



APP 二维码



微信公众平台

e 美术¹

打造 E 时代美术第一品牌



中国民族摄影艺术出版社

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (C I P) 数据

E 美术. 1 / 杨东宝主编. -- 北京: 中国民族摄影
艺术出版社, 2014. 5

ISBN 978-7-5122-0559-8

I. ①E… II. ①杨… III. ①艺术品—拍卖 IV.
①F768.7-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 075318 号

书 名: E 美术 1
主 编: 杨东宝
责 编: 张 宇
出 版: 中国民族摄影艺术出版社
地 址: 北京东城区和平里北街 14 号 (100013)
发 行: 010-64211754 84250639
网 址: <http://www.chinamzsy.com>
印 刷: 北京卓诚恒信彩色印刷有限公司
开 本: 16k 210mm×285mm
印 张: 8
字 数: 60 千
版 次: 2014 年 5 月第 1 版第 1 次印刷
印 数: 1——8000 册
ISBN: 978-7-5122-0559-8
定 价: 36 元



打造 E 时代美术第一品牌



中国民族摄影艺术出版社

学术主持:

周韶华 哈孜·艾买提 王文芳 石 齐

尼玛泽仁 舒春光 牟 成 罗中立

蒋志鑫 郭正英 赵晓光 施本铭 石 良

主办单位: 中国重彩山水画院

协办单位: 中国西部画院

中国少数民族美术促进会

中央党校书画研究会

编辑出版: 中国民族摄影艺术出版社

E 美术理事会会长: 周 海

执行会长: 王晓春

副会长: 牟建邦 张凤清 赵志勤

名誉主编: 毛雪峰

主 编: 杨东宝

副 主 编: 高红柳

编 务:

崔晓萌 宋晓静 任亚丽(文丽)

美术设计: 王 攀 马 森

投稿电话: (010) 68647608

投稿邮箱: emeishu@126.com

出品单位: 北京文华国韵文化传媒有限公司

网络支持: www.emeishu.com.cn

通讯地址: 北京市石景山区政达路 2 号 CRD 银座

B 座(100041)

法律顾问: 谢兰成 北京亚东律师事务所

目录 contents

004 / 聚焦

004 / 网络与艺术传播

006 / 互联网给艺术带来了什么?

007 / 艺术品邂逅互联网电商改变艺术生态

008 / 水墨丹青

008 / 周韶华

012 / 张宝珠

012 / 专家评价

016 / 薛林兴

020 / 王仁华

024 / 苗再新

024 / 论苗再新的中国画艺术

030 / 狄少英

033 / 艺术源于生活

034 / 陈运权

038 / 周金月

042 / 赵小石

043 / 至真至美惠安女

046 / 刘铁臂

048 / 脚踏日月洗无形——谈著名画家刘铁臂

050 / 本铭说艺

050 / 艺术家的文化宿命——兼忆我的“新潮美术”旧事

052 / 架上艺术

052 / 罗中立

056 / 施本铭

060 / 陈安健

064 / 燕 杰

067 / 浅谈燕杰的油画艺术

068 / 石自东

072 / 何汶玦

076 / 院长谈创作

076 / 创造是攀高的天梯——在北京大学百年大讲堂的演讲

078 / 西部美术

078 / 石 齐

082 / 舒春光

083 / 诗画大师

086 / 蒋志鑫

088 / 来自天籁的性灵——蒋志鑫

090 / 郭正英

090 / 艺术照亮人生

094 / 赵晓光

098 / 毛雪峰

099 / 重彩新疆 道通大象——《毛雪峰新疆重彩山水画集序》

102 / 李知宝

104 / 岩彩和岩彩画的前世今生

106 / 老崔说画

106 / 关注人生 回归艺术

109 / 艺林说

109 / 青州归来说市场

110 / 书法与篆刻

111 / 旭 宇

114 / 庄默石

118 / 工艺视点

118 / 李凡青

120 / 方寸之间、别有洞天——李凡青内画艺术散记

122 / 美苑青年

122 / 谢其云

122 / 笔墨承道 谢家山水——青年山水画家谢其云绘画赏析

126 / 姚世宏

卷首语

随着智能手机和平板电脑的普及，移动数字阅读已经越来越多地蚕食了传统纸质阅读的市场份额。在人们还在对移动数字阅读到底会不会彻底终结纸质媒体寿命这个问题纠缠不休时，我们选择顺应时代发展要求，把二者优势合二为一，做成最大化利用各种传播手段和途径的读物：这就是《E 美术》。

