Open Access Library Journal
2025, Volume 12, e13314
ISSN Online: 2333-9721
ISSN Print: 2333-9705

Research on the Development Path of Yueyao Celadon in the Era of Digital Economy

Libin Zhu, Changsheng Tan, Jiawen Dai, Chenyu Jin, Cong Xu

School of Digital Commerce, Yuexiu University, Shaoxing, China
Email: 2806159827@qq.com

How to cite this paper: Zhu, L.B., Tan, C.S., Dai, J.W., Jin, C.Y. and Xu, C. (2025) Research on the Development Path of Yueyao Celadon in the Era of Digital Economy. *Open Access Library Journal*, **12**: e13314.
https://doi.org/10.4236/oalib.1113314

Received: March 21, 2025
Accepted: May 11, 2025
Published: May 14, 2025

Copyright © 2025 by author(s) and Open Access Library Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

Abstract

Yue Kiln celadon has a long history, starting from the production of primitive porcelain in the Shang and Zhou dynasties, after the maturity of the Eastern Han Dynasty, the great development of the Three Kingdoms to the Southern and Northern Dynasties, the prosperity of the Sui, Tang and Five Dynasties, and the new development of the Northern Song Dynasty, and gradually declined in the middle and late Northern Song Dynasty, but its craft and style have a far-reaching impact. In the era of digital economy, although the celadon industry of Yueyao has developed to a certain extent, such as Cixi related industries, it still faces problems such as shortage of professionals, insufficient market awareness and brand influence, and weak product innovation ability. At the same time, digital technology has also brought new opportunities, and some enterprises have achieved results in making digital records of process, product display and sales. But there are disadvantages in terms of brand, product innovation and market share. This paper focuses on the cultural value and market potential of Yue Kiln celadon in the era of digital economy, in order to promote the development of Yue Kiln celadon in the collection and gift market with the help of digital economy, integrate digital marketing and digital art with Yue Kiln celadon, provide suggestions for inheriting and promoting this excellent traditional cultural heritage and the innovative development of Yue Kiln celadon in the era of digital economy, and realize the unification of cultural and economic value of Yue Kiln celadon.

Subject Areas

Economics

Keywords

Yue Celadon, The Digital Economy, Digital Transformation, Industrial Integratio

1. 引言

1.1. 研究背景与意义

“九秋风露越窑开，夺得千峰翠色来。”越窑青瓷在我国陶瓷史上占据着举足轻重的地位，以其独特的釉色、精湛的工艺和优美的造型，被誉为“母亲瓷”。在古代，越窑青瓷是国内民众喜爱的生活用品和文人雅士的赏玩之物，更作为高档贡品进奉朝廷，并通过海上丝绸之路远销海外，成为中外文化交流的重要载体，对东亚、东南亚、南亚、波斯湾以及非洲沿岸等许多国家和地区的文化和生活产生了深远影响。

然而，随着时代的变迁，传统的越窑青瓷产业面临着诸多挑战。在现代工业化生产的冲击下，传统手工制作的越窑青瓷生产成本较高、产量较低，难以满足大规模的市场需求。同时，在快节奏的现代生活中，人们的审美观念和消费需求发生了很大变化，越窑青瓷如何适应现代市场需求，实现创新发展，成为亟待解决的问题。此外，越窑青瓷的制作技艺传承也面临着人才短缺等困境。

目前，中国数字经济已进入快速发展新阶段，传统产业数字化转型不断加快，数字经济基础设施实现跨越式进步，新业态、新模式蓬勃发展。数据显示，2016~2022 年中国数字经济总体规模逐年递增，2022 年达 50.2 万亿元，同比增长 10.3%，预计 2025 年达 70.8 万亿元。数字经济新时代为传统企业数字化转型带来新机遇(见图 1)。

