



去年12月28日,在蝶变中的崂山区株洲路上,国内首家也是目前唯一以杯子为主题的博物馆——杯子博物馆试运行。今年6月份,杯子博物馆获得国家级博物馆的批复,将于近期正式揭牌。从2020年开始施工,到建筑面积2100平方米的博物馆平地而起,再到如今成为新晋网红打卡地,五湖四海的游客慕名而来……三年建成一馆,馆里千余个各具特色的杯子,是馆长王晓波历时18年不断收集而来的。一个倾心于杯子的人,把爱好变为事业,和“有故事”的杯子结下了不解之缘。



杯子博物馆里各具特色的展品。



杯子博物馆里琳琅满目的各国展品。

4

责编/吴骏 美编/王斌 审读/岳蔚



一杯一世界,收藏18年 每只杯子都藏着故事

国内唯一杯子主题博物馆近期将揭牌
故宫“千里江山杯”和卡塔尔世界杯文创都有“青岛设计”

“杯博物馆长”如数家珍讲收藏

日前,记者走进杯子博物馆,展厅门口醒目的“天下第一大盖杯/碗”是在江西景德镇历时两年烧制而成的,这是目前国内已知的最大陶瓷盖杯/碗。杯子博物馆精心呈现征集收藏的材质考究、外观精美、器型多变、价值厚重的杯盏相关文化遗产,分为三大展陈部分,分别是中国展区、亚洲展区、欧美展区。中国展区包含从新石器时期开始到夏商周、秦汉、唐宋元明清,以及民国与解放后贯穿我国历史文化线的众多展品。

夏商朝的酒尊,隋唐的茶具,元朝“马背上的民族风情”高足杯,明清的青花瓷,还有民国特色的锡壶,近代的印字杯,现代的文创产品杯……闲暇时,山东个杯堂文化有限公司总经理、杯子博物馆馆长王晓波经常在展厅里踱步,百看不厌地观赏着每一个杯子。

“你看,我非常喜欢这个杯子。我国在新石器时期出现了陶器,其中龙山文化的黑陶蛋壳杯体现了这一时期陶器制作的最高水平,这个黑陶蛋壳杯来自于4500年前山东龙山文化时期,由于器型与马克杯极其相似,又被誉为‘中华第一马克杯’,杯壁最薄处只有0.2至0.3毫米,重量为210克,拿在手中轻若无物。”王晓波对展厅内的杯子如数家珍,每一个杯子背后的故事和当初获得时的喜悦都让他记忆犹新。

“杯子控”从收集进阶到原创设计

“所见即所得,我是个‘杯子控’,已经收集了18年各式各样、不同材质的杯子,专门租了一个仓库存放杯子。展厅里的杯子只是仓库里的五分之一,我会定期更新调整主题展品杯子,让更多的杯子呈现在参观者面前。”王晓波是山东济南人,2004年在青岛大学旅游专业毕业后,一边创业一边开始收集杯子。多年来,他走遍了国内各大陶瓷遗址。早些年的一些遗址,陶瓷片堆得漫山遍野,王晓波会停下脚步,仔细观察研究。喜爱杯子不能浮于表面,为了更加了解和熟悉与杯子相关的文化背景和鉴赏知识,王晓波阅读了大量书籍,在研究杯子方面,既是专家又是杂家。

从2万元的初始创业基金,9平方米的文创礼品公司,发展为省内知名的公司,2014年和2015年在全国旅游大赛上,参选的产品连续两届获得原创产品金奖。王晓波坚持“将热爱进行到底”,每天的生活都离不开杯子。在他看来,杯子如人生,一个个杯子是他人生不同阶段相依相伴的见证者。

“每一款杯子,我都带领团队潜心设计制作,很多杯子的设计周期都比较漫长。设计时间最久的一款杯子,我们团队耗时三年,尝试了近百次。每一次的设计细节稍有调整和改进,样品都要从陶瓷磨具开始制作。一款精品杯子的诞生,可能就是失败99次之后的第100次尝试,才最后定型。”王晓波指着一



