



学校代码: 10052

学 号:

# 中央民族大学

## 硕 士 学 位 论 文

试论日本陶瓷的发展与启示

姓 名: 侯 弘

指导教师: 马 沙

院系(部所): 民族学与社会学学院

专 业: 民族学

研究方向: 文物鉴定

完成日期: 2006年5月

## 摘 要

日本陶瓷的起源和发展深受中国和朝鲜的影响,因而日本的陶瓷文化深深体现这一历史烙印。然而,日本陶瓷,却形成区别于其他任何民族的独特艺术风格。从制瓷业落后于中国近千年,到17世纪外销瓷的暂露头角,再到如今的陶瓷世界强国,除了历史对日本的垂青,更多的是日本人自身的努力。

本文在总结前人对日本古陶瓷发展历史的基础上,运用民族学、考古学、文物鉴定等学科的综合、分析、历史比较等研究方法,综合利用历史文献、互联网信息和自身实际经验,较深入系统地对日本古陶瓷的起源、成长过程进行梳理,探讨了形成各窑系的特色、日本当代陶瓷在技术以及市场运作和管理方面的成就,分析和比较了当代中国陶瓷与日本陶瓷的差距所在,并提出中国陶瓷的努力方向。希望对中国陶瓷再创辉煌有所启迪。

如今的日本陶瓷是当之无愧的世界精品。日本是如何在短短的几百年之间超越中国?中国又能从日本的经验中学习到什么?本文的目的是希望通过这些问题的探讨引起大家的关注与思考,重新闯出中国陶瓷立于世界之林的道路。

**关键词** 日本, 陶瓷, 中国, 朝鲜

## ABSTRACT

With the overwhelming influence of Chinese and Korean culture, Japanese ceramic is a consequence of cross culture yet, dramatically unique one to any other countries in terms of art forms. The Japanese started to make porcelain, which nearly 1,000 years later than the Chinese did. In the 17<sup>th</sup> century, Japanese porcelain was first introduced to the Europeans through porcelain trade. In spite of a chance of booming in Porcelain industry, this fast growing big ceramic country contributes mainly to the efforts of the hard working Japanese people.

Based on previous studies of the ancient Japanese ceramic, by listing the origin and growing process of the Japanese pottery and porcelain, as well as special features of each kiln, technical progress, marketing, and management that generally being adopted by present Japanese ceramic industry, this dissertation focuses on a discussion of reasons why Japan became a strong ceramic country from a humble beginning, and what China should be working on to make up the discrepancy with Japanese ceramic industry. Some methods used by Ethnology, Archeology, and antique authentication has been taken to analyze the problem. Also relative books, Japanese ceramic websites, and author's personal experience gives extra evidence to make the article more persuasive.

Obviously, the Japanese ceramic has gained its reputation as the world level boutique. How could Japan surpass china in such a short period of time? What China will learn from the experience that Japan has gone through all the years? The purpose of this thesis is to bring up a further discussion on the reconstruction of Chinese porcelain industry.

**KEY WORDS** Japan, Ceramic, China, Korea

## 前言

在进中央民族大学的文物鉴定研究生班学习之前，我对陶瓷的感受是空洞的。虽然一直在接受着中国是陶瓷大国的教育，乃至后来惊奇地发现中国和瓷器在英文中同用一个词“CHINA”，然而陶瓷本身从未使我动容。我对陶瓷的喜爱还是在海外居住的几年中培养的。在北美的市场随时可见卖日用陶瓷的商店。那些做工精美，又颜色亮丽的瓷器很是吸引人的目光，不由得使人想接近它们。而它们又都具有共同的优点，即不仅仅可以做为吃饭用的杯、盘、碗、碟，而且可以摆在柜子里当装饰品。这样几年下来，我积攒的瓷器也有上百件了。恰在这时我突然思考一个问题：为什么中国虽然是个陶瓷大国，可是现在却见不到精品陶瓷呢？这个问题促使我从书本，从课堂寻求答案。两年的学习让我得到很多知识，也让我对中国的文化产生从未有过的兴趣与自豪。这种自豪源自于，中国历代以来一直是别国学习的对象，中国的许多发明创造，为当今世界格局的形成起过决定的作用，流传下来的文化，被不同语言的人们传诵着；遗留下来的历史文物，被不同肤色的人们尊奉着。没有人可以小看历史的中国，而我们自己也是这样想的。因而每当我与同仁们谈起，中国日用品陶瓷在海外的地位已经跌落到几乎是地摊待遇的时候，总被告之是外国人不懂中国古来的艺术，所以我们认为好的东西不受别人推崇。若果真如此，那么为什么中国的京剧艺术深受“老外”的喜爱？为什么同样是亚洲的日本的陶瓷制品，却风靡西方国家，并且以单个价格几倍于中国甚至更高的业绩远远把中国甩在后面？所以我想通过对日本瓷的探讨来弄清楚日本究竟做了些什么。

我在选择研究对象时，考虑过许多国家，如英国、德国、瑞典、意大利、日本以及东南亚地区的马来西亚，都有优质瓷产生。我最终选定日本，理由是：

首先，日本与中国同在亚洲，有相似的文化背景，因而有更多的可比性。

其次，日本瓷器在造型、纹饰、色彩及功能上变化之多，是其他任何一个国家无法比拟的。西方陶瓷，如老牌英国，是骨质瓷的诞生地，拥有威奇伍德（Wedgwood）、皇家道尔顿（Royal Doulton）等超级世界名品瓷，其价位远远超过日本同类品；德国，古时就有响誉世界的迈森窑（Meissen），近年来以高科技产品及新颖的现代造型，占领了广大市场。然而拿它们与日本瓷相比，颇显单调。

也许，日本陶瓷不是世界上最好的陶瓷制品，但是，它无疑是最应值得关注的。日本的制瓷业始于 1616 年，落后于中国近千年。然而到 17、18 世纪时，有田生产的外销瓷，已经不逊色于经过几千年锤炼的中国瓷。并且在日本陶瓷的直接影响下，产生出众多著名欧洲瓷窑。在西方，日本的瓷文化与中国的瓷文化一样受到尊崇。日本现代陶瓷，已经毫无疑问地跻身于世界陶瓷强国的行列。Made in Japan（日本制造）的标志，如同其电器和汽车一样，是优质产品的符号。通过认识日本陶瓷的发展过程，能像一面镜子，让我们认清阻碍中国陶瓷业进程的原因，看看我们的差距究竟在哪里。发展中国的陶瓷事业，才是硬道理。通过查找资料，我发现了很多过去没有接触过的知识点，解决了我对于中国陶瓷和日本陶瓷的很多疑问。所以在这篇论文中，将我获得的知识拿出来与大家分享，并同时提出我对目前中国陶瓷所存在的问题的看法。希望得到各位老师与前辈的指教，以及致力于陶瓷事业的同仁的共鸣。

关于日本陶瓷历史的部分，主要参考了三本书籍：

吉林美术出版社出版的《日本古陶瓷》，作者施永安。内容包括日本陶瓷源流概述、日本主要陶瓷及陶家、日本古陶瓷的艺术风格、日本古陶瓷款识。

辽宁画报出版社出版的《日本陶瓷史》，作者关涛、王玉新。本书以大量的图片文字资料，记录了日本陶瓷业的历史及发展。包括瓷器的起源和发展、不同时期各窑系的特色，以及现代陶瓷的展望等。

黑龙江出版社出版的《日本陶艺》，作者郑宁根据自己在日本亲自对日本的接触，生动地介绍了个日本各时代陶瓷的特色、日本陶艺的文化特征、早期的土器和陶器、中晚期各窑系统及派别的特色。特别是关于日本近代陶瓷的发展，给我很多启示。

以上三本专著对我在本文中，有关日本陶瓷历史及其文化艺术特色方面的研究有很大启发。在查阅资料的过程中，由于没有发现日本当代陶瓷状况的专著，于是，我通过网络资源，搜寻到日本陶瓷的最新科技动态、市场运营模式及企业管理方面的信息，并以此为依据，完成了本文对日本当代陶瓷业现状的分析。

本来为了这个题目，我特地安排了一次前往日本京烧清水窑实地考察的机会。然而由于种种原因，行程被推到 2006 年 5 月以后才能成行。由于怕赶不上论文答辩，所以不能实现以实例说明的意图，实属遗憾。不过我对日本陶瓷的兴

趣，不会因为这次论文答辩的结束而终止。希望未来的日本之行，能为我的研究带来更多收获。

# 一、日本陶瓷之发展

## （一）背景

日本最早的陶器出现在新石器时期，称为绳纹土器。从公元前3世纪开始，受到中国文化的影响，陶器制作发展到弥生土器时期。公元462-478年，从朝鲜半岛传入的制陶文化，使日本进入须惠器时代。<sup>①</sup>奈良时代，由于模仿唐三彩制作的奈良三彩，使日本的制陶业向前迈出了一大步。图1是日本最早的陶器--绳纹土器。



图1 绳纹土器（公元前13000年-公元前300年）

日本开始制瓷是在元和二年（1616）。<sup>②</sup>在中国，宋朝已有制造白瓷和青白瓷的记载。宋朝五大名窑之一的定窑就以生产白瓷著称。越南在十世纪和十一世纪初就有了白瓷。而朝鲜在高丽中期，已生产白瓷。日本瓷器的起源，与中国相比晚千年以上，与越南、朝鲜相比迟数百年。日本在东南亚瓷器制造最初，是较为落后的国家。<sup>③</sup>

但是，明治以来，日本陶瓷业迅速发展。时至今日，日本生产的陶瓷产品无论在质量还是单个价值上，都凌驾于中国、越南和朝鲜之上。在日本国内，民众用瓷质量之高，种类之丰富，陶艺家之众多，技术之精湛，陶瓷市场成熟度之高，具有如此综合素质的国家，世界任何陶瓷大国均无出其右者。

郑宁先生在《日本陶艺》中总结的日本陶瓷艺术发展的三大特点，可以说概括了日本陶瓷的历史：第一，日本的绳纹土器堪称世界上最早的陶瓷艺术品。第二，日本是个岛国，狩猎生活的原始时代持续了万年以上，文化发展远远落后于大陆。因此，在相当长的历史时期内，日本陶瓷艺术的发展，不要说与中国相比，甚至与越南和朝鲜相比也相差甚远。第三，1868年明治时代以后，国力增强，概念更新，从欧洲引进了先进的工业技术，陶瓷产业飞速发展，现在成为世界陶

<sup>①</sup> 施永安著，《日本古陶瓷》，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992年12月

<sup>②</sup> 关涛/王玉新著《日本陶瓷史》，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>③</sup> 关涛/王玉新著《日本陶瓷史》，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001



瓷强国。<sup>①</sup>

日本从落后到位居世界前列的“陶瓷王国”，仅仅用了百余年时间。创造出许多享誉世界的名品，如有田烧，锅岛烧，美浓烧，唐津烧，乐烧，萩烧等等。伊万里，有田等地也随着陶瓷业的兴起而闻名远扬。我认为日本陶瓷业的迅速崛起，有诸多方面的诱因。究其发展途径，有很多地方值得我们探究学习。

## （二）历史上中国和朝鲜对日本陶瓷业的贡献

### 1. 中国历代陶瓷对日本的影响<sup>②</sup>

从日本陶瓷发展的历史上看，几乎每一步的发展都受到中国和朝鲜的影响。所以有人把朝鲜比做日本陶瓷之母，而中国则是日本陶瓷之父。<sup>③</sup>

最先向日本传授制陶技术的是在中国战国时期，因连年的战乱和灾荒而逃亡到日本列岛的中国移民，其中包括一些以制陶为生的陶工。他们后来在日本定居下来，与当地日本人生儿育女，并承担起传授中国制陶技术的角色。他们对日本陶瓷发展的贡献虽非后来发生的事件可比，但却为日本历代陶瓷技术的传入，为隋唐以后中国文化的大量输入起到铺垫性的作用。

日本最早向中国派遣使臣是在中国的隋朝时期。他们的目的是向中国学习先进技术。因此在隋唐以后，日本在军事、医术、绘画、书法、陶艺、烹调、印刷、织布等深受中国的影响。唐代中国封建社会空前繁荣，日本的奴隶制正在瓦解，对唐朝极为赞颂，导致了大批的遣唐使和外交使团兼营朝贡贸易。陶瓷文化的交流随使臣的来往而增多。不少日本人被日本历代政府派遣到中国学习制陶技术，回国进行传授，亦有中国陶工去日本传授中国的制陶技术。吉备真备作为遣唐的学生两次来到中国，回国时除了将中国的历书、兵书、音乐书、武器、



图2 奈良三彩 公元8世纪

<sup>①</sup> 郑宁著，《日本陶艺》，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 本节参见《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992年12月

<sup>③</sup> 关涛/王玉新著《日本陶瓷史》，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

乐器、测量器具等带回，同时还携带中国的陶工到日本传授制陶技术。这些陶工对日本陶器生产技术的进步有着不可磨灭的功绩。公元 8 世纪中国陶瓷史上产生了唐三彩。这颗璀璨的明珠对当时世界震动很大，生产唐三彩的技术随之通过各种方式传到海外，不久在西亚的波斯烧制了“波斯三彩”，朝鲜半岛烧制了“新罗三彩”，传到日本后，奈良宫廷使用基本与唐三彩同样的制法，制作了造型和釉色花纹方面都酷似唐三彩的一种陶瓷，称为“奈良三彩”。“奈良三彩”的烧制打破了日本陶瓷色泽灰暗的历史，虽远不如唐三彩工艺精致，但它的产生使日本陶器上了一个台阶。而它的烧制过程是在中国陶工的参与下完成的。图 2 所示为奈良时期的三彩罐。

镰仓时代的日本文化同样深受中国宋代的影响。其中在陶器上的反映，表现在随从高僧道元和荣西去中国的陶匠从中国带回制陶技术，并在日本进一步发展。日本陶技在平安中期之后一直处于停歇状态，这次以传入中国陶瓷技艺为契机，终于打破长时间的冬眠状态，再一次迎来陶瓷艺术的春天。后来日本成为“陶瓷之国”，就是镰仓时期奠定的基础。<sup>①</sup>

在日本历史上，来华学习制陶的人中有两个著名人物，对日本陶瓷的发展起过决定性的作用。一个是加藤四郎，另一个是伊藤五良太甫。加藤四郎与中国的关系源于中国的茶文化。11 世纪到 12 世纪初，中国盛行饮茶之风。这股风气在传到了日本后也日益渐盛。但受日本人青睐的黑釉茶具远远满足不了饮茶之需。于是日本诸窑争先仿制宋瓷，但屡烧不佳。加藤四郎于是在 1223 年 3 月来到中国，苦学黑釉陶器的制作技术，历时 5 年。他回国后展转数地试烧，终于在山川郡濑户村发现良土，开窑成功烧出天目茶碗，这就是日本六大古窑之一濑户窑的开始。



图 3 濑户窑 黄釉巴纹瓶  
制造于 14 世纪镰仓时代

由于加藤四郎对日本陶瓷的贡献，日本人尊他为“陶祖”。图 3 为 14 世纪濑户窑的器物。

另一位伊藤五良太甫与中国景德镇有关系。他在明朝时随遣明使了庵桂悟到

<sup>①</sup> 《日本陶瓷图典》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2000

我国江西景德镇学习制瓷技术，改名为吴祥瑞，两年后回国，在日本肥前的伊万里开窑，生产“五良太甫吴祥瑞造”款识的青花瓷器。其青花品种，一般色泽都较明快，装饰题材多为中国的传统图案，故迎合日本人的审美趣味。以至后来古九谷烧曾依照祥瑞图案的轮廓进行填彩，濑户烧中的加藤民吉等陶工也都作过此类陶瓷的仿制尝试，说明五良太甫吴祥瑞及其瓷器对日本陶瓷的风格影响是极其深刻的。后来日本陶瓷界所称的“祥瑞手”，就并非单指“五良太甫吴祥瑞”的瓷器，而是成为类似风格陶瓷制品的代名词。图4为五良太甫吴祥瑞造青花器物。



图4 青花山水丸文碗 五良太甫吴祥瑞造

17 世纪初，日本的陶瓷生产发展很快，不久即从九州波及到日本的诸岛，其中古九谷就是在 1655 年左右开窑的。根据日本的《陶器全集》中记载，古九谷的成功是与中国明代陶工的努力分不开的。安政二年（1855）发行的《日本陶器考》中记载，其颜色器物是受到来此地的中国人所教授的。这里所提到的中国人或明朝人，实际就是明末清初期间，战事屡起，导致许多瓷窑断火停烧之后，由于某种契机来到日本的中国某窑陶工或艺人，参与了古九谷的创建和发展。

中国陶瓷对日本的影响很大，正如中日两国文化交流事业的开拓者之一，中岛健藏先生所言：“我们可以断言，如果不谈中国的影响，那么根本无法说明日本的传统工艺美术。”

## 2. 古代朝鲜对日本陶瓷的贡献<sup>①</sup>

虽然隋唐以来，由于使臣、宗教、通商以及日本陶工来华等原因使日本陶瓷生产技术有了长足的进展，但是促使日本瓷器时代的到来，最直接的原因还是通过朝鲜半岛。

918 年的朝鲜还在高丽时代（中国的五代十国时期）就学会了中国的造瓷技术。由于历史上中国对朝鲜半岛的统治，汉文化形成占领性地输入，这点表现在文化、经济及生产技术的各方面，当然在陶瓷制造业上。经过朝鲜人民不断的努

