

# 洛阳小伙状告“世界陶王”

本报记者 李明德 文/图

## 核心提示

一个夸下海口：“这是我的第一件作品，到现在还是世界之谜。如果有人仿造出来，我这个楼都给他，三层2000平方米，包括这里面的资产都给他。”

一个勇于挑战：他说话太狂了，我只是看不过去。

挑战者花费9个月时间，终于仿造出了这个被称为“世界之谜”的陶艺工艺品。

可当他兴冲冲地和“世界陶王”交涉时，遇到了意想不到的答复。自己花费9个月的心血，到头来却是一场空梦。一气之下，他把“世界陶王”告上了法庭。法庭认为该事件已构成“悬赏广告”，并于2007年7月23日开庭审理了此案。

## “世界陶王” 电视节目中夸海口

“大哥，事情怎么样了？有结果没？”“还没呢，法院刚开庭，现在正等判决结果呢。”这一问一答，是孙震最近说得最多的话。

孙震如今成了“名人”，街坊四邻先前对这个略带腼腆的小伙子没什么深刻印象，可随着他与“世界陶王”邢良坤的官司越来越被媒体关注，街坊四邻都逐渐了解了平时很少说话的这个小伙子。一见面，最先问的，最爱问的就是关于官司方面的事情。而谈起这场官司的缘由，一切还得从开头说起。

2006年4月1日晚，吃完饭在家闲着无聊的孙震，顺手打开了电视。当手握遥控器选到中央电视台7频道时，《乡约》栏目正在播出土与火的传奇节目。刚开始，孙震也不明白节目内容是什么，只是觉得很好奇，就耐心地往下看。可当他看到该栏目讲述的是一个被称为“世界陶王”邢良坤利用泥巴做陶艺的传奇事情时，孙震被邢良坤的创业故事深深吸引了。

孙震是洛阳市房管局水电办副主任，在他童年的时候很喜欢玩泥巴，平时没事了就制作些小工艺品，送给伙伴玩。中学毕业后去部队当了兵，3年的部队生涯，使他锻炼成了一名不服输的倔强小伙子。从部队回到洛阳市，他被分配到了洛阳市房管局做了名水电工，平时工作不忙了依然闷在家中制作些简单的小泥巴工艺品送给朋友或者同事。

节目中，让孙震兴奋不已的是邢良坤所说的那段话。“这是我的第一件作品，到现在还是世界之谜。如果有人仿造出来，我这个楼（指位于大连的邢良坤陶艺研究所）都给他了，3层2000平方米，包括这里面的资产都给他……”



孙震和他的陶艺

在央视主持人惊奇追问下，邢良坤还特别强调说：“如果电视机前的观众也能做五层，就这样一层一层地搁进去，能吊起来就行，偏一点，斜一点，我都不计较……”素有“世界陶王”、“陶艺狂人”之称的大连陶艺家邢良坤，当众展示他的陶艺作品“五层吊球”时，还不忘夸下海口。

也许有人说邢良坤“狂”，可人家确实有狂的资本。自1989年开始，没玩过泥巴的他，开始专心做起了泥巴，烧起了陶艺来。为此，他不惜把几百万家产“烧空、玩空”，最困难的时候连吃饭都成了问题，经常跑到朋友家去蹭饭吃。在经历了无数次失败后，他终于摸索出了一套方法。至今，邢良坤创作出4万多件被誉为“三分人工七分神力”的陶艺作品，取得了“立体开片”、“网釉”、“红天目”、“吊球”、“转心瓶”等20多项国家发明专利，获得了吉尼斯“国家发明专利之最”证书。

在邢良坤加冕“世界陶王”后，“刑陶”成为海内外人士收藏珍宝。曾有国外人士开出1300万美元买他的100件作品，他坚决不卖，最后大手一挥，全部送给别人了，因为他的作品向来不卖只送。至今，他有26件作品被作为国宝，永久保存在了北京故宫博物院，而此处以前还从未收藏过近代陶艺作品的先例。此外，世界上100多个国家和地区的博物馆及政要名流都收藏有他的作品。英国维多利亚博物馆馆长柯玫瑰撰文评价说：“传统的技术曾使中

