■热点追踪

并入博物馆的国有文物商店资源调研与分析

周巧燕 许海樱

国有文物商店是国家依法批准设立并实行企业管理的文化事业单位。几十年来，国有文物商店为防止珍贵文物流失，向博物馆、科研单位提供藏品和资料，服务人民群众收藏和文化需求做出了重要贡献。进入21世纪，国有文物商店面临着发展道路上的新情况、新问题，为激发活力、提升竞争力，国家将文物商店改制纳入文化体制改革。2005年4月，国家文物局下发《国有文物商店体制改革试点工作的意见》有效推动了改革进程。目前全国已有部分国有文物商店进行了转型改制，主要包括企业化、并入博物馆、改建博物馆三类。

据不完全统计，截至2020年12月底，全国有67家国有文物商店（以下简称文物商店），其中省级文物商店（以下简称省级店）30家，市级文物商店（以下简称市级店）37家。并入博物馆的22家、未改制的22家、转为企业的21家、改为民俗博物馆的2家，并入博物馆的文物商店占总量的32.8%。现将并入博物馆的文物商店资源做分类研究，希望能对相关资源管理利用提供一定的参考。需说明的是，已明确并入博物馆但未全部完成合并工作的单位数据暂时未被采用。

文物商店资源分析

人才资源

并入博物馆的文物商店有数量可观的专业技术人员，省级店的人员技术水平大多优于市级店，在人才资源方面更具优势。

在职工基数上，省级店的人员编制数量高于市级店，不少省级店的原始编制在30人以上，湖南省文物商店、山东省文物总店、河南省文物交流中心人员编制甚至已达到60个左右。局部地区市级店因建店时间短或受区域经济发展因素影响，人员编制设置较少。如梧州市文物商店、柳州市文物商店，人员编制分别为3个和1个，但广西的省级店和市级店合计3家，文物商店的数量一定程度上弥补了单个店规模小的不足。

在人才职业素养上，省级店的人员技术素养优于市级店。目前，在并入博物馆的省级店中，10家省级店的专业技术人员占总人数的平均值约为62.8%。11家市级店的专业技术人员占总数的平均值为38%。单以副高职称比例来看，省级店副高职称比例高于市级店，其平均值约为17%。省级店中级职称以上人员比例均值约为45.8%。市级店技术人员的数量逊于省级店，其技术人员职称比例主要集中在中级职称，大部分市级店的中级职称占其总人数的一半以上，还有少量初级职称，甚至有个别市级店的人员大部分没有技术职称。

技术职称并不能代表从业者的绝对价值及行业技术水平。文物商店的工作人员因历史原因，原始学历普遍较低，有关研究性学术论文发表数量少，又因单位性质为自收自支，文物商店工作偏重实践，对“评职称”的意识不强。文物商店的业务人员多年在鱼龙混杂的文物市场中“摸爬滚打”，用真金白银“买”了许多专业鉴定经验。所以，无论省级还是市级店人员，随改制并入博物馆人才队伍后，丰富、专业的鉴定经验依然是人才资源的突出优势。

藏品资源

文物商店的藏品数量丰富，其中不乏一、二、三级品，个别店的藏品总数甚至高于所在地博物馆。以山西省文物交流中心、河南省文物交流中心、湖南省文物交流中心为例，库房藏品数的平均值在10万件左右。个别市级店不仅藏品数量多，质量也颇高，以武汉市文物交流中心为例，藏品数量约30万件，远超河南、山西等文物大省。武汉市文物商店的书画藏品质量惊人，仅齐白石一人的绘画作品就达百余幅，乃全国之最。这些齐白石的书画作品在20世纪90年代被谢稚柳、徐邦达、傅熹年等人编著的《中国绘画全集》收录，武汉市文物交流中心保存这部分精品书画期间，没有卖掉其中任何一幅，这批书画后藏于博物馆。

因文物商店人员岗位有限，实际工作中保管员通常要管理两类以上文物，文物数量较多，工作任务艰巨，在店内库房藏品总数统计工作中难免存在误差。盘点文物店的藏品数目是库房整理工作的难点，也是合并工作中的难点。

技术资源

文物商店的技术资源包含了文物鉴定技术、修复技术、艺术品加工技术等综合技术资源。文物商店在做好保护性收购的同时，积极进行技术性工作探索，累积了宝贵的技术资源。据了解，全国不少文物商店曾有过艺术品修复、加工的业务，如大连文物商店、天津文物商店、上海文物商店、武汉文物商店、河南省文物交流中心、山西省文物交流中心、湖南省文物总店等。