显而易见，这里的字母“E”代表互联网。

这个字母“E”，就是要旗帜鲜明地表明《E 美术》的特点：除了纸质载体之外，我们会利用 APP、微信、微博、网站等移动互联网时代的所有传播手段，让喜欢这本读物的读者，您可以品着茶悠闲地翻阅纸质版本；也可以在繁忙的工作之余，手指一点，在您的手机、平板电脑上查看电子版本。一句话：我们会尽一切办法，让您能以最方便、最舒适的方式在最短的时间里看到这份读物。

当然，我们要解决的不仅仅是要让您看到这份读物，重要的是要您看到这本读物的品位和格调。《E 美术》收录的作品和文章，我们将尽力去掉艺术家的各种头衔，让艺术家回归到艺术这个层面上，用其作品或文章说话。只要画作格调高雅，富有创新精神，文章观点新颖，富于可读性，无论您是功成名就，还是籍籍无名，我们都将一视同仁，平等对待。归根结底一句话：我们将竭尽全力保持这份读物在艺术方面的纯粹性。

最后我们也希望作为读者的您，除了多对我们的编辑工作多提意见和建议之外，也能认可并支持我们不唯名气论的编辑思想，给我们一个略微宽松的环境，让我们共同呵护、编好这份美术界独一无二的《E 美术》。



打造E时代美术第一品牌



中国民族摄影艺术精品展

学术主持:

周韶华 哈孜·艾买提 王文芳 石 齐
尼玛泽仁 舒春光 牟 成 罗中立
蒋志鑫 郭正英 赵晓光 施本铭 石 良

主办单位: 中国重彩山水画院

协办单位: 中国西部画院

中国少数民族美术促进会

中央党校书画研究会

编辑出版: 中国民族摄影艺术出版社

E 美术理事会会长: 周 海

执行会长: 王晓春

副会长: 牟建邦 张凤清 赵志勤

名誉主编: 毛雪峰

主 编: 杨东宝

副 主 编: 高红柳

编 务:

崔晓萌 宋晓静 任亚丽(文丽)

美术设计: 王 攀 马 森

投稿电话: (010) 68647608

投稿邮箱: emeishu@126.com

出品单位: 北京文华国韵文化传媒有限公司

网络支持: www.emeishu.com.cn

通讯地址: 北京市石景山区政达路2号 CRD 银座

B 座(100041)

法律顾问: 谢兰成 北京亚东律师事务所

目录 contents

004 / 聚焦

004 / 网络与艺术传播

006 / 互联网给艺术带来了什么?

