

西班牙陶瓷业发展现状与启示

—以西班牙雅致陶瓷公司为例

蒋叶莉

吉林外国语大学, 中国·吉林 长春 130022

【摘要】西班牙在世界陶瓷产业中地位重要, 本文以雅致陶瓷公司为研究对象, 通过文献研究、案例分析等方法, 剖析西班牙陶瓷发展历程、特点与趋势, 探讨其发展策略、影响因素, 总结经验并为中国陶瓷产业发展提供启示, 具有一定的理论与实践价值。

【关键词】西班牙陶瓷; 雅致陶瓷公司; 产业发展; 创新策略

一、引言

全球陶瓷市场规模庞大且持续增长, 涵盖建筑、卫生、艺术等多个领域。西班牙是陶瓷强国, 凭借独特设计、先进技术和深厚文化底蕴, 在世界陶瓷产业中占据重要地位。研究西班牙陶瓷发展, 对行业发展和学术研究意义重大。本文以雅致陶瓷公司为切入点, 剖析其发展历程、特点与趋势, 探寻行业发展规律。

二、西班牙陶瓷产业发展的历史脉络

(一) 古代起源

西班牙陶瓷历史悠久, 其起源可追溯至伊比利亚时期。伊比利亚半岛上的伊比利亚人作为最早的陶瓷制作者, 创造出的陶器带有几何设计以及风格化的动物和人物形象, 这些作品为西班牙陶瓷奠定了坚实基础。到公元前2世纪罗马统治时期, 罗马人征服西班牙的同时带来了先进的制陶技术, 比如陶轮的运用, 不仅让陶瓷生产效率大幅提升, 还使得产品种类更加丰富, 涵盖了实用器具和装饰性物品, 进一步推动了西班牙陶瓷的发展。

(二) 伊斯兰影响与黄金时代(8世纪-15世纪)

在伊斯兰统治时期, 安达卢西亚地区成为陶瓷生产中心, 其中瓦伦西亚的陶瓷尤为出众, 以色彩鲜艳、图案精美闻名, 常运用几何图案、书法和复杂的瓷砖工艺。而格拉纳达的阿尔罕布拉宫堪称伊斯兰陶瓷艺术的杰出代表, 宫殿内装饰着大量名为“阿苏莱霍斯”的精美陶瓷瓷砖, 瓷砖上的几何图案和阿拉伯铭文, 淋漓尽致地展现了摩尔人在西班牙的艺术成就, 这些陶瓷艺术不仅是建筑装饰, 更是历史与文化的瑰宝, 承载着当时独特的艺术风格与深厚底蕴。

(三) 文艺复兴与马约利卡时代(15世纪-17世纪)

在西班牙的陶瓷艺术发展历程中, 不同地区与风格的陶瓷各具特色。位于西班牙中部的塔拉韦拉德拉雷纳镇, 凭借独特的塔拉韦拉陶器声名远扬, 这种陶器受摩尔人美学影响, 以蓝白相间的复杂设计为特色, 兼具实用和装饰功能。到了文艺复兴时期, 伊斯兰陶瓷的影响仍在延续, 西班牙-摩尔式陶器应运而生, 它巧妙融合了伊斯兰和西班牙元素, 不仅图案复杂, 色彩也十分丰富, 展现出独特的艺术魅力, 成为西班牙陶瓷艺术多元发展的生动体现。

(四) 巴洛克及以后(17世纪-18世纪)

18世纪, 在菲利普五世统治期间, 马德里建立了拉蒙克洛亚皇家工厂, 这家工厂深受欧洲瓷器制造商(如迈森)的影响, 致力于生产精美的瓷器。同一时期, 在巴洛克风格盛行的大背景下, 具有独特金属光泽的光泽陶器在西班牙开始流行, 这类陶器常被应用于宗教和装饰性陶瓷领域, 为西班牙艺术增添了一抹华丽的色彩, 生动地展现出当时西班牙陶瓷艺术在传承与创新中不断发展的面貌。

(五) 现代与当代(20世纪-至今)

自20世纪起, 西班牙陶瓷持续发展, 在传承传统风格的同时融入现代设计理念, 从而推出众多创新陶瓷产品。这一时期, 艺术家们发挥了关键作用, 毕加索等知名艺术家涉足陶瓷领域并进行实验创新, 为西班牙陶瓷注入全新活力。当代西班牙陶瓷艺术家马诺洛·巴尔德斯和克里斯蒂娜·科尔多瓦等人也紧随其后, 不断突破陶瓷艺术的界限, 让西班牙陶瓷在传统与现代的交融中, 绽放出独特的艺术魅力, 在艺术发展的长河中持续前行。

