

# 名瓷

文化专刊

china

2013年5月18日 星期六

江西省景德镇市文化广电新闻出版局 协办

## 名瓷·市场

### “七星标准” 重现御窑技艺

向元华与他的品牌一直致力于传承中国精湛的御窑工艺，希望通过御窑工艺与御窑文化的传承，来使中国经典文化重返当代生活，实现中国民族文化的回归。如今，御窑元华堂完美还原了御窑工艺，有些工艺标准，比御窑还要严格。

10版

## 名瓷·名家

### 艺术陶瓷的创新魅力

黄水泉从事陶瓷艺术创作40多年，其作品题材涉猎广泛，其中“乡情”瓷画系列是他艺术生涯中的一个高峰。本文中黄水泉从多个角度分享了自己探索的瓷画创作心得。

11版

# 蔡万涯：禅意成陶 万仟一堂

□□ 本报记者 孔德

从陶瓷专业毕业，却转行做室内设计师；当室内设计事业已经在业内打开局面，风生水起时，他却又二次创业，回归陶瓷行业，3年的沉寂在无声中爆发，现在，他的陶瓷专卖店已经在全国开了100多家，每年以几十家的速度增长。他的理想是打造一个中国最受尊敬的陶瓷企业，他就是万仟堂的主人蔡万涯。

## 二次创业的两次转折

上世纪80年代，中国的陶瓷产业十分落后，从陶瓷专业毕业的福建泉州人蔡万涯只身北上，来到山西，用20年的时间在室内设计行业内站住脚跟，并成为业内的佼佼者。但在室内设计行业风生水起之际，蔡万涯却转身从零开始进军陶瓷产业，他在回忆时说：“在和朋友泡茶聊天的时候，我们发现市面上很难找到一套设计美观又不失功能性的茶具，所以我感到应该把陶瓷捡起来，做茶具，也做陈设艺术品。”

二次创业之前，蔡万涯回到福建厦门做市场调查。他发现，国内的陶瓷设计理念落后，模仿成风，很难找到优秀的原创设计；陶瓷市场两极分化严重，要么是毫无艺术感的日用陶瓷，要么是有市无价的大师作品，没有人来产业化。“需要有人站出来，为陶瓷复兴做点事。”2007年，蔡万涯回到厦门，租了一个“小地方”，潜心研究陶瓷，正式开始进军陶瓷产业。

刚开始的时候，蔡万涯把主要精力放在做陶罐的茶器上，他关起门来，整整做了两年多。蔡万涯与设计团队终日在机器、模具、陶土、素坯和窑炉之间流连忘返。做惯了室内设计师，蔡万涯的设计图稿充满了天马行空的无限可能，但这和传统制陶工艺恰恰矛盾。为了让二者完美结合，只有不断地实验。很多时候，一整窑的陶瓷烧出来都没有让人满意的。

但是，在泥巴面前所有的沉思、浩

叹都是值得的，蔡万涯坚信：不能感动自己的作品就不能感动别人。2007年，蔡万涯在福建厦门禾祥东路开了万仟堂的第一家门店，出售他和团队的作品，“之前厦门几乎没有陶瓷专卖店，店铺开张之后，不单是我们，陶瓷爱好者也很兴奋。我们的销量非常好，从默默无闻到得到消费者认可，这是万仟堂的第一个转折。”

万仟堂在厦门站稳脚跟后，开始了全国的品牌推广，万仟堂选择了连锁加盟的方式。“这是我们的第二个转折。”对加盟商的选择，万仟堂并非来者不拒。恰恰相反，其条件甚至可以称之为“苛刻”，不但要求加盟商本人必须是30岁以上，有品位有追求，更要求加盟商必须是喜欢茶艺的人士。现在，万仟堂在全国的100多家店铺中，连锁加盟经营的占了70%，其发展速度让业内人士惊叹不已。

## 创新点子让陶器更具使用价值

从2007年的第一家店，到现在在全国连锁，万仟堂已经发展成为一个成熟的企业，目前拥有茶器、香器、花器、陈设艺术品四大陶品系列。其中，茶器的销售情况是最好的。

拿起一只万仟堂的茶碗，亚光的表面呈现出一种温润的光泽，仿佛一件出土的文物，虽然茶器表面的肌理像手拉坯完成，其实却是高科技配方达到的效果。

蔡万涯介绍，万仟堂产品所体现的简单自然、安宁质朴的气场，来自于设计时的灵感源头——夏商周的远古陶器，以及汉代的青瓷。“我们有五大风格：汉、唐、宋、乡村风格和现代风格。以古代陶器器型审美为主导，不追求表面装饰，像现代紫砂壶上常见的竹子、梅花等，在万仟堂的产品上是见不到的。”