<sup>①</sup> 本节参见《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

力，使制瓷技术发生了一些变化，形成了朝鲜半岛独特的风格。比如陶瓷装饰中的“象嵌”手法，就是朝鲜人民创造并形成的装饰技法。这种生产技术主体为中国文化，装饰方法上体现朝鲜半岛文化的制瓷风格，开始到隋唐，经过差不多10个世纪，从朝鲜传到日本，并影响着日本的陶瓷生产与发展。

1592年至1598年，日本丰臣秀吉发动了两次侵略朝鲜的战争，史称为“文禄庆长之役”。战争中日本从朝鲜掠夺了大批陶工和陶瓷器，因此这次战争又称为“陶瓷战争”。仅以岛津义弘出阵朝鲜回国时，掳回的朝鲜陶工就有22姓80余人，做为“战利品”被带回，也就是这些陶工，第一次把制造瓷器的技术带到了日本。这些陶工后来纷纷在日本定居下来，并开窑延续自己的制陶技能。其中，金海，后改名星山仲次，在帖佐建立了萨摩藩的御用窑；在岛平上陆的朴平意等人，创建了串木野窑即苗代川烧。但是最值得一提的是锅岛藩主直茂带回的李参平。在“文禄庆长”战争之前，日本没有瓷土。“文禄庆长”战争时，日本从朝鲜掠回一些瓷土，但其量远远不够日益增长的陶瓷生产之需。李参平于1616年在有田泉山发现了瓷土（日本称石英粗面岩）解决了日本最根本的原料问题，同时率18名归化的朝鲜人移居有田，在上白川天狗谷筑窑安家，并成功地烧制出白瓷和青瓷。这是日本最初的瓷器。此举给日本制瓷业以极大冲击，随着时间的推移日本对瓷器的需求也越来越大。李参平在中白川、下白川增筑新窑，手下工人达到100多人。有田一带受其影响窑址增多，原窑场多数生产陶器的开始转产瓷器。只在创业初期的元和至宽永年间（1615-1643）就有上白川、中白川、下白川等41个窑，日本瓷器时代的到来了。

### 3. 日本瓷器时代的开始

日本从新石器时代产生绳纹土器之后，自绳纹的末期到弥生的早期，中国文化就开始影响到这片列岛古邦了，绳纹陶和弥生陶造型日趋洗炼和中国化，从弥生陶可以看到中国纺织品和金属器皿的痕迹。如图5所示。这时，陶瓷技术，也通过多种渠道不断传入日本，如5世纪，中国陶瓷制造工艺技术的传入，日本开始使用辘轳成型，使日



图5 弥生陶

本从原始的生产方式，进入到辘轳制作的须惠器时期。<sup>①</sup>这一时期的器物造型更加规整，并引进还原焰烧制。须惠陶技术迅速普及，须惠陶的功能和用途也发生变化，器型饱满鼓腹带足，反映了唐代艺术特征。后经历模仿中国唐三彩烧，制奈良三彩的尝试，虽然工艺无法与唐三彩可比，但奈良三彩可谓天平胜宝时代的精华。中国定窑的白瓷、越窑青瓷、长沙彩纹瓷也成为日本陶瓷的标本，成为人们生活中的珍品。公元 1000 年开始，日本一些陶器古窑相继产生，如著名的濑户、常滑、信乐、越前、丹波、备前六大古窑，成为各地的制陶中心，并逐步遍及日本的本岛和九州各地。江户时代的幕府体制保护了陶瓷手工业发展，迎来了日本陶瓷史的黄金时代。然而这一漫长的时期仍是处于陶土器生产的阶段。<sup>②</sup>直到后来的“文禄庆长之役”被日本带回的朝鲜陶工第一次把烧制瓷器的技术传到日本。正是中国与朝鲜对日本的“主动”与“被动”的支持，使得日本从陶土器时代进入到瓷器大发展的时代。

### （三）政府的支持

#### 1. 万国博览会<sup>③</sup>

19 世纪末期，日本的艺术对西方产生了极大的影响。这和在欧美举办的几次国际展览会有密切的关系。这就是 1862 年于英国伦敦、1867 年于法国巴黎、1873 年于奥地利维也纳及 1876 年于美国费城举办的万国博览会。

1873 年以前，在日本除了私人参加过几次国际展会之外，政府从未参与过。从 1873 奥地利维也纳万国博览会开始，日本政府抓住了这个最初的机会，明确提出了日本国贸易振兴的构想，并对参展进行了周到的准备。于 1872 年 6 月成立博览会组委会，派遣了以事务局副总裁为团长的代表团，精心选拔了具有各种技能的 24 名研修生，其中有有田和京都的 3 名陶工在内前往。但是对当时的日本政府，有许多困难需克服。对于日本的商人来说参加这样的展会费时费力，然而却得不到经济上的回报。因此很多商家不愿意将产品送到千里迢迢之外的维也纳。针对这一情况，政府派官员下到各省去收购适合参展的产品，才使这次参展

<sup>①</sup> 施永安著，《日本古陶瓷》，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

<sup>②</sup> 三上次男“从陶瓷贸易看中日文化的友好交流”载于《社会科学战线》1980 年 1 期

<sup>③</sup> 本节资料翻译自 Japanese Porcelain, Nancy N.Schiffer 著，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

成行。

1873 年维也纳的展会虽然未给日本带来直接的效果，但却使日本得益于参加国际展览的经验。于是为参加 1876 年美国费城的万国博览会，日本政府于 1875 年组建国展办公室，称皇家委员会，并指派专人负责。该委员会直接由负责工业发展的通产省管理，由通产省大臣亲任委员会主席，同时委任家光将军为副主席。吸取了 1873 年维也纳展会的经验，政府对这次参展商给予更优惠的政策。首先委派各省选送顶尖厂商参展，给予资金上的支持，其次是由参加过上一届维也纳国际展览会的官员为参展商设计参展提供精选产品。为使更多日本产品走向国际，政府也鼓励私人参展商的参与。不管是政府委派还是私人参展，政府负责支付所有从日本到美国费城的往返运输费用，同时还负责所有陪同货物的参展商的交通费。此次参展商品的价值超过 25 万美圆，由政府花在交通运输上的费用就达 30 万美圆。在政府大力支持下，使的这次的参展相当成功。有西方媒体这样评论道：“日本的参展品值得一提，不仅种类繁多齐全，而且所有物品品质高，价格适中。日本工匠的参展，带来了精湛工艺的展示。日本此次展示的瓷器，如茶壶、咖啡用具、瓶、盘、火盆、水罐等，被喻为陶瓷业的最好、最完整的一次展示……日本带来的产品是此次展会的最亮点。”<sup>①</sup>有田、京烧、萨摩、九谷以及濑户窑等商家展出了他们的陶瓷器。其中，有田生产的陶瓷器被赞誉为最好的产品；萨摩生产的大型贵重器很受爱好者的喜爱，一对 2 英尺高的花瓶被估价为 4000 美圆（这对花瓶后来被送到宾西法尼亚博物馆和工业美术学院展出），另有一个 1 英尺高的贝壳形瓶被估价为 500 美圆。无疑 1876 年美国费城的万国博览会提高了日本产品在国际上的地位，日本从此开创了与美国的大宗贸易活动，使三家日本公司在纽约落地。

通过参加博览会，使日本看到了与日本文化完全不同的西方文明，大开了眼界。西方文明给日本带来了新思想、新技术。后来在日本发生的机械化生产及手工艺表现性创作都是受到新思想的影响。日本政府极有远见跨出过门的这一步，其意义和效果都是深远的。

## 2. 地方政府的管理与扶持<sup>②</sup>

---

<sup>①</sup> Nancy N.Schiffer 著，*Japanese Porcelain*，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

<sup>②</sup> 本节参见《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

属于有田系的锅岛烧被喻为日本最为精巧的瓷器。然而在 1616 年李参平烧制造瓷器之前，有田地区是一贫困的小山村。由于李参平烧制造瓷器成功，影响到有田一带的窑业从陶器向瓷器转产，同时又修起许多新窑。位于有田地区的佐贺锅岛藩意识到这一新兴产业将带来的利润，对本地区的陶瓷产业大力实行保护和奖励的政策，并投入巨资，精选原料，选拔优秀工人和画师烧制。使藩窑锅岛烧逐步成为制作精良的知名产品。政策的扶持促使生产瓷器的窑址不断增多，也带动有田逐步成为日本制瓷业的一大中心。原先贫困的山村繁荣起来。瓷业的兴旺使得窑主们成为上缴利税的大户，而诸窑上缴的利税成为当时锅岛藩的主要财政来源。延宝三年（1675）锅岛藩窑又向大川内迁移，移筑新藩窑规模更大，人员增多，技术也提高，可以生产出适应时代要求的瓷器新产品。锅岛藩对其藩窑进行严格管理，因此在制造过程中分工细，每人负责本工序的技术研发。藩主还参与瓷窑的运作，在提高质量，加强管理，降低残次品率等方面实行严格监督。同时继续实施藩窑的保护政策，对继续经营者给予大力扶持。藩主对其藩窑一年内供给米 360 石，黄金千两。藩主对藩窑陶工也是爱护有加，让他们生活安定，有很高的社会地位，在有田皿山一带令人羡慕。一系列的举动造就出锅岛烧为国内最精美的瓷器，也使肥前锅岛延续 250 年成为锅岛藩属官窑。有田瓷器的生产后来由于当地领主锅岛藩的扶植而发展成为一项重要产业。

### 3. 立法及保护制度

日本是最先对无形文化遗产进行保护的国家。昭和二十三年（1948）政府公布了“文化财保护法”，不仅针对有形文化财，同时提出要保护无形文化财——这是世界范围内第一个在国家政策制订中将文化遗产纳入基本大法，并明确提出保护无形遗产的举动。法律将要保护的，是包括传统手工技艺、制作过程及其间反映的文化观念、历史传承、价值认同、口传身授的民间知识等无形文化的整体呈现。昭和二十七年至二十八年（1952-1953）间，日本选定无形文化财 47 件，其中 9 件是与陶艺有关的，包括荒川丰藏的志野制作工艺、荒川丰藏的瀬户制作工艺、加藤唐九郎的织部制作工艺、金重陶阳的备前制作工艺、石黑宗磨的天目釉制作工艺、宇野宗翁的辰砂制作工艺、加藤土师萌的黄地红彩制作工艺、今泉今右卫门的色锅岛制作工艺以及德田八十吉的九谷制作工艺。第一次重

要无形文化财的指定于昭和三十年（1955），与陶瓷有关的部分是荒川丰藏的志野及瀬戸黑的制作工艺、石黒宗磨的铁釉陶器制作工艺、富本宪吉的彩绘瓷器制作工艺和滨田庄司的民艺陶器，他们同时被认定为相应技术的保持者。至昭和三十六年（1961）共被认定者 18 名，除此以外保持团体指定还有柿右卫门的浊手制作工艺以及色锅岛的传统制作工艺。至昭和五十八年（1983），重要无形文化财保持者还有荒川丰藏的志野及瀬戸黑的制作工艺、藤原启的备前器制作工艺、中里无庵的唐津器制作工艺、近藤悠三的青花器制作工艺、三轮休雪的萩烧制作工艺及冢本快示的青花瓷的制作工艺。<sup>①</sup>

国际社会对“非物质文化遗产”的重视，多少是受到了日本“无形文化财”这一概念的影响。1979 年日本颁布了《国家指定选择的民俗文化财》，其中认定“重要的无形文化财”共 80 项。国际上曾使用 nonphysical cultural heritage 来表述“非物质文化遗产”，后发现在概念上并不周延（比如古琴艺术是通过物质的有形形式得以呈现的，这也是为什么以“古琴艺术”而非“古琴”列入遗产名录的原因），才使用日本用来指称“无形文化财”的对译术语 intangible cultural heritage。Intangible 一词作为“文化遗产”的限定语，其本义是“不可触摸的”、“难以明了的”，引申为“无形的”。继 1989 年的《保护民间口头传承建议书》、2001 年的《世界文化多样性宣言》和 2002 年的《伊斯坦布尔宣言》之后，联合国教科文组织为切实保护无形文化遗产与人类文化的多样性提供法律性的条款，于 2003 年 10 月 17 日第 32 届大会闭幕前通过了《保护无形文化遗产公约》。

为配合立法的实施，并介绍与普及无形文化财，昭和二十九年（1954）在东经日本桥三越举办了“第一届无形文化财日本传统工艺展”。同年秋对文化财保护法进行了大幅度调整，也使传统工艺展内容一新，在此基础上举行了第二届传统工艺展，无形文化财保持者作品和由其推荐的作品共同构成展品，至第七届又导入公募制，即重要文化财指定和保持者认定结合的制度，也即是俗称人间国宝的制度。<sup>②</sup>

为表彰对发展日本陶艺做出卓越贡献的陶艺家，截止平成八年（1996）对 6 人授予文化勋章；授予 4 人文化功劳者称号；17 人获日本艺术院赏。在无形文化财选定后，中国传统技术黄地红彩、天目、白瓷、青白瓷等指定对象得以在日

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001



本再现，在铁釉陶器中包含木叶天目，在彩绘技术中包含着黄地红彩。<sup>①</sup>

#### 4. 日本政府对企业在金融方面的支持

近年来日本政府对于陶瓷业的支持可从其泡沫经济崩溃的 90 年代博得一斑。20 世纪 90 年代初，房地产业和金融业的崩盘使日本进入经济危机。受大环境影响下的日本陶瓷业也开始走入低谷。在这十几年中，日本陶瓷行业一直在努力恢复增长，但各类陶瓷制品的产量年年下降。企业经济效益入不敷出。倒闭的陶瓷企业也越来越多。面对这种现象，日本政府积极反应，来刺激经济的复苏。近十几年来，包括对陶瓷企业在内的所有行业，日本政府实行的中央银行再贴现率降了又降，已降至 0.1%，到了无法再降的地步。同时出台有 10 多项财政刺激政策。虽然由于大气候的形势下的经济滑坡未使日本陶瓷业有多大起色，但政府的对保护民族企业的努力是值得肯定的。

关于政府与企业的关系，日本政府与西方经济发达的国家的做法不同。通常西方国家的政府不介入企业的经营发展。如美国即便是在经济问题重重的 80 年代，美国政府依然不愿意介入和干涉企业经济。而日本政府和企业之间却有着密切的合作。本章曾谈到，从历史上，就有藩政府资助和管理下的藩窑，成为高品质陶瓷生产的基地。17 世纪开始的外销瓷贸易，使日本政府意识到与外界交流的重要性。因而从资金和顾问等方面为企业提供支援，诱导企业跨出国门。企业有了与国际交流的机会，因此提高了日本陶瓷在国际上的声望，也为后来外销瓷增长，及新思想和新技术的引进奠定了基础。在保护国家文化遗产和人才鼓励机制上，日本政府更是走在其他国家的前面。日本政府通过立法、提供技术和情报、提供发展建议、提供资金等方式指导企业发展，成为企业强大的后盾，直接刺激与促进了经济的发展。这种关系的观念核心在于日本朝野普遍认识到政府利益、企业利益、人民利益是一致的。只有共存才能共荣。<sup>②</sup>日本政府的做法，为其他国家的政府行为做了一个很好的榜样。特别是中国的政府部门，在如何鼓励与规范中国的陶瓷产业上应该做些什么，不妨看看日本是怎样做的。

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 王受之著，《世界现代设计史》，中国青年出版社，出版地：北京，出版年：2002

## （四）外向型发展历史

### 1. 历史

在日本的历史上，曾经经历过 250 年之久的自我隔离时期。为保持自己岛屿的独立性和专有性，日本不与其他国家进行贸易与文化上的交流。到 17 世纪初，勉强在长崎附近开设了一家商栈，与外国商人进行一些小笔数额的交易。<sup>①</sup>

中国明清更替的战乱，使一些陶瓷窑受到严重影响，景德镇的外销瓷生产也一度中断。这迫使欧洲的陶瓷商转向日本订制瓷器。在日本当时制瓷业最发达的有田地区，因受这一事件影响，瓷器生产大幅度提升。属于有田系的伊万里和柿右卫门生产的瓷器最为精致华丽，自然也就成为外销瓷的主要成员。据荷兰东印度公司的记录，其在日本首次收购瓷器是在 1650 年，共收购 145 件。之后逐年增加。到了 1659 年，驻在长崎出岛的荷兰商馆订购了 56700 件。1660 年在瓷器贸易走如正轨后，有田的瓷器开始大量销往欧洲。然而新兴起的日本制瓷业是不能满足欧洲日益增长的对瓷器的需求的。因此在景德镇恢复生产后，荷兰东印度公司便将定单转向物美价廉的中国瓷器。但是，即便如此，仍有少量有田瓷出口到欧洲。说明伊万里和柿右卫门的瓷器在欧洲是很有市场的，以至后来中国也生产了一些伊万里风格的瓷器，来迎合欧洲人的这种趣味和需求。<sup>②</sup>

