

设计创新赋能,德化生肖陶瓷市场走俏再掀热潮

马年瓷艺赛道“先驰一步”



陶瓷大师张明贵的生肖瓷作品《春马腾飞》(魏俊图)

在中华优秀传统文化中,马象征着进取、活力与成功,承载着一往无前、马到成功的精神愿景。如今,德化的陶瓷大师们将这一文化意象注入“中国白”的创作中,以瓷为语,以马为形,让一匹匹白马成为传递美好寓意的独特载体。

“我特别注重提炼马匹的肌肉与骨骼结构,突出力量感,希望传递奋斗不止的精气神。”在福建省工艺美术大师蔡国海的工作室,数十款白瓷骏马姿态各异,或蓄势奔腾,或昂首嘶鸣。其中,新作《马到成功》尤为引人注目。作品以汗血宝马为原型,搭配皇家马鞍,釉色莹润如玉,肌骨线条遒劲,鬃毛似随风舞动,生动展

今年,正值德化获评“世界陶瓷之都”十周年。这座浸润千年窑火的瓷都,正以蓬勃之姿频频亮相全球手工艺舞台,焕发全新光彩。

站在新十年的起点,德化陶瓷人步履不停。为迎接丙午马年,他们早已“一马当先”,将中国传统生肖文化与陶瓷艺术深度融合,掀起了马年生肖瓷的设计与研发热潮。从写实到萌趣,从摆件到日用,从国内到国际,陶瓷企业与工艺大师们以“马”为媒,持续拓展陶瓷文化的表达边界,让全国乃至世界的目光,再次聚焦这座“奔腾向前”的千年瓷都。

融媒体记者 洪娜娜 通讯员 林婉清 文/图

“白马”传情 一尊瓷马万千寓意

现出力量与速度的美感。

蔡国海专注骏马系列工艺瓷创作已近25年,他介绍,《马到成功》延续写实风格,烧制难点在于四足平衡的把握。“我们不断调整升温曲线与烧制时长,烧到第四窑才完美实现‘一片成型’。”据了解,这尊精益求精的白瓷“汗血宝马”还受邀参展于土库曼斯坦首都阿什哈巴德举办的“遇·鉴”文明交流互鉴活动——“中国白·德化白瓷艺术展”,并被作为国礼赠予对方,成为一张跨越国界的艺术名片。

不同于写实风格,福建省工艺美术大师、德化永成瓷雕坊的周德健带来更具年轻感的生肖瓷。这匹“白马”融合唐代马的丰腴体态,马身圆润饱满,四肢短小有力,嘴角微扬似带笑意,整体造型灵

动可爱。马背上叠置多个元宝,寓意财富层层累积;马身衬以祥云纹样,象征福运流转、财通万家。“现在的人更喜欢‘直给’的情绪价值,”周德健说,“我在底座加入‘马上发财’字样,搭配铜钱与描金装饰,强化招财纳福的吉祥寓意。”

在德化陶知然陶瓷,福建省工艺美术大师、艺术总监张明贵的《奋马蹄飞》同样吸睛。作品以矫健奔马为主体,鬃毛飞扬,动感十足。“我注重虚实结合,采用大块面手法突出简约感;釉色上烧制出‘象牙白’,形成独特质感。”底座设计为波浪形态,既象征时代浪潮,也增强烧制稳定性。“在‘躺平’话题流行的当下,我更想传递‘中年人尚且努力,青年更应该加劲’的进取精神。”

定制“瓷马” 创意设计玩出新意

“我从今年年初就开始构思,五月做出轮廓,到八月最终完成创作。”福建省工艺美术大师、德化县润金陶瓷艺术研究所艺术总监陈为坦向记者展示了多款正在试制的《骏擎华梦》定制作品。

该作品以平安扣为主体造型,暗合“日月同辉”之意。陈为坦在瓷身之上,通过阴雕、浮雕与线刻等多种技法,生动刻画六匹寓意各异的骏马:驮莲勇进的“成功马”、吉星腾达的“好运马”、寄望美好的“谦善马”、迸发活力的“欢腾马”、象征生机的“希望马”,以及承载时代精神的“逐梦马”。作品上还镌刻有一首豪情洋溢的“骏擎华梦诗”,底座融合“千里江山”与“万里长城”元素,既彰显中华文化底蕴,又赋予作品庄重浑厚之感。

“将传统福文化融入创作,是我一贯的坚持。但今年在《骏擎华梦》中,我特意在瓷身作了‘留白’。”陈为坦解释,这是为了给予客户定制空间,“我希望每位消费者都能参与创作,根据个人喜好赋予作品独特意义。”现场展示的定制样品中,有的融入城市文旅符号,有的点缀手工捏制的牡丹花。同时,作品提供四种尺寸,底座长度从10厘米至40余厘

