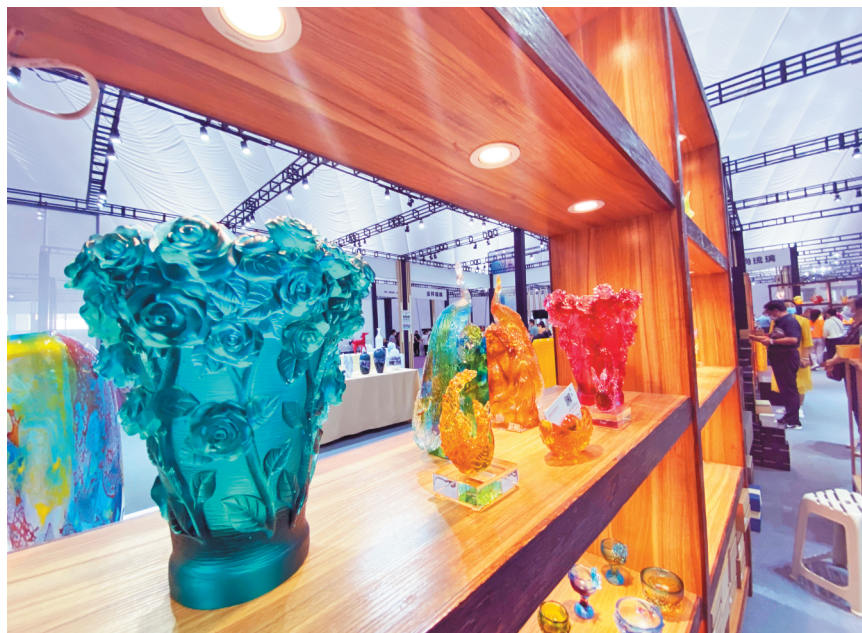




华光国瓷的彩绘师们进行现场创作。



陶博会上的精美展品。

及冠之年看陶博 脱胎换骨新颜展

——第二届中国(淄博)国际陶瓷博览会首日侧记

9月6日,以“多元赋能、品质再造”为主题的第二届中国(淄博)国际陶瓷博览会开幕,让人们再次将目光对准了这座以陶瓷闻名中外的城市。

仅用4个月,就建成全新的淄博会展中心,并以其自内而外的现代味和时尚感征服了中外来宾;政府倾力打造“齐品·淄博”文创品牌,为淄博特色文创产业提供集中展示交易一体化平台;将陶瓷与首饰完美结合,向世人展示陶瓷企业的全新形象……本届陶博会首日,便给人们留下了“脱胎换骨”的全新印象,而这背后展现出的事争一流的“淄博速度”“淄博效率”和“淄博服务”,更让与会者对这座城市有了更加深入的了解和感知。

淄博速度: 4个月建起新展馆

当天的陶博会,在全新的淄博会展中心举行。

淄博会展中心地处淄博新区中轴线,建筑结构形式为气膜结构,从空中俯视,像3颗美丽的珍珠镶嵌在大地上,因此被形象地称为“淄博珍珠”。

随着城市发展,淄博亟需一处现代化的大型综合会展中心。“必须要高水平进行城市设计,加大公共空间开放力度,进一步提升城市品质。”建筑设计方之一、淄博市建筑设计研究院四所所长张彤昌说。

4月份启动设计,4月19日施工单位进场开槽,7月18日B馆气膜充气成功,8月10日会展中心(C馆)充气成功……建筑面积34234平方米,广场、景观及市政道路面积约90000平方米的工程,从项目启动到落成投用,仅用了4个月。如果建设同等规模的常规类型建筑,建设时间至少需要2年。张彤昌表示,“淄博珍珠”实现了内部90m-135m无柱跨度建设,这是目前国内同类型建筑所罕见的。“淄博珍珠”在提升城市活力指数、年轻气质和美学价值等方面,都称得上是典范之作。

此外,本届陶博会首次引入具有丰富国际性展会策划经验的上海世录公司团队,对陶博会的活动设置、VI形象、展区布置、搭建风格等进行了

整体优化提升,实现了陶博会“国际范、现代感”的突破。以本届陶博会的VI形象为例,以“陶瓷”两个中文字体为设计原型,以解构方法打散组合,呈现出一件陶瓷作品从土变成泥,再从泥变成瓷的过程。在色彩上采用撞色设计,呈现出更大的视觉冲击力,力求让观众在似懂非懂之间引发思考共鸣,从而形成讨论话题。这个设计,让人耳目一新,实现了设计感、时尚度与趣味性的兼容。

“我在陶瓷领域工作近40年,到世界各国参加过各种陶瓷博览会,气膜建筑展馆还是第一次见,而且本届陶博会无论是外观设计,还是内部陈设,设计理念和格调都是世界一流的,品位高、理念新、品牌意识强。”在著名国际陶瓷艺术家、中国工艺美术大师、中国陶瓷艺术大师、上海视觉艺术学院李游宇教授看来,这是历届陶博会里水平最高、创意最好、最与世界接轨的一次高端盛会。

