

从城市名片到国家名片

——中国国瓷华光陶瓷创新发展的启示录



新启用的华光国瓷文化艺术中心



中共淄博市委书记周清利视察华光国瓷文化艺术中心



华光陶瓷董事长苏同强与Lenox北美地区销售总监丹尼斯·伍德在向国外消费者展示介绍华光产品

名片的魅力,源自她的标志性意义和永恒的光华。

2013年4月28日“2013(第四届)中美企业峰会”,在美国洛杉矶隆重举行。华光陶瓷·双龙青瓷瓶作为2013中美企业峰会指定礼品,在峰会上得到了集中展示、馈赠给与会的美国国会议员赵美心、美国加利福尼亚州参议院共和党领袖夏乐柏、奥斯卡奖得主好莱坞著名导演理查德·安德森、好莱坞著名编剧巴瑞·莫罗等美方各界名流,成为峰会带有中国元素文化使者闪亮名片。

陶瓷特别是中国陶瓷,由于她独具的内涵和赋予的种种衍生意义,注定了其作为中国国粹不同凡响的品质。当这一陶瓷艺术作品带着一个国家和地区科技、创新以及经济社会发展方方面面的印记,印证着一个民族的内涵和气质,代表着一个国家和地区最优秀、最美好、最富有纪念性的东西的时候,就成了一个包罗万象的博物馆,成了一种儒雅风尚的爱好、一个世界文化交流的使者,成了一个国家和地区历史发展的见证、一张独有魅力的“国家名片”。

城市,因拥有这样的“国家名片”而荣耀。一座城市为什么值得人们流连忘返,因为那里有值得人们留恋的地方。华光陶瓷便是这样一座城市的代表之一。

华光陶瓷坐落于有着8000年陶瓷制作历史、被称作当代国瓷的齐文化发祥地——山东淄博。8000年的传统文化积淀,50多年的技术工艺创新,淄博陶瓷始终是中国陶瓷发展史中不可缺少的重要组成部分,而华光陶瓷作为当今行业的探路者,凭借科技和文化的创新理念,独树一帜当之无愧地成为当代国瓷的代言人。2008年,作为传承中国历史优秀文化,体现当代世界一流设计制作水平,引导未来健康陶瓷发展新成果的“和谐五洲壶”问世。国家文物鉴定委员会副主任、中国古陶瓷学会会长耿宝昌对和谐五洲壶给予高度评价:“当代陶瓷,能做到像华光这样的水平,我感到非常震惊。”

2012年年底,“黄胄作品陶瓷艺术展”在北京举行,享誉世界的中国艺术大师黄胄先生的六十六幅作品用“拓彩”新工艺展现于陶瓷不同的形体之上,不仅完美再现国画作品本身的原创魅力,而且呈现出一种特别的清新、灵动、鲜活,观者无不为之叹服。黄胄作品陶瓷艺术清晰地展示出国瓷与国画融合发展的解决思路,开创了中国特色陶瓷的一个先例,国画与国瓷的融合达到了历史上从未有过的紧密。中国文联副主席、中国美术家协会主席刘大为先生慷慨题词:火映丹青,大美无限。深刻揭示了作品的艺术特点、美学思想和发展前景。

【一】

华光陶瓷坐落于有着8000年陶瓷制作历史、被称作当代国瓷的齐文化发祥地——山东淄博。8000年的传统文化积淀,50多年的技术工艺创新,淄博陶瓷始终是中国陶瓷发展史中不可缺少的重要组成部分,而华光陶瓷作为当今行业的探路者,凭借科技和文化的创新理念,独树一帜当之无愧地成为当代国瓷的代言人。

骨质瓷最早产于英国,是采用煅烧牛骨为主要原料经两次烧制而成,因其瓷质细腻通透,釉面光滑润泽,器型美观典雅,历史上曾是宫廷专用品和贵族收藏之珍品,是权力和地位的象征,号称“瓷器之王”和“皇家用瓷”。华光的决策者在决策企业发展战略时,一下子就瞄准了这颗闪耀在历史塔尖上的闪亮明星。不言而喻:“上就上高档。”1998年他们先后引进了德国的先进窑炉、日本的高效成型机、英国的自动施釉线及意大利的烤花设备等世界上最先进的生产设备,在国内合成骨质瓷的基础上,经过无数次研究和试验,最终创造出一种外观效果与传统骨质瓷并驾齐驱却完全不依赖于骨灰的天然矿物质骨质瓷新品种,产品的内在质量热稳定性、强度都大大优于传统骨质瓷。