米不等,以适应多样化的场景需求。

而在任信慈艺工作室,一组“萌萌哒”的“超级马力香薰摆件”成为“吸睛担当”。“开发前我们做了充分的市场调研,最终选择将骏马形象进行Q版演绎,以亲切萌趣的设计拉近与消费者的距离。”创始人苏巧龙介绍,除了经典的金、红配色,团队还加入了多巴胺色系,“希望打破传统生肖瓷的受众边界,吸引更多元的客户群体,不论是自用还是送礼,都能找到心仪之选。”

这款香薰摆件的灵感来源于经典游戏《超级玛丽》中“顶出蘑菇”的互动场景。小马呈昂首跃起之姿,可顶出四款寓意吉祥的扩香配件:象

征“紫气东来”的紫色葫芦、寓意“锦鲤合体”的迷你锦鲤、代表“日进斗金”的元宝,以及寄托“平步青云”的祥云。“这四款配件并非固定搭配,我们特意给消费者留有组合空间,可根据喜好搭配自己的‘好运符号’。”苏巧龙补充道。



周德健创作的马年生肖瓷《马上有钱》



顺美集团与台湾设计师合作的“马上封侯”储物罐

顺美集团将“马”元素应用到外销瓷中

在德化,生肖瓷创作早已突破传统摆件的局限,越来越多产品被赋予实用功能与创意故事,更贴近当代生活,尤其是年轻人的审美意趣与使用场景。德化陶瓷龙头企业顺美集团与台湾设计师合作的“马上封侯”储物罐便是巧思典范。白瓷

“马力”全开 “圈粉”海外产销两旺

杯盖饰有马造型的简约对杯、色彩明快的多巴胺几何马摆件、“小马宝莉”DIY彩绘陶瓷、融合独角兽元素的马克杯、印着骏马水粉画的餐盘、藏有马儿的精致水晶球……在顺美陶瓷生活文化馆内,十余个品类、多样化的产品矩阵琳琅满目,尽显创意。

与多数企业单一聚焦国内市场不同,顺美集团还积极推动马年生肖瓷“出海”。总经理郑鹏飞表示,“马在多个文

化中被视为祥瑞象征,受众广泛。不仅在亚洲,俄罗斯、波兰等欧洲国家也对马的形象与生肖文化有较高接受度,尤其女性买手对马主题的日用瓷产品青睐有加。”

为精准契合海外市场需求,顺美在产品设计中融入了丰富的国际元素:推出以皇家骏马为原型的摇摇马摆件,签约“小马宝莉”IP,将富有奇幻色彩的独角兽形象融入马克杯的杯身、杯把与杯盖设计……以轻盈的创意打通文化差异,拓宽市场边界。

尽管距离马年尚有数月,顺美的马年主题产品已迎

手绘生肖杯,“丑萌造型搭配俏皮文案,精准捕捉年轻人的喜好,线上反响非常热烈。”

除了茶具、餐具等传统日用领域,任信慈艺另辟蹊径,推出一款融合声控夜灯与盘香功能的“旋转马”。创始人苏巧龙现场演示,轻拨马身,瓷马便缓缓转动。“转动的马身,就像为生活奔波的‘赚钱牛马’,我们为它注入了‘踏实赚钱、稳步前行’的故事。大家闲来随手一转,既有互动的乐趣,也是一种解压方式。”

“差异化是做好产品的底层逻辑,尤其要会‘讲故事’,讲年轻人爱听、能懂的故事。”苏巧龙说,“在日益丰富的生肖瓷市场中,只有靠独特的产品故事,才能从‘千军万马’中脱颖而出。”

来一波订单热潮。近两个月来,彩绘DIY陶瓷套组已收获约10万件订单;色彩活泼的几何马凭借多巴胺风格圈粉无数,与波兰客户达成合作,拿下2万余件订单,计划进驻全球宜家卖场。

在国内市场,个性化定制产品同样表现亮眼。陈为坦透露,《骏擎华梦》系列前两批成品在九月底推出后便被抢订一空,广州、邯郸等地客户持续追加订单。

而面向年轻群体的“超级马力香薰摆件”自10月底预售以来,已接下3万余件订单。苏巧龙表示,“产品在天猫、京东及线下渠道同步发售,咨询量与成交量均超预期,说明兼具趣味与寓意的生肖瓷正撬动新的消费需求。”



顺美集团研发的马年生肖瓷《飞黄腾达》



陶瓷大师周德健介绍生肖瓷创意

“马上”有料 实用美学无缝融合



陈为坦创作的马年生肖瓷《骏擎华梦》



蔡国海创作的部分骏马作品



苏巧龙推出的《超级马力》作品