

高校博物馆缘何沦为赝品重灾区



突发赝品质疑

日前,一篇题为《重庆大学耗资670万建了一座赝品博物馆》的自媒体文章将刚开馆不久的重庆大学博物馆推上了舆论的风口浪尖,该文章对重庆大学博物馆“大象有形——中国古典造型艺术展”中部分展品的真伪进行了质疑。

该文章指出,馆内有仿制后母戊鼎的“商代兽面纹牛鼎”;造型来自平朔秦汉墓或海昏侯墓、高达一米多的“汉代雁鱼铜灯”;仿制南京博物馆元青花梅瓶的罐子;仿制国家博物馆鲜于庭墓骆驼载乐俑的陶俑;一米多高的康熙年制官窑瓷器;仿制四羊方尊的乾隆年制瓷器等展品。

10月15日,针对网友的质疑,重庆大学官方微博发布声明称,重庆大学已成立专门工作组,本着认真负责的态度,对该情况进行核查,核查结果将及时向社会公布。

根据此前《重庆日报》的报道,10月7日,重庆大学博物馆在虎溪校区开馆,并举办了

“大象有形——中国古典造型艺术展”,所有展品均由重庆大学教授、著名收藏家吴应骑捐赠,包括玉器、青铜器、陶瓷器、佛造像等类别,共计400余件。

北京商报记者查询发现,吴应骑为重庆大学原人文艺术学院副院长,1982年毕业于中央美术学院美术史系。主要著述有《怎样鉴定当代中国画》《怎样鉴定中国古代瓷器》、《怎样鉴定中国古画》等。

目前,重庆大学博物馆已经闭馆。北京商报记者就重庆大学博物馆赝品质疑一事致电重庆大学方面,对方的回应与前述声明内容基本一致,并表示工作组的调查需要一定的时间。此外,重庆市文物局博物馆处一名工作人员向媒体表示,重庆大学博物馆是一个民间博物馆,未在该局报备审批。目前,重庆市文物局已就此事介入调查。

根据文化部2005年发布的《博物馆管理办法》,申请设立博物馆,应当由馆址所在地市(县)级文物行政部门初审后,向省级文物行政部门提交相关材料,申请设立非国有博物馆的,应同时提交博物馆章程草案。中国国家博

物馆馆员、中国文物协会青铜专业委员会常务理事王中信表示:“根据国家的相关规定,无论是设立公立博物馆还是民营博物馆,都应向文物部门报批。重庆大学博物馆未经过文物部门报批,这显然是不符合相关规定的”。

多所高校频“踩雷”

立足于“高校”背景似乎为博物馆等文化机构的建立增添了更多的学术权威性,然而,近年来高校文博机构却频陷展品真伪风波。有业内人士指出,很多民间展览都通过模糊年代概念和展览名称的方式打擦边球,尤其对于古代文物,不同的鉴定专家对同一件文物也会产生不同的看法。

与重庆大学博物馆情形相似,浙江师范大学的陶瓷艺术馆创建时藏品也来自于校友捐赠,为学校美术学院退休教师李舒弟的收藏。2015年6月正式开馆时便受到“假得离谱”的评论和质疑,但浙师大校方当时强调,多数展品被标明“未经鉴定”,仅供观者欣赏。与重庆大学不同,浙师大内的机构以“艺术馆”为

名;根据原先的规划,浙师大有意将陶瓷艺术馆打造成一个集教育、科研和公共文化推广的文化平台。但北京商报记者搜索浙师大官网发现,争议之后,陶瓷艺术馆的相关信息停留在开馆日,这一机构基本销声匿迹。

北京师范大学也曾卷入“捐瓷风波”。2016年,北师大校友、实业家邱季端捐赠6000余件古陶瓷藏品给母校,称“包括了从两汉魏晋到宋元明清各个朝代、窑口的陶瓷代表”。校方宣布成立北师大邱季端中国古陶瓷博物馆,标榜为国内首个高校古陶瓷博物馆。捐赠新闻传开后,各种赝品质疑随之而至。北京市文物局当时回应此声称,该博物馆尚未备案,文物局也未收到任何单位和个人有关这批瓷器的认定申请。

成立博物馆接受捐赠但身陷“赝品门”的情形之外,眼下高校文博机构举办的借展也屡屡引起争议。据北京商报记者了解,今年在清华大学艺术博物馆与中央美术学院美术馆分别举办的“张伯驹潘素伉俪艺术文献展”与“达·芬奇与他的艺术群体展”,被许多业内人士指出作品恐非真迹。

