



# 琉璃艺术回归成淄博城市名片

## 已有3000多年历史,近300家企业参展,展出规模历届最大

琉璃作为淄博特有的艺术品,在本届陶博会上重磅回归,大放异彩。无论是展出的规模,还是本身所表现的艺术形式,都达到了历届之最。经过3000多年的生产演变,虽然曾因为严重依赖外贸而走入低谷,但现在琉璃所蕴含的文化底蕴和品牌价值正逐步提升,成为淄博一张新的城市名片。

本报见习记者 张朕宇

### 融入西方艺术形式 老工艺有了国际范

6日,在中国财富陶瓷城琉璃展厅内,由博山琉璃展、历史琉璃展、人立琉璃展、淄博玻璃·琉璃行业创新联盟展、大师作品展及现代日用玻璃展组成的中国淄博琉璃(玻璃)艺术展,让传统的琉璃艺术光彩照人,熠熠生辉。

“今年琉璃参展企业和组织都花费了很大心血来准备展会,精挑细选把最精美的作品带到会展现场,投入力度和场地都比以往更具规模。”琉璃行业创新联盟展负责人陈先生介绍。

在展厅内,一副《四季长河》的作品格外显眼。“我的创作意图是把琉璃这种工艺提升到艺术的高度,用不同颜色的琉璃片来表现不同的季节,看上去很简单,实则每一块琉璃片要至少六道工艺才能成形。‘琉璃之乡’的回归已经成为淄博的城市名片”作者房宏介绍。

为了让古老的工艺更国际化,很多工艺大师也努力转变着自己的观念。“以前很多老师傅对一些西方抽象的造型不感兴趣,现在很多五六十岁的中坚派正积极将古老技艺与西方艺术融合,创作出新的作品。”房宏说。



市民在认真欣赏一琉璃作品。 本报记者 王鸿哲 摄

### 大师手把手带新徒 琉璃传承不再后继无人

“为了培育新的琉璃人才,我们跟中央美院、山东美院等院校都有合作,就是为了不让人才断代。”与此同时,琉璃的传承方面也遇到了一些问题,“有不少美术功底很好的年轻人吃不了苦。而也有不少很能吃苦的年轻人悟性又稍微差一些。”西冶工坊的经理刘建华表示,企业会为年轻

人提供优厚的待遇,也有足够的耐心培育新人。“我们每个企业和工坊里面,都有省级的琉璃大师手把手带学生,绝不会让人才流失!”

“我们企业主要以出口为主,现在整个行业在国内的市场还没有完全打开,这一次整个琉璃行业的‘重磅回归’充分说明了我们的开拓国内市场

的决心。”琉璃行业创新联盟的负责人陈先生说。“但是我们也有自身优势,很多行业都在面临着产能过剩,而琉璃是只有淄博地区才有,凭借着独特的技术和文化优势,我们肯定会抢占先机。接下来我们还会举办几场琉璃的拍卖会和推介会,让大众有琉璃的收藏和审美意识,为市场铺路。”

相关链接

### 博山琉璃工艺品 占全国市场四成

本届陶博会共有近300家琉璃企业参展,设一个大厅,6个较大的组合展位,参展的琉璃品种多达数十种。出了高端的鼻烟壶等琉璃制品,也不乏民用家居等琉璃。

据了解,博山琉璃生产已有3000年以上的历史。元末明初,博山的琉璃业已具备相当规模,1617年博山成立第一个琉璃业行业组织一炉行醮会。此时,博山的琉璃产品已远销北京、江南及西南少数民族地区,成为国内琉璃产品生产中心,此后长盛不衰。博山盛产琉璃,也为中国古法琉璃溯源留下了深埋于历史的线索。

博山有中国现存最早的古琉璃窑遗址,有全国最早也是唯一的炉神庙,产生了中国古代第一部琉璃专著,建成了中国第一家琉璃博物馆。

如今淄博的琉璃产品已经发展到3000多个花色,不仅有高端产品,也有普通的民用琉璃,价格也让普通人都消费得起。“现在不再以单纯的工艺品形式出现,而是作为一种装饰材料,或作玄关,或作隔断,甚至是背景墙,以丰富多变、独具魅力的气质形态来美化普通人的家居。这也是琉璃的另一种用途,也是一种新的市场。”刘建华说。

如今经过体制改革,博山琉璃仍是在大踏步的发展,琉璃工艺品占全国市场份额40%,新的高端产品也层出不穷,并已发展成为全国最大的琉璃工艺品产销基地。