

专业实践工作总结

艺术设计学院 廖乃微

实践时间：2020 年 7 月 10 日—2020 年 8 月 30 日

实践项目：传统生肖“牛”茶宠设计开发

实践公司介绍：广州青白艺术品发展有限公司。

暑假期间，广东轻工职业技术学院艺术设计学院为贯彻理论联系实际的教学原则，加强实践性教学环节，要求每位老师利用暑假期间到企业一线参与实践锻炼，通过在企业实践锻炼从而提升教学的实际理论，加深对理论知识的理解，增强动手能力与解决实际问题的能力，加强日后的教学效果与个人能力。在此本人做了一个简单总结：

一、暑期社会实践的前期准备筹划工作：

1、与公司进行沟通与了解，大致了解公司的文化与公司的定位；

崇青尚白品牌 2010 年创设于中国瓷都景德镇，信仰“儒释道”三位一体的中国母体文化是陶瓷设计的文化本元；产品主要包括青白瓷茶器、香器、花器、文房等器具。

2、根据公司相关要求进行针对性的市场调查；

青白瓷是汉族传统制瓷工艺中的珍品，宋代以景德镇为代表创烧的一种瓷器。青白瓷也叫“影青”、“隐青”、“映青”。指的是釉色介于青白二色之间，青中泛白、白中透青的一种瓷器。青白瓷是宋元时期景德镇及受其影响的窑场烧成的、具有独特风格和鲜明时代特征的新品种。由宋迄元，青白瓷盛烧不衰，青白瓷系窑场多分布在南方几省，主要有江西浮梁景德镇窑、南丰白舍窑、吉安永和窑，湖北江夏的湖泗窑，广东潮安窑，福建德化窑、泉州碗窑乡窑、同安窑、

南安窑等。

江西景德镇是青白瓷的烧造中心，北宋时期青白瓷的基本特征是胎质细密，呈白色，透光度极好，釉的透明度高，光泽性强，流动性较大，釉色青白，最好的呈色如天青稍淡，釉薄处泛白，积釉处则呈水绿色，北宋偏早的一些器物积釉微泛黄色器型多见盘、碗等日用器皿，还有瓶、壶、盏托、注壶、枕、油盒等，油盒底部多有“吴家盒子记”、“段家盒子记”等标记，均为阳文直书，此外尚有“蓝”、“朱”、“程”等共计 14 家；装饰的方法主要是刻花和印花，多在碗、盘的内壁，刻花花纹吃刀深浅不同，施釉后，吃刀深处积釉成青绿色，浅处泛白，层次感很强。刻印花图案内容主要是花卉。宋代景德镇青白瓷传世最多的是盘、碗、碟、盒及魂瓶等，尤其是魂瓶，江南地区宋墓几乎都有出土。直至现今一个做工完好、堆塑各种龙、虎、龟、蛇、鸡、犬、凤等纹饰的魂瓶真品，在市场上最多只能卖到几千元。

南宋中期以后，景德镇受定窑影响采用复合支圈覆烧法，盘、碗的口沿也形成“芒口”。此时胎质比以前稍粗，釉色可以分为两类：一类偏白，一类偏青。在造型方面，南宋前期与北宋相似，主要有斗笠碗、平底碟、弧壁浅盘等南宋中晚期碗演变为撇口弧壁形。在装饰手法方面，南宋早期多为刻花、划花，内容以牡丹、荷花等花卉为主，也有婴戏晚期印花很多，图案层次较多，构图繁缛，除花卉、水波游鱼外，还出现了人物故事题材。

