统绘画传承与发展的成果，真实地反映了当代中国画从传统走向现代的面貌。

在举办“当代最具学术价值与市场潜力画家邀请展”过程中，我们还举行了“当代最具学术价值与市场潜力画家高峰论坛”和“中国气派——与共和国共同成长的画家高峰论坛”，艺术家和理论界、收藏界、拍卖界以及媒体的专家和学者针对“学术与市场”的问题进行了“华山论剑”，就美术界的热点和难点问题热烈的讨论，在现场激情碰撞，提出许多有价值、有深度的观点，对美术界和收藏界产生了重要影响。

论坛不同于普通的研讨会，这是一种有思想、有见地的表达方式，能够综合、全面地对活动予以评价。论坛不仅有引

领舆论风尚的传播效果,还具有文献和参考价值,对传播案例和品牌价值的研究有着不可替代的作用和分量。很多理论家、收藏家、媒体专家纷纷发表观点,对活动提出积极而具体的建议。“舆论领袖”的高端传播,不仅可以让评选的品牌传播呈几何倍数增长,而且使这个活动成为真正意义上的媒体事件。

在评选启动、候选人发布和公布结果三个阶段,组委会针对活动的不同阶段,制造持续的热点话题,邀请这个活动主创人员、往届当代最具学术价值与市场潜力画家、本届最具学术价值与市场潜力画家候选画家以及主流媒体的人士等嘉宾,在报纸、杂志、网站进行宣传报道,进行多方位、多渠道、多角度、深层次宣传报道,覆盖媒体界、企业界和经济学界相关人士。

杂志、画册、网站互为联动

组委会以《中国艺术报道》为依托,每次在全国推荐100位当代最具学术价值与市场潜力的(人物)画家、100位当代最具学术价值与市场潜力的(山水)画家、100位当代最具学术价值与市场潜力的(花鸟)画家进行评选,通过读者投票和网民投票形式进行评选,从而确定30位当代最具学术价值与市场潜力的(人物)画家、30位当代最具学术价值与市场潜力的(山水)画家、30位当代最具学术价值与市场潜力的(花鸟)画家。在品牌传播整合的过程中不断扩展媒体合作阵营和联盟,与专业媒体《美术报》、《中国书画报》、《文艺报》、《中国艺术报》、《羲之书画报》、《美术观察》、《收藏》、《荣宝斋》、《艺术市场》、《艺术视野》、《东方书画人物》以及大众媒体《北京青年报》、《北京晨报》、《文化视野》、《中外文化交流》等编织了一个覆盖全国的媒体传播网络,近几十家媒体在评选期间分别以专题、通讯、评论、消息和图片组合等不同的形式对评选进行关注和大篇幅的报道,这也奠定了评选活动良好的传播基础,成为活动5年来良性循环的媒体生态圈。组委会邀请专业媒体以专题和评论等方式对展览进行深度报道和后续宣传,凸显“重学术价值、重

市场潜力、重艺术创新”的活动主题。在评选的品牌整合中,《中国艺术报道》不仅对当代最具学术价值与市场潜力画家做了全面的盘点,同时还对中国美术的发展进行梳理和思考。在2010当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动过程中,我们出版了特刊,对5000家画廊和1000家拍卖行进行了免费直投,从而进一步拓展活动传播渠道。

组委会在举行“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”过程中,于2006年推选出20位当代最具学术价值与市场潜力的国画家,2007年、2008年、2010年,每次推选出90位当代最具学术价值与市场潜力的国画家(其中人物30位、山水30位、花鸟30位),为每一位画家出版3000本个人画册。每次共计270000本,5年共出版870000本个人画册,40000本集体画册,这些画册大规模发行,都推广这一活动,直接进入企业家、收藏家、政界要人手中,大大提高了这个活动的知名度和美誉度。

相对于传统媒介而言的网络媒体等新媒体,在“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”中显示出其无可替代的作用。2006年评选首次提出“全民推选”当代最具学术价值与市场潜力画家,为了让公众能够参与到这个活动中来,组委会与99艺术网、艺报网、博宝艺术网、亚洲美术家网络电视台等10多家网站联手,通过新闻发布、建立专题、论坛报道、网友辩论、图文视频直播等系列活动,使评选活动与公众进行有效互动。

在“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”中,最具人气的互动环节就是公众网络投票。而此后在公众网络投票中,网友可以通过网站登录投票。公众网络投票也成为美术界大型活动公众互动的高点,成为“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”有效传播的一大亮点。

组委会把这些新媒体播放评选宣传片的情境拍摄下来,制作成一个精美的宣传片,在展览和论坛使用。这一变化,在播出时给受众和业界专家留下了深刻印象。这个传播路径的变化不仅增进了合作互动,更为重要的是,传播路径的延伸让这个品牌在有限的时间和空间中尽可能释放出更大能量,让不同的媒体形式相互交融和拓展,形成有突破性和冲击力的整合传播