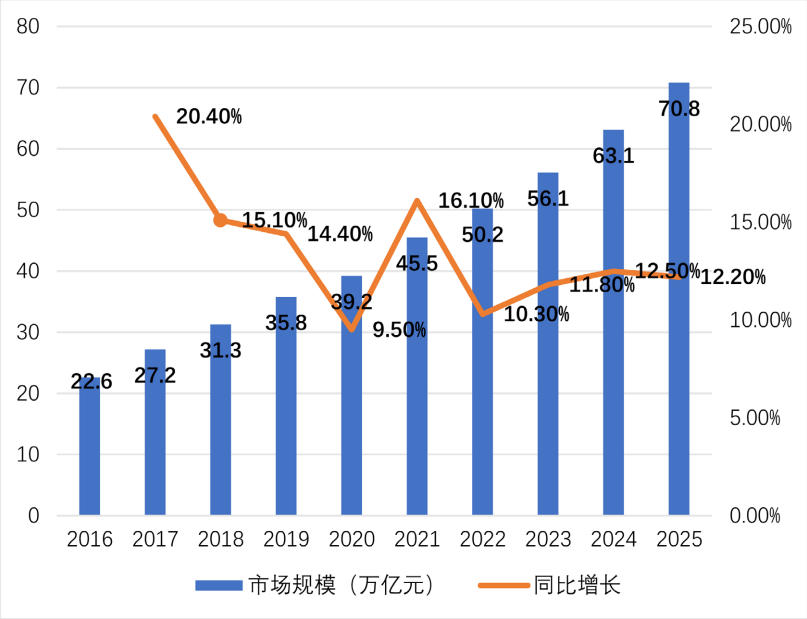

图 1. 2016~2025 年中国数字经济总体规模及预测

在全球数字化浪潮的推动下，数字经济已成为当今世界经济发展的重要趋势。数字技术正广泛渗透于各个领域，为越窑青瓷的发展带来了新的机遇。数字技术的应用可以改变越窑青瓷的生产方式，提高生产效率，降低生产成本；通过数字化营销和电子商务平台，可以拓展越窑青瓷的市场渠道，提高

其市场知名度和影响力；利用数字技术还可以对越窑青瓷的文化内涵进行深入挖掘和创新展示，增强其文化吸引力，满足现代消费者对文化产品的多元化需求。

因此，研究数字经济时代越窑青瓷的文化价值与市场潜力具有重要的现实意义。一方面，有助于深入挖掘越窑青瓷的文化价值，传承和弘扬这一优秀的传统文化遗产，增强民族文化自信。另一方面，通过探索数字经济时代越窑青瓷的市场潜力和发展策略，可以为越窑青瓷产业的创新发展提供理论支持和实践指导，促进其在现代社会中的可持续发展，实现文化价值与经济价值的有机统一。

1.2. 研究目的与方法

本研究旨在深入剖析数字经济时代下越窑青瓷所蕴含的深厚文化价值，全面评估其市场潜力，探索越窑青瓷产业在数字经济时代创新发展的有效路径。

在研究过程中，本论文将采用①文献研究法，广泛查阅国内外关于越窑青瓷历史、文化、工艺以及数字经济与文化产业融合发展等方面的文献资料，梳理越窑青瓷的发展脉络、文化内涵以及在不同历史时期的艺术特点，同时了解数字经济对文化产业的影响机制和相关理论，为后续研究奠定坚实的理论基础。②数据统计分析法，收集和整理与越窑青瓷市场相关的数据，包括市场规模、消费群体、销售渠道、价格走势等，运用统计分析方法对数据进行处理和分析，以量化的方式呈现越窑青瓷的市场现状和发展趋势，为市场潜力评估提供数据支持。③实地调研法，深入越窑青瓷产地。走访越窑青瓷生产企业，浙江上虞越青堂瓷文化有限公司；慈溪上林湖越窑遗址、上林湖越窑博物馆等地，与从业者、越窑青瓷非遗传承人进行面对面交流，了解越窑青瓷的制作工艺、生产现状、传承困境以及产业发展面临的问题和挑战，获取第一手资料，为研究提供真实可靠的依据。

1.3. 国内外研究现状

国内，不少学者关注到越窑青瓷独特的艺术魅力和文化价值，对其历史发展、工艺特点以及在中外文化交流中的作用进行了研究。但是，目前针对数字经济时代越窑青瓷的研究相对不足，主要表现在对越窑青瓷文化价值的数字化挖掘和展示方法研究不够深入，对越窑青瓷在数字经济背景下的市场潜力评估和营销策略研究不够系统全面，缺乏具体可行的发展路径和实践案例分析。由于越窑青瓷曾淡出市场，国外研究与国内研究相比数量不足且深度欠缺。

历史与文化方面，沈燕荣(2025)在《浅谈东汉至唐代越窑青瓷的刻花工艺发展》中，详细阐述了东汉至唐代期间越窑青瓷刻花工艺的发展历程，展现了这一时期越窑青瓷工艺的演变与创新，从工艺角度反映了其历史发展脉络[1]。万剑(2024)在《中国古代浙产青瓷对泰国青瓷艺术的影响》中，探讨了中国古代浙产青瓷(包括越窑青瓷)对泰国青瓷艺术的影响，体现了越窑青瓷在国际文化交流中的重要地位及文化传播价值[2]。吴建勋和陆晓芬(2024)在《湖

州原始瓷，点亮东方文明之火》中，提及湖州原始瓷与越窑青瓷的渊源，强调了越窑青瓷在东方文明发展进程中的源头性意义[3]。徐莹(2024)在《浙江省博物馆藏仿古越窑青瓷堆塑罐及其相关问题》中，通过对特定藏品的研究，深入挖掘了越窑青瓷相关的历史文化内涵[4]。

艺术与特色方面，罗洪文(2024)在多篇论文中，如《浅谈越窑青瓷作品〈绿水青山〉的艺术境界》《浅谈越窑青瓷作品〈云〉的艺术内涵》《浅谈越窑青瓷作品〈香影〉的艺术效果》，分别从不同作品入手，分析了越窑青瓷在造型、意境营造等方面的艺术特色[5]-[7]。傅菲菲和李天一(2024)在《越窑青瓷龙纹器研究》中，针对越窑青瓷龙纹器这一特定类型，研究了其龙纹装饰的艺术特点及文化寓意[8]。赵路路(2024)在《莲花纹饰在越窑青瓷中的应用研究》中，探讨了莲花纹饰在越窑青瓷中的应用及所蕴含的艺术价值[9]。孔建慧和谢轶琦(2024)在《越窑青瓷纹饰的美学特征及在服装设计上的应用探究》中，分析了越窑青瓷纹饰的美学特征，并探索了其在服装设计领域的应用可能性，进一步拓展了对越窑青瓷艺术特色的研究视角[10]。

