

想做中国的施华洛世奇

博山这家琉璃厂 砸了一个亿为啥还不火

“我们希望能把中国琉璃做成中国的施华洛世奇。”近日,齐鲁晚报记者参加了“工匠精神 山东制造——‘开放的山东’全媒体采访活动”,淄博人立文化创意股份有限公司(以下简称“人立文创”)旅游事业部总监周洋说出了企业的远景规划。不过,摆在中国琉璃制品面前的现实,却是极为严峻的资金问题、人才问题、版权问题、研发问题。



琉璃精品“人立墨彩”。

本报记者 任磊磊

建4A景区推广琉璃文化

2016年11月30日举行的维密大秀,有一件秀服是施华洛世奇为维密特别定制的内衣Look。此次维密大秀共计使用了超过两百万颗施华洛世奇元素。这是自2002年起,施华洛世奇与维密合作的第14个年头。

当天,记者恰好在淄博人立文创采访该企业对中国琉璃的发展战略规划问题。

“我们希望能把中国琉璃做成中国的施华洛世奇。”周洋说,我们现在也在做一些旅游产品的开发,做一些吊坠、配饰等产品。施华洛世奇的产品使用的是人工水晶,成分跟琉璃相似,但它一个吊坠可以卖到上千甚至上万。

为了引智,人立特地举办了一场琉璃文创大赛,收集了全国各大高校学生的一些优秀作品。“目前,有些作品已经在开发,很快要量产。”

琉璃产品为什么价格高不起来?

“我们是国内同行业中第一家新三板上市的,琉璃认知度普遍不高,大家分不清琉璃和玻璃的区别。”周洋说,国内曾兴起了一波又一波的玉器、红木、古玩、陶瓷等收藏热潮,高峰期一个陶瓷碗可以拍到两亿多,但是时至今日,琉璃的文化价值还没有被挖掘出来,琉璃没有被作为一个热点炒作。

人立设想将淄博琉璃打造成收藏热点,建设4A景区,像景德镇那样营造出一个陶瓷小镇,吸引世界各地游客过来旅游,体验有琉璃元素的房间,吃

博山菜,看琉璃作品,看琉璃生产过程,亲手DIY。

这也是施华洛世奇的营销之道。施华洛世奇总部在奥地利西部的瓦腾斯小镇,每天有成千上万游客蜂拥而来,因为这里有世界上最大、最著名的水晶博物馆。

人立用两年时间,投资兴建了集交流、创作、展示、体验、观光、销售等于一体的博山陶瓷琉璃艺术中心,同时吸纳了50位省级以上琉璃艺术大师的内画、灯工、古琉璃等不同品类的3000余件经典之作。

淄博人立文化创意股份有限公司于1994年成立,2012年,人立文创在北京、深圳、济南三个城市分别以展览馆和专卖店的形式做营销。十八大之后,国内80%~90%高端礼品市场受到影响。人立文创开始转型,将公司定位为琉璃文化创意企业。

每创作出一款就有人来山寨

中国产业研究网提供的数据显示,截至2014年末,国内从事琉璃制品生产的企业约2000家,其中从事琉璃艺术品制造的企业约1400家,生产企业主要集中在山东博山、福建晋江、江苏宜兴等地。

琉璃在材料上的创新非常难,目前行业上,掌握材料和配方的都是琉璃的从业大师。

“配方秘密不大,关键是创意、造型、理念、风格的创新。每创作出一款产品就有人抄我们的。”周洋无奈地说,我们把设计放在第一位,在创新上投入很大,与很多大师合作了不少产品,但其他小作坊都在仿造,我们杜绝不了。

“我们做了很精致的东西,产品有一点瑕疵绝不上市。小作坊的产品稍微有点瑕疵,照样往外卖。小作坊场地、人员工资成本都低很多,在市场上跟我们砸价格。”周洋说。

而施华洛世奇牢牢把控着专利。瓦腾斯是施华洛世奇水晶在全世界仅有的两间工厂所在地,至今仍保持着家族经营方式,把水晶制作工艺作为商业秘密代代相传,至今他们仍然独揽多个与水晶切割有关的专利。

学徒三年没收入,拿到大师职称才“转运”

在人立艺术中心,有一个供游客参观的操作车间,琉璃师傅每天在这里向游客展示琉璃的制作过程,车间中央架设着一口锅炉,整个车间用玻璃罩罩起来。

“这是展示车间,到了夏天,车间室内温度高达50℃,工人必须不停地往里面洒水降温。炉温是1400℃到1600℃,除了矿石热性之外,还得极速降温,操作不当烧品很容易炸裂,所以年轻人不愿干。”

恶劣的操作环境和与付出并不匹配的待遇使得从业人员越来越少。周洋说,做琉璃学徒至少3年赚不到钱,即便是赚钱,年轻人宁可坐办公室赚1500,也不愿意在这里赚3000。如果50岁前拿不到大师级职称,一辈子只能做普通工人。

据介绍,技师工资实行计件制,月平均在五六千元左右,高的能拿到上万元。目前拿到琉璃大师级职称国家有补助,每个月在五千元到一万元。成为大师后,作品售价也水涨船高,

每个月收入非常可观。

一个琉璃师傅黄金年龄大概是30岁到50岁左右,只有20年时间。周洋说,烧制琉璃本身是一个重体力活,琉璃师傅过了50岁之后,再从事这样的体力劳动就力不从心。

打造琉璃品牌,单靠一家太难推

人立很多作品都是与大师合作的结晶,比如公司艺术总监、琉璃大师徐月柱与中国奥运福娃设计者韩美林,把墨彩画与琉璃艺术相结合的“人立墨彩”,与“石榴王”王乃宝的多籽石榴系列。

