



新 收 藏 品 投 资 指 导 从 书



沈泓 著

# 老画新传

老宣传画  
的收藏投资



上海科技教育出版社

# 老画新传



老宣传画的收藏投资

中国美术学院美术考级教材

**图书在版编目 (CIP) 数据**

老画新传:老宣传画的收藏投资/沈泓著. —上海: 上海  
科技教育出版社, 2006. 8  
(新收藏品投资指导丛书)  
ISBN 7-5428-4144-0

I. 老... II. 沈... III. ①宣传画—收藏—基本知识  
②宣传画—私人投资—基本知识 IV. ①G894②F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 052407 号

新收藏品投资指导丛书

**老画新传——老宣传画的收藏投资**

沈 泓 著

责任编辑: 王克平

封面设计: 汤世梁

出版发行: 上海世纪出版股份有限公司

上海科技教育出版社

(上海市冠生园路 393 号 邮政编码 200235)

网 址: [www.ewen.cc](http://www.ewen.cc)

[www.sste.com](http://www.sste.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 上海中华印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/18

字 数: 480,000

印 张: 17

版 次: 2006 年 8 月第 1 版

印 次: 2006 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 1-3000

书 号: ISBN 7-5428-4144-0/G·2392

定 价: 76.00 元

## 总序

“盛世收藏，乱世黄金。”这是一条从古至今被反复证明了的格言。

然而，历史上还没有哪个朝代的收藏形势比当今之世更盛况空前，无论是参与人数、市场规模，还是收藏品种、藏品价值，都超过了历朝历代。收藏成为一种最广泛的大众化行为，并且收藏投资的观念也在逐步深入人心，收藏投资在近20年迅速发展。

而且，在未来（这里以50年为时间段），这一收藏投资的浪潮将如决堤之水，更加汹涌澎湃，一浪高过一浪。

为什么这样说呢？这是因为，未来50年，中国社会经济发展的主要矛盾将从生产力与人民群众的物质与文化的需求之间的数量上的矛盾，转化为不断扩大的数量需求与质量需求之间的矛盾。

未来50年中，中国经济增长将继续在高速增长区运行并呈平稳减速的趋势。经济发展将在20~30年内全面转到集约型轨道上来，科技进步对经济增长的贡献将从1978年到1995年的32%，逐步提高到2030年的50%和2050年的60%以上，经济进入可持续发展轨道。

这说明，未来中国50年经济环境支持收藏投资者的投资。经济发展速度和人民生活整体富裕水平的提高，将会刺激收藏投资者的投资热情，收藏投资品种在旺盛的投资热情和人气之下会保持稳健的升值势头。

物质上富裕起来的中国人将需要什么呢？需要精神的追求、生活品位的追求（实质是文化品位的追求）和心灵的追求。而这些都可以在收藏中获得。同时，还需要将财富增值，而收藏正是一种投资手段和工具。所以，收藏将成为衔接精神需求和物质需求的一种为广大民众所喜闻乐见的行为方式。

收藏活动的广泛普及是由收藏品的升值属性所决定的。收藏品的升值幅度有多大？回眸看看，1991年8月的邮市，价格比1990年8月普遍上涨200%~300%，而1996年到1997年3月的邮市，也可以看到一年增值200%~300%的状况。

未来社会是高智力的脑力主宰的社会，现代快节奏和激烈的竞争将使得人们精神紧张，压力增大。如何缓解精神紧张的压力？收藏是最好的选择，因为收藏既是脑力劳动锻炼，也是体育锻炼，既是锻炼，又是娱乐、放松和休闲。故而收藏投资不仅是随着“盛世收藏”而兴盛的，更是随着人类文明素质提高后的一种必然选择。

随着收藏人数的增多，藏品将供不应求，因而现在投资收藏品的人群是有先见之明的投资者，那时将获得巨大回报。

未来50年人类将发生无数令人意想不到的惊人的变化。到2015年后，随着人类进入一个完全靠智商取胜的时代，收藏投资领域将不仅仅是单纯靠收藏的方式达到投资的目的，还将出现一些高智商的炒家。因为高智商的人总是要寻找挑战性的尝试，他们有钱有势有智慧，将成为未来收藏品市场的大炒家大庄家。

尽管如此，收藏投资者大可不必悲观，因为即使没有高智商，但神奇的中国哲学将帮助所有现在从事收藏投资的人。收藏就是定性的锻炼，“无为无不为”、“以不变应万变”等等东方哲学都是现在的收藏投资者最终制胜的法宝。

