

# 乡村振兴背景下瓷器市场开发与创新 ——以彭城磁州窑为例

王润泽 李梦琳 郭少龙

河北经贸大学

**【摘要】**磁州窑工艺是国家级非物质文化遗产，素来有着“南有景德，北有彭城”之称。作为我国北方传统民间陶瓷的代表之一，其产品融合了中国传统陶瓷艺术的精髓，是中国陶瓷艺术的重要组成部分。随着市场经济的发展和产业变革，仅仅依靠过去的技术和理念已经不足以满足市场需求。本文通过研究磁州窑陶瓷的艺术创新与经营理念变革，寻找提升其核心竞争力的策略，使其能够在现代化瓷器市场竞争中能够得到更好的发展与传承。

**【关键词】**陶瓷；非物质文化遗产；竞争力；创新变革

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.1592

## 一、历史沿革

7500年以前，邯郸峰峰地区的早期原始居民就已经开始烧制古陶器，彭城地区北部几十里的新石器时期遗址，已经出土过红陶器等古代陶制品。中国社会科学院也因此以“磁山文化”来命名这里，确定了这个地区拥有悠久长远的古陶器制作历史地位。南北朝时期，彭城地区属于京师附近的经济文化发达地区，陶冶工艺全国领先，技术也趋于成熟，已能够烧制出白瓷等高质量产品，由陶到瓷，无疑是一个巨大的飞跃。宋代之后，磁州窑瓷器开始步入兴盛时期。宋代北方民间瓷器的典范，毫无疑问是磁州窑。无论在造型还是装饰上都独具一格。元代之后，陶瓷烧制逐渐走下坡路。清朝末期，随着国外工业革命的完成和烧瓷装饰技术的完善，整个社会开始对“洋瓷”有了极大的需求和推崇。同时，由于闭关锁国的政策，开放口岸位于广州，北方的磁州窑发展受到地理位置等因素的限制，市场份额逐渐下降，影响力也慢慢减小。

## 二、磁州窑陶瓷介绍及发展现状

磁州窑陶瓷在工艺上种类丰富，其中的特色有白地黑釉、黑釉剔花等。装饰上风格有许多，但是最重要的代表作分为两种。一种是文人画式的写意装饰绘画，而另外一种则是装饰性比较强的纹样绘画。磁州窑仿佛对诗艺术有着独到的热爱，器物大多以诗文装饰，款式随意多变。在造型方面，在古代主要生产民间日常用陶瓷，还有部分供使用的玩具、文具、娱乐用品以及多种塑瓷。现代陶瓷业务较为全面，拥有日用陶瓷、艺术陶瓷、工业陶瓷、包装材料、建筑陶瓷、电瓷以及陶瓷花纸等多项业务。

生产主体与经营模式主要分为两种，一种是以手工艺人为主的作坊模式，由于世代相传，彭城地区拥有大批优秀的传统艺人，此外还有许多从工厂下岗的传统职工，以家庭为单位购置设备和原材料，在家庭中以作坊形式进行生产。另一种则是陶艺大师，以制造艺术陶瓷为主，通常以作品形式，多在工作室制造靠熟人引荐或与客户本人直接接触进行交易，也有部分作品通过代理商经销商展卖出售，个别作品捐赠给艺术馆、博物馆及展会。

尽管如今磁州窑鼎盛不再，但是彭城一直保持着全国八大陶瓷产区之一的位置。主要品牌有裕行、佳美、春蕾、白玫、磁州安氏等，年产日用陶瓷超过2.5亿件，建筑类陶瓷1000多

万平方米，陈设类艺术瓷1000多万件。产品远销50多个国家地区。2018年以来磁州窑开始设立文化产业聚集区，到目前为止已经入驻陶瓷手工作坊、小中型企业100余家，一个集文化产品研发、生产制造、文化创意、会展交流等多种项目类型为一体的文化产业聚集区已经逐步发展起来。

