

本期话题:如何更好地提升陶瓷区域品牌价值

以“中国白”刷新全球时尚新表达



近年来,被誉为“中国白”的泉州德化瓷器正不断刷新世人对精美瓷器的时尚认知。今年1—5月,德化陶瓷自营出口额同比增长15.09%,1—7月陶瓷产业集群规模达416.1亿元,同比增长6.8%。日前,德化县组团走进俄罗斯市场,再次收获世界目光。如何更好地让泉州德化陶瓷在稳固国内市场前提下,成为文化信使走向世界?本期会客厅邀请行业深耕者就此问题展开讨论。

主持人:王宇静
嘉宾名片:



公司总经理
郑鹏飞 顺美集团



限公司董事长
徐建勇 福建省



限公司董事长
许丽枝 福建泉



在今年的九八投洽会上,嘉宾欣赏精美的陶瓷作品。(王宇静 摄)

传统元素的国潮表达载体

主持人:国内消费者对于日用瓷的需求有哪些变化?企业在产品设计、营销方式上采取了怎样的策略以提升市场份额与占有率?

郑鹏飞:近年来,消费者更注重产品的实用性与美观性结合,青睐简约现代又不失文化内涵的设计,融入国潮元素的餐具、茶具深受欢迎,比如带有传统宝相花、如意纹等元素的陶瓷杯碟,既满足日常使用,又能彰显文化品位。艺术陶瓷尽量使用日用化设计,日用陶瓷采取艺术化设计,也是产品的发展方向之一。同时,环保、健康的理念深入人心,天然材料制作的陶瓷产品更受青睐。

针对这些变化,在产品设计上,我们组建了专业设计团队,融入中国传统元素与现代潮流元素,开发出一系列国潮风日用瓷和创意摆件。在营销方式

上,加大线上营销力度,利用直播带货、社交媒体推广等形式,展示产品特色与文化内涵,吸引年轻消费群体。同时,参加各类型展会,与线下经销商合作,拓宽销售渠道。

徐建勇:当前,国内日用瓷与摆件需求呈现明显转向:年轻人对传统佛像等雕塑摆件兴趣下降,更青睐兼具文化底蕴与时尚感的产品,比如个性化主人杯、潮流风格茶器等。对此,我们以“艺术陶瓷生活化、生活陶瓷艺术化”为核心调整策略。在产品设计上,深挖德化优质瓷土潜力,结合先进工艺,将文化元素融入日常器皿;在市场竞争中,摒弃低价“内卷”,通过品牌赋能、文化赋能与品质把控三重发力,提升产品核心竞争力,巩固国内市场份额。

许丽枝:在消费升级趋势下,消费

者不再只关注产品的实用性,对产品品质和设计的要求日益提高。比如结合年轻人喜欢的杯型,融入中华传统元素的瓷器备受青睐。同时,国潮复兴推动非遗文创热,消费者愿为具有更多文化附加值的产品买单。

产品设计上,我们增加传统文化、国潮文化、现代简约以及跨界融合等设计元素,例如设计带有牡丹荷花等花元素、色彩粉嫩渐变的陶瓷杯,以满足女性消费者审美;设计带有“马”的陶瓷雕塑,满足人们对马年的美好愿望;与红木家具厂家开展跨界融合,设计红木与陶瓷结合的家具,为陶瓷产业发展提供了新的应用场景;根据我们产业园区的建设需求,设计生产了高端陶瓷瓷砖,进一步打入建筑装修市场。我们还探寻与泡泡玛特的合作契机,精准触达年轻消费群体。

出海设计要与当地文化相融

主持人:德化瓷器在设计风格、功能用途、质量标准等方面,与海外市场的需求存在哪些差异?打算如何改进产品和服务,进一步打开海外市场?

徐建勇:参与俄罗斯展会及海外拓展时我们发现,德化瓷器存在文化适配与功能匹配的差异。传统产品多聚焦中国文化元素,对当地消费习惯贴合不足,且功能设计未充分适配海外需求。改进方向主要有两点:一是精准对接海外生活方式,重点开发咖啡杯等适配性产品;二是推进文化融合,在设计中融入目标市场文化符号,如借鉴凡·高作品风格的文创咖啡杯已获认可。同时,针对展会产品“展后即返”的问题,将进一步加强前期市场调研,依据不同国家

文化特点定制展品,增强产品吸引力与购买欲,推动展品落地海外市场。

郑鹏飞:设计风格上,西方更倾向于简约、抽象的现代主义风格,而德化传统瓷器多为精致细腻的中式风格;功能用途方面,国外消费者对陶瓷产品多功能性要求更高,比如希望餐具具备微波炉、洗碗机适用等特性;质量标准上,不同国家有不同检测标准,像欧盟对铅、镉等重金属含量限制严格。为满足这些需求,在产品改进上,我们设立海外设计研发中心,聘请当地设计师,结合德化陶瓷工艺与海外市场喜好进行设计创新。优化生产工艺,提升产品质量,确保符合各国质量标准。同时,增加产品功能,如开发可用于多种场景的陶