1853 年，日本的闭关锁国政策终于随着社会的进步而消亡。在迎来瓷器的第二个春天时，日本首先将眼光投到广大的欧洲新兴市场。19 世纪末开始专门为西方市场生产餐厨日用瓷，还有西洋画装饰瓷。大量这样的瓷器以低廉的价格和完善的全球行销网被销售到欧美。<sup>③</sup>

此时的日本正进入明治维新时代，致力于学习西方的先进技术并采用西方的工业机械。日本人是非常好学的，他们很快掌握了西方的技术并在此基础上使技术更进一步发展，其中也包括陶瓷的生产技术手段。日本国内陶瓷业由手工作业向机械化生产迈进，窑的结构由小型向大型转化。1870 年，日本政府邀请德国化学家兼美术工艺师瓦格耐尔（Gottfried Wagener）来日本为有田的陶瓷工匠传授新的化学成分 of 瓷土、以煤代木、氧化钴的使用、石灰釉调制以及其它西洋制

<sup>①</sup> Japanese Porcelain, Nancy N.Schiffer 著，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

<sup>②</sup> 《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

<sup>③</sup> Japanese Porcelain, Nancy N.Schiffer 著，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

陶方法。在瓦格耐尔及其西方同仁的协助下，日本引进了西方的先进设备，并将烧柴的登窑改为烧煤的倒焰型窑，并同时向天然气和电力方向改进。从生产要素与产品质量、烧成效率方面提升了窑炉技术的水平与档次。后来，瓦格耐尔的日本学生们还到德国进一步学习新的制瓷方法。<sup>①</sup>

事实后来证明，日本这一跨出国门走向世界的举措，奠定了日本陶瓷在后来百年的辉煌。

## 2. 万国博览会带来的效应<sup>②</sup>

明治维新时代是日本陶瓷发展巨变的时代，最大变化是在筑窑、成型、釉药、绘料、绘法等方面引入了西洋新技术而和材料，使日本陶瓷水平提高一个台阶。而这与几次国际展览会有密不可分的关系。

1867 年在巴黎召开的万国博览，只有锅岛和萨摩两藩参展。参展后，江户商人将欧洲使用的瓷器用彩釉料和钴料带回国内，从此开始了日本使用欧式彩釉料和青花钴料的历史。

1873 年在维也纳的博览会之后，日本研修生得以机会前往欧洲各地学习技术，使日本陶瓷界获得大量的、重要的新技术。他们学会了素瓷、石膏成型、釉料、水金、成型机械、筑窑等实际的技术，归国后在濑户、九谷、京都、有田、萨摩等地开拓了实用化的新路，进而将西方的新技术迅速推广到全国。

1876 年美国的博览会上，日本的陶瓷作品大受欢迎。萨摩烧、有田的彩绘瓷器等许多作品获奖。提升了日本陶瓷在国际上的地位。

1877 年日本吸取参加万国博览会的经验，召开第一次国内劝业博览会。展品 8.4 万件，参观者达 45 万人。此后，明治年代先后举办五次博览会，对日本近代陶瓷业的发展，起到了巨大的推动作用。

有田窑业及萨摩烧在万国博览会推动下首先积极研究陶瓷器出口，从 1874 年到 1887 年先后成立了香兰社和精瓷社，构筑了有田窑业的黄金时代。

萨摩烧苗代川的作品于博览会获奖后，产品深受国内外欢迎，此时萨摩烧风靡一时。国内纷纷仿造出口。瓢池园甚至从萨摩烧购入素瓷，在东京彩绘后出口。

九谷烧制品也通过外贸渠道批量出口。江户时期的作是加金彩的金襦手，在

<sup>①</sup> Japanese Porcelain, Nancy N.Schiffer 著，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

<sup>②</sup> 本节参见本节参见《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

进入明治时代以后，由于采用西欧彩绘釉料和技术，生产比日本旧办法更简捷方便。

万国博览会极大促进了日本陶瓷产业的外销进程。以明治六年维也纳万国博览会为界，对比栗田烧的生产总额，出口产量占的比例从明治六年（1873）的6%，上升到明治十一年（1878）的90%。

博览会带来的效益让日本吃到了甜头，于是在1897年至1907年间，日本几乎参加海外举行的所有博览会。

3. 出口势态连年扩大

日本从中国进口瓷器的历史最早可以追溯到宋代，直到明朝结束，日本一直在大量从中国输入瓷器。然而从中国的清朝以后，进口量迅速减少。其原因除了明清之交的战争至使中国的窑业荒废，另一个很重要的原因是日本桃山时代丰臣秀吉发动“陶瓷战争”，给日本的陶瓷业带来了空前的繁盛，到了1650年左右，有田的瓷器成为荷兰、东德一些海外贸易企业的新的瓷器供应源，并且18世纪末以后日本瓷器（伊万里瓷器）一度取代中国瓷器而独领欧洲瓷器市场。（图6为18-19世纪日本有田地区生产的外销瓷。VOC的字样代表为荷兰东印度公司生产的瓷器。）日本原来依赖手工业生产的窑业，在明治后期步入现代化生产。日本的国策，自明治以来就以出口陶瓷器为主。二战期间的昭和十五年至二十三年特殊情况下出口量也达到总产量的50%以上，最多的昭和二十六年（1951）年达到总产量的93.7%。从下面这两个表格可以看出日本出口逐年递增的势头。<sup>①</sup>



图6 有田印有 VOC 字样的日本外销瓷

表一：日本 18 世纪末-20 世纪初陶瓷出口额增长情况<sup>②</sup>

年代	出口额（千元）	年代	出口额（千元）	年代	出口额（千元）
1797	23	1887	1321	1916	6953
1870	26	1889	1450	1917	12104

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 表格来源《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

1872	46	1893	1577	1918	19958
1873	116	1895	1955	1919	22630
1878	169	1899	2181	1920	31450
1879	307	1903	3169	1921	20792
1880	475	1905	5324	1923	23460
1881	711	1907	7216	1924	25437
1886	1002	1912	5452	<b>1925</b>	<b>35273</b>

表一：日本在 1925-1959 年陶瓷出口额增长情况<sup>①</sup>

年代	出口额（千元）	年代	出口额（千元）
<b>1925</b>	<b>33,182</b>	1949	6,496,280
1930	27,171	1950	8,274,520
1935	42,734	1951	14,559,166
1940	65,216	1955	20,236,771
1945	1,981	1956	24,447,613
1947	441,177	1957	25,845,129
1948	2,290,234	<b>1959</b>	<b>311,163,981</b>

从这个图表可以比较出，日本陶瓷的出口额从 1797 年的 23，000 日元增加到 1959 年的 311，163，981，000 日元。增长幅度为一千多万倍。虽然在近几年，由于日元升值导致出口额下降，但日本向外发展的政策和决心一直没有改变。时至今日，日本仍是陶瓷出口大国。

从 19 世纪中期，随着闭关锁国政策的消亡，日本就确定了其外向型发展的目标，陶瓷从此走出国门，积极参与国际的交流。我认为日本至少达到了两个目的：第一，让世界知道日本，知道日本瓷器。费城万国博览会是日本第一次大规模地向西方宣传日本陶瓷。这次的参展改变了西方对日本产品的质次、价廉的印象，提高了日本陶瓷在国际上的声誉。第二，借机学习国外的先进经验，并将先进技术与工艺引进回国，提高自己的水平。正是由于新思想和新技术的引进，使

<sup>①</sup> 表格来源《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

日本的产业结构发生根本变化。新技术的应用使手工业生产方式向机械化产业发展,大大提高了生产效率。新思想的影响使日本陶瓷图案得到改良,丰富了原有内容,使陶瓷装饰注入了新的生命。实现两个目的的直接结果,就是使日本陶瓷的出口额从18世纪到20世纪的160年间扩大了一千多万倍。可以看出,日本是怎样一点一点抢走本该属于中国的陶瓷市场。

## （五）日本国内广大民众对陶瓷的重视

### 1. 陶瓷社团随处可见<sup>①</sup>

从近代开始,无论是政府牵头,还是民间自发组织的各种团体,使日本陶瓷业形成百家争鸣的局面。如1903年,从德国留学归国曾任东京帝大工科大学教授、京都帝大理工科大学长,明治、大正时代日本工艺界指导者中泽岩太和瓦古奈尔的弟子藤江永孝以及浅井中、伊东陶山、宫永东山、锦光山宗兵卫、清水六兵卫于京都组成的“游陶园”;楠部弥一于巴黎装饰美术博览会获奖后,于1919年与京都陶瓷实验场传习所的同学一起组成“赤土会”,开始新工艺运动;1920年,年轻工艺家组成“时习社园”,与明治时代先后结成的“游陶园”、“京漆园”、“道乐园”一起被称为京都四园,并于1921年首次召开京都四园展;以柳宗悦为首,提倡“民艺”运动;1924年有陶艺界元老坂谷波山发起成立日本工艺美术会;1926年帝国美术院第八届美展新设工艺美术部,聘请坂谷波山、清水六兵卫等六人为审查委员,入选陶瓷18件,特选5件;1926年东京以坂谷波山为中心成立了“东陶会”,成为东日本地区最有利的陶艺术家团体;同年京都还成立了青年陶艺家团体“耀耀会”,作为成员之一的河合卯之助又创“华蔓草社”,将一批年轻陶艺家集中在里面;1935年坂谷波山、清水六兵卫等人成为帝国美术学院会员;1943年“日本美术及工艺统治协会”成立,经审定产业工艺部门的工艺技术保存资格者中,与陶瓷有关者133名。

现代,日本陶艺亦分有各种各样的流派,所谓中统派是日展系作家,民艺团体属国展派,富本宪吉氏组织的新匠工艺派,前卫年轻人组织的走泥派社,中壮年组织的日本工艺会,此外还有人组织的纯古典风的团体等形形色色的组织。各

---

<sup>①</sup> 本节参见本节参见《日本陶瓷史》,关涛/王玉新著,出版地:沈阳,辽宁画报出版社,出版年:2001

组织的存在就有了各种各样的想法，每个人的研究方向也不同，如瓷器制作分志野、织部、乐、备前、萩、唐津、九谷、色锅岛、柿右卫门等传统种类风格的人。还可分为青瓷、天目、辰砂、染付（青花）、彩绘、金襴手等品类。社团内部相互交流，大家将心得融入到创作活动中。

## 2. 有民众基础

日本人热爱陶瓷的程度大大超过其他民族，日本国民也都十分喜欢陶瓷器皿并十分习惯使用它们。日本民众认为在各种塑料、玻璃、不锈钢、仿瓷制品、木器、铝制品当中，唯有陶瓷最为人乐道。除了专业制陶人士外，有很多艺术家和陶瓷爱好者自己备置小窑，有的已经有电窑。瓷土和釉料可以很容易在街上买到。这使那些画家们走出了纸与布的天地，在陶瓷上再开垦一块得以发挥才智的土地。这说明手工陶瓷陶冶了许多艺术家和虔诚的爱好者。

## 3. 众多陶艺家以陶瓷为生

纵观世界，日本是陶艺家最多的国家，其各种流派极富变化，技术精湛，同时作品价格也高。日本的陶艺家酷爱土与窑，也深受社会上多数人的理解。陶瓷艺术在日本极有市场，陶艺家们在追求艺术的同时也可以以此维持生计，因此也少有对生活不满的人。这一点对于经济发达的欧美国家都相形见绌。美国是一个富裕的国家，每 8 个人中就有一人喜爱制陶，总数在 200 万人左右。但是以靠卖作品维生的一个人也没有。现今北欧的陶艺家，在世界上可以说成绩显赫，而所有工场的设计师，在独立的窑业中，以制作来谋生的人没有。在英国以制瓷为生计的陶瓷家也寥寥无几，因为普通品价格低廉。而日本的陶艺家这种情况几乎没有。<sup>①</sup>可以说，日本是陶艺家的乐园。

## 4. 各种陶瓷培训机构

在日本有关陶瓷的教育是很普遍的。除了在大专院校有开设陶瓷专门课程，还有许多陶瓷方面的培训学校。除了理论方面的知识，更多的是教会学生亲手制

---

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

作陶瓷制品。例如位于有田镇中心的有田陶瓷学院，就是专门教授制作陶瓷的高等学府。学院中的画室、成型室、烧窑室、工作间、雕刻间取代了课桌椅式的教室，使学生学到的都是陶瓷制作的实际操作经验。日本陶艺的培训课程甚至发展到国外。笔者就曾经在加拿大温哥华的社区学院的课程表上见到日本式制陶初级及中级课程。

日本各社团的出现，绝大多数为民间有识之士自发的行为。这反映了日本民众对陶瓷的喜爱和参与意识。日本社会本身也是一个团体意识极强的社会，陶艺家们相信，通过各种社团的成立，为日本的陶艺家提供了交流信息、切磋技艺的平台。从而促进个人技能的增长。在日本，不管是专业的陶艺家还是非专业的陶瓷爱好者，都可以找到发挥个人技能及爱好的天地。陶瓷社团和培训机构的存在，以及大的环境下的熏陶，使陶瓷文化在日本深入人心。日本陶瓷在设计和工艺上的高超水平不是偶然。它是和日本国内广泛的群众基础有密切关系。日本的陶瓷文化是一个良性循环的过程，人们用瓷，欣赏瓷器，发展瓷器，向外推销日本陶瓷文化，促使人们更加热爱陶瓷，进而更多购买陶瓷用品。可以肯定地说，日本国民中兴起的“陶瓷热”也是支撑其发达的陶瓷工业的一个主因。今后不管产业结构调整与转化，日本的陶瓷业都不会轻言放弃。

## 二、日本陶瓷的特点

### （一）艺术特色

在口语里，“烧”相当于中国的“窑”。不同的烧有着不同于其他烧的特点。让我们一起来认识一下几个日本具有代表性的著名窑口，来体会它们不同的特色。

#### 1. 有田系<sup>①</sup>

有田位于日本九州西北部，古时是肥前国。现属佐贺县。江户时代初期(1616

有田位于日本九州西北部，古时是肥前国。现属佐贺县。江户时代初期(1616

---

<sup>①</sup> 本节参见《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992年12月



年)，朝鲜的李参平在现在的佐贺县的有田陶土矿成功地烧制瓷器，便开始生产日本最早的瓷器。有田烧是西松浦郡有田町为中心的诸窑总称，亦称有田系。有田系包括伊万里烧、柿右卫门烧和锅岛烧。

### （1）伊万里

伊万里并非瓷器的名称。于 17 世纪担负生产外销瓷任务的，主要是有田一带的瓷窑，所制产品通过伊万里港运往欧洲。由于向日本国内运输的有田瓷也是这里启航，所以对有田町内山、外山一带生产的瓷器都称做“伊万里瓷”。当“有田烧”在欧洲被称为“伊万里”之后，今日的日本人有时把“有田烧”也称为“伊万里”，把伊万里瓷之称延续至今。伊万里烧以五

彩瓷著称，分为描金、锦地五彩、素地五彩、以红为主调的五彩、以墨为主调的五彩、以青花为主调的五彩。在五彩瓷中最突出的品种是青花加彩。吸取中国通体装饰的风格，装饰覆盖了整个器物。通常进行构图分割，分有中间装饰和边沿装饰，再添加地纹、字纹、花纹、

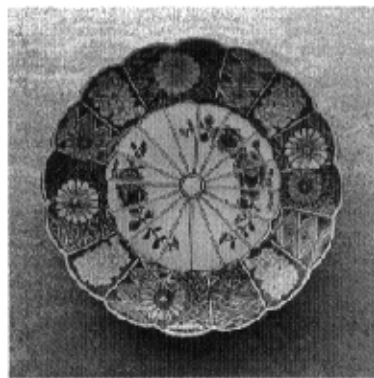


图 7 20 世纪初生产的伊万里瓷

禽兽纹样、唐式人物、仕女、风俗画，是锅岛和柿右卫门所没有的。总的调子比柿右卫门的重，

甚至繁缛。白色釉是白中闪青。如图 7 所示。这件器物为典型伊万里式样，与同在有田生产的柿右卫门比较，胎厚，胎质密，色调深，特别是红色发棕。伊万里瓷在造型上以异国风格为主，特别是欧洲式样，如啤酒杯、剃须盘、咖啡壶，为外销瓷。也有中国文化类型的，如盘、碗、罐、壶、瓶之类，是内销瓷的主要品种。“伊万里”瓷器外表上的精美和辉煌可以说超过了康熙的官窑，其胎骨的缺陷完全被掩盖了，至少在当时根本不知康熙官窑为何物的欧洲人眼里就是如此。在西方的博物馆中最多藏的日本古陶瓷就是古伊万里瓷。

### （2）柿右卫门

柿右卫门是以 17 世纪著名陶瓷艺术家柿右卫门的名字命名的陶瓷系列。柿右卫门是开创有田陶瓷



图 8 柿右卫门瓷器

的元老之一，他曾到中国景德镇学习绘画，回国后率先烧制五彩瓷器的成功，为有田器在短时间内适应外销生产打下有利的基础。其技法现已传至第十四代。柿右卫门烧在造型、色彩、构图和笔法上都深受中国影响，但配色更加柔和，线描更加纤细，甚至有些文弱，形成日本特色的“赤绘艺术”。