国艺术家在陶艺界沉默了几百年，然而邢良坤却开创了一个新的时代。”

邢良坤之所以牛是人家有资本，狂的是人家确实有实力。可令他做梦也想不到的却是，他在电视中的那番狂言，引来了一场官司。

## 洛阳小伙 耗费9个月破解难题

孙震看完节目后，久久不能入睡，躺在床上翻来覆去，脑海中不断闪现出被称为“世界之谜”的五层吊球样子，和邢良坤的豪言壮语。“他说话太狂了，前无古人他可以说，但不能说后无来者呀，他确实取得了不一般的成就，他的作品也许是世界之谜，制作起来难度非常大。”虽然难度大，可孙震还是决心挑战，不为别的，就是要证明自己，让陶王知道天外有天。

你既然能创造出个“世界之谜”，那我就能破解你这个谜。经过多天的深思熟虑后，孙震决定挑战邢良坤，破解他的“世界之谜”。

说干就干，几天后，孙震骑着摩托车到郊区挖回来了泥土，开始利用业余时间在家中的阳台上研究制作起“五层吊球”来。

既然人家敢夸海口，难度肯定不小，也不是随便就能做出来的。开始制作前，孙震把电

视里的那段节目从网上下载下来，不断在电视里播放、观看、思考。孙震看到邢良坤所展示的“五层吊球”外径约20厘米，高约25厘米，共有大小5个球相套，层层都有死环相扣，而且每个球体的表面都对开小口，可以一眼看穿，堪称精巧绝伦。尽管孙震以前从未见过“五层吊球”的样子，但他能够感觉到制作的核心难度，由于泥土在烧制前是软的，最初由内向外对每一层球体的支撑和固定很不好掌握，用力、时间、粘接等，稍有偏差都会导致失败。

孙震说：“制作这样的吊球肯定要有支护，他分析得出邢良坤采取的应该是拉坯火焰定型法。即逐一每一层球体一边拉坯一边火焰定型，这是一种外部支撑法。可孙震因为条件有限，只好用简单的工具进行手工操作，寻找了一种内部支撑法，即选用适合支撑物，用做两层球体之间的内部支撑，待球体达到适当的硬度后，取出支撑物，再如法炮制下一层球体。可真正做起来，孙震才真正体会到了难度。首先是在填充物的选择上，他费了很大功夫，开始用的是浇上蜡油的毛线做成个吊球形状的圆形物体，再一层层地粘上泥巴，可是做好后不方便取出来。之后，孙震又想了很多办法，可每次都失败而告终，这让他感到十分郁闷，一度曾想放弃。

一晃，制作已经有9个多月了，可还是没成功，吊球制作陷入了停滞。有时候，他做梦都在思考，梦到了做出吊球的样子，兴奋中的他大声的梦话惊醒了熟睡中的妻子和儿子，看到他依然固执地痴迷五层吊球，家人都认为他精神上不正常了。

就在家人怀疑孙震精神上有问题时，一次意外的制作使他成功了。那是2007年2月份，他又试验了多次，终于把最里面的两层球体成功包了起来。那一刻，他激动地流下了兴奋的泪水。

随后几天，他层层飞速突破，很快就做成了第一个“五层吊球”，功夫不负有心人，终于成功了。更让他兴奋的是，他所制作出来的这个“五层吊球”比邢良坤制作出的更小，更精巧，难度也更大。