## 三、磁州窑陶瓷发展环境SWOT分析

### （一）内部因素

**优势（S）：**首先，制瓷产业历史悠久，早在五代十国时期就已经开始发展，在宋元时期就已经达到过鼎盛。品牌基础较好，产品的受众人群较为广泛，享誉国内外，上至达官贵族，下至普通百姓。其次，产业链较为完整，多年的发展和经营，使得地区的设计、生产、加工、销售、服务、推广等多环节均有着成熟的经营模式，企业之间的协同合作较为融洽。此外，制瓷产业属于高能耗产业，需要大量的能源支撑，而彭城磁州窑地处邯郸峰峰矿区附近，具有丰富的煤炭资源、陶土原料、以及黏土等稀有材料。同时，磁州窑陶艺作品风格更为突出、鲜明多样。花鸟瓷器的绘画图式更加简约、空灵、清澈。而生活用陶瓷风格更为大胆奔放。磁州窑陶瓷装饰绘画题材带有疏淡简远的风格特征，气韵生动、构思奇特。独特的艺术使得市场认可度较高。最后，拥有数量惊人的技术工人和陶艺大师，对邯郸磁州窑产业集群有着极为可观的帮助。

**劣势（W）：**峰峰矿区独特的天然地理位置，是邯郸重工业起步的优势，但随着多年的建设，环境污染也成为了一个严重问题。随着河北轻重工业重心的迁移，国有陶瓷企业的破产改革以及观念等因素的改变，磁州窑近年来在市场上的竞争力有所下降，缺乏核心品牌和国际品牌。与河北唐山、广东佛山、江西景德镇、以及山东淄博等地的陶瓷品牌企业相比较，企业文化不够完善，在知识化经济的当代社会，没有足够的影响力和宣传力度营造属于自己的模式。民营企业众多，而没有统一的龙头企业带领。并且资源有大量重复建设、浪费严重，资源有效利用率低。同时陶瓷产业传承人逐步减少，没有足够专业的相关培训教育，进而导致经济逐渐萧条。

艺术化与市场化是磁州窑发展的两大问题所在，这其中出现了两种极端，首先是市场的片面化。长期来看，趋利避害的利益问题、管理的混乱程度，使得磁州窑在竞争中没有取得有利地位，产生了恶性竞争、质量不过关。又因为一味追求利益

而不进行审美创新,进而蒙蔽了消费者和艺术家的双眼,破坏了磁州窑陶瓷发展环境;其次是陶瓷商品片面化。磁州窑艺术品不单单是普通瓷器,要将其艺术价值和产品功能做到较好的结合。

#### (二) 外部因素

**机遇(O):**国家产业的升级,导致日韩等陶瓷大国已经逐步将劳动密集型制瓷业放弃,而采取进口模式,为中国的陶瓷产业提供了大量的商机。随着南方产业的飞速发展,导致劳动力成本的上升,陶瓷等制造业已逐步向北方地区以及三线城市发展。邯郸等三线城市的城市化进程推进,城市建设以及房屋装修等项目需要大量建筑材料,也为陶瓷产业提供了大量的需求。因此邯郸磁州窑陶瓷有着极大的发展前景。

**威胁(T):**陶瓷产业属于高污染、高能耗产业,在贯彻落实2035碳中和理念的道路上注定不会一帆风顺,会成为国家宏观调控的重要对象,进行能耗转型则会使成本上升。国家出口退税下调,会导致工业技术相对落后,国际竞争力低的整体国内陶瓷产业受到不小的冲击。此外人民币升值的同时导致劳动力费用低优势逐渐削弱,对于陶瓷等手工业劳动密集型产业压力会逐步增加。在知识经济化的今天,固有模式较为僵化的手工业等传统产业进行技术革命和产品创新需要时间周期不会很短。

### 四、创新思路与变革

#### (一) 注重人才培养机制,加强环境建设

陶瓷从业人员不够稳定,艺术设计较为落后,因此发展人才是行业首要关心的目标,做好对艺术类、设计类优秀人才的引入,给予高福利并进行员工文化培养,做好企业文化的传承,增强员工的认同感和归属感。聘请陶艺大师进行讲座和开展工作指导,建立相关的人才教育培养机构,积极鼓励并进行资源倾斜与福利补贴。在进行指导教育的同时,也可以利用相关师资力量,使得发展建设起步较快。同时积极引导产业向“绿色陶瓷”工艺发展,控制污染源,降低废气废水排放,有效进行废品回收利用。在合理规划市场环境的同时注重人才环境以及人文环境建设。

