

DOI: 10.13957/j.cnki.tcx.2021.04.023

“一带一路”背景下耀州窑陶瓷文创产品设计

高黎, 亢雪, 郑淼

(陕西科技大学, 陕西 西安 710021)

摘要: “一带一路”国家战略的提出, 对于西部陶瓷的发展提供了难得的机遇。耀州窑位于离西安七十多公里的陕西省铜川市, 是丝绸之路起点的陶瓷重要生产区。通过对耀州窑陶瓷和耀州窑文创产品的现状分析, 提出在当前“一带一路”背景下, 耀州窑陶瓷文创产品设计开发中所存在的主要问题; 探索在新的时代要求下, 耀州窑陶瓷文创产品设计面临的境遇。利用耀州窑陶瓷的经典器型与纹饰的丰富资源优势为文创产品设计提供一定的可行性, 并进行耀州窑陶瓷文创产品设计实践。

关键词: 一带一路; 耀州窑; 产品设计; 陶瓷; 文化创意

中图分类号: TQ174.79

文献标志码: A

文章编号: 1000-2278(2021)04-0695-08

Design of Yaozhou Kiln Ceramic Creative Products under the Background of the Belt and Road Initiative

GAO Li, KANG Xue, ZHENG Miao

(Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an 710021, Shaanxi, China)

Abstract: The proposal of "One Belt And One Road" national strategy provides a rare opportunity for the development of western ceramics. Yaozhou Kiln is located in Tongchuan City, Shaanxi Province, more than 70 kilometers away from Xi'an. It is an important ceramic production area at the starting point of the Silk Road. Based on the analysis of the status quo of Yaozhou Kiln ceramics and cultural and creative products of Yaozhou Kiln, the main problems existing in the design and development of cultural and creative products of Yaozhou Kiln ceramics under the background of "One Belt And One Road" was summarized and the situation faced by the design of cultural and creative products of Yaozhou Kiln ceramics under the requirements of the new era was explored. By taking advantage of the rich resources of Yaozhou Kiln's classical ceramic shape and decoration, certain feasibility for the design of cultural and creative products were proposed and the design practice of Yaozhou Kiln's ceramic cultural and creative products were perspected.

Key words: the One Belt and One Road; Yaozhou kiln; product design; ceramics; cultural creativity

0 引 言

“推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动”的发布对中国文化创意产业发展具有积极推动作用。西安是古代丝绸之路起点, 也是丝绸之路文化核心地区, 早在唐朝就有玄奘由丝绸之路经中亚往印度取经交流。耀州窑位于西安以北近 100 公里的铜川市, 是中国宋代“六大名窑”之一, 也是北方青瓷的代表。其创烧于唐代, 成熟于五代, 鼎盛于北宋, 有近 1400

年的烧瓷史, 在中国陶瓷史上占有十分重要的地位^[1]。经过多次实地考察, 目前耀州窑陶瓷生产规模较大的公司有 4 家: 铜川市耀州窑唐宋陶业有限公司, 主要生产耀州窑文物仿制品和工艺瓷等; 耀州窑发展有限公司, 主要生产磨具生活用瓷; 铜川市盛源陶业有限公司, 主要生产青瓷、天青瓷等; 火凤凰陶瓷有限公司, 主要生产高档酒瓶和工艺瓷。小型陶瓷企业约 15 家, 主要有铜川耀华瓷业有限公司、李家瓷坊有限公司、德雍坊文化艺术品公司、鼎轩耀州窑兰花瓷、铜川光耀陶

收稿日期: 2021-03-15。

修订日期: 2021-05-16。

基金项目: 陕西省社会科学基金(2020J041)

通信联系人: 高黎(1972-), 女, 硕士, 教授

Received date: 2021-03-15.

Revised date: 2021-05-16.