瓷用品。在服务方面,建立完善的售后服务体系,及时处理海外客户反馈,为客户提供定制化服务。

许丽枝:在设计风格上,海外部分地区更偏爱具有当地民族特色、宗教元素或现代抽象风格的设计,而德化瓷器传统风格居多。一些发达国家对环保、质量检测标准更为严格。针对这些情况,在产品方面,需要深入调研目标市场文化习俗、生活习惯,融入当地民族特色、宗教元素进行设计创新,开发多功能产品,如设计含有当地国花或者当地特有的陶瓷作品。我们为南非市场设计生产了帝王花元素陶瓷,为法国市场设计生产了鸢尾花元素陶瓷,为塞尔维亚设计生产了凤凰花元素陶瓷产品等。

通过“展示+落地”讲好中国陶瓷故事

主持人:如何通过文化融合进行产品创新与品牌塑造,推动德化瓷器产业的可持续发展?

郑鹏飞:德化瓷器承载着深厚的中国文化底蕴,在文化融合创新方面,我们进行了诸多探索。比如在东南亚地区,我们将不同宗教、文化元素融入瓷器设计,比如在瓷瓶上绘制带有当地特色的宗教图案,但保留德化白瓷温润细腻的质感和传统制作工艺,既尊重当地文化,又展示德化瓷器魅力。

在品牌塑造上,以文化为核心,讲好德化瓷器故事。通过举办文化交流活动、国际展会等,展示融合不同文化的德化瓷器产品,传播中国文化,提升品

牌国际影响力。我们还利用数字化手段,通过线上平台展示产品的文化背景与制作过程,吸引全球消费者关注。

许丽枝:在俄罗斯市场,我们与当地的艺术机构合作,将俄罗斯民族彩绘艺术与德化白瓷雕塑技艺结合,创作兼具中俄文化特色的艺术品。在美国市场,融入美国流行文化元素,现代艺术风格,设计符合当地审美的陶瓷产品。另一方面,通过举办文化交流活动塑造品牌形象,比如在各国举办“中国白·德化瓷”主题展,设置互动体验区,让外国友人亲手触摸瓷泥、绘制陶瓷,感受德化瓷制作工艺和文化魅力。利用各类社交媒体传播德化瓷背后的历史故事、文化内

涵,提升品牌知名度和美誉度。

徐建勇:德化瓷器作为文化载体,需以文化融合推动产业可持续发展。一方面,立足中国文化内核,将向善、诚信等正面价值观融入产品设计,借助各类市场销售契机扩大文化影响力。另一方面,深化跨地域文化结合,针对不同海外市场的文化特征,开发兼具德化工艺与当地文化特色的文创产品。同时,建议优化展会模式,从“单纯展示”转向“展示+落地”,让产品留在海外被使用、传播,通过实用与文化双重价值,使德化瓷器成为文化交流的使者,助力“世界陶瓷之都”品牌深入人心。

记者手记

文化信使 瓷跨山海

德化陶瓷正以昂扬之姿跨越山海。今年1—7月,其产业集群规模突破416亿元,同比增长6.8%;线上销售额高达203亿元,其中,年轻消费群体通过直播贡献了70%的购买力——这不仅是一座产业之城的崛起,更是一种文化符号的全球跃迁。

从俄罗斯展会到香港礼品展,从广交会到国际巡展,“中国白”的“出海”不再是简单的商品贸易,而是一场深度的文化对话。正如嘉宾所言,关键在于推动“展示”向“展示+落地”转变,让德化瓷融入当地生活语境:南非的帝王花、法国的鸢尾花、塞尔维亚的凤凰花,纷纷绽放于德化白瓷之上;咖啡杯融合凡·高画作,茶器适配欧美生活方式——文化融合创新成为突破市场的核心引擎。

唯有让瓷器成为“可使用的文化信使”,才能在更广阔的舞台书写“China”的新时代故事。德化陶瓷,正以文化为舟,以融合为桨,驶向全球“深蓝”市场。(宇静)

据新华社电 石油输出国组织(欧佩克)日前发表声明说,欧佩克和非欧佩克产油国中的8个主要产油国决定10月日均增产13.7万桶原油。至此,主要产油国自今年4月起已连续6个月作出增产决定。主要产油国为何持续推动增产?国际油价或将出现哪些变化?

尽管主要产油国宣布增产,国际油价8日仍小幅收高。纽约商品交易所10月交货的轻质原油期货价格上涨39美分,收于每桶62.26美元,涨幅为0.63%;11月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨52美分,收于每桶66.02美元,涨幅为0.79%。

对于此次增产决定,分析人士认为主要是出于对市场份额、产能、油价等方面考虑。

上述8国2023年11月宣布日均220

万桶的自愿减产措施,此后减产措施多次延期,直至延长至2025年3月底。但在此期间,美国、加拿大等国原油产量增加,导致欧佩克失去部分市场份额。今年3月,8国决定自4月1日起逐步增加原油产量。5月、6月和7月日均增产41.1万桶,8月日均增产54.8万桶,9月日均增产54.7万桶。