所以高智商的大炒家创造的是奇迹，收藏投资者收获的却是最大的利润。

因为大炒家不论怎么聪明，都没有想到，他们吸纳的筹码，都是从现在的收藏投资者手中高价买来的。因此今日的收藏投资者手中所持有的收藏品，都将有可能获得这样的机会——无意之中藏品价格翻十番。

《新收藏品投资指导丛书》就是指引收藏投资者实现藏品价格翻十番的一套丛书。尽管目前收藏类书籍越来越多，然而，这套丛书有三大特色是其他收藏类书籍不可替代的：

第一、这是一套将收藏知识和投资指南融为一体的丛书。而其他收藏类图书大多只是仅仅介绍收藏知识和鉴赏知识。

第二、这是一套关于“新藏品”收藏投资的丛书，有别于传统收藏品的书籍。这些刚刚被发掘或正在崛起“新藏品”，比传统藏品有更大的升值空间。

第三、这是一套由收藏家本人撰写的丛书，是收藏家以自身经验和教训写成的丛书，因而对于收藏投资者有实战操作价值。

无论你是正在对收藏发生兴趣而不得门径的读者，还是刚刚入门而苦苦寻觅收藏知识和收藏方法的收藏爱好者，或者是已经在收藏市场上磨练多年并有所收获的收藏者，这套丛书都将致力于给你新的经验和启发，为你指点迷津，不仅带给你收藏知识和方法，还为你提供收藏投资的技巧和理念。

## 目 录

## 第一章 红潮滚滚闹藏市 /1

- 艺术品拍卖升势如虹 /1
- 拍卖场上竞艳 /3
- 海外拍出天价 /4
- 西方人青睐 /6
- 深圳：“红太阳”照耀左氏三兄弟 /7
- 北京：市场受到热捧 /9
- 杭州：交易频繁 /11
- 长沙：收藏氛围热烈 /12
- 广州：讲座展览助收藏 /13
- 老宣传画热点探秘 /13

## 第二章 收藏家成功之路 /17

- 哪些人在收藏老宣传画 /17
- 法国皮埃尔的“毛迷”情结 /18
- 兰茨贝里耶的收藏故事 /20
- 40年前开始收藏宣传画的谢格森 /22
- 克里斯托弗的宣传画情结 /23
- 从收藏爱好者成为潘家园画商 /24
- 英国留学的潘刚情迷宣传画 /25
- 赵文涛近水楼台成专家 /27

## 第三章 宣传画的功能 /29

- 宣传画的定义 /29
- 宣传画的若干功能 /31

## 第四章 宣传画的特点 /45

- 宣传画特点概述 /45
- 政治第一 主题先行 /46
- 通俗易懂 一目了然 /48
- 画意明了 画题点睛 /50
- 典型环境 揭示主题 /51
- 画面“三突出” /52
- 惯用特写表现英雄 /54
- 喜用仰角表现主要人物 /54
- 红色一统天下 /54
- 红光亮的视觉冲击力 /55
- 集体无意识 /57
- 传播广 影响大 /58
- 缺乏个性风格 /60
- 人物模式化概念化 /61
- 强调战斗性 /62

## 第五章 宣传画源流 /65

- 汉画像石是源头 /65
- 国外宣传画的源流 /68
- 中国宣传画的成形 /69

## 第六章 民国宣传画 /75

- 民族危机呼唤宣传画 /75
- 纷争中的寻求 /77
- 左翼美术是宣传画的摇篮 /80

## 第七章 抗战宣传画 /87

- 大量画家走向火热的生活 /88
- 抗战画报刊物纷纷创办 /89
- 宣传画表现形式多样 /90
- 不同区域宣传画有不同面貌 /91
- 木刻宣传画盛行 /92
- 彰显美术的济世功能 /93
- 延安时代造就了宣传画的辉煌 /94
- 作品反映战斗的时代 /96
- 画“属于大众”的宣传画 /97
- 在实用中体现艺术的功能 /98
- 从民间艺术吸取养分 /99
- 人物宣传画走向成熟 /99
- 受苏联的影响 /100

## 第八章 新中国宣传画 /101

- 新国画改革引发宣传画先声 /101
- 宣传画是时代的呼唤 /104
- 早期宣传画以建设题材为多 /106
- 祖国新貌是宣传画的重要题材 /108
- 政治挂帅确定宣传画的方向 /109
- 量大、品种多、影响广 /111
- 年画和连环画成了宣传画的两翼 /112
- 写实风格流行 /113
- 火药味营造的创作氛围 /113
- 从简陋走向艺术 /113

## 第九章 新时期宣传画 /115

- 过渡时期的宣传画 /115
- 上海成为宣传画根据地 /116
- 宣传画的衰落 /116
- 广告宣传画的崛起 /117
- 教育宣传画盛行 /121
- 经典宣传画《小平同志在深圳》 /122