青白瓷窑址，首推景德镇，以盛产青白瓷而名扬中外。宋代典个，至正二年（1324）出现有的立俑为 8 个中物五大名窑”的称谓，即

“柴、汝、官、哥、定”或型窑址有湖田窑、银坑坞窑、小屋里窑、南市街窑、柳家湾窑、白虎湾窑等。据景德镇市陶瓷窑址，有禹县钧台窑、宝丰清凉寺汝官窑、临汝严博华青白瓷系，在宋瓷中占有重要地位，其理由如下：（瓷考古研究所调查统计：市区近郊和浮梁县南河一带，除市区为现代建筑所覆盖的无法统计外，年以后，由于各地考古调查发掘中新资料的不中华化、安溪等窑产量较大，以生产外销瓷为主。总计青白瓷窑址 136 处。从总体看青白瓷生产从宋至元盛烧不衰，有的窑址始于五代，有的终烧于证据。此外，湖北青白瓷窑址规模不小，产品丰华广东省：青白瓷窑址，有潮州窑、西村窑、惠州元、明。其特点是专烧青白瓷及少量的黑瓷和白瓷，而以青白瓷规模大，产量多，瓷质精，釉色展形制从大到小，由繁到简，同时也说明宋代是熏炉的物中乏有力的实物证明。1997 年冬，江西省考古莹润，品种繁多，造型奇特，纹饰精美，是青白瓷窑系的代表产品。其主要造型有碗、盘、及漆器以给用，以京朝官三班内侍监库。”宋代景德华冠。青白瓷是宋代仿青白玉直观效果而创烧的瓷器新壶、瓶、罐、炉、盒、灯、枕、碟、钵、杯、孟和各种雕塑瓷等。装饰工艺有褐彩、刻划花、印花、瓶、壶、洗、盒、炉等。装饰工艺有印花和划花，多博物有的系妇女用粉缸，有的用于贮存茶叶。而形剔花、镂空，而以“半刀泥”独具装饰特色。

景德镇窑生产的青白瓷胎中氧化铝含量低镇相似，可惜未见其胎中氧化铝含量数据，参照钧窑华博玉的成功，它在色泽上满足了人们对美玉的追求，给，宋代仅为 18.65%，釉料在焙烧熔融过程中粘度

小，易于流动，釉面烧结后，釉薄处塑龙虎纹长颈瓶，系江西境内道教信徒特殊随葬品物铭文盒，这充分反映了盒子在宋代普遍使用，为青中泛白，积釉处白里显青，呈色理想，受到用户的赞赏，加之地理上的优势，瓷土原料和为平口，敞口的较多，折肩钵极少，至元代这种青白华物彩、雕塑、镂空等。均始烧于北宋，并以生产外松柴丰富，水陆交通便利，因而瓷业大为发展。

在元代前期，景德镇窑仍以青白瓷为主，但工艺质量有所下降。到元代后期，青白瓷走向衰落。原因有两个，其一是青白瓷工艺有烧成范围狭窄，热稳定性差，变形率大，废品率高等缺陷。其二是枢府瓷和青花瓷的大量出现，又有极好的市场，所以青白瓷迅速地衰落了。

明初，青白瓷还继续生产，但随着明代五彩瓷器创烧，青花瓷和各种颜色釉瓷长足发展，致使青白瓷在风行了数百年后开始退出大宗生产的行列，而只是留作高档艺术瓷或仿古瓷等少量生产，其目的已是供少数人猎奇赏玩。“青白”之名渐不见载录，慢慢被人们所淡忘。到晚清时已改称“影青”、“影青瓷”、“映青瓷”、“隐青瓷”等。

“影青”一名，始见于清代文集。如许之衡《饮流斋说瓷》一书说：“素瓷甚薄，雕花纹而映出青色者，谓之影青。”道出了青白瓷釉素胎薄，对光见影的特点。

清人江浦寂园叟陈浏的《陶雅》云：“永乐影青脱胎碗最为可贵。脱胎乃瓷质极薄之谓，若画之没骨者。碗往往不能正圆，亦脱胎岁久所致。其所影之花，两面莹彻可以互鉴，惟款识亦然。’：是说瓷胎很薄，对光可以见花影。只是所述为明初的瓷品。

又说：“明窑影青压手杯，其薄如纸，即万历吴十九之卵幕杯也。”“吴十九”即明代万历时期人“吴昊十九”，江西浮梁人，系明代技艺超群的制瓷巨匠。《景德镇陶录》记述其制瓷事迹时说，有“壶公窑，神庙时烧造者，号壶隐道人。其色料精美，诸器皆佳。有流霞盏、卵幕杯，两种最著。盏色明如朱砂，杯极莹白可爱，一枚才重半铢，四方不惜重价求之。”

