

江西景德镇市陶瓷直播电商年交易额达70亿元至75亿元——

## 千年窑火越烧越旺

本报记者 郭静原

近年来,随着传统文化“回归热”,国潮国货当道,陶瓷赢得越来越多年轻人的青睐,大众消费热情持续升温,拥有深厚文化底蕴、超凡匠人工艺和丰富艺术创意的景德镇陶瓷蓄势奋起,正重新擦亮“千年瓷都”的金字招牌。

## 流量汇聚创意街

夜幕降临,景德镇凤凰山下的陶溪川文创街区被灯光勾勒出金色线条,百米长街依次铺开一米见方的展示台,用陶瓷制作的冰箱贴、卡通摆件、吊坠手链等一件件生动有趣的陶瓷产品形成别样风景线。

在一处摊位,图案不一、造型各异的玲珑瓷茶杯在光照下晶莹剔透,吸引了众多前来询价和购买的游客。“夜市给了创业者展示的机会,也让更多人认识和喜欢我们的创意作品,一晚上卖出三四十套不成问题。”摊主郑均说。

2019年底,在外打工的郑均回到家乡景德镇开始陶瓷创业,创办了“云间玲珑”工作室。“传统玲珑瓷大多出现在青花纹样的餐具中,且透光的孔眼形状单一,我们创业要是还一成不变,那就没意思了。”郑均告诉记者,通过把孔眼雕刻成不规则、有设计巧思的图案,并配合新颖的古风彩绘,他制作的玲珑瓷茶杯经常让人眼前一亮。“大家越来越追求精致的生活,有创意、有趣味的产品更加能赢得受众。”郑均说。

每一件作品寻求知音的背后,都离不开平台的支持。景德镇陶瓷文化旅游发展集团董事长刘子力介绍,陶溪川由老厂房改造而成,工业遗产摇身一变成为开放的“双创”空间和文化创意街区。创意集市每周五、六晚开市,从2016年启动时的55个摊位发展到如今每周有近2000个摊位。为了给消费者展现更多元、更新鲜的陶瓷商品,每月还要重新报名和筛选摊位。

“这只雨花石冰梅杯是出自春风祥玉的新品,大家看杯子的冰梅花纹,混水淡淡相宜……”在位于陶溪川LIVE直播基地里的墨舍直播间,主播墨墨在镜头前轻车熟路地介绍着产品工艺、图案和寓意,讲述着一件件手工茶具背后的故事,拉近了观众和器物之间的距离。

去年6月,看准直播商机的墨墨第一时间入驻直播基地,销售来自景德镇50多个知名窑口的手工陶瓷产品。凭借丰富的陶瓷知识和幽默风趣的风格,她迅速积累了一批粉丝,直播最晚要持续到凌晨3点,月销售额平均2000多万元,成为陶瓷直播带货领域的头部主播。

“经过一年多发展,直播带货已经成

为景德镇陶瓷发展的大趋势。”陶溪川LIVE直播基地负责人刘宁说,直播基地于2020年7月正式启动,截至今年9月,完成2500余家商户入驻,累计线上带货27.8亿元,不仅拓展了陶瓷线上交易渠道,促进了陶瓷生产及贸易,也极大地展示和传播了“千年瓷都”景德镇的陶瓷文化。

## 飞入寻常百姓家

集市摆摊有温度,电商直播能吸睛,当陶瓷手艺人汇聚在一起,总能碰撞出新的流量密码。那么,陶瓷领域的老牌国企又能否满足消费者的期待?

走进位于景德镇陶瓷工业园区的红叶陶瓷展销大厅,记者碰到从浙江金华自驾来景德镇游玩的李玉楠一家。“8年前,我结婚时买了一整套红叶品牌吉祥如意主题的餐具,每次吃饭,都得到家人朋友的一致称赞。这次路过实体店逛逛,没想到种类和样式这么丰富,看得我眼花缭乱,看啥都想买。”李玉楠说。

陶瓷市场竞争激烈。作为率先荣获日用瓷“中国驰名商标”的红叶陶瓷,如何突破发展瓶颈,赢得顾客认可与信赖?在景德镇陶瓷集团有限责任公司党委委员邢浩看来,消费者有自己的美学主张,并非简单盲目地支持“国潮”。“譬如,年轻人偏好北欧简约风的餐具、茶具套组,我们就以景德镇优势工艺为基础,结合时下流行的简约美学,大胆创新实践,推出一系列红色主题陶瓷产品,很受年轻人喜爱。”