Correspondent author: GAO Li (1972-), Female, Master, Professor

E-mail: 592725123@qq.com

瓷有限公司、观塘陶瓷有限公司等。另外，还有分布在黄堡镇、陈炉古镇的一些手工作坊(人数为3-5人不等)，约16家。由此可知，耀州窑陶瓷的从业人员不足1000人。其中，从事仿古瓷生产的有16家。其他小作坊以日用瓷、艺术瓷的生产为主，从业人员文化水平不高，大学本科以上者寥寥无几。其中，铜川印台许家瓷坊较有创意，代表作为陈炉陶瓷黑釉剔花作品，设计造型新颖。但是没有产品定位和长远规划，产量和销售无法满足市场需求。一些名家创作的仿古瓷造型的刻花釉色效果虽然不错，但是产量少、推广难度大。虽然也有一些高端产品，但釉色不稳定，成品率低，难以批量化生产，单位成本偏高。总之，目前耀州窑的发展缺少高层次的设计管理人才，对耀州窑的市场定位认识不足，品牌和设计团队意识较弱。手工刻花作品前期投入成本偏高，模仿有余、创新不足，没有充分发挥耀州窑作为名窑陶瓷的特色作用，这是作为宋代六大名窑的耀州窑现在落后于其他窑口的主要原因。

1 耀州窑陶瓷文创产品现状分析

鉴于耀州窑陶瓷的现状，有必要对文创产品进行分析和梳理。在此，有几个问题值得思考，耀州窑特色五件套是否属于文创产品？以耀州窑为主题的专题性博物馆为什么没有文创产品？它的文创产品应该如何体现耀州窑陶瓷文化特色？文创产品是指文化创意产品，是依靠人的智慧、技能和天赋，借助现代科技手段对文化资源、文化用品进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，创造高附加值产品^[2]。文创产品是一种在经济全球化的背景下产生的以创造力为核心的新兴产业，其以主题文化为核心发挥创意，依靠技术实现产业化的产品研发。简单来说，文创产品既

是艺术品，又是文化的延伸品。目前，这类文创产品在耀州窑陶瓷中较少见。

1.1 耀州窑博物馆文创产品现状分析

耀州窑博物馆位于陕西省铜川市王益区黄堡镇之南，是集遗址遗迹展示、文物标本陈列、模拟古代制瓷工艺演示三位一体的古陶瓷遗址专题博物馆。该馆藏主要有耀州窑从唐初至清末等不同历史时期的经典陶瓷文物，展现了青瓷刻花“巧如范金、精比琢玉”的辉煌成就，再现了中国历史名窑曾经“十里窑场、炉火不夜”的壮观制瓷规模。耀州窑博物馆内设有产品销售商店与文物复制工厂。商店内所出售的陶瓷产品主要有耀州窑陶瓷文物复制品经典六件套及采用石膏模具制作的耀州窑陶瓷组合茶具、酒具、餐具和其他耀州窑陶瓷艺术品(见图1)，但并未见耀州窑文创产品。

目前，各博物馆也相继推出了自己的文创产品，耀州窑博物馆作为重要的公共文化服务机构，肩负着宣传耀州窑陶瓷文化的使命，有必要结合市场推出相应的文创产品。因此，需要以博物馆藏品为依托，深入挖掘其文化内涵，结合“一带一路”，以创新的意识和理念开发以陶瓷文化为灵魂的创意产品，开创性地做好文化传播，宣传陶瓷文化，这也是新形势下博物馆面临的一个新课题。

1.2 耀州窑企业文创产品现状分析

铜川市耀州窑唐宋陶业有限公司是集耀州窑文化的研究，耀州瓷技艺传承、开发、生产等于一体的综合型企业。2002年成立于铜川市董家河工业园区王家砭村，占地面积30余亩，是陕西省文物仿制和铜川市外事礼品定点生产单位，铜川市诚信企业。现有高级职称5人，中国陶瓷设计艺术大师1人，陕西省工艺美术大师6人，铜川市工艺美术大师10人。该公司秉承“精雕细刻，



图1 陕西耀州窑经典六件套-茶具-工艺瓷

Fig. 1 Shaanxi Yaozhou Kiln classic six-piece set-tea set-craft porcelain

展现唐宋耀瓷文化；明礼诚信，创建耀瓷知名品牌”的宗旨，在传承和创新方面与时俱进。这类具有耀州窑标志性的龙头企业如铜川市耀州窑唐宋陶业有限公司、耀州窑发展有限公司以及其他小公司和作坊的产品样式同耀州窑博物馆类似，除生产仿耀州瓷特色五件套、模具化茶具、餐具外，还从事其他订单生产。唐宋陶业有限公司培养了一批刻花技师，创作的作品主要以刻花为主，兼具划花、印花、剔花等，以刀代笔，刀走泥飞，线条婉转灵动，纹饰清新自然，立体感强。但是，文化创意类的产品暂时缺失，虽然有个别类似冰箱贴、挂钩等之类的小产品，但量少不成体系。作为铜川市代表性的企业，他们都有各自产品的文化特点和企业理念，可以结合市场推出与自己企业文化理念生产相应的文创产品，宣传耀州窑陶瓷文化。由此可见，耀州窑文创产品开发尚有较大提升空间。