三、西班牙雅致陶瓷公司概况

（一）公司发展历程

1953年，璜（Juan）、荷西（José）和文森（Vicente Lladró）三兄弟凭借自幼展现出的非凡艺术才华，在西班牙地中海海岸瓦伦西亚市郊的阿尔梅塞拉镇自家庭院搭建摩尔烧窑，创立了雅致陶瓷，最初它只是一个小手工作坊，由此开启了初创阶段。1958年，家庭作坊被新工厂取代，之后雅致在瓦伦西亚地区开了50家直销店；1965年，公司业务拓展至美国和加拿大，产品在北美受到艺术爱好者和有钱人的追捧；1967年，三兄弟在瓦伦西亚市郊买下地皮，建造新工厂，这一系列发展标志着雅致陶瓷进入发展阶段（1953年-1980年）。从上世纪80年代起，雅致逐渐成为世界级大公司，作品远销世界五大洲123个国家，在全球拥有3500个销售网点及40余家自营品牌专卖店，在西班牙成为皇室御用品牌，位列西班牙三大奢侈品牌之一，如今还不断创新，推出多个系列产品，成为世界艺术陶瓷领域的知名品牌，进入成熟阶段（20世纪80年代-至今）。

（二）公司在西班牙陶瓷产业中的地位

雅致陶瓷是西班牙陶瓷手工艺的杰出代表，品牌声誉极高，是西班牙三大奢侈品牌之一、皇室御用品牌，在《西班牙领先品牌论坛》奢侈品排名第三。其艺术价值非凡，汇聚一流设计师，作品题材丰富，像华贵瓷艺系列等不同系列作品，尽显精湛瓷艺。在市场影响力上，雅致陶瓷从手工作坊发展成全球知名企业，作品销往123个国家，全球有3500个销售网点及40余家专卖店，在西班牙本国销售网络也很广泛，仅瓦伦西亚地区就曾开50家直销店。此外，它有力推动行业发展，让阿尔梅塞拉镇成为西班牙瓷器之都，带动当地陶瓷产业，对提升西班牙陶瓷业整体形象与促进产业集聚起到关键作用。

四、西班牙雅致陶瓷公司的发展策略分析

对雅致陶瓷公司进行SWOT分析可知：

雅致陶瓷优势显著。工艺上，由雕塑大师手工制作，用4000多种色彩绘制，经1300摄氏度高温24小时焙烧，开发至少4个月，部分作品耗时数年，风格多元，对细节把控严格，像华贵瓷艺系列这类限量作品极具艺术与收藏价值。品牌声誉极高，是西班牙国宝级、第三大奢侈品牌和皇室御用品牌，在相关奢侈品排名中位列第三，作品在全球博物馆等展示，受名流喜爱。创新能力强，签约超2000名艺术家，建1000多家工作室，发明30多种新型材料，研发多种装饰技

术，逼真工艺闻名全球，且原材料当地获取，降低成本与碳排放，便于控制质量，助力当地商业。

然而，也存在劣势，因手工制作和高艺术价值导致价格贵，消费群体受限，难进大众市场；生产周期长，无法快速响应市场变化；在部分新兴市场品牌认知度低，推广力度需加强。但公司也面临不少机会，全球经济发展使新兴市场中产阶级崛起，亚洲市场对奢侈品和艺术装饰品需求增长迅速；电商发展带来线上销售潜力，能拓宽渠道；与时尚等领域品牌跨界合作，可拓展产品线和消费群体。不过威胁也不容忽视，全球陶瓷和奢侈品市场竞争激烈，新品牌频出，其他奢侈品牌也可能涉足抢占份额；经济环境不稳定，经济波动影响消费者购买力，经济下行时消费者会减少对奢侈品的支出；品牌知名度高，易遭仿冒，损害品牌形象和市场份额。

五、西班牙陶瓷产业发展的影响因素分析

西班牙陶瓷产业的发展态势鲜明，它具备多方面内部优势，像西班牙东部的Castellón拥有丰富优质的高岭土等资源，既降低了原料进口成本，又因毗邻港口而利于出口，Porcelanosa等企业在数码喷墨印刷等领域技术领先，还通过与本地研究所合作推动环保、低碳技术研发，且Castellón产业集群集中了80%的西班牙陶瓷企业，形成完整供应链，提升了效率与竞争力，同时凭借高端品牌形象和国际化设计满足欧洲、中东等市场对美学和品质的要求；也迎来诸多外部机遇，新兴市场城市化推动建材需求，欧洲高端市场需求稳定，后疫情时代全球建筑业复苏提供了市场空间，欧盟自由贸易网络降低出口关税，在Valencia举办的CEVISAMA展会提升了行业国际曝光度；不过也面临不少挑战，能源成本上升，陶瓷生产依赖天然气，俄乌战争导致能源价格波动压缩利润空间，环保法规压力增大，欧盟碳排放标准迫使企业投资减排技术且废弃物处理成本增加，国际竞争加剧，来自中国、意大利的低价竞争以及土耳其、印度等新兴生产国市场份额提升，西班牙劳动力成本高使得自动化成为必然选择；基于此，其未来有着清晰的发展趋势，在绿色转型方面，推广可再生能源、循环经济和低碳产品认证以争取欧盟“绿色新政”补贴，借助工业4.0技术实现数字化与自动化来优化生产效率，减少对欧洲市场依赖并拓展北美、东南亚等高增长地区，发展超薄瓷砖、抗菌表面等功能性产品以进行产品创新。

