

推动优势陶瓷高端化

廖伏树

陶瓷拥有深厚的历史底蕴和博大的文化内涵,可以帮助人们更好地认识中国光辉的历史文化。当前,陶瓷行业处于快速增长长期,但一些产品层次总体不高,一些企业局限于“微笑曲线”的低端生产环节,科技创新、文化含量和品牌知名度所带来的附加值仍有很大的提升空间。

进一步做大做强做优陶瓷产业,各陶瓷主产区要找准自身定位,放大特色优势。将“量增”为主的模式转向“调整优化存量、做优做强增量”并存。注重品牌意识,打造核心竞争力,形成以品牌、质量、服务、技术、设计创新为核心的内涵式发展。

聚焦陶瓷产业创新升级,打造更具竞争力的现代制造业体系。必须加快突破瓶颈,构建大师艺术陶瓷、家居日用陶瓷、高科技陶瓷、陶瓷文化创意产业等多业态均衡发展的“大陶瓷”产业格局,提升陶瓷产业在地区经济发展中的地位。

加大陶瓷专业人才培养。进一步加强校地合作,深化产教融合,加大陶瓷产业“文化型、数字型、综合型”人才的培育,推动陶瓷产业从传统手工业向文化产业转型,从传统制造向数字化制造的方向发展,从单一的制造行业向多元化格局发展。

推动“陶瓷制造”向“陶瓷文化”全面升级,增强出口工艺瓷的工业设计和文化创意水平,推动大师工艺瓷的

继承与创新,积极营造创新创业和文化创意氛围,提升品牌文化价值。强化政策、文化、设计、科技、市场引领,促进陶瓷产值、品质、影响力实现新提升,把精美的瓷器做出来、摆出来,还要传出去。

推动优势陶瓷高端化升级。增强出口工艺瓷的工业设计和文化创意元素,紧跟国际潮流,增加时尚元素,加强工业设计,提升出口工艺瓷的技术含量、文化内涵、产品档次、市场占有率和出口竞争力。提升日用家居瓷的质量和品牌,创新高端定制产品服务,强化跨界融合。推动大师工艺瓷的继承与创新。

推动“陶瓷+”生态圈全领域覆盖。坚持“陶瓷+旅游”,打造一批陶瓷观光工厂、陶瓷旅游商品、陶瓷特色小镇;推进“陶瓷+电商”,加快建设电商物流园,发展跨境电商,鼓励快递物流企业通过联营、直营等方

式在乡镇或快递量较大的村布局收寄营业网点,建设电商平台直播基地,扶持直播业态;推进“陶瓷+资本”,推动陶瓷电子化交易。

更加注重可持续发展。坚持绿色发展,调整配方和制备工艺等,减少陶瓷生产全过程废气、废水、固体废料排放,推进产业转型,减轻环境压力。加强政府监管、行业监督,制定和实施标准化陶瓷生产能耗标准,大力推进节能技术的创新和实际应用,努力实现陶瓷行业节能减排工作新突破。

(作者系福建泉州工艺美术职业学院党委书记)



江西景德镇市御窑厂工作人员利用历史遗留的残片修复陶瓷(2019年10月17日摄)。

新华社记者 晨欢摄

瓷都窑火映照产业转型

以绿色智能顺应消费升级

本报记者 陈发明

河北唐山

走进河北唐山惠达卫浴卫生陶瓷4号生产线车间,喷圈下釉机器人、自洁釉机器人、自动擦底机等57套精准高效的机器人代替了传统人工作业,年可生产连体、智能马桶70万套。在这里,智能化生产设备不仅成倍提高了生产效率和产能,降低了能耗和排放,更提升了产品质量,让企业有更广阔的空间研发生产创新产品。

“我们中档定位的爆款马桶产品,在本体器型上采用无棱内壁,方便清洁,没有死角。排污管是50毫米大管径的,相比于传统40毫米管径产品,堵塞概率更低。”惠达卫浴产品经理李燕刚说,企业创新产品研发院有专业研发人员141人,下设工业设计中心,近3年出具工业设计方案1295项,上市新品455款,新品销售占比超30%。

唐山是我国北方重要的陶瓷产区之一,诞生了陶瓷行业多个“第一”,建立起日用瓷、建筑卫生瓷、艺术陈设瓷、工业理化瓷以及陶瓷业相关的石粉、花纸、机械等门类齐全的陶瓷工业体系,被誉为“北方瓷都”。

