

泥火艺术蕴投资潜力 紫砂产业谋嬗变升级

编者按:随着近年来文化产业的兴盛,原先一些小众领域的文化艺术品也日益受到市场追捧,宜兴紫砂壶就是典型之一。“世间茶具称为首”的紫砂茶壶由于其突出的发源地文化特征,不仅是宜兴名片,也成为当地老百姓的生计所依。名家大师的作品价值近年更是成倍增长,一把壶动辄百万元,引起众多投资收藏人士的关注。

但是,整个宜兴的紫砂生产经营市场却呈现出小而散的特点,带来诸多监管问题,也制约了整个紫砂产业价值的进一步发挥。为摸清产业实际情况,证券时报记者实地走访了举世闻名的“陶都”——宜兴丁蜀,了解到在规范和促进紫砂产业的健康发展方面,宜兴当地政府部门、行业协会和紫砂企业曾有过诸多探索。



证券时报记者 袁源
 见习记者 徐然

青烟白菜炒米饭,氍壶天水菊花茶”,这是北宋大文豪苏东坡曾写下的著名诗句,氍壶”说的便是提梁紫砂壶。与7300年的宜兴陶瓷史相比,宜兴紫砂的历史并不太长,从文字记载看,始于北宋,真正存世的紫砂传世器始于明中晚期。

紫砂为茶而生,因茶而起。宜兴很早就成为贡茶。明代起,人们喝茶方式逐渐改变,开始沸水冲泡茶叶、芽茶,茶壶应运而生。在众多材质的茶壶中,人们又发现用紫砂茶壶泡茶最佳,因此宜兴紫砂茶具倍受推崇。由于茶文化的浸淫,作为陶瓷重要产区的宜兴,派生出紫砂陶茶壶也就不足为怪了。

整合缺乏内生动力

早在明清时期,艺人们制壶便能取用配合,各有心法,秘不相授,种种变异,妙出心裁。”如今宜兴丁蜀镇手工艺者众多,几乎家家制坯,户户捶泥,门派林立,行业高度分散。市场整合难度较大,但探索之路却未因此止步。

宜兴市文广新局产业科科长张和平向记者表示:紫砂产业是富民工程,由于小、散、多,艺人们的生产、销售规模难以统计,监管有一定难度。”

据介绍,宜兴目前拥有19位国家级大师、50位省级大师、200位高级工艺师、800位工艺美术师、近1000位助理工艺师、3000位工艺技术人员,以及5000多位小有名气的艺人,每个人都是一个独立经济体,也是宣传弘扬紫砂文化的平台。

而紫砂行业属于劳动密集型行业,劳动力支出在整个紫砂生产成本中所占比重较大,增值税法定扣除金额在产品生产成本中所占比重较小。这就导致紫砂企业增值税中,一般纳税人税负重于小规模纳税人。

张和平介绍,2009年市地税局出台的税收标准延用至今,从普通工艺员到国家级大师,按职称划分为7个等级,每年纳税从1600元到33600元不等。同时,按照现行标准,生产企业年销

售额超过50万元、流通企业年销售额超过80万元必须认定为一般纳税人。这使得紫砂界一大批知名艺人不敢兴办企业,进而选择小作坊、工作室形式从业,以临商户形式纳税。因为他们一把壶的价格往往就超过了上述标准,客观上导致企业“做不大”、“做不强”。

在走访中,有部分业内人士认为可以走标准化行业整合之路,以满足日用消费品需求。但由于标准化制壶使得艺术价值降低,部分艺术家们对此并不以为然。

江苏省陶瓷协会副会长、宜兴市陶瓷行业协会会长史俊棠介绍:作为民间传统工艺,紫砂行业是充分展现个性化的市场。脱离工艺和文化,紫砂泥料是一文不值的。”史俊棠认为,作为受大众喜爱的、具有高附加值的小众文化产业,艺术创作应与经营销售分离,小众文化产业,更应创新销售和经营模式,以激发大众的认可和爱好,扩大需求、增加购买。

