

热烈祝贺李学武牡丹瓷艺术馆隆重开馆(太康路形象店)

李学武大师开启河洛文化产业航母梦想之旅

写在全国首家“问礼洛阳礼行天下(0001)”品牌运营店正式开业之际



李学武牡丹瓷艺术馆隆重开馆(太康路形象店)

核心提示

今日,位于太康路的李学武牡丹瓷艺术馆隆重开馆,同时全国首家“问礼洛阳礼行天下(0001)”品牌运营店正式开业。李学武大师开启了河洛文化产业航母的梦想之旅……

牡丹花都洛阳,多年来,一直把发展牡丹文化产业作为传承弘扬河洛文化的一个重要抓手。洛阳牡丹瓷创始人、洛阳牡丹瓷股份有限公司董事长李学武创造的洛阳牡丹瓷,问世短短四年,已经发展成为一个最具河洛文化代表性、发展速度最迅猛、最具发展潜力的文化产品之一。以洛阳牡丹瓷为首的一个新的文化产业链在河洛大地异军突起,演绎了内地文化产业发展的一个奇迹,李学武的牡丹瓷之路也成为国内发展文化产业的一个典范。而在李学武的心中还有更大的梦想,就是把这一独具河洛文化特征的文化产品推向海外,让更多的海内外人士了解中国文化。为了这个梦想,他在不断地探索着、实践着。

人物档案 李学武

洛阳市洛龙区人,牡丹瓷创始人,清华大学在读MBA,高级工艺美术师,洛阳市工艺美术协会会长,洛阳牡丹瓷研究院院长,洛阳牡丹瓷博物馆馆长,洛阳牡丹瓷股份有限公司董事长。



2012年7月,牡丹瓷作为专用奖品颁发给董建华、曾宪梓、刘德华等香港名流。图为李学武与刘德华合影

艺术品打造成为香港及中原地区的世界级文化艺术名片。

李学武说,在香港成立这样的合作机构,把代表性的河洛文化、中原文化等各类文化礼品纳入进去,目的是借助香港的这个国际平台,通过在香港的展示、推广,把博大精深的河洛文化、中华文化符号向海外人士推介,增强中华民族的自豪感和凝聚力,这是牡丹瓷公司义不容辞的责任。

培育大师领跑产业

短短四年,洛阳牡丹瓷股份有限公司已经发展成为下辖研究院、博物馆、数家分公司的知名文化企业。连续四年产值翻番,呈几何级数增长。2010年,洛阳牡丹瓷股份有限公司被确定为河南省、洛阳市“十二五”重点文化企业,2012年7月,牡丹瓷公司被命名为洛阳市首批文化产业示范基地。

李学武介绍,今后5年内,洛阳牡丹瓷股份有限公司将把牡丹瓷延伸为四条产业化发展道路:打造一支大师队伍,培养10名至15名工艺美术大师,做高端收藏品和艺术品;走牡丹文化和地方文化相结合、牡丹文化和个性文化相结合的产业化道路;在高端市场充分体现牡丹的永恒绽放和富贵吉祥;商品产业化道路,让牡丹的富贵吉祥进入千家万户。

争创一流工美企业,打造知名文化品牌——这是洛阳牡丹瓷这家年轻而富有创新精神的企业的愿景。牡丹瓷犹如一匹黑马正成为河洛文化创意产业的领跑者。

引领创意开创历史

牡丹瓷的设计、制作、工艺可以说前无古人,随着李学武对牡丹创意理解的进一步深化,他所创意设计出来的产品不断登上内地最高艺术殿堂的领奖台。牡丹瓷工艺品,荣获2010年“中国名优产品”;2011年5月,姚黄牡丹瓷盘荣获2011年中国工艺美术“百花奖”最佳工艺奖。2012年10月,李学武创作的“出水芙蓉”和“牡丹四品”牡丹瓷荣获2012“儒仕儒家·百花杯”中国工艺美术精品金奖和银奖。