茶宠，是指茶人之宠物。其顾名思义就是茶水滋养的宠物或是饮茶品茗时把玩之物，多为紫砂或澄泥烧制的陶质工艺品，也有一些瓷质或石质。“滋养茶宠，其乐无穷。有些茶宠利用中空结构，淋上茶水后会产生吐泡、喷水现象，给品茗休闲增添了情趣。”市场上流行的茶宠主要是采用紫砂、树脂，或者陶土制作而成。茶宠是工艺美术师闲暇时所创作的一个新种类，以紫砂茶宠最为常见和好养，最近几年渐渐形成了风气。一般大师级的工艺美术师重点还是做壶，茶宠都是工艺美术员和普通级别的美术师创作的，这也就决定了茶宠的价格要大大低于茶壶，从几十元到几百元不等，一般来讲大件、有吉祥寓意的茶宠价格贵一些。市场上最常见的喷水茶宠多为童子造型。只要在身上浇上热茶，它们就会淘气地“尿尿”。据了解，这种带有喷水功能的茶宠一般是利用中空结构，平时将茶宠泡在水里，水就会慢慢流进茶宠的“肚子”里，碰到热茶，“肚子”里面的空气热胀冷缩，水就从入口喷出。在购买茶宠时，应该从做工是否精细、泥料好坏等多方面去选择合适的茶宠。胎质细腻、造型精巧、光泽莹润、画意生动的茶宠价值相对较高。刚买来的茶宠是很新的紫砂色，或红或紫或

偏白，表面微微起砂，养它只需每天用笔蘸着茶水轻轻抚刷，或用茶水浇即可。所以在挑选一个合适的茶宠时，应考虑材质对茶的吸收和造型乐趣。根据自己的喜好，选择合适的造型。在美观和趣味都兼顾的条件下，选择适合自己的茶宠。

二、实践阶段：

本次实践时间 2019 年 7 月 10 日至 2019 年 8 月 30 日止。在此期间本人深入参与该公司的设计项目，发挥本人的专业能力帮助该公司完成产品的设计开发。

1、市场调研：

目前市面的“生肖茶宠”存在很多的缺陷和漏洞，这些都是源于设计师的水平能力，基本都是源于“工艺美术”的创作设计思维，很难开发适应当代喝茶时把玩以及审美需求。“生肖茶宠”设计不是单纯在于可玩功能，要考虑的因素很多，如茶宠放置于茶台时与用户的互动关系、审美特点，伴随着时间的变化等等。因此，在“生肖茶宠”设计前期阶段我们必须有针对性引导学生去了解用户在使用“生肖茶宠”时的生理和心理需求以及审美特点，通过大量市场调研，掌握同行的产品特点包括价格定位等内容后，我们把这些调研材料结合我们对市场的判断开始进入下一阶段。

2、产品定位讨论：

产品定位策划是指企业为建立一种符合消费者心目中特定地位的产品，所进行的产品策划及营销组合活动。每个企业的产品都有自己的特点、优势和不足，只有根据竞争对手产品所处的市场地位，并

结合本企业产品的特点和优势，确定产品进入目标市场的位置，才能够扬长避短，把产品优势转化为市场优势。这就是产品定位的目的所在。我们即将开发的产品该处在什么地位，扮演什么产品角色。采取多品牌战略的企业，则需要考虑每个品牌旗下各种产品的地位与角色定位，以避免产品地位的冲突、角色的重复，或者是产品地位的缺位或错误、产品角色的缺失或错误，造成产品结构的不合理和产品阵容的不整齐、不适当，缺乏产品整体的市场竞争力。并且造成与企业目标市场策略的脱节。形式产品是产品的物质实体层面，包括产品的材料结构、质量档次、外观款式、功能配置、体积重量和包装工艺等，这些都是产品研发必须面对的具体而实际的问题，产品定位必须提前做好这些形式产品的定位策划，并做出正确决策。其中材料结构定位、体积重量是与产品制造技术密切相关的，主要受技术手段和工艺的约束，在此不作讨论。质量档次、功能配置、外观款式和包装工艺等与营销策划的关联比制造技术更多。因此，下面将具体讨论。

一款产品的质量档次定位到什么程度，是值得研究的。从企业角度看，由于产品质量定位不同，产品制造工艺技术和成本也就不同，质量保证成本也就不同，产品档次形象也就不同。产品营销要体现优质优价，体现品牌溢价。从消费者角度来看，不同收入程度的消费者对产品的质量档次要求也不同。从产品种类上来看，消费者对其耐用性等质量的重视程度也不一样，比如对于一次性消费品，消费者的质量要求一般不高，而对于耐用消费品，消费者的质量要求就比较高。产品质量档次定位策划的依据和策略主要是以下三个方面：