007 / 艺术品邂逅互联网电商改变艺术生态

008 / 水墨丹青

008 / 周韶华

012 / 张宝珠

012 / 专家评价

016 / 薛林兴

020 / 王仁华

024 / 苗再新

024 / 论苗再新的中国画艺术

030 / 狄少英

033 / 艺术源于生活

034 / 陈运权

038 / 周金月

042 / 赵小石

043 / 至真至美惠安女

046 / 刘铁臂

048 / 脚踏日月洗无形——谈著名画家刘铁臂

050 / 本铭说艺

050 / 艺术家的文化宿命——兼忆我的“新潮美术”旧事

052 / 架上艺术

052 / 罗中立

056 / 施本铭

060 / 陈安健

064 / 燕 杰

067 / 浅谈燕杰的油画艺术

068 / 石自东

072 / 何汶玦

076 / 院长谈创作

076 / 创造是攀高的天梯——在北京大学百年大讲堂的演讲

078 / 西部美术

078 / 石 齐

082 / 舒春光

083 / 诗画大师

086 / 蒋志鑫

088 / 来自天籁的性灵——蒋志鑫

090 / 郭正英

090 / 艺术照亮人生

094 / 赵晓光

098 / 毛雪峰

099 / 重彩新疆 道通大象 ——《毛雪峰新疆重彩山水画集序》

102 / 李知宝

104 / 岩彩和岩彩画的前世今生

106 / 老崔说画

106 / 关注人生 回归艺术

109 / 艺林说

109 / 青州归来说市场

110 / 书法与篆刻

111 / 旭 宇

114 / 庄默石

118 / 工艺视点

118 / 李凡青

120 / 方寸之间、别有洞天——李凡青内画艺术散记

122 / 美苑青年

122 / 谢其云

122 / 笔墨承道 谢家山水——青年山水画家谢其云绘画赏析

126 / 姚世宏

网络与艺术传播

◎ 文 / 高红柳

数字技术的广泛运用,互联网的飞速发展,引发了艺术传播的革命性变化,它使艺术信息的传播、理解、阅读呈现出诉诸视觉的趋势,并带给我们全新的艺术世界,为艺术的传播环境提供了一片崭新的天地。网络,作为人类交往的新宠,正在改变着人类的工作、生活和交往方式,进而冲击着人们的思维方式,加剧了艺术传播和媒介的扩张性,拓宽了艺术传播的广度与深度,为艺术传播打造了一个全新的世界。

① 计算机——网络传播的终端

计算机作为人类一个可靠的向导和可信的伙伴,它的广泛运用与普及,对科学技术的发展,特别是IT产业的高速发展有着深刻的影响,造就了艺术传播环境的新变化。计算机在沟通了科学技术与艺术的同时,也连接起传播的传统和未来,它融入了传统的传播方式,又展现了网络世界魅力独特的视觉语言,将人们引入了一个数字化、逻辑化、互动化的艺术传播新领域。

科学技术的迅猛发展,使计算机不再是单纯的制作品工具,而变成了用来储存、传播、展示艺术信息的媒介与载体,在艺术传播领域里充当起了重要的角色。随着计算机图形技术的日趋成熟与图形设备的不断完善,以及艺术家们对交互式图形软件的逐渐掌握,使他们能够直接在图形软件所提供的操作环境下以应答的方式进行艺术创作。通过操作各种计算机软件,人们可以在艺术作品中表达多种感觉形式。结合多媒体与虚拟现实技术,艺术家可以从各个角度展现物体的整体与局部,创造出超乎寻常的夸张变形效果,将艺术创作表现得更为生动和直观,更具有视觉冲击力。

“计算机是人与信息世界的中介,人们可以借助与它的交流来学习和把握这个世界”。网络正是这个中介

作用的具体反应。网络传播在深刻地改变社会传播的面貌,也在急剧改变我们的社会生活。人们在这个网络之中紧密联系,彻底打破传统艺术信息传播中的地域限制。一个艺术家,可以足不出户,却可轻松地 from 庞大的信息库中取得图形资料,并进行组合变化处理,运用这方式能够使艺术家在很短的时间内获得大量的信息,再通过计算机软件的操作产生许多不同的新图形。而所有这些都离不开计算机在网络传播中的运用。

② 网络催生了艺术传播的新符号

作为一种普遍的现象,艺术无时不在传播,传播无处没有艺术。计算机的普及,互联网的出现和飞速发展,不仅便于艺术创作的高效进程,更重要的是方便不同艺术形式的信息之间相互转换,从根本上改变了传统的艺术信息交流方式,为艺术传播提供了前所未有的广度与深度。随着网络时代的来临,网络为人们的艺术远距离交流和传播提供了最大的自由,艺术传播中的语言符号也在网络媒体的催化下,出现了很多新变化,人们也在新媒体环境下依据人际交流与信息传播的需要而不断改进艺术传播符号的表现形式。

艺术作为人类重要的创造性构型活动,涉及艺术材料的结合、艺术符号的关系。网络的介入,改变了传统艺术传播符号的结构形态与意义等,进而催生了艺术传播的新符号。艺术符号不再是简单的图像、标志与象征,艺术的结构符号也不仅仅是传统意义上的形象性符号与表现性符号,而是可视性、形象性、即时性的数字符号。在艺术传播中,“无论是文字、图像、声音,归根到底是通过‘0’和‘1’这两个数字符号的不同组合来储存、传递和表达的”。不管是传统艺术作品还是数字化艺术作品,经计算机获取、

操作、编辑、储存等处理后,其作品的构成要素无非是数据与编码,是一系列“0”、“1”的特定组合,符号(实物介质)均可转换为“0”和“1”的数字信息,并以某种感性的数字化虚拟形式(如视觉符号、网络语言符号、虚拟形象符号)呈现在大众面前。新符号的出现是一次表达性符号的革命,是网络时代多种艺术传播手段和不同媒介之间叠加与重组的必然结果。