上游紫砂矿的“禁采令”

宜兴市政府对于紫砂壶产业的发展十分重视,一方面积极主动地对外宣传宜兴紫砂壶的品牌。宜兴市政府在2006年就把“宜兴紫砂工艺”申报为世界非物质文化遗产,极大地提高了品牌知名度,同时积极筹办陶瓷文化艺术节,“陶都风”艺术展已连续五年分别在北京、上海、深圳、无锡和台北等地成功举办。另一方面,宜兴市政府对宜兴紫砂这个独特文化的载体也有规模扩大与产业整合突破的渴求。

产业整合首先要从上游紫砂矿做起。宜兴市政府曾于2005年下达紫砂矿“禁采令”,封矿消息一出,市场众说纷纭,有关紫砂矿料所剩无几之言甚嚣尘上,同时直接引发人们对于紫砂制品的真假质疑。

记者带着同样的疑问走访手工艺者们的作坊,发现许多制壶艺人

库存了大量紫砂。据了解,宜兴世代做壶的人家里,囤积有小山堆一样大量紫砂原矿石或泥料的不在少数。一位年近30岁的工艺师表示,家中的泥料至少够用到60岁。而另一位紫砂制品商家告诉记者,自己家中亲戚当年不惜借高利贷,囤料近5000吨。

宜兴有丰富的紫砂矿藏。在丁蜀镇黄龙山一带的岩石之中,有天然化学成分较合理的紫砂泥,质地细腻,可塑性强,渗透性好,品质极优。这些紫砂泥都可以单独或者相互拼制调砂后做壶。所以,紫砂矿料暂无枯竭之虞。然而,业内人士介绍,紫砂泥矿产毕竟属不可再生资源,紫砂矿藏开采一度出现乱象,无序的矿山开采、乱采滥挖行为不仅浪费了大量的资源,而且破坏了生态环境。与此同时,紫砂制作工艺也因大批粗制滥造的制品出现在市场上,严重影响了产业健康发展。

为了科学规划、合理开采,2003年元旦开始,宜兴市境内的矿山开采权一律以招标、拍卖挂牌、协议出让的形式有偿出让。2004年,为进一步整顿规范紫砂资源开发管理秩序,宜兴市政府实施了《关于加强宜兴紫砂保护和发展的议案》。紧接着,在2005年4月中旬下达了紫砂矿“禁采令”,确定丁蜀镇黄龙山为紫砂陶土资源保护区,暂时冻结紫砂泥开采。与此同时,宜兴市成立了有国土资源、公安、城管和安监等部门人员参加的联合执法巡查队,使不法分子不敢再明目张胆地乱采滥挖。直到2010年,由地方政府主导对蕴藏大量优质紫砂矿藏的黄龙山矿脉进行修复性开采。

史俊棠说,保护紫砂矿,保证原料的合理供应量,能促使市场对原料的有效合理定价。高端矿料价高,自然只有技艺精湛的高级工艺师们采购,减少了浪费和无度使用,从源头上整合资源。

据悉,未来宜兴市政府也有意借力资本保护利用紫砂矿这一独特资源,当地少数具备经济实力的企业也正与政府洽谈合作开发之道。

“经纪人”制度有待建立

随着紫砂壶艺术价值的不断凸显,名人名壶的价格一路飞涨,巨大的利润空间使得市场上仿制、代工、贴牌等乱象也随之出现。用业内人士的话说,利益已经把紫砂市场的水搅浑了”。而这些问题的存在,正是限制紫砂壶产业进一步发展的瓶颈。