与施华洛世奇不同的是,人立搞琉璃走的是传统路线,而前者则紧贴潮流、时尚。施华洛世奇的经验是,奢侈品固然很重要,但真正为公司带来收益的却是日常工艺品。

淄博振华玻璃制品有限公司也意识到这个问题,从2014年开始,振华玻璃就以80后、90后喜欢的元素作为定向开发产品,并且把作品拿到展览会上评比,提高知名度。公司已创作出1000余种与现代接轨的时尚产品。

创品牌需要大量资金投入,“杭州的西溪湿地,海南的亚龙湾出名,是因为《非诚勿扰》在那里拍摄过。我们也想有这样的合作,但这需要很多钱,而且也没有太多路子。单个艺术中心就投了一个多亿,目前才刚刚成型,后续还要留出一些钱来打广告,跟媒体沟通,或者进军娱乐圈,请剧组来拍电影等。”周洋说。

“所以在打造琉璃品牌上,单靠我们一个企业太难推了。”周洋说出了这番心里话。

(上接 B01 版)

比如用户使用的头盔显示器,有4K的信源却没有4K的头显,显示屏跟不上,再好的信源也发挥不出效果。再比如用户的带宽受限,达不到要求。根据全球最大的CDN服务商Akamai公司的统计,2015年中国平均网速只有3.7Mbps,而4K流媒体直播需要达到15.6Mbps。

当前,VR直播多是采用头

戴式设备加移动端应用模式。用户视角多是固定的,加之显示原因,一旦观看时间稍长,用户就容易产生眩晕感。硬件体验问题,归根结底是技术不够成熟,这也是阻碍VR直播普及的重要原因。

2016年,国内出现过一波VR、AR的投资热潮,从内容制造、分发,到硬件制造,销售,都有不少投资布局。但因为未解决长期佩戴导致晕眩等硬件技术问题,这股VR热迅速降温。

江苏卫视酷炫的AR舞台效果,在幕后团队看来,不能单一说哪个技术是最高端的,可以说每个环节都是最高端的。制作过程与环节,全部采用了电影的制作技术与流程。从策划到实验,从前期到后期,建模、拍摄、前期跟踪,后期跟踪、实时跟踪、渲染调色、合成、舞美搭建……至少有30个以上的实施环节,全部无一疏漏,才能圆满完成。

和手机一样,VR要想持

续发展下去,必定要建立生态圈。但目前由于硬件发展水平不够好,行业用户的体验大打折扣,VR平台的商业价值短期内难以彰显。行业标准的缺失也是VR平台生态崛起的一大掣肘。业内人士认为,现阶段虚拟现实仍处于“婴幼儿阶段”,相应的产业链还不够完整。产业链包括:硬件设备、操作系统、内容、应用、分发平台构成,五个环节必须形成一个生态圈。

梁建章:
如果放开户籍限制,就能缓解北京雾霾

携程旅行网执行董事会主席梁建章:“如果北京和天津能够放开户籍限制,吸引2000多万河北劳动力进行服务业转型,那么河北就不需要过度依赖煤炭、钢铁等重工业,这样既能改善河北的环境,也能缓解北京的雾霾天气。”

——近日严重雾霾笼罩华北地区,梁建章发文表示,城市人口与雾霾程度相关性从正变负的转折点在300万人到400万人之间,让更多外地人在北京、上海等大城市生活和工作,不仅能促进中国的创新 and 经济发展,缩小贫富差距,还有助于缓解目前严重的环境污染问题。

“已经过去的2016年,企业家和创业者都处在不确定的焦虑之中,当然我是最有资格焦虑的人,但你们看我的样子像一个焦虑者吗?”

——始于2015年的万科股权之争已经持续了一年半之久,但王石在最近一个论坛发言时说,“我的睡眠一直很好,事情的变化往往是不可预料的,对于企业家来说,不确定是一种常态,要在不确定下处理问题,保持淡定。”

创富荐书



《从点子到产品：产品经理的价值观与方法论》
作者：刘飞

在互联网行业发展的过程中,互联网公司创造价值 and 获取回报的主要方式就是“满足用户的需求”,人们第一次这么关注业务的核心本质,而不是将精力和时间用在支撑这个本质的其他工作上。

“产品经理”便是在这样一个时代背景下诞生的。本书以产品经理的方法论与价值观为主线,讲述了产品经理在从点子到产品的过程中应该考虑的问题、思考问题的思路,以及如何解决问题的方法。

“什么是实体经济,大家都讲实体经济非常艰难,实体经济真正的定义是什么,大家查过没有,实体经济的定义是人类通过思想、财富、工具,在地球上创造的生产和流通的商业,生产制造是实体的一部分,流通更是实体经济的一部分。”

——马云在出席“江苏省浙江商会十周年大会”时,主动谈到实体经济和虚拟经济之争,“我希望大家不要统一把这些实体经济和虚拟经济对立起来,企业没有实体和虚拟之分,只有好企业和坏企业之分,实体经济中也有烂企业。”

本报记者 张頔 整理