## 第十章 国画宣传画 /125

- 各地国画宣传画的布局 /125
- 新山水画成为国画走向宣传画的桥梁 /127
- 清新刚健的风格特征 /129
- 革命圣地宣传画 /130
- 傅抱石的宣传画 /131
- 李可染的宣传画 /134

国画宣传画藏品的思考 / 137

## 第十一章 版画宣传画 / 139

版画的种类与技法 / 139

从复制到创作 / 139

鲁迅与版画宣传画 / 141

新兴版画的宣传画特质 / 142

版画宣传画在解放区 / 143

版画宣传画在国统区 / 146

版画宣传画走向成熟 / 146

新中国版画宣传画 / 148

版画宣传画起争议 / 149

五届版画展作品是收藏首选 / 150

## 第十二章 油画宣传画 / 155

油画宣传画源流 / 155

油画宣传画的产生 / 157

新中国油画宣传画 / 158

文革油画宣传画 / 161

新时期油画宣传画 / 165

## 第十三章 年画宣传画 / 169

早期红色年画 / 169

冀鲁豫边区的年画宣传画 / 172

“关于开展新年画工作的指示” / 173

新年画创作评奖活动 / 175

新年画创作运动 / 177

各地年画宣传画 / 177

文革年画宣传画 / 178

新年画的三种风格 / 181

## 第十四章 毛泽东宣传画 / 183

毛泽东宣传画是最重要的专题 / 183

伟人造就号召力 / 184

收藏毛泽东宣传画就是收藏一个时代 / 185

中国人对毛泽东怀有深厚感情 / 187

最易勾起时代怀旧 / 188

毛泽东的形象魅力 / 188

毛泽东宣传画的艺术特色 / 189

毛泽东照片宣传画 / 191

新中国宣传画的经典《开国大典》 / 192

发行量最大的宣传画《毛主席去安源》 / 194

## 第十五章 工农兵宣传画 / 197

工人宣传画强调战斗作用 / 197

工人形象高大感人 / 199

工人宣传画的创作方式 / 201

农民宣传画的特点 / 202

军事宣传画的类别 / 206

军事宣传画为何受青睐 / 207

世界军事宣传画的传统 / 209

军事宣传画的作用 / 209

英雄人物军事画 / 211

## 第十六章 反帝抗美宣传画 / 215

抗美援朝宣传画 / 215

援越抗美宣传画的背景 / 221

对越自卫反击战 / 222

亚非拉人民团结反帝宣传画 / 223

## 第十七章 大跃进宣传画 / 225

大跃进宣传画背景 / 226

各地美术界的大跃进竞赛 / 227

壁画创造美术史奇观 / 231

昌黎县12天画壁画6万幅 / 233

画家到农村画壁画 / 234

## 第十八章 大事件宣传画 / 239

知识青年上山下乡宣传画 / 239

农业学大寨宣传画 / 241

工业学大庆宣传画 / 246

“五七”干校宣传画 / 248

## 第十九章 其他题材宣传画 / 249

建设题材宣传画 / 249

女性题材宣传画 / 250

体育题材宣传画 / 252

爱国题材宣传画 / 256

文教卫题材宣传画 / 256

## 第二十章 老宣传画鉴赏 / 259

鉴定和欣赏的关系 / 259

宣传画鉴赏重在比较 / 261

宣传画鉴赏的方法 / 263

宣传画名作鉴赏 / 264

## 第二十一章 收藏投资、辨伪要点 / 277

升值空间 / 277

投资老宣传画的要点 / 280

老宣传画的辨伪 / 282

## 第二十二章 黑马研判和投资技巧 / 287

最有投资价值的板块 / 287

值得关注的投资品种 / 290

值得关注的老宣传画画册 / 295

老宣传画原作价值最高 / 296

后 记 / 299

## 第一章 红潮滚滚闹藏市

红色藏品收藏最初是“0文革”邮票带动的。早在20世纪80年代初,邮票迎来了第一轮真正意义上的行情。邮票的整体井喷上涨,吸引了大量收藏投资者介入邮市,因为当时除邮票外没有其他的投资市场。此后一直到1997年,邮票市场共经历了4次暴涨行情,每次文革邮票都拼命往上窜,其中5套突破万元大关,而一套语录票一度上涨到2万元以上。

文革邮票的暴涨,引发了“毛泽东像章”收藏热潮,这是第二个红色藏品的投资神话。第三个则是“红色瓷器”的收藏热潮。此后,红宝书、文革传单等文革藏品次第上攀,但如今的价格都不高。