③ 实时交互——一种立足网络的艺术传播新模式

“艺术的本质是交往,交往本身的涵义是因时、因地、因人而异的”。交互性为网络时代艺术传播注入了新的活力与表现力,它在造就大众对艺术作品感知与认知方式改变同时,也使大众由消极的艺术追随者向更积极的艺术引导者、开创者方向转变。网络时代的到来使得艺术传播由传统的发布→传输→接受的单向传播模式转向直观视听和感知的发布←→传输←→接受的双向、可逆、互动、可交流的模式,突破了过去由讯息传播者单向传送讯息的格局,彻底改变了“媒体给你什么,你只能看(或听)什么”的直线、机械、被动的接受过程,使受众接受讯息的方式及其在传播过程中的角色发生了深刻的变化,为艺术传播者与接受者搭起互动的桥梁,传播者与接受者的主体性日趋模糊,主体与客体的界限不再泾渭分明,形成“角色漂移”。

实时互动是网络时代艺术传播的根本特征之一,它造就了新型的艺术交往方式,改变了艺术存在的环境模式,使艺术作品的创作、传播、鉴赏、反馈等艺术行为方式得以整合与叠加。传播是双向的过程,网络技术融合了艺术大众传播和人际传播的信息传播特征,以多人对个人和个人对多人的点对点、点对面、面对面的双向互动化同步或异步传播方式,为艺术受众继续参与、实时交流创造了条件,艺术的传播、接受和反馈得以同时进行。我们依托网络与实时互动的数字平台,将不同媒体及传播机制有机整合,为艺术传播提供复合性、互动性、即时性的新艺术交往模式及前所未有的方便和迅捷的信息交流反馈渠道,极大提升了艺术的传播效果。

④ 艺术传播的虚拟媒介——网络媒介

数字化革命的运作,造就了网络时代的到来,消除了国家、地域的制约,带来了文化间的相互融合与整合,全世界一切有形的东西都将尽收眼底,艺术传播的触角已伸向各个角落。对于艺术传播的接受者来说,通过网络所获得的是综合视、听的全方位的流动信息的一个多姿多彩的虚拟艺术世界,使人们能够在虚拟世界范围内实现艺术活动的信息共享。

多媒体的虚拟现实功能与网络的交互性传播方式打造了优质的艺术传播数字平台,人们对“媒介”的性质和意义产生了新的认识。媒介不再只局限于纸笔颜料等实存的“物质”,而代之以信息“概念”,运用虚拟的“概念”进行艺术表现是数字化时代艺术传播领域变革的重要起点和标志。网络媒介是基于数字化技术的媒介,由于数字化技术的不断发展,网络传播所牵涉到的符号系统已经从文字扩展到图像和声音等,这一状况往往被冠于网络传播的“多媒体”特性。互联网作为继三大大众传播媒体之后的第四大媒体,它将人类的艺术传播带入了网络传播的时代。作为网络传播终端的电脑是将数据、文字、图像、音乐等信息输入、储存、组合、复制、输出等智能化操作平台,它已经并将继续从根本上改变过去所有传统的艺术媒介,开辟一种崭新而又迷人的艺术创作与交往方式。因特网是网络传播的传输通道,作为网络传播的重要传播媒介的因特网具备了对艺术信息传播的各种强大支持功能。相对于原有的传播媒介,它有时被称为一种“新媒介”,由于其具有数字化传播的特点,它被称为“数字媒介”。它为视觉艺术传播打开了全球化的渠道,进而实现了交互、即时、多元、虚拟的数字化传播方式。

今天,我们所处的是一个推陈出新的时代,信息科技发展之迅速,网络潜能之巨大,有理由使我们深信网络作为传播领域的新宠,将与传统传播机制进一步整合,使艺术传播的方式全面出新,造就大众艺术审美感觉、体验、思维与实践更深刻的变化,为世界不同地域人们实现艺术活动信息的共享提供最大可能性。

互联网给艺术带来了什么？

◎文 / 纪云

编者按：一提起艺术，你脑海中首先闪现的也许就是高大宏伟的博物馆和灯火辉煌下精致的橱窗。高高在上的艺术品似乎总是超脱于人们的普通生活，给人一种可望而不可及的疏离感。不过，随着互联网的发展，这种隔膜正在被打破——谷歌正在借助它的艺术计划打造一个全世界最大的博物馆，当然，是虚拟的。

0.76%——全球 70 亿人口中，只有如此小比例的人有机会走进全球 10 大最受欢迎博物馆。现在，互联网希望改变这种情况。只要能上网，点进 Google 艺术计划页面，就能参观来自超过 40 个国家、200 多家博物馆的 4 万多件艺术品。

