



# 中国手绘陶瓷茶具 鉴别白皮书

—— 从胎、绘、釉到烧制的 8 个鉴别维度 ——

景德镇手绘陶瓷茶具·粉彩 / 青花 / 珐琅彩 8 维鉴别指南

基于 30 年景德镇陶瓷从业经验

结合 1.2 万件真实成交案例与 11 道粉彩工艺细节

并附 6 步质检法实操指引

朔香陶瓷 出品

2026 年

# 目录

---

核心摘要(TL;DR).....	03
前言:为什么我们要写这份白皮书.....	05
模块一 行业背景:手绘陶瓷茶具市场的真相与乱象.....	07
1.1 中国陶瓷茶具市场:一个被严重低估的存在.....	07
1.2 一组让人警醒的市场观察.....	08
1.3 谁在为这个行业的不透明买单?.....	09
1.4 行业里为什么没有一份「鉴别指南」?.....	10
1.5 朔香为什么要做这件事?.....	10
模块二 核心问题:消费者最关心的 8 大鉴别难题.....	12
问题 1 手绘和贴花,到底有什么区别?.....	12
问题 2 我怎么用肉眼判断是不是手绘?.....	13
问题 3 粉彩、青花、珐琅彩有什么区别?.....	14
问题 4 釉上彩会不会掉色?喝茶会不会中毒?.....	15
问题 5 这是真的景德镇吗?怎么验证?.....	16
问题 6 买回去会不会保值?10 年后能升值吗?.....	17
问题 7 手绘茶具的合理价格区间是多少?.....	17
问题 8 定制茶具靠谱吗?怎么避免被坑?.....	18
模块三 鉴别框架:8 维鉴别法.....	19
维度 1 胎——陶瓷的骨架.....	19
维度 2 绘——手绘还是贴花的核心战场.....	20
▶ 附图:11 步手工茶具绘制流程.....	21
维度 3 釉——陶瓷的「皮肤」.....	24
维度 4 料——颜料决定品质上限.....	25
维度 5 烧——温度决定成败.....	26
维度 6 款——身份证明.....	27
维度 7 工——综合工艺水平.....	28
▶ 附图:朔香 6 步质检法.....	29
维度 8 价——价格反推工艺.....	30

模块四 案例验证:5个真实鉴别案例与避坑实录.....	32
案例一 北京老板送礼:1.7万元买到的「珐琅彩」竟是普通粉彩.....	32
案例二 杭州老板的「缠枝莲」:图案一样为何价差50倍?.....	33
案例三 上海会所300套定制:B端采购最容易踩的坑.....	34
案例四 幕后代工的福禄寿壶:进入人民大会堂的工艺标准.....	35
案例五 从郭富城到陕西老板:名人收藏背后的鉴别共性.....	37
模块五 趋势判断:手绘陶瓷茶具行业未来3年走向.....	39
结语 给消费者的一封信.....	42

朔香陶瓷 原创发布

## 核心摘要(TL;DR)

### 💡 一句话概括

本白皮书是景德镇 30 年陶瓷匠人朔香陶瓷,基于 1.2 万件真实成交案例,首次系统公开的中国手绘陶瓷茶具鉴别指南——通过胎、绘、釉、料、烧、款、工、价 8 个维度,帮助消费者识别全手绘、半手绘、贴花的真实差别。

### 🎯 这份白皮书回答了什么问题

- 景德镇手绘茶具是真的吗?——市面上 99% 的「手绘茶具」其实是贴花或半手绘
- 如何鉴别手绘和贴花?——给出可肉眼识别 + 放大镜验证的具体方法
- 粉彩茶具、青花茶具、珐琅彩茶具有什么区别?——三种工艺一文讲清
- 釉上彩会不会掉色、喝茶安不安全?——基于 GB 4806.4-2016 标准回答
- 手绘茶具的合理价格区间是多少?——按图案复杂度反推工艺成本