工艺研究方面，盛海尧(2024)在《越窑青瓷，千年秘色——越窑青瓷的装烧工艺探究》中，深入研究了越窑青瓷的装烧工艺，揭示了这一关键工艺对青瓷品质和特色形成的影响[11]。屠宗毅(2024)在《越窑青瓷烧制技艺研究》中，对越窑青瓷的烧制技艺进行了全面剖析，包括原料处理、烧制温度控制等方面，为深入理解越窑青瓷工艺提供了重要参考[12]。何东润(2024)在《数字化浪潮中传统越窑青瓷烧制技艺“返本开新”的现代传承》中，研究了数字技术在传统越窑青瓷烧制技艺的活化与再生中的应用，指出数字技术为这一传统技艺提供了全新的保存与传播途径[13]。山日钦、袁琦、吴军明等(2023)在《越窑秘色瓷匣钵装烧工艺的实验考古学研究》中，通过实验考古学方法，对越窑秘色瓷匣钵装烧工艺进行了科学研究，为还原和传承这一古老工艺提供了科学依据[14]。

数字技术方面，蒋斓(2024)在《非遗数据资源知识图谱构建与应用——以上林湖越窑青瓷为例》中，提出构建非遗数据资源知识图谱，为越窑青瓷的数字化保护与传承提供了新的思路。通过数字化技术，可以将越窑青瓷的历史文化、工艺技术、艺术特色等信息进行全面、系统的记录和保存，便于后人学习和研究。同时，利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术，能够让人们更加直观地感受越窑青瓷的魅力，提高公众对其保护传承的意识[15]。

2. 越窑青瓷概述

越窑青瓷的历史源远流长，可追溯至商周时期的原始瓷生产。当时，南方古越地的陶瓷制作已初现端倪，人们利用当地丰富的瓷土资源，制作出印纹硬陶和原始青瓷，为后来越窑青瓷的发展奠定了基础。东汉时期，越窑青瓷迎来了重要的发展阶段，工艺技术取得了显著进步，窑内温度能够达到1300℃左右，并且可以有效控制氧化或还原气氛，使得胎质更加细腻致密，釉色更加匀净光润。在浙江上虞的小仙坛窑址出土的东汉中晚期青釉器物，被学界公认为最早的成熟瓷器，其胎质细腻，釉色均匀，叩之有清脆之声，展现了当时高超的制瓷水平(见图 2)。

图 2. 上林湖越窑国家考古遗址公园

三国、两晋、南北朝时期，越窑青瓷进入大发展时期。隋唐五代时期是越窑青瓷的全盛期。唐代国力强盛，经济繁荣，文化交流频繁，为越窑青瓷的发展提供了良好的社会环境。越窑的中心窑场从上虞曹娥江流域转移到慈溪的上林湖一带，窑址数量激增，遍布浙江大部分地区。通过海上丝绸之路大量外销亚、非各国，成为中外文化交流的重要纽带。在制瓷工艺上，在胎釉配方上进行了优化，使得胎质轻薄，釉色莹润；在造型装饰方面，融合了多种艺术元素，造型装饰精美细腻。唐代早期以瘦高的立型器为主，唐代晚期出现了荷叶式、花口式的盘和碗等造型。晚唐五代时期，烧造出了“秘色瓷”，这是越窑青瓷中的精品，釉面青碧，晶莹润泽，类玉类冰，如宁静的湖水一般清澈碧绿。由于其制作工艺秘而不宣，产量极低，极为珍贵，直到 1987 年陕西扶风法门寺地宫宝塔倒塌，出土了一批秘色瓷，才让世人得以一窥其真容(见图 3 和图 4)。

北宋时期，越窑以异彩纷呈的刻划花为标志，青瓷手工业进入了一个新的发展阶段。碗、盘、托、壶、罐等器物胎骨细薄，运用单线划花、镂孔透雕、浅浮雕、刻划与篦纹相接合等装饰技法，表现出非凡的艺术创造力和丰富的艺术个性。

图 3. 宁波博物馆内展出的越窑青釉瓷荷叶带托茶盏(唐 1975.6 宁波市和义路遗址)

图 4. 慈溪上林湖越窑博物馆与法门寺地宫出土同源的秘色八棱净瓶(唐 618-907)上林湖后司岙窑址出土

然而，到了北宋中晚期，越窑青瓷的发展逐渐陷入困境。随着农业生产的高度发展和人口的大幅度增加，占用了烧窑所需的原材料。此时，制作工序简化，产品质量直线下降，越窑青瓷逐渐走向衰落。手工艺人带着技术南下，取而代之的是龙泉青瓷的兴起。南宋时期，越窑遗址主要分布在慈溪市古银锭湖周围，数量较少。此后，越窑青瓷的烧制逐渐停烧，但其精湛的工艺和独特的艺术风格，却在中国陶瓷史上留下了浓墨重彩的一笔，对后世的制瓷业产生了深远的影响。

