

国瓷牡丹绽放京城

李学武牡丹瓷文化座谈会在北京召开

本报讯(记者 贾洵文)9月19日,适逢中秋佳节即将到来之际,由“唐代白瓷烧制技艺”非物质文化遗产传承人、牡丹瓷创始人李学武大师发起的“天香京城画中秋”牡丹瓷对话中秋文化座谈会在北京河南大厦召开。活动中,与会嘉宾对传统牡丹文化进行了深度的探讨,同时展望了牡丹瓷这一非遗技艺的传承与发展。

李学武大师在活动现场表示,北京是我国的首都和文化中心,是文化艺术创新和发展的沃土。此次牡丹瓷“花开”北京,我们在这里能够与最前沿的文化和科技相结合,为我们的陶瓷文化和牡丹文化注入更多的活力和创新,同时也能让更多的人了解并爱上牡丹瓷。

“洛阳地脉花最宜,牡丹尤为天下奇。”牡丹花自古就有华贵、吉祥和团圆的美好寓意,但牡丹的花期相对较短,且种植难度较大,因此绽放的牡丹在人们的日常生活并不常见。为了将牡丹之美永留人间,让更多的人领略到洛阳牡丹的国色天香,15年前,李学武大师在继承传统工艺的基础上进行创新研发。他经过近3年潜心研究与探索实践,历经数百次反复试验改进后,于2009年底,以唐代白瓷技艺为基础,创造性地将牡丹文化元素与中国陶瓷技艺相融合,成功研制出独具特色的牡丹瓷。牡丹之美在匠人的巧思创作下浴火而生,曾经转瞬即逝的国色天香,永久地定格在瓷盘之上,成为装点百姓生活,传递中华文明的“文化之花”。

活动现场,李学武大师展示了最新研发的“小花匠”饰品以及牡丹文化和白酒文化有机融合产品——“国花酒窖”。“小花匠”饰品集国瓷文化、国花文化与当代时尚美学元素于一体,展现出别样的文化魅力,将中国传统陶瓷工艺与现代审美结合,瓷花与金属的搭配相得益彰。

“我始终致力于传统文化的传承和发展,以不断拓展文化创意产品的领域和市场需求为己任,不断发扬以牡丹瓷为代表的中国传统文化陶瓷艺术。”李学武大师表示,牡丹瓷能够在激烈的市场竞争中独树一帜,不仅因为其精湛的制

作技艺和别具一格的设计,更源于品牌始终坚持守正创新的发展理念。截至目前,牡丹瓷已经走向177个国家,成为展示中国文化的独特窗口。李学武大师已经推出了包括“李学武牡丹瓷”“河洛盛世”“东方姐姐”“小花匠”在内的4大品牌,“陈设艺术”“家装艺术”“饰品艺术”“日用艺术”“特别定制”“城市艺术”“6大系列”上千余个品种。其中“河洛盛世”被认定为中国驰名商标,其系列产品被认定为“中国名优产品”。

在事业上取得成功的同时,李学武大师的艺术造诣也愈加炉火纯青。多年来,李学武创作的《出水芙蓉》《独占春日》《牡丹四品》等众多牡丹瓷作品,获得了我国工艺美术类最高奖“百花杯”金奖和代表中国陶瓷界最高水平的“大地奖”金奖;作品《福寿永驻》葫芦花瓶被中国工艺美术馆永久收藏,《福寿永驻》《富贵长寿》等牡丹瓷作品被中国国家博物馆收藏。

文化兴则国运兴,文化强则民族强。多年来,李学武大师带领创作团队反复学习中国文化精髓,深挖河洛历史资源,打造以“陶瓷文化、牡丹文化、太极文化”有机结合的企业文化理念,形成独树一帜的品牌文化效应。李学武大师谈及未来发展时表示,我们将继续深耕陶瓷文化领域,加大在产品创意研发与设计方面的投入,让以牡丹瓷为代表的优秀陶瓷艺术品走向世界,让牡丹瓷“花开”五洲、香飘四海,向世界展示盛世中国的华丽与热情,不断实现中国陶瓷的伟大复兴。

山东潍坊红木嵌银眼镜亮相中国国际眼镜业展览会

国家级非遗技艺让人“眼前一亮”



本报讯(记者 贾洵文 文/摄)紫檀、金丝、银丝、大漆……日前,记者在中国眼镜协会、中国中轻国际控股有限公司主办的第三十四届中国国际眼镜业展览会上看到,国家级非物质文化遗产项目(红木嵌银)与高端眼镜完美跨界,山东潍坊的匠人们用自己的双手,为红木和白银安排了一场华丽的相遇,传统与时尚的融合让人眼前一亮。弘毅传承品牌以“弘扬优秀传统文化,传承三百年红木嵌银工艺”为使命,将地方特色非遗手工艺创新运用到眼镜与眼镜盒上。闪耀的金属光泽配上深沉内敛的紫檀木色,两者相得益彰,互为衬托,彰显出佩戴者儒雅温和的气质。