2 “一带一路”国家战略下耀州窑陶瓷文创产品设计可行性分析

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”倡议的简称，是习近平总书记在 2013 年为实现中国与沿线国家的共同发展提出的一种创新的合作理念与模式。2016 年 5 月，《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》提出“提升文化创意产品开发水平，深入挖掘文化资源的价值内涵和文化元素，广泛应用多种载体和表现形式，开发艺术性和实用性有

机统一、适应现代生活需求的文化创意产品，满足多样化消费需求。”这也是“一带一路”国家战略背景的大机遇下，丝绸之路经济带的发展对耀州窑文创产品设计提出新的要求。需要深入挖掘传统文化因素，共建、共享文化资源，探索丝绸之路的多元文化创意，重塑文化创意产品的独特性和不可复制性，实现融通共生，互利共赢^[3]。不仅要具备深厚文化底蕴和一定的美好寓意，在兼顾产品美观性，满足消费群体审美需求的同时，还要讲好中国故事，展现中国特色，强化国际认同感。

首先，文化创意产品设计体现文化性，能够为消费者带来文化消费体验。博物馆文化创意产品设计要符合博物馆教育宗旨，通过文创产品来传递博物馆馆藏文物所具备的内涵与魅力，还要具有一定的美好寓意，用来满足消费者对美好生活向往的需求^[4]。其次，审美性是文创产品设计重点考虑因素，将审美因素融入文创产品中，通过精美外观来吸引消费者的注意力，使消费者产生审美愉悦从而达到销售目的。耀州窑陶瓷以经典器型和精美刻花纹饰见长，特别是倒装壶和公将其作为原型进行设计认知性和识别度较高。然后，文创产品设计须具有实用性，这关系到道杯最具代表性，具有艺术价值和教化思想，消费者对产品的购买意愿，实用频率不高的文创产品会产生心理距离和隔阂感，设计和开发使用频率高、功能性好的文创产品来满足消费者的实用需求。

2.1 耀州窑倒装壶文创产品可能性分析

耀州窑陶瓷造型丰富，以常见的碗、盘、壶、



图 2 唐宋陶业有限公司经典六件套茶具和其他公司产品

Fig. 2 Classic six-piece tea set (Tang Song Ceramics Co., Ltd.) and other company products

瓶、盆、罐、钵、碟、杯、盒、灯、炉等生活日用品为主。从唐朝时期的初创到五代时期的发展，再到宋代的鼎盛，产生了一批优秀的作品，最具代表性的就是陕西历史博物馆的镇馆之宝，即五代至宋代时期生产的耀州窑倒装壶，如图3所示。倒装壶从底部装水，是根据物理学中的“连通器液面等高”的原理做成的，当连通器中只有一种液体，且液体不流动时，各容器中的液面总保持相平。倒装壶壶高19.0 cm、腹径14.3 cm、足径7.5 cm、腹深12.0 cm、容量800 mL左右，造型新颖别致、纹饰繁缛华丽，壶盖与器身连为一体起装饰作用，通体施以淡青釉色。壶体结构设计巧妙，壶身呈倒柿形，局部运用刻花、镶嵌、贴塑、堆塑、拼接等工艺手法，腹部雕有三朵盛开的牡丹，其下有仰开的莲花瓣。壶盖形似柿蒂，其与壶把、壶身连成一体。壶把是半圆形，像一只飞翔中的凤凰，凤首高翘，轻轻地落在了带有莲花的壶盖上。壶嘴为口部张开的狮子形状，狮子的牙齿清晰可见，母狮腹下还有一头正在吸吮母乳的小狮子。壶盖与凤鸟形提梁相接，提梁尾部饰以堆贴连珠纹。壶的底部为梅花状小孔，内部与漏柱衔接，将水从壶底部小孔倒入，然后再将壶体摆放规正，水从龙头的壶嘴流出，而不会从底部的梅花口漏出。打破常规壶体设计，体现了古代耀州窑陶工的智慧与创意。