“世界之谜”被孙震破解了，倔强的他终于用事实向“世界陶王”证明了他所说的话是错误的，是不负责任的。

## 状告“世界陶王” 洛阳小伙讨要说法

然而，令孙震想不到的是，自己耗费了9个月的心血制造出来的“五层吊球”却没能得到陶王邢良坤的认同，一气之下孙震把邢良坤告上了法庭。

孙震把制作好的“五层吊球”拍成照片，按照邢良坤所说的电子邮箱地址发了过去，可后

来孙震多次打电话给邢良坤催问此事，邢良坤一直称没收到照片。没办法，他只好用特快专递寄了过去。

2007年2月上旬，邢良坤在电话中告诉孙震，他已经收到了照片，提出孙震所制作的“五层吊球”内部旋转不好，容易碰壁。而他自己的则能像轴承一样旋转，且不会碰壁，一听这话孙震蒙了。因为邢良坤当初并没提出这么多苛刻的附加条件啊！随后邢良坤一直没给他一个明确的答复，这让孙震感到既无奈又很尴尬。

无奈之下，孙震只好通过律师给邢良坤发去了律师函，准备进行协商。在律师函中记者看到：由于邢良坤在《乡约》节目中公开悬赏是众所周知的事实，悬赏内容清楚了，而孙震已经完成悬赏要求的行为，制作出多件作品。目前，虽不能肯定孙震的作品是否能与您的作品媲美，但是，可以肯定的是，其作品的完美程度已经远远超过了您在公开悬赏时要求的条件，因此，孙震先生依法有权要求您履行公开悬赏时的承诺。同时，随律师函发去的还有孙震制作的“五层吊球”照片及视频。在律师函中，律师还建议，双方能够积极协商，解决该悬赏合同纠纷。

孙震随后又按照邢良坤所提出的要求，把所制作的“五层吊球”进行了技术改进，甚至还制作出了“六层吊球”。可与邢良坤联系时，依然得不到陶王的认可。邢良坤在电话中对孙震说：“那是不可能的，我的那个五层吊球不可能有人仿制出来，孙震的作品跟我的完全是两码事。”孙震听到陶王竟然这样说，肚子里是窝满了火，自己的辛苦并没得到认可，而且陶王还要起了赖，这让孙震伤透了脑筋，一气之下，他一纸诉状把邢良坤告上了法庭。

2007年6月8日，孙震向洛阳市涧西区人民法院提交了民事起诉状，请求法院确认邢良坤“关于‘五层吊球’制作悬赏广告合同成立并生效，同时承担自己因本案支出的合理费用8000元及本案诉讼费费用。

经过漫长的等待，2007年7月23日，洛阳市涧西区人民法院开庭审理了该案件。开庭期间，邢良坤本人没有到庭，委托辽宁箴言律师事务所律师秦广做了法庭辩护，孙震本人以及河南洛太律师事务所的杜鹏、吕进两位律师作为原告方，做了法庭陈述。经过近3个小时的法庭调查、法庭辩论、法庭调解等程序，审判长于中午12时宣布休庭，择日宣判。

至今，洛阳市涧西区人民法院仍未对该案件下判决结果。在接受本报记者采访时孙震说：“打官司并不是我的本意，我只是想证明给邢良坤先生看，后来者。只想通过这件事情，唤醒更多的人能够明白这个道理。也更希望把中国传统的陶艺艺术，更好地传承发扬下去。”

## “快男”VS“彗星”

# 耐人寻味的“造星运动”



海南的陈楚生 资料图片

## 核心提示

“快乐男声”圆满落幕了。海南的陈楚生成功夺冠了，“花生”们心满意足了。事情过去半个月了，海南的乡亲不再为“快男”心潮澎湃；作为“粉丝”的少男少女们的“疯狂”也收敛了许多。然而，在“快男”的“高烧”退去后，我们不禁思索：它留下了什么？