柿右卫门烧以五彩瓷为其代表风格，常用彩釉有：赤、绿、金、黄、蓝、紫、黑、银。红、绿、黄为基调的占很大比例，这大概是受江户时代一种多彩的版画被称为“浮世绘”的影响。构图采用日本绘画式，往往留出大部分空白，以充分显示瓷器的质地之美，因为柿右卫门纯洁的乳白色胎底，是区别于伊万里的重要地方。在构图上多为两种风格：呈现疏密关系的绘画式及天女散花式，即都有“散”的感觉，只是前者有“枝连叶托”，而后者



图9 清康熙五彩花卉茶壶  
(柿右卫门式样)

没有什么“有机联系”。图8为绘画式的柿右卫门瓷器。柿右卫门烧在装饰图案题材方面以植物和动物为主。如松、竹、梅、兰、菊及各种草本植物，以及龙、凤、鹿、虎常在其作品上见到。其中的篱笆的图案最受日本人的喜爱。器物形状多为几何状。前面曾经提到由于明清交替的战争使欧洲人将瓷器定单转向日本，而荷兰东印度公司首先将柿右卫门瓷器引进欧洲。从此有田县烧制的外销瓷器便开始了它辉煌的历程，而且其风格对欧洲陶瓷风格的发展产生重要的影响。如英国的 Bow, Chelsea, 和 Worcester, 法国的 Chantilly 德国的 Meissen 以及荷兰的 Delft 都是在柿右卫门风格的影响下发展起来的。中国在恢复了与欧洲的大宗贸易后，为迎合欧洲人对柿右卫门瓷的喜爱之情，也生产仿制柿右卫门的外销瓷。图9为清康熙时期，景德镇生产的仿柿右卫门式样五彩花卉纹茶壶。

### (3) 锅岛烧

锅岛烧是锅岛藩的御用窑。锅岛烧的瓷器珍贵而且稀少。它采取景德镇官窑的组织模式生产，整个江户时期，严格的制作态度和规整的艺术风格始终一致，在选料、成型、绘画、施釉、



图10 17世纪的色锅岛

烧成等方面均精心操作，这就保证了锅岛烧的高品质。直到今日，锅岛烧的产品在材质、造型、绘画及釉药上方面都胜过其它品牌，因此售价也比一般的品牌贵出数倍。与柿右卫门烧一样都是在白色胎底上绘画，但不同的是，其它窑在装饰上大量使用金彩或银彩来追求华美灿烂，而锅岛烧的作品风格清新明快，少用金，保持一种素、鲜、淡、清、雅的风格，然而却不失贵族之气。锅岛烧分五彩、青花和青瓷三种。五彩锅岛又称色锅岛，是锅岛烧的代表作，代表着日本国的最高水平。<sup>①</sup>色锅岛烧受中国明代斗彩影响很大，虽不是按成化万历斗彩那样以釉下青花为轮廓，出窑后再作釉上填彩绘之，但色锅岛的釉上和釉下的配合运用还是很自如的。通常以红、黄、青三色配调，彩绘艳丽。

如图 10 所示。青花是仅次于色锅岛的一个品种。图案式的青花一般都色重而均匀，泛青灰；绘画式的青花色淡浅，富有韵味，有宣纸上的渲染效果。如图 11 所示。在装饰图案题材方面，锅岛烧极其偏爱植物，所以几乎全是以植物为题材，如花卉（水仙、石楠、梅、樱、牡丹、椿、兰）、果实（桃、瓜、葫芦）、树木（松、棕榈、竹）。少有动物，如兔、白鹤，或宝物类装饰，如笙、扇、绘卷等。装饰手法有绘画式、图案式、锦地式。特点是用笔十分精细，一丝不苟。绘画技法写实，如画叶子和樱花。然而一成不变的规整严格的形式美，让锅岛有些程式化的拘谨。锅岛烧的造型基本是盘、碗、瓶、壶、杯，胎质精细，以指弹之，声音尖脆。锅岛烧虽然与伊万里、柿右卫门相邻不远，可是从造型到装饰除梅、兰、竹、菊四君子的题材少中国文化影响外，几乎没有明显的异国风情。17 世纪下半叶有田瓷器的大量外销，锅岛没有介入。



图 11 具有渲染效果的锅岛青花瓷

有田烧的产品几乎都是为出口而制作。有田烧、伊万里烧、柿右卫门烧实际上同出于同一个窑口，但有田烧多指青花类产品。

## 2. 九谷系

<sup>①</sup> 《日本陶瓷图典》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2000

九谷窑的开窑时间是在公元 1655 年，地点是现在的日本石川县。相传九谷窑的创建人之一后藤才次郎曾经到中国景德镇学习陶艺。据一些研究古九谷资料谈，有中国明代的陶工参与了古九谷的建窑工作。因此九谷的风格更多的是受中国文化的直接影响。这一点能从其绘画风格上看出来。另外，很多装饰题材取自中国明代万历年间刊行的《八种画谱》。这一木版画形式的画谱，为古九谷初期的瓷器装饰提供了许多素材。后该窑的优秀匠师到有田学习青花、彩绘、素三彩、描金技法。历史上将元禄（1688）以前的九谷称古九谷，而将文化文



图 12 古九谷盘

政（1804-1829）以来的九谷称为再生九谷。①图 12 为古九谷瓷器。古九谷分彩绘九谷、青九谷、蓝九谷和玻璃九谷。其中彩绘瓷器最为著名，它与柿右卫门和色锅岛一起并称是日本彩绘瓷器的最高品位代表。彩绘九谷为釉上彩，以绿、蓝、黄为主彩；蓝九谷主要指釉下青花图案制品；青九谷用九谷特有的暗绿色釉药，类似蓝绿色，器内外全涂，也是以绿、蓝、黄为主色调。再兴九谷的代表是吉田屋窑（金底，绿叶）和宫本窑（红色赤绘）。②图 13 为再兴九谷的宫本窑烧制瓷碗。九谷的装饰形式分两类：绘画式和几何纹饰。九谷烧基本上都是手工制作，工序达 14 道之多，每一个流派



图 13 再兴九谷瓷碗

的每一种图案都只有一个工匠知道，而且代代单传，所以产量不高。日本的“瓷土”土质不好，所以器皿上的图案大都为满花，且画上去时并不见颜色，只有烧成后才知其色彩，所以成品率也很低。九谷烧的做工也很讲究，其所贴金箔都是纯 24K 金制作，产品品种有摆件、茶餐具、器皿等很多种，九谷烧不像有田系那样在国际上享有盛誉，但是在日本，却是不折不扣的名品。因为日本人将其视为日本文化的代表。九谷烧是日本的传统工艺品，并被列为世界文化遗产加以保

① 《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

② 《日本陶瓷图典》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2000

护。<sup>①</sup>

### 3. 京烧

京都的瓷器俗称京烧。在日本江户时期，京都就成了陶瓷业的制造中心。与其它地区的陶工同做同一类型的陶瓷器不同的是，京的陶工只负责自己祖传技艺的器物，因



图 14 野野村仁清の色絵梅月図罐

此京烧器物在造型与装饰技法上形式多样。<sup>②</sup>

也许是这种多样性的形式，造就京烧的历史上众多

著名的陶瓷艺术家。野野村仁清(1574-1666)被称为京烧的始祖，他通过自己独创的瓷器表面镶金饰银的技术，将京烧原本纤细的风格逐步改变成华丽的金银彩彩绘形式。大量使用金银色彩，且充满日本情调的京烧受到很多人的喜爱。就连

对日本瓷器抱有偏见的英国人也不例外。在野野村

仁清的努力下使得京烧兴盛起来，仁清的风格也影

响到日本国内的一批窑业，其中包括摩萨烧。后来

摩萨烧的锦手风格上与京烧很相似。图 14 为仁清

的作品。仁清的弟子尾形乾山(1663-1743)继承仁

清的技巧并更进一步创造了趣味高雅的陶瓷。乾山

不大使用金银釉而是另辟蹊径，结果使许多旁系都

依传他的方式。图 15 是乾山的作品。在尾形乾山的努力下，京都附近新窑连年

增加，逐步形成以瓷器为主的清水系和以陶器为主的栗田系两大派别。<sup>③</sup>



图 15 尾形乾山的作品

### 4. 茶文化下的茶具风格

提起日本茶道，不得不提独特风格的日本茶具，其中最具代表性的是茶碗的制作。虽然不同的窑生产出的产品体现出不同的风韵，但在胎土、釉药装饰及造型方面朴实、厚重、不完美的理念是日本茶陶有别于他人的显著特色。如果说日本的青花和彩瓷是受中国的影响而



图 16 长次郎制造的黑乐

<sup>①</sup> 《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> Japanese Porcelain, Nancy N.Schiffer 著，出版社：Schiffer Publishing，出版年：1986

<sup>③</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

发展起来的,那么这种质朴之风就是日本列岛的原始产物。有人说日本的茶陶艺术有略带伤感的美,就很形象地比喻了日本茶陶带给人的感触。这种艺术特色自它产生之日起一直流传至今,已经与日本茶文化融为一体。也许正是这种性格,才符合日本茶道中提倡的“和、敬、清、寂”的思想。郑宁先生在《日本陶艺》中将这类风格的陶瓷称为“寂陶”。在这里不妨也如此称呼它们。那我们就来认识一下几款这种风格的寂陶茶碗。

日本茶人常说:“一乐,二萩,三唐津”<sup>①</sup>指的是与茶道有深切关系的三大茶具品牌:乐烧、萩烧和唐津烧。

### (1) 乐烧

排在首位的乐烧由乐家族始烧于16世纪的京都地区,到今天已有450年的历史。乐烧最初是由乐家族生产的器物,发展到现在,已经成为一种烧制技法的代名词。乐烧制作特点是完全手工,不用转轮,低火度烧成的软陶器皿。初代长次郎根据中国福建三彩瓷技术烧制的三彩瓷是乐烧的前身,但当时并未称作乐烧。直到长次郎后来专



图 17 本阿弥光悦制造的赤乐茶碗

门为日本茶道制作茶碗,其作品才开始称乐。图16为长次郎制作的黑乐茶碗。最初的乐茶碗只有赤乐和黑乐两个品种,黑乐釉药黑中带灰,器表桔皮状,烧成温度不过1000℃;赤乐的火红色是自然烧成,无规则,更增添神秘之感,烧成温度800℃-900℃。<sup>②</sup>风格完全摒弃了传统彩瓷的装饰造型风格,现在的第十五代吉左卫门一直都保持着这种质朴的制作风格。

与乐烧有关的著名人物是画家、书法家及陶瓷艺术家本阿弥光悦。“光悦与常庆、到八父子携手制作乐烧。”<sup>③</sup>时至今日对乐茶碗评价最高的是光悦的茶碗。图17是本阿弥

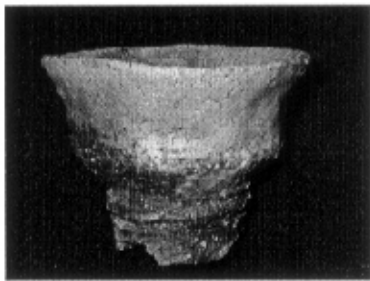


图 18 现代萩茶碗

光悦的赤乐茶碗。

### (2) 萩烧

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 《日本陶瓷图典》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2000

<sup>③</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

日本茶道中的茶碗讲究看起来重，拿起来轻，这正是萩烧茶碗的特长。<sup>①</sup>萩烧使用的大道土，为日本最轻的陶土，因含小沙砾而十分有特点。釉为长石与杂木灰搅拦成土灰釉，然后调和其他矿物质。早期因为技术不佳，使茶碗表面因为釉料不均而产生棕眼和裂釉，甚至满目斑驳。但是这种貌似拙劣而带有乡土气息的茶碗不仅在当时受到喜爱，就是到今天依然倍受珍重。萩烧的作品正是以质朴、雅拙为重。据说萩烧陶器的特点在于被称为“贯入”的细小裂纹。在陶器具使用过程中，水垢、茶垢渐渐渗入裂纹，颜色也随之不断变化，故有“萩之七化”一说。用得越久，越出情调。萩烧的颜色渗透着微微的淡红色，以茶器、酒器及花瓶等的作品居多，其中以茶器更为突出。使用的日子久远，茶味沁入到裂缝当中，使茶味越发浓郁，其秘密就是萩烧所用的黏土，微粒虽然粗糙，但渗透性却十分之高，使用时茶味越发浓郁。<sup>②</sup>图 18 的现代萩茶碗明显具有这些特质。

### （3）唐津烧

总体上说唐津烧的土质是含砂的坚实重土。釉药属土灰釉，长石中掺杂木灰或蒿灰，因而烧成颜色呈暗鼠灰色或白海鼠色。同时因釉中铁含量的不同，也会出现黑色、青色和黄色。正是胎土和釉药的属性造就唐津烧以暗调子为主风格，大部分显得苍老深沉，泛出一股极强的乡土气息。摒弃了一切完美与精工雕琢，而将最质朴纯真的部分留给了人们。



图 19 现代朝鲜唐津

如斑唐津，应用粗犷一路的装饰方法，日本称之为“刷毛目”，即用刷子蘸白化妆土或白釉一挥而就，或是于灰白釉鼠灰釉器上涂以一块块粉状的白釉或白彩。唐津烧另一代表品种朝鲜唐津，其特点主要表现在釉色的变化上。酱釉和白釉施于同一器物上，借助窑变形成深浅两种颜色，但两种色釉之间基本互不相溶，并且要在口沿处垂下几条瀑布状的白色釉，来打破原有的板结感和两色间的界线。<sup>③</sup>图 19 为现代朝鲜唐津器物，还保留古时的制作风格。施永安先生在《日本古陶瓷》评价唐津器物时说：“这些器虽然无力与阳春白雪争宠，却深得百姓茶室的偏爱。”<sup>④</sup>这种评价虽是对唐津烧而言，却可以应用在日本茶道影响下的所有朴素

<sup>①</sup> 《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>③</sup> 《日本陶瓷史》，关涛/王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001

<sup>④</sup> 《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

风格的陶瓷茶具，如志野、织部、濑户、伊贺、信乐、丹波、备前、高取、上野等。

## 5. 前卫陶艺<sup>①</sup>

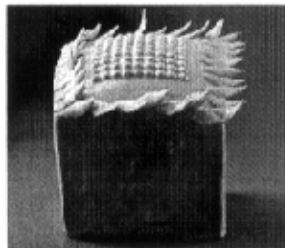
大正时期（1912-1926）出现了一股全新的思潮，提倡“放弃过去的旧传统，培养现代艺术观，发挥陶艺家的艺术个性。”大胆地向传统进行挑战。这种思潮被后来的走泥社更加深化，讲求以更新、更纯粹的工艺造型理念创作，强调作品的艺术性与精神性。从而使陶瓷创作完全脱离实用。至此，前卫陶艺



图 20 萨达姆的散步

真正出现，形成与传统工艺对立的新的一派。代表人物：

八木一夫。倡导突破传统陶瓷在造型和工艺上的束缚，如改变器型，放弃辘轳使用。图 20 是八木一夫著名的作品萨达姆的散步。



铃木治一。忠实于内心的现代陶瓷理念。越来越形成陶器等于抽象雕塑的理念。图 10 他的抽象派作品。

图 21 铃木治一的作品

在日本当代的陶瓷创作中，人们的创造思维已经摆脱了一切固有观念的束缚，完全进入自由自在的创作境地。新的艺术形式的出现并不意味着传统艺术将被取代。传统与现代并存，成为当今日本的特色。实际上，有相当一批陶艺家们还在专注于传统艺术的研究，只是在传统上更讲求个性发展，赋予传统以新的含义。加藤孝造，重要无形文化财的保持者，依然在制作桃山式样的志野和濑户黑。在土料、窑火、釉质等方面继承桃山茶陶的风格特点，但绝非表面上的简单仿造。而是经过创作后，以特殊的工艺处理，表现出与古法不同的艺术特色。图 22 为加藤孝造的作品。日本就是这样为数不多的国



图 22 加藤孝造制作的濑户黑茶碗

<sup>①</sup> 本节参见《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001



家，在发展现代化时完整保持、甚至发扬自己的民族传统设计。传统与现代在日本两者并存，同样得到发扬光大。

## （二）文化特色

### 1. 打破常规思维的设计

如果问十个人碗应该是什么形状的，会有至少九个人答是圆性的。我们日常生活的形式已经固化了我们的思维。而在日本的日用陶瓷中，任何器物都没有固定的形态。这种特质的陶瓷，也很容易被判明是日本的。这说明日本陶瓷在造型上的不拘一革已形成了自己的风格，使人很容易将其与其他国家的产品区别开来。值得注意的是，日本陶瓷在造型上反映的艺术性，更多的不是体现在艺术陶瓷上，而是洋溢于日用陶瓷的王国里，融汇于日本人的日常生活之中。常在日本日用陶瓷中发现，造型似乎也不那么具体，如圆盘切去一块，方盘砍掉一角，或本来圆的捏成扁的，本来可以盛汤的却要挖去几道豁口。如图 23 所示不规则形状碗为日本日用陶瓷典型器物。这样给人一种印象或错觉，在日本陶瓷里没有了对称与程式，规矩与平衡。然而这种反传统的“失衡”正是设计师的用心所在。在近乎于别出心裁地有意识打破这些常规形式，冲破人们头脑中滞留的对于某一造型的固



