

中艺财富创始人沙水兵： 让艺术家的作品走近人民



沙水兵

中艺财富作为一个有责任和担当的文化企业,始终秉持“让艺术走近人民”和“以质求存、恪守诚信”的核心价值观,有信心做新形势下中国文化产业发展的样本、中国文化酒的领军企业,创写中华民族酒文化和水墨艺术相生相融的发展奇迹,重塑中国白酒业的新格局。



缘起梦想:让艺术走近人民

“酱酒飘香,翰墨传情——首届中国白酒文化与书画艺术研讨会暨中艺财富文化酒上市发布会”,可以说是别开生面,因为发布会上推出了商务系列、生肖系列、典藏系列文化酒,10月底,还将推出第二批文化酒——美术家系列标识酒,首批有20个美

术名家,计划五批共100个美术名家标识酒。我们的定位是轻奢产品,因为奢华在于30年窖藏,浓郁迷香;酒盒用黑檀木雕刻,雍容华贵,艺术高雅。每瓶酒和酒盒上均印有艺术家头像,每瓶酒盒内附赠一本艺术家个人精美画册,每箱酒内附赠艺术

家代表性作品仿真作品一幅,此款酒是中国水墨艺术和中国酱酒文化艺术及雕刻工艺三者完美融合的结晶,具有极高的品鉴收藏价值。我们将以巧妙的定价区间占据有文化讲品位的艺术品爱好者这块“小众”市场,希望通过这个特殊的方式,用酒这

个载体,把我们的文化带给千千万万有文化有品位的中国式家庭,带给千千万万有文化有品位的商务人士和艺术爱好者。

中艺财富是做文化产业的,怎么做起酒来了?这还得从我年轻时的梦想和爱好说起。我从小喜欢画画,在20岁至30岁期间,我在老家方圆几十公里范围内是个小有名气的画画人,那个年代在我老家有两个师傅比较吃香,一个是泥匠师傅,一个是漆匠师傅,这两个师傅有一个共同点,就是会画画。之所以称为泥匠师傅,因为他具备的本领是在每家新房子盖好后,能在其新砌好的柴灶上画上各式各样的、颜色鲜艳的花鸟画;能称漆匠师傅的必须有在床和大衣柜中间画画的本事。当时年轻人结婚要打一张床、做一套家具,床的前边上方横眉有三块玻璃,两边竖的屏风各有两块玻璃,一张床合计有七块玻璃,都要画上画,还有那个年代特有的三门大衣柜,中间那个门是不开的,需要画上山水画或花鸟画。我当时没学过油漆工,买了几本书看了看就知道了,因为会画画触类旁通,没几个月就当上了漆匠师傅,而且率先在市里搞起了油漆

工培训班,每次培训班为期一个月,每个班有五六十人参加,主要是来学画画的。

改革开放后,由于我还喜欢写新闻报道,被海选进京当了新闻记者,1997年我离开新闻战线,创办书画院,用20年时间打造了文化产业联盟,到目前为止,我们签约的美术名家有1300余名,其中担任过历届中国美协主席、副主席、理事的有128人,担任过各省历届美协主席、副主席的有112人,中国美协会员有1032人,在全国有40多家分院,有艺术品收藏会员40000多人,书画经纪人2500余名。收藏的当代名家作品已经超过4万多幅,签约的画家和收藏的数量均居同行业前列。我办这个书画院的原因,是因为我发现,以前老百姓家里到处有画,但是这几年看不到这种现象了,老百姓家里见不到那种传统中国画了,每每看到这些,我就想,能不能让人们饭前看看画册,品品书画呢?去年,国家领导人提出了“让艺术走近人民”,这句话如同一盏明灯,为我们的工作指明了方向,如何让艺术家的作品走近人民,走进千家万户的百姓家中,成为我们矢志不移的追求目标。



结缘酒厂:让文化衍生品走进千家万户

2015年,我们投资两千多万元从德国和日本进口了七套高清数字化古文物保护设备,成立了文创衍生品开发中心,主要的工作内容是,如何让已经签约的1300多位美术名家的作品走近人民,如何让已经收藏的4万多幅名画走进千家万户寻常百姓家。酒就是我们想到的其中一项举措。酒是快消品,家家户户少不了,如何通过酒把名家书画带进千家万户,经过一年的研究,最后确定了通过文创衍生的办法,用酒作为载体,让文创衍生品通过酒走进千家万户。办法确定后,在选择哪家酒的问题上,我们做了大量的考察和研究工作。在这期间,有一件事启发了我,也促成了我们选择贵州赖贵山酒业公司。七八年前,有个无锡的朋友送给我十箱赖茅酒,当时我只知道,茅台镇有上千家杂牌酒,所以我也把它当杂牌酒丢在仓库里。大约两年后,公司办公室装修,我请了老家的装修队,临近装修结束的一个周末,我请老家人一起吃了顿晚饭。没想到的是,从仓库里拿来的赖茅酒,“不喝不知道,一喝吓一跳”,只喝了一口,我马上问行政,这是什么酒?后来才知道,这就是赖茅酒。当晚,乡亲们敞