在所有的生产环节中，万仟堂的核心价值体现在设计中。“我们不仅在造型上追求创新，还在专卖店的空间营造和陈设、销售模式上追求创新，力求打

造全方位的不同。”

万仟堂所坚持的创新理念在对产品的功能开发上体现得淋漓尽致。截止到目前，万仟堂取得的新型实用专利已达到200多个，不但在设计上将使用的便利融入陶器，还大大改变了陶器风貌，使之现代感十足。其中一项茶壶过滤系统的专利还获得了香港金奖，并带来600万美金的专利投资。万仟堂的“扶客杯”，针对外国人对中国茶道缺乏了解，用连壶带杯的设计，大大简化了泡茶工序，适合全家旅行用的“四世同堂”，大杯套小杯，用现代工业设计为主导的方法来完成东方风格的设计。

## 多元化营销助力品牌推广

在产品价格上，万仟堂属于中高价位，一套茶器在1000元左右，比普通产品价格高出一倍。其中雕塑产品是最贵的，价格在几万元。针对的客户群体主要为受过高等教育、追求质朴生活的白领。

目前，万仟堂在全国共有110家专卖店，今年还准备再开70家。“中国的市场很大，如果100家茶叶店配套1家茶器店，那能开多少家呢？”蔡万涯说。

在谈及市场运作时，蔡万涯发现一个有趣的现象：在南方沿海地区，懂茶的人多，万仟堂就不需要向顾客展示如何泡茶；而在河南、山西的店里，店员就会侧重于向顾客表演茶道，示范怎样泡茶、使用茶器。因为茶器的销售和饮茶习惯与文化发展基础有一定必然联系，不难想象，经营得最好的万仟堂店铺都集中在长三角地区。

“像杭州、南京、无锡这些地方很有人文积淀，当地人不但爱喝茶，对茶器也非常重视，在他们眼里，陶器的审美价值高于使用价值。”

因此，万仟堂今后将针对不同的茶系来开发茶器产品。“比如泡黑茶和泡白茶的茶器应该是有所区分的，我们将从取水、烧水的器皿开始，制作完整的整套茶具，这是我们今后开发的重点。”除此之外，花器也是万仟堂未来要

大力推广的产品。“在中国，插花已经慢慢被人们淡忘。其实在古代，一个女子一生中必须学会插花，人生才是完整的。日本现在还保留着花道。我们希望通过开发新型花器，推动大家关注插花艺术。”蔡万涯说。今年春天，万仟堂和万达商场就在全国范围内合作了一次以桃花为主题的插花活动，持续了一个星期，获得了不错的反响。

在线上营销方面，万仟堂早在2011年就入驻淘宝商城，并在同年12月入驻淘宝集市。也是在这一年，万仟堂的企业微博正式通过认证开始运行。如果说集研发、生产、销售为一体的商业模式保证了万仟堂产品及品牌的生命力，那么通过商辅和网络与顾客保持交流，万仟堂忠实地表达着自己的品牌精神。

## 卖陶器实为推广生活方式

“在历练中成熟的万仟堂，肩负起一种时代的使命：重新定义陶器的价值，鼓起勇气开启一个新的陶风时代，

让质朴优雅的陶品走进你的生活。”这是万仟堂网站上的一句话。

事实上，万仟堂已经开始在经营店铺之外，“卖”起了生活方式。今年刚刚成立的一个专门培训插花、茶道、香道的教育机构——万仟学堂，通过陶瓷、品香、品茶、插花等一系列手工艺课程来推广陶瓷文化、茶文化，传播休闲生活方式。为此，万仟学堂请来我国台湾地区和日本的专业老师授课，面向热爱生活的人士和万仟堂VIP客户，一方面通过教育让大家认识陶器、茶器，一方面传播的本真、质朴的生活方式，唤醒人们对简单自然、安宁质朴、优雅悠然的生活态度的渴望。“目前万仟学堂已经成功举办了6场公益的讲座，效果非常好。”蔡万涯说。

陶器带来的自然感和质朴精神已经深入蔡万涯内心：“自从做了陶器之后，整个人都安静了下来，对朴实无华的东西感兴趣了。陶器的朴素改变了我的生活审美，内心也更充实。希望通过器皿来改变人们的生活习惯，给这个普遍浮躁的年代，带去一些安宁，一些思考。”



万仟堂富有设计感的花插作品

# 御窑元华堂： 聚焦当代御窑文化的传承与复兴

□□ 洪萍萍

几百年来，神秘的紫禁城用高高的红墙让皇家生活倍增神秘，而珍藏于此的千年顶级艺术瑰宝却透露出帝王生活的细节。其中，皇家瓷器正是这些珍宝中的明珠，随着清王朝的覆灭，承载着皇家瓷器艺术的御窑工艺散佚民间，这些具有悠久历史的中国传统手工艺，濒临失传。