## 那是一场“战斗”的胜利

7月20日这一天，不管是海南的本土居民还是外来人士，他们共同在为一场“战争”的胜利而坚持着。这场战争的一线队员就是在湖南卫视“快乐男声”决赛现场的陈楚生。

他，的确不是一个人在战斗。在决赛前，海南的万名“花生”就签名于长幅支持他夺冠。该长幅长9米，宽90厘米，据“花生”介绍，这意

味着“九九归一”，可谓是用尽心良苦。前来捧场签名的也不乏花甲老者。说到支持，投票那是少不了的实际行动。海口明珠广场卖手机的陈小姐感慨：“近段时间来手机卡好多卖了，这都是沾了快乐男生的光！”据一位销售手机卡的老老板说，有一个男子一次就购买了200张手机卡。海南一家农场还为支持陈楚生拨了2万元专款为其拉票。

前方“战斗”的枪声还未打响，后方已准备得热火朝天。三亚“花生”团中年龄最大的“花生”是50多岁的麦某，他自从成为“花生”后就戒掉彩票，改为给楚生投票了。可怜家乡父老心啊！陈楚生也不负众望，通过“海选”走进了全国观众视野，赢得了“快男”的冠军，为海南挣了光。

是海南人赢了“快男”这场“战斗”的胜利。一位网友感言：不为“陈楚生”，只为“海南人”！某网友在博客中分析，陈楚生之胜利，外来因素大于个人因素。

夺冠后的陈楚生，一时间成了人气王，名气暴涨，火速接下数个广告代言；所用吉他以3.8万高价拍卖，飞机坐头等舱……

8月4日，陈楚生终于荣归故里。衣锦还乡后，陈楚生立马被邀请担任“三亚市旅游形象大使”，三亚市政府将其作为又一张城市新名片进行城市推介和宣传。海南农垦系统也愿意邀请陈楚生作为橡胶等热带经济作物的代言人。

## “粉丝”， 该打一针“镇定剂”了

今年6月30日，陈楚生在海南的那场见面会共有上万名歌迷来捧场。现场曾一度混乱，保安人手吃紧，媒体也报道说“场面火爆有余，秩序不足”。7月7日北京拉票会被主办方取消，不少歌迷当场失声痛哭，足见他们追“快男”的疯狂程度。陈楚生做客某媒体的2个小时内接了近20个电话。广州一“花生”在楚生做客之前就打了10个电话，惟恐到时抢不到热线。天津一男“花生”坚持不懈终于打进热线，当被告知陈已经去彩排了不能接听电话时，他哭了……

“粉丝”们的举动确实是匪夷所思。一场选秀娱乐“快餐”，竟然能如此的深入少男少女们

的心，让他们为之疯狂。

然而，就在“快男”的战火烧得最旺的时候，国内又产生了一条值得关注的科技新闻。据报道，7月11日，18岁广州男孩叶泉志和台湾鹿林天文台合作发现了一颗新彗星，被国际天文联合会命名为“C/2007N3 (LULIN)”彗星。据了解，这是广州天文爱好者首次发现新彗星，也是我国天文爱好者第二次发现新彗星。但是，与“快男”的万人歌迷场面相比，叶泉志却没有那样的“好运气”，媒体对其的关注程度也不如“快男”等选秀娱乐节目那么热衷，几乎是“视而不见”。

科学，也许是“阳春白雪”的缘故，不易被大众所接受。冷静思考，“快男”的选秀节目固然能拉动GDP增长，但国家发展靠的是生产力的发展。“科学技术是第一生产力”的论断我们是再熟悉和认同不过的了。但当今时代，“八九点钟的太阳”们对此的认同度和实践性，有时竟被“追星”的狂热冲掉了！当然，让每个人都成为科学家，每个人都热爱科学，这也不切实际。但是，媒体和社会有责任营造一种科学、用科学及崇尚和追求科学的氛围。有关人士不禁呼吁，是应该给少男少女的“粉丝”、“花生”们来一针镇定剂的时候了。