效应。

网刊互动开创了杂志与网站大规模互动的先河，也是美术界媒体中借助第三媒介拉动受众人气的一个有效手段。画册的大规模发行和推广，对这个活动起到了积极的作用。事实证明，不同媒介的合作，实现了品牌传播平台的多样化，提升了品牌的价值，从而让受众更多地感受到了最具学术价值与市场潜力画家对中国美术发展进程的影响，也近距离感受到了艺术家的精神风采。

2009年，“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”被美术界权威媒体《美术报》评为美术界十大新闻之一。业内专家认为，这标志着“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”已经建立起属于自己的媒体公共关系系统，这个体系的建立不仅可以在品牌整合中起到事半功倍的作用，也标志着系列活动品牌整合进入了一个新的层次。

“当代最具学术价值与市场潜力画家系列活动”是一次弘扬民族文化、振奋民族精神、促进文化交流、推进文化创新的活动。通过大家的共同努力，此次活动在美术界和收藏界引起

广泛关注，必将对中国美术的长远发展产生重要影响。此次活动不仅是近年来中国美术界的重大举措，也表达出艺术家们对悠久灿烂的民族文化传统的认同和敬意。

组委会还将推出“艺术风云榜颁奖盛典”和“当代最具学术价值与市场潜力的艺术家作品拍卖专场”，打造出一条完整美术产业链，从而打通了学术与市场之间通道。我们还准备在油画、书法、版画、雕塑等领域陆续举行一系列活动，希望通过这一系列品牌活动，在扶植优秀艺术家、引导艺术发展方向、繁荣艺术市场方面尽我们的绵薄之力，以回报艺术界和社会各界人士给予我们的支持和帮助。

5年，是一个过往的盘点，5年是一个新的发端。这个品牌并不只属于中国美术界，也属于所有关心和爱护这活动的每一个人。“当代最具学术价值与市场潜力画家评选活动”作为一个品牌，不但有体现中国美术“风向标”的作用，而且开始以其高端定位和广泛影响，成为世界范围内为中国美术发展代言人之一。（刘振虎执笔）

当代30位最具学术价值与市场潜力的（人物）画家（按出生年月排序）

马西光	陈政明	张自启	翁振新	陈 涤	赵根成	马国强	李知宝	孙 戈	崔 虹
马书林	孔维克	郝爱平	杨 季	陈孟昕	郑军里	曹香滨	周士钢	邹立颖	骆晓萌
王辅民	曹宝泉	王利军	尚 可	禹海亮	陈 华	罗 云	李传真	张 卫	贺兰山

当代30位最具学术价值与市场潜力的（山水）画家（按出生年月排序）

周韶华	于志学	苗重安	吕云所	叶 维	钟纪明	李德甲	凌大纶	柯和根	阳 光
秦保家	郭正英	李世银	王树清	丁 杰	杨国平	管崑桐	林茂森	朱仕明	杨乐友
黄 越	祁海峰	董希源	于军福	莫树滋	张海鸿	吕大江	杨连升	刘 荣	王 乘

当代30位最具学术价值与市场潜力的（花鸟）画家（按出生年月排序）

贾平西	王振中	王培东	裘缉木	刘鸿洲	刘胜平	公丕炎	高卉民	曾景祥	潘锡豪
孙建东	何乃磊	管建军	马新林	梅忠智	王志坚	梁时民	于光华	陈运权	刘阿本
安 佳	胡海艺	曾迎春	常绍彦	吕维超	王来文	仇振霖	刘佰玥	韩 璐	刘春潮

说明：此次活动由中国艺术报道编辑部、艺术视野编辑部、北京艺报国际文化传媒有限公司主办“2010当代最具学术价值与市场潜力的画家评选活动”获奖名单正式出炉，以读者投票和网民的点击形式推选出90位当代最具学术价值与市场潜力的国画家（其中人物30位、山水30位、花鸟30位）。这次评选活动从2009年6月正式拉开帷幕，2010年10月落下帷幕，历时16个月，本次评选活动共收到35168张票。其中废票16张，有效票35152张。其中人物类评选活动收到12436票、山水类评选活动收到11562票，花鸟类评选活动收到11170票。每位画家的详细得票数因版面有限不再公布，这里公布的是得票数居前90位的画家。（排名不分先后）

目 录

当代30位最具学术价值与市场潜力的（人物）画家

马西光	009	陈政明	021
张自启	033	翁振新	045
陈 滌	057	赵根成	069
马国强	081	李知宝	093
孙 戈	105	崔 虹	117
马书林	129	孔维克	141
郝爱平	153	杨 季	165
陈孟昕	177	郑军里	189
曹香滨	201	周士钢	213
邹立颖	225	骆晓萌	237
王辅民	249	曹宝泉	261
王利军	273	尚 可	285
禹海亮	297	陈 华	309
罗 云	321	李传真	333
张 卫	345	贺兰山	357