3. 数字经济时代对越窑青瓷的影响

在数字经济时代，越窑青瓷产业呈现出复杂的发展态势。从产业规模来看，近年来，随着人们对传统文化的关注度不断提高，越窑青瓷产业也迎来了一定的发展机遇。以慈溪为例，作为越窑青瓷的主要产地之一，当地政府高度重视越窑青瓷文化产业的发展，确立了“秘色瓷都、智造慈溪”的城市口号，大力培育和发展越窑青瓷产业。目前，慈溪已拥有具备一定规模的青瓷器具生产企业、研究所、体验基地 100 余家，相关产业从业人员达 1500 多人，2020 年慈溪青瓷及相关产业实际营业收入突破 5000 万元。这些企业和机构涵盖了越窑青瓷的生产、研发、销售等多个环节，形成了相对完整的产业链条。然而，与其他成熟的陶瓷产业相比，越窑青瓷产业的规模仍然较小，市场份额有限。在全国陶瓷市场中，越窑青瓷的销售额占比较低，产业发展的速度和规模受到一定限制。

越窑青瓷产业在发展过程中面临着诸多问题。一方面，专业人才短缺严重制约了产业的发展。越窑青瓷制作技艺复杂，需要长期的学习和实践才能掌握，培养一名优秀的越窑青瓷制作工匠往往需要数年甚至数十年的时间。由于现代社会就业选择的多样化，年轻人对传统手工技艺的兴趣较低，愿意投身于越窑青瓷制作行业的人才日益减少。同时，一些老工匠年事已高，部分技艺面临失传的风险。据调查，目前从事越窑青瓷制作的工

匠中，年龄在 50 岁以上的占比较高，而 30 岁以下的年轻工匠寥寥无几，人才断层问题较为突出。另一方面，市场认知度和品牌影响力不足也是越窑青瓷产业发展的一大障碍。尽管越窑青瓷有着悠久的历史和深厚的文化底蕴，但在现代市场中，其知名度和影响力远不及景德镇陶瓷、龙泉青瓷等。许多消费者对越窑青瓷的了解仅停留在表面，对其独特的文化价值和艺术魅力认识不足。在品牌建设方面，越窑青瓷缺乏具有全国乃至全球影响力的知名品牌，品牌营销和推广力度不够，导致产品的市场竞争力较弱。此外，越窑青瓷产品的创新能力不足，部分产品仍然停留在传统的造型和装饰风格上，缺乏对现代审美和市场需求的深入研究和把握，难以满足消费者多样化、个性化的需求。

不过，在数字经济的浪潮下，越窑青瓷也在积极探索数字化转型之路，并取得了一些成果。一些企业和机构开始利用数字技术对越窑青瓷的制作工艺进行数字化记录，通过三维扫描、虚拟现实等技术，将越窑青瓷的制作过程完整地呈现出来，为技艺的传承和研究提供了便利。宁波职业技术学院丝路艺术研究中心对传统越窑青瓷烧制流程进行了系统性的分析与建模，精准地捕捉到每一个工艺环节的细微之处与特色，构建出既科学准确又蕴含丰富文化内涵的模型。这种数字化建模为工艺的学习与传承开辟了便捷通道，让更多人深入领略越窑青瓷的制作流程，激发他们对传统文化的兴趣与热爱。

在产品展示和销售方面，许多越窑青瓷企业借助电商平台和社交媒体，开展线上销售和推广活动，打破了时间和空间的限制，拓展了市场渠道。通过直播带货的方式，向消费者展示越窑青瓷的制作过程和产品特点，实时解答消费者的疑问，增强了消费者的购买意愿。此外，数字藏品等新兴领域也为越窑青瓷的发展带来了新的机遇。2023 年，由国家级非物质文化遗产越窑青瓷烧制技艺代表性传承人嵇锡贵创作的“越窑青瓷——百朵向阳花开”授权数字藏品正式登陆数字艺术电商平台“唯一艺术”，这一新型收藏方式为越窑青瓷提供了数字化途径，使其通过高科技改变了传统的消费应用场景，得到了消费者更为广泛的认知和传播。

为了更深入地了解企业数字化转型的情况，我们对多个案例进行了对比分析。以企业 A 和企业 B 为例，企业 A 在电商平台开设旗舰店后，通过大数据分析精准定位目标客户群体，针对不同消费群体的喜好设计个性化的产品展示页面，同时结合直播带货，详细介绍产品的工艺和文化内涵，吸引了大量客户，销售额在半年内实现了增长。而企业 B 虽然也入驻了电商平台，但缺乏对市场数据的分析，页面设计缺乏特色，直播内容单调，导致流量少，销售额增长缓慢。对比这两个案例可以发现，成功的数字化转型案例往往善于利用数字技术进行精准营销，深入了解市场需求，注重产品展示与文化内涵的结合；而失败的案例则在市场定位、营销策略执行等方面存在不足。通过对多个案例的归纳总结，可以得出具有普遍意义的结论：越窑青瓷企业在数字化转型过程中，要充分利用数字技术进行市场分析和精准定位，创新营销方式，注重产品与文化的融合，才能提高市场竞争力。