美国世界华人工商促进会会长李农合曾这样评价:“如果美国人用不上华光的陶瓷,那将是美国人的损失。”中国陶瓷协会理事长杨子鹏说:“华光自主创新的骨质瓷走在了全国高档日用陶瓷的前列。”

在2011年10月31日在英国萨里郡蓝特室展览馆举办的“中国淄博陶瓷文化展览会”上,华光陶瓷青瓷瓶作为淄博市人民政府国礼赠送英国皇室。英国皇室收藏并向淄博人民政府发来感谢信,信中说:“皇室成员卡特公爵感谢淄博市人民政府赠送的陶瓷礼物,非常欣赏它的精湛技艺和设计,请转达公爵对淄博市人民政府及陶瓷行业协会的问候和感谢。”

2003年春,在突如其来的SARS疫情肆虐时,绿色、健康

成为世人关注的重要话题。应用纳米技术,率先在国内日用陶瓷行业推出高灭菌率的陶瓷新品种——华光抗菌瓷,经中国疾病预防控制中心技术检测,该产品对大肠杆菌、黄色葡萄球菌的杀抑率达到100%,远远超出国家抗菌陶瓷制品90%的标准,被誉为中国健康陶瓷的一次突破性革命。

铅,是一种对人体健康极为有害的物质,但通常人们看到的光滑闪亮的陶瓷,大都是在铅的作用下来实现的,因而,成了世界陶瓷史上一道未能破解的难题。创新,就是“走别人没走过的路”。充满理想、孜孜以求的华光人,为满足世人的需求,历时三年,刻苦攻关,解决了一个又一个同行们认为无法超越的技术难题,成就了当代陶瓷界的“天方夜谭”,2006年4月,华光高光泽度无铅釉研制成功用于规模生产,并获国家发明专利证书。种种使用科研成果的诞生,使华光陶瓷真正成为中国健康第一瓷。

“青”是大自然的朴拙之色,是生活的艺术之色,更是大美和谐之色。在中国文人雅士心中,青瓷不仅具备玉的温柔敦厚,更蕴含着“重气节重操守”的道德观念和“天人合一”的哲学内涵,中国历代名瓷无不以“青瓷”为至高荣耀。2006年9月,华光的探索者经过大胆设想和不断试验,一种陶瓷新材料——华青瓷终于与世人见面。不负众望,她像一个来自远古的神话,清澈而通透的质地,温润而晶莹的釉面,透着神秘的色彩。“雨过天青云破处”,是天地自然的灵魂之色,是中华陶瓷历史的文明之光,更是华光人对陶瓷艺术的思索与感悟、突破与创新。她以玉的着色机理,精选特殊材质原料,通过烧制过程中的神秘窑变而形成青色质地,经过透明釉面的折射,呈现出静谧的青色。此“青”以青为本色,有深浅之分,迎光照之,温润如玉,空幽若谷。不仅秉承了传统青瓷的“九秋风露越窑开,夺得千峰翠色来”的外观特征,而且其造型之巧和装饰之丽,则更令当今世人叹为观止。由此荣获国家知识产权局颁发的发明专利证书,被誉为中国陶瓷材质创新发展史上的里程碑。华青瓷的发明,彰显出当代制瓷科技的新高度,它把中国“尚青”文化推向了一个更高的美学境界,开创了当代中国青瓷的新纪元。