淄博服务: 为企业转型升级赋能

开幕式上,淄博市委常委、宣传部部长毕荣青现场介绍了“齐品·淄博”品牌的建设运营等情况,并为“齐品·淄博”首批入选企业代表授牌。本届陶博会主会场专门设立“齐品·淄博”展区——齐品街,25家“齐品·淄博”企业参展,涵盖了陶瓷、纺织、丝绸等

多种业态。

“齐品·淄博”文创品牌是淄博市贯彻落实山东省新旧动能转换重大工程和推进落实淄博“文化赋能行动”打造的官方品牌,旨在通过平台思维建设形成淄博特色文创产业集中展示交易一体化平台,利用线上、线下两种模式拓宽文化企业营销渠道,进一步提升淄博优质特色产品知名度和影响力。首批筛选的入库企业,主要是具有地域特色和产业集群优势的陶瓷琉璃、玻璃制品、丝绸纺织等领域的企业。

“作为市委市政府倾力打造的官方品牌,齐品·淄博选择本土优质企业,从文化赋能和产业赋能两个方面共同发力,为我们的企业和产品实现转型升级和高质量发展提供帮助。”淄博市委宣传部文产办主任于双胜介绍:“接下来,我们将在国际文旅博览会、麦田音乐节等大型展会和活动中,对企业品牌、形象和产品进行集中宣传推介,以此提高各品牌企业的知名度和影响力。将对接国内知名文创设计公司和院校资源,为提升企业的产品设计能力‘引智’,提高产品的文化内涵和创意水平。在渠道建设方面,我们从线上线下两个渠道努力,线上前期我们组织了直播月活动,取得了很好的成效,近期我们正在建设官方微商城等网络销售渠道。线下方面,将联合华侨城、世茂等大型企业和重点文旅项目,实现齐品实体店

落地。”

华丽变身: 淄博陶瓷迈上新台阶

如果不是亲眼所见,很多人都不会相信,易碎的陶瓷,竟然能与金属镶嵌完美结合,以精美首饰的形式呈现在人们面前。

开幕式上,由上海视觉艺术学院珠宝设计系教授与华光国瓷的陶瓷大师,历时两年合作打造的系列陶瓷元素首饰一经发布,引发众人关注。来自山东工艺美术学院模特们戴着陶瓷首饰走秀,呈现出美轮美奂的艺术效果,焕发出陶瓷的绚丽光彩。

据华光国瓷主创人员,高级工艺美术师、中国陶瓷艺术大师、山东省工艺美术大师曲恒香介绍,首发的陶瓷饰品有9个系列,囊括了挂饰、耳坠、胸针等。“陶瓷在成型过程中会发生很多变化,陶瓷饰品的难度也正在于此,与日用瓷的大批量生产不同,每一件精细的陶瓷饰品都需要人工完成十余道工序。”这次大胆的尝试中,华光国瓷克服了陶瓷材料在烧造过程中形态不稳定等制作瓶颈,突破了陶瓷与金属镶嵌加工工艺难题,最终实现了陶瓷的色、光、润、泽与金、银材料的完美结合。

陶瓷首饰,仅是华光国瓷在本届陶博会展现的“奢华”之一。作为日用陶瓷高端品牌的代表,华光国瓷一直引领行业发展方向为责

任和担当。“本届陶博会,华光展出的不仅仅是高端日用瓷,还将呈现一种中国传统文化与当代陶瓷艺术的融合之美。”华光国瓷董事长苏同强表示,华光从国粹文化元素中提取中国美,将盛唐的龟背纹、传统的八宝纹,配以大胆的色彩,以最现代的表现手法演绎最传统的中国文化,这一系列作品被称为“中国奢华”,而在苏同强看来,这代表着日用瓷发展的一个方向、一种高度。

与中科院联合打造陶瓷水杯,在杯子的曲面上贴曲屏、植入芯片;专为八月十五打造的文创产品“壹点心意”,优选上合月饼、八马特级金骏眉,配以华光的茶器,突显“国潮文创”……文化创意,不仅让淄博陶瓷挺起“国瓷”的胸膛,也让更多人认识淄博陶瓷。

由传统陶瓷制造产业到陶瓷文化创意产业,以华光为代表的淄博陶瓷正逐渐在创新中华华丽变身。在20岁的新起点上,“脱胎换骨”的陶博会,正让淄博陶瓷的明天变得更加美好。

大众日报淄博融媒体中心记者 张继才 王莉莉 高阳



扫描“鲁中晨报”APP二维码
查看视频回顾淄博陶瓷发展历程