



7月25日，隨着「中華文化數字資產」首期產品境內外流通開盤儀式新聞發布會在北京和紐約兩地舉行，《「榮州陶」一澄東坡文人壺》等多個系列數字資產產品在北京國際版權交易中心和美國紐約數字資產交易所同步開啟境內外流通。極具中華文化代表性的數字資產產品在中美交易平台同步發售，這在境內外交易所領域尚屬首次。由國家高級美術師、陶瓷藝術家、榮縣土陶創意園首席藝術家劉勇（一澄）創作的「一澄東坡文人壺」，每套價格從2,680元人民幣，不到一個月就漲到了近7,000元人民幣。據業內人士估計，未來仍有升值空間。「『出海』並不容易，過去也有一些嘗試，但很難和國際平台對接，這次是正式和國際文化藝術品交易平台接軌了。」劉勇接受香港文匯報記者專訪時表示，中國文化藝術品一直在探索如何「出海」，「借船出海」是第一步，要想走得遠更穩，未來還需要「造船出海」，以承載從文化大國到文化強國的跨越。

●文、攝：香港文匯報記者 向芸 成都報道



◀◀「榮州陶」一澄東坡文人壺

▶國家高級美術師、陶瓷藝術家、榮縣土陶創意園首席藝術家劉勇。

借船出海「榮州陶」實現文化資產國際化

記者再次來到榮縣土陶創意園時，雖正值周末，但「一澄工作室」裏仍呈現出有條不紊的繁忙。年輕的工匠們專心致志地拉坯、雕刻、上色，加緊趕製一澄文創陶系列作品。「首批1,000套『一澄東坡文人壺』已經全部交付，境內外各500套。10月底前還要交付『不染塵荷花』『千里江山圖』『國寶大熊貓』『仿古柴燒』等主題共4,000套作品。」劉勇告訴記者，作為國際數字資產聯合交易平台首期發售的中華文化數字資產產品，一澄文創陶系列作品吸引了眾多國內外買家。

以獨一無二作品對接國際平台

「國際數字資產聯合交易平台」（以下簡稱「合交所」），是由國家版權交易中心聯席會議和國際文化金融交易所聯盟共同發起，北京國際版權交易中心聯合紐約數字資產交易所、加拿大智慧產權交易所等境內外交易平台共同搭建的國際化文化數字資產流通平台。該平台通過Web3.0區塊鏈技術和基礎設施，推動文化資產數字化、國際化和金融化，提升中華文化數字資產的全球價值。和「『榮州陶』一澄東坡文人壺」一起同步發售的，還有瓷都中國景德鎮陶瓷擺件系列「龍騰盛世」「祥龍獻瑞」、馳譽天下的醴陵釉下五彩瓷器「毛瓷」系列釉下五彩雙面花薄胎碗（1974年款）等數字資產產品。

記者在工作室看到，「一澄東坡文人壺」為一壺兩杯，以劉勇最擅長的東坡文人畫為主題進行創作。這套壺全手工製作，從一堆普通的陶泥到具有觀賞、使用、收藏等多種價值的藝術品，需要經過近70道工序的精細製作。

劉勇告訴記者，在中美交易平台同步發售的每套「一澄東坡文人壺」，都可謂是「獨一無二」。一方面，每個主題的5款壺型隨機



●「榮州陶」一澄「不染塵荷花壺」。

冀用陶土「再現」三星堆文物

赴國外參展和在中美交易平台發售前，劉勇曾有過擔心：除了熊貓等廣為人知的題材外，東坡文人壺這樣有鮮明文化符號的陶藝作品，能不能被外國友人理解、接受和喜歡？事實上，在新加坡和香港參展時，「一澄」品牌的展位前總是圍着絡繹不絕的觀眾，「有些外國友人對蘇東坡的了解和喜愛程度超乎想像。」

