



## 第二十三届中国(淄博)国际陶瓷博览会闭幕 淄博多美物 陶博焕新来

陶琉有梦，淄博有约。  
为期四天的第二十三届中国(淄博)国际陶瓷博览会闭幕，围绕陶琉的话题一直未曾休止。

总展示面积近90万平方米，1500余家企业、六大会场、九大陶瓷产区，20余位国外艺术家、7个国外品牌以及淄博特有“流量”加持中四面八方奔赴而来的游客……淄博陶博会再度以“满格”姿态面世：主会场日均接待参观市民3万余人次，较2021年上升32%；分会场接待专业买家3万余人次，较2019年上升40.2%。

数据更具说服力：从成交量看，主会场现场销售额近500万元，签订订单500余个，订单金额(含意向订单)近3000万元，分会场订单金额(含意向订单)近亿元。

这也意味着，尽管经历了3年疫情，但在淄博政企等各方的一众努力下，从未停止守正创新的淄博陶琉产业终于自这一刻起，得到最大程度的绽放……



记者 赵原雪

### 主旋律

数据背后，文化支撑。这一次，齐文化以陶瓷的形式向外界传递。

展区内，琳琅满目的淄博陶瓷珍品一代又一代赓续荣光，相传至今，且纷纷不约而同送上了“齐文化+陶瓷”的深刻表达。

走过60多年风雨的国瓷硅元就接续了以“齐文化”为创作灵感的方法论，设计研发了“六韬杯”“木心茶具”“仁道杯”“明德功夫茶具”等系列作品。

其中，最为代表的则是状如三重檐结构的“六韬杯”，齐地图腾“双凤朝阳”跃于杯上，“海岱惟青”依旧是主旋律色彩，这是继“泱泱齐风”系列作品之后，硅元再一次以“齐”献礼陶博。

“齐文化是包罗万象、博大精深、厚重的地域文化，陶瓷则是重要的文化载体，陶瓷与齐文化两脉相互成就，这是当代淄博陶瓷文化创新的重要方向。”山东硅元新材料股份有限公司设计总监毛晓东表示。

有着相似思考的，还有同为淄博当代国瓷另一陶瓷名企——华光国瓷。

记者在淄博陶博会现场看到，华光的“齐风韶乐·称心如

意”不仅作为华光国瓷今年的“中秋礼”，同样作为作为融入了齐文化元素所打造的淄博文化“两创”代表作。明月映衬下，陈列一排的陶瓷形似编钟，仿佛正在演奏悠扬而浑厚的韶乐，搭乘着泱泱齐风穿越而来。

“陶瓷、琉璃、丝绸为淄博文化灵魂三件套，我们在设计的过程中，如何展现三个文化元素相容的淄博文化之美，也是我们此次设计的关键点。”华光国瓷品牌总监任歌曾在采访中表示。

因此，“齐风韶乐·称心如意”将陶瓷配以皓月丝绸团扇，扇尾坠着鸡油黄琉璃福祿，团团似明月，岁岁是合欢，共同缔造人圆月满的中秋好景。

这也表明，在日益繁荣的文化光景中，淄博的陶瓷工匠们以瓷绘意让齐文化与齐鲁文化在“窑火”中相遇相融，以陶瓷表达，让齐文化得以站在舞台中央、世界中央。

### 重聚

国内外陶瓷再度“架桥而来”。

“这次陶博会精品荟萃、精英云集、精彩纷呈，必将成为一场创新创造、强化合作、共赢未来的盛宴盛典。”这是淄博市委书记马晓磊的热忱期盼。

韩国广州市市长方世焕就在开幕之初也表示，2003年，两

市就以陶瓷之都为共通点，签订了友好城市协议，在青少年、体育、经济等诸多领域互动频繁。

“本次陶博会国际性的壮观规模、艺术性与创作性融为一体的作品令人惊叹，提供了体验和了解多样文化的良好契机。愿两市进一步加强友好交往，深化务实合作，实现共赢发展。”方世焕在致辞中表示。

值得关注的是，来自国内最高美术学院——清华大学国家艺术基金项目成果展，汇集国内陶瓷世家、高校名师、行业权威的30余项作品集体展出，这在历届陶博会中更是首次。

此前，由国家艺术基金会发起《中国骨质瓷品牌创意设计人才培养》，资助项目，致力于培养骨质瓷设计师以“品牌形象”为中心的大格局设计观，构建长久且连贯的品牌形象系统，包括毛晓东在内的学员们历时两个多月，辗转唐山、北京、四川等多个骨质瓷产区，共同参与学习受课，交流思路、积极创作，最终呈现作品，已在淄博成功举办一次展出。

如今，由国瓷硅元牵线搭桥，淄博当地官方盛情邀请下，这些优秀作品再度亮相，吸引众多目光，成为陶博会的一道靓丽的风景线。

据悉，在未来，清华大学艺术基金会还将以“高校+名师”

形式，与淄博更加紧密联结。

上述可见，陶博会发展至今，不再仅作为陶瓷艺术家们交流的舞台，更是一场汇集国内外业界精英与行业权威的高规格集会。

陶瓷为媒，让陶博会成为外界认识淄博，选择淄博的一扇窗口。通过这扇窗，他们将寻觅商机的眼光投向淄博，将前瞻布局的行动落在淄博，成为淄博“城市发展合伙人”。

这是陶博会之于淄博的关键意义。

### 淄博多美物

透视本届陶博会可以看到“山东多好物，淄博多美物”已成众议。

在本届陶博会中，首次设立了“消费品展区”，服装、食品、家具等领域的40余家代表企业参展，各式各样的“淄博好物”琳琅满目，更有此前出圈的“多星锅”、草编、丝织品以及各种特色食品亮相陶博会，与陶瓷展区相映成辉，再度掀起一阵热流。

不仅如此，展馆内，淄博精品琉璃康乾琉璃、金祥琉璃、领尚琉璃、爱美琉璃、西冶工坊、人立文创、徐月柱琉璃、璃界琉璃等也悉数到场……

“这是我们参加过第一届陶琉节后，这么多年来得以再次展出陶博会。”山东多星电器有限公司所长张勇健说。今年

以来，淄博被外界倾注了太多期待，越来越多沉寂已久的“硬核美物”再度被大众知晓，多星锅就是其中之一。

就在不久前，“好品山东·淄博美物”展销会在济南召开，淄博工业、农业、文旅业界的代表产品倾囊出动，向外界全方位展示了淄博产业振兴发展成果，一时间在泉城引发轰动。

上述声音尚未走远，“淄博美物”再度抱团，这一次，在借势陶博会无上荣光的同时，他们与陶瓷共同肩负起了千年瓷都匠心隽永、一城一器的重要使命。

在张勇健等人看来，是淄博这座烟火之城成就了淄博消费品的名誉，而城市烟火经久不息，恰恰依赖于陶瓷、琉璃、丝绸、美食……每一位淄博匠心手造者多年如一日的守正与创新。

这一次，他们有个共同的名字——淄博美物。

共品陶瓷文化、共话陶瓷创新、共谋陶瓷发展。淄博陶博会历时4天落幕，但强强交织、美美与共的这场陶瓷文化盛宴，依然在心间不断泛起涟漪。

不可置疑的是，以陶瓷为标识符的淄博，正不断撑起向新跃进的产业脊梁，努力镌刻出这座城市勇往直前、努力攀登的奋进身影，并将继续以不断焕新的面貌迎接一年一度的精彩时刻。