

在全国很罕见。THISARMY品牌方预估自己的无形资产目前可达两三千万元，而且未来市场潜力巨大，难怪刘昱阳野心勃勃地要做“中国文化走向潮流市场的第一品牌”。

老陕谁还不会玩个泥？

暑假高峰期，上午9点，韩平哲就在自己的工坊开始接待第一批研学游客。

今年3月底，韩平哲和女儿将自家的秦王文物复制厂秦俑制作体验中心进行了改造，这个体验中心距离博物院只有几百米距离，改造后被分成内外两个大厅，接待团队的能力提升了不少。

每个清晨，工坊一开门，大厅里的电视就开始反复播放中外媒体采访韩平哲制作兵马俑的故事。

两位从美国来的游客与翻译走进大厅的时候，韩平哲正在给一个小型团队讲解如何盘泥条，他说了一句“老陕有句名言，谁还不会玩个泥”，引得大小学员们一片哄笑，现场气氛顿时活跃起来。

韩平哲被称为兵马俑仿制的“活化石”，他参与并见证了兵马俑仿制行业从辉煌走向没落，再接受市场洗礼走向转型与提升的过程。经过大浪淘沙之后，67岁的韩平哲也终于明白，要真正玩好这块“泥”，可并不是一件简单的事情！

1975年，因为考古工作需要，秦俑考古队在当地急招了多名临时工，先前学习过陶器制作技艺的韩平哲有缘加入考古队，参与了部分兵马俑的发掘与修复工作，亲手触摸到了兵马俑。

考古工作进入常态后，韩平哲又在博物院门前给游客拍照，但随着做拍照生意的人越来越多，他觉得自己必须得重新找一门可以养家糊口的技能。当时临潼还没有人会复制和售卖兵马俑，他经人指点找到当时唯一一家制作

兵马俑复制品的国营工厂，成了厂里的一名临时工。

韩平哲性格温和，手脚也勤快，加上有一定的基础，很得师傅喜欢，他由此也获得了参与兵马俑复制品模具制作、陶器烧制等各个步骤的机会。韩平哲说：“其实这个活，最重要的就是不断积累制作经验。”

1983年春节，韩平哲开始筹备在临潼家中用模具复制兵马俑。经过不断尝试，他突破了批量复制兵马俑的技术难点，接着又想办法解决了用泥的问题。自此，在自家三间屋子里，他每年制作两三万个15-35公分不等的复制兵马俑，“基本都能售卖一空”。上万元的收入，真是让乡亲们“开了眼”，也吸引很多人开始加入这个行业。

与只想赚快钱的村民们不同，韩平哲不满足只做小型的复制品，他想制作不开裂、器型高大的陶俑工艺品。他不断琢磨改进工艺，从选土到泥胎的制作、烧制、彩绘，反复试验。1985年，韩平哲制作出“一号兵阵”，陶俑造型各异、形象逼真，引得市场和同行一片叫好声。“我给省市的外贸店送去了一批，特别受外国游客的喜欢。于是就通过外贸部门开始接国外的订单。”韩平哲说。

韩平哲清楚记得，1987年，他接到一个22万元的大订单。“这笔单子的利润就有10万元。”韩平哲和他的作品撬动出大量的国外市场需求，周边村子很快涌现出多家仿制兵马俑作坊和工厂。“90年代，我们这一带很多厂子都是整车皮的往国外发货。”

随着名气越来越大，韩平哲随陕西省文化交流中心出访了与陕西省建立了友好省州关系的美国明尼苏达州。1997年，他为世界儿童癌症基金会捐赠了作品。他与他的工厂也频频出现在德国西南电视台、美国《国家地理》、英国BBC电视台以及《探索与发现》等国内外媒体上。

制作兵马俑仿制品的工序非常复杂，从和泥、



韩平哲接待来工坊研学的游客



正在学习如何复制制兵马俑的外国游客