展会现场,伴随着非遗匠人叮当作响的敲打声音,一根根细弱游丝的金线被完美地镶嵌在红木之中。很多观众被眼前精湛的非遗技艺所吸引,纷纷驻足拍照打卡留念,并和工作人员进行深度交流。一位年轻消费者对记者说:“第一次近距离欣赏了红木嵌银的制作工艺,感觉到我们国家的传统非遗技艺非常瑰丽多彩,我们的能工巧匠真是非常厉害。紫檀木和白银、黄金既可以做成精美的工艺品,又可以制作成具有实用功能的眼镜架和眼镜盒,真的是意想不到,让人眼前一亮。”

该品牌负责人刘成岗向记者介绍,山东潍坊红木嵌银工艺是国务院公布的第三批国家级非物质文化遗产,始创于清康熙年间,距今已有近四百年的历史。早在1915年巴拿马国际博览会上就被授予“最优奖”。潍坊红木嵌银漆器是中国独有的特种工艺品,经常被作为国礼赠送给国际友人。“我们之所以会在展会现场向公众进行技艺展示,主要有两个目的,第一

是让更多的人了解到山东潍坊的传统非遗技艺,第二是想向广大消费者传递手工制作的‘匠心温度’。红木嵌银工艺是不能够用机器去替代的,每一件作品的诞生都倾注了匠人的心血。这样一件融合了深厚文化底蕴与传统技艺的眼镜产品,不仅是一件充满艺术性的实用品,更被赋予了匠心的温度和情怀,能够充分满足消费者高品质消费的需求。”

据介绍,2015年,弘毅传承品牌将红木嵌银工艺运用到眼镜与眼镜盒的制作上,经过多年的不断设计与完善,逐渐形成了独特的眼镜品类,也为传统的国家级非遗技艺的创新传承开拓了新的道路。

“一件红木嵌银作品的诞生,要经过复杂的制作过程。匠人先要在红木上雕刻出与图案一致的凹槽,之后辅助镊子、锤子将金丝、银丝等贵金属材

质嵌入到刻好图案的凹槽中,再经过天然植物大漆装饰并仔细打磨后才能完成。因此,制作红木嵌银眼镜所需的配件要耗费大量的人工精力,一个熟练掌握技艺的高级技术工人每天最多只能镶嵌30个眼镜配件。”刘成岗介绍道。

由于木材本身会根据温度和湿度出现伸缩性,制作出的眼镜如何保证产品的稳定性也成为消费者关注的焦点。

对此,刘成岗向记者介绍:“红木嵌银眼镜为了保证产品红木部件的稳定性,采用了两个方法,第一是我们所选取的紫檀木都是百年以上的老料,其木质变化经过陈放后已经释放,基本不会变形,同时经过了高温、烫蜡、髹漆等工艺加持,保证了其木质的稳定性。第二我们在设计方面也是充分运用了‘偷梁换柱’的原理,即木质部件在眼镜上并不起到承重作用,而是在钛合金的镜架上通过穿孔、镶嵌等工艺进行组合。以这种工艺制作出的眼镜,既体现出红木嵌银高端的工艺属性与独特的文化魅力,同时又保证了眼镜整体结构的稳定性以及轻便性,给予佩戴者更多、更好的佩戴体验。”

刘成岗表示,传统非遗传承至今,在继承传统的同时更应该锐意创新,要以现代人的审美方式和生活方式赋予传统非遗技艺新的应用场景。随着人们生活水平的提升,差异化消费需求逐渐成为高品质的代名词。在竞争激烈的眼镜行业中,如何立足差异化竞争优势,创新传承优秀非遗技艺是品牌未来将不断探索与追求的课题。未来,我们将在不断推出优秀产品的同时,积极拓展品牌价值,让更多的人爱上国家级非遗红木嵌银技艺,爱上山东潍坊丰富多彩的非遗文化魅力。

消费热点

1元珠宝是赔本赚吆喝,还是放长线钓大鱼?