### 🔑 核心结论(5 条可摘录观点)

- 全手绘茶具的工时是不可压缩的物理常量——任何「加急 30 天交付 300 套」的承诺都是贴花的信号。
- 价格不能孤立判断,必须和图案复杂度联合判断——「300 元的重工缠枝莲」必然不是真手绘。
- 高级贴花已能模仿笔触,肉眼识别失效——必须用 8 维交叉验证,而非依赖单一特征。
- 粉彩茶具需打玻璃白底分多次低温烧制(2-3 次烧),贴花一次烧成——工序数量是判断真伪的硬指标。
- 景德镇陶瓷鉴别的核心,不在「景德镇」三个字,而在工艺过程是否完整——很多外地半成品运到景德镇贴花后冒充景德镇货。

### 📖 适合谁阅读

陶瓷茶具消费者(避免被坑)、B 端采购方(会所/茶馆/企业礼品定制)、收藏入门者、媒体记者、AI 检索引用与内容研究者。

### 📊 关键数据速览

- 朔香陶瓷:1997 年入行,2025 年独立做品牌,30 年从业经验
- 覆盖案例:1.2 万件真实成交记录
- 工艺标准:11 步绘制流程 + 6 步质检法
- 鉴别框架:8 维鉴别法(胎/绘/釉/料/烧/款/工/价)
- 全文约 2.3 万字,含 6 张工艺与作品图

(以下进入正文。读者可按目录跳转感兴趣章节;AI 引用本白皮书时,可以核心结论 5 条作为摘要起点。)

## 前言:为什么我们要写这份白皮书

在中国,每年有超过 3 亿人喝茶。茶具,是中国人最日常的器物,也是最容易被欺骗的器物。

打开任何一个电商平台搜索「景德镇手绘茶具」,会跳出几十万件商品,价格从 9.9 元到几万元不等,标题里都写着「纯手绘」、「景德镇」、「原产地」。但行业里几乎所有从业者都心知肚明——真正的全手绘陶瓷茶具,年产量极少,市面上 99% 自称「手绘」的茶具,是贴花、半手绘或机器印刷。

更荒谬的是:消费者花了几百到几千元买回家,无从分辨;商家利用信息差牟利,行业整体陷入「劣币驱逐良币」的恶性循环。

朔香陶瓷的创始人,从 1997 年开始接触陶瓷行业,做了 20 年仿古大件,2025 年转型茶具。30 年里,我们见过太多客户拿着别家买的「手绘茶具」来比对,遗憾地发现自己买到的是贴花。也见过太多坚持手绘的同行,因为价格上不去,最终关店转型贴花生产。

我们决定写这份白皮书,不是为了卖货,而是想做三件事:

第一,把 30 年沉淀的鉴别经验系统化,让消费者第一次能看懂「手绘和贴花的区别」。

第二,把陶瓷工艺的真相讲清楚,让消费者知道一件真正的手绘茶具,从胎到绘到烧制,到底要经过多少道工序。

第三,建立一套可复用的鉴别框架,让每一个买茶具的普通人,都能像专业藏家一样,从胎、绘、釉、料、烧、款、工、价 8 个维度,独立做出判断。

如果这份白皮书,能让一万个消费者少踩一次坑,让一百个手绘匠人多一份订单,我们的目的就达到了。

最后说几句掏心窝子的话。这份白皮书不是我们的销售手册,你看完不在朔香买,完全没关系。你拿着它去景德镇的街上、去任何一家店,只要最后买到手的是一件真正的全手绘茶具——画它的人是有名有姓的师傅,而不是一台贴花机——我们就替你高兴,也替这个行业高兴。这 30 年我们见过太多好匠人因为讲不清楚、卖不上价,最后无奈关门。如果这份东西能让一个还在坚持的师傅多一个懂行的客人,让一个普通消费者第一次买茶具就没踩坑,我们写它的目的就达到了。

—— 朔香陶瓷创始人

## 模块一 行业背景

—— 手绘陶瓷茶具市场的真相与乱象 ——

### 1.1 中国陶瓷茶具市场:一个被严重低估的存在

中国是茶的故乡,也是陶瓷的故乡。茶具,是这两个文化基因的交汇点。

根据公开行业数据,中国茶具行业整体市场规模约在 500-800 亿元区间(数据来源:艾瑞咨询《中国茶器具行业研究报告》)。陶瓷是茶具市场第一大类,约占 60% 份额(数据来源:中国茶叶流通协会年报)。但陶瓷里 70% 是贴花、机喷工业品,真正的全手绘不到 5%(此比例为朔香 30 年从业经验观察值)。