图 23 不规整形碗

有形态，尽力抒发可能的个性，企图摒弃一切常规形式的束缚和先入为主的经验型认知方式，进而在各种因素的作用下，挤出这些奇异别致的陶瓷造型来。日本的陶瓷的造型，用奇异别致来形容一点不过分。日本人认为，这些打破规矩程式的造型，似乎不完整的形式，有缺陷的现象，与完整的形式相比，更能表达一种精神。其论据是太完美的形式容易使人将注意力转向形式本身，而忽视内部的真实。真实的东西往往有缺陷与不足，而在日本人的心目中，美的存在并不在缺陷本身，而是缺陷在整体器物中存在的真实性。所以，日本陶瓷中这种缺边少角，里进外出的形式所要表达出来的是，美不只在一件器物的形态，而是欣赏者的感

知中审美情绪的延伸。<sup>①</sup>

## 2. 艺术与实用的结合

艺术陶瓷与日用瓷本来是两个不同的类型，艺术陶瓷的装饰性与日用陶瓷的实用性因受本身制约而难以作用在同一器物上。而日本陶瓷的一大特色，就是日用陶瓷艺术化，艺术陶瓷实用化，并且经常可以见到二者完美结合的范例。

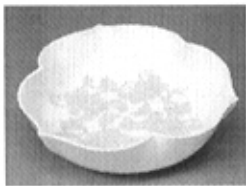


图 24 具象形盘子

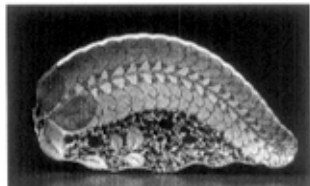


图 25 具象形盘子

例如在造型上，有一种称作具象造型的器物，是形象具体的简称，亦可称仿生造型。很早以前在中国的陶瓷器中就有出现，然而在后来的日用陶瓷中没有形成风格。而日本自江户以来，这种带有直观性具体形象的陶瓷却一直以较大的比数在实用陶瓷家族中延续下来。为数最大的是仿植物形态和仿动物形态。在日用陶瓷中表现花、叶、果实的器物非常普遍。图 24-25 是花卉具象形盘。另外还有鱼形盘、手帕形盘、扇形盘等富有生活情趣的器物。

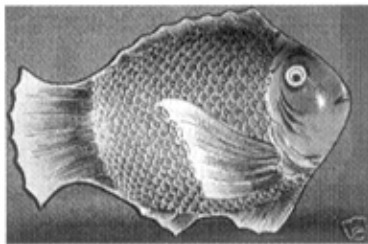


图 26 鱼形盘

图 26 为日本典型的鱼形盘。将大自然的实物形象用于生活器皿中体现出日本人对美好事物的追求。使得司空见惯的碗盘也有了生命力。<sup>②</sup>

另一艺术与实用完美结合的例子反应在名家书画与陶瓷的关系上。正如西方陶瓷史上出现过马蒂斯、毕加索及米罗的名字，在日本陶瓷器上也可以看到著名画家的手笔。如尾形乾山，江户时期有名望的画家、书法家，其艺术造诣基本都用在陶瓷事业上，在半个多世纪中亲手绘制了大量陶瓷器。其作品被尊为国宝。如图 27 所示。桃山末到江户初的画家兼陶艺家本阿弥光悦和江户后期的青木木米都是在画界和陶瓷界享有盛誉的艺术家。在日本这个日用陶瓷盛行的国度，做用于陶瓷上



图 27 有尾形乾山书法的茶碗

<sup>①</sup> 《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

<sup>②</sup> 《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月

的纯艺术与实用艺术没有严格界限观念。纯艺术与实用艺术之间的形式与手法是一种互为表达的关系。而日本美术所共有的装饰性则是连接两种艺术形式的媒介,使二者之间可相互渗透。<sup>①</sup>这样艺术家将其艺术才智、创作思维和高深的艺理与技法输入到使用陶瓷的胎质中,使陶瓷本身得到升华,并因此提升了价值。相反,正是陶瓷本身的实用性使得日本的艺术得以施展,并引起越来越多人的注意。

### 3. 精益求精的态度

日本人对于质量的高标准要求显得似乎有些苛刻,在许多欧美国家流行的质量“宽容度”在日本是行不通的。因此一些外国公司的产品经销到日本时,会因为一个很小的质量问题而导致整个合同的取消。消费者对于产品的高标准已深植于日本消费观念当中,这促使日本的企业将质量视为生命,成为日本企业文化的核心要素。所以日本生产的产品,从汽车、家电到服装、食品,无一不体现出精良的态度。消费者甚至可以对其挑三拣四。笔者曾经有这样的经历:在加拿大的一家日本瓷器专卖店挑选一套碗,发现碗边有一突起的小结,就拿给店员看。结果店员对我百般感谢,说这样的产品是不可以出售的,谢谢我能为他们指出来。并同时给我拿来几套同样的产品,直到我挑选满意为止。比起中国的陶瓷品,日本的日用品瓷的美与精体现在细微之处。就拿碗底部的加工来说,日本生产的碗,底边都要经过打磨,摸一摸它的底部感觉是光滑如丝的。而中国的碗会省略这道加工程序,因此碗底十有八九是粗糙的。而就是这么一点小小的差别,使中国瓷失去了国际市场,也正在失去国内市场。

### 4. 平民化风格

平民化的格调在世界上无论哪一个民族的艺术中都会有体现,为什么要特别地说日本呢?这是因为其他任何一个地方都没有象日本这样,将平民风格视为其陶瓷的主流文化。从日本瓷器的开始阶段,就有古伊万里瓷这样在平民文化背景下产生的艺术。它与同一时代和同一地区产生的柿右卫门和色锅岛不同,即无柿右卫门的纤细精巧,也没有色锅岛那样的华美和高雅。郑宁先生在其《日本陶艺》

---

<sup>①</sup> 《日本古陶瓷》,施永安著,出版地:长春,吉林美术出版社,出版年:1992年12月

中这样描述伊万里瓷：“伊万里烧图样复杂，描金挂银色彩粗俗的东西多，这些适合当时平民百姓的口味。”<sup>①</sup>笔者理解这里讲的“粗俗”为大众化的意思，是老百姓的艺术形式。另一代表平民风格的，要数被日本社会广泛接受的茶道中使用的寂陶茶具了。无论从原料还是到工艺制作，这种寂陶都摒弃了传统瓷器给人的精细唯美的印象，取而代之的是热情、粗放的感受。这种平民化的风格，出于日本人对于大自然的崇尚及对佛教禅宗的信仰，因而俭朴、单纯、自然的形式，加上无为与中庸的思想便渗透在陶瓷文化的诸多领域<sup>②</sup>。注意一下市场上出售的日本陶瓷，多体现的是制造者对大自然及日常生活的感悟。一片树叶，一棵花草，粗糙有质感的盘子和不规则形状碗。也正是这种平民化的风格，使日本陶瓷很容易融入到日本人民的生活当中，而不是凌驾于生活之上的艺术品。相比中国陶瓷历史，为封建统治阶级制造精美绝伦产品的官窑一直在占主导地位。虽有民窑也生产出精品，但它们从未成为中国陶瓷文化的主流。这使艺术与民用脱钩。在高雅艺术的官窑绝技逐渐失传的今天，民用陶瓷也仅能满足百姓吃饭喝水的基本需求，而将陶瓷独有的艺术表现形式完全留给了古董陶瓷。而日本陶瓷文化就不太一样，它一开始就具有朴实无华的平民意识，普通民众生活中的朴素、亲和、淡泊和闲适都在造型、装饰上表现出来，沿用至今。

## 5. 日用陶瓷的手工制作

在高度机械化的今天，日本控制着世界上 60% 以上的工业机器人，其日用陶瓷制品中仍然有大部分产品为手工制作。它们与机械化批量生产的陶瓷制品一样，做为陶瓷生产中的一类在日本陶瓷产业中仍占有重要一席。其实，日本也经历过 60-70 年代风靡世界的工艺简单、大批量产业化生产的时代。大规模机械生产带来的是成本的降低，同时也使产品千篇一律、单调乏味。这一现象使思想活跃的年轻陶艺家们不满。首先提倡陶瓷应从产业革命进展的机械化、近代化中解放出来，追求手工艺的美的，是民艺运动的倡导人柳宗悦。“除了神，还有谁引领自己的手创造出如此令人惊叹的作品？自然运动产生的不可思议的没，是任何机械力量无论如何也大不到的。”<sup>③</sup>在这种思潮影响下，日本的陶瓷艺术家开始崇

<sup>①</sup> 《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

<sup>②</sup> 《世界现代设计史》王受之著 中国青年出版社，出版地：北京，出版年：2002

<sup>③</sup> 《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

尚手工的创作过程。作品应该是作者思想的表露,这一点不仅体现在艺术陶瓷中,也适用日用品陶瓷。手工制作中表现出来的稚气、粗拙、天成之物更显得质朴,更具人间烟火。因而或手工成型,或手工绘画,这些完全可以用机械或现代工艺代替的程序,在日本依然在传承着古老的艺术。返朴归真的手工陶瓷在日本的文化中享有很高的艺术价值和经济价值。例如日本茶道用茶碗,乐烧、萩烧、九谷烧等产品,基本都由手工制作。

## 6. 将文化融入陶瓷之中<sup>①</sup>

最明显例子就是日本的茶道。茶文化自公元 8 世纪从中国传到日本后,形成日本独特的传统文化——茶道。茶道已深深渗透到日本人民的日常生活之中,并逐步成为一种生活需求,人们在茶室中接待宾客品茶,许多人将茶道作为陶冶性情,教育子女继承传统文化的一种手段。

日本人对茶道的要求极其严格,已经形成了一套系统。先不论茶道中一道道复杂的程序,单就对茶具的要求就可以编成一本书。

来看茶碗,它不是传统概念上的饭茶碗和汤碗,而是专门的茶道具茶碗。这种茶碗在茶道具类占有很高的地位。有名茶会使用的茶碗常价值数百万日元以上。(图 28 是当代陶艺家猪饲佑一制作的茶道用茶碗,售价 2100 美元。)茶碗除实用和观赏之外,还要体现茶道的精神,所以不能随便使用。反映茶会的水平也看茶具,尤其是茶碗的档次,大致相近水平才能配合使用。



图 28 现代茶道用碗

鉴赏茶碗最重要的是体现茶道精神,用的茶碗,通过品茶来忘却疲劳和烦恼,以温故知新的心情来交谈、会友,通过茶会来充分体验茶碗的真正价值。

茶碗是艺术品,通过研究它的历史,形成过程,传世经过典故来体现茶道是对古人的感谢心情的郑重活动。

茶碗的欣赏顺序是,首先观察碗的整体风貌,持碗姿势端正、注视、周到察看。接下来要仔细观赏碗内,然后延续到碗外,留意釉药、流釉变化、绘工、色

<sup>①</sup> 本节参见《日本陶瓷图典》,关涛/王玉新著,出版地:沈阳,辽宁画报出版社,出版年:2000

彩、图案等。再依次观看圈足内外、铭款等，最后把碗轻放在席面上。通过以上每一步仔细观察的过程，联想到茶碗制作的历史。茶碗通常有相应的木箱装配，木箱表里皆有文字，称为箱书。在欣赏完茶碗后还要察看箱书的书写字体、内容、含义和印刷。有双重箱的再看外箱，并且内外对照。这样才完成了整个欣赏的过程。



图 29 茶道仪式

茶碗作为艺术品的最大条件是品格。名碗就象古董一样极其稀少，它必须符合五项要求：崇高品格、简练、恬静、量感、力感及净感。品格即品位，高雅风味且要庄重；

简练与恬静要给人以静的感觉，能打动人心，使人浮想联翩并给以美的享受；量感为扩张感，茶碗虽小但让人尊重，让人感到有广度、深度和空间感；力感就是一种积极的压力感；

净感即清净感，也就是茶道讲究的“和、敬、清、寂”。

茶碗虽小，但附含在其中的人生哲理却意义深重，令人不由得对茶碗肃然起敬，联想起它的历史，似乎杯中的茶水也更有滋味，这更能让人体味到人生的享受，也许这就是日本茶道的目的所在。图 29 为茶师正在进行茶道仪式。

通过茶碗表达的日本的茶道文化，将喝茶这一过程大大延伸了含义，从而给人以精神上的陶冶。

## 7. 突出的民族个性

日本陶瓷业的历史在很长一段时间里是以仿制中国瓷器为主的。以上谈到日本陶瓷是通过中国和朝鲜的陶瓷文化发展而来，然而这两种文化最终在日本都没有形成自己独立的一派，而是融合在日本列岛的诸文化中，形成日本独特的陶瓷艺术。20 世纪后期的工业化进程，使日本社会深受西方思潮的影响，从服饰到食品，西方模式看似取代了日本传统的概念。然而，隐藏在日本社会里的根深蒂固的价值系统还继续维护着日本文化的精髓。这种现象源于日本民族单一的本质，而发展于日本人代代相传的，其属性区别于其他民族的教育。这使日本生产的瓷器虽款式各有不同，但每一件都带有显著的“日本”特征，从而明显地区别

于其他国家生产的陶瓷产品。日本陶瓷的特色包含有极为丰富的内容,这里总结一些共性:

### (1) 重色彩

在日本陶瓷中,除了无釉陶土器和青花、青瓷等素瓷之外,其它陶瓷通常都大面积运用色釉进行装饰。日本陶瓷总能给人以视觉冲击,是因为他们善于用红、黑、蓝、绿等有个性的颜色。如图 30,这件古伊万里瓷,通体用红与兰装饰,使之显得绚烂多彩。



图 30 大正时期(1912-1926)生产的伊万里瓷

重色彩的另一个含义是,对于色彩巧妙的搭配。如典型的红、蓝配。日本人这种装饰上的多彩性是受其屏风画,蒔绘等装饰性极强的美术风格的影响,同时也是崇尚自然的体现。据日本美

术资料记载,以花草等植物类命名的色彩名称就有几十种,甚至象古色、焦色、浓香等感觉的词汇也被用做某种颜色的术语。日本人对颜色的分类有百十种,充分体现了日本人对色彩的敏感和偏爱。<sup>①</sup>

### (2) 细腻与粗犷的对比

精美有致、拙朴到家。国际上流行的日用瓷器要么走精美之路--美轮美奂,找不到一丝缺憾,如英国瓷。要么走古朴、天然之路,设计讲究天人合一的效果,如一些日本瓷。日本陶瓷以其富于变化的多样性著称,特别是应用不同材质而制出风格迥异的陶器或瓷器,风格之丰富,没有任何一个国家可以比拟。纵观日本从古到今的作品,由于种类太多,所以只能



图 31 江户时期的柿右卫门彩绘



图 32 凤志野名品

用几个典型的例子来说明。以有田系为代表的伊万里、柿右卫门及色锅岛的彩绘细瓷体现的是色彩的绚丽、画工的精细及构图的变化。如图 31 所示。而以志野

<sup>①</sup> 《日本古陶瓷》,施永安著,出版地:长春,吉林美术出版社,出版年:1992年12月

为代表的陶器则以不规则的开片、棕眼、釉列来表现出粗糙的肌理。这种器物多呈现灰暗的色调及沧桑的质感。如图 32 所示。前者给人以愉悦的感觉，而后者多是苦涩之味。这一粗一细体现出日本陶瓷艺术的两个极端。

### （3）不对称与不配套的一致性

不对称指数字上的不对称，这一点与中国好事成双的理念不同，日本日用陶瓷中不讲求成双成对，如一套碗或茶具通常为 5 个一组。不配套指一套瓷器的每件花纹或颜色各自不同。以不对称和不配套原则设计的一组瓷器在传统概念下不能称其为配套，但这偏偏却是日本成套瓷器的一大特点。因为每件各异的器物出于同一造型，并于不同的花纹与颜色来体现同一主题。图 33 为典型日本现代餐具碗。