几年来,华光先后研制开发了天然矿物骨质瓷、抗菌陶瓷、无铅陶瓷、华青瓷等,获得35项国家发明专利和著作权,在国际国内各项重大陶瓷创新评比中均名列前茅。

【二】

旨在提高人的生活艺术品质和健康需求的华光陶瓷,以“弘扬国粹、播撒清新”的企业理念,以“精湛技术、精益求精、精细管理”为制造准则,将当代创新的设计理念与中国优秀的国粹文化相融合,将浓郁的自然元素和渴望回归本质的人文元素相结合,赋予陶瓷鲜明的时代文化气息与亲和力,使每一件作品都同时拥有物质和精神的双重功能属性,为每一件作品融入神奇的灵魂和无限的生命力。海纳百川,有容乃大。华光人以求贤若渴、爱才如命之胸怀,汇聚世界陶瓷大家,集世界和国内创作大师于一堂,既有世界著名陶瓷艺术专家澳大利亚国立大学艺术系珍妮特·迪布斯教授,中国著名陶瓷艺术家、清华大学美术学院张守智教授等来自八个国家的十二位国际艺术大师,还有擅长装潢设计的曲恒香等六十名省市级大师,更有擅长造型设计的造型设计的何岩大师、擅长陶瓷彩绘及刻瓷艺术的陶瓷艺术大师罗晓东大师,擅长画面设计及刻瓷艺术的中国陶瓷女大师吕泉大师三位国家级陶瓷艺术大师。他们出品的每一件作品,无论是儒雅深刻的文具系列、意味悠雅的茶具系列、清新古拙的餐具系列,还是精雕细琢的刻瓷艺术、手绘艺术,还是国瓷、国画完美融合的“拓彩”艺术,都凝聚着大师们的智慧,具有极高的收藏保存价值。他们设计制作的大作坊艺术瓷、豪门仕风府邸瓷、绿色家园家居瓷、华寓名器酒店瓷、风尚国际出口瓷等五大产品系列成为引领中国高端陶瓷市场的风向标。

2007年,世界上首次由中外两国顶尖陶瓷大师联手设计的陶瓷作品“和谐2007”咖啡具成功面世,成为中国陶瓷艺术史上从未有过的艺术尝试,也是东西方陶瓷艺术大师的首度完美合作。

2008年,作为传承中国历史优秀文化,体现当代世界一流设计制作水平,引导未来健康陶瓷发展新成果的“和谐五洲壶”问世。“和谐五洲壶”具有的实用和审美艺术的双重功能性及彰显的文化属性的魅力,不但为艺术收藏家及高端消费群体打开了一扇心灵之门,更是华光人相拥百年奥运,为中国陶瓷做出的巨大贡献。在深圳文博会上,一经亮相便独占鳌头,荣获特别金奖,并被中南海紫光阁、中国国家博物馆、故宫博物院、中国美术馆等收藏。国家文物鉴定委员会副主任、中国古陶瓷学会会长耿宝昌对和谐五洲壶给予高度评价:“当代陶瓷,能做到像华光这样的水平,我感到非常震惊。”

相继,“激情2008啤酒具”、“仙姿玉质”茶具在世界



淄博市市长徐景颜视察华光国瓷文化艺术中心

最具权威的陶瓷创新评比机构第43届国际陶艺学会大会获金奖。“凤舞和鸣”餐茶具被送至北京中南海,并被选定为建国60周年大庆国家礼宾用瓷。中国陶瓷艺术大师罗晓东先后为27个国家元首刻制肖像瓷盘。

2012年体操世界杯在淄博举办,赛事主办单位与国际体联官员联系沟通,坚定选择陶瓷这一城市形象元素进入赛事,并在赛事全过程以极其鲜明的方式加以展示,从而起到借赛事传播淄博文化和城市形象的作用,华光陶瓷担负国际体联体操世界杯大赛奖杯的设计与承制工作。冠军奖杯选取了中国传统文化龙的造型,取材于华光陶瓷专利产品华青瓷,再加上现代时尚设计,寓意“龙腾虎跃”,整体上简洁优美,富有动感与张力。当陶瓷冠军奖杯被11名冠军选手和2名最佳表现选手一次次举起时,淄博体操世界杯完成了一次城市形象和陶瓷文化的完美传播,中国陶瓷也完成了一次表现设计的创新与突破,也开创了世界体坛史上首次用陶瓷作冠军奖杯的先河。陶瓷奖杯传达着淄博的城市形象和陶瓷文化。从此,陶瓷从淄博诸多丰富深厚的文化元素中脱颖而出,成为这个城市沟通全球的代表符号,散发着无穷的魅力。