毫不夸张地说，Google 艺术计划是世界上最大的博物馆，当然，是虚拟的。它通过 3D 导览，试图模拟人们在物理博物馆的参观体验；还提供 10 亿像素质量的超高清艺术作品照片，让用户可以看到在博物馆中难以欣赏到的细节。Google 提供技术，博物馆提供内容，艺术数字化这辆车以前所未有的速度狂奔起来。

把这些艺术作品数字化是第一站，下一站是让更多人接触到艺术作品，这又是互联网公司的先天优势——手握与用户接触的渠道。关于这点，其实国内就有一个更好的例子——微信公众平台。作为微信官方最推崇的微信公众账号之一，国家博物馆的微信公众账号有 26 万用户。

让人与艺术的接触更容易、更多，这会改变艺术的性质。德国哲学家瓦尔特·本雅明著有《机械复制时代的艺术》一书，专门论述技术对艺术的改变。正是由于现代技术的发展，尤其是摄影技术的发明，艺术品更容易被展示被更多人看到，它的性质开始发生变化，用本雅明的话说就是艺术品身上那种被人膜拜的神一样的“灵光”消逝了。

“灵光”的消逝，伴随着艺术品走下神坛，使得艺术品开始与人平等对视。相对于摄影技术，这一波

互联网技术走的更远。

这项计划的创始人 Amit Sood 举了他母亲的例子，作为印度人，他母亲非常喜欢黄金，所以只要搜索“黄金”，就会出现各大博物馆收藏的所有黄金制品。数字艺术时代，人们对艺术的欣赏，不再根据某个专业人士布置的展览或某本艺术史书的介绍来一步步往下深入，而是一种全新的、更碎片化的方式，或互联网的方式。人们 DIY 各自欣赏艺术的方式，这也正是 Google 艺术计划鼓励的，为此还专门提供“用户珍藏集”功能。

在摄影技术时代，对艺术品的展示、解释仍掌握在少数艺术领域的精英手中，Google 则将权力交给每一个用户。用户可以自己制作画集，并添加解释说明，这相当于一个个由普通人策划的展览，其中很多内容在博物馆和专业展览中不可能看到。比如其中一个名为“酷帽子”的展览，用户把所有跟帽子相关的画作放在一起，组成了自己的珍藏集。人们甚至还可以就此分享，发表评论。

它所带来的结果是，艺术品变得跟互联网上的其他信息一样平等。某种程度上说，用户珍藏集与图片分享网站 Pinterest 上的一个相册是何等相像。在网上，梵高的《星空》与 Nobody 拿手机拍的自家小狗照片可能会被放在同一个相册里。而以往，艺术品有博物馆这种实体建筑的保护，将它们与其他非艺术内容隔离开来，某种程度上这也是一种仪式，这种仪式凸显了艺术品的独特价值。

艺术品邂逅互联网

电商改变艺术生态

◎ 文 / 陈晓峰

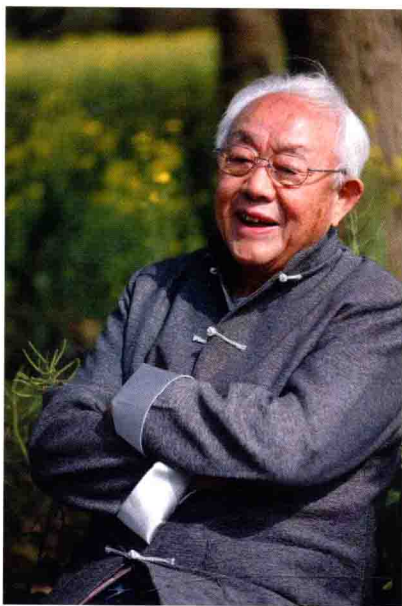
淘宝、苏宁易购和国美在线涉足艺术品电商频道，在我看来就像它们的主人理解和设想的一样，未来艺术品的日常消费跟电器、书籍、服装的消费并不会有什么区别。设想是非常美好的，从更现实的未来看，艺术品电商渠道的登台，更多的是将艺术神秘的面纱进一步扯短，可能更直接带来的是艺术生态的变化，而不局限于艺术的传统运营系统。随着移动终端的来临，艺术品在互联网上的生态才刚刚被打开。

