


时代风格 当代最具学术价值
与市场潜力的画家 | **山水卷** 中

◎主编/刘振虎



YZLI0890107348

 吉林大学出版社

当代最具学术价值与市场潜力的画家

张五

【山水卷】



 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. 中,
山水 / 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: 山水画—作品
集—中国—现代 IV. ①J222. 7

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第011175号

书 名: 时代风格——当代最具学术价值与市场潜力的画家 (中·山水卷)

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: 张赢予

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 管茺桐 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（山水）画家

周韶华	009	于志学	021
苗重安	033	吕云所	045
叶 维	057	钟纪明	069
李德甲	081	凌大纶	093
柯和根	105	阳 光	117
秦保家	129	郭正英	141
李世银	153	王树清	165
丁 杰	177	杨国平	189
管芪桐	201	林茂森	213
朱仕明	225	杨乐友	237
黄 越	249	祁海峰	261
董希源	273	于军福	285
莫树滋	297	张海鸿	309
吕大江	321	杨连升	333
刘 荣	345	王 乘	357

当代30位
最具学术价值与市场潜力的
(山水)
画家



【山水卷】



当代30位最具学术价值与市场潜力的画家

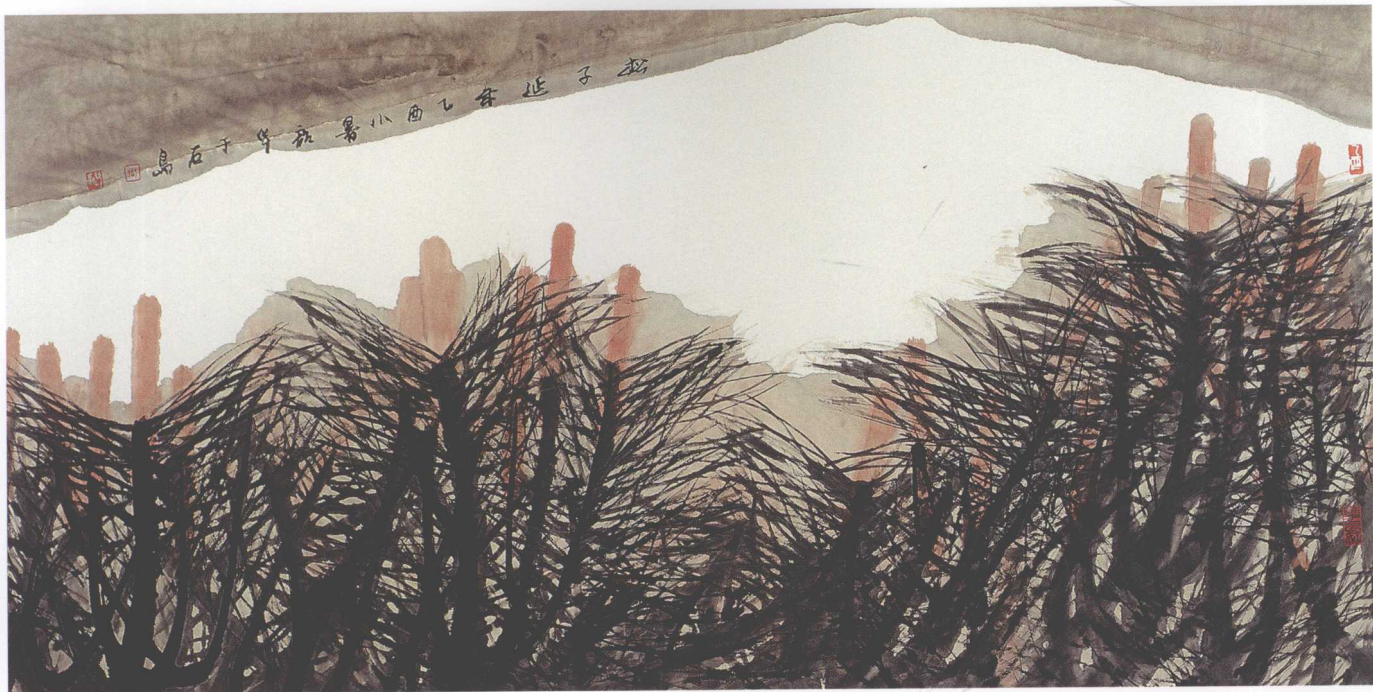
中国艺术报道 艺术视野 北京艺报国际文化传媒有限公司主办

周韶华，1929年10月出生于山东荣成市石岛。1950年毕业于中原大学美术系，分配到湖北省文联任秘书兼美术组长。此后相继担任湖北省美协副主席兼秘书长、湖北省美术馆院长、湖北省文联党组书记、湖北省文联主席、中国文联委员，是中国科学技术大学、华中科技大学、湖北美术学院、西南师范大学美术学院、中南民族大学、武汉理工大学、山东艺术学院和日本名古屋艺术大学客座教授，西安美术学院、山东工艺美术学院名誉教授。曾任中共湖北省委委员、中共十三大、十五大代表。2008年湖北省人民政府授予“终身成就艺术家”称号。

