

北宋雷峰塔藏陀罗尼经卷、任伯年题画的玉成窑花盆、刘关张鸡血石印章……

多件收藏重器现身宁波



上周,血脉中华传统文化艺术推广普及暨保艺雅集艺术品展览会上,香港藏家与宁波藏家的100多件宝贝亮相月湖盛园盛氏花厅。

这一次,大型拍场都难得一见的重器首现宁波。

比如北宋雷峰塔藏北宋陀罗尼经卷,只有在传说中才听闻的刘关张三色鸡血石印章,宋代五大窑之一的定窑水盂完整器,任伯年题画、陈三农刻制的玉成窑花盆等等。

记者 黄银凤 通讯员 朱尹莹/文 记者 崔引/摄



雷峰塔陀罗尼经卷(局部)(北宋)

北宋陀罗尼经卷——首次现身宁波

展厅一进门,一幅2米多长的经卷引人注目。“这是北宋的雷峰塔陀罗尼经卷。目前存世量相当稀少,是我们从香港藏家手中征集来的藏品。”此次展览活动的牵头人——宁波实力藏家王钰越先生告诉记者。

这幅经卷,全长2米多,分经文、雷峰塔图、题跋三部分。按照常识可看出,雷峰塔图和经卷右边的题跋均为清代林绪所作。

林绪是福建人,属清晚期北京画派知名画家。根据题跋所写,此卷经文为北宋早期雕版印刷,入藏雷峰塔,距今已有1040年。

千年沧桑,经卷纸表依然细腻坚滑,字体古拙典雅,清晰可辨。经卷刻印佛教重要经典《一切如来心秘密全身舍利宝篋印陀罗尼经》。

“它藏于江南名塔,见证千年信仰传承,

是一件具有重大文物价值的中国佛教文化瑰宝。”王钰越说。

那么,这卷“雷峰塔藏北宋经卷”如何流传至今,又流落民间的呢?

雷峰塔,由84000块砖建成,一部分砖的砖身上刻了经文。还有一部分砖打了小孔,用竹竿将写满陀罗尼经的经卷卷起来,封进竹筒,用黄布袋密封捆绑,塞入小孔。小孔再用木塞住。雷峰塔的这种藏经方法,迄今所知独一无二。这类北宋刻本经卷,习惯上称“雷峰塔藏经”。

1924年9月25日,长年失修的雷峰塔轰然倒塌,秘藏千年的经卷随之面世。可惜的是,由于年代久远,绝大多数经卷已霉烂,完好者寥寥,流传至今的屈指可数,且均有残损。

“宋吴越刻经”估价2000万——一页书,抵一两黄金

当年从雷峰塔流出的北宋陀罗尼经卷,如今存世的放眼全国只有两幅。除了此次展览身世的这卷,另一卷是朵云轩今年秋拍的拍品——宋吴越刻雷峰塔藏陀罗尼经。这一罕见的千年古卷是从香港著名藏家朱昌言家族中征集来的。

经卷,代表北宋早期雕版印刷的最高技艺。过去有一句话,宋版的书,一页书,抵一两黄金。现在则远远不止这个行情。

解放前,在上海还能买到雷峰塔的陀罗尼经卷,时价2000块大洋一卷。而当时的齐白石画作,是2块大洋一张。直到十年前,世人还不知道陀罗尼经卷价值。

今年12月秋,宋吴越刻雷峰塔藏陀罗尼经将在朵云轩秋拍拍卖。

“我估计成交价不会低于2000万,通过这次拍卖,世人将重新认知北宋陀罗尼经卷的经济、历史、艺术、文化价值。”王钰越介绍。

文人紫砂代表作——字以壶传,壶随字贵

此次展览的另一件重器是晚清紫砂玉成窑花盆,它直径约25厘米,花盆正面画了几株枇杷,落款是任伯年。

任伯年,“清末海派四杰”之一。宁波保艺美术馆负责人说,这是任伯年留在宁波最好的,也是唯一的一件紫砂作品。

晚清时期,任伯年曾在北仑小港望族李家教书四年。其间,出于文人爱好,在宁波籍书法大家、诗人梅调鼎的带领下,在沪甬两地的名门资助下,参与了宁波慈城玉成窑的创办。合作者还有胡公寿、虚谷、徐三庚、陈山农等金石、书画名家和文化名人,以及制壶名家何心舟、王东石等。

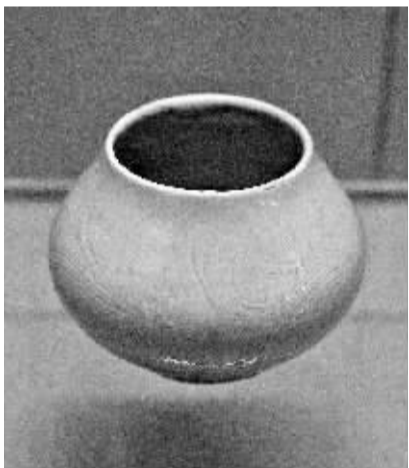
这些文人墨客经常举办雅集,尝试自己动手做壶泡茶喝,亲手制作花盆种花。展出的这件晚清紫砂玉成窑花盆的题画,便是任伯年在