为推动陶瓷产业走向高端、绿色、智能、融合发展,去年唐山市出台《关于加快推进陶瓷产业转型升级高质量发展的实施意见》,全力支持企业加大技术改造和研发投入,围绕机器人换人、注浆成形、3D打印、数控成型等关键领域,集中谋划实施一批投资规模大、行业带动强、科技含量高、产出效益好的技术改造和创新研发项目,推广应用一批新产品、新技术、新工艺,建设一批数字化车间、智能化工厂,着力打造一批“专精特新”创新型企业,引导企业实施“互联网+”“旅游+”“设计+”,加快业态联动、融合发展,不断提高产品附加值、科技含量和市场竞争能力。

久坐震动提醒、脚触马桶自动翻盖无需动手操作、指纹识别可记录10个用户的使用习惯……惠达卫浴一个个舒适化、智能化的设计,体现出企业对产品的创新追求。

“我们紧扣消费升级,从材质、功能、受众等多方面进行细化分析,专注于研发轻量化、节水型、功能化及配套享受化、品味化的新产品,不断满足人们对美好生活的向往。”李燕刚说,惠达在重庆兴建了智能卫浴生产基地,自主设计了5G+数智化生产线,关键生产工序数控化率达100%,数字管理系统实现唐山、重庆两大生产基地统一库存、物流、生产与计划。

补强创新链,提升价值链,走在行业前列的创新产品给企业带来了丰厚利润。在唐山恒瑞瓷业有限公司,董事长赵孟冬展示着一款花卉图案的釉中彩平盘,底色洁白如玉,枝叶上的红色瓢虫栩栩如生。“这是我们公司研发的象牙白瓷产品,在目前的白瓷产品里白度最高,硬度比骨质瓷高,适用于洗碗机,使用寿命也更长。”赵孟冬说。

无数次调整原料配方,摸索烧成温度,提升产品强度;根据釉面设计花纸配方,还原最真实的色彩。象牙白瓷产品是企业研发团队历时3年,烧掉30吨原料研发出来的,其利润也比骨质瓷产品高,目前主销海外。赵孟冬说:“下一步准备在国内市场推广,让高品质的创新产品惠及国内消费者。”



图① 青瓷匠人王武制作的青瓷作品。(资料图片)

图② 惠达卫浴车间内,搬运机器人正在作业。 朱 欢摄

图③ 首届中国国际消费品博览会上展出的中国陶瓷制品。 新华社记者 张丽芸摄

浙江龙泉

产品创新紧贴生活需求

本报记者 柳 文

步入浙江龙泉东度文化创意公司展厅,各类创意青瓷展品琳琅满目。新生代青瓷匠人叶芳向记者展示了一款名为“对白”的茶器:在两盏青瓷杯底部安装竹制旋钮后,传统茶杯变为时尚的鸡尾酒杯。这款集茶杯、酒杯于一体的产品备受市场青睐。

“我们将现代、时尚等元素融入制瓷工艺,赋予龙泉青瓷更多艺术性和实用性。”叶芳认为,青瓷要想被更多人了解、接受,首先要贴近和融入生活。他们从大众生活需求入手,寻找青瓷产业升级的“金钥匙”。

青如玉、明如镜、声如磬,龙泉青瓷以独特的釉色成为历史长河中一颗闪亮明珠。龙泉青瓷在唐中期至五代开始规模化生产,鼎盛于宋元时期。历史上,龙泉青瓷曾远销海外,在世界文化交流中大放异彩。

明清后,龙泉青瓷走向衰落。新中国成立后,龙泉青瓷烧制技艺逐步恢复。2009

年,龙泉青瓷传统烧制技艺入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。

“如今,龙泉青瓷产业已步入新的繁荣期,但更多体现在艺术瓷方面,日用瓷、包装瓷、工业瓷等产业规模有限,与国内其他陶瓷主产区还有不小差距。”龙泉市青瓷行业协会副会长王武说,龙泉青瓷市场占有率小,竞争力有限,产品创新能力有待提升。据统计,龙泉青瓷产品中约70%为艺术品,经营主体虽有2000多家,2020年主营业务收入仅有14.8亿元。

“市场风向转变,对青瓷产业形成倒逼压力,产品既要保持传统工艺与艺术风格,还要不断与时俱进。”王武认为,与现代设计相结合,找到年轻人审美观念与传统工艺之间的平衡点,成为青瓷闯市场的关键。应在保留传统制瓷技艺基础上,从传承、发展、产品、商业、技术、消费等方面综合施策,深度

