

河南 瓷之殤 三之二

探索大眾新需求 拓展營銷新格局

名瓷闊步出「深閨」親近市場接地氣

河南雖然名瓷眾多，但在全國市場佔有率不高。傳統瓷器收藏「曲高和寡」，加上抄襲模仿導致作品水平參差不齊，不僅使創作者失去前進的動力，也使整個圈子故步自封，在狹小的市場上爭名奪利而沒有開疆闢土的決心。直到近些年，河南瓷器走上市場化道路，始開拓了嶄新的格局。

■香港文匯報記者 靳中興 劉蕊 河南報道

過去外地遊客到了河南，多會抽時間逛商場和超市，很多遊客反映，找不到足以代表河南的特產，但卻極少有人會在緊張的行程中抽出時間專程去古玩市場。足以代表河南的各大名瓷面臨着「養在深閨人未識」的尷尬局面。

4年前，河南的瓷器店面還僅限於古玩市場，瓷器的影響力也只輻射市場的周邊。以鈎瓷為例，在2011年，其影響力僅限於許昌地區。據中國工藝美術協會理事、河南省工藝美術協會副理事長孫軍估計：「當時全鄭州的鈎瓷店也就十餘家。」這與數年後的今天，全鄭州近200家鈎瓷店面形成強烈的反差。

在孫軍的記憶中，當時不僅店面少，也沒有一個正式的組織去推動鈎瓷，其他瓷種的發展情況也極為相似，業界如一潭死水。

從事百貨業經營的大商業集團的一位負責人在



圖為焦作絨胎瓷工程研究中心。陶瓷研究或展覽機構近年在河南紛紛建立。本報河南傳真

走訪了鄭州市的各大商場和超市之後，產生疑問：為什麼外地人到了鄭州在商場裡找不到足以代表河南的工藝品？彼時孫軍才意識到，河南的瓷器在大雅之堂上待得太久，已經脫離地氣。

他的這個問題提醒了孫軍，也影響了河南的瓷器界。他們聯合起來邀請商界和營銷界人士進行了一次座談，得出結論：河南瓷器要想有更大的發展，必須結束當時「小國寡民」的狀態，突破自己的圈子，到更廣闊的空間裡去施展拳腳。自此，河南瓷器的市場化征程也就此起航。

「當代收藏」國內推廣

在當年成立的全國鈎瓷收藏家聯誼會上，他們第一次提出鈎瓷當代收藏概念。同時，為了助推瓷器的發展，一系列活動相繼舉辦，很多群體和組織不斷成立，在全國12個省市也建立了全國鈎瓷收藏家聯誼會分會，在全國範圍內點燃了推廣河南瓷器的星星之火。與此同時，在社會資本的參與下，一大批瓷器場館、展館相繼建立，為瓷器的交流、展示、銷售提供了眾多平台。但是，這時的瓷器還停留在陳設品的層面，沒有跨出走進商場第一步。因為，走進商場就要針對其特點創作出新的產品。

為商場打造「專屬」產品

河南的傳統瓷器製作主要針對古玩城和瓷器店，為商場打造「專屬」產品還是空白。實用性、精巧型、方面攜帶、包裝精美、便於展示是走進商場必須具備的特質，體積重量巨大的傳統瓷器往往會給購買者帶來極大的難度。經過慎重



牡丹瓷作品可成為家中精巧的擺設。

本報河南傳真



中國陶瓷設計藝術大師劉志鈞。本報河南傳真

篩選，河南陶瓷界從上百家瓷廠中選擇了有代表性的瓷器工藝品，分別為王秋紅製作的鈎瓷、郭愛和的三彩藝、李學武的牡丹瓷、柴戰柱的絨胎瓷，在2012年進入鄭州市紫荊山百貨大樓中。

「從今天的效果來看，當初預想的效果基本達到，瓷器的影響力對外大大地增加。」孫軍說，「這也證明了之前說的話，瓷器要想有大的發展，必須進入更大的市場空間。」他坦承，以前為了滿足小眾的需求，放棄大的市場，一直缺乏跳到廣闊空間的勇氣，這次勇敢的嘗試，也打開了河南瓷器發展的格局。也因此，孫軍被業內譽為「河南瓷器進商場第一人」。

創新推動保護 陶瓷融入生活

而今，河南陶瓷作品，無論在規格還是創作題材上，其形式都大大靈活，其受眾面也不斷擴張。業界至今仍有一句「陶瓷美好生活」的口號，提出陶瓷不僅具有實用和陳設功能還可以融入到個人的生活當中，無論是書房、客廳、臥室，都可以用別緻的瓷器來裝點。孫軍特別提出：不要以收藏人的心態去揣摩普通人的心思。因為，並非所有瓷器買家都是為了升值，大多數普通受眾是為了精巧瓷器的趣味性和生活化而來。