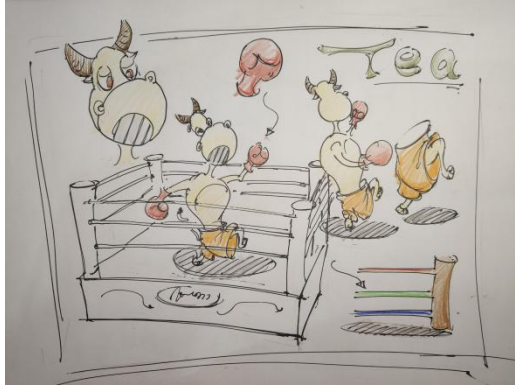
(1) 该产品已经确定的品种角色定位。高端产品质量档次定位要高，中端产品次之，低端产品最低；

(2) 该产品已经确定的目标消费者定位。定位于高收入消费者的产品，质量档次定位一般要高，通过优质优价体现品牌价值，并通过产品和品牌溢价，给予消费者更高的心理价值，使得企业能够获得更好的效益；定位于中等收入消费者的产品，质量要均衡，档次和价格要合适，通过良好的质量性能价格比获得中等收入消费者的好评，获得最大的市场份额；定位于低收入消费者的产品，质量不能出问题，但是需要降低成本做到价格实惠；(3) 产品的品牌定位。产品的质量档次定位应该与其品牌相称，一般质量的产品不能使用代表高质量的品牌，否则会伤害品牌；高质量产品也不要使用中低端品牌，这样会形成消费者认知障碍，难以被消费者接受。

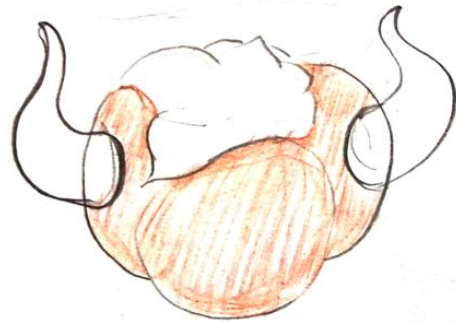
3、产品设计开展

首先进行产品设计前，首先开展用户研究，客户的需求可以改变，所以用户研究，趋势的研究和原型设计是设计过程的一部分。

其次就是拟定的初步设计、确定所需的人员、材料和工艺来生产。这其中，需要进行外观及结构设计。外观设计大大的提高了消费者的购买欲。结构设计让产品更大程度的贴合消费者的使用习惯，产品体验更加舒适。



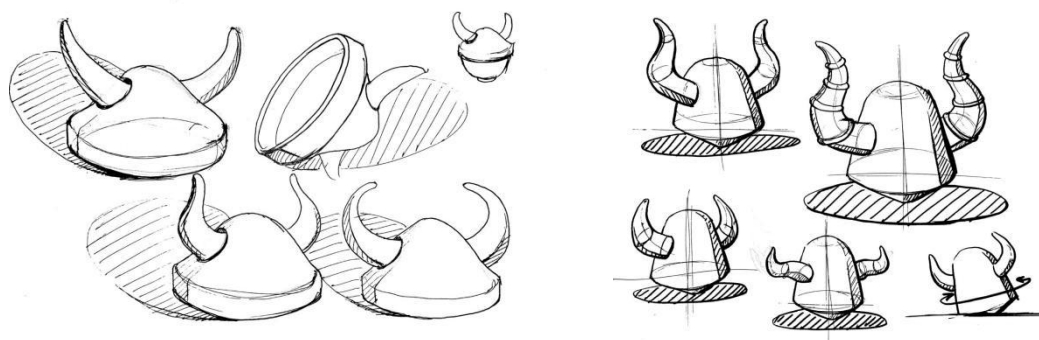
汗牛充栋
见多识广，才气五斗



牛柿 (牛市)



牛“丑”