六、西班牙陶瓷产业发展对中国的启示

(一) 中国陶瓷产业发展现状与问题分析

中国陶瓷产业源远流长,当下发展既有亮点也存隐忧。从现状看,规模宏大,覆盖建筑、卫生、艺术等领域,是全球主要陶瓷产销大国,广东佛山等生产基地产能惊人。产业集群遍布各地,如福建晋江外墙砖、四川夹江的中低端陶瓷产业集群颇具影响力,产业链完整。技术层面持续进步,引入自动化设备,提升生产效率与产品质量,陶瓷材料研发也取得突破,部分高端产品技术达国际水准。

但产业也面临挑战。创新能力不足,与国际先进水平存在差距,多数企业依赖模仿,产品同质化严重,艺术陶瓷领域缺乏国际知名原创作品和设计大师,难以满足高端市场需求。品牌建设滞后,企业众多却知名品牌寥寥,国内外市场品牌影响力小,多靠价格竞争,国际市场贴牌生产居多,利润微薄,国内消费者对陶瓷品牌认知与忠诚度低。再者,环保压力渐大,陶瓷生产产生大量污染物,环保政策趋严,企业环保投入增加,资金有限的中小企业甚至面临停产风险。

(二) 西班牙陶瓷产业发展经验借鉴

西班牙陶瓷产业在国际市场举足轻重。文化与创新深度融合,受地中海文化熏陶,形成独特风格,将本土文化融入花色、拼花等,研发投入巨大,企业与科研机构合作催生新技术。产业集群优势突出,超90%建陶产业聚集在瓦伦西亚的喀斯特隆地区,企业合作降成本、促创新,形成专业分工体系。品牌塑造与市场拓展出色,重视品牌建设,打造国际知名品牌,产品凭高品质与文化底蕴畅销全球,还积极参展、开发差异化产品。

(三) 对中国陶瓷产业发展的建议

中国陶瓷产业若要持续发展,可从三方面努力。文化创新与研发投入上,挖掘历史文化融入设计,鼓励企业联合文化机构研发文创产品,政企共同加大投入,构建产学研合作机制,突破关键技术。品牌建设与市场拓展方面,企业树立品牌意识,提质、优设、强宣传,政府举办活动支持,巩固国内市场,拓展国际市场。绿色可持续发展层面,加大环保技术研发,推广清洁工艺,鼓励企业采用节能环保设备,推动循环经济,加强废弃物回收利用。

结论与展望

西班牙陶瓷产业历史悠久,起源可追溯至数千年前,

最初是地中海文化下的艺术创作。17世纪需求下滑而衰落,20世纪因卫生需求、21世纪因对文化遗产的关注得以复兴,如今手工、批量、定制生产模式并存。产业特点显著,超90%建陶产业集中在瓦伦西亚的喀斯特隆地区,呈单产区集群发展,企业协作紧密、分工明确。产品风格受地中海文化影响,多为浅色调古朴风,有古典花色与拼搭设计,因房屋面积小倾向小规格瓷砖,且十分注重研发创新,研发投入居西班牙各行业第二。

未来,西班牙陶瓷产业面临能源成本上升、市场变化、竞争加剧等挑战,将朝着绿色可持续、数字化和个性化定制方向发展。其中,雅致陶瓷公司凭借精湛工艺、高品牌声誉、强大创新力和原材料成本优势,采用高端定价、多渠道销售,借助事件营销、名人效应等促销手段获得成功。

研究西班牙陶瓷产业及雅致陶瓷公司,有助于把握其产业发展规律,为中国陶瓷产业在文化创新、产业集群优化、品牌建设和绿色发展等方面提供启示与借鉴。

参考文献:

- [1] 闻名于世的西班牙陶瓷业. 伍明. 建材工业信息, 2002 (06)
- [2] 关于当前陶瓷企业发展的调查与思考. 韩永奇. 山东陶瓷. 2013 (104)
- [3] 时代呼唤: 安现陶瓷产业振兴. 郭建晖, 中国统计, 2004 (10)
- [4] 对江苏陶瓷高新技术化的思考. 林教金, 江苏陶瓷, 1999 (04)
- [5] 陶瓷行业如何应对低碳经济时代的来临. 杜夏芳; 姚远, 陶瓷, 2010 (07)
- [6] 发展陶流生态工业的对策. 郑四华; 韩静, 生态经济 (学术版), 2006 (02)
- [7] 我国仍是美国进口陶瓷第一大国建材发展导向. 2017 (08)
- [8] 江西省陶瓷电商网络直播规范的对策研究. 阁飞; 王张明; 冯林; 邢粉; 谢九华; 辛松杰; 吴浪, 景德镇陶瓷, 2023 (05)

作者简介:

蒋叶莉 (2004.4-), 女 (汉族), 浙江, 本科, 学生, 西班牙陶瓷行业发展现状与启示。