当代30位
最具学术价值与市场潜力的
(人物)
画家



【人物卷】



当代30位最具学术价值与市场潜力的画家

中国艺术报道 艺术视野 北京艺报国际文化传媒有限公司主办

马西光，1932出生于山西省临猗县，祖籍山东。1948年考入中国人民解放军西北军政大学艺术学院美术部学习，1957年考入西安美术学院国画系深造，作品以人物画见长。现为青海省优秀专家，中国美术家协会会员，中国书画函授大学教授，美协青海分会荣誉主席。曾任玄圃画院副院长，青海省政协常务委员，青海美协副主席。

2007年、2008年、2010年被评选为当代30位最具学术价值与市场潜力的（人物）画家。



豪放强劲 秀逸妩媚

——读马西光高原吉祥人物画

文/贾德江



汲水图 68cm×68cm 2005年(左) | 六月六 68cm×136cm 1999年(右)

当代著名人物画家马西光以他的高原人物画享誉画坛。他的艺术具有强烈的地方色彩、浓郁的边塞诗风、意味深长的东方文化神韵和蓬勃向上的人生情怀。他笔下的少数民族人物以及牦牛、骆驼、驴、马等动物形象。远离了悲凉、苦涩、舒缓、浑厚的情调，吟唱这块粗犷、豪放又充满雄风的土地和赞美生活在这块土地上的人们。他在青海高原生活了近40个春秋，西北高原特有的人情风物、陶醉故乡深厚的文化传统，培养了他的艺术。他熟悉这里的土地，热爱这里的人民，他的生命与情怀，他的艺术之根已经深固地扎在高原上，因此他才能从那里汲取到不尽的灵感之源，塑造出众多的有血有肉、有情有性、生机勃勃的人物，成为西北高原上独特美的发现者，创造出高原画派豪放强劲而有秀逸妩媚的画风。

马西光的学养深厚。既有扎实的造型能力又有传统的笔墨功夫，同时善于吸取西方绘画的有益营养，为我所用。在他近年创作的人物画中，他从形体结

构出发，以墨的团块来结构体积。不是对象的自然模仿，而是在研究对象的动态规律，掌握对象形体结构规律以及人物的个性特征的基础上，经过大胆的取舍，有目的地强化或弱化处理，以洗练的笔墨在高度概括中来表现人物的形、神、情、意。他笔下的形象是“不似之似”的，和生活中的原形有一定的差距。但又是生活中呼之欲出的人物。

马西光不但在人物造型上追求意象造型方法，而且在画西北牦牛和其他对象时也在探索这种方法。马西光笔下的牦牛堪称一绝。他不但把握住了牦牛形体运动的特点，而且表现了牦牛的气质和奔突不羁的强悍的牛性。尤为称道的是，他把原始洞穴壁画，汉代画像和古代雕刻中的造型方法融会于自己的造型之中，在技法上又把泼墨、拓印与勾线相结合，在墨沉淋漓之中见出斑斓与古厚。由他创造的这种“拓墨皴法”，已经发展成为一种新的绘画语言。

透过他在高原风情一系列作品中创造的一个或一组鲜活的形象，似乎可以

窥见那里充满诗意和情趣的生活画卷。画面的全部魅力来自于闪现在对象的表情、动态上那种独特的美丽、纯洁、素朴、真诚的美感。画家似乎带有某些着意设计、安排的“戏剧性”效果，使富于形式美感的生活场景的描绘和人物合为一个浑然的整体。从人物的神情动态扩展到整个画面，增强了作品的整体表现力和感染力。他驾驭的鸿篇巨制。整体的恢弘气势、人物的多彩多姿令人赞叹；他信手拈来的人物小品，诗意盎然，笔情墨趣跃然纸上。他的作品有种返璞归真的野趣和难以明言的精神上的震撼性与穿透力。他的创作心态是开放的，敢于大胆吸收外国现代艺术中的一些观念、精神、观察与构成方法。但他又不从外部形式去作机械地模仿。在他显示着浓厚现代文化意识的作品中。他不因追求现代性而泯灭了民族性，也不因弘扬了民族性而湮灭了创作个性。

马西光是西北高原传统文化沃土中孕育出来的一朵具有异样香味的奇葩。





$\frac{1}{2} \mid 3$

1.丰收曲
96cm × 180cm 2003年 |

2.琴声悠悠
68cm × 68cm 2003年 |

3.驰骋
96cm × 96cm 1999年 |



汲水
68cm × 68cm 2002年 |



草原十月
| 68cm × 68cm 1990年

Ma Xiguang
马西光

人物卷
当代最具学术价值与市场潜力的画家

时代风格



大漠节日
96cm × 363cm 1998年 |