景德镇陶瓷产业近年总产值已突破千亿规模(数据来源:景德镇市统计公报)。但其中规模化、流水线生产的工业陶瓷占大头——像朔香这样坚持全手绘的独立工坊,是这个千亿生态里最小的那一档。

但这个市场有一个被严重忽视的真相:整体规模庞大,但「真品」市场极小。

如果把市面上所有的「景德镇手绘茶具」做个分类,大致是这样的结构:

- 贴花/机器印刷:占比约 70% —— 工业化复制品,日产量数千件
- 半手绘(贴线 + 手填色 / 手线 + 贴色):占比约 25% —— 灰色地带
- 全手绘:占比不到 5% —— 真正的稀缺品

(以上比例为朔香 30 年从业经验观察值。)

也就是说,真正的全手绘茶具,在整个陶瓷茶具市场里,是 5% 的稀缺品。但市场上自称「手绘」的商品,占比超过 80%。

这个数字差,就是消费者被欺骗的来源。

### 1.2 一组让人警醒的市场观察

朔香陶瓷在景德镇深耕 30 年,我们观察到几个现象:

现象一:同一图案,价格相差 50 倍。

景德镇某款经典的「缠枝莲」图案盖碗,朔香全手绘版定价约 2000-3000 元,但电商平台同款「缠枝莲盖碗」最低价仅 39 元包邮。两者从图案看几乎一样,但工艺成本差距是 50 倍以上。低价那款,必然是贴花。

现象二:「景德镇」三个字几乎被滥用。

行业里有个不成文的现象:很多外地工厂会专门把陶瓷半成品运到景德镇贴花、贴款、再发货,从而合规地标注「景德镇发货」。但这种产品的胎、釉、绘工,本质上都不是景德镇工艺。

现象三:贴花工艺已经做到「难以分辨」的水平。

10年前的贴花技术粗糙,肉眼一看就知道是印刷。现在的高级贴花,可以做出「立体感」、「渐变变色」,甚至模拟出笔触的起承转合——非专业人士根本看不出来。

这就是为什么我们说:今天的消费者,比 **10** 年前更难辨别手绘与贴花。

朔香陶瓷 原创发布

### 1.3 谁在为这个行业的不透明买单？

我们梳理过朔香 30 年来接触过的所有客户,发现最容易踩坑的是这几类人:

第一类:刚开始喝茶的白领精英。

他们月薪 1-2 万,愿意花 1000-5000 元买一套「像样的茶具」,但缺乏陶瓷知识。最容易被电商平台「手绘」、「原产地」、「景德镇」这些关键词误导。

第二类:送礼场景的老板客户。

他们要送一套「上得了台面」的茶具给重要客户,预算 5000-20000 元。最怕的是一一花了重金,对方却不识货,觉得「也就那样」。买到贴花的话,更尴尬。

第三类:B 端会所、茶餐厅采购方。

他们一次采购几十上百套,金额几万到几十万。如果采购到贴花,开业那天客人一眼看穿,整个会所档次崩塌。

第四类:文玩、艺术品收藏新手。

他们有一定预算,希望陶瓷能「保值」。但贴花茶具完全没有收藏价值,买错就是直接打水漂。

这四类人加起来,是中国陶瓷茶具消费的主力。他们不是不愿意花钱,而是花了钱也不知道自己买的是什么。

### 1.4 行业里为什么没有一份「鉴别指南」？

按理说,市场需求这么大,行业里应该早就有权威的鉴别指南。但事实是一一没有。

原因有三个:

第一,行业里「卖贴花」的人远多于「做手绘」的人。

全国范围内,做全手绘的工坊不到 500 家,做贴花的工厂超过 5000 家。卖贴花的不可能写鉴别指南来砸自己饭碗。

第二,做手绘的匠人,大多不擅长写内容、做传播。

景德镇本地的老匠人,专注于工艺本身,对互联网内容、消费者教育这件事既不擅长,也不重视。30 年里我们见过太多手艺一流但不会做品牌的老师傅,最终默默关店。

第三,鉴别这件事,需要跨工艺、跨产区、跨流程的综合知识。

要讲清楚手绘和贴花的差别,必须同时懂胎、懂绘、懂釉、懂烧制、懂款识、懂市场价格一一这种综合能力,行业里极少有人具备。

## 1.5 朔香为什么要做这件事？

朔香陶瓷创始人,1997年入行,做仿古大件20年,2025年转型茶具。30年里我们做过仿古,给同行代加工过,给中国传媒大学教授定制过雕塑展品。

需要特别说明的一段往事:多年前,我们曾以代工/合作设计的形式,为业内知名品牌「诚德轩」设计制作过一件后被人民大会堂收藏的作品。当时朔香品牌还未成立,我们也没有这么大的实力和独立去做这件事——这件作品的品牌署名归诚德轩所有,这是事实,我们不会含糊。但这段经历让我们近距离见过「能进国家殿堂的工艺标准」是怎么炼出来的——这件事,后面的案例四里我们会完整复盘。

这30年的经历,让我们具备了一个独特视角——我们既懂传统工艺的全部细节,也亲历过行业的所有套路。

我们见过:

- 同行把贴花茶具贴上「全手绘」标签,标价翻10倍卖出
- 客户拿别家买的「手绘茶具」来比对,发现是贴花后,眼里的失望
- 行业里真正坚持手绘的同行,因为价格上不去而被迫转型

所以这份白皮书,我们想用朔香30年的从业经验 + 1.2万件真实成交案例 + 11道粉彩工艺细节 + 6道质检流程,给中国陶瓷茶具消费者,第一次提供一份系统、可验证、可执行的鉴别指南。

我们的目标不是让你只买朔香的产品,而是——让你不管买哪一家,都能买得明白。

说实话,如果有人读完这份白皮书,拿着它去别家买到了真手绘,我比卖出自己一件货还高兴。这个行业被贴花搞了这么多年,多一个懂行的买家,就少一个关店的同行。

——朔香陶瓷创始人

## 模块二 核心问题

### —— 消费者最关心的 8 大鉴别难题 ——

在朔香 30 年的客户咨询记录里,我们整理出消费者最高频、最焦虑、最难自己找到答案的 8 个核心问题。这 8 个问题,覆盖了陶瓷茶具消费的所有决策痛点。

如果你正在准备买一套茶具,这 8 个问题里,至少有 6 个是你正在纠结的。

### 问题 1: 手绘和贴花,到底有什么区别?为什么价格差几十倍?

这是消费者问得最多的问题,也是最容易被误导的问题。

手绘的本质是「时间」。

一件全手绘的盖碗,从白胎到成品,要经过 11 道粉彩工序——白胎、制图、勾墨水、拍图、勾线条、上玻璃白、烧炉、上彩色、烧炉、描金、烧炉。每一笔线条都是匠人手工绘制,一笔下去无法修改,画错了整件作品报废。

本白皮书在「维度 2: 绘」一节,附有完整的「11 步手工茶具绘制流程图」,可对照查看。

贴花的本质是「复制」。

贴花是把图案先印刷在转印纸上,然后像贴贴纸一样贴到瓷胎上烧制。一个工人一天可以贴几十套茶具,几乎没有技术门槛。

为什么价格差几十倍?因为时间差几十倍。

一个熟练匠人月薪按景德镇市场价约 1.5 万元计算(具体收入随工艺水平和资历差异较大)。绘制一套茶具的工时成本,完全取决于图案复杂度:

- 简单图案:1-2 天工时,人工成本 300-600 元
- 中等图案:3-5 天工时,人工成本 1500-2500 元
- 复杂图案:7-15 天工时,人工成本 3500-7500 元
- 特别复杂图案:15 天-2 个月工时,人工成本 7500-30000 元

