



## 中国传统陶瓷技艺传承、传播与创新分析 --以黑陶为例

李奥

(中南民族大学经济学院, 湖北武汉, 430074)

**摘要:**中国作为传统陶瓷大国,有着世界历史上最悠久的陶瓷文化历史。本文讨论了陶瓷艺术的传承特点,并以黑陶为例,重点论述当前黑陶文化传承创新与产业化过程中出现的问题。最后本文提出陶瓷传承、传播与创新的思路,包括善于应用新媒体、注重知识产权和专利、明确定位、鼓励产权群发展等。本文的研究为陶瓷的创新研究提供了新的价值。

**关键词:**黑陶, 产业经济学, 文化产业

### 一、引言

文化自信是四个自信当中最根本的自信,是一个民族、一个国家以及一个政党对自身文化价值的充分肯定和积极践行,并对其文化的生命力持有的坚定信心。<sup>[1]</sup>在中国漫长而悠久的五千年历史文化当中,我们所熟知的戏曲、儒学、诗词等这一类传统文化往往都依靠着不同的媒介发光发热,例如丝绸。丝绸既是媒介,同时又是传统文化的体现。同样,还有中国的瓷器。瓷器作为媒介,广泛的传播了中国传统的雕刻文化、诗词文化以及茶文化。经过数千年的发展,瓷器的生命力依然强盛。

本文探讨中国传统陶瓷技艺传承痛点与创新路径分析。讨论了陶瓷技艺的传承特点、传播痛点,最后以黑陶为例提出了陶瓷创新发展的新思路和建议。

### 二、陶瓷瓷艺传承特点

陶瓷可分为日用陶瓷、艺术陶瓷、卫生陶瓷和建筑陶瓷。其中,作为传统的陶瓷生产大国,艺术陶瓷制品是我国出口创汇的主要制品之一<sup>[2]</sup>。到 2020 年,中国艺术陶瓷市场规模

2958-7026 /© Shuangqing Academic Publishing House Limited All rights reserved.

Article history: Received August 1, 2023 Accepted August 21, 2023 Available online August 22, 2023

To cite this paper: 李奥(2023).中国传统陶瓷技艺传承、传播与创新分析--以黑陶为例. 传播与媒介研究, 第 1 卷, 第 2 期, 16-20.

Doi: <https://doi.org/10.55375/rocm.2023.2.3>

已经超过 1600 亿元，并且仍在快速增长。由于消费者对艺术品的需求不断增加，以及先进技术的不断发展，中国艺术陶瓷行业的市场规模将会继续增长。随着消费者对艺术品的喜爱和需求的增加，中国艺术陶瓷行业的市场规模会继续上升，预计到 2025 年，其市场规模将达到 2000 亿元以上<sup>[3]</sup>。

陶瓷技艺的制作传承方式大抵有两类：一是民间传播，二是高等院校专业传授。我们最为熟知的传播方式可能是民间传播，其主要传播形式为师授徒、父传子。这种方式的传播优势也较为明显，一是传播更为直接，这一过程往往是在学习中实践，实践中验证，验证中学习；二是效率更高，往往上一代传授给下一代的是丰富的经验，这其中总结了许多上一代经过几十年所犯过的错误和精准实践；三是技艺传承后的差异性较小，通过口口相传、代代相传技艺的流失性微乎甚微；四是利于打下坚实基础，便于进行技艺形式上的创新，以为民间传播的技艺具有坚韧性，传承人多会牢固掌握技艺，从而能够在坚实的基础上进行手艺上的创新。民间传播的弊端较为明显，这也是众多传统文化领域面临传承困境的根源。一是受众范围小。师授徒是指经过一定仪式后手艺人接受拜师者的请求，而对于手艺人来说，其所能教授的学生有限、精力有限，况且不同手艺人针对收徒标准不一；二是父传子，众多传统手艺有着只传男、不传女的规定，同时部分手艺还具有不外传的规定，所以这就导致万一一个家族没有男性后代，这就会导致一门手艺的灭绝；三是民间传播缺乏专业标准认定，因此民间传播的手艺商业化水平较低。

高等院校传承弥补了民间传播的缺陷也就是，受众较广、延续性强、具有专业资格认定等。知名的陶瓷大学有景德镇陶瓷大学，同时像清华大学、中国美术学院、湖南工业大学以及丽水学院等都拥有着世界最高水平的陶瓷专业。但同样高等院校传播不完全具有民间传播的优势。首先，传播效率便不及民间传播，高等院校的课堂往往一对多，而民间传播因其受众少传播更为便捷，且高等院校课堂时间不及民间传播灵活。其次，高等院校传播后的传承性差异较大，也就是不同学生对同一老师所传授的接受度不一样，也就会导致学生水平可能出现较大出入。

