

泰山玉文化与创作研讨会上,市长王云鹏指出— 提高文化内涵做精品泰山玉

本报泰安3月30日讯(记者 侯峰) 30日,市长王云鹏在泰山玉文化与创作研讨会上表示,要重视泰山玉的开发和利用,进一步规范市场、挖掘内

涵,推出更多精品。

王云鹏表示,市委市政府对泰山玉的开发和利用高度重视。“泰山玉是一个好东西,因为仅是泰山石在中华民族的范围内

就有着深远的影响,像石敢当不仅影响着中国,甚至还影响着东南亚等区域,一直到现在,泰山奇石都有着深远的影响。泰山玉是石中精品,它的前景

要比泰山石好很多,尤其是数量这么大,现在探明的就是270多万吨。”

王云鹏表示,要提高泰山玉的价值和内涵,规范市场。在听

了专家们的建议后,王云鹏说,很有启发,“做精品泰山玉很有必要,同时也要把一般的旅游纪念品等做好,避免对玉石材料的浪费。”

今年是泰山玉“宣传推介年”

要让泰山玉抬高经济文化“身价”

文/片 本报记者 侯峰

28日到30日,“泰山玉文化与创作研讨会”在泰安举行。中国珠宝玉石首饰行业协会与泰安市政府签订《泰山玉宣传推广战略框架协议》,共同推进泰山玉文化创意产业建设。会上讨论了如何借力泰山文化内涵,打造“盛世重器”等泰山玉产品,提升泰山玉的经济和文化价值。



专家检测泰山玉品质。本报记者 侯峰 摄

收购周边资源 泰安独享泰山玉

“这块玉石是无价之宝,我们还没有卖的打算。”28日,一块重约300吨的“泰山玉王”被竖立在泰山玉矿的矿山上。记者从牌子上看到,这块号称“玉王”的玉石原石长10米,高5米,宽6米,出土时动用了10台吊车和挖掘机才开采出来。

在现场,泰山玉都工作人员告诉记者,虽然泰山玉拥有25亿年的历史,但是真正被人认识还是近些年。2009年之前,泰山玉开发并未得到重视,原石曾作为镁粉的原料对外输出,千元购得一车原石的现象极为常见,未被重视的泰山玉曾一度被用来模仿同是蛇纹石质的蓝田玉。

泰安市矿产资源储备开发中心的资料显示,泰山玉大致可以分为墨玉、翠斑玉、碧玉三类,其中,碧玉因品质优良,约占总玉石量的3.5%而尤为珍贵。从2009年开始,泰安市对泰山玉富存区进行了资源勘查,勘探面积3.64平方公里。通过勘查工作表明,泰山玉石为蛇纹质玉,矿体富存于泰安与济南交界处,自西北向东南共圈定4个玉石矿体,探明总矿石量为506.7万吨,玉石量271.1万吨。其中,泰安境内的玉石量占总资源量的四分之三,济南市境内的玉石量占到四分之一。

“2013年,泰安市收购了济南市境内的泰山玉资源,统一了济南、泰安两地泰山玉资源的矿权设置。”泰安市矿产资源储备开发中心主任车传祥介绍,此举让泰山玉矿拥有了唯一合法的采矿权,并可以单方决定泰山玉的市场供应,实现高度的市场垄断。有充足的资源作保证,在其

它玉石资源纷纷枯竭的情况下,泰山玉前期探明资源储量270多万吨,深部仍有埋藏,为泰山玉的开发提供了资源保证,也让泰山玉有了卖上好价钱的基础。据了解,在今年2月份一场泰山玉主题慈善拍卖活动上,一块600多斤的玉石原石就以258000元价格被卖出。

发展才短短六年 泰山玉成产业

“泰山与泰山石密不可分,泰山石头里裹着的书,泰山玉的设计不能离开泰山文化的背景,一定要有自己的构想。”故宫博物院丁孟主任说。

车传祥也认为有深厚的泰山文化做基础,泰山玉的开发使泰山文化有了新载体,赋予泰山玉独特的文化内涵,使泰山玉的价值不可简单的以玉质来评价,拥有保平安、祝家兴、促财旺等寓意,也让泰山文化的传播带来便利。“将泰山玉开发成为特色旅游产品,也给泰山石很大的升