4. 越窑青瓷的市场潜力分析

4.1. 市场需求分析

越窑青瓷窑口遗址的考古发现，各窑口遗址都有大量碎瓷片的年代沉积，形成了不同时代的沉积层。海外海底沉船打捞中出水的越窑青瓷也数量很多。当时贸易商船的巨大装载能力也可以反映了贸易交易量的规模。较为著名的黑石号沉船和并里汶沉船是唐宋时期“海上丝绸之路”商船，黑石号是古代阿拉伯商船，黑石号上装载 67,000 件瓷器，大部分为长沙窑，精美的越窑青瓷约有 200 件，并里汶沉船上则装载了惊人的 30 余万件瓷器其中大多数是越窑青瓷。“海上丝绸之路”沿线国家的陆上考古发现的越窑青瓷残片数量也非常多，远至非洲东海岸，埃及的佛斯塔特出土上百万片陶瓷瓷片，其中属于中国瓷片的大多数是越窑青瓷。

随着人们生活水平的提高和文化消费意识的增强，越窑青瓷的市场需求呈现出多元化的发展态势。不同消费群体对越窑青瓷有着不同的需求，这些需求主要体现在收藏、礼品、装饰等多个市场领域。在收藏市场，越窑青瓷吸引了众多收藏家的目光，尤其是唐代秘色瓷和宋代精品瓷器，因其稀有性和独特的艺术价值，在收藏市场上价格屡创新高，宋代的越窑青瓷价格高达 50~60 万，而唐代越窑秘色瓷碗，在拍卖市场上的成交价高达数千万元，可见其在收藏界的珍贵程度。对于收藏家来说，越窑青瓷是艺术品，更是投资品，具有较高的保值和增值潜力。近年来，随着艺术品市场不断发展和完善，越来越多的投资者开始关注越窑青瓷收藏领域，推动了越窑青瓷收藏市场的繁荣。2016 年 G20 杭州峰会，由嵇锡贵大师制作的“繁华盛世”“国色天香”两大系列国宴瓷惊艳亮相，赢得众多美誉，后被中国国家博物馆收藏。这两套国宴瓷体现了“浙江特色、西湖元素、江南韵味、中国气派、世界大同”的理念，把杭州之美、浙江之美通过不同画面完美展现在各种器型上，向世界展示了中国文化。

同时，在礼品市场，越窑青瓷成为人们赠送礼品的良好选择。越窑青瓷的造型优美，釉色温润，寓意吉祥，能够表达出送礼者的心意和品味。在第 19 届杭州亚运会上，顾少波大师的五件作品入选杭州亚运会特许商品名录，分别是一壶四杯的“青影”、“欢聚”、“青玉杯”、“越瓷牡丹瓶”以及“花开富贵”。“青影”作品采用越窑青瓷传统秘色釉，壶身杯身纹以亚运吉祥物“江南忆”和会徽“潮涌”，器形八方棱角分明，寓意“客从八方来，喜迎八方客”；“欢聚”采用刻划花工艺高温烧制，图形采用亚运会体育图标，概念取自“曲水流觞”；“青玉杯”将青瓷、杭州亚运会吉祥物与西湖水结合，造型呈现天圆地方；“越瓷牡丹瓶”采用剔花工艺高温烧制，青色底色象征亚运会的青春与活力，牡丹花寓意亚运会的热烈空前。

4.2. 市场竞争分析

在当今的陶瓷市场中，越窑青瓷面临着来自其他窑口的激烈竞争。与其他知名窑口相比，越窑青瓷有着独特的优势。从历史文化底蕴来看，越窑青瓷拥有悠久的历史，其起源可追溯至东汉时期，历经多个朝代的发展，承载

着丰富的历史文化信息，是中国陶瓷文化的重要代表之一。这种深厚的历史积淀赋予了越窑青瓷独特的文化魅力，使其在文化价值上具有较高的认可度。在对 182 名的群众的调查中，有 50%以上的人认为越窑青瓷的历史文化底蕴是其吸引消费者的重要因素。

