

宝

瓶

□ 成伟平



▲ 梁苡萍董事长在“孔雀西南飞广西钦州坭兴陶产业人才基地暨广西钦州坭兴陶研究院正式挂牌仪式”上发言。

夏日的风暖暖热的，它带着泥土的芬芳、花鸟的姿色和朴实的青涩，轻轻地吹拂着钦州坭兴陶有限公司总经理梁苡萍的紫色碎花长裙，梁苡萍站在宽敞的展示大厅里面向北方，凝视着眼前一一对高大的花瓶深思，任夏风吹拂，这一对大化瑶族自治县成立30周年的县庆宝瓶，牵动她的思绪，搅翻她的情海。爱瓶胜过爱自己的她，听着花师傅刷刷的雕刻声，眼角沁出一抹一般人觉察不到的泪水：这是最后一对宝瓶，前几天，自治区民宗委领导受自治区领导的委托，过问这对宝瓶的制作情况，强调说要把好宝瓶的质量关，给宝瓶制作画一个完美的句号。

阳光毫不吝啬地透过玻璃，照射在宽敞的展厅一个个高大的坭兴花瓶上，这些坭兴工艺与文化元素于一身的宝瓶，按所赋予的文化内涵分为四个组团，分别陈列于展厅的东南西北四角。

东面摆放的是“关圣邓”邓敦伟等大师设计制作的中国古典人物画大花瓶，有“观沧海”“三打白骨精”“三英战吕布”“水浒一百零八将”等作品，作品人物生动形象，栩栩如生，引领顾客穿越时空，观看后人沉浸在历史的长河中。

南面大瓶是制作难度极大的镂空瓶，被称为坭兴陶界的“哥德巴赫猜想”，师傅们以莲花、鱼鸟为内容雕刻于宝瓶上，有“好事连连”“鱼水情深”等作品，体现了作者赞赏莲花出淤泥而不染的品格。

西面摆的是以佛文化为内容的大瓶，作品有“佛光普照”“兰亭序”“劝学篇”等，向世人展示人类心灵和道德的进步、觉悟。

摆在北面的是12对广西壮族各少数民族县庆礼品——“民族团结宝瓶”，这些宝瓶是自治区党委、自治区人民政府给各少数民族自治县赠送的县庆礼品，按各县庆时间顺序依次摆开，每对花瓶分为A、B两瓶，规格一律为高155cm，直径60cm，瓶座木质结构，其寓意是：民族团结坚固如磐石，稳如泰山，民族发展之花枝繁叶茂，万古长青。人们从这些宝瓶中可以看到广西生态、宜居、幸福的美丽家园，是广西各族儿女团结一心、实践“绿水青山就是金山银山”理念的一幅幅生动画面。八年来，每完成一个县庆礼品，梁苡萍都要准备三对花瓶，一是确保质量和任务的完成，二是同时留下一对在展厅向其他顾客展示。为完成一个县庆礼品，她都认真阅读该县的历史、现在和未来规划的有关资料，任务完成了，境界也得以提升，情怀得以安慰……

梁苡萍，女，1968年3月出生，广西灵山人，钦州坭兴陶有限公司经理、钦南区政协委员、广西收藏家协会副会长。2004年，当时是一家装潢公司经理的梁苡萍，在一次朋友聚会中认识了坭兴陶行家麦先生，大家兴致勃勃地聊起钦州拥有1400多年历史的坭兴文化，没想到梁苡萍一下子着迷了，瘦小精明、思维活跃的她，在商途中毅然作出新的抉择——决定从事坭兴陶行业。2005年4月，钦州坭兴陶有限公司成立了，梁苡萍从此与坭兴陶结下不解之缘。

兴陶，发源于唐以前，至唐而益精致，1915年，钦州坭兴陶制品首次出国，参加美国旧金山巴拿马万国博览会荣获金奖。2006年，李人骅创作的坭兴陶精品《高鼓花樽》获得联合国教科文组织授予的“杰出手工艺徽章”，成为坭兴陶获得的最高荣誉。2008年6月，坭兴陶烧制技艺被国务院批准列入第二批非物质文化遗产名录，同年12月，坭兴陶被国家质检总局批准为“国家地理标志保护产品”。

钦州坭兴陶与江苏宜兴陶、云南建水陶、四川荣昌陶合称为中国四大名陶，钦州名号“黎家园”黎昶春、黎昶昭两兄弟以钦州东坭、西坭软硬坭结合创制坭兴陶，其形成的坭兴陶土质优于其他三大名陶坭质，其湿土柔而不软，韧而不粘，坯干后坚而不脆，硬而不散，粘性好，易于成型，可塑性强，坯体硬度高，在坯体上可进行雕塑、浮雕、透雕（镂空）、平雕等雕刻工艺创作。因此，凡我中华千古文化，民族民间传统特色产品，无不因器型而择用，那远山高耸飘渺，这近水潺潺清纯，皆因大师们的勾、皴、擦、染、点而极尽精妙，尽显中华民族诗词图画的文化色彩，配上胎质表层产生的“窑变”（中国一绝）在产品上呈粉红色、褐红色、青色、灰色，各种颜色交叉重叠，此厚彼薄，此轻彼重，你中有我，我中有你，无限色彩，尽在其中，可谓是一件在手，绝无仅有，货比黄金。

