

6月16日,央行发行了“建党90周年”普通纪念币,在短短两周内,面值5元的纪念币卖到了25元,价格翻了5倍;1999年发行的50元面值的新中国成立50周年纪念钞,如今也被炒到了300元……

“红色收藏”作为收藏市场特色鲜明的一个独立分支,以其独具的历史价值、史料价值、文物价值在当下收藏市场发展态势稳健。业内人士分析,红色藏品已掀起新一轮热潮,而在7月1日后有望延续升值态势。



原中国美协主席、著名油画家靳尚谊于1967年创作的《毛主席肖像》(100cm×130cm)。



1945年6月11日中共七大会议通过的《中国共产党党章》;1945年12月由中共中央书记处印,25页、32开。



1947年胶东新华书店出版的《中国共产党党章》,32开、151页。

## 红色藏品全线看涨

### 红色题材拍场走高

5月28日,中国书店春季书刊资料拍卖会上,自1944年5月至1976年30余年间,不同地区出版的不同版本的《毛泽东选集》受到买家的追捧。1944年我国第一部系统编选的《毛泽东选集》蓝色布面精装本以20.16万元成交;1944年《毛泽东选集》5册平装本以16.8万元落槌。此外,1948年东北书店版《毛泽东选集》(1~6卷)以1.12万元、《毛泽东选集》(1961、1965、1966年出版的3种版本)以8960元、1947年中国共产党晋察冀中央局版(6册)以4.48万元、《毛主席近影集》(1946年晋察冀军区政治部出版)以2.02万元、《毛泽东最近的抗战主张》(1938年1月出版)以2.02万元成交。

为纪念建党90周年和配合多种版本《毛泽东选集》的拍卖,北京海王村拍

卖公司还同时征集到多件与中国共产党和中国革命有关的文献资料一同亮相拍场。其中有1937年7~11月纽约出版的英文原版《亚细亚》(Asia)杂志。杂志7~10月号连载了毛泽东口述、美国记者斯诺整理的《毛泽东自传》文章4篇,这是最早以英文连载的形式发表的毛泽东传记;10、11月号连载了斯诺撰写的《长征》文章2篇,终以1.34万元轻松易手。《西行漫记》中、英、日等15种早期版本以1.12万元花落新家。

对京津沪15年来拍卖情况进行统计表明,近现代文献拍卖中,“红色收藏”最为抢眼,“拍卖价格成千上万早已不是新闻。被国家图书馆称为‘新善本’的革命历史文献资料中,凡涉及到毛泽东的拍品,大买家都在海外。研究、收藏中国革命历史的第一手资料具有广泛的国际市场。同时,民间

收藏、成规模成系列的也大有人在”。资深藏家秦杰告诉记者。

### 红色主题邮票升幅可观

在邮票市场上,第一组关于中国共产党早期领导人的邮票目前已经升值到几十元一套,相比其4元的发行价,升值幅度可观。查询集邮网站了解到,与建党90周年邮票相关的很多品种升值幅度都很大。如纪念题材邮票中,会议纪念系列如“中国共产党十一届三中全会二十周年”邮票每枚售价达到16元以上;国庆系列如“中华人民共和国成立五十周年—民族大团结”每枚售价在63元左右;另外建军系列如“中国人民解放军建军七十周年”每枚售价在17元左右;伟人题材方面,主席票如“毛泽东同志诞生一百一十周年”每枚售价在50元,总理票如“周恩来同志诞生一百周年”

每枚的价格在19元左右。另外一些特性题材的邮票升幅也很可观,如“中华人民共和国国旗国徽”每枚售价在14元左右。

作为特定历史时期的收藏门类,“红色收藏”往往与著名人物或事件有着某种渊源,是历史的见证,具有广泛的群众基础。“早在上世纪六七十年代,民间的红色收藏就已开始启动。”中国收藏家协会徽章收藏委员会主任纪玉成说。

在业内专家看来,红色收藏市场火爆,既与目前适合题材相关,也与整体市场向好相契合。北京邮币卡商业学会副秘书长牛长卫认为,现在邮票市场总体“水涨船高”,原因在于前几年市场的价值严重低估,由于邮票具有易收藏、增值空间大、属于国家发行的有价证券等特性,因此当前市场环境趋好。

北京南区邮票公司经

理张杰也表示,“今年恰逢建党90周年及辛亥革命100周年的两件大事,题材带动市场效应明显”。由于红色收藏可以折射出某个历史阶段社会的现状,是历史的缩影,因而存世量少的红色邮品显得十分珍贵,因此,“我们更应该以平和的心态对待,‘源于收藏,高于收藏’,这与其他类型的收藏有着明显区别”。

### “红色收藏”广受认可

除邮票和纪念币外,红色主题藏品还有更广泛的内容,毛主席像章、带有特殊时代烙印的名人书画,以及红色经典的油画、老照片、旧报纸等都成为当下市场炙手可热的藏品。以毛主席像章为例,许多毛主席像章材质精美、造型别致、发行量巨大,因此,专题集藏已为广大藏家所认可。