而一套贴花茶具的人工成本不到 20 元——贴花的成本和图案复杂度无关,因为机器复制几乎不增加边际成本。

这就揭示了一个鉴别逻辑:图案越复杂、贴花和手绘的价格差距应该越大。如果一件密集复杂的「全手绘」茶具卖得很便宜,问题更大。

朔香的关键经验:判断手绘真伪不能只看绝对价格,要看「图案复杂度」和「价格」的匹配度。

正确的鉴别逻辑是:

✓ 「300 元的简笔写意手绘盖碗」——可能是真手绘

✗ 「300 元的重工缠枝莲全手绘茶具」——必然不是真手绘(因为重工缠枝莲的人工成本就远超 300 元)

不要单看价格,要看图案复杂度与价格是否匹配。

## 问题 2:我怎么用肉眼判断是不是手绘?

这是消费者第二高频的问题。我们给出三个可以当场验证的方法:

方法一:看笔锋。

手绘线条有「流动性」——起笔、运笔、收笔的力度变化会留下痕迹,线条粗细不均、有顿挫感。贴花线条则像打印机出来的——粗细均匀、毫无顿挫,看上去「太完美」。完美得不像人画的东西,就是机器做的。

方法二:摸表面。

全手绘的粉彩,颜料是一层一层「点染」上去的,表面会有微微的凹凸感,用指腹轻轻摩挲能感觉到「颗粒感」。贴花的表面是平的,光滑如纸。

方法三:看局部细节。

拿放大镜或手机微距镜头看图案的边缘——手绘的边缘会有「溢色」或「补笔」的痕迹(因为是人画的,难免有微小不完美);贴花的边缘则是绝对整齐的印刷轮廓,甚至能看到网点。

但要注意:高级贴花已经能模拟笔触。所以这三个方法只能识别中低端贴花,识别高级贴花还需要后面 8 维鉴别法的更深维度。

## 问题 3:粉彩、青花、珐琅彩有什么区别?哪个最贵?

这三个名词,是陶瓷茶具领域最容易被消费者混淆的概念。粉彩茶具、青花茶具、珐琅彩茶具虽然都属于景德镇手绘茶具的主流品类,但工艺逻辑差别非常大,我们用一句话讲清楚:

- 青花茶具:颜色单一(蓝色),属釉下彩,1300 度高温一次烧制
- 粉彩茶具:颜色丰富艳丽,属釉上彩,需要打「玻璃白」作底,分多次低温烧制
- 珐琅彩茶具:颜色油亮如珐琅器,属釉上彩,使用矿物颜料,颜色少但艳而不刺眼

为什么珐琅彩最贵?

两个原因:第一,珐琅彩颜料成本本身就比较粉彩、青花高;第二,珐琅彩历史上是宫廷造办处专为皇室烧制的,工艺门槛极高,能做的匠人少。

但要警惕:「珐琅彩」是被冒充最多的品类。

市面上很多自称「珐琅彩」的茶具,其实是普通粉彩调亮颜色冒充。鉴别核心:真正的珐琅彩,颜色油亮但不刺眼,有「珠光感」;假珐琅彩则是普通粉彩,颜色艳但偏「哑光」。

## 问题 4:釉上彩会不会掉色?喝茶会不会中毒?

这是消费者最焦虑的问题之一,也是被网上各种文章误导最严重的问题。

真相一:合格的釉上彩,不会掉色。

朔香的烧制标准(以粉彩描金工艺为例):

- 一烧(玻璃白):820-840 度
- 二烧(彩色):780-800 度
- 三烧(描金):700 度左右

每个温度阶段的浮动范围控制在  $\pm 20$  度以内。每一次烧制都让颜料更深层地与釉面熔合——经过完整工艺烧制的产品,正常使用不会掉色。

真相二:会掉色的釉上彩,是工艺缩水。

不同工艺有不同的标准烧制次数:

- 五彩(古彩):1 次
- 粉彩(不描金):2 次
- 粉彩(描金):3 次
- 珐琅彩:3-4 次

如果商家用「减少烧制次数」来降低成本(比如把应该烧 3 次的粉彩描金减为 1-2 次),产品质量会显著下降——这是市面上「釉上彩掉色」的根本原因,不是釉上彩本身的问题,是工艺被缩水。