不仅如此,消费者更加注重消费体验和售后服务,陶瓷也不例外。“过去‘以产定销’的模式走不通了,我们积极布局网络平台建设,尝试直播带货,线上线下都配备‘贴心管家’服务,只要顾客提出想法和诉求,贴心管家都能给出陶瓷产品搭配建议。”邢浩认为,营销端的电子商务化就是用亲民的价格和“私人定制”式的服务持续完善陶瓷产品在线上线下的无缝对接,满足用户个性化消费需求,打破“电商销售都是低劣货”的固有观念。

坚持创新引领,才能积蓄品牌自身的亲和力。红叶陶瓷坚持研制和生产以釉中彩装饰为主的日用瓷,不用担忧陶瓷产品含铅镉等有害成分;研发投入占销售

收入的7%,尽可能多地吸纳年轻力量,不断优化原料配方,设计更符合现代审美、传统与时尚紧密融合的花面和器型;展销大厅特设“单品陶瓷超市区”,一改传统陶瓷餐具只能成套购买的僵化模式……

“瓷器不能只是少数人家里赏玩的摆件,应该为百姓生活服务,我们通过延展陶瓷产品的文化深度,拉近日用瓷与艺术瓷之间的价格差距,让它成为人人都能欣赏和消费的载体。”邢浩说。

## 重构产业新业态

作为“千年瓷都”,陶瓷几乎与景德镇每家每户息息相关。景德镇陶瓷协会秘书长许雷表示,据协会不完全统计,常住人口仅161万人的景德镇,拥有陶瓷及陶瓷相关生产企业近7000家。然而,有好的产品却卖不出去,是很多企业共同的困境。

许雷认为,传承工艺与匠人品质是景德镇陶瓷产业的突出优势,但是缺乏快速的市场应变能力和品牌打造能力。如何利用自身传统文化和技艺优势开发更多符合主流年轻消费群体的新产品、开拓更多内销新场景,是当前景德镇陶瓷产业面临的课题。

各路电商直播已闻风而动,景德镇国控集团与北京快手科技有限公司合作打造快手景德镇创新发展中心,景德镇陶瓷集团与天猫携手打造“国瓷馆·天猫直播基地”……电商直播改变了景德镇陶瓷产业生态,让景德镇在互联网数字化的浪潮



在景德镇红叶陶瓷展销大厅内,消费者正在挑选瓷器。  
本报记者 郭静原摄



夜晚的陶溪川夜市,前来选购陶瓷制品的人络绎不绝。  
(资料图片)



在景德镇红叶陶瓷展销大厅内摆放的“吉祥如意”主题餐具套组。  
本报记者 郭静原摄

下再现“器成天下走”。据统计,全市陶瓷直播电商年交易额达70亿元至75亿元,占全国陶瓷直播电商交易量的70%左右。

前不久,在2021中国景德镇国际陶瓷博览会期间,景德镇洛谷谷·全球陶瓷产品创新中心正式启动。洛可可创新设计集团总裁李毅超表示,创新中心能够在陶瓷设计过程中,引入数字化标签、大数据等方式,把需求侧数据传递给创造侧,方便生产者了解买方的个性化需求,为艺术创作提供参考,打造稳定长效发展的陶瓷产品,从而优化整个陶瓷市场的交易秩序。

不只是器物,景德镇陶瓷还在融合发展中孕育新商机。陶瓷文化研学游用研究与旅行融合的方式,成为旅游新热点。全市各类陶瓷研学基地建设如火如荼,各景区以多种形式开放研学资源。位于三宝国际瓷谷内的国家级占绍林技能大师工作室,就与全国70多所大专院校和上百所艺术培训机构开展合作,每年接待研学游客3万多人次。新业态、新模式层出不穷,助力陶瓷文化产业创新发展。

## 市场瞭望

上世纪90年代中后期开始,小作坊粗制滥造的伪劣艺术瓷横行市场,不仅使景德镇陶瓷声誉受到严重损害,还影响了艺术家们的创作热情。一些企业为了追求短期利益,肆意模仿抄袭,“大师瓷”的价格泡沫一度疯长,本末倒置以一纸证书代表一件瓷器的品质,不知不觉中丢失了文化内涵,曾经“白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬”的景德镇陶瓷渐渐不再受人追捧。

如今,互联网加快了人们对产品创新的诉求,钟情于新潮和时尚的年轻一代逐步成长为市场的消费主体,缺少整体创新的文化产品失去生存空间,强调文化价值、兼顾使用价值、丰富个性体验、坚守品质初心、保留传统工艺的日用瓷,恰恰迎合了这批消费者的需求,景德镇陶瓷开始成为新国货的中坚力量。

经历低谷后的蜕变重生,景德镇陶瓷深刻诠释出,在尊重和继承中华优秀传统文化的同时,还要善于挖掘和发展其中丰富的文化内涵,以无形文化创造出有形价值,研发出传统文化元素突出、符合时代审美、贴近公众实际需要的文化创意产品。不断满足大众日益增长的文化消费诉求,更好地构建文化认同感,才能让更多国潮经典持续涌现。

如何把厚重的传统文化资源利用好、配置好、开发好,转化为产业发展优势?