而在所有红色藏品中,近5年来最引人注目的是老宣传画(图1-1)。

老宣传画特别是文革宣传画近2年来市场表现尤为突出。笔者到北京潘家园、郑州古玩城、武汉崇仁路、长沙清水塘、深圳文化宫等收藏市场考察,发现宣传画中,文革宣传画备受藏家青睐,收藏人群呈几何级数扩大。而且港澳台地区的不少藏家加入其中,大肆收购,使其价格如日中天。

宣传画重新受到藏家追逐是有理由的,它既有文物价值、史料价值,又具有政治性、艺术性、观赏性,因而在收藏市场身价倍增。

### 艺术品拍卖升势如虹

宣传画在收藏市场的大幅飙升,与中国13年来艺术品市场的大环境是密切相关的。由于我国经济的持续快速发展,人民生活得到了极大的改善,涉足藏市的人越来越多。每到双休日,全国大大小小的收藏品交易市场热闹非凡、交投活跃。

在全国各省市收藏市场中,最大且最具代表性的收藏市场是北京潘家园,它有六七个标准足球场大,据说也是亚洲最大的旧货市场。在北京潘家园收藏市场,宣传画是热点(图1-2)。

每次笔者跨入潘家园市场,就会被这里五花八门的宣传画藏品所吸引,更会被这里的空前人气所打动。这里有白发苍苍的老人,也有稚气未脱的小学生,有金发碧眼的外国人,也有来自港澳的中国人。来潘家园的人目的各

图1-1 全世界人民行动起来  
1965年 沈绍伦作



图1-2 北京潘家园收藏市场  
中的宣传画地摊





图 1-3 《红色娘子军》电影宣传画

不相同，有的是来“捡漏”的，有的是来“练眼”的，有的是来拾遗补缺的。据统计，潘家园现有 3000 个摊位，养活从业人员近万人，这里每年的交易金额至少有数亿元。

由于藏品的交易空前火爆，许多收藏品升幅可观。特别是近两年来，从连环画、电影海报到名家字画、瓷器等都呈现大幅飚升的行情。像现在不少 20 世纪五六十年代的连环画较之 90 年代末的价格升幅已有数十倍；而电影海报更是异军突起。在市场上，一幅全张老版的《红色娘子军》电影宣传画（图 1-3）成交价高达 1600 元，全张的《枯木逢春》海报成交价为 1200 元。

宣传画正是在这样的市场气氛下异军突起的。

尽管电影海报和宣传画已经有了优异的市场表现，艺术品收藏专家朱浩云仍乐观地预测：“平心而论，五六十年代的电影海报在市场上还远远没有到位，特别是随着集藏大军的扩容，电影海报的市场潜力不可限量。至于名家字画更是呈现井喷行情。像傅抱石的作品存世只有两千幅左右，如除去一般之作，精品的数量更少。故 2003 年他的《毛主席诗意》8 开册在中贸圣佳拍卖会上受到各路藏家的追捧，最后在 1800 万元的价位上一槌定音，若是加上佣金合计高达 1980 万元。存世作品十分庞大的齐白石同样在火爆的市场中显得供不应求，2003 年他的《山水》8 开册在中贸圣佳拍卖会上以 1661 万元成交，该作曾在 1998 年中国嘉德拍卖会上以 159.5 万元成交，5 年中增幅 10 倍。此外，齐白石的《花神》（33cm × 33cm）尺幅只有 1 平方尺，结果被中国嘉德拍至 101.2 万元，令观者为之惊叹。”

看看各大拍卖公司艺术品的成交额，更令人惊奇。2003年以来我国艺术品拍卖成交量急剧放大，当年，中贸圣佳秋拍总成交额达到1.4亿元、中国嘉德的秋拍为2.5亿元、北京华辰秋拍总成交额为0.7亿元、上海朵云轩秋拍为0.8亿元。2004年，北京翰海迎春拍卖为两亿元。

而到了2005年，拍卖成交价如日中天。仅仅2005年春拍，中国嘉德成交价突破6个亿，北京翰海5.17亿，中贸圣佳7.6亿。6月底，上海崇源春拍第二场成交为1.5亿，7月，西泠印社首次春拍1.96亿，朵云轩2.26亿。“十一”黄金周，浙江皓翰成交价超过2亿。秋拍中的各大拍卖行均达数亿，其中中国嘉德总成交6.9亿，保利5.6亿，华辰2.5亿……

