王尧君:
一把刻刀雕出汴京风华

本报见习记者 姚楠

粗糙的双手、黑瘦的面庞,从外表上看,王尧君和村里人没什么两样。但拿起刻刀,捧起瓷盘,他就进入了另一个世界,花鸟鱼虫、自然风景,只要能画出来的,他都能刻得出来。

▲王尧君一丝不苟雕刻清明上河图。 通讯员 于得水 摄

▶王尧君的《清明上河图》。 通讯员 于得水 摄

四年刻就《清明上河图》

在成武县大田集镇河南王村的王尧君家里有一件宝贝——一只雕有“清明上河图”的大瓷瓶。在这个高1.3米的白瓷瓶上,他刻下长约3.2米《清明上河图》,雕刻的过程他耗时四年。

王尧君骄傲地向记者展示他的杰作:瓷瓶上汴京盛景如游龙般环绕,仅有黑白两色的瓶体,在雕刻手法和着色深浅的变化下,竟显现出远近高低各不同的意境。仔细一瞧,瓶身如水墨画一般,但又比水墨画更有立体感,让人不禁产生是印上去的错觉。

王尧君介绍,他创作这个作品比一般瓷雕要困难得多,这不仅因为图画里人物和风景繁多,还因为瓶身雕刻有一定弧度,与平整的瓷盘雕刻相比,又生出许多难度。仅临摹这一项,他就耗费了近4个月时间。到了下刀时,“更揪心,每一刀都得慎之又慎,生怕出丝毫差错”。

“雕刻时精神高度紧张,工作不到一小时就头晕脑胀,我就随时准备用洗头来降温。”王尧君说,他一般一个上午才能刻手指肚那么大,就这样,来回刻了七八遍。

四年雕刻时间里,王尧君像着了魔一样,庄稼活粗粗赶完就赶紧回家抱着瓷瓶子,一手握刻刀、一手拿放大镜,一点一点往前赶,终于在2010年完工。

农家生活亦是精雕细刻

现年56岁的王尧君,已经有三十多年的雕刻史。他高中毕业就进入原成武县工艺美术厂,成为一名刻瓷工人。随后,曾去江苏一家工艺厂,专门从事瓷雕工作,直到1998年才带着手艺返回家乡。

在家的这段日子,王尧君还将他的手艺运用在生活中,他的农家小院也平添了精雕细刻的诗意。在河南王村,王尧君的家很好辨认,因为门口竖着两只一人多高的大白石狮子,一只狮子在玩球,另一只脚下竟还有只巴掌大的小狮围绕其旁,憨态可掬的样子十分招人喜爱,这也是王尧君的杰作。

王尧君说,他对艺术的追求在生活中随处可见。盖房子的时候,他甚至参与了建筑设计。在王尧君家的堂屋门口,摆着两个巨大的类似“地动仪”的物件。物件的下半部分像花瓶,上半部分雕有龙头,盆口上方正对着屋檐的龙头水漏。

王尧君向记者解释道,这两个“地动仪”龙头以下的部分其实是实心的,除了装饰院落外,还有个专门设计的特定功能,下雨时,雨水从屋檐上的龙头“水阳沟”流入盆中,再从龙嘴流到地面,宛如一道瀑布。

王尧君的手艺在十里八村都很出名,很多人慕名参观。不少人都问他作品卖不卖。他每次都断然拒绝:“不卖!仅清明上河图这幅作品,算上成本和四年的人工费,十万元该不成问题,但我搞雕刻不是为了钱,而是因为喜欢”。

精品家轿新坐标
东风悦达起亚K2

近日,据东风悦达起亚菏泽正通4S店销售总经理刘强介绍,到东风悦达起亚K2展车已抵达该店,作为起亚汽车在中国实现全球首发的第一款车,K2是世界三大汽车设计师之一的彼得?希瑞尔专为中国年轻消费者量身打造的。这款集时尚、实用和精致于一身的汽车,将与那些拼搏进取、奋力前行的都市年轻一代,共同描绘未来的精彩,开拓人生新境界。

K2是继“精英格调新典范”K5之后,代表起亚全新高端品质内涵K系列车型,将越级与动感的概念全方位体现出来。其外观运用简约直线美学设计,线面融合、刚柔交错,营造动感、新锐的视觉感受。而家族虎啸式前中网和上翘的头灯融为一体形成的V字型,则更加凸显年轻活力的品牌性格。K2独有的战斧式轮毂以及双色后保险杠设计等点睛之笔,同样令人印象深刻。K2的车身尺寸得到了越级提升,长宽高分别达到4,370mm,1,700mm和1,460mm,其轴距更是达到了2,570mm,一举实现了同级别车型中最大的内部空间。配置方面,K2采用了诸如一键启动、6方位安全气囊、方向盘音响控制、MDPS电动助力转向系统等众多在中级车上才可以见到的高科技配置。此外,K2所搭载的1.4L、1.6L伽马系列的尖端发动机,其最大功率分别达到107马力和123马力,1.4L手动挡最低综合工况油耗仅为6.1升每百公里,保障了同级别无与伦比的动力性能和燃油经济性。

K2的全球首发即引来业界和消费者的高度关注和热切期待,“精致活力”、”K5小兄弟“等诸多好评纷至沓来,并赢得腾讯、网易颁发的“最佳车型设计”、“最时尚紧凑型车”等多项殊荣。相信这款精品之车定将凭借其独有的魅力征服中国消费者,在国内汽车市场中掀起一股实尚至上的越级高品质潮流。

2011年1-5月,东风悦达起亚累计销量近16万辆,不论新车K5、还是主力车型福瑞迪、智跑、狮跑等都有出色的表现,引领企业销量节节攀升。目前企业正向全年销量43万辆、跻身行业前十的年度目标大步迈进。与中高级轿车K5一脉相承的K2即将于下月上市,这不但将进一步扩展东风悦达起亚产品阵容和市场覆盖面,更将成为企业深耕细作中国市场的重要手段,助力企业品质及品牌形象的全面提升。

(彭举)