图 33 现代日用碗

## 8. 集诸文化于一身的日本现代陶瓷<sup>①</sup>

在日本陶瓷上，时时流露出带有异域风格的装饰手法。有一些比较常见的，如：

华夏风格：

有以诗词形式出现的书法，中国画风的人物故事，印章，体现道教内容的纹饰。如图 34 具即为这种题材的作品。



图 34 日本大正时期的九谷烧

朝鲜风格：

象嵌：即在刚成型的器物上，用花纹模具印花，或取竹、木等工具刻花，剔刻成凹纹的图样，再根据图案需要涂填黑色或白色的化妆土，然后修光、施釉，再入窑制烧。

刷毛目：用毛刷蘸颜色的枯竭，形成毛草荒率的擦痕。图 35 是利用现代工艺生产的日用瓷盘，多少有些“刷目毛”的痕迹。

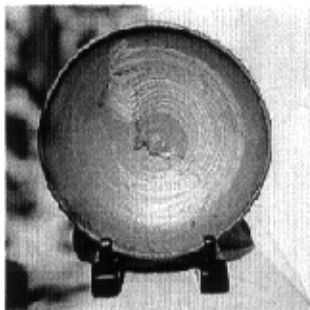


图 35 现代刷毛目工艺盘

<sup>①</sup> 本节参见《日本古陶瓷》，施永安著，出版地：长春，吉林美术出版社，出版年：1992 年 12 月



东南亚风格：

东南亚地区的“宋胡录”器，传到日本后改称“粗铁线”，是用墨彩绘的粗线条的一种装饰手法，有海浪纹、麻叶纹、唐草纹、龟甲纹等。

西洋风格：

如绘西洋神话故事，多是荷兰东印度公司从有田订制的外销瓷。钟表图，是日本用西方文化来装饰陶瓷的范例。

异域文化的出现，并未改变固有的日本文化的形式。叶渭渠先生在《日本文明》中就曾写道：“日本文明创造性的发展，坚持两个基本点：一是坚持本土文明的主体作用；一是坚持多层次引进消化外来文明。可以说，在世界文明史上，没有任何一种文明向日本文明如此热烈执着本土文明的传统，如此广泛摄取外来的文明，如此曲折和反复，又如此艺术地调适和保持两者的平衡，从而创造出具有自己民族特质的文明体系。”<sup>①</sup>从日本的历史上可以看到，中国与朝鲜的移民都没有在日本列岛形成独立的民族，而是完全融合在日本民族之中。日本对于外来的文化也是一样，他们汲取着外来先进文化带来的冲击，然而将其有效地转化为自己独特的日本文化，由此看出日本民族极强的兼容并蓄的特征，和在融汇和风中维护自身文化生存发展的能力。而陶瓷集中体现了日本对外来文化的吸取性、混杂性和创造性。

### （三）技术特色

尽管经济不景气依然困扰着日本，使陶瓷行业发展缓慢，但是对能提高生产效率与产品质量的新的生产技术，日本陶瓷制造商还是极为关注。近年来，申报发明专利的数量大增，显示出日本陶瓷生产技术继续向前发展的态势。近年来日本陶瓷业界积极进行产品结构调整，开发新技术、研制新产品取得许多成效。尤其在日用陶瓷生产工艺及采用全自动生产技术方面，令人瞩目。

#### 1. 科技是生存之本

---

<sup>①</sup> 《日本陶艺》，郑宁著，出版地：哈尔滨，黑龙江出版社，出版年：2001

由于国土面积小，和自然资源的缺乏，迫使日本在科技开发方面加大力度。从二战后的废墟，日本只用了一百年的时间发展到国民总产值仅次于美国的第二大经济强国，日本人深切体会到发展科技所带来的甜头。这一点不仅体现在电子汽车等现代工业上，也体现在陶瓷这样的传统工业上。

1973 年因石油危机而引发的经济大萧条使世界范围内工业严重受挫。然而这次打击却未波及到日本陶瓷企业。原因就是当时的日本成功地研制出陶瓷节能技术。这种低能耗、节能型陶瓷产品立即风靡世界市场。正是从那时起，日本生产的建筑卫生陶瓷成功打入了进口大国的美国市场。<sup>①</sup>日本把一场石油危机变成了提升陶瓷产业结构、拓展世界市场的契机，依靠的就是先于它国的核心技术。从此，日本陶瓷企业不仅被公认为是当时的经济增长优等生，而且被视为竞争能力最强的国家，日本陶瓷生产呈现空前的增长。

## 2. 各方面不断创新

从明治末年开始，由西方资本主义先进技术带动的日本科技进步，使日本陶瓷业逐步从落后走向陶瓷大国，依靠的就是科技上的不断创新。近年来，新技术开发更是遍地开花。

### （1）原料方面

其实，日本在材料科学领域一直走在世界的前言，特别是在高技术陶瓷材料方面占有领先、突出的地位。一般来看，日本和欧美乃至中国在陶瓷材料研究方面水平相差并不大，但在新型陶瓷材料的产业方面日本在世界上占有绝对领先的优势。不再局限于过去普通的陶器与瓷器制品，而是强调日用瓷更多的使用功能与用途，如研制具有抗菌性能的陶瓷餐具产品等。继 20 世纪 80 年代末期日本首先开发出氧化铝强化瓷器餐具及烹调用器外，又相继开发出蓄光性日用陶瓷、电诱导加热烹调餐具等新产品。在陶瓷原料加工方面，由于粘土可塑性与泥料颗粒表面水膜厚度及表面离子有关，所以在可塑成型工艺中，使泥料中存在有一定数量的数微米程度的细孔隙非常重要，进一步阐明了可塑性形成的基本原理。应用这一理论成果，日本开发出人工高岭土粘土，它的使用性能远优于天然高岭土原料，属于首创。

---

<sup>①</sup> 《商业制胜之日本》，Carin Holroyd（加），Ken Coates（加）著，刘寅龙 柴金译，出版地：北京，中国水利水电出版社，出版年：2001

## （2）烧成工序

日本陶瓷在敲击时声音清脆，而且表面特别光亮。这是因为它的瓷化程度高的原因。瓷化程度高就意味着烧成的温度高，通常比中国瓷器的烧成温度要高出200度左右。过去的匣钵已基本停止使用，取而代之的是高热效率的轻型化烧成窑炉及轻质窑具。由于窑炉内衬使用了绝热性高的陶瓷纤维材料，窑炉的热利用效率提高。生产规模大的陶瓷企业均采用了还原焰烧成辊道窑。这种窑炉可实现快速烧成，仅用4—6小时即可完成烧成任务，而且具有温度均匀等特性。甚至一些规模小的陶瓷厂使用的梭式窑炉也普遍实现了烧成温度、气氛的自动控制。窑炉上还装置有强力喷枪及控制装置，可以实现精确的烧成工艺。日本有关研究单位正在开发一种供特殊使用的新型窑炉，这种窑炉外壳呈透明状，可供研究人员透视烧成过程中变化，尤其可用作斜硅钙石及晶体玻璃烧成中的解析，并且对于釉及坯料中常用的陶瓷色料铁、铜在烧成后的呈色机理研究亦正在进行中。

## （3）彩绘方面

彩绘是给陶瓷制品赋以美感与装饰性的工序。由于计算机技术的发展及售价逐步降低，日本陶瓷制品的印花方面，四色印刷及在四色印花上再增加一些特色的花纸印刷，获得普及。以釉下彩绘为中心的充填印花技术发展很快，尤其是陶瓷坯制品印花的精度与清晰度大幅提高，并实现在陶瓷坯上直接进行四色印花。在陶瓷颜料的发展方面，日本已研制出合成溶胶包裹颜料及Zr—Si系玻璃微型胶膜颜料等新品种。在釉料与色料的微细粉碎中，已采用了优化粉碎效率的媒体搅拌球磨机，提高了效率与产品的纯度。使陶瓷制品花面更鲜艳、漂亮。在日本各地各种国立、县立陶瓷研究机构中，汇集有大量釉料色料样品，已形成数据库，可供使用。

## （4）窑炉方面：

在陶瓷窑炉新产品的开发与创新方面，日本的技术与产品有别于欧美各国，独树一帜。窑炉的使用性能与技术含量水平高，即使在世界上亦名列前茅。

日本最著名的陶瓷窑炉公司有高砂、日本碍子、诺里蒂克机材、南波公司、高浜等，具有独立开发、设计和制造能力。此外像日立制铁、本田铁工、森铁工、后藤铁工也具备新型窑炉的开发、设计与制造技术。

现在日本陶瓷窑炉的技术水平，已实现运行辊道化，燃料气体化，烧成自动

化、窑体轻量化及节能化的目标。由于不断降低窑内温差，缩短烧成周期、提高自动化的水平，已成功达到烧成质量提高，节能效果好、减轻工人劳动强度及降低窑炉造价，缩短施工周期等效果。同时对相关的工序如装窑开窑、窑具材质与造型的改进等起到推动作用。例如日本碍子公司的窑炉均设置有先进的自动点火、熄火测知、窑内压力监测、地震监测、窑内氧浓度监测、气体泄漏监测、瓷辊损折监测及喷嘴用电表记录仪等一系列监测仪器。特点是保证了窑炉的省力、节能、快速烧成。先进的窑洞火炉技术可以为陶瓷生产厂商节省燃料，出品率高，并缩短生产时间。日本窑炉公司近年来还研制了适用于烧成特大型的绝缘电子瓷产品及大件的艺术陶瓷产品全自动控制钟罩窑炉产品，及适合中小型陶瓷企业的要求的多品种、小批量生产的微型隧道窑炉产品系列。

通常，科技开发的能力是衡量企业竞争能力的标准之一。日本将科技开发的范围扩展到陶瓷生产领域的各个方面，使日本陶瓷产业具有较高的整体素质。日本的企业不仅掌握科技开发的主动权，而且还将科研成果有效转化为生产力。具有高科技附加值的产品为企业带来高额利润，也使新技术开发拥有资金上的保证，这样形成陶瓷生产过程的良性循环。

### 3. 自动化

日本社会是个传统与先进并进的社会。在保持传统手工制作陶瓷器皿的同时，作为发达的资本主义国家，日本陶瓷生产工艺也基本完成自动化与职能化等高科技改造。如连续式自动化原料加工、高强度磁性除铁等，静压与水压成型、自动上釉、自动干燥乃至自动烧成等，除极少工序尚待完善外，凡是可由机械代替人工的部分，均以机械自动化实施工艺操作。日本人认为采用机械代替人工有两大优点：一是虽然一次投资大，但长远看使用机械大大降低了人工费用在产品中成本，很合算；二是机械化方式生产可避免人工操作带来的产品缺陷，提高产品质量。在日本由于熟练工人数减少及难以招聘到新工人，目前在许多陶瓷生产工艺流程方面正在大幅度采取全自动化设备与机器人操作方式。在成型与彩绘技术方面，已出现全自动成型，微波干燥坯体、丝网印刷、填充式印花等新技术，精确度与效率都有很大提高。即使是过去以手工制作与手工彩绘的陶瓷制品，现在也采取机械方式生产。如高压注浆成型、干压成型、喷彩印花等等，大大提高

了生产效率。日本陶瓷产品的施釉设备、全部采用了工业化机器人。这种施釉机器人可以根据产品的形状、部位，选择不同的施釉动作程序化装置进行施釉，可控制施釉部位与厚度。

#### 4. 科技在绿色环保方面做的努力

##### (1) 开发无铅颜料与无铅釉料

从 20 世纪 90 年代起，美国 F D A (U.S.Food and Drug Administration 美国食品与药物管理局) 及加利福尼亚州 65 号提议，强调了严格限制陶瓷制品釉及色料中的铅溶出问题。为了降低陶瓷制品的铅溶出，日本陶瓷企业采用提高彩瓷烧烤温度与向窑内喷射水蒸汽排铅的方法。另一方面抓紧开发无铅釉料与无铅颜料。最初日本企业以铋取代釉料与熔块的铅，取得很好的效果并在国内推广普及。但由于铋属于贵金属，价格昂贵，且对其长期的安全性缺乏了解，故停止使用。今后拟以硼酸碱类等有关化学组成的材料取代釉料与色料中的铅。而且伴随着陶瓷餐具洗碗机的普及使用，开发研究耐碱性与抗冲洗的陶瓷釉与色料已成为当务之急。而我国这点却未得到重视。因为所用的釉料基本都是金属矿物或化学剂组成，有害物质含量极高，在使用过程中容易剥落溶于食物中。另外，日本生产的瓷器大多都采用釉中彩和釉下彩工艺（在瓷坯上直接印制图案，再涂上瓷釉高温烧制）与中国的贴花纸工艺不同，这样瓷釉形成的玻璃体保护层隔绝了颜色可能含的铅等有害物，保证了使用中没有任何对人体有害的物质。

##### (2) 环保陶瓷制造技术

日本 NGK 日前与独立行政法人日本产业技术综合研究所，将投入 6 亿日圆（约合人民币 3750 万元），共同研发环保陶瓷工序达成了合作协议。陶瓷制造中高温烧结工序不可或缺，但缺点是二氧化碳（CO<sub>2</sub>）排放量过大。而且，在陶胚所含有机粘合剂的清除工序中，还会产生挥发性有机化合物，因此最紧迫的课题是开发环保技术。日本 NGK 与产业技术综合研究所将各出一半研究资金，研究开发可低温烧结的材料技术、清除工序中的废气净化技术，以及可实现“零排放”(Zero Emission)的无机粘合剂技术等。

#### 5. 对科技未来的展望

日本当前正在确立符合自身国情特点的新一代陶瓷生产技术,如在陶瓷原料与材料的开发利用方面,尽最大可能保证产品使用安全性条件下、增加陶瓷制品的新功能与耐用性,并加纳米技术研究。再如对于未来陶瓷烧成方法及窑炉类型的发展方向,实现陶瓷微波烧成新工艺,以面对传统能源储量日益减少,节能形势十分严峻。据有关资料报道,日本对于陶瓷微波烧成理论的研究取得成果,已有多项陶瓷品种进入实施阶段,如特种陶瓷制品,像小件陶瓷齿轮、刀具,密封环等均可由微波烧成工艺烧制。陶瓷微波烧成工艺具有节能、烧成周期非常短等优点。特别是高温乃至超高温烧成  $1350^{\circ}\text{C}\sim 1600^{\circ}\text{C}$  的精细陶瓷制品,传统烧成方法需要几小时至十几小时,采用微波烧成仅需几分钟即可完成,其速度之快令人惊叹。此外,新技术的实施要彻底实现无人全自动化生产,节约能源、减少废品与废料排放、保护环境及实现陶瓷生产无污染的良性循环等生产方式,真正实现绿色产品化。

日本发展科技的势头充分显示了其以科技为本的决心。21 世纪是一个竞争更加激烈的社会。聪明的日本人将科技的发展做为原动力,使其在与其他国家的赛跑中遥遥领先。

#### (四) 管理

##### 1. 企业管理

一件瓷器艺术佳作,其本身体现出的是一个工厂综合的科技水平与高素质的经营管理。日本公司的企业管理分三个方面。

###### (1) 制造工艺管理

日本陶瓷企业对于使用的原料、燃料、耐火材料、模具、装饰材料等物料的进厂质量标准 and 整个生产过程中的工艺技术指标与作业基准采取严格控制手段,真正作到不合格的原料、坯料与材料及半成品不得进入下道工序,采取全员质量管理体系将产品缺陷消灭在各个生产环节。如陶瓷装烧使用的钵,除按照不同烧成温度选用不同材料制作外,匣钵制造工艺比生产瓷器更加严格;石膏模具、日常使用的釉料、坯料等原料入厂后,一般必须经过化学分析、热差分析、射线分析、耐火度、电子显微镜检测等十二道检验方能过关;为防止瓷器黑点产生,原

料通常多次过筛，6次除铁。

## （2）质量管理

完成产品高质量生产，企业必须有一套优于其他竞争对手的质量管理体系。日本的产品向来以精工著称，这与日本人严谨的工作态度有直接关系。福布斯世界 500 强企业之一的京瓷株式会社从创业开始遵循的原则就是：产品在质量方面必须尽善尽美。这就要求产品必须具有令用户叹服的高品质。京瓷的社长稻盛和夫先生的理论是：（1）首先将预算放置一旁不予考虑，至少生产出一个最高品质的产品。然后在考虑成本因素，研究怎样进行批量生产。（2）产品体现制造者的心性。粗糙之人生产出的是粗糙的产品，细致之人生产出的是细致的产品。因此，应该在趋于完美的制造工序下，以稠密而集中的步骤投入生产过程。只有这样才能生产出尽善尽美的产品。<sup>①</sup>日本陶瓷制造企业田香兰第二工厂对每到工序都进行严格检查，严禁一切不合格产品进入下道工序，该厂检查人员几乎使用放大镜检查成品，即使产品只有一个黑点，那怕不在表面，也当作废品处理。在日本采取的是全员质量管理体系与生产过程的严格管理，所以日本高档成套瓷器质量一级率均超过 90%以上，全员劳动生产率在 80-100 万元（人民币）左右。目前我国某些瓷厂，包括一些大型出口瓷企业，一级品率在 70-80%之间，全员劳动生产率也远远低于日本同行，存在差距由此可见。

## （3）人员管理方面：

日本人民有一种其他国家无法比拟的资源——愿意为了国家的繁荣而放弃个人利益的奉贤精神及勤奋工作的劳动者。因此，建立在这个基础之上的企业文化必然是高度统一的集体精神。日本社会鼓励和重视团队建设，强调协同作战的一致性，鼓励个人利益服从集体利益，推崇严格的工作制度。企业将这样的企业文化在员工刚入职时就灌输给员工。通常日本公司的招聘程序都比较相似。公司每年招聘一次，并且几乎全部聘用初级水平的员工。在员工开始工作的同时，公司内部培训也随之开始。培训的目标就是在教会他们必须掌握的技术和专业技能的同时，让这些新职员融入到公司理念和思想方式中。<sup>②</sup>虽然各公司有各自不同的企业文化，但日本员工都具有一些普遍的特点，如纪律严格，工作勤奋，高度忠

<sup>①</sup> 《京瓷京瓷的成功轨迹》，稻盛和夫（日）著，出版地：北京，中国友谊出版公司，出版年：2003

<sup>②</sup> 《商业制胜之日本》，Carin Holroyd（加），Ken Coates（加）著，刘寅龙 柴金译，出版地：北京，中国水利水电出版社，出版年：2001