#### (二) 拓展营销渠道,打造新媒体运营链

陶瓷企业可以建立销售网站,也可以与第三方交易平台进行合作,可能刚开始的模式不够成熟,但需要一个由量变发展到质变的郭晨。一旦打造一条成功的经营模式,就可以对整个磁州窑陶瓷形成飞跃式的促进。此外可以建立网上陶瓷交流平台,进行社区模式管理,基于WEB2.0形成群体互动,在互动中可以促进消费。同时可以运营更新企业文化以及好物动态,能够让消费者和商家拥有直接的交流和更近的距离。

此外还可以利用物联网优势,将商品鉴定书打上条码,一物一码,能够在防伪上获得较好的效益,并且可以做到网络销售商品的流程与物流状态全程锁定,让消费者更加安心,有利于口碑的打造。

#### (三) 品牌塑造,打造“非遗名窑”品牌

磁州窑制瓷技艺作为国家非物质文化遗产,应该在品牌塑

造过程之中,努力争取政府媒体的大力支持,同时也要配合公益广告进行宣传。在服务于社会的同时,扩大自己的名气。磁州窑目前已开始建设“陶瓷艺术”文化创意基地。此外眼光不要仅仅局限于河北省及其周边,要将目光放眼全国,针对不同民族的特色与风格,进行有针对性的风格设计以及规划,同时根据民俗习惯、文化底蕴、内在需求等进行文化创作,让全社会看到非遗文化遗产价值所在,联合杂志、广告传媒、文娱等多产业进行合作。

#### (四) 扩大投资力度,举办国际性陶瓷论坛博览会

为弘扬磁州窑文化,磁县已经于2010年开始举办国际磁州窑论坛,但这远远不够,仅行业人士了解,而外圈人士并没有对其有着更为深入的认知。2018年,中国磁州窑博物馆与韩国国立光州博物馆正式签约。只有通过将名气打出来,才可以在国际上拥有自己的产业知名度和稳定客户。想要长远的发展,就必须把眼光放在前瞻,而不是仅仅看重眼下的利益。

### 五、结语

磁州窑制瓷技艺作为国家非物质文化遗产,应该受到传承与弘扬,加大文化艺术的创作,加强对磁州窑文化艺术的挖掘,合理利用新时代的现代化技术。打造属于自己的企业品牌,善于运用现代化营销策略,磁州窑瓷器必定得到极大的发展,在市场中拥有自己的地位,在新的时期演绎自身文化与中国陶瓷精神。

#### 参考文献:

- [1]张毅超,王志新. 磁州窑的艺术创新与品牌塑造[J]. 大舞台, 2017(8): 93-96.
- [2]李欣,潘静,赵焕刚,等. 文化产业背景下磁州窑艺术的创新性研究[J]. 邯郸职业技术学院学报. 2013(4): 23-25. DOI: 10.3969/j.issn.1009-5462
- [3]侯佳,史庆丰,程佳. 茶文化视域下借力“一带一路”推进民族陶瓷艺术传扬探索——以河北磁州窑陶瓷艺术为例[J]. 福建茶叶, 2018, 40(6): 280, 282
- [4]董龄焯,李书青. 浅析“磁州窑”的品牌战略[J]. 华章, 2013(33): 86-86.
- [5]石志远. 磁州窑陶瓷艺术市场化及互联网经营模式研究[D]. 河北: 河北大学, 2013.
- [6]王伟. 两宋磁州窑写意花鸟与文人画的异同[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2011(6): 109-113.
- [7]刘丽坤,刘曼曼,赵新伟. 浅谈河北非物质文化遗产磁州窑陶瓷的发展与保护传承[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019(3): 154-155.
- [8]梅一. 磁州窑文创产品的设计思路[J]. 河北企业, 2016(7): 144-145.
- [9]秦一帆. 论企业品牌营销——以磁州窑品牌为例[J]. 理财(财经版), 2020(2): 95-96.
- [10]张文娟,王晓梅. 当代磁州窑陶瓷的发展现状与建议[J]. 陶瓷学报, 2013, 34(3): 372-376.