尽管增产决定可能加剧投资者对供应过剩的担忧,但分析人士认为,实际上只有沙特阿拉伯和阿联酋有能力增加供应,其他多数成员已接近满负荷生产。此外,在西方对俄罗斯和伊朗制裁的背景下,增产决定很难造成油价暴跌,这也让8国有理由继续增产。《金融时报》称,到目前为止,欧佩克和非欧佩克产油

国今年已经实现在不大幅降低油价的情况下增加产量,而且当前国际油价水平仍高于4月份每桶58美元的低点。

不过,受美国关税政策抑制全球需求等因素影响,市场预期今后一段时间原油供应将远超需求,油价将进一步走低。高盛7日发布报告说,预计明年全球原油市场将出现日均约190万桶的过剩产量,高于此前预测的日均170万桶;预计布伦特油价今年第四季度将降至每桶64美元,明年平均价格将降至每桶56美元。

持续增产有何考量?业内分析认为: 主要产油国正优先考虑市场份额

“十四五”期间 制造业增加值增量 预计达8万亿元

据新华社电 记者9日从国新办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上获悉,整个“十四五”期间我国制造业增加值增量预计达到8万亿元,对全球制造业增长贡献率超过30%。

“‘十四五’时期,工业经济稳中有进,‘压舱石’作用更加凸显。”据工业和信息化部部长李克强介绍,2020年至2024年,我国全部工业增加值从31.3万亿元增长到40.5万亿元,制造业增加值占全球比重已接近30%,总体规模连续15年位居全球第一;制造业门类体系完整优势更加明显,在全世界504种主要工业产品中,我国大多数产品的产量位居世界第一。

“传统产业是我国制造业的主体,增加值、用工人数等主要指标都占全部制造业的80%左右。”李克强表示,我国坚持高端化、智能化、绿色化、融合化方向,推动传统产业转型升级。“十四五”以来,工业机器人新增装机量占全球比重超过50%。

下一步,工业和信息化部将加快构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系,深入推进工业技术改造和设备更新,实施打造新动能行动,坚持高水平开放,推动产业升级向“新”布局、稳健发展。

我国新能源汽车去年产量突破1300万辆

产销量连续10年 保持全球第一

据新华社电 记者9日从国新办举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上获悉,我国新能源汽车去年产量突破1300万辆,产销量连续10年保持全球第一。

“新能源汽车是全球汽车产业绿色发展、转型升级的一个重要方向,也是我国从汽车大国向汽车强国转变的必由之路。”工业和信息化部副部长辛国斌表示,新能源汽车的销售占比从2020年的5.4%提升到去年的40.9%。去年新能源汽车整车消费超过2万亿元,有力带动了产业链上下游和相关产业的快速发展,形成了巨大的经济社会效益,为经济高质量发展作出了重要贡献。

据介绍,“十四五”时期,国家层面接续制定产业发展规划。行业企业加大投入,攻克了一批技术难题,显著提升了产品的质量性能。比如,纯电动乘用车平均续航里程接近500公里,动力电池单体成本降低30%,但寿命却提高40%,充电速率提升3倍多。充电桩、换电站等基础设施更加完善等。

“我们也要看到,目前产业发展还存在着一些不容忽视的问题,比如说高端制程车用大算力芯片还有短板,比如说产业非理性竞争的问题还比较突出等。”辛国斌表示,未来将进一步完善支持政策,加强关键核心技术突破,规范产业竞争秩序,持续推动产业高质量发展。

工信部: 加快融合基础设施 建设升级

本报讯 国务院新闻办公室9日举行“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会。会议信息显示,我国建成全球技术领先、规模最大的信息通信网络,下一步将扎实推进新型信息基础设施建设发展,进一步加快融合基础设施建设升级。

工业和信息化部副部长张云明表示,“十四五”期间,在“广覆盖”方面,我国网络能力迈入“双千兆”,全国三分之二的地级市达到千兆城市标准。网络覆盖通达“县、乡、村”,“宽带边疆”建设加快。截至2025年7月底,全国累计建成5G基站459.8万个,千兆端口数达3053.2万个,实现“县县通千兆、乡乡通5G、村村通宽带”。

在“促协同”方面,实施算力基础设施高质量发展行动计划,我国在用算力设施达1085万标准机架,智能算力规模达788EFLOPS(每秒百亿亿次浮点运算)。建设工业互联网标识解析体系,推进移动物联网“万物智联”发展。

在“强赋能”方面,全国“5G+工业互联网”建设项目超过2万个,一批“无人矿山”“黑灯工厂”“智慧港口”等新模式、新业态逐步壮大。全国中小学实现100%互联网接入率。5G、千兆光网应用在500多家三甲医院落地推广,覆盖院前急救、住院治疗、康复出院等各个流程。

下一步,工信部将扎实推进新型信息基础设施建设发展,进一步巩固基础网络全球引领优势,推进重点城市、热点地区5G-A网络覆盖,引导万兆光网从技术试点走向部署应用;进一步提高算力设施综合供给水平,引导算力设施布局优化;进一步加快融合基础设施建设升级,打造新型工业网络,推进蜂窝车联网部署,加快构建现代化信息基础设施体系。(中新)