

深圳品牌专业市场喜贺新中国60华诞

2009年9月28日 星期一 主编 易东 徐徐 编辑 刁瑜文 姜楠 顾咏梅

“斯达高肯定能走向世界名牌”

——“陶瓷泰斗”张守智教授访谈录



斯达高荣获“中国名牌”



斯达高荣获“出口免检”证书

斯达高 获世界瓷艺金奖作品



《蛇年月份牌挂历》



《龙袍》挂历



《熊猫——九寨沟风景图之春夏秋冬》



《熊猫——九寨沟风景图之春夏秋冬》



《熊猫——九寨沟风景图之春夏秋冬》



《熊猫——九寨沟风景图之春夏秋冬》

业内称为“陶瓷泰斗”的张守智其专业履历一大串：清华大学美术学院教授、中国陶瓷工业协会顾问、历届中国陶瓷创作设计评比评委、中国陶瓷艺术大师评委……最后一个是斯达高瓷艺公司总顾问。这里藏着一段陶瓷大师和瓷艺名企之间的文化故事。记者为此专访了张教授。

记者：张教授是怎么知道斯达高的？一个著名陶瓷大师为什么愿意做一个企业的顾问？

答：你知道吗？中国的日用瓷在国外每件只卖0.35美元，中国大部分陶瓷企业普遍安于为外国打工，外国高级商场见不到中国瓷器——中国陶瓷企业的现状让我着急啊！那几年我在到处寻找一家像样的陶瓷企业，我想扶持它、帮助它，让它带着中国陶瓷品牌。大约八九年前，在广交会上我偶尔看到斯达高瓷器，捧在手上眼睛一亮：这瓷器做得相当不错！和俺们一聊，是个内行。到企业看了一遍，斯达高的工艺水平和世界先进水平很接近呀！俺们聪明啊，抓住这个送上门的，力邀我当总顾问，这也正和我意，一拍即合。

记者：斯达高是个不断夺金夺银的企业，什么世界陶艺奥斯卡金奖三连冠，国家奥林匹克指定礼品制作企业，和中华、中兴、比亚迪一起荣获“出口免检企业”称号，2006年又荣获深圳陶瓷界唯一的“中国名牌”光荣称号。听说您在一



“陶瓷泰斗”张守智教授（左）与斯达高总裁詹培明畅谈中国瓷艺发展趋势

次斯达高获奖后发表即讲话，讲得很精彩。

答：这些都证明我眼中的这家企业没看错。斯达高的这些年这确

是荣誉不断，好事连来。我记得是拿了产品牌后我很激动，真为斯达高高兴呀！我当时登台祝贺，我说：不要只看成一个企业的荣誉，要看成是中国陶瓷业的光荣！我从斯达高身上看到了中国陶瓷业的希望，斯达高有能力、有水平、有雄心带领中国陶瓷业走向国门，走向世界，走向世界最高峰。

记者：听说张教授偏爱斯达高，将自己心爱的作品都放在斯达高瓷艺展示厅，甚至还将自己的作品送给斯达高做外装饰，这是体现一种格外信任吗？

答：斯达高瓷艺馆的确摆放了我几件作品，有多年前的作品《生命》、《飞碟》，也有近年《高风》，当然斯达高没忘记在我的作品上面挂上了我的瓷板相片。作品应该是作者的影子，谁愿意把儿子放在不放心的地方，放斯达

高中国著名的设计大师，一起给我的《高风》搞外装饰设计，取了个文化创意意味比较浓的名字，叫“1+10”瓷艺创意活动，结果1变10，我一套《高风》变成10套我想都不敢想的新瓷器，还放在文博会上隆重展出，我去看了，很惊讶，很欣赏，很感动，斯达高有创意呀！竟然请10位平面设计大师，一套立体瓷器设计外衣，这是两种文化碰撞的大胆尝试，是传统瓷艺发展中的大胆变革，据我所知，这可能是中国陶瓷史上的第一次，这一笔应该写进中国陶瓷史。

记者：斯达高今年新创作品内涵丰富的瓷板画，将中外优秀的油画、摄影、国画作品制成恒色瓷板画，大举进军家居装饰市场，据说已引起国内国外陶瓷界的高度关注，您怎样评价斯达高瓷板画？

答：前几天给几个外国同行看斯达高的瓷板画，外国同行非常惊讶，高度评价斯达高瓷板画的原创逼真度、精美度和超强工艺水平，承认他们做不了这么好。据我所知，瓷板画在国内，斯达高已在质量、工艺水平和生产规模上占了先机。斯达高瓷板画可能会引发家居装饰市场上新一轮以旧换新的变革。

记者：张教授您走访问过世界许多一流陶瓷企业和陶瓷研究机构，是遍访全国名瓷名窑，可以说对当今中外陶瓷界发展现状了如指掌，您能否从专业的角度上评价一下：斯达高目前在世界陶瓷界的位置？

答：从专业的角度上讲，斯达高有两个世界领先。一是斯达高的无铅无镉环保瓷，我仔细查看了斯达高所用涂料及各种生产环节，斯达高的瓷板画达到了欧洲标准，难怪国家颁发免检证书，难怪世界30多个国家和地区畅销斯达高瓷。二是斯达高花纸，从设计到出样再到花纸，做得漂亮、清晰、用色准，不愧为“用色专家”。这几年斯达高在花纸市场上大获全胜。美国是全球做花纸最好的国家，共有6家花纸制作企业，已经做了5家，只剩下最大的那家，还和斯达高合作，全部由斯达高制作生产，他们只管销售。你说斯达高不是世界第一！（舒夫）