名家艺术品升势如虹，如吴冠中的《鸚鵡天狗》拍出2750万元，徐悲鸿的《珍妮小姐画像》拍出2200万元。

自深圳1992年举办中国第一场艺术品拍卖会“中国当代名家字画拍卖会”以来，短短13年，中国艺术品拍卖成交额从当年数百万元，发展到2004年近百亿元，而2005年已突破百亿元大关！显然，中国收藏品市场已迎来了前所未有的大牛市。

正是艺术品拍卖升势如虹的走势，营造了老宣传画火爆的市场氛围。

## 拍卖场上竞艳

随着中国艺术品市场十年的火爆，宣传画也因极富时代色彩、反映了重大主题，而成为拍卖场上的新宠。

早在1995年10月，“中国嘉德秋季拍卖会”上，中央工艺美术学院学生集体创作、印刷发行达3亿张的著名油画《毛主席去安源》原作，以550万元的“天价”拍出，从而创造了“文革画”拍卖的最高纪录。一些名画家在文革时期创作的作品，更是身价不菲。在“文革画”中，除了国画、油画、水粉画之外，还有年画、连环画等也成为拍卖场上竞相吐艳的藏品。

《毛主席去安源》是著名宣传画，以天价成交并不奇怪。即使是一些名不见经传的小画家的作品，在拍卖场也有出人意料的表现，高出起拍价10倍~20倍并不奇怪。

2004年，红色收藏热一波接一波。嘉德领先一步，在11月7日的“中国油画及雕塑”专场拍卖中，靳尚谊的《周恩来在和平的讲坛上》、全山石的《八女投江》、艾中信的《毛泽东与朱德》均拍出良好成绩。

在2004年12月中诚信开拍的油画专场中，该公司上拍的红色经典作品有七八幅。而翰海秋拍中的第二个单元专场是文革时期的“红色经典艺术品”，有宣传画以及“样板戏”的瓷塑、象牙雕塑等作品。如此规模的红色经典作品在2004年秋拍中集中登台，说明这一题材的艺术品已经成为市场的新亮点，并受到了藏家的高度关注。

2005年5月，海王村拍卖公司举行的拍卖会上又一次出现了文革宣传画，起拍价为5000元的《诗满工地》宣传画画稿外加一张印刷品，画面描写了当时工人在建设工地上集体朗诵诗歌的情形，成交价为11万元，是被一个外国人买走的。

而起拍价同为5000元的另外一张宣传画画稿《青年突击队》，画面描述的也是当时的青年工人满怀热情投身社会主义建设的场面，最后成交价达到了49500元。

行家认为，“这次的宣传画拍卖整体效果不错，大家反应都很热烈。”

笔者认为，这些宣传画画稿的价格并不高，作为收藏投资，目前介入尚有很大机会。通常来说，一张宣传画画稿原作，应比印刷品高出百倍到万倍。而现在一张宣传画印刷品都能以万元甚至数万元成交，一张原作也只不过数万元，这多半是收藏者的盲目跟风 and 无知



图 1-4 养鸭治虫办法好  
1978年 宁经文作

所致。20多年前的宣传画原作，即使不是名家作品，也有较大的收藏投资价值，如笔者收藏的1978年春宁经文作的《养鸭治虫办法好》原作（图1-4）、1974年的《拖拉机》原作（图1-5）、20世纪50年代初的宣传画《热烈欢迎三大改造》原作（图1-6），都在收藏市场上无人光顾，因此被笔者轻易收购。

北京神州翰墨艺术研究院院长祁峰是笔者的朋友，以画驴和骆驼见长，他的处女作是20世纪60年代创作的一幅名为《雨夜出诊》的宣传画，画面是女赤脚医生深夜冒雨出诊的动人形象。他分析了文革宣传画为什么具有很高的收藏价值：“主要是因为文革宣传画特色太鲜明了，比如20世纪70年代的《大力支援农业》宣传画，画面为一手高举《毛主席语录》的农民的高大形象，红、光、亮、高、大、全，时代特征强烈。”而带有毛主席像的宣传画市场价高一些，一幅1968年作的《百万雄师过大江》，高出同时期普通宣传画市场价格的一倍。

尽管中国内地的文革宣传画拍卖价位比海外低得多，但行情一直在上涨，2004年一幅文革宣传画原作在中国书店拍卖成交价高达11万元人民币。



图 1-5 拖拉机 1974年

### 海外拍出天价

2001年4月，一张《美国人滚回去》的文革宣传画，在国际拍卖会上，拍到2070美元的高价。此类作品当年较多，如图1-7《美帝从南朝鲜滚出去！》和图1-8《把侵略者从越南南方赶出去！》等都有较高的收藏投资价值。

