

出口轉型 手工紫砂壺身價飆百倍

重拾文化屬性 轉攻高端市場

深度報道 宜興市陶瓷進出口有限公司紫砂業務部負責人張明強認為，因世界經濟疲軟導致的國際市場不振不會一直持續。與此同時，外貿市場上的紫砂產品的價值也不應該受困於成本。「這幾年我一直在琢磨，能不能在高端市場找突破口。不是單純賣壺，而是把紫砂的工藝、文化故事做透。比如給手製壺配上詳細的工藝介紹、泥料溯源卡，再結合海外消費者喜歡的簡約包裝，讓紫砂壺不只是茶具，更是能體現生活品味的文化產品。」

●香港文匯報記者 陳旻 宜興報道

隨着中美貿易摩擦加劇，美國對進口中國日用工藝陶瓷關稅不斷提高，進口商利潤空間被進一步壓縮，經營積極性受挫。不斷疊加的關稅，使單位利潤敏感，以「低價走量」為出口策略的模具紫砂壺失去價格優勢。不過，對於中高端紫砂壺而言，定價邏輯基於工藝、礦料和作者名氣與文化價值，具備更強的溢價能力。

此外，部分高端壺甚至可以進入藝術品拍賣或文化展覽渠道，避開日用陶瓷的稅率分類，或享有不同的進口待遇。

高端壺出口歐美破冰

「紫砂壺進入美國市場始終面臨嚴格門檻。」張明強對香港文匯報說，作為陶瓷食品容器，其出口需通過「鉛鎘」溶出量檢測，每批次均需達標並由出入境檢驗檢疫局出具輸美檢測證書，方可通過中國海關查驗。張明強分析說，核心癥結在於當時宜興紫砂產業以家庭作坊為主，外貿公司每批出口需單獨申請檢測。後續美國政府出台更嚴格的生產企業認證制度，必須通過驗廠要求（包括環境、人權、反恐等等），進一步阻斷了紫砂壺大規模進入美國主流市場的通道。

「有企業曾計劃通過亞馬遜平台，以海外倉模式直接向美國家庭銷售，卻因紫砂壺屬易碎品，包裝運輸成本過高而難以擴大。」張明強說，當前輸美量雖然不多，但不是沒有，有很多外貿人做線上零星的出口，並且以中高端市場作為突破口，且已經有了一定的效果。

倡上區塊鏈鏈外貿市場

張明強告訴香港文匯報，今年春季的廣交會上，雖然模具壺的訂單零成交，但手工壺卻燃起了他對重振紫砂外貿的希望。一名德國的客戶願意以120美元的單價，從張明強手中定製一批手工紫砂壺。儘管這些壺在國內市場上價格可以賣到更高的200美元，但這仍給了他不小的驚喜。而在此前，張明強向日本客戶出口的模具灌漿紅泥壺，單價僅1.2美元。「這是因為這個德國客戶看到我們一款竹節紋手製壺，聽我講述了製壺工匠用了三個月的時間打磨竹節紋理的過程後，當場下單訂購，說要放在他的高端家居店裏賣。」

張明強認為，走中高端產品路線，就必須突出紫砂壺材質、工藝與藝術，尤其是以作者的名氣為主要價格錨定，「這方



●今年4月廣交會上，外國客商在看紫砂壺展品。

面內地市場已經做得很好了，但在國際市場上來說尚沒有足夠的經驗。」他表示，曾和一些業內人士交流想法，大家想以區塊鏈技術來實現市場運行和產品的可追溯手段。

張明強認為，要遏制當下紫砂行業的亂象，亟需由當地政府和行業協會牽頭，制定消費品與工藝品紫砂壺的生產標準及產品標準，建立真正有創新智慧能力的紫砂藝術品准入制度，用區塊鏈技術實現對泥料、工廠、製壺師身份等可追溯體系。「紫砂壺的傳統鑒定依賴主觀判斷，糾紛頻發。區塊鏈通過『一物一碼一合約』的數字身份證體系提供了破局之道：將壺的材質理化特性，包括材質的化學成分、顆粒數目、密度、顏色、燒成溫度曲線等微觀『指紋』掃描上鏈，同步記錄作者認證、簽名，以及礦脈來源、工藝細節等全生命周期數據。」張明強說，這些數據經行業協會、檢測機構、權威中介組織等節點共識驗證，形成不可篡改的分布式賬本，消費者掃碼即可追溯流轉全程，如同查看作品的「數字出生證」，「要改變現在不健康的紫砂產業生態，不能光靠從業者的自律，更要在政府層面設立跟得上時代發展潮流的法律法規和實施辦法與措施的出台，才能將整個行業的誠信度進一步提高。」

「此外，傳統紫砂外貿面臨確權認證複雜、流通鏈路不透明等問題，而區塊鏈構建的（真實世界資產）模式提供了合規解決方案。通過加密數據傳輸與權益憑證化處理，為紫砂壺辦理『數字護照』，使其能通過去中心化平台全球流通。」張明強說，這樣，海外買家藏家既能驗證作品真偽，也能通過AI虛擬空間沉浸式體驗創作過程，成為紫砂文化的傳播節點，從而引導市場正確的價值取向，也進一步推動了高端紫砂壺的外貿市場。

欲以跨境電商推非高端產品

面對近年內地電商及跨境電商對傳統商業展會的嚴重擠壓，張明強對香港文匯報表示，該公司正計劃在TikTok、亞馬遜等平台上線日用類模具灌漿朱泥壺，嘗試以電商模式開拓國際市場，以