各文物商店所处地区的文化、历史发展轨迹不同，导致各地区所流行的文物类型不尽相同，由此文物商店在藏品上存在偏向性，在积累鉴定、修复、加工技术上各有所长。以山西省为例，从20世纪80年代起，山西省文物交流中心在青铜器鉴定、瓷器修复上收获了显著成绩，成为其省店特色。国家文物局多次在山西开设全国文物系统内部青铜器鉴定培训班，开课期间由山西省文物商店的技术人员、鉴定人员向学员授课。此外，其修旧如旧的传统瓷器修复技术也在全国领先，多次受邀进行对外交流。河南省文物交流中心在20世纪80年代进行内部改革，增开书画装裱业务，并成立相关技术部门，实行科室管理。文物商店聘请的首位装裱技术人员师承北京荣宝斋，后又经店内选拔、精心培养出2名装裱师。1989年，由文物商店自己培养的装裱技术人员获得装裱技术比赛重要奖项，得到政府支持，公派赴日本研习手工装裱技法。据了解，大连文物商店曾开设文物艺术品手工修复厂，占地约300平方米，加工厂发展至最大规模时技工人员有30余人，业务范围涵盖裱画，瓷器、玉器、青铜器、木制品、漆器加工等。

品牌资源

品牌资源的确立与人才资源、技术资源和藏品资源的扩大、优化和特色突显有着密不可分的关系。并入博物馆的22家国有文物商店，有一半数量建店时间在60年左右，在长期的经营活动中，藏品、技术、人才的积累使得文物商店形成了属于自己的品牌特色。文物商店能持续、稳定的向消费者提供优质服务，维护自身形象，保障行业口碑并非易事，大部分国有文物商店在市场中不断精进业务能力，拓宽业务范围，组建人才队伍，培养“专”“精”“尖”的技术人员，口碑在行业内得到认可，品牌形象得以树立，品牌资源应运而生，各地文物商店的“品牌”呈现出不同专业、不同特色服务、不同技术百花齐放的态势。

合理利用国有文物商店资源的重要性

在半个多世纪的经营中，文物商店积累了独特的技术资源、人才资源、藏品资源、品牌资源。对并入博物馆的文物商店资源的利用进行调查研究，对于国有文物商店后续改革工作具有重要的参考价值与研究意义，也能帮助一些正在并入博物馆的文物商店梳理合并工作思路，规划其在新环境下的发展方向及资源利用。

中国特色社会主义进入新时代，社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。顺应社会发展需求，我国文化事业正处于高速发展的蓬勃期，尤其是博物馆，在公共文化服务体系中占据了愈来愈重要的位置，保护和传承优秀传统文化的同时，在文化精品产出上更注重创造性转化和创新性发展，在文化服务供给上更注重文旅融合和体验式服务。高质量的发展需要更丰富的资源和更科学的理念，合理利用文物商店资源，一方面解决了国有文物商店的发展困境，利用产业升级转型，实现优势互补，避免社会资源的浪费；另一方面充实了博物馆文物藏品，有助于更新观念，扩大对外文化交流，促进文化产业发展，打造主体多元、结构优化、特色鲜明、富有活力的现代化博物馆，扩大公共文化服务覆盖面，满足人民群众多样化、多层次的文化需求。

思考与建议

合理利用国有文物商店资源是博物馆与文物商店二者互惠互助、取得双赢的好事。针对当下国有文物商店并入博物馆后资源利用的问题有以下几点思考：

博物馆应帮助文物商店人员提升思想理论水平 文物商店人员在业务上具有较好的素质基础，有助于博物馆综合性人才的选拔和培养，可优化博物馆技术人员比例，缓解人员结构分布不均等问题。并入博物馆后，专业技术人员和其他岗位人员都应主动加强自身理论学习，在博物馆人力资源部门的支持下，尽快找到适合未来发展的方向，更新理念、开拓视野、补充知识，全面提高综合素养。特别是市级文物商店的工作人员，更要尽早主动适应新的工作环境，提升专业理论水平。博物馆在合并前期需主动帮助文物商店人员，组织开展系统培训和相关学习活动，帮助各岗位人员熟悉博物馆工作，找准自身定位。