## 生活， 也需要抚慰心灵的音符

陈楚生的折桂，除了众多的乡亲和大量“花生”为他拉票外，更重要的是他的歌声吸引了现场评委和场外众多观众。“在不知道你是海南人之前，我就不断地让一些在外的朋友说，一定要支持你，因为你的歌太好听了，都唱到我们心里去了”，一位“花生”在短信里如是说。海口某街道办的陈大姐说，陈楚生“山泉般清澈的声音和那在琴弦上蝴蝶般翻飞的手指，将一首老歌演绎出非凡韵味”。

陈楚生的那首原创《有没有人告诉你》风靡在受众中，传唱在大街小巷，说明了他的歌被大家所认可的程度。著名歌手巫启贤称赞陈楚生唱作俱佳，有关娱乐机构也有意将其往健康、高端的方向打造。据报道，“快男”三强里，其他两强的女“粉丝”占到了七成左右，而陈楚生的男“粉丝”占了44%，说明了更多的人确实

在认真聆听和感受着这歌声带来的欢愉。

当罗大佑、beyond及许巍的歌声刚刚飘过中国流行乐坛，我们还期待着更多的原创新曲能沁入我们的心脾时，德艺双馨的新人辈出，确实能让我们感到一丝欣慰。陈楚生是否会成为乐坛新人中出色的一员，仅凭一两首歌还不能证明，还需要更多的时间来考验。但是，生活，既需要理性的科学知识，也需要快乐的音乐来陶冶我们的情操，慰藉我们的心灵。中国乐坛，似乎已经太久没有一个可以让我们静静地坐下来聆听的歌手了。

“快乐男声”落幕了，陈楚生的音乐之路才刚刚开始，而“造星”运动留给人们的思考更是耐人寻味。

据新华社

## 链接

### “造星运动”折射了什么

“造星运动”作为一个电视娱乐活动，迅速蹿红，报名者踊跃，收看者甚众。更作为一种文化现象，引起社会的广泛关注。随着它的即将落幕，人们对此的争议也变得十分激烈。褒者极尽赞扬，认为这个活动以无门槛的低姿态吸引公众的广泛参与，以自由挥洒的形式让登台歌者和观众尽情娱乐，以观众为真正评委的遴选方式让观众最终决定谁能胜出，把一种通俗文化“娱乐”到了某种极致。

贬者讥为恶俗，认为这个活动缺乏社会责任感，没能引导观众欣赏高雅文化，去提高文化品位和修养，反而一味地为收视率而媚俗，更容易误导青少年。

“造星运动”的是是非非自有众人评说，这里不必过多置喙。其实，“造星运动”的兴起，在一定程度上折射

出一些高雅艺术难以走近大众的尴尬现实。

“造星运动”被称为“一场没有门槛的大众歌会”，只要你想唱，你就有机会在电视屏幕上唱，没有任何限制。不能说，我们的许多高雅文艺门槛还太高。这个高门槛，当然有高雅艺术本身特点决定的因素，但曲高不一定和寡，关键是一些体制、机制的原因，让人们难以迈进这个门槛。

“造星运动”让人们趋之若鹜的一个重要原因，在于它注重互动性，强烈地鼓动了观众情绪。然而，高雅艺术在市场上的存在形式，大多是我唱你听，我演你看，让观众觉得自己太远。

随着生活水平的提高，人们的文化需求呈现多元、多样化趋势。人们需要文化娱乐，以轻松休闲、释放心灵、缓解紧张情绪等等。但更需要健康的、有品位的文化娱乐，并不排斥而是希望获得高雅艺术的陶冶。

弘扬先进文化、传播高雅艺术，提升人们的文化修养和素质，是社会发展的要求，也是时代赋予我们的责任。这里关键是要坚持“三贴近”，采取多种形式，创新传播途径和方式，不仅要让群众喜闻乐见，更要让群众参与其中，在娱乐中提升自己的高雅文艺品位，在高雅艺术的享受中更好地娱乐。这样，先进文化、高雅艺术才能牢牢占领文化娱乐市场，占领人民群众的心灵，成为人们精神生活的主流。这，值得每一个文艺工作者深思。

文文



快乐男声 资料图片