不惊人，毋宁死的年代，不断被跨界和整合化的艺术家，更需要以零角度来重新看待自己的生存语境、社交关系以及可设计的未来路线。艺术家首先是激情折腾的产物，之后才能归位。现在的严峻形势是艺术家聚合于比较稳定的艺术区，形成了风格化的生存环境。结果这种相对稳定的物化环境，让艺术家寻找另一个脱轨的创作空间之间没有了距离，由此艺术家从野生状态被活生生地整成了观赏性的文化产业配套工具。

艺术家在互联网时代如何进化，这个话题将更值得关注。在艺术家被数据化的背后，生态将重新塑造。错位的是，现实的问题是艺术家变成了随环境而生而死的活古董了，艺术家天生就是为打破古董定律而活的一群人，而不是在中国式的文化创意产业时代把自己整成“古董”。过去艺术家被埋没的几率比较大，现在就不应该被覆盖，应该输出信息，去覆盖其他方面。当下的环境，整个社会需要艺术信息的地方非常之多，关键是如何设计一个能够运作起来的艺术家系统，而不是只做平面化的艺术家。未来是运作一个艺术家全面的才能，而不是脱离社会环境的单体创作，这或是艺术家群体的未来方向之一。

留给艺术家可打的牌不多，但是打得精彩完全有可能，只是要换另一种界面启动自己的艺术观念，才能打开传统，否则传统的艺术家行为就是一个痛点，自我会枯死。按照 798 的有限空间来分析，真正能够进入到这些传统的一线运营者视线的艺术家少之又少，而各地容纳艺术家的文化园区并不是很多。

艺术品电商汹涌的背后，汹涌的不是淘宝、苏宁和国美们，而恰恰是重新定义艺术家的系统。被电商化的艺术家系统，未来的生态将产生巨大的变化——也恰恰是讨论艺术家在这个时代所选择的工具和方法问题。没有电商的思维，可能也意味着这个艺术家与外界的链接将会出现信息断层，而无法找到更多可能存在的理解者和买单者。



周韶华 *Zhou Shao Hua*

1929年10月出生於山東萊州市石島。
1950年畢業於中原大學美術系，分配到湖北省文聯任秘書兼美術組長，先後擔任湖北省美協副主席兼秘書長、湖北省美術院院長、湖北省文聯黨組書記、湖北省文聯主席、中國文聯委員，現任湖北省文聯名譽主席、湖北省美協名譽主席、湖北省中華民族文化促進會主席、中國美協理事、中國國家畫院院委，受聘中國科學技術大學、華中科技大學、湖北美術學院、西南師範大學美術學院、中南民族大學、武漢理工大學、西安美術學院、山東藝術學院和日本名古屋藝術大學客座教授。曾任中共湖北省委委員，中共十三大、十五大代表。現為湖北省文聯名譽委員。

黃河之水 68×69cm 2005年







● 沙上柳 68×80cm 2012年



天山下 68×69cm 2010年



张宝珠

Zhang Bao Zhu

字还浦，号苍斋主人。1945 年生于济南，现为国家一级美术师、中国美术家协会会员、中央国家机关美术家协会艺术顾问、山东省美术家协会顾问、山东省文史馆馆员、山东泰山国画院院长。20 世纪 60 年代师从黑伯龙、陈维信、许麟庐先生。孜孜于笔耕墨田 60 余载。