要充分挖掘景德镇陶瓷的品牌价值,完善文化产业机制,做好创意产业的文章,形成自身特色和竞争优势;做强以龙头企业为引领的陶瓷文化产业集群,走集约化发展道路,形成具有联动效应的文化产业带;凭借陶瓷产业发展优势吸引并培养大批优秀的工艺美术人才,完善扶持陶瓷文化产业发展的配套政策措施,激发人才创新创业热情,使人才效应得到最大程度发挥。

要充分认识景德镇陶瓷的无形文化价值与魅力。在寻找传统产业破局之路上,景德镇已与故宫文创、敦煌博物院等文创巨擘,以及泡泡玛特等知名企业强强联手,围绕“超级IP+陶瓷”内核,重构陶瓷商业新生态,并通过数字经济与文化创意相结合的新商业模式,撬动景德镇传统制瓷技艺与创新产品的升级变革,使陶瓷消费焕发出新生机。深挖景德镇陶瓷的无形文化价值,集智打造新产品、新品牌、新形象,满足消费者多样化的需求,相信“千年瓷都”的窑火将越烧越旺。

本版编辑 康琼艳 美编 王墨晗

福建安溪运动休闲特色小镇带来“运动中旅游、旅游中娱乐”新体验——

## 龙门镇摆起“龙门阵”

本报记者 薛志伟

当北方已是冰天雪地,冬日的闽南却依然绿意盎然,生机勃勃。206省道厦门到安溪段车辆穿梭不息,时不时有摩托车队轰鸣着飞驰而过,也会有全副武装的自行车爱好者奋力骑行。

位于206省道旁的志闽旅游区属于福建省安溪县龙门镇,处在厦门和安溪交界处。山清水秀的自然风光,优越的地理位置,便捷的交通条件,使这里成为闽南金三角得天独厚的生态旅游腹地。旅游区负责人叶明东告诉记者,除志闽拓展基地外,这里还建成了桫欏谷景区和大龙门自然景区,借助各类水上、陆地运动项目,形成了独具魅力的体育文化旅游区,为广大游客带来“运动中旅游、旅游中娱乐”的全新体验。

大龙门自然景区有备受年轻人青睐的“激情漂流”、丛林野战、天然岩壁攀岩、野外生存等多种运动项目。这里的漂流总落差达100多米,加之气候温暖湿润,总漂流期长达大半年之久,吸引了全国各地的漂流爱好者纷纷前来体验。“这里风景秀丽,水质又好,11月居然还可以漂流,真是太好玩了!”来自江苏苏州的游客陈海东说。

“志闽旅游区目前已开展攀岩、野战、漂流、登山、露营等众多活动,形成了以户外运动为主体的旅游休闲产业。”叶明东说,依托这些项目,旅游区还配套了完善的餐饮、住宿、研学等设施,成为闽南地区知名的休闲旅游目的地。

据了解,早在1999年,志闽(安溪)旅游开发有限公司就在龙门镇投资建设集户外运动、拓展训练、休闲旅游等为一体的综合型基地。此后,“国家体育产业示范基地”“中汽联第一批自驾运动营地”“省体育旅游示范区”“省一类露营地”等荣誉纷至沓来,年接待游客达10多万人次。

“龙门镇地势地貌多样,特别适合开展铁人三项、登山、定向越野、河道汽车赛等极限运动比赛。”龙门镇党委宣传委员章财根介绍,2017年5月,国家体育总局公布首批96个运动休闲特色小镇试点项目名单,安溪县龙门镇成为泉州市唯一的国字号运动休闲特色小镇。借此东风,龙门镇摆起了户外运动拉动乡村旅

游的“龙门阵”,安溪县也插上了“体育+旅游”助力经济发展的翅膀。

近年来,安溪利用泉州生态腹地和厦门“后花园”的优势,大力推动文化、体育、旅游产业融合发展,尤其是运动休闲消费有效促进了“体育+文旅”发展,为乡村振兴注入了强大动力。今年前三季度,安溪共接待国内游客517.75万人次,同比增长44.2%;实现旅游总收入55.26亿元,同比增长55.9%。

“安溪把绿水青山转化为旅游资源,发展特色运动休闲产业,持续提升运动旅游品牌知名度,促进体育消费升级,使运动休闲产业逐步成为带动安溪发展、拉动经济增长的‘新引擎’。”安溪县委文化和旅游局局长林清杰说。

深武

郭静原