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



▣ 有关对艺术创新问题的探讨



一场春雨后 68cm×68cm 2002年(左) | 松子延年 68cm×136cm 2005年(右)

(周韶华在中国国家画院与他的工作室的学生们畅谈中国画创新等问题。以下简称“周”与“同学”的问答记录整理)

周：艺术创新是时代的命题。我们要面对的大形势是：当今中国工业化、农业现代化、信息化、城镇化、市场化和国际化，已是不可逆转的现实。这完全不同于以往的农耕文明时代。因此，艺术转型以适应时代的发展，便成为不可避免的时代主题。转换文化艺术的内涵及其与之相和谐的当代语境方式应是顺理成章的，毫无疑问要以科学发展观的思维对此作出有实质性的回应。这必然会面对交叉融合、传承与变革的动态性的结构变化。因此需要有创新理论体系、创新知识体系和创新技术体系的支撑，特别需要有创新的能力，有对艺术资源的整合与集成，有对引进消化吸收和再创造的实践，有宏大的创新型人才队伍，有站在时代前沿的舆论导向。这是一种在渐变中才能实现的文化理想。可以说这也是前所未有的挑战，也是民

族伟大复兴的契机。是一件十分庄严的历史性话题，决非轻而易举之事。

同学：您的办班宗旨是不是就以上述思维推行的？

周：任何好的设想都要落到实处，都要从一点一滴做起。我所想的和我要做的，都与自己的上述理念相行不悖。办班的宗旨集中到一点，就是呼唤精英、呼唤大美、呼唤创造意识，呼唤你们必须打下自己的江山。这是我要求同学们要实现的理想目标。我不开中国画的复制工厂，也不雕刻橡皮图章。

同学：现在美术界对传承变革众说纷纭，叫人莫衷一是，我们怎样守定自己的主心骨？

周：根据我的经验，要把交叉与融合、把传承与变革整合起来，一条腿要走进五千年的文化传统，力行古今贯通；一条腿要走进人类文化传统，搞中西融合、兼容并包，综合集成，这样才能成大器。纵览中外美术史，我认为有两条基本规律：一条是不断创新是艺术发展的规律；二是站在时代发展的前沿

是艺术创新的规律。艺术创新是时代发展的主流，这是不可阻挡的人类文明进步的号角，决不要被其它鼓噪所迷惑。

同学：不少人只讲传承，鄙薄创新，您怎样看这个问题？

周：走进传统是完全必要的，不可回避的。但是还要能走出传统。艺术多元化和艺术个性化是时代发展的需要。创新或称创意，创意包括原创、交叉融合、对各种艺术元素的综合，以及对综合材料的运用等等，不拒绝艺术发展的多种可能性，也还要能在传承过程中突围。这首先要有站在时代前沿的新视野，要有革故鼎新的见识，要有颠覆禁锢的突围勇气，具有不怕非议的自信，要做我行我道的战士。

创新理念是与走向综合、跨域融通，用视觉思维打掉观念定势等相关。要有确立自己话语权的新思路，并有和而不同的新思维。

同学：我们常常把关注的重点放在技术层面，忽略其它方面的修养，其缺陷何在？



楚天听雨
68cm × 136cm 2005年 |

周：你们正处在前所未有的精神领域风云激荡、思绪飞扬的时代，但还需要有人文精神的觉醒，需要有人文学科方面的学识，把学术思想植根于渊深的历史视域中，并且有放眼于世界的大视

野。网络时代正在打破许多传统偏见，欲要改变人们的审美意识，这秉承着很深的使命意识和很强的现代艺术变革精神。

一切成功的艺术创新者，都有对

中西两大文明体系的深度研究和高度把握。时代的脚步不会等待滞后的文化意识。特殊的阅历、特殊的学养，成就特殊的艺术家。千里之行，始于足下，千万不要空喊口号，不要华而不实，要



脚踏实地的干。

同学：我们学国画的同学多半是在文化断层年代出生，或者说注重技术层面的人较多，对文史哲方面的学问学习比较少，我们如何弥补这方面的不平衡

状态？

周：欲知则问，欲能则学。对文化资源的学习消化与融合，是再创造、再发展的根基，是不可回避的。我给上两期的高研班都拟定了必读书目。看来，

学习的风气还不浓。艺术创新的基石在很大程度上是对传统文化资源的开发与利用，是对引进消化的再创造。谁的文化资源丰富，谁就有长足发展的优势。创新不但不能割断文脉，而是在传统基