一次宁波文人雅集上的即兴之作,而花盆的制作者则是陈山农。它是玉成窑将文人紫砂艺术推到顶峰时期的代表作。

据透露,收藏这件花盆的宁波藏家将它珍藏了好几十年。在上世纪80年代,有台湾人来宁波收购,当时出价1万元,宁波藏家不肯转手。

“字以壶传,壶随字贵”。近年来,玉成窑壶行情逐年上涨,拍价持续攀升。去年11月,在香港邦瀚斯秋拍会上,一把清同治王东石款段泥刻诗文扁石壶以340万元落槌。

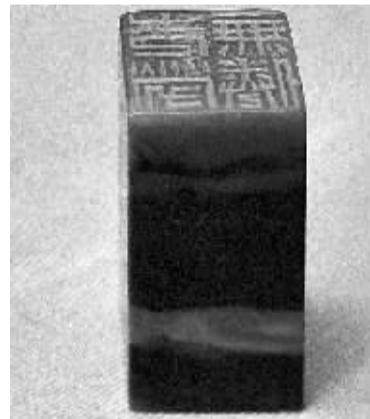
“紫砂玉成窑价格频频涨,跟玉成窑存世量十分稀少有关。”保艺美术馆一位负责人说。据了解,玉成窑墨宝紫砂传世不多,但品种齐全,件件精品。除紫砂壶、花瓶、花盆外,还有笔筒、水盂、笔洗、砚台、印泥盒等文人用具。



定窑暗刻花水盂(宋)



玉成窑任伯年蔬果图椭圆紫砂花盆(清晚期)



刘关张鸡血石印章(清)



苏宁发起全国 O2O 购物节动员令 全面竞争开抢双十一份额



就在电商们热炒双十一之际,作为拥有线上线下综合优势的苏宁打破单边促销,发起了第二届O2O购物节的总动员。据悉,在28日宁波苏宁O2O购物节媒体商家交流会上,宁波苏宁总经理吴俊透露,经过大半年的战略落地

执行和“百日会战”的检验,苏宁在O2O融合、互联网营销、服务能力、用户体验等方面都有了明显的提升,针对即将到来的双十一消费旺季,苏宁必须“放开酒量但不发酒疯”,抢占市场份额,但又不能过度透支消费,影响服务体验。

冲刺百亿目标 数千品牌商誓言“正品超省”

为了杜绝虚假繁荣,苏宁要求入驻开放平台的商家必须是品牌商、品牌授权商或者品牌代理商。据吴俊介绍,此次苏宁O2O购物节的主题是“正品超省 击破5折”。O2O购物节期间,海量的商品将以低于5折的价格对外销售。此外,苏宁还将推出红包、大聚惠、获赠返券、零点免单、1元秒杀等多重玩法,以移动端、PC端、门店端等多端互动为入口,配合微信游戏轻

应用、社交媒体传播等整合营销,全方位回馈消费者。值得一提的是,苏宁针对性地开发了用户特权产品S码,用户可以选择通过微信、微博、苏宁易购客户端或PC端玩游戏互动的方式获取S码,活动S码的用户将获得爆款、稀缺商品的优先购买权,同时可获得PPTV会员、苏宁彩票等附加权益。

体验为王 让O2O购物可见可用

作为以O2O为主题的购物节,苏宁打造的O2O无界购物的消费模式自然成为行业关注的焦点。今年,苏宁又有何新玩法?

首先,门店将推“码上购”服务。吴俊介绍,苏宁将在苏宁所有门店通过二维码墙的方式展示二维码,消费者可以通过扫描抢购低于5折的

商品以及领取店铺优惠券。其次,声波二维码签到惊喜。作为O2O的一个“秘密武器”,苏宁在其户外的楼宇液晶、影院、公交地铁移动电视等广告中植入了声波二维码,消费者可以使用苏宁易购移动客户端的“附近苏宁”的声波功能,领取红包券和爆款抢购权。第三,线上线下支付全面打通。消费者在苏宁易购选购商品后,既可以使用传统的货到付款、分期付款、快捷支付等形式,也可到苏宁门店对所选商品进行体验后在门店直接支付。最后,门店自提、“急速达”是杀手锏。今年O2O购物节苏宁将门店直接化身成门店仓和快递点,通过大数据挖掘预测备货,提前将消费者需要的商品放置门店仓,优先从门店仓直接进入“最后一公里”的配送。