倒装壶的纹样、题材来源于生活，具有很强的写实性。如母狮给幼狮哺乳的情景，完全是对自然界生动真实活动的写照。两狮的神态刻画细致入微，形神兼备，母狮的舐犊之情，幼狮的安详、宁静之感无不从工匠手下流淌出来，具有强烈的艺术感染力和美好的寓意。牡丹表现出人们对美好生活的憧憬，从而反映了

一个文化繁荣发展、人民生活安定的时代。唐代在中国历史上是盛世，中外文化融合交流，吸收了大量的外来文化，到五代、宋代得以承袭。倒装壶作为耀州窑经典器型，具有独特的造型智慧，公众识别度高，开发文创产品存在极大的可能性。

2.2 耀州窑经典寓意型公道杯文创产品可行性分析

耀州窑龙首公道杯是耀州窑经典器型之一，如图4所示。公道杯通体施青釉，外侧饰有耀州窑经典刻划花牡丹纹样，杯中立一龙首，龙嘴微张，杯底有一小孔，杯下带一底座。杯中水浅，滴水不漏；水满至龙口，则水流殆尽，正所谓“知足者酒存，贪心者酒尽”，以此警示世人处事需公道，不可贪得无厌，由而带出“满招损，谦受益”的教化思想，属古代功能与形式完美结合的产物。

“公道”一词在古代有明确的记载，如《管子·明法》：“是故官之失其治也，是主以誉为赏，以毁为罚也。然则喜赏恶罚之人，离公道而行私术矣。”意思是奖罚要公正，不可有私心。据说“公道杯”此名为明太祖朱元璋所起，正是用于警示大臣为人处事要公道。公道杯运用物理原理展现出的深刻教化思想更是独具匠心，公道杯赋予人们的千古道理。在当今社会，其对营造诚信经营，务实谦让、公平合理的社会美德具有深刻的现实意义。

公道杯奇巧的造型，配以耀瓷青雅的釉色，洒脱的刻花纹饰，相得益彰，弥足珍贵。用讲故事的方法把这种具有教化意义的经典造型进行文创演绎，更容易走进生活。将文创产品的原型进行创意设计不仅再现古人的智慧，还有一定的警世和教化意义，具有一定的可行性。



图3 五代 青釉剔花牡丹纹倒装壶及剖面图

Fig. 3 Green glaze tick flower peony grain inverted pot and section (Five Dynasties)



图 4 耀州窑公道杯细节与剖面图

Fig. 4 Detail and section view of Yaozhou Kiln fair cup

除此之外，现藏于美国大都会博物馆的宋代青釉刻花凤衔牡丹纹提梁壶、现藏于甘肃省成县博物馆的五代天青釉剔花牡丹纹狮流执壶、现藏于法国集美博物馆的五代天青釉剔花荷花纹双流执壶、现藏于中国台湾鸿禧美术馆的天青釉剔花荷花纹双流执壶、现藏于北京故宫博物院的宋青釉刻花牡丹纹花口尊等经典器型，都是耀州窑文创产品的优秀素材。

2.3 耀州窑刻花纹饰效果文创产品的可行性分析

耀州窑刻花纹饰题材比较丰富，主要以植物纹样居多，也有少量的动物人物纹饰。图案分布盈满繁密，纹饰中的植物、动物纹均模拟自然，生动活泼。多种艺术表现手法相互映衬，运用变形、提炼、组合等艺术手法进行加工，如表 1 所示。

耀州窑刻花题材主要以莲瓣、牡丹、菊花纹等较为常见，结合相应的器型，釉色表现出强烈的立体效果。这种立体效果主要是来源于刀刀见泥的刻花工艺，不拘泥形式，潇洒自如、生动逼真，是来源于生活又高于生活的真实写照。如何将这种常见的刻花纹饰表现在文创产品上是值得

思考的问题。耀州窑的经典器型和刻花技艺具有代表性，经典纹饰莲瓣纹、牡丹和菊花纹饰本身存在普遍性，将纹饰或者局部纹饰运用于经典器型之中，二者结合成一个单元纹样，设计带有经典器型的纹饰进行连续不断的排列组合，成四方连续或者二方连续图案运用于手袋丝巾和服饰上，不失为值得尝试的设计方向。