要在文物商店藏品资源的展现方式上下功夫 文物商店藏品数量庞大，蕴含巨大的发展空间。在文物商店并入博物馆后，原有藏品分门别类列入馆藏，可直接为博物馆和有关科研单位提供科研资料，也可以根据民间文物的特点举办各类型的民俗文物展和社会教育活动。可以考虑与非物质文化遗产相结合，融入现代文化理念，用好的表现形式展现古今文化的相融相通，让公众更好的感受文物的“活力”。抑或以省级博物馆为主导，适当将文物商店的藏品与地市（县）博物馆进行有偿或无偿交流，以大馆带小馆，帮助并指导中、小型博物馆提升展览质量与水平，促进区域博物馆的协同发展。

要依托平台扩大文物商店人员的技术资源优势 文物商店依托自身经营，在特定历史时期为国家获取了大量外汇，有力地支持了我国社会主义计划经济时代的经济建设。步入改革开放后，文物商店在市场经济的环境中坚守国家法律、法规，坚持保护第一，经营第二的工作准则，为国家持续培养了一批又一批学有素养、业有专长的业务人员。在文博界有关文物鉴定与保护的专业人才中，不少出自文物商店。并入博物馆后，为文物商店人员提供了更好的技术发展平台，如在藏品保护修复、文物研究、对外交流等方面，博物馆都有着更好的条件和机会。应依托平台扩大文物商店人员的技术资源优势，尤其是在文物鉴定技术和修复技术方面，科学整合博物馆和文物商店技术人才，合理设置内设机构和岗位，加强人才培养与交流实践，有效提升文物保护人才队伍的整体水平。

守正创新助力文物商店品牌价值提升 国有文物商店大多建于20世纪60年代，经历时间和实践的考验，在各地消费市场形成了一定的公信力，能够满足当地收藏者和经营者的需求。同时，经过半个多世纪的发展，形成了比较严格的管理制度和责任心强的专业团队。国有文物商店的“品牌”影响力无论在计划经济时代还是市场经济时代都是经得起考验的。新时期，我们需要更加充分考虑文物商店的品牌资源利用，抓住品牌特色，兼顾博物馆职能和文物商店的主要任务，贴合公众日益多样化的文化需求，谋划品牌升级。依托博物馆实现文物商店的鉴定技术创新、修复技术创新；结合文创开发拓宽艺术品加工品类，打造新的文创品牌；利用新技术、新媒体丰富文物商店藏品展示形式、文化宣传形式和服务体验模式；加强品牌交流，突出各店特色，促进区域文化品牌融通。

会稽甓韵

——绍兴博物馆藏汉六朝会稽砖探微

蒋玲玲

“砖”之字，古有“甎、塼、專”等不同写法，砖之物，旧时也称甓或壁。会稽砖即为汉六朝时期产于会稽郡（今浙江绍兴一带）之砖，《水经注》浙江水记载：“江有琵琶圻，圻有古冢堕水，甓有隐起字云：筮吉龟凶，八百年，落江中。谢灵运取甓诣京，咸传观焉。乃如龟繇，故知冢已八百年矣。”

会稽砖从内容上可分为铭文砖和画像砖两大类。铭文砖包括纪年、记事、姓氏、吉语等数种。最早的会稽铭文砖见于东汉永平元年，与中原地区相比并不见迟。东吴、两晋时期是会稽地区铭文砖最为繁荣的时期，仅东晋永和年间所出铭文砖就不下二百种。南朝时，平原地区，如山阴、上虞、余姚等地的铭文砖逐渐衰微，而剡中一带则继续繁荣。会稽铭文砖篆书、隶书、楷书、行书、草书五体俱全，某种程度反映了当时会稽地区整体的书法风貌，是研究汉六朝书法演变的重要实物资料。

除铭文砖外，还有大量精美的画像砖，内容丰富多彩，其题材主要有龙纹、凤鸟纹、鱼纹、虎纹、饕餮纹、人像、钱纹等。这些图像纹饰均取材于大自然，间接地、潜在地折射了当时人们的思想意识。精美的画像砖内容既弥补了地方史书记载之不足，丰富了中华文化中汉六朝时期人像、瑞兽等形象；又让我们领略了民间艺术千姿百态的魅力，具有较高的美学价值。