记者在马甸邮币卡市

场接触到的一位藏家沈先生表示,由于从小受祖父一辈的影响,他十分喜欢红色题材的书籍和革命的著作,因此产生了专门收藏红色题材藏品的想法,既有邮票、像章,也有宣传画、雕塑等。刚开始收藏时,并未嗅到其中的财富味道,但目前那枚像章已有人愿出7000元收购,比起购买的价值增值近10倍。

专家提示收藏爱好者,题材与升值并没有必然联系。“重大题材,往往对应着较大的发行量,直接影响藏品未来升值的空间。”张杰说,同时,由于现在参与红色收藏的人越来越多,许多红色收藏的价格高企,其中不乏泡沫,由于投资时间长,且变现能力弱,投资者的投入比例不宜过大,需要防范价格高位后的回调。

商报记者 姜琳琳

图片由收藏家秦杰提供

(上接A1版)

## 工业设计:提速发展难进正轨

一位多年从事工业设计的人士告诉记者,“虽然很多公司都在图纸上打上‘版权所有,不得翻抄’的字样,可是设计根本没有版权一说,这在投标时最明显。可以说,投标时什么情况都会发生,投标的结果受到很多不可控因素的影响”。“现在这种投标方式是从有利于委托方的利益出发,对设计师欠缺保护。常常是设计公司认真做了一整套的方案参加投标,结果不但没中标,委托方拿到方案后转给其他价格低的公司,公然盗取别人的成果。设计师们明明知道要冒这样的风险,还得硬着头皮上,因为设计师、设计公司需要争取更多的项目活下去。”“从国情来看,当前对知识产权保护力度还远远不够,不单单在工业设计方面,很多领域都存在同样的问题。”田文苗表示。

### 单个设计企业还需“领着走”

工信部指导意见中明确表明,对工业设计企业在财政投入、税收、融资等方面要加大政策扶持力度。中央财政将建立促进服务业发展专项资金、科技型中小企业技术创新基金等,对符合条件的工业

设计企业给予支持;企业用于工业设计的研发费用享受在所得税前加计扣除;工业设计企业被认定为高新技术企业的,按照税法规定享受高新技术企业相关税收优惠政策。

田文苗给记者解读了这一政策的初衷,“工业设计其实是个新兴领域,为更好、更快地实现对工业设计的扶持,在新的方针政策还有待实践证明的同时,让这一产业最大限度地享受已经成熟的政策的实惠”。而我国对高新技术企业和中小企业的扶持政策已经运行多年,将工业设计并入高新技术企业和中小企业的扶持政策,应该能收到立竿见影的效果。

从各省市仿效工信部指导意见出台的政策来看,执行起来明显不能切合实际。因为高新技术企业和中小企业的认定有一条产值的死线,绝大多数设计企业被拒之门外,“不是不想申请,一看到划定的线,自动就退出了”。北京宇朔创意工业设计有限责任公司总经理程益浪说。

“要加快发展工业设计,必须在转变观念的前提下,从体制和机制上做一定程

度的突破,这是根本的问题。不能用老套的观念和方法来看待工业设计。”田文苗说。“工业设计是资源整合,牵扯到很多层面,从单一层面上看待工业设计,很难找到行之有效的解决方法。”

田文苗强调的“行之有效”,很大程度上是指对设计类企业的资金扶持和融资渠道的拓展。目前,设计产业与金融业的结合还没开始,如何让金融业与设计产业对接?北京工业设计促进中心副主任宋慰祖认为,设计产业的投融资问题要从产业模式考虑,而不是单个设计公司需不需要投融资。

事实上,目前在圈内有公认的三类产业对接模式。第一类是设计带企业的模式,工业设计直接带动一批OEM(原始设备制造商)企业,这样的情况就需要投融资。像李宁、华旗等都属于这种模式,企业以现代生产企业的形式出现,虽然还没有划为设计企业,但实质上是以设计为主的企业。这属于打造自有品牌和广义上的设计公司。

第二类是更为“纯粹”的设计公司,比如“北京宇朔”,以自有知识产权的U盘设

计,通过为国际大品牌商金士顿提供OEM产品,获得产品利润的比例分成,来串联制造业产业链的设计公司。

第三类是单纯进行委托设计、承接设计订单的设计企业,这类企业投融资需求相对来讲并不迫切。促成设计和制造业对接或许是最简单、最直接的办法。“当单个企业的力量过于弱小,就更需要协会和基地的大力扶持。”北京DRC工业设计基地负责人谢迪说,目前北京DRC在和广东佛山高新区管委会进行对接,用北京的设计资源提升广东制造业,5月他们带着北京的设计公司和广东的30家制造公司对接。产品开发服务,广东多是商会、制造企业自发组织的,对于市场一线的需求最敏感,对提升也最迫切,商会组织行业内有一定资质的企业与北京设计公司对接,当地政府对于真正在设计上用心思的企业也会给些政策支持。同时广东省政府也有意在当地为北京DRC建设一个设计服务中心,服务大多数没有能力在企业内部成立设计部门的中小企业,鼓励设计和制造业分离,用公共服务中心的方式为企业服务。