3 “一带一路”背景下耀州窑陶瓷文创产品设计的新探索

重振丝绸之路的文化繁荣，在“一带一路”的国家战略支持下，在新的时代要求下，耀州窑陶瓷文创产品设计亟待探索。经典器型和精美纹饰是设计过程中的核心模块，需要文化理念的支撑^[5]。文创产品是源于文化主题经由创意转化具备市场价值的产品，要符合“文化主题+创意转化+市场价值”三特点的物质化产品，能够满足人们需求的物质实体与非物质形态的服务^[6]。耀州窑文创产品的开发，首先要从代表耀州窑的

表 1 耀州窑陶瓷主要纹饰题材

Tab. 1 Yaozhou Kiln ceramics main decorative themes

Design theme	Decorative pattern
Plant theme	Lotus pattern, twisted chrysanthemum pattern, tufted chrysanthemum pattern, twisted peony pattern, drawn peony pattern, cross-branched peony pattern, folded peony pattern, peony double butterfly pattern, peony fish lotus pattern, phoenix peony pattern, water wave flower pattern, Grape pattern, plum pattern, willow pattern, banana leaf pattern, etc.
Animal theme	Double fish pattern, water wave three fish pattern, fish head grass pattern, lying deer pattern, mandarin duck, dragon pattern, phoenix pattern, Tiger peeking animal pattern, bird pattern, duck lotus pattern, water wave duck pattern, lion pattern, Crane pattern, rooster pattern, Tiger deer pattern, etc.
Character theme	Infant play pattern, infant play grape pattern, four infants climbing lotus pattern, infant play peony pattern, plum and bamboo play infant, pine and bamboo play infant, wrapped branch play infant pattern, flying sky pattern, etc.
Other patterns	Triangle pattern, fret pattern, water ripple, landscape flower and bird pattern, etc.

经典器型入手,寻找文化的认同感和惟一感。用现代设计的方法进行整合创新,采用手工制作和机械化批量生产相结合的方式,运用“功能+经典文化”的工艺特色,创造新的现代生活和装饰产品,激发消费者的购买欲望,提升传统文化产品的附加值,如耀州窑经典倒装壶公道杯等。其次,立足于传统刻花工艺推广耀州窑大师作品。最后,将耀州窑具有文化内涵的特色纹饰和经典器型结合,运用构成群化和打散组合的法则进行设计重构,使纹饰适于器型以新产品设计创造新的社会需求,符合当代生活需要的载体或装饰形式,成为创新的现代商品,如明信片、台历、车载挂饰等。

3.1 经典器型的明信片文创产品设计

以耀州窑最具代表性的经典器型为例进行文创产品设计。首先从文化角度出发进行明信片的设计。耀州窑陶瓷从唐朝至宋朝的每个朝代都有存世的经典器型。其中,唐朝有黑釉剔花牡丹填白彩双系瓶,端庄大气。陕西历史博物馆的五代经典倒装壶,精美绝伦;美国大都会博物馆的宋代青釉刻花凤衔牡丹纹提梁壶,则为稀世珍宝……用这些经典造型做明信片,不仅具有纪念收藏的意义,还有一定的通讯宣传和广告的作用,助力传播耀州窑陶瓷文化,增加耀州窑博物馆文化创意产品的收藏与纪念价值。

耀州窑经典器型明信片的设计可以按朝代进行划分。每个朝代选6张-12张图片,做一个系列或者两个系列。从唐朝到民国时期选七张做一套,作为一个系列,几乎涵盖耀州窑经各个时期经典器型,可以整套出售也可单套出售。也可以按壶类、盘类、瓶类、香炉类等器型类别划分。选七个同类的形状作为一个系列,不分朝代,为不同

的消费人群提供尽可能多的选择。图5是一套七张耀州窑经典器型,依次是现藏于法国大都会博物馆的宋代青釉刻花凤衔牡丹纹提梁壶、陕西历史博物馆的镇馆之宝五代耀州窑倒装壶、耀州窑经典公道杯、现藏于甘肃省成县博物馆的五代天青釉剔花牡丹纹狮流执壶、现藏于中国台湾鸿禧美术馆的天青釉剔花荷花纹双流执壶、现藏于法国集美博物馆的五代天青釉剔花荷花纹双风流执壶、现藏于耀州窑博物院的宋青釉刻花牡丹纹花口尊。将耀州窑陶瓷经典文物通过高清照片进行展示,对耀州窑博物馆具有较好的宣传效果,使消费者感受到耀州窑陶瓷独特魅力。