早前中秋節前夕，「蘇風陶韻·月夕雅敘」榮州陶「東坡文化」主題展在三蘇祠博物館開展，這是三蘇祠博物館建館以來首次舉辦的中國非遺陶藝與東坡文人畫主題展覽。劉勇及其「一澄工作室」團隊創作的榮州文創陶作品和「東坡文人畫」，向觀眾勾勒了蘇東坡的灑脫人生。

劉勇坦言，東南亞地區對中華傳統文化的理解幾乎沒有障礙，但在歐洲等地區還是未知數。「榮縣的工業陶

已經在法國市場打開了銷路，未來我們也有計劃到法國、德國等地推廣生活陶、文創陶。從目前『一澄東坡文人壺』在美國紐約數字資產交易的發售情況來看，我們還是很有信心的。」

對於未來幾年的發展，劉勇笑稱「任務很重」，既是因為工作室承接了不少系列主題的文創陶「大器」，也是因為在四川有做不完的題材。比如上市的5個系列和五牛圖、八駿圖等題材成熟後需要繼續延伸；四川的佛教文化、文人騷客、自然地理、歷史文明等題材取之不盡……「我們和自貢恐龍博物館合作，用陶來製作各種恐龍；同時正在和杜甫草堂洽談，和三星堆博物館接觸，希望能用陶藝來呈現杜甫的形象和詩詞、再現三星堆出土文物，這些都是我們下一步重點要完成的工作。」



●新加坡亞洲食品與酒店展上，一澄文創陶系列作品深受觀眾喜愛。

發售，不同圖案、不同壺型的作品就像「開盲盒」；另一方面，每款壺都配有收藏證書，並帶有區塊鏈身份識別「身份證」。因為全手工製作，每個壺都會有少許手工痕跡，不會出現完全一樣的兩個壺。

文化符號與陶器完美融合

自今年4月初開啟「文化數字化+文化出海」項目徵集活動以來，合交所已徵集到具備中華文化代表性的AAA級項目超過2,000個，包括榮寶齋近現代大師限量複製畫、故宮陳設器限量複製品、國家工藝美術大師和國家非物質文化遺產傳承人經典作品限量複製品等。



●劉勇和團隊今年底將在香港舉行大型綜合展，預計將有約300件陶藝作品、100餘件書畫作品。

「榮州陶」作為省級非物質文化遺產，與中國四大名陶相比，仍是「人微言輕」，一澄品牌能入選並不容易。事實上，選品團隊前後與劉勇接觸了一年多時間：「從製作水平和技藝傳承來看，『榮州陶』比不過四大名陶。但我們的作品既是藝術品又是實用器，還有蘇東坡、熊貓、荷花等代表中國傳統文化的符號，文化符號、收藏價值與陶器實用性的結合，讓『榮州陶』一澄品牌最終得以入選，並受到大家的歡迎和認可。」

這種認可讓劉勇更加堅信，越是民族的，就越是世界的；越是傳統的，就越是現代的。「選品團隊裏有老專家，也有年輕人，大家只看到美

照片時就覺得這些壺太好看了。專家可能更多從文化底蘊、歷史傳承等維度來評估，而年輕人則可能被活潑生動的圖案所吸引，大家都認為它們能被不同年齡、不同背景的人所喜愛。」

在「一澄東坡文人壺」被確定為合交所首發產品後，劉勇對其進行了非常細緻的升級。比如調整傳統壺型的尺寸和形狀，並加入一些時尚元素：有些將壺蓋調整為平蓋，還加了鈕；有些類似於漢鐸的壺，對壺身進行「瘦身」，避免拿着太重；甚至對茶壺的容量都有所考慮，倒出來剛好是幾杯茶……這樣的微調和創新，讓大家在把玩和使用這些壺時，更有一種「人壺合一」的舒適感。

內地火爆助力傳統文化「走出去」

一澄文創陶系列作品在中美交易平台首發後，同類型器型、同種圖案的作品將不能在線下銷售。當記者問及這是否影響「一澄」品牌發展時，劉勇笑言，線上線下相輔相成，反而推動了「一澄」品牌和「榮州陶」出圈。「發布會上，來自全國各地的合交所代表說5,000套根本不夠，線上很難買到。」