### 三、当前我国陶瓷技艺传承、传播痛点-以黑陶为例

#### 3.1 黑陶文化产业化发展不完善，总体规划不明确

以黑龙江绥棱黑陶为例，目前黑龙江省有关非遗保护部门已经开始对非物质文化遗产着手挖掘、抢救和研究保护，但毕竟实施时间较短，采取的相应措施并不完善<sup>[4]</sup>。此时的绥棱黑陶产业缺乏完善的产业模式，资源分布分散；产业链单一，缺乏对上下游产业的带动；生产技术科技含量较低，效率不高；缺乏严格意义上的行业组织协会，导致缺乏统筹安排。目前，绥棱县针对绥棱陶瓷保护出台了众多优惠政策，如人才培训、产业用地许可。但仅依靠政策无法根本改善陶瓷发展现状，需要实质性的财政资金拨款，鼓励、支持和牵头相关文化企业建立和发展。实际运行中，政府无法及时对市场做出调控，而相关文化陶瓷企业抗风险能力又较差，这就使得相关产业缺少投资者。

#### 3.2 黑陶文化产业的发展缺少品牌战略

黑陶诞生于中国新石器时代<sup>[5]</sup>，有着古老悠久的历史，黑如漆，声如罄，薄如纸，亮如镜，硬如瓷，在陶瓷中因其独特技艺具有特殊地位。虽然如此，如果把黑陶定位于展览、收藏和鉴赏，这并不利于其打造具有知名度的品牌，同时也导致其实用性无法发挥，从而也就使得黑陶的消费人群范围狭小，市场覆盖率低。所以在黑陶的产品定位上，应明确黑陶作为瓷器，应更贴近人民生活，走进寻常百姓家。但同时也根据不同品牌保留其高档商品的定位，主营方向仍是居民用品。我认为，高档工艺品是提升黑陶附加值的手段，而普通陶器才是黑陶的必由之路，准确定位黑陶产品、制定市场营销策略。

### 3.3 黑陶从业人才缺乏储备

人才储备和供应是一个产业持续发展的根本。而人才的出现，无论是从之前提到的民间传承还是高等教育传承，实际上陶瓷领域中关于黑陶的人才还是非常少的。这体现在三方面，第一，制造黑陶的工人十分稀缺，黑陶制作的缺失，这是影响其传承最直接的因素；第二，创新黑陶工艺和形式的艺术家十分稀缺，创新是一项传统文化和技艺能历经千百年的风雨沧桑而存活延续的根本要求，但因黑陶目前传播性不广，所以无论是缺少工人还是艺术家，一个重要的原因是从事该项传统文化目前很难满足其从业人员的生产生活需要；第三，缺少专业从事黑陶产业管理运营的人员，没有专业人员针对绥棱黑陶产品制定准确的营销战略和企业合理的管理机制，通常是绥棱黑陶的设计师、制作工人兼顾管理企业生产和市场营销推广，既影响了绥棱黑陶产品的设计与创新，也不能很好地将绥棱黑陶产品推向市场，扩大产品的市场占有率<sup>[4]</sup>。因此，我们认为需要对黑陶的传承、传播提供相关的人才储备扶持。

## 四、黑陶创新发展思路和建议

### 4.1 重视政府主导媒体的广泛影响力

根据第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》<sup>[6]</sup>(以下简称：《报告》)，截至 2022 年 12 月，我国网民规模达 10.67 亿，较 2021 年 12 月增长 3549 万，互联网普及率达 75.6%。数据结果表明，互联网已成为当今最主要、最广泛、最具传播效力的平台媒介。截止 2023 年 1 月抖音用户数量达到了惊人的 8.09 亿，小红书用户量超过 3.5 亿。2023 年 3 月，仅这一个月微博的活跃用户量就达到 5.93 亿。这些数据充分表明，以各类平台为主体的互联网工具的影响力和传播力达到了空前强大的地步。