文化融合——东汉砖

西汉末年，王莽篡位，北方战乱，北方士族第一次因躲避战乱迁徙会稽，促进了中原文化与越地文化的融合。从出土的铭文砖看，汉砖多出自余姚、上虞一带，概因山阴为郡城，多当地土族，北方外来士族难以圈地发展庄园经济，故而多转向余姚、上虞相对偏远地区开垦土地。随着北方士族的南下，也带来了中原的墓葬文化，这种文化和越地的尚巫风俗结合，出现了不少带有巫文化的砖文，形成了独特的会稽铭文砖。

根据考古发现，会稽地区的砖室墓起源于王莽时期，会稽铭文砖最早所见为东汉永平元年，永元时期种类最为丰富。汉砖多规整，字口深邃，多为隶书，部分作篆书。砖面多见席纹、绳纹，绳纹规整，纹路方向与砖面两端垂直。质地细腻，不同汉砖材质、硬度多有相似处。

这一时期吉语砖较为普遍。主要内容是吉祥如意、益寿延年及赐福子孙等。常见的有：万岁不败、万世不败、富贵、大吉、大吉祥、吉昌、宜官、宜侯王、高迁、长寿、安乐等，尤以“万岁不败”最为多见。吉语砖文字从数字到十数字不等，也有与图案像结合的。这些吉语言简意赅，反映了当时人们的思想，表达了对死者的怀念寄托、对生者的祈福祝愿。

精彩纷呈——东吴砖

东汉末年，诸侯争雄，吴国的形成和建立为会稽的发展提供了重要契机。在孙策时期和孙权前期，会稽士人颇受重视，在政治上颇有地位；之后，会稽士人在政治中逐渐被边缘化，会稽士族转向地方经营和重视学术。这一转向，给会稽地区的经济、文化发展带来了福音。当时的铭文砖或可反映东吴时期政治、经济、社会形态。铭文隶书开始渗入楷意，这一时期篆书精彩纷呈，变化多样，是中国篆书发展史上的一个高峰。东吴砖硬度普遍高于汉砖，多有红心胎。砖面席纹开始减少，以绳纹为主，但绳纹开始倾斜，不再与砖面两端垂直。砖两端开始有内弧现象出现。吉语砖迅速减少，带有职官的铭文砖开始出现并逐渐增多。东吴时期，山阴铭文砖开始崭露头角，篆书精彩的铭文砖多出自山阴县。

与此同时，画像砖开始偶有出现，始见饕餮纹，俗称鬼脸。饕餮是古人融合了自然界各种猛兽的特征，同时加以想象而形成的。饕餮形象瞪目虬须，凶勇强悍，寓有人们祈求“福佑和祓除不祥”的双重愿望。画像砖端模印饕餮纹饰，用阳线简洁而生动地镌刻出冠与额、眼、鼻、口、齿，外眼角上挑，大圆睛，嘴内露出上下两排方齿，牙齿之间饰以圆形舌头。

流光溢彩——两晋砖

两晋时期，人口迁徙频繁，东西南北文化大交融，各地民风民俗大荟萃，儒、释、道并存，神、玄、巫交互，客观上促进了会稽地区文化的大发展。铭文砖更为精到，其中蕴含着丰富的历史信息，张扬着流光溢彩、光芒四射的书法美学魅力。永和九年，王羲之于会稽山阴之兰亭写就天下第一行书《兰亭集序》。从铭文砖尤其是永和年间的铭文砖中，可以一窥当时会稽书风之盛。两晋画像砖呈现出分布更广、数量更多、质量更精、内涵更丰、形制更多的特点。

西晋时期会稽砖，规格明显增大、增厚。书风继续延续东吴以来流行的篆书。西晋开始，纪年画像砖逐渐增多。人物形象的生动性和多彩性尤为突出，出现了武士、仕女、飞天等形象。

东晋砖形制规格小于西晋。砖铭参差不一，书体在隶、楷之间。书法随意，尤其永和时期书法沉沦，书法水平低于其他时期，这是书风转变时期的特色。太元时期砖铭楷书开始增多，楷书渐趋于成熟，是砖铭书法楷、隶之间的重要转折期。

流风余韵——南朝砖

南朝分为宋、齐、梁、陈四个朝代，与处于战乱之中的北方相比，四个王朝还算太平，使得会稽地区的经济社会文化能够持续发展和延续。南朝时期的会稽砖在整体数量上较东吴、两晋时期有所减少，分布范围也有所缩小。但画像砖在东吴、两晋巅峰时期的惯性作用下，仍然坚持在砖的小侧面做文章，南朝时期依然能够焕发出新的生机。