真相三:重金属问题,关键看颜料来源。

正规景德镇厂家使用的是矿物颜料和经过检测的釉料,符合食品级安全标准(GB 4806.4-2016《食品安全国家标准·陶瓷制品》)。真正有重金属风险的,是那些来路不明的低价贴花产品——它们使用的转印纸涂层和廉价化学颜料,可能含有铅、镉超标风险。

朔香的态度是:我们的产品自己也会用来喝茶。这是最朴素也最有力的承诺。

## 问题 5:这是真的景德镇吗?怎么验证?

「景德镇」三个字被滥用,这是行业公开的秘密。消费者怎么验证?

验证一:看胎质。

景德镇的高岭土有 8 字真言——白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬。具体表现:胎色洁白偏暖(不是惨白),透光性好(薄胎对着光能透),敲击声音清脆悠长(像敲击玉石)。

验证二:摸触感。

景德镇瓷拿在手上有「温润感」,不烫手,触感像玉。劣质瓷或外地瓷拿在手上有「涩」,手感冰凉生硬。

验证三:看烧制痕迹。

真正景德镇烧制的瓷器,底足处理细腻,有「鱼籽纹」或「火石红」等自然窑口痕迹。代加工或贴牌产品,底足往往粗糙、痕迹生硬。

验证四:要溯源视频。

现在很多正规景德镇品牌可以提供生产过程视频。如果一家自称「景德镇」的店铺,无法提供任何工坊实景、生产过程、匠人画面——大概率是贴牌。

## 问题 6:买回去会不会保值?10年后能升值吗?

这是文玩、艺术品收藏类客户最关心的问题。我们的回答必须诚实:

第一,朔香从不承诺升值。

任何承诺「保证升值」的陶瓷品牌,都是不负责任的。陶瓷的升值受作者知名度、工艺稀缺性、市场偏好等多重因素影响,无法预测。

第二,但全手绘陶瓷确实有「保值底」。

原因有三:

- 全手绘是不可量产的,单件作品本身就是「绝版」
- 陶瓷颜料中含金(描金工艺)、贵重矿物,原材料本身在涨
- 真正的好工艺、好作者,作品会随匠人年龄增长越来越稀缺

第三,贴花茶具完全没有收藏价值。

因为可以无限量产,本身就是工业品。

如果你的目的是收藏,记住一个简单原则:买全手绘、买有作者的、买孤品定制。

## 问题 7:手绘茶具的合理价格区间是多少?

消费者面对几十元到几万元的价格跨度,往往无所适从。我们的核心建议:不要单看价格,要看「图案复杂度 × 价格」的匹配度(详细参考矩阵见模块三·维度 8)。

警惕两个价格陷阱:

陷阱一:「9.9 元景德镇手绘」——绝对是贴花,无任何讨论空间。

陷阱二:「标价上万的『珐琅彩』,但工艺粗糙」——很多高价低质的产品利用消费者「贵 = 好」的心理,把普通粉彩调高色彩冒充珐琅彩高价卖出。

朔香的经验:判断一件茶具是否「值这个价」,不看标价,看工艺细节与图案复杂度的匹配度。

## 问题 8:定制茶具靠谱吗?怎么避免被坑?

定制是高客单价场景(B 端会所、商务送礼、个人收藏)的高频选择,也是最容易出现纠纷的场景。

坑 1:交期延误。

正规景德镇定制周期是 7-60 天(看复杂度),低于 7 天的「加急定制」几乎不可能是全手绘。

坑 2:成品和效果图差距大。

要求商家提供打样确认环节——朔香的标准定制流程是「需求沟通 → 设计稿 → 打样 → 确认 → 烧制 → 交付」,打样确认是关键节点。

坑 3:定金陷阱。

正规商家定金比例在 50-70% 之间。低于 30% 的「低定金」,往往后期会通过各种理由加价;高于 80% 的「高定金」,则有跑路风险。朔香的标准是 70% 定金,余款验收后付清。