這樣的火爆其實早有端倪。在新加坡亞洲食品與酒店展上，「榮州陶」一澄文創系列作品連續兩年參展，創造了兩年全部售罄的「戰績」。「今年帶去的近200件作品，首日基本就被搶購一空，中國傳統文人畫蘇東坡題材、陸游題材和國寶大熊貓題材備受海外華人及陶瓷藝術愛好者的青睞。」展會結束後，仍有新加坡的商會和中國駐新加坡企業等前來，向劉勇定製一些個性化陶器。

儘管專業團隊預測一澄文創陶系列作品未來會有很高的漲幅，但劉勇更看重的卻是其所帶來的社會意義。從微觀來看，榮縣雖是「中國西部陶都」，但知名度並不高，通過藝術陶、文創陶等引領，打響品牌的時候也帶動了人才的聚集。從宏觀來看，意義無疑更加重大：「中國是文化大國但還不是文化強國，國外很多民眾並不知道中國有這麼好的文化、傳承和作品。」

劉勇表示，通過文化資產數字化、國際化和金融化發展，將蘇東坡、熊貓等外在元素符號和兼容並包、以和為貴等內在人文精神相融合，並以外國友人能夠理解的形式呈現出來，從而推動中華文化走出去，提升中華文化影響力，「這是我一直在做、也希望能夠繼續做下去的最重要的事。」

「中華文化數字資產」首期產品境內外流通開盤儀式新聞發布會在北京和紐約兩地舉行。

劉勇在中華文化數字資產北京開盤流通儀式上推介一澄文創陶系列作品。



●「中華文化數字資產」首期產品境內外流通開盤儀式新聞發布會在北京和紐約兩地舉行。

為新誕生大熊貓設計產品 年底赴港集中展示

繼7月下旬在北京和紐約同步發售「東坡文人壺」、8月初在北京發布「不染塵荷花壺」後，劉勇和團隊計劃今年底赴港，對「榮州陶」一澄品牌已發售和擬發售的5個主題系列作品進行綜合發布和集中展示。其中，「千里江山壺」系列作品，將在香港進行全球首發。

劉勇告訴記者，入選「中華文化數字資產」首期上市產品的5個主題系列作品，都極具代表性。「東坡文人壺」從樂天、灑脫的東坡文化中汲取靈感，以超然脫俗的人生境界與千古流傳的詩詞為畫面，在壺杯之間感受樂觀豁達；「不染塵荷花壺」取自「花



●劉勇正在創作荷花主題文創陶。

中君子」的人文意境，通過舒展自如的寫意，彰顯「荷花有禪意，自古不染塵」的典雅韻味；「千里江山壺」以北宋晚期著名畫家王希孟的《千里江山圖》為藍本進行創作，再現中華大地的綠水青山；「國寶熊貓壺」以憨態可掬的熊貓為主角，是最受歡迎的題材；「仿古柴燒壺」則通過傳統

手法來燒製傳統器型，讓傳統技藝得以傳承。劉勇透露，是次展覽除「榮州陶」一澄品牌5個主題系列作品外，還有不同器型、題材，創作內容的陶藝作品和書畫作品，是一個大型綜合展，「預計將有約300件陶藝作品、100餘件書畫作品。」

「香港是我們很重視的平台和窗口，下一步將加強與香港各界和相關活動的交流合作，也考慮做一些專題展覽如熊貓系列文創陶作品展。」劉勇表示，熊貓在全球都很受歡迎，「一澄工作室」把熊貓與中國傳統文化、四川地域特色結合，探尋熊貓與非遺土陶的融合，並在圖案設計中將熊貓與文人畫糅合，賦予其更多的人文氣息。「我們希望能結合『樂樂』『盈盈』和新誕生的龍鳳胎，以及即將赴港的另一對熊貓進行創作，呈現更多有熊貓、香港元素的文創陶作品。」



●「榮州陶」一澄「千里江山壺」將在香港首發。