公司成立之初取名金鑫公司，可梁苡萍却说不尽其意，反复推敲后，最后定名钦州坭兴陶有限公司，用以表达继承发扬千年坭兴的传统技术，让坭兴产品继续发扬光大，因此公司宗旨是“承古陶文化，扬坭兴誉名”，梁苡萍深刻铭记并全力践行这宗旨涵义。

2005年9月30日公司开业后至年底几个月，梁苡萍运筹资金，克服困难，筹措150万元投入建设工程，和技术人员一起探讨市场前景，研究产品生产，同时面对同行业方方面面的竞争。当年全市也有6家实力不菲的企业进驻钦州坭兴陶行业，而行业竞争始终是人才竞争，当时钦州坭兴陶行业犹如老树长新芽，因而人才竞争激烈，老师傅们因各企业的竞相聘用而相互走穴，人才留去和企业生产很不稳定。面对这情况，公司一班人认为，人才是企业最重要的资源，是不断增值的资本，必须想方设法引进人才、留住人才、用好人才，在帮助员工个人发展的同时，实现员工与企业共同发展。

“黎老在家吗？”2006年11月的一个傍晚，梁苡萍带着计财人员敲开了钦州市区东南村旧坭兴宿舍区内一间低矮瓦房的柴门，开门的是坭兴陶拉坯“黎家园”第四代传人黎仕清老人，说明来意之后，黎仕清老人很感激，说很愿意把拉坯手工艺献给钦州坭兴陶事业，尽一份家传之心，同时也提出了养老和住房等困难。梁苡萍知道拉坯工序在坭兴陶制造中的地位，也知道目前公司囊中羞涩，但她咬紧牙关，答应黎老先买养老保险，房子的事可先借点，然后慢慢在工资中开支解决问题。第二天黎老高兴地上班了，公司的很多员工不得其解：手

工拉坯技艺高超、功底深厚的黎仕清师傅怎么来了？！

能人来了新的观念也来了，新的想法也多了，机动的梁苡萍把眼光看得更高更远，她认为陶瓷是一家，技艺可借可鉴，江西景德镇瓷产品名扬天下，那里肯定有人才，肯定有更新更高的技艺。胆大的梁苡萍在没有他人引荐的情况下，2007年春节年初三，就和公司办公室人员一起，舍弃了与家人春节团聚的机会，前往景德镇寻找人才。正当千家万户欢度春节的时候，她却在景德镇瓷器生产产区找值班人员了解情况，情之所动，缘之所至，终于引来造型设计、雕刻美术集一身的吴家两兄弟前来助阵。年关车票紧张，公司又要张罗开业生产，她和公司办公室人员从景德镇买站票到南宁，一上到前往接站的公司越野车上即呼呼大睡，到了钦州醒来，她所穿的鞋变小了——原来因在火车上长时间站立脚浮肿穿不下鞋了。

历史的岁月不停地洗礼钦州坭兴陶艺，一代又一代的坭兴人师袭传承，励志生计，博融陶练，一直在寻求新的超越，所以才呈现五彩缤纷的作品：代表作有李人骅作品的壮族文化元素，邓敦伟作品的古典人物大型雕刻，刘明洲、师立志作品的精工书法，王景友作品的超高超大花瓶拉坯……大师们作品呈现了文化的灵魂，推陈出新和科技攻关贯穿于整个创作过程。

2006年是钦州坭兴陶有限公司的科技攻关年，在李人骅、邓敦伟等大师带领下，麦伟德、宋国昱、廖家森、花诚等一批年轻优秀制陶工作者，以钦州坭兴陶研究院为平台，进行科技攻关，他们走产学研企一体化道路，与南宁职院、桂林旅专等科研院所合作，以前卫而专业的设计理念引领坭兴陶艺向现代迈进。2006年10月，精品战略成果——“连心碗”问世，作品以丰收、喜庆、合作、共赢为元素，碗体图案与中国与东盟十国国花，作为国礼赠送给当时参加中国-东盟博览会的东盟十国元首留念，钦州坭兴陶作品以新面孔新姿态再次走出国门。

科技攻关厚积薄发。2007年是钦州坭兴陶有限公司超高超大花瓶丰收之年，当年4月，6对大花瓶横空出炉，成为钦州坭兴行业“标志性”的经典之作。“镂空瓶”是中国陶艺界的“哥德巴赫猜想”，多少代人的努力都不能实现这个艺术梦想，梁苡萍和她的同行们不断尝试，终于攻克了这一技术难关。2007年10月，钦州坭兴陶有限公司成功烧成一只高达1.63米的“镂空瓶”。大师们不骄不躁，继续发扬工匠精神，把这罕见的炼坭、造型、雕刻、烧成等核心工艺技术稳稳地掌握在梁苡萍的团队手中，促使钦州1300多年的坭兴陶历史追求梦想成真。