这一系列奖项的获得,开了洛阳乃至河南文化产业界获奖之先河。目前,牡丹瓷公司已发展成为洛阳乃至中原大型工艺美术股份企业。牡丹瓷的成功,为洛阳发展牡丹文化产业提供了一个蓝本。

文化传承者李学武

在牡丹瓷公司员工眼里,李学武是一名敬业的企业家,每天都在为公司发展和战略忙碌着;在他的战友眼里,他是一位有思想的文化人,做着传承文化事业;而在不了解他的人眼里,他是一位怪才,因为他创造了一奇迹,开创了一个时代。

近距离接触李学武的人都知道,他思路清晰,敢想敢做,善于学习,善于总结,有时候会突发奇想。

在他眼里,创意和灵感稍纵即逝,一旦有了灵感,他会立刻用文字写下来,并让工厂根据这样的创意和思路去研发。

正是这样的突发奇想,才使得他的每一件产品都能引来赞许和认可。他从创立牡丹瓷之初,就开始研发牡丹瓷树系列产品,虽然这个烧制难度到了极致,但是他一直没有放弃,终于经过几年研制,2012年年底,牡丹瓷树成功烧制出来,创造了内地烧制瓷器界的多项先例。

随着业务的拓展,李学武对于河洛文化产生了极大的兴趣,每每遇到河洛文化大师,他都虚心求教,期望大师能够有所点拨。

由于他不耻下问,始终如一,内地很多知名的陶瓷大师成了他的顾问,书画家成了他的朋友,文化大家成了他的老师。在诸多大家的影响和熏陶下,李学武对文化的理解不断提升,眼界和思路更为开阔。

他对文化的理解更为深刻,他意识到,挖掘和传承文化符号就是对历史的保护。为了潜心专注文化产业,他成立了牡丹瓷研究院,建立了牡丹瓷博物馆,还进入清华大学MBA进行深造。

当他了解到洛阳宫灯、洛阳绣品、洛阳泥人这些富有河洛文化特征的传统文化符号都面临着失传的境地时,就开始整理材料,寻访传承人,并以优厚的机制把他们纳入到牡丹瓷的麾下,使得这些代表性文化符号能够顺利传承。

2012年年底,他创意的系列产品正式进入钓鱼台国宾馆,这意味着他的牡丹瓷文化传承事业得到了国内最高层的认可。

一个以牡丹为主题的特色文化产品,从无到有,从开始创制到现在在当地文化产业界已经拥有领军地位,李学武仅用了4年,这不可谓不是传奇。李学武不仅是一名企业家,更是一位大师,一位文化传承者,一位智者,他用自己的行动去实践他心中的河洛文化传承梦。

问礼洛阳 礼行天下

西周时期“周公洛邑制礼”,形成了一套完善的礼乐制度,大思想家孔子问礼老子也在洛阳,这一切都奠定了河洛文化厚重的基础。

如何将极具洛阳历史文化底蕴与现代生活融合起来,打造具有礼乐特色文化旅游商品,使其进入消费者心智,以此来弘扬河洛文化,成为诸多洛阳文化专家、学者关注的课题。而李学武不仅在思考这个问题,还义无反顾地肩负起解决这个问题的重担。

经过一番深思熟虑后,2012年6月,李学武注册了“问礼洛阳”商标。今年2月,李学武正式推出最具洛阳文化特色的旅游商品品牌,确定了“问礼洛阳礼行天下”宣传语。在第31届中国洛阳牡丹文化节前,洛阳牡丹瓷股份有限公司在太康路设立的首家“问礼洛阳礼行天下(0001)”品牌运营店正式开业。该品牌店将以不同的礼品为载体,把丰厚的河洛文化融入到礼品当中,达到问礼洛阳,而礼行天下。

未来几年,李学武将在全球打造1000家“问礼洛阳礼行天下”品牌运营店,让最具洛阳历史文化底蕴和最具有礼乐特色的洛阳文化旅游商品走出国门,香飘世界。

他解释说,这一品牌形象,不仅极好地诠释了周公制礼、孔子入周问礼的历史典故,见证了洛阳在中国礼仪文化中的重要地位,而且可以结合现代生活,与中外消费者形成穿越时空的文化共鸣,对外塑造洛阳文化旅游商品厚重的品牌形象。