由传统陶瓷制造产业,到陶瓷文化创意产业,成为当前日用陶瓷企业振兴发展的焦点和热点。2012年年底,“黄胄作品陶瓷艺术展”在北京举行,享誉世界的中国艺术大师黄胄先生的六十六幅作品用“拓彩”新工艺展现于陶瓷不同的形体之上,不仅完美再现国画作品本身的原创魅力,而且呈现出一种特别的清新、灵动、鲜活,观者无不为之叹服。黄胄作品陶瓷艺术清晰地展示出国瓷与国画融合发展的解决思路,开创了中国特色陶瓷的一个先例,国画与国瓷的融合达到了历史上从未有过的紧密。中国文联副主席、中国美术家协会主席刘大为先生慷慨题词:火映丹青,大美无限。深刻揭示了作品的艺术特点、美学思想和发展前景。这一技术为华光陶瓷全国首创,历经三年研发成功的高科技制瓷装饰工艺——拓彩。通过严密精细的图案画纸制图工艺,加以反复比对、色彩填充、多次烧成,实现了对原作的逼真再现。“拓彩”工艺的诞生,将代表时代主流文化的国画艺术植根于陶瓷艺术之中,不仅赋予了当代国画作品全新的艺术感受,更突破性地探讨了以陶瓷和国画为代表的中国国粹文化相结合的创新传承方式,从而演绎了“国瓷与国画”和谐相融的大器之美。

【三】

最好的陶瓷就要敢于放到世界最好的地方,也因在最好的地方,这张名片就更能体现她的身价,这张名片也就擦拭得更加闪亮。

从外向竞争名牌带动战略到面向国内高端市场争创中国陶瓷领先品牌、世界陶瓷知名品牌目标的确立和实现,华光始终以打造高端品牌形象作为市场营销的先导,站在抢占市场的制高点上。公司系列颜色釉陶瓷成功进入联合国大厦、美国好莱坞影城、迪斯尼乐园、希尔顿饭店等高档礼品瓷市场,成为美国白宫、西点军校专用产品,打破了美国高档礼品瓷市场长期由英国、德国、日本及美国本土企业控制的局面,也打破了中国陶瓷不能进入美国高档礼品瓷市场的格局,华光陶瓷占据了美国高档礼品、广告咖啡杯60%的市场份额。

在国内市场上,华光瞄准国内一线城市的高端市场,通过精心谋略的实力展示与推介,相继成功进驻北京、上海、深圳、天津、西安、南京、济南、青岛、广州等大城市,骨质瓷进入钓鱼台国宾馆、北京贵宾楼等国内一流的宾馆饭店,北京燕莎、上海东方商厦、成都仁和春天、青岛海信广场等国内最高端商场中,皆有华光陶瓷的形象专柜。在上海世博文化中心举办了陶瓷艺术精品展等。同时,还深度发掘陶瓷地域文化的历史底蕴,2012年公司先后建立了华光陶瓷广州艺术馆、北京展示中心、华光陶瓷文化艺术中心,特别是华光国瓷文化艺术中心的投入使用,成为了解当代淄博陶瓷和文化的重要窗口,发挥着陶瓷文化宣传和创意学术交流的作用。

在国际市场上,华光以完全自主品牌形象进入俄罗斯高端市场,还敲开了世界奢侈品新兴地迪拜的大门,打开了在中东地区高端陶瓷市场空间。通过进入美国高端家居用品连锁商场crate&barrel,开展了针对高端区域消费群销售活动,在位于美国洛杉矶贝弗利山庄、纽约第五大道等国际大品牌集中的高端市场华光陶瓷的零售价格直逼世界著名陶瓷品牌,还进行了与世界第二大奢侈品品牌瑞士历峰集团的合作。华光陶瓷通过进驻欧美等发达国家的高端商场,与国际知名陶瓷品牌同台竞技,华光陶瓷“国内领先,世界知名”的品牌战略目标正在变得越来越清晰。

(冯彦伟 张阳)



中国陶瓷艺术大师罗晓东在创作



华光陶瓷大作坊代表作——和谐五洲壶(釉鞠)



华光陶瓷豪门仕风代表作——仙姿玉质餐具