公司成立十多年来，桂林像一根无形的线，连着很会感恩的梁苡萍和她的坭兴产业。话说2008年6月的某一天，一个全国性的民政工作会议在桂林市召开，与会人员160多人，作为东道主，热情的广西人想给来自全国各地的参会者一份礼品略表心意，经反复商量，最后选定礼品为钦州坭兴陶产品，会务人

员把任务交给钦州坭兴陶有限公司。这可难为梁苡萍了，一是当时坭兴陶礼品单一，二是产品包装是木盒，用小铁钉钉紧外套锦布作盒子即可送礼，简陋落后。梁苡萍认为，这样的礼品宁可送，不然就损坏了千年古陶的形象。她与桂林旅专的老搭档行家们反复思考讨论，最后决定打“桂林山水甲天下”的牌子，科技人员日夜加班，设计一套“象山水月”组合坭兴陶产品，其中有茶壶、茶叶罐、公道杯和6个“桂林象鼻山”造型的小茶杯，组合产品装进一个广告元素齐全的礼盒后外加一个手提袋，整个产品设计、包装焕然一新，与会者拿走礼品后有一种去超市购物的感觉，要是送礼也挺有面子，因此很多人回去不久纷纷来电要求订货，公司产值一下子增加很多，员工们很高兴，第一次找到归属感、获得感和幸福感。而梁苡萍从中另有更多思考：产品的元素、定位和创新高度融合于产品之中，就更有竞争力，企业就会充满美好的愿景。

在钦州坭兴陶产业界里，许多人都知道梁苡萍“砸产品”的故事：2006年5月，梁苡萍去广东推销坭兴陶制作的电饭锅内胆，同样是生产电饭锅内胆，广东的许多工厂是机械化生产，成本低，梁苡萍公司的电饭锅内胆完全用古老手工艺制作，成本居高不下，技术跟不上，产品合格率低，价格上完全没有竞争力。这样一来，原来与“美的”等大公司达成的合作意向也泡了汤。为此，公司一班人连续召开专题会议，分析当时消费者心理和市场需求情况，认为不改革创新，公司坭兴陶生产必死无疑，必须改变坭兴陶产业的以日用品为主方向的做法，转变观念，与时俱进。公司班子反复讨论后决定：今后日用陶生产配额定位60%，工艺陶配额定位30%，收藏品定位为10%。决定做出之后，梁苡萍一口气把4万多个价值60万元的电饭锅内胆砸了，这让在场的员工觉得实在“太过疯狂了”。

这一“砸”，断了员工三心二意的念想，把更多精力放在生产利润高、销路好的手工艺陶和收藏品上，有时一些新产品刚生产出来也被“砸”，原因有时是因为质量问题，有时是为了创新；也为这一“砸”，梁苡萍与分管生产的副总红脸好多次，有一次竟20多天互相不说话。然而砸来砸去，公司却

“砸”出名声，“砸”出规模，“砸”出成效：2007年至2010年，公司自主创新产品多达500多个，“连心碗”、“莲花鼎”、“铜鼓茶具”、“连升瓶”、“铜鼓陶缘”（第一个陶鼓茶台）、“民族团结宝瓶”等作品因创意新、质量好被同行们认可且不能复制，这些产品给坭兴陶爱好者留下深刻印象，也成为钦州坭兴陶有限公司的代表产品；公司先后被评定为广西少数民族特需商品生产企业、广西工业旅游示范点、广西首家旅游商品研发和销售企业；梁苡萍本人先后被评为“钦州十大杰出企业家”“全区拥军爱民先进个人”“自治区城乡岗位建功先进个人”“2011中国优秀经济女性”等称号。

春路雨添花，动一山景色。2010年10月，钦州坭兴陶有限公司被定为广西少数民族自治县（区）成立县庆礼品生产企业，钦州坭兴陶迎来再上新台阶的良好机遇，这肯定了钦州坭兴陶大师们的继承传统、超越传统、光大传统的杰出贡献，指导了坭兴陶蓬勃向上的文化艺术和时代色彩相结合的生产方向，坭兴陶与时代共呼吸、同命运找到了平台和载体，它可与时代脉搏一起跳动，承载着时代色彩的外衣，为传达正能量再做贡献，又一次完全超越了坭兴陶产品原本功能。

2012年8月1日，中央电视台第7频道播出《砸出来的财富》电视节目，梁苡萍“砸”坭兴产品故事像一条红线贯穿其中，节目集中反映了公司独特新颖的经营理念，展现钦州坭兴陶有限公司从无到有、从弱到强的奋斗历程，体现了公司“承古陶文化，扬坭兴誉名”的企业宗旨。专题片同时反映公司注重企业文化：如出版《承坭斋》报刊10多期，创办钦州坭兴陶研究院及培训学校，激励员工子弟勤读书，好上学；每逢春节，发动各科室撰写对联，每年有50多副对联贴在车间、展厅、各科室门口，对联内容涉及坭兴历史、制作技术、为人处世等。

电视片反映的诸多文化元素与展厅内各种坭兴产品特别是四大组团产品上的内容，形成了一个很大的文化、学识气场，形成一个独特反映人与自然和谐的坭兴陶文化，徜徉其中，犹入书海，细细品读，悟人生、受启迪。

(下转第13版)