

DOI: 10.13957/j.cnki.tcxh.2016.02.019

从历代陶瓷铭文看商标的形成

袁 枫, 郭杰忠, 张茂林
(景德镇陶瓷大学, 江西 景德镇 333403)

摘 要: 商标产生于史前陶器上的标记符号, 随着人类文明的进步, 手工业和商业的发展, 工匠名称在春秋时期被刻在器物上, 用以区别产品的制造者, 以保证产品的质量。至宋代, 由于经济贸易迅速发展, 陶瓷产品需求量剧增, 涌现了大量的窑户, 他们纷纷在自己的产品上打上独特的文字标记, 此时形成了真正意义上的商标, 至明清时期更为丰富和完善。以语言文字为主的商标类型逐渐成为商标的主体。

关键词: 陶瓷铭文 款识; 商标; 语言文字

中图分类号: K878.9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2278(2016)02-0210-03

Development of Trademarks as Observed from Inscriptions on Ceramics through the Dynasties

YUAN Feng, GUO Jiezhong, ZHANG Maolin
(Jingdezhen Ceramic Institute, Jingdezhen 333403, Jiangxi, China)

Abstract: Trademarks were derived from the inscriptions left on prehistoric pottery wares. With the progress of civilization and the development of handicraft industry and commerce, craftsmen began to inscribe their names on the objects they had made during the Spring and Autumn period to distinguish their products from others' and to ensure their product quality. In Song dynasty, the rapid growth of economy and trade brought about a surge in ceramic demand, and large numbers of ceramic suppliers emerged, who impressed on their products their exclusive signs in Chinese characters, the origins of modern-day trademarks, which were enriched and perfected in Ming and Qing dynasties. Since then, those represented in Chinese characters have claimed a majority of trademarks on ceramics.

Key words: inscriptions on ceramics; marks on ceramics; trademark; Chinese language

商标是刻在或印在商品或包装上的用以区别于其他同类商品的标志或记号, 是商品生产者、经营者在其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品上或者服务的提供者在其提供的服务上采用的, 用于区别商品或服务来源的, 是现代经济的产物。它是企业产品和品牌形象的标志, 凝聚了商品的核心信息, 是企业占领市场的敲门砖。

早在史前时期, 人类开始在器物使用标记符号, 标志着商标雏形的诞生。随着社会分工细化, 交易频率增加, 交易范围扩大, 商业贸易得到迅速发展, 制造者开始在器物上刻写作坊名、地名、工匠名等标记。这些开始用作区别产地和制造者的符号在激烈的商业竞争环境中优胜劣汰, 成为真正意义上的商标。

一、商标起源于陶器符号

收稿日期: 2015-09-10。 修订日期: 2015-10-12。
基金项目: 教育部语言文字应用管理司委托项目。
通信联系人: 袁枫(1988-), 男, 硕士。

商标最早起源于史前陶器上的刻划符号。人们在商品上使用特定的符号标记已有漫长的历史, 而要追溯人类使用标记的则要上溯到新石器时代。从考古发掘资料看, 新石器时期的大多数文化遗迹里都出土了此类带有标记符号的陶片和陶器, 例如裴李岗文化、仰韶文化、马家窑文化、红山文化等遗址都有出土, 距今已有几千年。虽然至今这些陶器上的刻画符号未能完全阐释其意义, 但是毋庸置疑它们都是文字起源的基础, 也就是原始的文字符号。

虽然我们现在还不能完全明确陶器上的刻画在新石器陶器上的符号的意义, 但是春秋时期“物勒工名”则是真正意义上的原始商标, 《礼记·月令》中记载, 孟冬之月, “命工师效工, ……物勒工名, 以考其诚, 功有不当, 必行其罪, 以穷其情”。这种为了保证产品质量而把制作者或监造者

Received date: 2015-09-10. Revised date: 2015-10-12.
Correspondent author: YUAN Feng(1988-), male, Master.
E-mail: 452858727@qq.com

的姓名刻画与器物之上的形式,虽然它还不是真正意义上的现代商标,但可以肯定的是它是商标的雏形。如景德镇湖田窑出土的一件青釉碗底残片,外底刻写:“迪功郎浮梁县丞臣张昂措置监造”(见图1)14个楷体字,笔画遒劲,刀法犀利。据考证,此铭文为北宋年间张昂担任浮梁县丞期间监造供瓷的凭据。



图1
Fig.1

二、陶瓷铭文商标的功能形成

现代意义上的商标是随着商品经济的出现而出现的。在商品交换频繁的地区,商标得到了广泛的运用。从开始明确生产责任的标记,伴随着生产信息的传播和商品质量的保证,工匠或作坊主逐渐看到了商标的彰显来源、吸引顾客的功能,更加重视使用在商品上的商标。

宋代商品经济有了很大的发展,全国出现了许多商业繁荣、人口密集的城市,如当时的东京则坊市不分,夜市不禁。从宋代的一些文学作品来看,宋代的茶楼或饭店都会装裱名人字画,用精美的用具吸引客人和提高影响力。定窑白瓷、耀州窑青瓷碗盘在当时的饭店处处可见,可见当时瓷器用具已经非常普及。