当然也可以选择当代的经典器型做当代耀州窑陶瓷的推广,比如以每一位当代耀州窑名家的作品为一个系列,按照各自的特点进行系列化推广,如图6所示。图中的耀州窑青瓷作品分别为《青釉牡丹纹盖罐》《青釉刻花缠枝菊花碗》《凤戏牡丹》《凤尾尊》《和谐中国》《祥和尊》《莲花执壶》《双耳富贵牡丹瓶》。

3.2 经典器型的挂饰类文创产品设计

选择辨识度较高的耀州窑经典器型倒装壶为设计元素,利用“壶”与“福”的谐音,取富贵之意,做成小型精致的掌中宝倒装壶车载挂饰,加上精致的配饰、巧思的手工,使车载挂饰“变身”一件艺术品,如图7所示。也可以取倒装壶外形和内部结构制作精美的钥匙扣,采用不同于陶瓷的其他材料,比如金属、亚克力、有机玻璃等做成迷你型的平面镂空造型等。

通过车载挂饰和钥匙扣这种方式向大家传递耀州窑陶瓷文化的魅力。这种载体受众面广,价格比较亲民,大部分人容易接受,起到推广和宣传耀州窑陶瓷文化的目的。

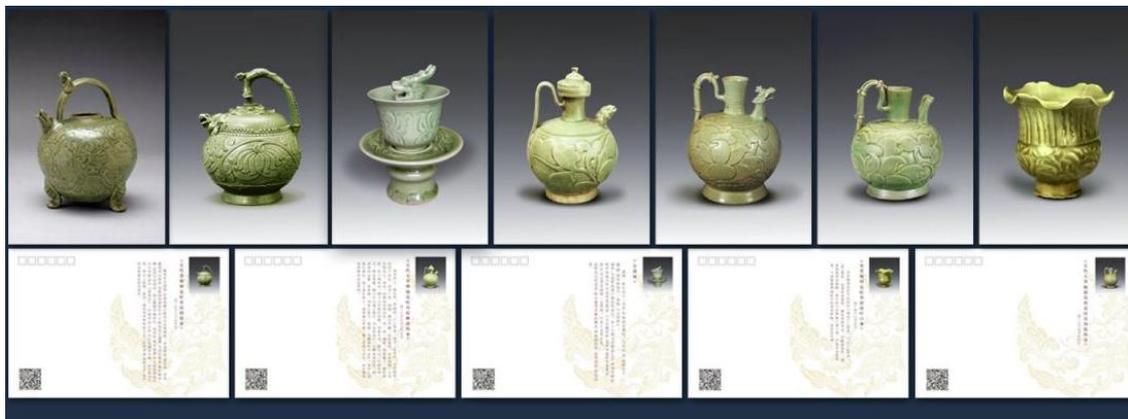


图5 耀州窑经典器型明信片设计效果图

Fig. 5 Yaozhou Kiln classic type postcard design patterns



图 6 现代耀州窑大师作品明信片设计效果图

Fig. 6 Design renderings of modern Yaozhou Kiln famous works



图 7 耀州窑经典器型车载挂饰设计效果图

Fig. 7 Yaozhou Kiln classic vehicle pendant design renderings

3.3 耀州窑纹饰结合经典器型的文创产品设计

耀州窑陶瓷装饰题材丰富，博采众长，广泛吸收借鉴多种艺术门类装饰形式，并经过改良成为具有中国传统装饰特色的图案。耀州窑陶瓷纹饰基本为生活题材，以植物纹样最为常见。纹饰丰富，风格精美，形象栩栩如生、独具趣味，富有人文内涵。器型与纹饰组合追求和谐统一，如图 8 所示。耀州窑最常见的纹饰是莲瓣牡丹和菊花，这些缠枝的花卉比较适合耀州窑刻划的表达。把纹饰或者局部纹饰运用于经典器型之中，将经典器型作为一个单元纹样，连续不断地排列组合，做四方连续或者二方连续图案运用于各种载体上。如方巾、丝巾、墙纸、坐垫等，使其具有耀州窑特色进行推广应用，如图 9 所示。