传承明清御窑的御窑元华堂(以下简称“元华堂”)，创立于1983年，专

注于研发、还原代表中国瓷器最高水准的御窑制瓷体系。在其艺术发展的道路上，继承并恢复了明清两代近600年大量濒临失传的御窑传统制瓷工艺，并坚持以御窑工艺传承为核心，演绎当代御窑艺术，实现皇家极致制瓷文化与现代高端品质生活的完美对话。

## 创作基地： 恢复断代的御窑工艺

明代宋应星所著《天工开物》有

云：“真足然后绝薪止火，共计一坯工力过七十二方成器”，元华堂工艺传承创作基地继承了传统手工艺的制作精髓，完整地重现了御窑工艺制瓷流程。

元华堂的生产基地位于江西省景德镇市罗家坞坤仙井。基地占地1.2万平方米，在这里，有200余名能工巧匠，“分类聚一室”。因为“画者学画不学染，染者学染不学画，所以一其手，不分其心也。”

在基地里，从手工精制泥、釉料，到拉坯、印坯、挖坯、利坯、挖足、施釉、修模等，从青花瓷绘制、青花斗彩瓷绘制、粉彩瓷绘制、颜色釉瓷制作、雕塑瓷制作到柴窑烧炼生产，满窑、烧窑、开窑，甚至到出窑的筛选程序，元华堂都是按照御窑工序一步步进行，仿若再现了当年御窑厂

的生产盛况。

高标准出高质量，这正是对御窑品位的完美诠释。也正是有如此品位，元华堂创作的艺术陶瓷一直保持高质量的水准，并受到广泛关注。1998年，元华堂的产品被国家领导人作为国礼赠与来访的美国总统；2000年，元华堂制作的艺术陶瓷被赠与南非总统；2004年，元华堂圆满完成国家下达的中南海紫光阁陈设瓷的设计生产任务；2010年，元华堂作品代表江西省入选上海世博会，成为景德镇传统陶瓷唯一代表品牌；2012年8月，由中国社会福利基金会主办、“免费午餐基金”承办的“盛满爱·建好厨房吃好吃好”慈善晚宴，元华堂捐赠的百鹿尊瓷板画获爱心人士追捧，成为当场拍价最高的拍品……

## 御窑工艺博物馆： 非物质文化遗产的展示窗口

元华堂投资建设的中国御窑工艺博物馆(以下简称“御窑博物馆”)，创立于2008年10月20日，建于景德镇市珠山中路明清御窑厂遗址之上。馆内展品均由元华堂督造生产。御窑博物馆得到了景德镇市政府的全面支持，元华堂被授予景德镇御窑历史文化唯一代表品牌，全面参与博物馆的项目建设。

御窑博物馆总面积1900平方米，分上下两层，第一层主要以触摸影像资料和实物原料、颜料、器具、工具为主，全面、系统地展示了传统御窑制瓷工艺流程，连细节也一一诠释。置身于此，仿若进入时空隧道。第二层主要展示元、明、清三代瓷器的原件和高仿精品。开馆至今，御窑博物馆受到了国内外专家、学者、陶瓷爱好者和游客的高度赞赏。

御窑博物馆的建立一方面对景德镇非物质文化遗产的有效保护、传承和弘扬传统陶瓷文化有着深远的影响，同时也极大地促进了景德镇市的文化旅游经济，对景德镇市文化大发展大繁荣将产生积极的作用。“元华堂的产品在仿古等方面已达到相当高的水平，博物馆对古代制瓷工艺各个环节的研究非常深入，遵循这些

工艺生产出来的产品，将有助于研究人员解决中国陶瓷考古史上的一些疑难问题，为研究中国陶瓷史、科技史、文化艺术史提供了一份宝贵的事物资料。”中国国家博物馆研究员张燕给出了这样的评价。

## 展示中心： 御窑文化的继承与发扬基地

2012年，元华堂北上，在北京前门23号院建立了中国首家皇家瓷器艺术精品展示中心(以下简称“展示中心”)。

展示中心的展厅由台湾JOY室内设计工作室设计，店内共分两层，在保存原始古建筑风貌的同时，呈现出当代御窑的文化底蕴与内涵。展示中心从皇家文化、极致文化与祥瑞文化等多角度诠释了限量收藏与精品典藏两大阵营的瓷器与人文精致生活之间的关系，同时还建立了御窑艺术汇高端会所，并在今年3月与劳斯莱斯汽车集团成功举办了“向手工艺者致敬”的私享品鉴活动。

未来，元华堂将继续肩负御窑传承者的责任，将日渐式微的中国传统手工艺中的精湛技艺保留下来，将手艺人原有的个性和情感、质朴与天真、坚持和守道承载于中国高级瓷器，致力还御窑应有的地位和高度。



粉彩山水纹纹瓶



粉彩寿桃纹天球瓶



青花瓷茶具