●當代紫砂壺也能在國際拍賣市場拍出不菲價格。香港文匯報宜興傳真



●圖為紫砂壺拍賣現場。受訪者供圖

「保護中國紫砂工藝在國際陶瓷市場上的地位，同時在國際舞台上繼續打造中國特色產品。」他說，「我每年雷打不動參加線下廣交會，最主要還是在攤位上會會那些多年來從千萬里以外趕來商務合作的老朋友，拉拉家常，了解市場對產品的更新要求。」張明強強調，「重要的是我證明我們的企業還在健康發展。」

回歸文化屬性 或是紫砂壺供給側突圍之路

微觀點 宜興紫砂，早在數百年前便以藝術和文化屬性叩開了世界收藏品的大門。紫砂藝術品，在國際上許多知名的博物館不僅有收藏與陳列，更於上世紀七八十年代亮相紐約、倫敦蘇富比、佳士得拍賣場，並隨後大規模登陸香港大型藝術品拍賣會的舞台。然而，上世紀七十年代起，紫砂壺被納入出口創匯的工業體系，以模具方式批量生產成為廉價日用品流向海外。這一轉型雖曾助力中國茶文化的全球擴散，但也在某種程度上削弱了紫砂壺原本的藝術性與文化辨識度。

如今，隨着原材料與人工成本的節節攀升，紫砂壺持續數十年的出口模式正遭遇前所未有的挑戰。在2025年春季廣交會上，張明強的廉價模具壺零成交，成為業界警醒的信號。他坦言，曾經的低端紫砂壺已無法適应当下的國際市場需求。這場由成本增長倒逼而來的產業困境，或許正是紫砂壺文化回歸的契機。多位從業者指出，唯有重拾手工工藝與文化敘事，紫砂壺才能重新獲得國際市場的認同。

事實上，紫砂壺在海外的文化影響力從未真正消退。從參加廣交會的各國進口商的需求與渴望可見，大量外國茶文化愛好

從中國形象到中國內核

特稿

張明強備戰廣交會的樣品箱中，有鹽水燒茶杯搭配的套裝和刻着極簡紋樣的手工壺，還有幾款針對年輕消費者設計的小容量便攜壺。這些樣品，有的是澳大利亞客戶建議他生產的、符合當地市場的茶具，也有適合年輕消費者審美的新式茶具。這意味着張明強在嘗試迎合市場，推出具中國特有紫砂文化，卻被剝離固有紫砂茶具形象的跨界產品。從中國文化形象到中國文化內核，是一種升級，也

是一種自信。「我不知道這次能拿到多少訂單，但我知道，只要還在展示，就還有機會讓宜興紫砂被更多外國進口商看見；只要還在堅持，就有希望等到國際市場回暖的那一天，等到我們找到更适配國際需求的產品方向，宜興紫砂一定能重新站在更高的國際舞台上。」

為賣紫砂壺 老外學中國文化

「浪漫的法國人最喜歡紫砂壺，他們認為『這是中國特有的紅色陶瓷』」，此外，紫砂壺在俄羅斯、西班牙、美國、澳大利亞等國都有市場。

「法國商戶羅伯特（Robert），連續幾屆來廣交會找我買貨。他為了經營紫砂壺，還找老師專門學習中文，鑽研中國文化，後來幾屆過來，羅伯特已經能與我用中文交流了。他說，『做你們的茶葉、茶具生意，不懂中國文化是做不大的。』」張明強說，羅伯特從擺地攤賣中國陶瓷開始就與他合作，彼此有近二十多年的貿易來往。從1989年的一千美元小訂單做起，至1998年交易額飆升至一百萬美元。「我是看着羅伯特從毛頭小子變成中年油膩老男人的。」張明強說，今年春季的廣交會上，兩人還通過線上連線交流。

每次在廣交會上，看到外國客戶拿着紫砂壺，聽他們說「這精緻的茶具太有中國味了」的讚美，張明強心中那種自豪感是別的生意給不了的。「我總記得，剛開始做外貿的時候，老領導曾跟我說：『紫砂是宜興的根，也是中國的文化，能讓外國人喜歡上，是積德的事。』」



●2025年春季，明代時大彬高壺僧帽壺以1,360萬元落槌，加上佣金約1,564萬元成交。受訪者供圖



●2012年廣交會上，張明強（左）與老朋友法國紫砂壺進口商羅伯特（Robert）合影。

建紫砂AI數據庫 需防假信息

作為紫砂古玩藝術品投資顧問，聯繫儲誠亮鑒定紫砂的客戶有相當一部分是年輕人。而隨着AI技術的不斷發展，紫砂壺藝術水平、材質的優劣、工藝的高低、創作者的潛力在大數據中會非常方便地找到相關信息與資料。但這些信息並非均為正確的。

儲誠亮介紹道，已有專門研究紫砂的朋友正在給AI灌輸大量的資料，教AI設計與對比紫砂壺。「但這有個致命漏洞，就是你喂給AI的資料是不是正確答案？」儲誠亮說，他曾就將AI用於紫砂鑒定行業與同行們反覆探討，「已經有朋友發現，AI裏查到的資料有一半是假的。它跟正在學習的小孩一樣，被錯誤信息帶壞了。」

不過，儲誠亮認為，仍可以通過AI建立私密、精準的紫砂鑒定數據庫，並以之作為紫砂鑒定的重要輔助，將會是行業發展趨勢。「AI很厲害，它相當於把我的畢生所學給學去了。」儲誠亮期待建立獨屬於自己的AI數據庫，「它至少能是我的秘書。」



●德國的紫砂愛好者在丁蜀老街學做紫砂壺。香港文匯報江蘇傳真