开喝酒,十几个人喝了十瓶赖茅,第二天早上都说头不疼脑不涨。于是,我马上给无锡的朋友打电话,他竟告诉我赖茅这个牌子停产了。这次搞文化酒我首先想到了赖茅酒,于是今年开春的第一件事就是来到贵州茅台镇,对赖茅酒厂进行考察,同时也对茅台镇上大大小小的酒厂进行调查摸底。这次调研我很有收获,我弄清了酱香酒为什么越放越好吃的原因。我原来一直认为,酒存放时间长了,酒精挥发掉了,酒就不好喝了。实际不是这样,酱香酒是种活性酒,装瓶后酒中的酚类化合物比普通白酒高出3—4倍,而且在不停发酵,类似于我们小时候见过的腌酱瓜一样,瓜在酱里腌的时间越长就越好吃。酱香酒为了保护活性酚类化合物,都装在瓷瓶里,防止高温和阳光暴晒。

此外,我还了解了贵州赖贵山酒业是茅台镇上特有的一家有文化底蕴、历史传承的酒厂。国酒茅台的公开资料显示:1949年前,茅台酒生产有三家酒坊,即华姓出资开办的“成义酒坊”,称之“华茅”;王姓出资建立的“荣和酒坊”,称之“王茅”;赖姓出资办的“恒兴酒坊”,称“赖茅”。1953年,“三茅”被合并收

购,成立国营茅台酒厂。也就是说,茅台酒是1953年8月后才成立的。而赖贵山酒厂的介绍是这样的:公元1826年,清朝道光年间赖贵山曾祖父在茅台村创办“茅台烧春坊”;公元1904年赖贵山出生于黔北茅酒世家,乳名“赖茅”;公元1921年,赖贵山兄弟三人共赴茅台,创建“恒兴烧坊”;公元1922年,赖贵山只身赴港将300瓶“赖茅”酒推向世界;公元1928年,赖贵山考入“贵州大学”,开始研究酱香酒的配方;公元1941年,赖贵山兄弟收购“衡昌烧坊”并更名“恒兴酒厂”;公元1946年,赖贵山亲自设计的“赖茅”商标正式获准注册;公元1953年8月,“国营茅台酒厂”在“恒兴酒厂”基础上成立;公元1982年,赖贵山携子侄创办“赖氏酒厂”,创立“赖贵山”“赖茅”系列酒品牌。从上面的材料可以看出,赖贵山酒业是个有百年传承历史的古秘原浆、文化名酒。我们选择贵州赖贵山酒业作为文化酒的合作单位,是天作之合。中艺财富是赖贵山酒业的第一大股东,今后我们两家将携手合作,文化搭台、贵山唱戏,共同搭乘改革开放的大船,驶向辉煌灿烂的明天。我们计划用一年的时间,在全国1504个省市

地区城市、1642个县级城市发展经销商、开设酒文化体验馆,把中国几千年的传统水墨文化与百年贵山酿酒文化传承下去,我们的目标是通过推广此酒,打造千千万万个有文化有品位的中国式家庭。

中艺财富作为一个有责任和担当的文化企业,始终秉持“让艺术走近人民”和“以质求存、恪守诚信”的核心价值观,有信心做新形势下中国文化产业发展的样本,中国文化酒的领军企

业,创写中华民族酒文化和水墨艺术相生相融的发展奇迹,重新改写中国白酒业的新格局。相信中艺财富文化酒的上市,必将伴随其悠久的历史、厚重的文化积淀而醉美华夏、香誉四海,相信不会有太多的时间,中艺财富文化酒会红遍祖国大地。

(本文根据沙水兵在“酱酒飘香,翰墨传情——首届中国白酒文化与书画艺术研讨会暨中艺财富文化酒上市发布会”上的发言整理。)



中艺财富签约美术名家1300多人,收藏书画作品4万余幅