「在陳列櫃中不是對瓷器的保護，通過創新融入生活才是對瓷器最好的保護」，孫軍說。他還以鈎瓷為例說明創新對於發展的重要性。據他介紹，當代鈎瓷與建國之初的鈎瓷風格已經有差異，與民國、清代、宋代的區別就更大，但是這不僅沒有使鈎瓷衰落，更使鈎瓷的發展超越其他瓷器。而且鈎瓷釉色上創新還結束了中國瓷器「南青北白」的局面，產生巨大影響。他認為，只有不斷創新，才能使作品保持旺盛的生命力。

三彩與時俱進 擺脫陪葬氣息

在河南省的瓷器作品中，三彩藝是一種獨特的存在。它是由中國陶瓷藝術大師、中國陶瓷設計藝術大師郭愛和在繼承唐三彩的基礎上，將立體作品通過平面的形式來體現，不僅藝術特點更加絢麗多姿，也使三彩擺脫陪葬品的特點，更加適合市內裝飾品。

此外，三彩藝還可以緊跟時政熱點、流行語進行創作。柴戰柱的絨胎瓷創作也常常跟隨時代的步伐，如《絲綢之路》等經典作品就是受當下熱點的啟發。「由於三彩藝創新太快，形式和內容都不受任何局限，模仿者已經跟不上郭愛和創作的步伐。」河南省工藝美術館館長劉延忠笑稱，「同時，也是模仿品促使郭愛和進行創新。」



緊扣時代主題的絨胎瓷作品《絲綢之路》。本報河南傳真

打磨自身品牌 傳承助力創新

對於瓷器的市場化，唐三彩燒製技藝代表性傳承人高水旺有自己的見解，他認為，瓷種市場化不僅要創新，更要打造自身的品牌，進而在繼承的基礎上進行創新。「做好品牌也是走出河南、走出國門的關鍵所在。而由瓷器引發的經濟效益、文化傳播功能無不需要以品牌作為軸心。」他說。

從事唐三彩傳承多年的高水旺，對於盲目的創新引發的失敗有深刻的體會，他親眼目睹不少以創新為名的三彩作品壓縮生產成本、工藝粗糙，造成藝術效果的降低，使得令人賞心悅目的高檔藝術品，最終淪為地攤貨。他在傳承唐三彩的基礎上，結合時政、網絡流行語、文化而製作的三彩作品，擁有較大的市場認可度。

建大師信息庫 填補鑒定缺失



商場中瓷器作品簡便易攜、形式多樣。

本報河南傳真

大師精心設計的造型被普通人競相模仿甚至有人拿去評獎，在河南陶瓷界屢見不鮮。中國陶瓷設計藝術大師劉志鈞對模仿現象深惡痛絕，尤其是在參加全國範圍內評獎時，賽事組委會多次受到投訴，說有獲獎作品涉嫌模仿。他認為：「這大大損害了外界對河南瓷器的形象。」據記者了解，河南省保護作品產權的主要做法是推動大師落款制和申請專利，尚沒有鑒定作品是否為大師作品的官方機構。

申請專利難防抄襲

但在實踐中，專利申請無法從根本上斷絕剽竊抄襲現象。河南

省陶瓷藝術大師、河南省工藝美術大師柴戰柱對恢復和發展失傳千年的絨胎瓷工藝做出了努力和貢獻，現已經獲得專利發明4項，省級科技成果2項。雖然他的作品已經申請專利，還是有人偷師並仿製，甚至盜用他「非物質文化遺產傳承人」的名號，公然叫賣仿製絨胎瓷。對此，柴戰柱非常痛心，他認為，相互切磋技藝可以接受，但卻無法接受這種「坐收漁翁之利」的行為，這種行為並不利於瓷器的復興與發展。盲目模仿不僅是對知識產權擁有者的不尊重，拙劣的模仿水平也影響了原作者的形象。據業內人士透露，為了保護大師



王秋紅和她的鈎瓷作品作為代表性產品進入商場銷售。本報河南傳真

作品的權益，河南瓷器界欲依行業自律，由德高望重的業內人士組成「故去大師專家組」，此舉將有效彌補官方鑒定機構缺失的空白。如果專家組成立，對於有知識產權爭議的作品，將由專家組進行評

定。據孫軍透露，他們還將利用現代科技，建立當代大師信息數據庫，屆時，對於行業內大師，其個人信息和代表作品信息均可上傳數據庫，不僅能夠保護其作品，也可以防止「假大師」的出現。