基础上的文化再生，民族文化的伟大复兴，一点也离不开对新知识、新思维的充分理解。

同学：从“五四”新文化运动以来，美术对传承与变革长期争论不休，如何从深度上来认识和利用这个正反两方面的历史经验。

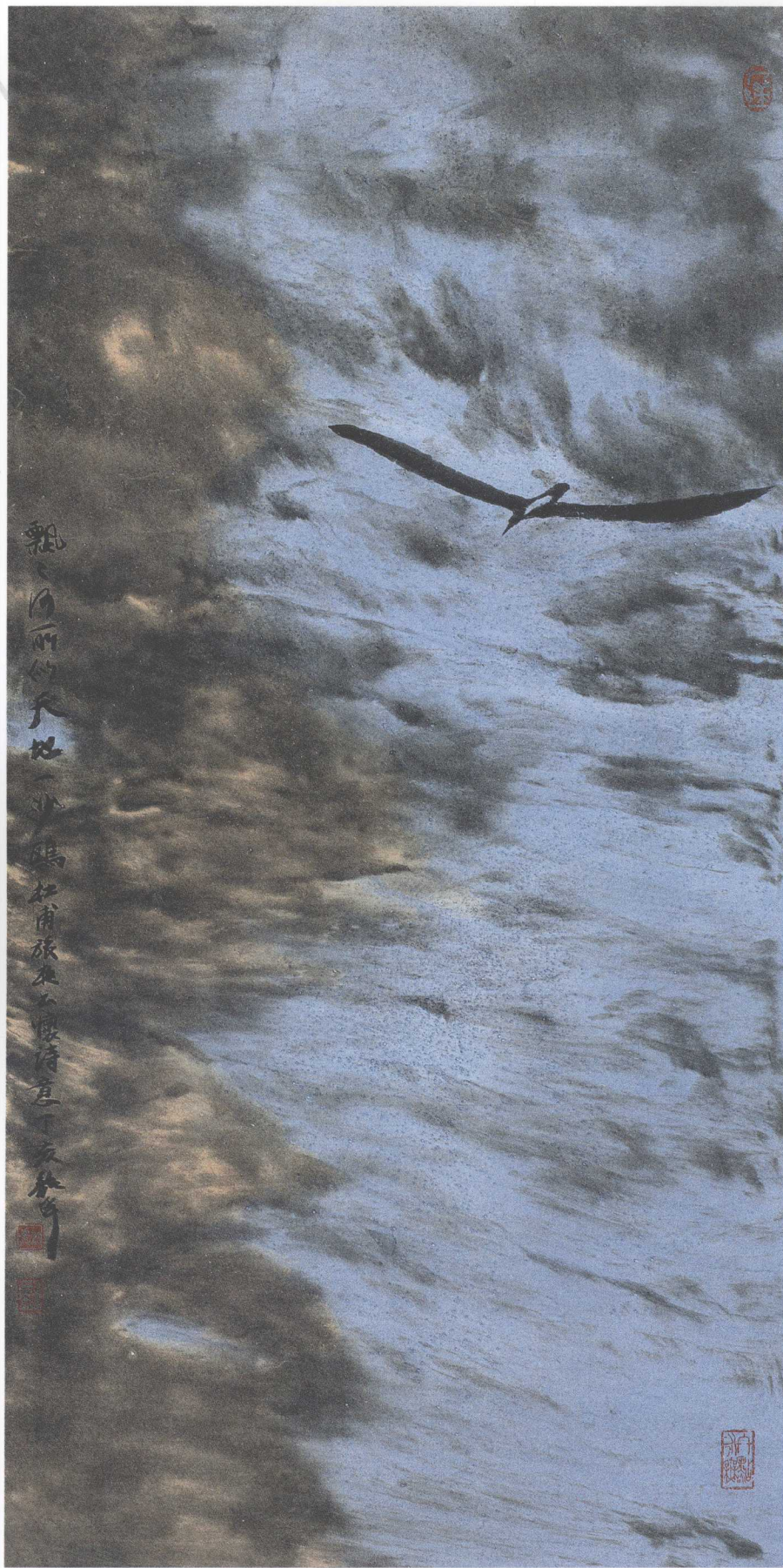
周：在我经历的半个多世纪的艺术变革中，悟出了一个道理，即：传统中国画要获得内在的新生命，就在于面向现实人生，拥抱自然；现代中国画要能长足发展，必须连接五千年伟大的文脉，舍此是无源之水，无本之木。同时融合与变革是时代的主题，新与旧的互动、融合与交叉，不要把它看成是不可调和的。一切画家都不可避免地要回应这一时代的根本性命题，任何画家的实践，如果与时代的命题相悖，便会游离于这个时代，丧失艺术生命力。