南朝时期，楷书已经成熟。砖铭中多见“明堂”字样。这一时期，宁绍平原的铭文砖迅速减少，而剡县的铭文及画像砖得到了继续发展。或与东晋末年孙恩作乱，宁绍平原大量士族被杀或迁徙有关。当时部分士族避难剡中，故南朝时剡县一地职官砖所出较多。

统其祖考——姓氏砖

姓氏砖主要内容是墓主人或匠人的姓氏，有的在姓氏前加上纪年或冠以官职。会稽铭文砖中的姓氏众多，所见可达二百种以上，比民国时期《绍兴县志资料第一辑》里的《氏族志》记载的姓氏还多，显然是与当时的人口大迁徙有关。从东汉末年到东晋，北方长期战乱，北方无数家族南迁以躲兵祸、寻生机。姓氏砖反映了六朝时期不同姓氏在会稽地区的分布和人口迁徙情况。根据出土姓氏铭文砖出现次数的多寡，铭文中职官出现的比例，可以间接反映当时士族情况。

铭文砖中所见的一些姓氏，出土多达十次以上，部分都带有职官。如六朝时期会稽四大家族中的虞氏、魏氏、贺氏均有发现，山阴谢氏、余姚邵氏、伍氏皆当地望族，其他如任氏、番氏、徐氏、俞氏、朱氏出现次数都很多，皆有职官砖出现。且不同家族砖各有一定特色。

职官砖类似于小型墓志，一般都有年号、姓氏、字、官职，某些还有官职履历、生卒年和生子情况。这类砖在东汉时罕见，至东吴逐渐增多，兴盛于两晋时期，反映出六朝时期会稽地区士族众多，是当时江南地区重要的移民城市与经济文化中心。

祥麟瑞凤——画像砖

纪年画像砖是会稽地区的一大特色。西汉时画像砖以河南、山西等地的空心砖为大宗，东汉时以四川画像砖最具特色。东汉时，会稽地区也出现了龙虎、人物等画像砖，其时数量不多。西晋初会稽地区的画像砖较为繁荣，且多有明确纪年，对于研究画像风格、断代具有参考意义。会稽画像砖内容丰富，造型精湛，艺术面貌丰富多彩，引人入胜。这些图像纹饰均取材于大自然，间接地、潜在地折射了当时人们的思想意识。

会稽画像砖用线多刚劲挺拔，寥寥数笔抓住表现对象的基本特征，颇具美学价值。画像砖题材主要有龙纹、凤鸟纹、鱼纹、虎纹、饕餮纹、人像、钱纹、莲花纹、方胜纹、几何纹等。龙纹、虎纹、饕餮纹等，以寓祥瑞，驱除邪恶。鱼纹最为常见，鱼的繁殖较快，鱼纹寄托着先民们繁衍后代的希望，且其谐音“余”，倍受时人喜爱。其他纹饰如钱纹、网状纹、三角纹、菱形纹等，大都与人们的生产、生活息息相关。

绍兴博物馆藏汉六朝铭文砖和画像砖以其丰富的内涵，反映了汉六朝时期会稽地区政治、经济、社会文化等诸多方面，揭示出千年前会稽地区先人们繁荣富裕的物质生活及充实富足的精神世界。

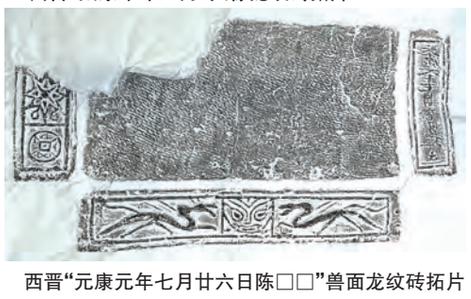
东汉“富贵长身”砖铭文拓片

东吴“黄龙元年宋氏作”砖铭文拓片

东吴“五凤二年潜龙于渊哉字仲戊”砖拓片

西晋“太康十年八月”人像龙纹砖拓片

东晋“永和八年晋故新夷令息石延作”砖铭文拓片


西晋“元康元年七月廿六日陈□□”兽面龙纹砖拓片

晋代凤凰纹砖

晋代双龙纹砖

晋代饕餮鸟纹砖拓片

南朝佛像砖