值空间,潜在的经济价值非常巨大。”车传祥说。

据了解,近几年来,泰山玉产业从无到有,不断发展壮大。据初步统计,2008年,泰山玉经营业户仅5家;2009年发展到10多家;2010年发展到90多家,涌现出了如泰山大观、泰山玉研发公司等初具规模的经营业户。目前,全市大小经营业户有500多家,加工业务400多家,从事泰山玉开发、加工、销售等人员16000多人,自发形成石腊——界首、泰山文化广场、岱庙商业圈三处泰山玉主销基地。资源的珍贵也促使玉雕艺术精益求精,在大师的精雕细琢下,泰山玉雕作品先后荣获了“百花奖”金奖、“玉华奖”金奖、“玉星奖”银奖等奖项,扩大了泰山玉的社会知名度和认可度。

申报泰山玉 进入国家宝玉石名目

泰安市矿产资源储备开发中心主任车传祥介绍,近年来,

泰安市委、市政府制定出台了《关于推进泰山玉石产业发展的意见》,编制了《泰山玉开发五年发展规划》,为泰山玉提供了政策支持和发展方向。

据了解,未来泰安将积极推进泰山玉的宣传推介,针对目前泰山玉还只是在泰安和省内具有一定的知名度,全国性的宣传推介工作还有待加强的实际情况,确定将2014年作为泰山玉的“宣传推介年”,与中宝协合作开展泰山玉的宣传推广活动,宣传泰山玉文化、产品、研发及市场前景等,提升泰山玉的文化内涵。

泰山玉的营销工作将坚持以公盘交易为主,在抓住当地市场的同时,进一步面向全国发展代理商,以泰山文化为着力点,制定优惠政策,借助全国各地现有的宝玉石为市场,设立泰山玉的市场销售渠道,力争利用3到5年的时间,建立代理商制度和全国销售网络体系,促使泰山玉价值不断提高,泰山玉文化深入人心。

泰安将申报泰山玉进入国家宝玉石名目,通过制定泰山玉省级地方标准和地理标识,确定泰山玉区别其他玉种的指纹鉴定特征,尽快申报国家宝玉石名目。研究泰山玉与大汶口文化的溯源,通过文史解读、文物鉴定、矿物检测等方式,确定大汶口文化玉石的出处,为泰山玉进入国家宝玉石名目奠定基础。

培养玉石雕刻、研发和营销人才也被列入重要计划。泰安将按照引进和培养相结合的方式,以引带培,重点造就一批既懂工美设计又懂雕刻和泰山文化的高水平复合型人才,优化创业环境,为各类人才提供良好的工作、学习和生活环境,搭建泰山玉产业的“孵化器”。

发展泰山玉 打好泰山牌

在研讨会上,来自全国各地的专家为发展泰山玉建言献策,如何借力泰山文化成为大家关注的焦点。

中国地质大学教授何雪梅说,由于品质较好的碧玉只有3.5%左右,剩下的泰山玉石主要是墨玉和翠斑玉,与之相同的蛇纹石质的玉石如岫岩玉仅属中低档玉石。

“需要有一个比较完善的办法,最终让承载玉文化和泰山文化的产品问世。”中宝协副会长史洪岳表示,只有使物质属性和文化属性相结合,才能提升泰山玉的价值和档次,泰山玉依附的泰山文化得天独厚,而设计能够代表泰山玉和泰山文化的作品尤为重要,“我们可以探索设计一件或是几件盛世重器,作为经典代表把泰山玉推广出去,让全国人民都熟知。”

何雪梅教授认为,在提倡精品开发的同时,更不应该忽视对旅游工艺品等产品的设计和推广,她认为既然泰山玉产生于泰山文化和旅游资源背景下,就应该关注更多普通消费者对玉石的诉求,“比如把一颗玉石镶嵌在腰带上,寓意‘泰山撑腰’,既能满足人们对泰山文化的尊崇,也能在价格上让更多人接受。”

中央美院雕塑系副教授卓凡认为,原有的玉石创作只是不断复制,在营销方式和管理方式上不妨引进西方的管理经验,“像爱马仕这样的品牌已经开始做玉雕,我们和这样的品牌合作,能够很好推广品牌。”

(侯峰)



专家鉴赏泰山玉工艺品。本报记者 侯峰 摄