越窑青瓷以其独特的釉色和精湛的工艺而闻名。其釉色温润如玉，青翠澄澈，宛如宁静的湖水，又似春天的山峦，给人以清新、淡雅、宁静的美感。这种独特的釉色是越窑青瓷的一大特色，在市场上具有较高的辨识度，能够满足消费者对高品质、独特陶瓷产品的需求。团队成员实地到景德镇进行线下调研，在消费者对陶瓷产品釉色喜好的调查中，喜欢越窑青瓷这种独特釉色的消费者占比达到了 10%，不少消费者对越窑青瓷的了解甚少，更多知道的是龙泉青瓷以及景德镇瓷器，使得越窑青瓷在陶瓷市场中不具有明显的竞争优势。从品牌影响力来看，在现代市场中，其品牌知名度和影响力远不及景德镇陶瓷、龙泉青瓷等。许多消费者对越窑青瓷的了解仅停留在表面，对其独特的文化价值和艺术魅力认识不足。在针对消费者的陶瓷品牌认知度调查中，消费者对越窑青瓷的品牌认知度仅为 5%，而景德镇陶瓷和龙泉青瓷的认知度分别高达 95%和 87%。此外，在品牌建设方面，越窑青瓷缺乏具有全国乃至全球影响力的知名品牌，品牌营销和推广力度不够，导致产品的市场竞争力较弱。相比之下，景德镇陶瓷以其“瓷都”的美誉和丰富多样的陶瓷产品，在国内外市场上享有较高的知名度和美誉度，其品牌影响力已经深入人心。相反，越窑青瓷的品牌建设相对滞后，需要加大品牌推广力度，提升品牌知名度和美誉度。

从产品创新来看，越窑青瓷也面临着挑战。通过对 182 名消费者的调研发现，他们对陶瓷产品的创新设计有着较高的要求，希望产品能够融合现代元素和传统工艺。然而，目前越窑青瓷产品在创新设计方面的满意度仅为 3%。可见随着现代社会的发展，消费者的审美观念和生活方式发生了很大变化，对陶瓷产品的需求也更加多样化和个性化。一些现代陶瓷品牌通过不断创新设计，推出了一系列具有时尚感和个性化的陶瓷产品，受到了年轻消费者的喜爱。而越窑青瓷在产品创新方面相对不足，然停留在传统的造型和装饰风格上，缺乏对现代审美和市场需求的深入研究和把握，难以满足消费者多样化、个性化的需求。需要加强对现代市场需求的研究，加大产品创新力度，开发出更多符合现代审美和市场需求的产品。

在市场份额方面，越窑青瓷在全国陶瓷市场中的份额相对较小。这主要是由于越窑青瓷产业规模较小，生产企业数量相对较少，且部分企业的生产能力有限，难以满足大规模的市场需求。越窑青瓷的销售渠道相对单一，主要依赖传统的线下销售渠道，对电商平台等新兴销售渠道的利用不够充分，也限制了其市场份额的扩大。

4.3. 市场前景预测

随着数字经济的持续深入发展，越窑青瓷的市场规模有望实现显著增长。原本传统青瓷的手工属性制约了青瓷产业的发展。但近年来，随着信息化、数字化的高速发展，出现了 3D 立体成型打印技术，其特点在于可以利用数字

化操控技术精准塑形，并能快速制作形态复杂的产品。如若将 3D 打印技术与越窑青瓷设计生产相结合，不仅可以丰富青瓷产品的创作手法，还能将繁琐的手工程序逐步机械化和规范化，提高创作效率。

数字技术的应用也将进一步推动越窑青瓷收藏市场的繁荣，通过虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术，可以直观地观察到越窑青瓷的细节，提高决策的准确性。线上拍卖平台的不断发展和完善，将为越窑青瓷的交易提供更加便捷和高效的渠道。通过数字化的展示和推广，越窑青瓷的知名度和影响力将不断提升，吸引更多的收藏家和投资者关注。数字技术也能助力越窑青瓷实现个性化定制的快速发展。消费者可以通过线上平台，根据自己的需求和创意，定制具有独特设计的越窑青瓷礼品。企业也可以利用数字技术，开发出更多具有创意和文化内涵的礼品系列，满足不同客户的需求。随着人们对礼品品质和文化内涵的要求不断提高，越窑青瓷作为具有深厚文化底蕴的礼品，其市场需求将持续增长。预计未来越窑青瓷在礼品市场的销售额将保持较高的增长率，市场份额也将逐步扩大。

从市场发展方向来看，数字化营销将成为越窑青瓷市场推广的重要手段。注重利用社交媒体、直播平台、短视频等数字化渠道，开展越窑青瓷的宣传和推广活动。通过与网红、博主等合作，进行产品展示和品牌推广，提高越窑青瓷的市场知名度和美誉度。数字化营销还可以实现精准营销，根据消费者的兴趣、偏好和购买行为，推送个性化的产品信息和营销活动，提高营销效果和转化率。与数字艺术的融合也将成为越窑青瓷市场发展的新趋势。除了数字藏品，与数字绘画、数字雕塑、数字音乐等数字艺术形式进行深度融合，创造出更多具有创新性和时代感的文化产品。这些融合数字艺术的越窑青瓷产品，将吸引更多年轻消费者的关注，拓展越窑青瓷的消费群体。根据问卷调查，消费者对融合数字艺术的文化产品感兴趣的比例达到了 68%，这为越窑青瓷与数字艺术的融合发展提供了广阔的市场空间。