宋时的酒楼茶坊都悬挂名人字画,以器皿精洁为号召。饭店用耀州青瓷碗,饮食担子也用定州白瓷瓶,可见那时的风气与瓷器的普及。宋朝廷注意海外贸易,把对外贸易的税收作为一项重要政府收入,《宋史》和南宋的《诸蕃志》对这一史实有详细的记载。宋代是我国瓷业发展史上的一个繁荣时期,制瓷规模空前浩大,形成影响广泛的六大窑系:景德镇的青白瓷系、龙泉青瓷系、磁州窑系、耀州窑系、钧窑系、定窑系。如此,瓷业市场形成了空前的竞争局面,正是因为竞争,一种瓷器在市场上受欢迎,首先是临近瓷窑的相继仿制,继之就是瓷窑的增加与窑场的扩大,形成瓷窑体系。此

时,为了保持传统市场和争夺新市场,作坊主们不仅要在制瓷工艺上革新与创造,更重要的是保持住这种优势,因此他们开始在自己的产品上打上自己的烙印。如磁州窑张家作坊生产的瓷枕,在外底戳印“张家造”、“张家枕”等标记。此时,真正意义上的商标已经形成。

从出土资料和传世器物看,作坊名、工匠名大量出现于景德镇青白瓷上,以瓷盒最为典型。如湖田窑出土的一件青白瓷瓜棱盒(见图2),釉面温润如玉,底部不施釉,阳模印有“吴家合子记”的字样,盒写作“合”。除此之外,存世的还有陈、徐、汪、余、许、程、段、潘、吴、朱、蔡、蓝等姓氏的铭记。东南亚一些国家均大量发现此类铭文器物,充分反映当时的市场竞争之激烈。只有质量上乘的产品才能被市场接受,行销海内外。在当时信息并不发达的年代,商品质量口碑相传,从而形成品牌。陶瓷器物上的作坊、陶人铭文是对产品精益求精精神的物质载体。另有出土的试釉试料“照子”也刻画“恒记”(见图3)、“丘小六泥”和“郑家泥”等字样,证实宋代已有专门从事陶泥和釉料生产的作坊,是社会分工细化和生产效率提高的结果。



图2
Fig.2

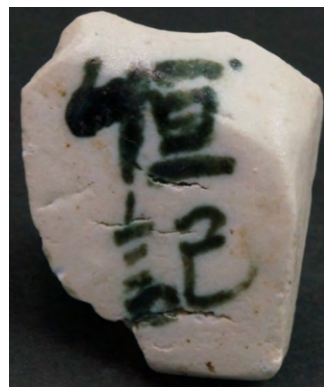


图3
Fig.3

明代景德镇瓷器铭文有天顺时期的“天顺大同马氏”，正德时的“何玉清造”，嘉靖时的“陈文显造”、“陈守贵造”、“程拾自造”、“邓奎自造”、“程景自造”、“刘信嘉靖年制”、“嘉靖年西谷制”等，万历时有“沈氏”、“青华仙子吴震”、“程玉梓造”、“紫芝主人监制”等，天启时有“天启三年唐氏制”，崇祯有“王远监造”等。这些铭款多写楷书于器物外底。清代较明代铭文更为丰富多样化，从顺治至宣统，几乎历朝均有，以乾隆时最为多见。

三、陶瓷铭文商标的语言特征

文字商标是指用语言文字设计而成的商标，它以文字为主体，具有表达意思明确、视觉效果良好、易认易记等优点，因此文字商标在市场商业活动中起到至关重要的作用，是最主要的商标形式，其中文字的选择与组合也极为关键。此外，我国历史上一直高度重视文字的内涵，这一传统自然而然地延续到了陶瓷铭文中。文字商标之所以能够占据如此重要的地位，首先源于汉字以形表意的功能，人们在长期的使用过程中形成了“顾名思义”的心理定势，通过对商标文字的解读引发联想，因此吉祥的字面含义容易让人产生舒适的感受。其次，受说文解字传统的熏陶，人们总是出于惯性去追究探寻事物名称的由来，因此文字商标具有可读性和可

阐释性的特点，人们下意识地忽略那些无意义的名词。古代陶瓷铭文融汇了命名传统，祥瑞的文字商标容易让购买者产生良好的心理暗示，一个好的文字商标能够树立一个企业的品牌形象，而一个失当的文字商标同样能够毁了一个企业的声誉。清代的瓷器上的作坊款识如“珍和金记”、“顺和苏记”、“大昌”、“宝玉”、“如璋”、“瑞号”等皆为祥瑞寓意的商标名称，迎合了消费者的心理。可谓呼者顺口，听者顺耳，充分发挥了商标的传播功能。

四、结 语

综上所述，商标之所以形成，是人类将标记应用到商品或服务上，即将标记进行商业性使用的产物。古代陶瓷款识、铭文的发展与变迁，见证了商标从无到有的产生过程，以语言文字为主要构成元素的陶瓷款识为现代商标奠定了基础。

参考文献：

- [1]中国硅酸盐学会. 中国陶瓷史[M]. 北京: 文物出版社, 1982: 9.
- [2]冯先铭. 中国古陶瓷图典[M]. 北京: 文物出版社, 1998: 1.
- [3]刘峰. 中国陶瓷款识总览[M]. 北京: 学苑出版社, 2002: 5.
- [4]孙英伟. 商标起源考——以中国古代标记符号为对象[J]. 知识产权, 2011: 3.
- [5]孙英伟. 从商标形成过程谈现代商标的功能[J]. 商业经济, 201: 2.