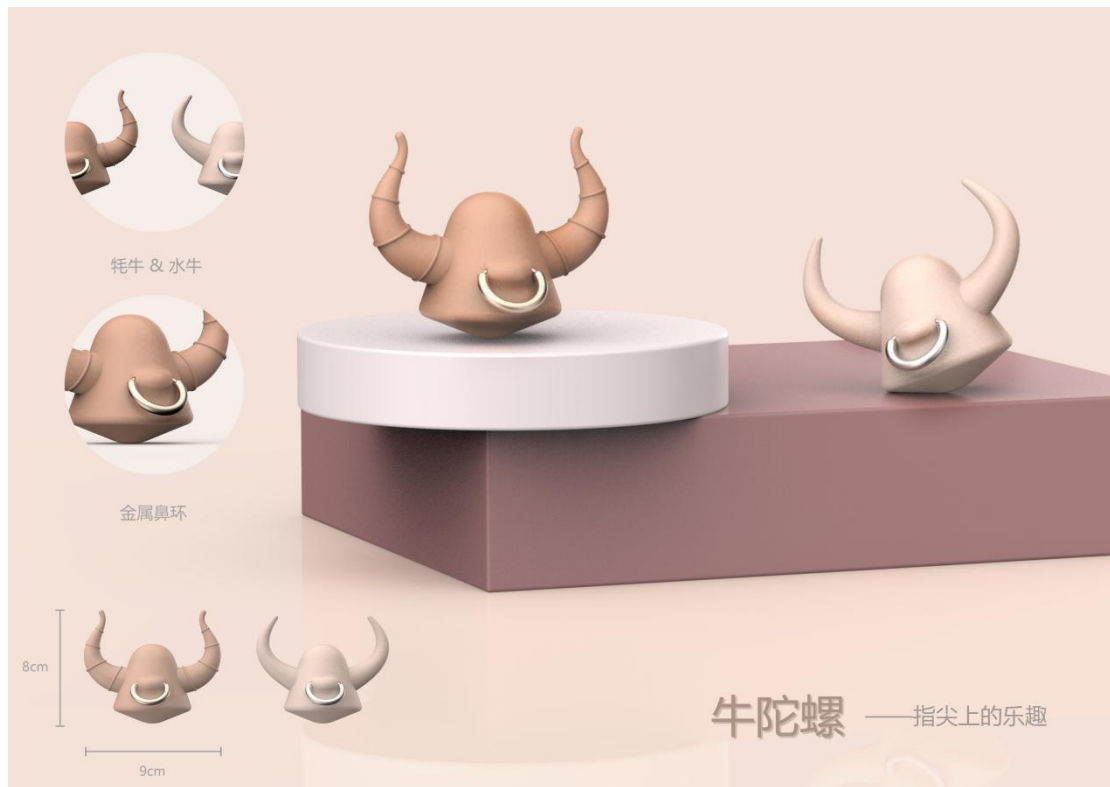


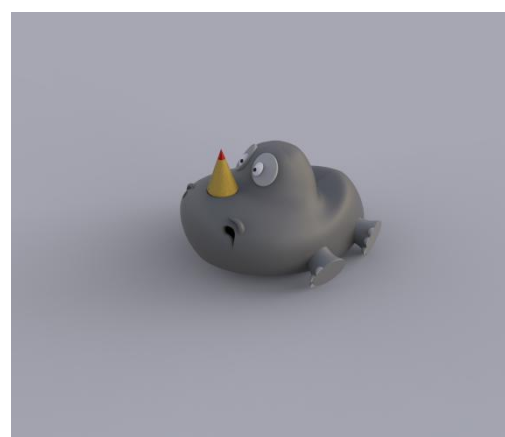
（“牛”茶宠草图）

之后就是创建一个原型、进行用户试验以评估新产品。用户试验后进行修订并建立一个最终的设计。产品设计开发的主要目的不仅要集中在现有客户，同时也要瞄准新客户，并进入新的市场。所以，工业设计公司进行创作时不仅要改善产品的不足及满足用户需求，更要明确这个道理。

4、成果展现：

从设计概念到产品落地这是一个相对漫长的过程，中间我们要处理设计和工艺之间的配合，最后才能实现现在的产品市场化。





三、结语：

1、个人专业能力提升一次实践锻炼。实践设计从图中到实现产品过程，并提高了动手实践能力，同时深入行业企业，学习和掌握了最新的技术及发展趋势，使其更好地了解社会需求，有针对性地为今后的教学工作做好准备。

2、深度接触行业企业，感受了市场的环境和企业的文化。本次实践使我更新了知识观念，增长见识，全面提升了专业的综合素质。通过企业实践，熟悉学生未来职业生涯的就业环境和工作范围，完善了知识结构。

3、实践有利于校企合作。本次实践使企业与学校进行了有效沟通，相互进行了考察和项目合作，为实现共赢奠定基础。

在企业中领导和完成具体设计项目时，对如何运用有限的资源和时间在最大程度上满足客户需求和克服各种意想不到的困难积累了很好的经验，为今后课程内容的拟真化设计提供了真实案例基础。今后可在课程中加强学生在创意延伸及扩展方面，特别是跨专业资源的运用上提供了探索研究的实践基础。