根据他的设想,“问礼洛阳礼行天下”品牌,除公司旗下的牡丹瓷、洛阳宫灯、洛阳刺绣等河洛文化创意产品外,还将让该品牌对外形成开放系统,其他旅游商品企业也可以使用该品牌,从而形成合力合作共赢,让“问礼洛阳礼行天下”品牌传达出河洛文化的精髓——礼仪。“问礼洛阳礼行天下”品牌的问世标志着李学武和他的河洛文化产业正以高昂的姿态迈入新的境界。

近日,穿越历史时空——李学武大师与洛阳文化名人对话大型系列报道将在《洛阳日报》隆重推出,李学武大师将和洛阳文化名人一起,就13个话题(按历史顺序分:1.玉石文化与洛阳;2.青铜文化与洛阳;3.陶瓷文化与洛阳;4.木雕竹刻文化与洛阳;5.刺绣文化与洛阳;6.宫灯文化与洛阳;7.泥塑文化与洛阳;8.唐三彩文化与洛阳;9.龙门石刻艺术与洛阳;10.道教文化与洛阳;11.佛教文化与洛阳;12.儒家文化与洛阳;13.牡丹画艺术与洛阳)进行深度探讨,弘扬河洛文化,打造“问礼洛阳礼行天下”品牌的知名度和美誉度,使河洛文化产业在我市实施旅游兴市的战略中,成为领跑者。(贾晓莉 陈沛)

业界黑马跨越发展

在经过一番艰辛之后,终于在2009年,李学武的牡丹瓷成功研制出来。洛阳牡丹瓷以洛阳牡丹花为蓝本,纯手工制作,用制瓷工艺把牡丹的富贵、华贵惟妙惟肖地表现出来。

牡丹瓷的问世,倍受业界专家学者的关注。有学者评价道:“洛阳牡丹瓷是继中国‘五大官窑’之后出现的独具洛阳文化特色的新派陶瓷,填补了中国工艺美术品和特色旅游品的空白。”

长期以来,河南旅游商品市场上缺乏有分量、有代表性、有影响力的特色文化礼品。而洛阳牡丹瓷的问世,在某种程度上弥补了这个缺憾。牡丹瓷文化和陶瓷艺术巧妙地融合,使得牡丹瓷成为一种不仅能代表河南更能代表中国的文化符号。

正是因为这个原因,李学武和他的牡丹瓷公司犹如一匹黑马以势不可当的优势独领风骚,牡丹瓷不但被河南省政府作为礼物,还走进港澳、走出国门,在中国工艺美术界创造了一个奇迹。

李学武介绍,自2009年12月第一批牡丹瓷问世,至今洛阳牡丹瓷已发展成为15大系列千余个品种。牡丹瓷创始人李学武也因此被评为河南省工艺美术大师,2013年,他又被列入全国工艺美术大师的候选人之列。

打造世界级文化名片

牡丹瓷的横空问世开辟了洛阳牡丹文化创意产业新天地。2012年7月,在“光耀香江”香港回归15周年大型评选活动颁奖典礼上,李学武设计的“牡丹紫荆花瓷盘”,被作为专用奖品颁给了董建华、曾宪梓、刘德华等十六位获奖功勋人物,一个新的发展战略已经开始实施。

作为一个文化产业人,李学武一直在探索。胸怀有多大,事业就有多宽,胸怀全局的李学武敏锐地看到牡丹瓷在港澳乃至海外的发展空间。香港是一个国际性大都会,然而这里还没有一个综合的河洛文化推广机构。2013年洛阳牡丹瓷拟在香港开设以牡丹瓷主导的河洛文化传播公司,把牡丹瓷为主导的牡丹主题文化



洛阳牡丹瓷股份有限公司最新牡丹瓷代表作品(左起:虎舍那尖佛、花盆、壁挂、荷花)