通过以上几组产品探析耀州窑陶瓷文创产品设计的可行性，意在抛砖引玉。后续可设计多种品类的文创产品，积极改善耀州窑陶瓷文创产品以陶瓷类文物仿制品为主的开发现状。充分利用

“一带一路”所带来的重要发展机遇，通过创新设计使耀州窑陶瓷文创产品多元化发展。

4 结 语

“一带一路”旨在借用古代丝绸之路的历史符号进行现代文明创新，其与国家的文化创意产业相辅相成，相互促进。“一带一路”为耀州窑陶瓷迎来了新的发展机遇，为耀州窑文化创意产业的发展与交流提供良好的契机，为地域文化的发展拓展提供广阔平台。在“一带一路”背景下，耀州窑陶瓷丰富造型与精美纹饰需要得到传承，耀州窑陶瓷文创产品开发具有良好的发展前景。耀州窑依赖传统文化的营养得以生存与发展，在保持传统文化多元化发展和地域特色的基础上，探寻耀州窑更长远的发展方向。根据目前耀州窑文创产品开发存在现状，在文创产品种类多样化开发方面进行探索。设计出能够满足消费者各

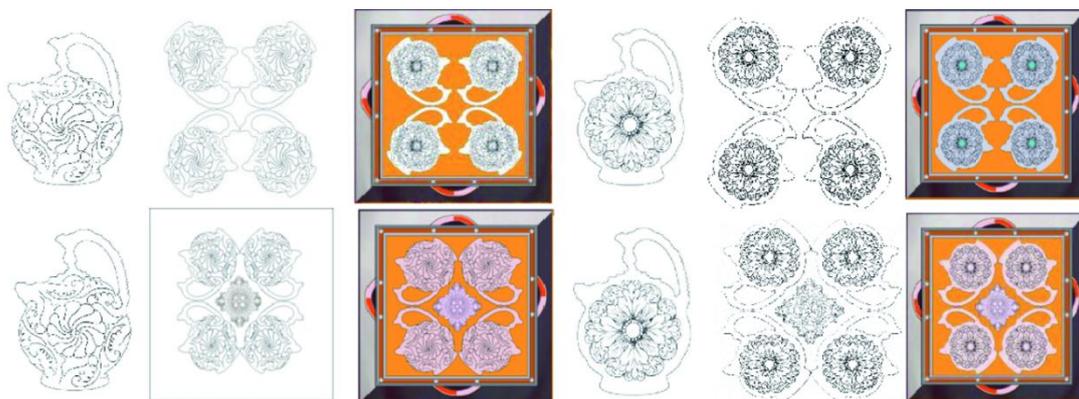


图 8 耀州窑纹饰适合经典器型的设计效果图
Fig. 8 Yaozhou Kiln decoration suitable for typical type design renderings



图 9 耀州窑纹饰适合经典器型设计二方连续丝巾效果图
Fig. 9 Yaozhou Kiln decoration suitable for typical type design two side contact scarves renderings

种需求的产品，使耀州窑陶瓷文创产品能够更好地融入到大众生活之中，推动耀州窑文化创意产业蓬勃发展。

参考文献：

[1] 刘谦. 耀州窑[M]. 哈尔滨：黑龙江美术出版社，2017.
 [2] 柳瑄. “一带一路”背景下漳州陶瓷文创产品设计开发模式研究[J]. 包装工程, 2020, 41(20): 234-239.
 LIU X. Packaging Engineering, 2020, 41(20): 234-239.
 [3] 王伟伟, 宋贞贞. “丝绸之路”多元文化交融背景下

的文创产品设计方法[J]. 湖南包装, 2020, 35(5): 7-11.
 WANG W W, SONG Z Z. Hunan Packaging, 2020, 35(5): 7-11.
 [4] 陈凌云. 博物馆文化创意产品开发研究[M]. 上海：上海社会科学院出版社, 2019.
 [5] 王爱红, 包力源. 关怀设计理念下的陶瓷文创产品设计应用研究[J]. 陶瓷学报, 2019, 40(1): 120-123.
 WANG A H, BAO L Y. Journal of Ceramics, 2019, 40(1): 120-123.
 [6] 刘维尚, 阳倩. 吉祥文化符号在博物馆文创产品中的应用研究[J]. 包装工程, 2021, 42(10): 260-266.
 LIU W S, YANG Q. Packaging Engineering, 2021, 42(10): 260-266.

(编辑 吴庆文)