5. 数字经济时代越窑青瓷市场发展策略

5.1. 数字化营销策略

在数字经济时代，利用电商平台是推广销售越窑青瓷的重要策略之一。随着互联网的普及和电子商务的快速发展，电商平台为越窑青瓷提供了广阔的市场空间和便捷的销售渠道。越窑青瓷企业应积极入驻各大知名电商平台，如淘宝、京东、抖音小店等，开设官方旗舰店，展示和销售各类越窑青瓷产品。在店铺运营方面，要注重店铺页面的设计和优化，采用高清图片、生动视频等形式，全方位展示越窑青瓷的工艺特色、艺术魅力和文化内涵，吸引消费者的关注。

社交媒体营销也是数字化营销策略的重要组成部分。社交媒体平台如微信、微博、抖音、小红书等，拥有庞大的用户群体和强大的传播能力，为越窑青瓷的推广提供了新的途径。越窑青瓷企业应建立官方社交媒体账号，制定科学合理的社交媒体营销策略，定期发布优质的内容，吸引用户的关注和互动。

在内容创作方面，要注重内容的多样性和趣味性，结合越窑青瓷的文化内涵和艺术特色，创作丰富多彩的内容。发布越窑青瓷的历史文化知识、制作工艺介绍、艺术赏析文章等，让用户了解越窑青瓷的深厚底蕴；分享越窑青瓷的新品发布、展览活动、文化节等信息，吸引用户的关注和参与；制作有趣的短视频，展示越窑青瓷的制作过程、使用场景、创意玩法等，增加用户的观看兴趣和分享欲望。

数字营销工具的运用能够精准定位目标客户，提高营销效果。通过大数据分析，越窑青瓷企业可以深入了解消费者的兴趣爱好、消费行为、购买需求等信息，从而实现精准营销。利用搜索引擎优化(SEO)技术，提高企业官网和电商平台店铺在搜索引擎中的排名，增加网站的流量和曝光度。通过关键词优化、内容更新、链接建设等手段，让企业网站在搜索结果中更靠前，方便消费者找到。利用搜索引擎营销(SEM)，投放与越窑青瓷相关的关键词广告，当用户搜索相关关键词时，展示企业的广告信息，引导用户点击进入企业网站或电商平台店铺，提高产品的销售机会。利用社交媒体广告，如微信广告、微博广告、抖音广告等，根据用户的兴趣、年龄、地域等特征，精准投放广告，提高广告的点击率和转化率。针对对传统文化感兴趣的年轻用户群体，在抖音平台上投放越窑青瓷的短视频广告，吸引关注和购买。

5.2. 产品创新策略

结合数字技术进行产品创新是越窑青瓷发展的关键。一方面，开发数字化产品能够为消费者带来全新的体验。利用虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术，开发越窑青瓷的虚拟展示产品，让消费者通过手机或电脑等终端设备，身临其境地欣赏越窑青瓷的精美作品，感受其独特的艺术魅力。

开发数字化的越窑青瓷制作体验产品，通过模拟越窑青瓷的制作过程，让消费者在虚拟环境中亲身体验制作越窑青瓷的乐趣。这种数字化的制作体验产品，可以满足消费者对越窑青瓷制作工艺的好奇心，还可以培养消费者对越窑青瓷的兴趣和热爱。

开发文创产品，将越窑青瓷的造型、图案和釉色等元素融入现代设计理念相结合，开发出具有创意和实用性的文创产品，能够满足现代消费者对文化产品的需求。如文具、饰品，不仅具有实用功能，还具有文化艺术价值，满足消费者的个性化需求。这些文创产品可作为纪念品和礼品，也可成为传播越窑青瓷文化的载体。

5.3. 产业融合策略

推动越窑青瓷与文旅产业的融合发展，能够打造具有特色的文化旅游产品，提升旅游产业的文化内涵，同时也为越窑青瓷的传播和推广提供新的平台。开发以越窑青瓷为主题的旅游线路，将越窑青瓷的产地、博物馆、工作室等串联起来，让游客在旅游过程中深入了解越窑青瓷的历史文化和制作工艺。以浙江慈溪为例，当地拥有丰富的越窑青瓷文化资源，如慈溪上林湖越窑遗址，是全国重点文物保护单位，见证了越窑青瓷的辉煌历史。可以围绕上林湖越窑遗址，开发一条集参观遗址博物馆、体验青瓷制作、购买青瓷产

品为一体的旅游线路。游客可以在遗址博物馆中欣赏到大量的越窑青瓷文物，了解越窑青瓷的发展历程和文化价值；在青瓷制作体验中心，亲手参与越窑青瓷的制作过程，感受传统手工艺的魅力；还可以在当地的青瓷工作室和商店，购买到精美的越窑青瓷产品，作为旅游纪念品。

越窑青瓷与教育产业的融合，有助于培养更多对越窑青瓷感兴趣的人才，传承和弘扬越窑青瓷文化。在学校教育中，可将越窑青瓷文化纳入课程体系，开设相关的课程和讲座。在中小学阶段，可通过美术、手工等课程，向学生介绍越窑青瓷的历史文化和制作工艺，让学生了解越窑青瓷的独特魅力。组织学生研学活动，参观越窑青瓷博物馆、制作工坊等，让学生亲身感受越窑青瓷的制作过程，培养学生的动手能力和创新精神。