王晓波观赏“中华第一马克杯”。



王晓波展示“千里江山炫彩玻璃杯”。



王晓波展示为世界杯开发的系列专利产品。

一个杯子告诉记者,当这个罗马柱条纹手绘的纯白陶瓷咖啡杯烧制到1300多摄氏度时,不变色、不变形是很大的考验,他曾辗转国内多地,9次更改陶土配方,才让这个金属与陶瓷跨界碰撞的杯子诞生,产品上市后很惊艳,还入围美国IDEA奖(工业设计优秀奖)。

“杯子家族”仍不断壮大

无论去国内还是国外,王晓波都会逛逛当地的文物店,日积月累练就“慧眼识杯”的能力。“我对杯子是一人深似海,十多年陆续走访中国30多处历史名窑烧造地,收集几千个中国民用杯子的样本。有的杯子看似其貌不扬,其实非常稀有和具有代表性。”王晓波通过“踏破铁鞋”的广泛行走,与一些收集杯子的朋友建立了联系,从最早的“打飞的”

看实物,到如今通过微信初步鉴定,更加便捷且源源不断地壮大了杯子“家族”。

有的杯子兜兜转转还会回到手中,有的杯子一旦错过就再难遇见。有一次,王晓波路过日本一座小城的古玩店,看到当地一位大师遗作的小巧宝瓶壶,店主要价1万元人民币,他当时没有买。回国之后,王晓波心中有些遗憾,几次与妻子提起,妻子觉得他对这个遥远的杯子“念念不忘”,建议买回来。于是王晓波联系了导游,把杯子的照片发给导游,托他代购。杯子的价格不变,代购费两千元。一个月以后,杯子抵达王晓波的手中,他仔细端详,爱不释手。一个星期后,这个杯子被摆放在仓库里,融入了大家族。

“每个收集来的杯子在我眼里都有光华,杯子串联起我的回忆。人和杯子这类器物之间也是有缘分的,比如我在朋友圈里看到有杯子出售,快的可能三分钟就被别人买走了,慢一些的可能三天过去了,我还能买到。”每天下班后,王晓波铺上茶席,和妻子喝茶前,会从家里摆放的几百个杯子里挑选一番,体验选杯品茶的生活乐趣。

与故宫“千里江山”携手合作

以杯为史,探文明渊源;寓情于杯,观古今之变。伴随着时代的发展,触手可及的杯子经历了从自然造化到巧妙利用动植物,再到手工精细打磨与机械流水作业的漫长演进过程。华夏民族选取谐音“一辈子”,喜好通过馈赠杯子,祈盼人类能够超越地域、民族、文化等诸多差异,实现彼此友好相处、情意绵长的初衷。在杯子博物馆的文创区,金山系列、紫砂系列、建盏系列等全线产品,都是原创设计,引导人们观察杯子的古今流变,触摸丰富多彩的中华文明。

故宫是文创界的顶流IP,近期在故宫博物院文创旗舰店新上线了两款精美杯子——“千里江山”炫彩玻璃杯和酒具套装。杯底的金色山峰层峦叠嶂,意境悠远。这款杯子是由王晓波带领团队设计制作的。王晓波回忆说,三年前的秋天,他的团队参加在深圳举行的大型礼品展时,没有吸引故宫文创团队的注意;两年前的秋天,故宫文创团队曾在他的展位前驻足并要走了名片;去年秋天,故宫文创团队在他的展位前展开了热烈讨论,目光在多件展品上停留,经过反复的交流和专属产品设计,故宫标志性的“千里江山”融合进了个杯堂的产品设计里,璀璨夺目而不失韵味的“千里江山杯”诞生了。

王晓波表示,今年5月底,个杯堂成为2022年卡塔尔FIFA世界杯官方授权的中国区域杯壶类经销商,为世界杯开发了系列专利产品,一上市就获得国内外市场的青睐,让中国的杯子文创产品走向了世界。

观海新闻/青岛晚报 首席记者 张译心 摄影报道

2022/9/17 星期六