近日,一网友在短视频平台晒出了其老母亲通过直播间购买的各类“珠宝”。视频中各类珠宝摆满了老人的床铺,老人一件件向其进行展示,将“如获至宝”这个成语进行了生动地诠释。拍摄视频的网友不禁发出感叹:这就是我妈学会网购以后给我留下的“传家宝”。

记者在网络直播平台搜索发现,近期以“1元珠宝”为卖点的直播形式在各大直播平台频繁出现。直播间内五光十色的珠宝产品令人眼花缭乱,众多网友在主播极力地吆喝和推荐下,开启了“疯狂捡宝”模式。

对此,不少网友产生了疑问:1元钱真的能买到珠宝吗?邮费都不够,商家是赔本赚吆喝,还是放长线钓大鱼?

□ 本报记者 贾洵文



直播间展示的1元珠宝

播在一片狼藉的现场,哭诉自己因为价格低廉,被同行打压干不下去了。网友听着主播的介绍,逐渐被主播所营造的戏剧所吸引,同时纷纷准备着1元珠宝上架开抢。

在此类直播中,主播会进行长时间大段的情感独白和产品介绍,不断强调商品的真实性,和自己真心回馈消费者的决心和信念。如果有网友催促其尽快上架1元珠宝,主播则会以“助理正在统计库存”“不讲明白,大家不会信我”“相信我的朋友请刷屏‘相信主播’”“要翡翠扣1,和田玉扣2”等话术进行回复。其中,在主播的直播话术中,“1元钱,够不够邮费!”的疑问,成功打动了不少消费者的心。记者粗略统计,此类直播中1元珠宝的上架间隔都在10分钟以上,甚至更长,而且上架商品的数量也并不多,抢不到的人会继续期待下一件商品的上架。

记者观察发现,此类直播间在售出十几件1元珠宝后,在线用户数达到峰值,随后该直播间销售的珠宝产品的价格,也逐渐从十几元上升至几百元,有的“名贵珠宝”竟高达千元以上。不少网友在抢购1元珠宝营造出的热烈氛围下,也会购买随后推出的高价珠宝产品。当直播间人气不足,或上架商品抢购热度下降的时候,主播又会开启新一轮1元珠宝的抢购环节。在记者观察的3个小时内,这样的营销模式和话术被主播不断循环。

直播中,有网友在直播间反馈所购买的珠宝为假货,主播当即表示该网友是同行恶意竞争派来的“小黑粉”,因为自己卖的珠宝便宜,影响了同行的销售,因此遭到打击报复。主播在对该网友进行禁言的同时,也会让其他网友集体刷屏回复关键词,将该网友反馈信息挤出屏幕。有的主播还会借题发挥,在直播间声泪俱

下地进行哭诉,向网友表明自己为大家谋福利的“不容易”。然而,其中的真实情况,令人不得而知。

鉴定结果“一眼假”

直播间里主播言之凿凿的“1元保真珠宝”到底是什么呢?

记者带着这个疑问,以顾客的身份,在某平台的四家直播间分别以1元至1.99元的价格抢购了四件产品,其中包括帝王绿翡翠项链、俄罗斯碧玉手镯、和田玉佛牌吊坠、莫桑钻戒指耳钉套装,四件商品的物流信息显示发货地点均为江苏连云港。记者在购买前,四个直播间的主播都明确表明“所售商品绝对天然保真”,有一家主播甚至给出了“接受复检,假一赔十”的口头售后保障。

9月17日,记者带着这四件珠宝寻求业内专家进行鉴定。当记者打开包装时,该专家当即表示,这些珠宝属于“一眼假”的假冒宝玉石制品,根本不需要通过仪器检测,仅凭肉眼就可断定其材质。专家用专业放大镜检查后给出结论,记者购买的所谓翡翠、碧玉、和田玉其内部均出现了细微的气泡,因此可以确定所谓的“翡翠玉石”均为玻璃制品,而莫桑钻戒指耳钉套装,经过测钻笔的检测,也证实其为玻璃制品,所谓925银镀18K白金的戒托,经过砂纸简单打磨后出现褪色现象,呈现出淡黄色的合金材质。

最终专家给出结论,这四件产品仅从颜色、重量上看,明显不属于天然宝玉石产品,只要有一点专业常识的人都能够轻松地辨别,因为玻璃制品的重量远低于天然玉石,只要用手掂一下重量,就能够真假立现。

“天然的宝玉石产品在颜色上很难出现完全的一致,记者购买的项链呈现出的浓绿颜色,如果是真的天然翡翠,其价格应该可以达到了一万元级别的级别,属于普通珠宝市场上难得一见的珍品。”该专家幽默地对记者说:“花1元钱买串玻璃珠子其实也不算吃亏,不过要是真的幻想能够以小博大去‘捡大漏’,那就是‘逗你玩’了。”