诚于自己的公司，服务意识、服从命令和追求完美的态度。众所周知日本的企业采用的是全员参与的经营模式，即最基层的每个员工分别在自己的岗位上为实现公司的统一目标而努力。因此，雇员们经常自觉自愿地加班加点地工作。

## 2. 行业管理

在维也纳万国博览会之后，于东京窑业区成立了制陶行业组织。这是日本最早的陶瓷行业协会。协会成立后做的第一件事就是在 1873 年末，由维也纳万博会事务局成员河原德立起用附属瓷器制造所画工，设立专门研究彩绘的“瓢池园”。瓢池园的任务是以开发绘画为主的彩绘制品，从萨摩窑引进白素瓷，施以釉上彩。当时，在横滨、神户以出口为目的增加萨摩烧风格的制品。1877 年，行业组织里外销组的纳富介次郎，盐田真成立了“江戸川制陶所”。他们引入欧洲的研究成果，设计建筑了窑的中间有烟囱与长窑体的登窑相结合的新式窑，既窑有烟囱而窑床不倾斜的日欧混合窑进行烧制。<sup>①</sup>

当代日本陶瓷界有许多大型陶瓷协会，如日本陶瓷生产者联合会、日本陶瓷学会、日本陶瓷协会。拥有 4125 家个人会员和 297 家团体会员的日本陶瓷协会(The Ceramic Society of Japan)的责任之一就是在日本陶瓷业起草建立陶瓷工业技术标准，会员来自无机产业，有机产业，矿物，化学，物理学，电子学，工程学，医学和艺术等领域。还有像日本精瓷中心(Japan Fine Ceramic Center)这样的非赢利机构，专门研究用科技提高陶瓷制品质量。行业协会不仅起到了协调各会员之间的事物的作用，同时还提供培训机会以及具有严格的监察机制。

日本的企业管理，有着自己的一套独特的企业文化。综合几点就是：在团队中强调奉献、在工作中一丝不苟、在过程中坚持不懈。这种文化之强势，即使是发展到了海外，也会以其原来的模式来生长。也是在这种企业文化下，造就出日本产品的精准可靠。

## （五）市场运作

尽管日本近几年来经济停歇不前，新型材料没有能像预想的那样在汽车工业得到广泛的应用，但是近 5 年来陶瓷产业的平均递增率接近 6%，1998 年度日本

---

<sup>①</sup> 《日本陶瓷史》，关涛，王玉新著，出版地：沈阳，辽宁画报出版社，出版年：2001



陶瓷的总产量接近 1.7 兆日元。这与一套行之有效的市场运作模式有关。

### 1. 品牌效应

作为陶瓷出口大国的日本，拥有一批享誉世界的名牌产品。从 17 世纪的外销瓷开始，伊万里瓷、有田烧就作为日本瓷器的代名词，深受欧洲人的青睐。传统陶瓷品牌为日本带来国际声誉，也培养了一批现代知名企业，如日本陶器、则武町、名古屋制陶、山加制陶、大仓陶园、上山制陶等都为大型高级制陶工厂。日用瓷企业有诺里蒂克、鸣海制陶、三乡制陶等；卫生陶瓷企业有东洋制陶（TOTO）、伊奈制陶等世界闻名的企业；建筑陶瓷企业有日东建



图 36 罗利塔克生产的茶套具

材、都筑琉璃瓦等。创名牌产品、实施名牌战略的目的是为了提高企业的国际竞争能力。成立于 1904 年的日本陶器会社刚刚度过其一百年生日。旗下的罗利塔克品牌(Noritake)为西式精白瓷。就是这个日本的品牌，在美国、加拿大、英国和澳大利亚都有分支机构，产品在欧洲和北美的各大航空公司的航班上、饭店、高档餐馆里都会见其踪影。图 36 为日本罗利塔克公司于 1920 年生产的茶套具。

众所周知，由于日本的陶瓷企业极为注重全面质量管理，因此有条件孕育出一大批世界名牌。然而品牌建设，单凭质量作保证是完全不够的。日本陶瓷企业在实施名牌战略中，企业是创名牌的主体，政府是推进发展的动力，社会中介(如行业协会等)是名牌战略推进的依托。创名牌和实施名牌战略需要一套科学的评价体系和管理体系，需要政府部门、行业协会、新闻媒体和有关专家等多方面的支持和通力合作。这种团队作战的方式，值得习惯于单打独斗的中国企业好好学习和借鉴。

### 2. 销售方式

虽然在日本国内，从北海道南到九州，瓷器店鳞次栉比。但是日本人认为品牌要走向国际才能全球化，市场才能大。与日本陶瓷企业打过交道的人会对其外向型发展取向留下很深的印象。日本陶瓷企业的老板非常重视将产品投放国际市

场，一直把产品出口业务放在最重要的位置。企业的老板认为日本面积小，人口少，不论消费什么样的产品都是很有限的。如果生产的产品不能拿到国际市场，卖给外国人，挣外国人的钱，这样的企业一是不会有发展前途，二是失去存在的意义。因此，企业老板每年至少数次到国外考察市场，搜集陶瓷商业与技术情报信息。在此基础上采取措施改进经营生产，适应国际市场的需求。特别是 1985 年签订的《广场协定》强制性地要求日元大幅升值，日本公司开始将营销的注意力转移到国外市场。他们特别关注美国消费者的市场需要。日本的陶瓷半数以上出口美国，出口美国的数量是德国的 4.5 倍，英国的 2.5 倍。然而，中小企业的产品不易在国外建立广大持久的市场，要想突破这一难题必须采取“联合作业”的方式。日本陶瓷产品在美国市场上由一家公司负责推销、使用同一的商标、统一管制品质。其实这些产品都是从日本不同的中小企业制造出来的，他们各有专长，也各有独特精美的产品，若个别去销，则力量单薄，信誉不足，而采取“联合作业”方式，结果在美国市场极占优势。

日本瓷器的销售方式与众不同。通常在北美及欧洲的大商场辟有专门的瓷器销售区，可以找到来自世界各地的优秀陶瓷制品。而日本的陶瓷却在这里不见踪影。原来日本在海外多采取“文化+销售”的营销方式。日本的陶瓷是在专门的店面，以工厂直销的形式销售。店面装修及布局第一眼就给人以强烈的日本民族的信号。面积一般都不大，但因集中众多品牌，商品种类极其丰富，多达几十甚至上百种。样品与库存都摆在顾客面前，任选任挑。价格从几块美元一件到上百美元的一套不等，都是大众可以接受的价格。日本陶瓷器在北美有很好的口碑，几乎所有的家庭都有一两件。一到圣诞节期间，店通过报纸、邮件向老主顾发送促销广告，这时的价格比平时低三至五成，店里常常被抢购的人群挤得水泄不通。店的周围有一个很大的中产阶级顾客群。日本瓷器店服务也很有日本特色，尽管英语不甚流利，但服务却无可挑剔。店员会耐心地向你解释各种日本陶瓷制品的不同场合的用途，比如喝汤的碗、放酱的盘。所购买的器物在结帐时，都要经过店员仔细检查，如碗等圆形器物要在碗沿摸一圈，以确保没有残次。让顾客能体验到服务的细微之处。

店面销售方式不是日本陶瓷企业唯一的销售手段。应用电脑多媒体技术，利用电子商务的形式，日本人将瓷器店开到了网络上。从网上轻易可以搜寻到上千

条日本瓷器的买卖信息，从瓷器的历史到制作过程，从产品图片到价格，网站能够给顾客提供的产品信息，不亚于亲自到店中挑选实物。电子商务的应用可以让一个美国顾客轻松地在家购买到纯正的日本产陶瓷制品。这种网络上的商店让日本陶瓷商的销售网点触及到世界各地的每一个角落。可以说是利用现代化技术营销的成功范例。

3. 精品瓷道路

日本陶瓷虽然在档次上有着高、中、低档的区分，但是质量普遍上乘，并且逐步在向精品瓷的方向发展。日本陶瓷业选择的是高品质、高价位的道路。高价位的基础必须来源于高的品质，为保证高档瓷器的实物质量，日本迄今为止仍



图 37-1 步骤一：手工成型



图 37-2 步骤二：先在 850-900℃ 的窑中素烧



图 37-3 步骤三：绘画贴花



图 37-4 步骤三：绘画手工绘画



图 37-5 步骤四：上釉



图 37-6 步骤五：入窑经过 1300℃ 高温下烧成



图 37-7 步骤六：釉上填彩



图 37-8 步骤七：最后在 780-800℃ 度低温下烧成后的成品

然采取二次烧成的方法，既素烧之后再釉烧。即使使用的液化气全系进口的高价能源，但仍然坚持二次烧成。图 37-1 至图 37-8 是现代锅岛烧的制作过程。从中可见日本对陶瓷高品质工艺的诠释。对高品质的追求出于客观和主观两个方面。客观上来讲，由于日本岛国的地理位置，自然资源的缺稀使得国内陶瓷原料供应不足，所以从国外进口数量原料逐年增长。如可塑性高岭土原料，从韩国及新西兰进口，进口量已达总进口量 50% 以上。另外，从英国与中国进口高岭土原料数量也正在增多。随着原料的进口，必然导致产品成本增加，因此迫使企业必须生产高附加值的产品，以提高产品的档次带来的高利润来抵消能耗的高昂成本。

另一方面，从主观上来讲，瓷器即是日用品，同时又是奢侈品，关键看经营者附加在其上的价值观念。日本很看重高档陶瓷市场，日本人认为好的瓷器、高档优质的名牌瓷器商品，应该是非常精美的，如同人造宝石。它们不应放在超级市场随便哪个角落，而应该与金银珠宝、首饰美玉摆放在同一橱窗进行销售，这样才代表了名瓷高贵典雅的品位与身价。由于市场需要这么做，必须满足客户的要求，所以日本的高档瓷器就有“人造宝石”的待遇。因此日本诺里蒂克瓷业公司的一套三件的咖啡具彩瓷，标价为 70 万元日元（约合人民币 5 万元左右）也就不足为怪了。Carin Holroyd/Ken Coates 在其《商业制胜之日本》一书中提到：生产高质量的产品和保证交货可靠性的承诺使日本公司能够在世界市场上成功地销售自己的产品。<sup>①</sup>

目前日本陶瓷出口在实物质量、产品档次居世界首位。其高、中高档瓷器商品一直稳稳占据着美国、欧洲等发达国家市场，亦有少量出口到东南亚地区。虽然日本陶瓷在出口数量上不如中国，但是由于设计风格新颖，先进技术的应用，严格的质量管理，加上成功的营销渠道，使日本陶瓷优于其它同类产品，具有极高的市场竞争能力。高品质产生的高附加值，为日本带来了高额利润，使新技术的开发更具先决条件。同时，高价使出口到其它国家的陶瓷减少了反倾销的可能，也在无形中确保了出口渠道的畅通。

### 三、日本的经验给中国的启示

#### （一）中国与日本的差距

中国陶瓷与外瓷能有多大差别？我的感触不深。直到我有机会走出国门，置身于海外的陶瓷市场时，才真切地体会到国瓷的尴尬。在欧洲和北美市场上，陶瓷用品可谓是琳琅满目。在大型商场专辟的陶瓷区，或品牌专卖店可以轻而易举地找到来自英国、法国、德国、意大利、西班牙、日本、北欧三国以及东南亚国

---

<sup>①</sup> 《商业制胜之日本》，Carin Holroyd（加），Ken Coates（加）著，刘寅龙 柴金译，出版地：北京，中国水利水电出版社，出版年：2001

家如马来西亚等地的陶瓷制品。风格不同但都有同一共性，那就是制作精美，无可挑剔。当然价格也不菲。能够给人以深刻印象的是日本的陶瓷专卖店。前面已经做了详细的介绍。来购买日本瓷器的顾客多是来挑选礼品。形成反差的是，在众多品牌的陶瓷中找不到一件来自中国的日用瓷。后来才发现，中国产陶瓷不是没有，而是出现在另一些场所如华人开的商店（多出售从中国运来的便宜货）或一元店（商品均为 1 美元左右的零售店）中。在叹息国瓷与洋瓷不平等待遇的同时，不得不承认这些在国内常见的“老三样”，粗瓷大碗，形状不一、印花模糊，的确不着人爱。再比比市场上其他同等商品，实在找不到一个比它们更便宜的。

其实，国内有很多业内人士对目前中国陶瓷的现状提出过尖锐地批评。在这里，我想总结以上我对日本陶瓷小范围的研究，提出我个人对中国陶瓷发展的一些看法和建议。

## （二）宏观调控

中国与日本，乃至世界的差距很多是差在制度的不合理或不完善，资金的不到位或舆论力度的不够。这些是需要国家在宏观调控上应下的工夫。

陶瓷的出口产业结构方面。目前中国在陶瓷出口量上已经越居世界首位。然而这个成绩并不能使我们乐观。中国虽然在出口总数量上是老大，但在单件产品的价值上却远落在其他国家之后。这是一组截止到 1998 年的各产瓷国和地区对美国出口陶瓷每件单位价值的对比表。

主要国家和地区对美陶瓷餐具出口价格 单位：美元 / 件<sup>①</sup>

家或地区 \ 年份	1977	1978	1983	1984	1988
日本	0. 50	0. 65	0. 76	0. 79	1. 06
英国	0. 83	1. 06	0. 85	1. 19	2. 28
西德	1. 09	1. 69	1. 37	1. 79	1. 95
意大利	1. 18	1. 60	1. 10	1. 02	1. 90
法国	1. 96	2. 62	1. 14	3. 47	4. 49
中国	0. 13	0. 19	0. 35	0. 41	0. 32
台湾	0. 29	0. 47	0. 71	0. 75	0. 78
韩国	0. 32	0. 40	0. 49	0. 60	0. 49

<sup>①</sup> 资料来源，《中国陶瓷》

可以看出,中国在 8 个国家和地区中排位最后。这个差距在近年来继续加大。中国陶瓷工业协会的统计数字显示, 尽管 2004 年我国陶瓷产量和出口量均居世界首位, 但从单价看却比国外产品低很多。2004 年我国日用陶瓷出口量为 26.76 万吨, 出口总额 24.89 亿美元, 平均每吨约合 9300 美元; 而同期我国陶瓷进口量虽然只有 0.63 万吨, 总额却达 8187.3 万美元, 每吨约合 12996 美元; 国产陶瓷价格比进口陶瓷价格最高相差四成。我国出口的日用陶瓷产品, 在国际市场上更是平均每件只能卖到 0.2 美元, 价格仅为英国、日本等国产品的 1/7。

这一现象说明了中国陶瓷制品在质量上存在严重问题。但是从更宏观的角度上讲, 国家有关部门在制定出口计划时, 应考虑将高档陶瓷产品作为主打商品, 选择适合于进口国消费品位的相应产品。中国目前这种以大量低档陶瓷换取外汇的方法只能让中国陶瓷在世界上越来越失去威信, 这不利于中国商品的整体形象。中国陶瓷在国外水土不服, 有企业闭塞, 信息不流通的原因。中国不妨借鉴日本的经验, 充分发挥政府庞大的资源优势, 在情报信息及发展建议方面为企业提供支持。同时, 政府应为企业走出国门提供便利及资金上的支持, 鼓励企业与外界沟通, 学习新技术, 掌握新动向, 使企业能随时把握国际市场脉搏, 随时对产品进行修改。

政府管理与引导的作用。目前中国的陶瓷市场还不规范, 存在着生产与经营脱节, 内、外销市场对立, 陶瓷产区各自独立, 没有分工协作的现象。由于缺乏统一规划, 企业之间争原料、争货源、争市场的事例时有发生。在管理工作上, 无章不循与有章不循的现象相当严重。这是因为国家的政策不明确, 管理不到位。近年来企业为了赢得市场, 出现以廉价产品拼低价位的恶性竞争。这说明陶瓷市场亟待一个正确管理和引导的机制。

对陶瓷从业人员的保护与鼓励机制方面。中国陶瓷制品款式陈旧, 直接的原因就是没有合格的设计人员。中国从事陶瓷业设计与生产人员大部分只有初中文化程度, 存在文化素质普遍偏底的现象。因此造成无法理解中西文化的精髓以及传统和现代的涵义, 以至于我国原有的古典风格发挥不出来, 西方的现代流派又学不到家。尽管一些美术院校也培养了一批批陶瓷设计人才, 但是这些学生几乎少有机会接触国外的艺术流派和最新理念, 致使在设计中不能实现对固有形式的

突破。中国缺少世界级工艺大师。国内的工艺美术大师们本来就少，又年事已高，他们那些传统的制瓷思路不能适应现代化市场的需要。存在工艺设计师断档现象。比较起中国同行，日本的设计师通过各种形式的培训或大型展会，有大量机会与国内同行交流经验，与国外学习新的技术的机会。从日本的历史上看，政府一直是各种展会、比赛、交流活动的组织者和倡导者。日本从昭和年间就开始对其传统陶瓷艺术进行保护，对于陶瓷大师授予“人间国宝”的称号。各种陶瓷社团的盛行体现出日本整个社会对陶瓷艺术的尊崇。陶瓷艺术家在日本有着和其他名人一样的社会地位。比较日本，可以看出中国一直没有形成培养陶瓷艺术家的体系和鼓励机制。本来，像一些比赛和交流性质的活动应该是民间行为，但是如果政府能够参与进来，将大大促进艺术风气在国内的形成。国家对于古老艺术和艺术家的肯定，有助于提高艺术家的地位，并鼓励和培养新人及新的艺术形式。