为了使这个行业更为健康、更为规范地成长,宜兴紫砂一直在进行产业整合的探索。“十一五”期间,在政府引导下,中国陶都陶瓷城在宜兴丁蜀镇顺利落成。陶瓷城以陶文化为特色,不仅有容纳数千家店铺的紫砂商业街,还引进全国各地的瓷器精品,成为中国最大的陶瓷文化商旅城。据了解,陶瓷城对于当地紫砂产业的聚合已经发挥了不小的作用。不少商户也表示,确实感受到了规模效应对销售帮助。

但在谈起陶瓷城的现状时,宜兴市政府文化局官员却仍有遗憾:陶瓷城虽然将商户都聚集在了一起,但每家各自为营、不易管理的问题仍难以解决。

对此,史俊棠向记者谈了有关行业整合的思考。对于紫砂产业的整合,需要建立品牌经销的商业渠道,类似于人们熟知的经纪公司 and “经纪人”模式。一方面,由专门的企业来为这些紫砂大师、工艺师进行销售和运作,让制壶者可以更加专心、专注于艺术创作;另一方面,好的作品也需要通过商业运作,才能更好地体现出价值。

“艺术创造应该与经营分离,这属于高级的社会分工。”史俊棠如是说。而形成品牌效应的“经纪人”企业,可以同时起到“把关人”的作用,促进整个紫砂行业健康发展。

目前,当地上市公司中超电缆(002471)已开始进行这方面尝试。董事长杨飞是资本市场上为数不多的“70后”老总,当年他变卖家产创立中超电缆,仅用3年时间就将年销售额做到10亿元,投产5年即在深交所中小板上市,而上市后3年,公司销售额已逾50亿元。杨飞是宜兴本地人,因酷爱紫砂,多年来专注于紫砂壶的收藏,在业内圈里小有名气。

记者在采访中得知,中超电缆正从四个方面推动紫砂产业发展。首先,打造高端品牌,中超2012年恢复了有上百年历史的紫砂老字号“利永”,成立中超利永紫砂陶瓷有限公司,注册资金1亿元。其次,中超利永成立第三方紫砂鉴定机构与工艺师资质评定机构,聘请国内文物鉴定专家、陶瓷研究专家、紫砂资深国家级权威及业内行业专家,成为紫砂界的鉴定权威。同时,建立国内顶级的紫砂设计中心、创作中心,让公司的设计创作水平处于行业领先地位。第三,深挖文化价值。中超利永将对紫砂文化进一步推广,包括创办《紫砂汇》杂志赢得行业话语权;在丁山建立生产与展示中心,将生产与旅游观光有机结合起来。第四,创新商业运作模式。建立具有电子商务(B2C)功能的企业品牌门户网站,并与其他主流电商平台实现对接;建立全球紫砂连锁俱乐部,使紫砂会所成为一个展示、交流与交付的平台,首批选址拟定为国内一线城市;与业内资深工艺师签约合作,全权负责这些紫砂精英的作品推广、销售,打造小众艺术的大众化交流与推广平台,掌控行业至高点。

记者了解到,作为紫砂矿唯一的出产地,宜兴下游生产企业众多,目前共有各类陶瓷企业700余家,年产值超110亿元,其中紫砂壶产值30亿元,未来产值还能成倍翻番。但总体而言,目前单个企业规模仍然有限,需要具备一定的资源整合能力的企业发挥更大作用。

中高端紫砂壶价格平稳增长

证券时报记者 袁源
 见习记者 徐然

11月的陶都宜兴寒意渐浓,但满城绿植生气盎然。记者来到位于丁蜀镇的宜兴陶瓷博物馆,博物馆两侧分别是陶瓷行业协会以及高级艺人工作室群,这样的安排方便游客了解陶瓷文化和购买心仪的紫砂器具。

宜兴陶瓷博物馆馆长周小东概括称:宜兴陶文化历史悠久,传承有序,代有新品,均陶、紫砂最能代表陶都特色,是其他地区所没有的。在欧洲,“YIXING”已经成为紫砂的名字。”