所谓变革，所谓创新，就是借助古往今来的一切资源和一切手段，用新的艺术话语表达我们对新的世界的感受，向读者提供新的美感享受，这样创新才能取得时代的话语权。

同学：上下五千年，传统博大精深，希望老师用最简洁的语言给我们作一概括，以便刻骨铭心。

周：耙梳典籍与创新有着重要的关系。这方面古人有系统精辟的论述，博大精深。我是站在我们这个时代对它的理解，把它抽提出来归纳了十句话，共四十四个字，难免挂一漏万。我认为它是艺术创造的精髓。这十句话即：以神法道，以形写神，外师造化，中得心源，气韵生动，迁想妙得，随机应变，潜移默化，经营位置，畅神而已。以下再略加解释。

以神法道：宗炳云：“圣人含道映物，贤者澄怀味象；圣人以神法道而贤者通，山水以形媚道，质有而趣灵，应会感神，神超理得；”讲的都是形而上之道，说明中国画不以自然科学的唯物理性而侧重精神性和灵性。神与道就是对这种精神性的最高境界的不断追求。标举独创把精神性放在第一位，就是艺



天地一沙鸥
136cm×68cm 2007年 |
014

术与道通。

以形写神：是顾恺之首提的美学命题。意思是借形体写感受的意象以呈现人的精神，书写人的生命特征。把神与形分出主次是美学理想的新发展，如“神姿高彻”、“神清气朗”很能体现人的风神。写神这个“写”字，也是说艺术表现不拘泥于形似而求超脱，后来成为中国普遍的美学追求。关键词是“写神”二字，只有“写”才能充分表现“神”。“写神”是写意文化的精髓。

外师造化，中得心源：不仅是讲面向生活，拥抱自然，这是艺术的活水源头，同时把造化与心源并提到很高的高度，因为心源是艺术的灵魂，这是对艺术的认识的升华。客观世界是艺术的源泉，艺术的根本来自于主体对生活的审美感受；真正的艺术所要表达的最重要的是心灵的意象，超以象外的心灵创造就是表现生命，把这提到一定高度，这是中国艺术观的结晶。

气韵生动：气韵就是生命形态，生动就是要求艺术必须打动人心。这是南齐谢赫提出的第一条审美标准。他把气与韵同生命运动融合为一体是美学思想的一大提升。气者，元气也；韵者是诗与音乐的合成，所谓“天行健，君子以自强不息”，说明真正的艺术是生命运动的乐章节奏。一切审美活动都通向音乐，通向诗情画意，它与玄学、禅学有一定联系。完全不同于机械唯物论。这一条是把崇尚性灵、崇尚精神性、崇尚生命作为艺术的最高准则。

迁想妙得：与以形写神，与气韵生动是有内在联系的。超以象外是追逐象外之象，是景生情，情借景的转化，以此迁移而妙得，通过大胆的和联想，以物喻人而妙得其神。不拘泥于形似，要得到的是精气神，而不是平庸的模拟自然。艺术最需要的是想象力，没有迁想妙得怎会有想象力。

随机应变：精神的力量非常神奇，瞬息万变，色彩的狂欢，迷离灿烂，你必须抓住这种写意文化的动态流变的特



苍山不老

| 136cm × 68cm 2006年



天涯万里远征人
68cm × 68cm 2006年 |

时代风格

当代最具学术价值与市场潜力的画家

性、偶然性、意向性的出现，这意味着追逐艺术神韵的机会来了，意味着意在笔后的机会来了，那就要跟着感觉走。临机应变是灵觉与智慧的表现，抓住灵机，常常会改变初衷，达到意想不到的效果。随机应变是黄公望总结出来的，非常符合中国写意画的本性。

潜移默化：是追求深层次的内在

生命，它不直白，通过暗示，让人心领神会的去领悟。例如明式家具的大气与简洁，它虽不说话但使人领略到大明的大度翩翩气象，再如白玉无暇，体现君子风格与人品的高洁，青瓷的雅致和高级绘画境界等，它们有力度而不剑拔弩张，优雅而不低靡，是沁人肺腑的艺术功能，是移情的艺术，移情是中国艺术

话语的内敛体。

经营位置：是中国画的结构生命，但很长时间人们忽略它不讲艺术结构和形式美的规律，不象古典诗歌那样讲究平仄对仗和押韵。我们重新解读“经营位置”时，要以新的胸怀和眼光，给中国画的形式系统注入新的活力，既重视前辈的经验，更要根据中国画发展的特