资金上的支持。曾经看到过一篇报道：R&D（研究和开发）经费支出占 GDP 比重，是一组国际通用的用于衡量一个国家科技活动规模及科技投入强度的重要指标，并在一定程度上反映国家经济增长的潜力和可持续发展能力。2000 年，中国在这一指标上的支出为 896 亿元人民币，占国民生产总值的比重历史上第一次达到 1 个百分点。而同一指标，日本 2000 年是 3.12，不仅远高于中国，也高于美国的 2.65、以及德国的 2.37、法国的 2.17、英国的 1.87，在全球又是雄居榜首。事实上，1990 以来日本 R&D 经费支出占国民生产总值的比重一直是世界第一。这意味着什么？这意味着这个国家在科技兴国方面具有坚韧不拔的决心，也无意中泄露出这个国家富强的秘密所在，那就是科技为本、科技领先。中国申请专利数只全世界的 1.45%，批准量占全世界的 0.48%。缺乏了科技做动力，想赶超日本，谈何容易。只怕越落越远。这篇报道中触及的一个问题——科研开发是富国强兵之道。具体反映在陶瓷业上又何尝不是如此？企业内部的科技开发是有限的。政府应该拨出专款专项，对釉药、成型工艺、烧制工艺、窑炉技术等一系列地陶瓷工艺进行研制开发。在前面讨论过日本在技术的各方面不断创新，因此能生产出精美的陶瓷制品。中国不能实现自主开发新技术，就只能跟着别人跑，而永远不能赶超。

能源问题和环保问题。我国对能源消耗较高。我国所用的燃料主要为煤和重油(重油约占 30%)。日本用天然气和煤气。我国日用陶瓷平均万件瓷耗标准煤

10 吨以上,有的甚至高达 20 吨以上,比国际平均能耗高一倍以上,在陶瓷工业生产成中,能源消耗一般占 30%左右,而我国高达 40%。日本民族是一个富于远见卓识的民族--只有富于远见卓识的民族,才舍得哪些花大本钱为自己的未来投资。这一点特别体现在它对于能源问题和环保问题的重视。日本这些年都在做什么?开发新型材料以代替日益枯竭的瓷土资源,开发高功效炉窑缩短烧成时间,研究清除工序中的废气净化技术,以及可实现“零排放”。能源与环境虽并非是威胁当今经济发展的首要问题,但日本清醒地认识到,如果现在不寻求解决办法,未来几十年中一定会尝到恶果。能源与环保代表着可持续性发展的可能。中国陶瓷业要发展,国家就应该针对国内目前这种“破坏性”的生产形式制定出计划和对策。

引导陶瓷消费观念。中国目前没有形成真正懂得陶瓷消费的群体。一方面是经济的原因。更重要的是没有形成对陶瓷艺术的赏识并尊重的气候。在物质生活不断提高后,中国人住房水平和装修风格都同时得到提高。相对于金碧辉煌的家,茶具与食器方面的修养往往达不到统一。在普通人的家庭中,招待客人的茶具要么不成套,要么用一次性口杯。食具更是五花八门,有搪瓷制品,有密胺塑胶制品。在西方家庭中待客礼节方面是非常讲究的。稍有条件的家庭都有好几套精美的茶具、咖啡具。喝咖啡用咖啡杯,喝红茶用英国瓷,喝绿茶用日本瓷,喝 Espresso(高浓度咖啡)用小小的意大利咖啡杯,喝果汁用玻璃杯。一次性杯子绝不会用于招待客人。饮食用具,特别是茶具、咖啡具体现人的教养、审美情趣、家庭经济状况和所处的社会地位。处在亚洲的日本虽承袭的是东方文化,但在饮食器皿上的礼数比西方国家有过之无不及。日本的茶道就是一个很好的例子。而日本料理用的陶瓷器皿甚至超过食物带给人的惊喜--许多人是通过认识日本陶瓷进而喜爱日本料理的。中国古人讲的“美食不如美器”被日本人恰当地运用在其饮食文化中。培养大众的陶瓷消费理念不容易,无论是艺术品陶瓷,还是日用陶瓷。媒体能够起的作用是不容忽视的。近年来反映中国陶瓷的电视剧增多。一年前中央电视台开播的《鉴宝》节目为普及民众的鉴赏知识开了一个好头。虽然还存在着很多问题,但是通过媒体正确引导人们的艺术品消费意识是一个很好的尝试。



### （三）具体改进措施

改进设备。中国的陶瓷生产设备普遍落后。从矿山开采、原材料加工、陶瓷成型、上釉、窑炉等方面都存在着设备陈旧，工艺落后的现象。有的地方甚至还停留在手工操作的阶段。这已经不能满足大批量，高质量的生产需要。特别是窑炉，我们现在使用的倒焰窑和隧道窑，主要为烧成过程由人工控制，效率很低，烧成时间长，烧成质量差。基本停留在 50 年代的水平。而日本窑炉已基本实现微机自动化控制，可达到热效率高，烧成时间短并且烧成质量高等优点。在烧成质量方面，我国由于窑炉结构及窑炉密封性能差，造成隧道窑上下温差较大，预热带温度达 350℃ 以上，而国外预热带最大温差只有 60℃，导致陶瓷产品在烧成过程中的物理化学变化不彻底，严重影响了陶瓷产品的质量和烧成速度，产品的阴黄爽嫩、变形及针孔等烧成缺陷严重。

提高工艺质量。中国精品陶瓷在市场中难觅踪影。款式平平、质量低略成了中国陶瓷的代名词。而洋瓷的优势却是目共睹的。英国的骨质瓷以结实耐用著名，Wedgwood（韦奇伍德）号称四个瓷咖啡杯可以托起一辆 1.8 吨的捷豹汽车。日本瓷器普遍特点是釉面发亮有玻璃质感、高白度、高半透明度、无黑点、规格整齐、重量轻、花面器型新颖别致，且不存在铅镉溶出的外观与实物质量，的确带给观者以赏心悦目的感觉。日本人为了保证产品的质量一直保持低温素烧加高温釉烧的二次烧成工艺。为了保证产品的感官效果,即使是做黑釉子产品,也用雪白的瓷坯作胎体。再如国内烤花、烤金多是一遍完成,好一点的一般也只烤两遍,但日本瓷器一般要烤多次,画面效果很好,档次很高。表面上成本增加了,但由于质量更好,所以价格可以卖得更高。其实二次烧成的工艺在我国宋朝时期就已经应用了,然而却没有在现代生产中得到普及。因为中国陶瓷制造商多认为二次烧成耗费能源,所以不惜以降低产品质量来达到节约成本的目的。而日本及欧美的厂商将中国的工艺取经回国后发扬光大,生产出经久耐用的洋瓷来冲击中国的高档陶瓷市场。二次烧成工艺只是众多工艺中的一个例子。精品的打造是要在每一个生产环节下工夫的。一项工艺技术的欠缺都不可能造就出精品。

提高产品质量。中国日用品陶瓷器存在明显的外观缺陷，其中黑点、变形、针孔尤为突出、铅（镉）溶出量超标（占 40.53%）等等。先进陶瓷生产国（包括日本）的出口陶瓷合格率可达 90% 左右。在我国陶瓷出口量连年攀升的势头下，

精品率却在逆向而行。这是一项有关我国日用陶瓷质量的统计：

我国日用陶瓷质量情况<sup>①</sup>

年份/指标	细瓷一级品率 (%)	出口瓷合格率 (%)
1980	56.9	76.0
1982	55.2	71.7
1984	51.6	66.1
1985	52.4	68.1
1986	55.4	68.8
1987	55.0	70.8
1988	53.8	70.6
1989	54.9	70.5

造成质量的问题，首先是中国企业对产品质量没有引起足够的重视，质量意识差。其次是，中国企业很不重视陶瓷产品检验，没有合格的质量监控部门。日本对质量的要求几乎达到苛刻的地步，这一点连西方的企业家都不及。但就是因为严格的态度，使日本产品在世界上获得极高的声誉。我认为提高产品质量的前提，是加强中国企业对产品质量的紧迫感。

提高设计水平。中国在设计上存在的最大的问题就是，不能实现对传统形式的突破。给人一种感觉是，中国陶瓷的瓶子和罐子自它诞生之日起到现在，从未经历过任何形式的改变。满大街到处充斥着见过无数遍的花瓶、大盘。中国陶瓷已让人感到视觉疲劳。看我们的东邻日本，在设计上的创意，将中国“古为今用，洋为中用”的理念发挥得淋漓尽致。日本的陶瓷历史就是一个融汇多文化的历史。日本是世界公认的“好学生”。日本在努力学习各国经验的同时逐步产生出自己独特的陶瓷文化。就如同其汽车工业从开始的一味模仿欧美模式，到后来生产出物美价廉的日产汽车一样，日本的传统工业—陶瓷业的发展亦经历过从模仿到成熟的阶段。这一发展过程要求谦虚的求知精神和坚韧的开拓精神。日本著名制造茶道茶杯的乐家族有一句至理名言：传统不应只是被刻守。基于传统的根基，从传统中产生全新的理念，是传统赐予我们的礼物，同时也是我们的生存之道。今

<sup>①</sup> 资料来源，《中国陶瓷》

天的乐茶杯，还保持着粗犷朴实的本色，然而在釉药的成份及设计理念上赋予了新的内涵，因而乐茶碗在经历了 400 余年的洗礼后仍然受到日本国内外的喜爱，每一件作品都是作者心叙的反映，因此不会有两个完全相同的器物出现。乐茶碗代表了日本整个现代陶瓷业的趋势，即充分保持古老技艺的同时，将陶瓷融进时尚的元素，所以日本的现代瓷在国际上拥有相当高的知名度。中国陶瓷要发展，必须在保持自我的同时注入新的血液。

造就品牌意识。国际知名陶瓷企业都是通过品牌的经营，增加企业竞争力。如日本的东陶(ToTo)，拥有较长的历史文化背景，且长期坚持精品化的路子，具有一定的品牌效用。中国的陶瓷企业对品牌的意识是非常淡薄的。许多企业只知道做产品，而忽略了做品牌。因而产品的影响力极差。特别是在加入 WTO 以后，由于缺乏国际性的品牌，产品的竞争力大打折扣。虽然中国的陶瓷产品的出口量大幅度增长，但出口产品的大部分是来料加工，即贴牌生产。品牌产品的利润极高，但我们的厂家只能赚取微薄的加工费。对于中国的企业来说，重要的不是拥有一个知名品牌，而是要拥有知名品牌的意识。因为品牌可能会因一个小的疏忽而毁于一旦，而强烈的品牌意识会支撑人为维护产品而不断努力。

建立陶瓷流通体系。日本有成熟的陶瓷市场运作模式，无论是代理还是专卖，或是中介的运作，陶瓷的流通渠道是一个畅通的环节。加上众多陶瓷艺术家在日本国内和国际上的知名度，陶艺家的作品能真正体现市场价值。中国目前还没有建立一个成熟的陶瓷流通体系，因此即便有陶瓷精品出现也不能有效地体现其市场价值。中国工艺美术大师刘远长的一件艺术精品以 10 万元价格售出，而这件作品很快在香港以 50 万元高价转让。对于陶瓷生产厂商来说，情况更糟。不用说应用电子商务了，许多企业还停留在等顾客上门看样购货等传统的销售方式上，国内的企业应该多向国外知名企业学习市场营销、产品策划、概念炒作和配套服务等一系列经营手段，扩大商品流通渠道。

以上是我对中国陶瓷应在宏观调控与具体改进措施方面之个人所见。相信中国陶瓷业目前所存在的问题，以及日本陶瓷的发展能够带给中国什么样的启示，远远不止是如上所列几点。我将会在今后的学习和实践中逐步完善这一部分的内容。

## 结语

在完成这篇论文的过程中，我深切感受到两点：一是日本在陶瓷领域的成功是各方面的努力造就而成；另外一点就是中国的落后不只是在样式上的陈旧。我认为振兴中国的陶瓷事业，首先要有意识上的进步。中国有悠久的陶瓷历史，这是我们的优点，同时也妨碍我们接受新的思想。中国在经历了康雍乾清三代的最后的辉煌后，一直在走下坡路。而日本在明治以后却不断地在进步。这一退一进使中国和日本历史性地交换了位置。

当代的中国陶瓷产业普遍存在着急功近利的现象，将最短时间内获得最大利益视为唯一目标。在这种行为驱使下，造成仿品遍天飞、市场的恶性竞争、环境的被破坏。真正想将陶瓷做成一种文化，将中国传统陶瓷艺术继承发扬的人少之又少。

陶瓷热在中国兴起本来是件好事。但透过表面现象看到的却是投资为了升值的心态。有多少人知道我们的陶瓷市场正在被洋瓷所侵蚀？又有多少人会关心中国的陶瓷业将向何处发展？以前，我是怎样也不会思考这样的问题。在我了解了日本陶瓷从产生到发展最后到形成自己独特的陶瓷文化的过程后，突然有了一种感慨。这种感慨不是有发于中国陶瓷落后于日本陶瓷，而是日本人对日本陶瓷的热爱，使我自惭形秽。我们与日本究竟相差在哪里？我可以列出很多条来。但每一条都会牵涉到同一个问题，就是中国人是否热爱中国陶瓷。日本人热爱日本陶瓷，所以他们可以将自己的情绪带到泥土的创作中，带到对每一件产品精益求精的态度中，带到向外族人宣传日本陶瓷文化的热情中。

我相信，有很多人跟我一样热爱我们的中国陶瓷，因此希望这篇文章能唤起同行们对改变中国陶瓷现状的讨论，也希望有更多的陶瓷爱好者们加入到这支队伍中来。

最后，我要感谢白振声、邵献书、徐万邦三位老师对我论文的指导，使我的论文能顺利通过校外匿名评审。我还要感谢所有为我们讲课的校内校外的老师们，正是他们丰富的学识和奉献精神，才使我们学到很多实用的知识。还有，我的指导老师马沙老师，我不仅要感谢她在论文上给予我帮助，而且还要感谢她多年的辛勤劳动，来组织安排这个文物鉴定方向研究生的课程，才使我们能有机会

接触到文物这个专业，走向更高一个层次的研究。在此，对他们的师教之恩，我表示衷心感谢！

## 参考文献

- [1]. 施永安著,《日本古陶瓷》,出版地:长春,吉林美术出版社,出版年:1992年12月
- [2]. 关涛,王玉新著,《日本陶瓷史》,出版地:沈阳,辽宁画报出版社,出版年:2001
- [3]. 关涛,王玉新著,《日本陶瓷图典》,出版地:沈阳,辽宁画报出版社,出版年:2000
- [4]. 郑宁著,《日本陶艺》,出版地:哈尔滨,黑龙江出版社,出版年:2001
- [5]. 稻盛和夫(日)著,《京瓷京瓷的成功轨迹》,出版地:北京,中国友谊出版公司,出版年:2003
- [6]. Carin Holroyd (加), Ken Coates (加) 著,《商业制胜之日本》,刘寅龙 柴金译,出版地:北京,中国水利水电出版社,出版年:2001
- [7]. 《世界现代设计史》王受之著 中国青年出版社,出版地:北京,出版年:2002
- [8]. Nancy N.Schiffer 著, Japanese Porcelain 1800-1950, 出版社: Schiffer Publishing, 出版年: 1986

## 攻读学位期间发表的学术论文目录

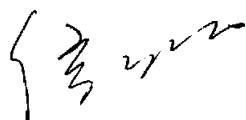
艺术与投资 总第二期 第 99 页 2006.2 《从瑞典藏中国瓷器展看中国外销瓷》

# 中央民族大学研究生学位论文作者声明

本人声明：本人呈交的学位论文是本人在导师指导下取得的研究成果。对前人及其他人员对本文的启发和贡献已在论文中做出了明确的声明，并表示了谢意。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外，不包含其他人和其他机构已经发表或者撰写过的研究成果。

本人同意学校根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等有关规定保留本人学位论文并向国家有关部门或资料库送交论文或电子版，允许论文被查阅和借阅；本人授权中央民族大学可以将本人学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或者其它复制手段和汇编学位论文。（保密论文在解密后应遵守此规定）。

作者签名：



日期：

2006年5月



# 试论日本陶瓷的发展与启示

作者：[侯弘](#)  
学位授予单位：[中央民族大学](#)

## 参考文献(8条)

1. [施永安](#) [日本古陶瓷](#) 1992
2. [关涛](#), [王玉新](#) [日本陶瓷史](#) 2001
3. [关涛](#), [王玉新](#) [日本陶瓷图典](#) 2000
4. [郑宁](#) [日本陶艺](#) 2001
5. [稻盛和夫](#) [京瓷京瓷的成功轨迹](#) 2003
6. [Carin Holroyd](#), [Ken Coates](#), [刘寅龙](#), [柴金](#) [商业制胜之日本](#) 2001
7. [王受之](#) [世界现代设计史](#) 2002
8. [Nancy N Schiffer](#) [Japanese Porcelain 1800-1950](#) 1986

本文链接：[http://d.g.wanfangdata.com.cn/Thesis\\_Y863796.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Thesis_Y863796.aspx)