2004年7月14日，苏富比拍卖公司在伦敦举办的拍卖会上，为文革艺术专门开辟了一个单元，8张宣传画印刷品成为拍卖焦点。

图 1-6 热烈欢迎三大改造  
20世纪50年代初





图 1-7 美帝从南朝鲜滚出去！ 20 世纪 50 年代 哈琼文作

最终，这 8 张中国宣传画以总价 1475 美元（每张约 185 美元）拍出。《华尔街日报》评价说，中国的宣传画已经成为国际收藏市场的新宠。

这还都是纸质印刷品，不是原作。宣传画原作在国际上的市场价，是国内藏家想都不敢想像的。几年前，一张普通的《毛主席挥手我前进》的宣传画原作，画面上面是毛泽东挥手，下面是红卫兵，海外拍卖成交价折合人民币竟达到 25 万元。

上面提到的《大力支援农业》的宣传画原作，2001 年在苏富比拍卖会上，拍至 460 万美元高价（将近 4000 万元人民币），而一张《伟大的马克思列宁主义毛泽东思想万岁》宣传画原作，在苏富比拍卖会上，拍至



图 1-8 把侵略者从越南南方赶出去！ 1965 年 孙世涛作

图 1-9 满怀信心 1965 年  
沈绍伦作



1035 万美元（8000 多万元人民币）！

打开海外艺术网站，可以看到不少中国宣传画。文革宣传画在海外网站的标价惊人，如一张普通的 20 世纪 70 年代宣传画《做人要做这样的人》印刷品，标价 200 至 240 英镑。而原作《农大新学员》标价 120 万英镑，《毛主席和我们心连心》标价 220 万美元，《紧跟毛主席在大风大浪中锻炼成长》标价 220 万美元……种种迹象表明：人们已开始认识到“文革”宣传画的升值空间和收藏潜力。

### 西方人青睐

西方国家，有大量的收藏家和收藏爱好者在收藏中国宣传画。如荷兰有一位叫兰茨贝里耶的收藏家，收藏了 2000 多张中国宣传画。英国威斯敏斯特大学，也有一位宣传画的收藏迷，他的名字叫吉廷思。吉廷思至今共收藏了 500 多张中国宣传画，如 1965 年上海人民美术出版社出版的沈绍伦作的《满怀信心》（图 1-9），20 世纪 70 年代陈逸飞、魏景山作的《三八列车》（图 1-10）等。

当中国人还在 20 世纪 70 年代“造反有理”的时候，西方人就已经开始收集和研究中国的文革资料了。在西方收藏家看来，1949 年建国以后，中国宣传画成为政治宣传的一种主要载体，在建国初期文盲较多的情况下，“看图说

图 1-10 三八列车 20 世纪  
70 年代 陈逸飞、魏景山作



话”的方式便于让普通百姓去理解国家的大政方针。

进入20世纪80年代之后，经济建设取代阶级斗争成为国家的首要任务。宣传画的位置开始衰落。西方收藏家认为，没有宣传画，20世纪80年代之前的中国是不可想像的，但20世纪80年代之后的现代化中国缺了宣传画却照样运行良好。

相比之下，20世纪80年代以后的宣传画的收藏价值就很小了。兰茨贝里耶就认为，仅从艺术水准来说，20世纪80年代后的宣传画无法与此前的相比。其中一个重要原因就是改革开放以后，很多极富天赋的宣传画艺术家告别了这个行当，从事其他的艺术创作。缺少了这些艺术家，宣传画艺术也失去了灵感和创造力，无论色彩还是内容都变得乏味。而且随着中国向西方打开大门，中国宣传画艺术逐渐融入了大量西方广告设计技巧，在兰茨贝里耶看来，这使得宣传画艺术失去了“中国特色”。

正因为失去，老宣传画有了价值发现，成为人们追逐的热点。

现在越来越多的人开始认识到宣传画收藏的市场价值，收藏正当其时。据笔者实地考察，国内宣传画的交易市场主要集中在北京、上海、深圳、广州、武汉、东北等地。

### 深圳：“红太阳”照耀左氏三兄弟

深圳“名家字画拍卖会”第一拍惊醒了中国书画市场，也惊醒了红色藏品老宣传画收藏意识。

1996年，曾在武汉一家国有外贸公司担任业务员的左祥满，在火车上听到有两个收藏者谈到老宣传画，知道这个东西值钱，但大多数人还没有认识。这两个收藏者告诉他，深圳举办了中国名家字画第一拍，深圳人和香港人最有钱，也有市场，鼓动他做这个买卖。

左祥满一想，武汉收藏市场有大量的红色宣传画，价格都不贵，而深圳邻近香港，在那里老宣传画就成了宝贝。做外贸业务员出身的左祥满懂得异地差价就是机会的生意经，他灵机一动，打起了老宣传画的主意。