宜兴紫砂艺术市场价值也日益提升,在今年9月举行的“紫砂古韵——宜兴紫砂专场”拍卖会上,现场人满为患。该次拍卖总拍品205件,总成交额达3383.46万元,成交率高达84.3%。

其中,一款由“紫砂泰斗”顾景舟上世纪80年代制作的三足乳鼎壶拍得300万元左右,不得不让人感叹紫砂文化的魅力。

在丁蜀镇,记者随机拜访了博物馆研究所的一位工艺美术师,这位女性工艺师同时也是高级雕刻技师。她告诉记者,自己从事紫砂技艺已有十多年。祖籍并非宜兴,而为学艺落户于此。丈夫也是一位紫砂陶艺家,夫妻二人既有各自独立的作品,也有合作的

成果。她独立创作的紫砂壶最低价逾千元。

紫砂壶制作成本主要是工艺劳动。统计数据显示,有艺术价值的高档紫砂壶价格维持在20%左右的年增幅。

从近两年的市场表现来看,具有高级工艺美术师以上专业职称作者的作品价格走势最好,普遍以每年30%~50%的幅度攀升。

2013春拍数据显示,紫砂壶成为收藏焦点。在某春拍中国古董珍玩夜场上,顾景舟的“寒汀石瓢壶”以1495万元的成交价刷新了其单把紫砂壶的纪录。而中超利永目前库存基本上为顾景舟等大师的精品之作。

紫砂壶行情再度发烧并非偶然。早在上世纪80年代,港台一些藏家大量购藏紫砂壶,使得其市场价格直线上涨,上世纪80年代末逐渐回落。

近年来,随着国人的钱袋子越来越富足,精品紫砂壶又开始成为各路藏家追捧的对象,国内市场规模日益扩大。

一连串数据的飙升,显示着这个看似其貌不扬的泥火艺术蕴藏着巨大投资潜力。业内人士表示,今年紫砂壶不再大幅疯涨,而处于平稳增长状态。而宜兴陶瓷行业协会会长史俊棠也认为,经历一年来的市场调整,价格泡沫尽去,消费行为变得更为理性。

紫砂壶的“淘”生意

证券时报记者 袁源
 见习记者 徐然

说起陶瓷生意,“陶都”宜兴已运作了数百年时间;而今,紫砂用品的“淘”生意正方兴未艾。

在宜兴丁蜀镇公园路的某电脑卖场里,隐藏着一家不同寻常的紫砂店。穿过售卖电脑的大厅,在不足20平方米的空间里,6张桌子,两个密密麻麻摆满茶壶茶杯的大架子,外加地上堆得一人高的“包裹山”,就是该店铺的全貌。

这家在淘宝上专营紫砂茶具的小店,以仅仅6名员工,创造出了“双十一”日销千单的良好成绩,当日浏览量近2万。

店主金先生是宜兴本地人,之前从事计算机行业,因自家有人制作紫砂壶,所以萌生了将紫砂茶具与电子商务相结合的想法。小店开业4月有余,累计销售额已超十万。

据金先生介绍,店里的业绩呈累计式增长,每周的销量较之前都有所增加,成长速度非常快,是实体店难以达到的。

记者走访了解到,部分低端紫砂店的销售存在困难。这些紫砂店主要经营千元以下的商品壶和工艺性相对薄弱的紫砂杯,同质化程度较高,市场竞争相当激烈。

路边小店里,一位主营紫砂杯的店主,无奈发出了“杯子卖不动”的感慨。而另一家小店则表示,今年是产品排行靠前的多家茶店销量数据已经超过10万笔。对此,有分析人士向记者表示,紫砂市场还有着巨大潜力和增长空间。

金先生认为,紫砂产品进军电商



工艺师制作中

中国工艺美术大师部分作品

陶瓷城博览中心一角

陶瓷城一角

陶瓷城内堆放的小部分紫砂泥

紫砂淘宝店中景象

袁源 徐然/摄影 张常春/制图