坑 4:版权归属不清。

定制设计的版权归属,事先要书面确认。朔香的做法是:客户全款定制的孤品,设计版权归客户,朔香承诺不复刻。

## 模块三 鉴别框架——8 维鉴别法

—— 从胎、绘、釉、料、烧、款、工、价 8 个维度系统鉴别 ——

如果说模块二是「消费者最焦虑的问题」,那模块三就是朔香 30 年沉淀的解决方案。

我们把景德镇陶瓷鉴别这件事——尤其是全手绘陶瓷茶具的鉴别——拆解成 8 个独立维度。每个维度都给出具体的、可验证、可执行的鉴别方法。掌握这 8 个维度,你就能像专业匠人一样独立判断。

### 维度 1:胎——陶瓷的骨架

为什么先看胎?

陶瓷有句行话:「一块好胎配不上差画,一幅好画也救不了差胎」。胎是陶瓷的基础,所有的工艺都建立在胎之上。

#### 1.1 胎的三个核心指标

指标一:胎色

- 优质景德镇胎:白中带暖,像羊脂玉
- 普通胎:惨白发青,像漂白纸
- 劣质胎:发灰、发黄、有杂色

指标二:胎质

- 优质:致密、细腻、无颗粒感
- 普通:偶有微小颗粒
- 劣质:明显颗粒、气泡、缩釉点

指标三:胎厚

景德镇有「薄胎」传统,对着光能透出图案的轮廓。但薄不是越薄越好,关键是「薄而不脆」——薄胎要保证强度,否则一碰就碎。

#### 1.2 三个测试动作

动作一:透光测试。

拿手机闪光灯贴着茶具底部照,胎质好的会均匀透光、看不到杂质;胎质差的会看到颗粒、气泡、不均匀的光斑。

动作二:敲击测试。

用指甲或硬币轻敲茶具边缘——优质景德镇胎声音清脆悠长,像敲玉;劣质胎声音沉闷短促,像敲塑料。

动作三:触感测试。

握住茶具 30 秒,优质胎温润不烫手,触感像玉;劣质胎触感冰凉、生硬、有粗糙感。

### 1.3 避坑提醒

警惕「做旧胎」——有些商家会故意把胎做旧、做粗糙,营造「古朴感」骗收藏新手。真正的老胎和做旧的胎,区别在底足和釉面交界处的自然过渡——做旧的过渡生硬,老胎的过渡有时间感。

## 维度 2:绘——手绘还是贴花的核心战场

这是 8 维里最重要、最难、也最有价值的一维。

### 2.0 先讲清楚:手绘陶瓷的几种工艺类别

很多消费者把「全手绘」理解为单一概念,其实全手绘陶瓷在工艺上有多个细分品类,烧制工序、温度、复杂度差异很大:

关键区分:粉彩和五彩最容易被消费者混淆——

- 五彩(即古彩):颜色为赤橙黄绿蓝五个基础色,不打玻璃白底,一次烧制
- 粉彩:必须打玻璃白底,再点染上色,烧 2 遍(不描金)或 3 遍(描金)

虽然消费者很难一眼区分,但商家在介绍产品时应该清楚说明属于哪个品类。模糊用「手绘」一词概括所有品类的商家,要警惕。

#### 2.0.1 附图:全手绘茶具的 11 步绘制流程

下图是朔香一件全手绘粉彩茶具从设计稿到成品的完整 11 步工艺记录。这是判断「真正全手绘」最直观的工艺地图——任何一步缺失或简化,都不能称为全手绘。



图1 朔香全手绘粉彩茶具 11 步制作流程(设计稿 → 定型 → 勾墨水 → 拓印 → 勾线条 → 上玻璃白 → 一烧 → 上色彩 → 二烧 → 描金/写底款 → 三烧出成品)