最初，左祥满是把宣传画当成生意来做的。当然也有怀旧情结，他生于1959年，正是那个红色年代长大的，看到那些老宣传画有一种天生的亲切感，喜欢之情油然而生。

深圳工人文化宫收藏市场自1997年邮市火爆后，日渐萧条。然而，唯有来自武汉的左祥满三兄弟生意不断扩大，从最初三人合租一间铺位，发展到现在每人一间铺位，且从小到大，房子里堆满了收藏品。

他们成了文化宫收藏市场得以支撑下去的台柱子。

为何在邮市卡商都全面撤退，古董藏品店也生意冷落的时候，三兄弟却能兴旺发达？他们的成功之谜在于他们经营的是文革藏品和老宣传画。

最初只有老三左祥满在这里开一个门面，主要经营文革宣传画、像章、文革书报刊等文革藏品。从1996年开始，我逐渐从他这里买了大量的文革宣传画。他这里生意一直很好，即使是在1996~1997年邮市火爆的时候，他也没有经营邮票，只经营文革藏品，客人一直不断，生意应接不暇。

因为生意不断发展，越来越觉得忙不过来，他把在武汉的两个哥哥也叫来了。三个人都经营文革文物，从合伙到分开各自为政，三人的生意都红红火火。

这说明了什么？说明老宣传画和文革藏品有大量的人在收藏，说明文革文物有市场。

我研究过他们的客人，除了深圳本地收藏者，还有一批是香港的收藏者。几乎每个星期天我到他们那里，都会看到香港的收藏者在选购。

有时候，他们柜台里面有一些我正在寻找的文革宣传画。当我提出要买的时候，他们



图 1-11 深圳古玩城左祥满的“红色精品”店

往往会说这是给香港的某某留着的，他当天就要来取。那么我只能耐心等待，拜托他们另外从武汉等地觅货。

有时候，有些香港的客户要得急，他们甚至会要求加价买回他们原来已经卖给我的，当然我是不会卖的。很多时候，他们也发愁，愁不能满足香港客户的要求，找不到他们需要的文革藏品。

比起深圳的收藏者，香港的收藏者能出得起价。

然而，让我更感到惊异的是，有时候，来买他们文革藏品的还有一些内地人，包括内地来的文物经销商。

此外，外国人也买他们的文革藏品。

武汉三兄弟成功的经营说明了什么？

说明老宣传画和文革文物的走俏。透过这样一个小小的窗口，可以看到，老宣传画已经成为一个全球性的热点收藏品种。

在2005年深圳秋季全国收藏交易会上，我看到，武汉来的一个经营老宣传画的画商背着一卷全张老宣传画走进文化

宫收藏市场，马上被左祥满拉进了他的小店。这是左祥满在武汉的一个藏商朋友，是专门为他送老宣传画来的。因为还有其他人也要买他的货，他对左祥满说做完一笔生意再给他宣传画，他说：“你不要急，这些画都是给你带来的，先给你看，我不会给别人看的。”但左祥满就是急，生怕别人抢购，立即把他拉进了自己的店铺。

我走到他的“红色年代”店铺的时候，他已经将卷帘铁门关闭了。我只能从门缝中看到，全张宣传画已经在地上展开，左祥满一张一张地挑选，对方说：“这些画都是好品相，‘一枪’打给你是800元一张，给别人就不是这个价了。”

后来左祥满全部买下了。我知道，香港的藏家早就向他定货，他一直没有找到货，只得向武汉这位朋友求助。

800元一张的宣传画不是一个普通工薪阶层藏家能够承受得起的价格，然而，左祥满敢买，而且抢着买，这说明文革宣传画有市场。因为

他买不是为了收藏，而是为了卖出。他800元一张买进，一定能在1200元以上一张卖出。

有一段时间我在深圳文化宫收藏市场没有看到左祥满，听他在文化宫的哥哥说，左祥满在深圳古玩城开了一个店。

2005年12月，深圳古玩城连续举办了全国古董交易会和全国奇石交易会，我来到位于罗湖新秀村的深圳古玩城，在C栋二楼248号店铺，看到了四壁挂满了老宣传画的“红色精品”店铺，左祥满正在里面应接不暇，忙个不停（图1-11、图1-12）。

左祥满对我说：“你看，你收藏什么，什么就涨价，当年你在我这里买的文革宣传画

图 1-12 左祥满的“红色精品”店内景



现在已经有10倍的增值了,不过,当时你如果听我的劝说,买全张和对开的老宣传画,就不止是10倍的增值,而是百倍的增值了。你是方向看准了,但品种没有买对。”