开发青瓷的产业潜力和发展活力。

产业兴旺,关键靠人才。龙泉在当地中等职业学校基础上筹建技师学院,开设青瓷工艺专业,外聘青瓷技师兼

职教学,现有高级工班级4个、技师班级2个,在校生达600余人。得益于现代学徒制人才培养模式,一批年轻人开设的青瓷工作室开始兴起。

走进龙泉各大青瓷工作室,记者发现,青瓷产品不只是瓶瓶罐罐,新产品、新设计如雨后春笋般涌现:有的人把青瓷设计成项链、包挂等装饰品;也有人将竹木、玻璃、亚克力与青瓷混搭;还有的在釉色上下功夫,除传统梅子青、粉青外,蟹壳青、鳝鱼黄、茶叶末釉等百花齐放……据统计,龙泉目前有青瓷工作室1000余家,青瓷电商400余家,青瓷行业产值同比增长10%以上。

“我们将出台系列扶持政策,每年拿出1000万元支持青瓷产业发展,持续推进中国青瓷小镇、国家考古遗址公园等项目,实现文旅产业深度融合。”龙泉市委书记吴松平说。



福建德化陶瓷产值从2016年的252.2亿元增加到2020年的402.5亿元

陶瓷茶具占全国市场份额80%以上

工艺瓷远销190多个国家和地区

福建德化

走品牌化差异化突围路

本报记者 薛志伟

“这一款珐琅瓷办公杯,每月能卖出3万多套,是我们的爆款产品。”日前,记者走进福建省泉州市德化县成艺陶瓷有限公司展厅,该公司负责人陈耀忠说,公司目前研发生产的陶瓷茶具多达1100款,产品价位由高到低全覆盖,主要面向国内市场。

在瓷都德化,类似成艺陶瓷有限公司这样的企业有3000多家,从业人员10多万人。

作为首个世界陶瓷之都,德化陶瓷历史悠久。德化瓷以“白”见长,瓷质致密、胎釉纯白,以温润、明净、典雅、精巧的玉质美感驰名中外。德化成为中国最大的陶瓷工艺品生产和出口基地、中国首个出口陶瓷质量安全示范区。2006年,德化瓷烧制技艺入选第一批国家非物质文化遗产保护项目。2015年,德化被联合国教科文组织下属世界手工艺理事会授予“世界陶瓷之都”称号。

德化陶瓷博物馆馆长郑炯鑫说:“如今,在美国、英国、法国、俄罗斯等40多个国家,都能看到大量德化白瓷。德化陶瓷的影响力越来越大。”

“陶瓷早已成为德化县最大的支柱产业、民生产业,2020年陶瓷产值突破400亿元。”德化县陶瓷办主任曾宪升介绍,德化日用瓷市场份额大,陶瓷茶具占全国市场份额80%以上。工艺瓷远销190多个国家和地区,占全国工艺品陶瓷出口市场份额60%以上。

作为支柱产业,德化陶瓷产业拥有先进的生产工艺,但企业却普遍存在规模小、经营分散、创新能力不足等问题。

为解决这些问题,近年来德化县按照“传统瓷雕精品化、工艺陶瓷日用化、日用陶瓷艺术化、新型陶瓷规模化”的发展思路,制定了阶段性目标。通过出台企业技改、科技创新、工业设计、拓展市场等一揽子“硬核”举措和政策,大力发展陶瓷文创和陶瓷电商等新兴产业,为千年瓷都传统产业转型升级探索道路。如今,德化陶瓷生产总量和出口产值不断扩大,初步形成陶瓷块状经济和产业集群。陶瓷产值从2016年的252.2亿元增加到2020年的402.5亿元。

在生产日用瓷、工艺瓷、大师瓷的基础上,德化也正向着卫浴陶瓷、建筑陶瓷、高科技陶瓷等领域进军。福杰陶瓷有限公司就是率先转型的企业之一。3年前,该公司还是德化县传统陶瓷工艺品出口企业,如今,走进该公司生产车间,记者看到的则是应用于工业、生物医疗、电子等领域的陶瓷制品。“事实证明,转型是正确决定。功能陶瓷利润率比传统陶瓷制品高20个百分点以上。”该公司负责人林福文说。

“通过创新驱动,走品牌化、差异化、高附加值化升级之路,是德化陶瓷突围的路径。”德化县县长黄文捷表示,下一步,德化将着力推进传统的日用瓷、工艺瓷、大师瓷以及卫浴陶瓷、建筑陶瓷、高科技陶瓷的“3+3”陶瓷板块发展,力争2022年实现陶瓷产值500亿元,2027年形成千亿元产业集群。



本版编辑 张 虎 徐 达 美 编 王子莹