瓷艺等传统文化如何与互联网有效结合并实现创新性发展？互联网平台主体分为三部分，分别是政府主导的媒体、非政府机构主导的媒体以及自媒体。政府主导的媒体具有权威性，一定程度上，是中华传统文化最好的发言人。2020 年，社会尚处于新冠疫情之中，央视新闻为湖北地区开通了两场带货直播，很好地缓解疫情之下湖北地区农产品滞销的难题。央视带货本身具有足够的社会关注度，这代表了主流媒体对直播经济的认可，并且因为其权威性，也更受消费者信赖。从直播的数据来看，网络话题阅读量超过 10 亿以上，通过直播间为湖北拼单销售额超过 1.5 亿，直播累计观看人数超 5 亿<sup>[7]</sup>，在网络上产生了良好的影响力。

我们认为政府主导的媒体应该作为中国瓷艺传播的引领者，并不断与时俱进，以最新的网络形态传播中国瓷艺。企业媒体和自媒体按照市场规律作为中国瓷艺领域传播的有利补充。

伴随着短视频平台的迅速发展，应积极利用自媒体利于传播碎片化知识的特点，增加人们对黑陶文化的认可和兴趣。

最后，我认为，不能仅仅依靠线上宣传而忽略线下宣传，二者应有效结合。而当有线下活动时，线上宣传应是线下活动的宣传工具，由此，人们可以从多方位了解黑陶文化的独特魅力。

#### 4.2 重视运用数字媒体思维创新传承方式

可参考采取各大平台电商(如京东、淘宝等)的运行模式。个体小型黑陶产品加工工商可通过淘宝开办网店，提供便捷销售渠道；大型黑陶产业可联合众多构建统计标准平台，以平台信誉做支撑，建立自己的有效的官方物流。此外，最重要的要是建立长期的产业标准，因为依靠淘宝等平台很容易被不法商贩以次充好<sup>[8]</sup>。所以京东和苏宁的模式更值得借鉴。

#### 4.3 加强知识产权保护

前文我们提到，民间传播缺少专业标准认定。解决此问题最关键的是，对黑陶传统技艺进行知识产权保护。民间流传的各种手艺繁多，进行专利申请和品牌树立对于传承的意义非凡。同时，知识产权对于维护市场秩序，制定行业标准，保证黑陶独特性有着重要意义。这不仅有利于维护市场秩序，加强从业者的自律性，而且对绥棱黑陶文化产业的发展有着重要意义。

#### 4.4 鼓励黑陶文化产业生产差异化产品

生产差异化产品，也就是允许不同层次的产品出现。针对不同消费者群体推出个性化产品。黑陶文化产业可以利用大数据把握市场消费结构等情况，分析数据挖掘潜在的市场。明确目标市场，针对目标客户进行精准分析，再根据分析结果结合独特的文化内涵设计文创产品。<sup>[9]</sup>

#### 4.5 鼓励产业集聚

鼓励产业集聚，打造产业集群，符合我国作为陶瓷大国的生产现状。中国瓷都景德镇，自古以来便是中国陶瓷生产集群，对于黑陶来说，应在黑陶文化(大溪文化、屈家岭文化、龙山文化)发源地建立不同黑陶产业集群。

### 参考文献:

- [1] 吴仪(2018). 浅谈当代大学生如何树立文化自信[J]. 黑河学刊,(03):31-32. DOI: 10. 14054/j. cnki. cn23-1120/c. 2018. 03. 016.
- [2] 吴欢, 刘溧(2023). 计量技术在陶瓷行业中的应用[J]. 佛山陶瓷, 33(07):83-86
- [3] 博研咨询市场调研(2023). 中国艺术陶瓷行业市场规模及未来发展趋势[J]
- [4] 王珧(2023). 数字媒体环境下绥棱黑陶文化的传承与产业化发展[J]. 商丘职业技术学院学报, 22(03):73-77.
- [5] 韩明勇, 王雪秦(2023). cmf 设计方法在现代德州黑陶中的创新应用[J]. 陶瓷科学与艺术, 57(03):54-55. DOI: 10. 13212/j. cnki. csa. 2023. 03. 039.
- [6] 中国互联网络信息中心(2023). 第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(02):39.
- [7] 曾真, 熊唯(2022). 建设性新闻框架下主流媒体的实践与创新管窥[J]. 中国广播电视台学刊, 2022(07):16-18+27.
- [8] 李耀华(2015). 钧瓷文化产业发展及其投融资模式探索[D]. 兰州财经大学
- [9] 郭颖(2018). 竞争战略视角下文创企业发展战略研究——基于建窑黑釉瓷案例分析[J]. 市场周刊, (11):29-30.