促进美育、丰富文化底蕴是许多高校打造文博机构、举办展览的初衷。但日益暴露出来的问题是高校在设立文博机构方面的规范意识和专业能力。“具有历史文化底蕴的文物艺术品对高校来说很有吸引力,但许多院校在鉴定上并不专业,更疏于报批。”中央财经大学拍卖研究中心研究员季涛在接受北京商报记者采访时表示。国家文化鉴定委员会资深委员许勇翔此前也曾表露类似观点:“近几年来,文物市场发展太快,法律法规却不能及时跟上,亦或是贯彻不理想,导致无监管状态,如果大学办的博物馆都出现这种问题,那现在的民营博物馆问题就更多了。”

设立博物馆亟待规范化

不同于其他的公立博物馆和民营博物馆,高校博物馆承担着的不仅是通识教育和公众教育的功能,还承担着专业教学的使命,这就对高校博物馆在教学、研究和展示上提出了更高的要求。

王中信表示,无论是捐献文物还是举办展览,高校博物馆出现“真伪风波”的现象早已不足为奇,虽然由藏家向高校免费捐赠这一出发点是对的,但是高校在接受捐赠时应寻求第三方机构进行文物鉴定和研究。但从另一角度来讲,一些没有经济利益驱使的高仿展览也是在传播中国文化,同样具有研究和教学的功能,这原本无可厚非,但高校应该在介绍中写明“仿制品”的字样。

在季涛看来:既然是博物馆的展览,就应该传播正确的文化,如果一件仿品未在介绍中标明朝代尚可理解,一旦标明了朝代就应该为此负责,这样才能更好地传播文化”。

“收藏界一直存在着一个误区,普通藏家们普遍认为在文博机构工作的人员和高校的老师就一定具备鉴定能力,实际不然。文博机构的专家和高校老师虽然能够在研究上有一定的成就,但鉴定更像是个复杂的手艺活儿。正规的博物馆往往都有一套严格的展览审查机制,高校博物馆也同样应该设立展览的审查机制,最大程度地确保高校博物馆所应该具备的教学和研究功能。”季涛补充道。

北京商报记者 宗泳杉 胡晓钰

卖资产难为继 三特索道转型承压

去年靠出售资产利润猛增23倍的三特索道,今年却一直徘徊在亏损的边缘。10月14日晚间,三特索道发布了前三季度业绩预告公告。根据公告,三特索道前三季度预计实现净利润1600万-2400万元,同比下降84.89%-89.93%。10月15日,北京商报记者从知情人士处获悉,目前三特索道的“资产梳理”仍将继续,除此之外,暂时不会有新项目披露。在业内看来,近年来,三特索道旗下不少景区仍处培育期,对业绩贡献并不明显,仅靠卖资产的经营方式难以持续,未来三特索道欲走出经营困局,还需尽快梳理手中的旅游资源,集中力量深度开发一些符合市场需求的综合性旅游项目,树立自己的旅游IP,引入新业态,拓展收入来源。

业绩低位徘徊

根据公告,三特索道三季度预计盈利5320万-6120万元,比上年同期下降1.78%-14.62%。放眼整个前三季度,三特索道预计净利润预计将出现8-9成的同比跌幅。虽然相比上半年净亏损3719.95万元,三季度三特索道的业绩已出现起色,但不可否认,净利润扭亏的该公司经营压力仍颇为沉重。

对于前三季度净利润同比大幅下降,三特索道表示,一方面原因是上年同期转让咸丰坪坝营公司股权形成投资收益1.32亿元,今年无此收益;另一方面原因是2018年三特索道末克旗、崇阳等项目公司大量在建工程转固,本报告期项目公司贷款利息支出不再资本化,导致本报告期固定资产折旧和财务费用有所增加。

相比投资新项目,近两年,三特索道频繁

“卖子”的动作更加引人关注。公开信息显示,2013年,三特索道转让了全资子公司武汉市汉金堂投资有限公司52%的股权;2017年,又转让了全资子公司安吉三特田野牧歌旅游开发有限公司的100%股权,当时就有观点认为,此举是三特索道为了避免连续亏损戴上ST帽子、扭转业绩而采取的措施;今年1月,三特索道还发布公告,拟将旗下两家崇阳项目公司所持的部分资产以2.3亿元的价格转让给武汉当代地产开发有限公司。