“免费”的背后是附加的消费

“抢购1元珠宝其实和买保健品送鸡蛋是一个套路,免费鸡蛋的背后,是吸引和筛选潜在目标消费人群,在博得消费者信任的同时,激发起冲动消费的欲望,最终实现千元、万元的销量。消费者看似赚到了,但是在无形中走进了商家的营销布局。”从事电商经营多年的安迪(化名)向记者详细解读了1元珠宝的营销套路。

“很多网友会认为,1元钱即便是买到了假冒珠宝,自己也并不吃亏。但是在电商领域,这种做法可以说是稳赚不赔的。首先,这类1元珠宝大多数都是采取‘饥饿营销’的方式进行销售,直播中主播会进行长时间的口头讲解和故事渲染,网友为了得到1元珠宝的购买机会,会不由自主地跟着主播的节奏进行互动。这样的结果就是该直播间会在短时间内吸引众多网友的关注,在线用户数和用户活跃度会大幅度提升,单品类的直播排行就会相应的上升。一些电商平台对于用户数多、活跃度高的直播间会进行流量倾斜,越热闹的直播间用户越多,这是第一步先占住‘人场’。”安迪对记者说:“在此类直播中,主播都会设计一个营销场景,在一个个充满戏剧性的剧情中,普通消费者更容易产生同情心理和猎奇心理,留在直播间边听故事,边等待抢购。在1元珠宝强大的价格优势吸引下,商家逐渐取得了消费者的信任和关注。在主播一轮一轮激励话术的影响下,真正留在直播间的用户无疑都是对商家话术深信不疑的人。经过多轮互动筛选出的目标用户,为商家随后推出的高价产品,筛选出了‘优质客户’。”

而对于很多消费者不理解的邮费问题,安迪表示,消费者日常面对的物流服务都是按件收费,一件同城快递的价格就在10元左右。而在一些电商聚集区域,很多物流公司会为商家提供包月的服务,在一个月内,商家可以不断发货,完全不用考虑邮费成本,这就是1元元包邮的原因。

“当然,网络上也并不是所有销售低于市场价格的商品都是套路,但是广大消费者应当明白一个道理,当您发现商家的话术越来越吸引人的时候,就一定要提高警惕,避免冲动消费带来的经济损失。在此向广大网友分享一句话:免费是世界上最昂贵的东西,人们喜欢免费的东西,甚至是根本就不需要的东西,免费让人丧失理智,也会让人产生附加的消费。”安迪如是说道。

消费新说法

□ 左铤

如今,线上购物已经成为很多消费者的主要消费渠道。在一些经营珠宝首饰的直播中,主播会不时地抛出一些1元珠宝,用于增加直播间的用户活跃度。但是,有消费者反映,商家销售的珠宝产品,在收到货后发现和卖家实际宣传展示的产品不一致。商家明明说的是保真的宝玉石产品,到手后确是不值钱的假货。很多消费者觉得1元钱并不太多,因此选择了息事宁人。

那么,商家这种做法是否涉嫌消费欺诈?对此,北京柏舟律师事务所律师孙发耀明确表示,商家通过虚假宣传的方式,以1元低价吸引顾客,用低劣的假货冒充宣传中的保真玉石的行为,已经构成了消费欺诈。

消费者花1元钱买到的所谓宝玉石产品,依然可以主张申请理赔。根据《消费者权益保护法》规定,经营者提供商品或服务存在虚假宣传,有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍,增加赔偿的金额不足500元的为500元。法律另有规定的,依照其规定。简单地说,即便消费者只花费了1元钱购买到了假冒珠宝,依然可以向商家提出500元的赔偿要求。

孙发耀表示,网络空间并非不法之地,线上商家和线下商家一样,都应遵循诚信经营的原则。如果因为一时的眼前利益而做出侵害消费者权益的事情,商家轻则将面临相关部门的处罚与消费者索赔,重则严重影响整个珠宝首饰行业乃至电商行业的诚信度。此外,作为电商平台的运营方更应起到积极的监督作用,不能因一时的放任,纵容不法商家对消费者进行消费欺诈,一旦产生严重后果,电商平台也需要承担相应的法律责任。根据《民法典》以及《网络安全法》的相关规定,提供直播的平台如果不能提供、审核不严,未审核商家真实身份信息,不但要面临行政处罚,还有可能在其过错范围内承担消费者的损失,以及承担民事赔偿责任。

最后,特别提醒广大消费者在网络购物时,切勿盲目听信主播的话术引导,不要相信所谓的各种情景展示。花1元钱买一件假冒珠宝虽然不会造成重大的经济损失,但是一旦走进了不法商家精心布置的套路中,就很容易产生大额消费,增加潜在的消费风险。

(本文目由北京柏舟律师事务所特别支持)

一元消费也可百倍索赔