1996年,在深圳工人文化宫,当时他的那些大开老宣传画才10元左右一张,贵的也不过30多元一张,而现在都要1000元以上了。不过,我并不为我当年没有买他的大开老宣传画而感到遗憾,直到现在我也没有买大开老宣传画。

我对他说:“小的好存放,大的没有地方放置。东西不在大小,一张梅兰芳小型张邮票比小宣传画还小,但市场价比你的十张最大的宣传画还贵。”

当然这只是玩笑话,我并不否认大开老宣传画的价值,但自己一直只收藏32开、16开和8开老宣传画,主要是为了做资料研究和写书,但如果某一天我心血来潮想到举办老宣传画收藏展,我就得找左祥满买全张老宣传画了。

不过,那时,我将付出高于当时数十倍乃至百倍的代价。1996年在左祥满这里买100张全张老宣传画只要1000多元,现在1000元已经一张都买不到了。现在买100张像样的全开老宣传画,至少要10多万元了!

## 北京:市场受到热捧

2004年,在北京古玩城有文革时期的由3张全张纸拼接的《五个里程碑》宣传画,售出5000元人民币的高价;而潘家园收藏市场上同时期同题材的此类宣传画,3张全张纸拼接的宣传画价格突破7500元人民币,被境外人士买走(图1-13)。

潘家园旧货市场摊位的大棚1区5排3号,每到双休日,都可以看到刘占泉在这里进行宣传画的交流和销售。

刘占泉收藏有各年代的宣传画、电影广告等数百种,他的藏品既是收藏的热门,也是拍摄影视作品的道具。许多餐厅、酒吧为了制造怀旧的气氛,也爱用以前年代的宣传画作装饰。

2004年10月24日,就在我到北京潘家园收藏品市场的一个多月前,在潘家园“现代收藏”二楼大厅内惊现巨幅文革宣传画。此幅巨作为套色手绘宣纸本,画面为木刻风格,尺幅216cm×135cm。

据购买到此幅宣传画的上海张先生称:在京、沪及全国收藏品市场上20年来从未见过尺幅如此之大的佳作。有藏友猜测,该宣传画可能是“文革”初期“毛主席接见红卫兵”时天安门广场游行队伍中的标志性画作。

当年擅长毛主席木刻宣传画创作的中央工艺美术学院著名画家沈尧伊先生说:“我们当年创作时多用全张(787mm×1092mm)标准纸,但从未创作过尺幅超过两米的大型宣传画。此画尺寸如此之大且品相如此完好地保存下来,实乃一大奇迹。”至于是否可以申请为“木刻宣传画基



图1-13 北京潘家园收藏市场上老宣传画聚集人气



# 毛主席和我们心连心

上海火柴

18+1

图 1-14 毛主席和我们心连心 20 世纪 60 年代

尼斯”之最，人们将拭目以待。

从此幅木刻画的人物造型、线条与布局来看，画家功力不凡。只可惜在文革那个疯狂年代里，画家大都不署名，这幅木刻宣传画也同样没有画家署名。

此画为竖开张。左上方“炮打司令部”下面“毛泽东”的签名手迹惟妙惟肖，右上方的毛泽东军装像神采奕奕。画面下半部十几个红卫兵小将满脸怒气，有的高举“十六条”红书，有的举枪持笔，有的动起拳脚，将当时的所谓“走资派”掀翻在地，而底部“誓死捍卫毛主席”的鲜红大字，则充分表达了红卫兵小将们的赤胆忠心。从画面中，我们基本可以判断出此画的创作时间应在文革初期。确切地说：要么是毛主席“八次接见”之时，要么是毛主席 1966 年发表“炮打司令部——我的一张大字报”，或 1966 年“十六条”——文革全面发动动员令发表周年之时。

据中国收藏家协会书报刊收藏委员会专家当场鉴定：此画是手绘原作无疑，估价应在 10 万元以上，且具有极高的收藏、研究、欣赏价值，增值潜力巨大。

购买此画的张先生十分兴奋，从数百元购进到 10 万元的天价，又创造了潘家园“捡漏”的一大奇闻！

在北京潘家园，我看到一位宣传画收藏家对一位经营文革宣传画的商家说：“德国有一位藏家收了我国很多的文革宣传画，现在已出书了。”而这位商家说：“这位德国老头到我这里来过，买过我不少文革宣传画，每次来，他只要看上的东西决不还价。”

这位收藏家后来私下说：“我想若是遇上这样的买家，卖主怎能不发。所以，藏市里各种各样的人都有，有眼力差的，有眼力好的，有财