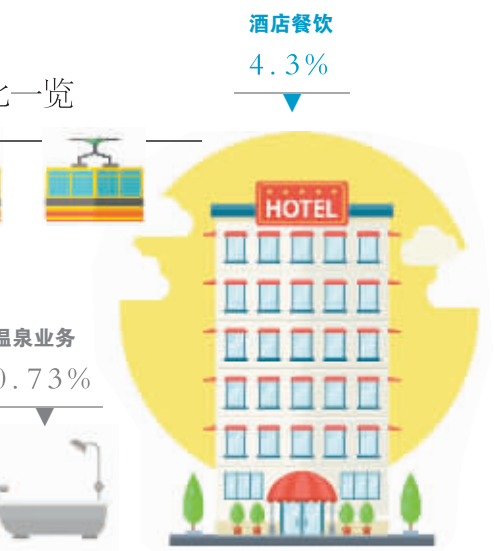
转型承压

实际上,上述经营景区成绩不佳的“弃子”,此前或多或少都曾担负着推动三特索道业务转型的重任。在景鉴咨询创始人周鸣岐看来,三特索道的转型,可以说是不得不为。“众所周知,索道业务的毛利率最高可达80%以上,这样‘躺着赚钱’的业务,现在大流量的

景区一般都不会交由其他公司运营,故三特索道必须寻找新的盈利增长点。”周鸣岐分析,三特索道旗下的几条重要索道,基本都是在十多年前、甚至上世纪90年代建造的,那时国内旅游刚起步,拿下索道项目相对容易,但现在要想新增此类业务,难度大幅提升。

三特索道在转型过程中,面临的一大问题是如何把握正确的企业转型战略。目前来看,三特索道的思路是从索道运营延伸到景区开发运营,形成协同效应的模式。但现在从国家政策层面上,景区基础性收入减免将是大势所趋。从去年3月起,国家发改委、国务院办公厅等多次发文,要求减免景区门票、索道、交通等基础性收费,且范围越来越广、力度越来越强。景区开发运营本身就属于高投入、高风险、慢回报的项目,三特索道也未获得特别优质的资源,所以培育期会比较长,风险较高。”周鸣岐表示。

“而且,三特索道在转型的过程中还存在



我国旅游业普遍存在的扩张速度过快、单纯追求规模的问题。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌表示,企业扩张要以实力为基础稳扎稳打地推进,现阶段,该企业景区产品经营模式还都相对单一、传统,导致整体收入结构没有太大改变。

“钱途”坎坷

转型之路走得颇不顺畅,让三特索道的“钱途”有些堪忧。周鸣岐认为,从财报来看,三特索道在投资景区和主题公园过程中背负了大量贷款,进而造成财务费用持续快速攀升,同时在建工程转固固定资产后开始折旧。可见,这家公司正面临双重压力,后期如果不调整战略定位和经营策略,业绩恐不甚乐观。

公开资料显示,三特索道在新一轮转型

期内,从索道转向景区综合开发,欲摆脱收入过于依赖索道业务的局面。不过,由于该企业景区“广撒网”式的投资,其旗下景区数量一度超过20个,最近还收购了武汉本土的主题公园——龙巢东湖海洋公园80%股权。

大手笔的并购后,三特索道的财务费用直线上升;去年,该公司财务费用达到8800多万元,同比增长19.45%,今年仅上半年,其财务费用就达到5541万元,同比增37.65%,预计全年将破亿。”周鸣岐告诉北京商报记者,“这说明,三特索道的贷款规模增大,利息上升,而旗下景区经营又大多处于培育期,再加上相关国家政策大趋势,未来盈利状况存在很大不确定性。整个公司业务中,尚未出现稳定的新盈利增长点。”

中国主题公园研究院院长林焕杰在接受北京商报记者采访时也指出,国内主题公园、景区的竞争力,主要来自三个方面,包括强大的品牌影响力、所在区域以及优秀的管理团队;主题公园等旅游目的地,必须要吸引周边甚至200公里以外的游客,才能持续保持高人气,而三特索道旗下的主题公园和景区,整体来看,没有顶级的品牌IP,在管理经验上也需要提升,在转型过程中稍显冒进,未来需要更加理性地评估和更完善的运营方案”。

针对三特索道如何调整转型策略,周鸣岐建议,在提倡文旅融合的当下,瞄准景区度假化的变革,三特索道应尽快推进景区从观光型基础收入向度假型二次消费的升级改造和经营模式转变,尽可能摆脱“索道收入和门票依赖症”,引入亲子、户外、研学、民宿、文创等新业态,通过增强游客体验感,拉伸游憩时间,刺激旗下景区的旅游消费。

北京商报记者 肖玮 蒋梦惟