斯达高为张守智教授建立的工作室创作了大量前卫作品，图为收藏版UFO茶具。



斯达高恒色瓷版画推出后，受到市场热烈追捧，图为消费者兴致勃勃地观赏《姑苏繁华图》大型瓷版画。

斯达高瓷艺廊笋岗礼品城旗舰店今日举行开业盛典，深圳深业物流集团股份有限公司副总裁李八一畅谈发现和引进斯达高的内幕新闻——

“斯达高让中国人扬眉吐气”

本报记者 耿伟

斯达高瓷艺廊笋岗礼品城旗舰店今日举行开业盛典，同时传来斯达高瓷艺发展（深圳）有限公司总裁詹培明入选新中国印刷百杰的好消息，可谓是双喜临门。深圳深业物流集团股份有限公司副总裁李八一真诚地对记者说：“斯达高，是一个著名的瓷艺品牌，它曾三次获得世界瓷艺奥斯卡奖，站在世界瓷艺的制高点，甚至被欧美瓷艺界用‘聚焦中国’来评价它。如果笋岗礼品城专业市场没有将其成功引进，就是一个缺憾。”

他告诉记者，发现和引进斯达高有一个内幕新闻。

笋岗礼品城的定位很高，是国内首座艺术礼品文化、工艺礼品总汇和艺术创意展示示范平台，这与《深圳市综合配套改革总体方案》的设想是一致的，即深圳与香港功能互补，形成全球性的国际文

化创意中心。按照这一定位，引进笋岗礼品城的品牌应该是国内行业的领袖翘楚，包括世界名牌、中国名牌、出口免检等超豪华阵营。然而，笋岗礼品城在有关瓷器行业的各处调研中，意外地被国家有关部门和权威专家告知，深圳有一家叫斯达高的瓷艺企业，“它和华为、中兴通讯、康佳、创维、比亚迪、奋达都获得国家出口免检证书，是中国最好的瓷器品牌。”李八一激动地说，原来以为瓷器品牌应该在景德镇、唐山等瓷器传统城市，没想到就在身边，就在深圳，就在斯达高。

据说，一些在深圳的世界品牌企业也有过类似的经历。譬如华为集团在145个国家有办事处，他们反映需要购买具有中国文化特质的礼品，为此凡事都追求卓越的华为很快找到最善于处理礼仪事务的外交部，然而外交部有关领导笑了，说最能代表中国特色的礼品就是瓷器，而中国最好的瓷器礼品就

在深圳，品牌叫斯达高。回到深圳后，半信半疑的华为办事人员在斯达高瓷艺馆转了一圈，顿时大开眼界，经有关负责人再次考察，批准将所有瓷器作品发到网站上，让驻在145个国家的办事处认真选择，结果各地办事处纷纷叫好，目前已经订货3批。

斯达高的总裁詹培明从1989年创办公司起就有一个雄心壮志：“不能让中国的瓷器在我们手中没落，要以精湛的瓷艺作品让世界瞩目，瓷器还在中国！”从此，他打造自主品牌，抢占世界工艺陶瓷制高点，成为中国瓷艺界的一匹“黑马”。《蛇年月份牌》挂历、《龙袍》挂历、《熊猫——九寨沟风景图之春夏秋冬》连续三届荣获世界瓷艺奥斯卡金奖，这是中国瓷艺获得的国际最高奖项，也是全球唯一一家企业连续三次获得该奖项。

2006年4月该产品被指定为“国家奥林匹克体育中心指定瓷艺礼品”；2006年9月被国家质检总



新中国60华诞银碟音乐纪念瓷盘——《春天的故事》

局评为“中国名牌”；2008年1月被国家质检总局评为“出口免检”产品。

一篇《解读瓷器领域“黑马”》斯达高核心竞争力》的报道，分析斯达高产品为何在全球金融风暴中依然全球畅销，认为人才、创新、环保形成了其从中国名牌走向世界名牌的核心竞争力。该公司在德国和中国拥有一流的设计团队、强大的研发创新能力，公司已获得数百项专利、专利产品占销售额的一半以上。譬如在“龙袍”在创作中，技术人员采用了17种颜色，网点过度层次最多有6层，仅龙袍就用了4000多线，线条粗细只有头发丝的1/3。这种技术突破怎能不打动国际瓷艺最高奖项的评委专家？

心思缜密的詹培明8年前就觉察到今天十分重要的一个问题，“美国对陶瓷制品中重金属含量出台的门槛越来越低，欧盟国家也修订统一了新的陶瓷铅、镉溶出标准，不断地作出严格限制。斯达高能否保住原有市场份额，并开辟新的领域，将在很大程度



斯达高精美绝伦的瓷艺廊一角

上取决于铅、镉这两种重金属的含量。”他在第二届中国国际陶瓷工业展览会上，被邀请为发展论坛的主讲人，讲述了《日用瓷领域、低镉装饰工艺技术》，提出中国加入世贸后，要勇于迎接世界瓷艺环保趋势的挑战。历时数年，斯达高不但能够达到瓷艺产品的国际标准要求，其采用的无铅、无镉工艺原料性能甚至超过了欧洲、日本同类产品。对此，有专家欣喜地指出：“这意味着发达国家对中国日用陶瓷的技术壁垒彻底打破了，也为斯达高提供了强劲的后动力。”

在全球金融危机的冲击下，该公司的订单不减反增。在105届广交会上，有全球陶瓷“皇帝”之称的澳大利亚客商Max先生一语订下了斯达高300万美元的陶瓷产品。韩国某客户在斯达高展位前左右挑选，签下5万美元订单。土耳其某客户第一次看到斯达高产品，虽很谨慎，但仍忍不住斯达高产品美的诱惑，最终签下8万美元订单。