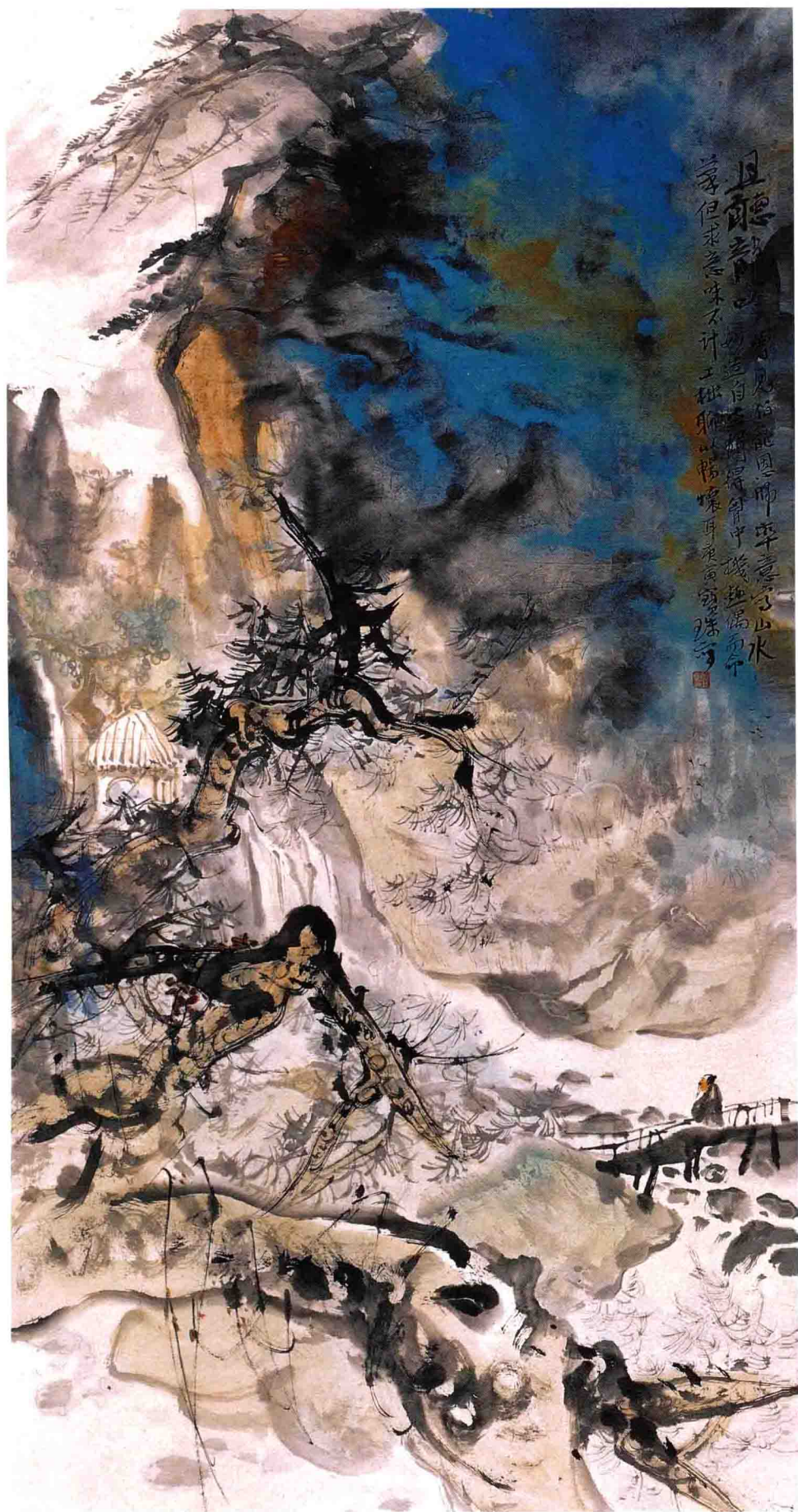
专家评价

杨晓阳（中国美术家协会副主席、中国国家画院院长）：张宝珠的画作，有两方面的特点，首先是格调高雅，丝毫没有商业气息；其次是画作很写意，运笔如飞，意气风发。本次展览的画作专业水平很高，希望山东画家的画作今后更上一层楼，为齐鲁大地的文化传承作出新的、更大的贡献……

卢禹舜（中国美术家协会艺委会副主任、中国国家画院常务副院长）：宝珠先生又在中国美术馆办展，让我更加全面地感受到了他作品中独特的韵味，领略到作品背后那种超拔豪迈的精神气度和风骨。他的每件作品都深刻地体现了他在精神上的自由神畅和无限想象，使自然空间与精神空间、视觉感受与内心体验有机地统一了起来……

陈绶祥（中国艺术研究院美术研究所副所长、著名美术评论家）：张宝珠的这个展览告诉我们三个事情：第一，告诉我们什么是画画。第二，告诉我们什么是中国画。第三，告诉我们在中国画中，怎样通过一个流派的学习和古人的学习，来找到自我……

刘曦林（中国美协理论部副主任、著名美术评论家）：总结三点：第一，张宝珠是山东山水画坛上一颗宝贵的明珠；第二，他是整个中国山水画坛上具有独特风格和图式的优秀画家之一；第三，在今天山水画图式和思维方式众多的情况下，他是地地道道坚持中国传统山水画思维方式的、难得的画家之一。现在各个地方都在张罗各种选题，急于打造艺术家，但宝珠不是打造出来的，他有真才实学，画得确实非常好……



且听龙吟 140 × 70cm 2012年