6. 结语

本研究探讨了数字经济时代越窑青瓷的文化价值与市场潜力，越窑青瓷既面临挑战也迎来机遇。当前，越窑青瓷产业规模较小，存在专业人才短缺、市场认知度和品牌影响力不足等问题。但数字技术的发展为其带来了新的发展契机，在文化传播与推广方面，拓展了传播范围，增强了互动性，提升了文化影响力；在文化传承与保护方面，实现了制作技艺的数字化记录和保存，有助于文物保护和传承人才培养；在文化创新与融合方面，促进了与现代艺术、数字艺术及其他传统文化的融合，催生了新的文化形态和商业模式。

为推动越窑青瓷在数字经济时代的发展，应采取数字化营销策略，利用电商平台和社交媒体进行推广销售，运用数字营销工具精准定位目标客户；实施产品创新策略，开发数字化产品和文创产品，推动与现代生活相结合的产品创新；推进产业融合策略，与文旅产业融合打造特色旅游产品，与教育产业融合培养人才、传承文化。通过多方面的努力，实现越窑青瓷在数字经济时代的创新发展，让这一古老的文化遗产焕发出新的生机与活力。

基金项目

2024 年国家级大学生创新创业训练计划项目“‘瓷’旧迎新——越窑青瓷在数字经济时代传承的路径研究”(项目编号：202412792009)。

Conflicts of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

References

[1] 沈燕荣. 浅谈东汉至唐代越窑青瓷的刻花工艺发展[J]. 陶瓷科学与艺术, 2025, 59(1): 140-141.

[2] 万剑. 中国古代浙产青瓷对泰国青瓷艺术的影响[J]. 景德镇陶瓷, 2024, 52(6): 99-101.

[3] 吴建勋, 陆晓芬. 湖州原始瓷, 点亮东方文明之火[N]. 湖州日报, 2024-12-18(A06).

[4] 徐莹. 浙江省博物馆藏仿古越窑青瓷堆塑罐及其相关问题[J]. 东方博物, 2024(4):

87-97.

[5] 罗洪文. 浅谈越窑青瓷作品《香影》的艺术效果[J]. 陶瓷科学与艺术, 2024, 58(8): 165.

[6] 罗洪文. 浅谈越窑青瓷作品《云》的艺术内涵[J]. 江苏陶瓷, 2024, 57(5): 59+61.

[7] 罗洪文. 浅谈越窑青瓷作品《绿水青山》的艺术境界[J]. 江苏陶瓷, 2024, 57(6): 50-51.

[8] 傅菲菲, 李天一. 越窑青瓷龙纹器研究[J]. 陶瓷研究, 2024, 39(4): 49-51+54

[9] 赵路路. 莲花纹饰在越窑青瓷中的应用研究[J]. 中国民族博览, 2024(18): 182-184.

[10] 孔建慧, 谢轶琦. 越窑青瓷纹饰的美学特征及在服装设计上的应用探究[J]. 艺术教育, 2024(9): 263-266.

[11] 盛海尧. 越窑青瓷, 千年秘色——越窑青瓷的装烧工艺探究[J]. 陶瓷科学与艺术, 2024, 58(7): 100-101.

[12] 屠宗毅. 越窑青瓷烧制技艺研究[J]. 陶瓷科学与艺术, 2024, 58(7): 90-91.

[13] 何东润. 数字化浪潮中传统越窑青瓷烧制技艺“返本开新”的现代传承[N]. 新乡日报, 2024-10-16(003).

[14] 山日钦, 袁琦, 吴军明, 桑月侠. 越窑秘色瓷匣钵装烧工艺的实验考古学研究[J]. 文物保护与考古科学, 2023, 35(6): 78-86.

[15] 蒋斓. 非遗数据资源知识图谱构建与应用——以上林湖越窑青瓷为例[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2024, 23(3): 19-24.

Appendix 1. Abstract and Keywords in Chinese

越窑青瓷在数字经济时代发展的路径研究

摘要：越窑青瓷历史悠久，从商周原始瓷生产起步，历经东汉成熟、三国至南北朝大发展、隋唐五代全盛、北宋新发展，北宋中晚期逐渐衰落，但其工艺和风格影响深远。在数字经济时代，越窑青瓷产业虽有一定发展，如慈溪相关产业初具规模，但仍面临专业人才短缺、市场认知度和品牌影响力不足、产品创新能力弱等问题。同时，数字技术也带来了新机遇，一些企业已在制作工艺数字化记录、产品展示销售数字化等方面取得成果。但在品牌、产品创新和市场份额方面存在劣势。本文聚焦数字经济时代越窑青瓷的文化价值与市场潜力展开研究，以期借助数字经济推动越窑青瓷在收藏和礼品市场的发展，将数字化营销和与数字艺术与越窑青瓷融合，为传承和弘扬这一优秀传统文化遗产以及越窑青瓷在数字经济时代的创新发展提供建议，实现越窑青瓷的文化与经济价值的统一。

关键词：越窑青瓷，数字经济，数字化转型，产业融合