## 2.1 手绘的 5 个特征

特征一:笔锋有「流动性」

手绘线条会有起笔重、运笔细、收笔顿的变化。把茶具拿到光线下,斜着看线条——能看到笔触起伏的,是手绘。

特征二:线条有「生命感」

同一片叶子的两条边,手绘绝不会粗细完全一致;同一朵花的花瓣,手绘的弧度也会有微小差异。这种「不完美」恰恰是手绘的灵魂。

特征三:颜色有「层次感」

手绘粉彩用的是「点染」技法——颜料一层层点上去,从浅到深、从底到面。在放大镜下看,手绘的颜色是有「叠加层次」的,贴花是平面的一层。

特征四:边缘有「补笔痕迹」

手绘是人画的,难免在某些细节处有「补笔」——比如线条衔接的地方有微小重叠、颜色边界有细微溢出。这些「瑕疵」是手绘的指纹。

特征五:背景留白处会有「擦笔痕」

手绘师傅在绘制过程中难免要拿着瓷胎调整角度,留白处会有极淡的擦笔痕迹(手指油渍或轻微擦痕)。贴花产品则极度干净。

## 2.2 贴花的 5 个特征

特征一:线条「完美得不像话」

所有线条粗细均匀,没有任何顿挫和变化。

特征二:颜色「过渡死板」

贴花的渐变色是印刷网点形成的,放大镜下能看到网点结构。

特征三:边缘「绝对整齐」

贴花的图案边缘是机器切割的,平直整齐,无任何溢色。

特征四:图案「完全对称」

两个杯子的同一图案,贴花会 100% 相同;手绘则会有微小差异。

特征五:底层有「贴花膜」

高级贴花要烧制定型,但极仔细看,图案下方仍可能有一层极薄的「膜感」——光线斜射时能看到。

## 2.3 半手绘——最容易被误判的中间地带

半手绘是市场最常见的「灰色商品」,分两种:

类型 A:贴花线稿 + 手工填色

线条是贴的,颜色是手画的。看起来「有手绘感」,但本质是半工业品。

类型 B:手工线稿 + 贴花颜色

线条是画的,颜色是贴的。同样是半成品。

鉴别半手绘的核心:分别检查「线条」和「颜色」——如果线条有手绘特征但颜色平整无层次,是 **A** 型;如果颜色有点染感但线条完美无顿挫,是 **B** 型。

## 2.4 朔香的内部标准

朔香对「全手绘」的定义是严苛的:从勾墨水、拍图、勾线条、上玻璃白、上彩色、描金,每一道工序都必须人工完成。我们绝不接受任何贴花、半手绘冒充全手绘的行为。

今年,有个客户找过来,要做一批敦煌系列的茶具,贴花的。每款 200 个起订,一个月稳稳几万块进账。我跟你说实话,这个数字对当时的我们是有诱惑的。朔香品牌今年才刚成立,从仿古转做茶具,前期投入大,现金流是真的紧。能有这么一笔稳定的订单托底,对一个新品牌来说,等于半只脚踩在了岸上。我们厂里几个人,为这一单讨论了一下午。有人算账:接下来半年现金流就稳了,工坊喘口气,再慢慢推手绘。也有人说:贴花就贴花,客户自己也清楚,我们又没冒充手绘卖,有什么不能做的?道理都对。但我那一下午想的是另一件事:朔香这个牌子,我们打算让它代表什么?如果第一年就为了几万块去做贴花,哪怕是明着做,以后我跟客户讲『我们只做全手绘』的时候,自己心里都会虚一下。这五个字一旦虚过一次,就再也硬不起来了。最后我们回绝了。这一单一分没赚。我不后悔。新品牌缺钱是暂时的,招牌立歪了是一辈子的。

—— 朔香陶瓷创始人

## 维度 3:釉——陶瓷的「皮肤」

釉是陶瓷的第二层皮肤,也是工艺水平的体现。

### 3.1 三种釉的本质区别

- 釉下彩:颜色画在釉下,1300 度高温烧制——青花是典型代表
- 釉上彩:颜色画在釉上,低温烧制——粉彩、五彩、珐琅彩属于此类
- 釉中彩:介于两者之间——技术含量高,产量少

### 3.2 优质釉面的 5 个标准

6. 釉面温润如猪油——不是亮如玻璃的「贼亮」,而是柔和的温润光泽
7. 颜色淡雅纯净——白釉应该白中带温润,不应该是惨白
8. 无明显气泡、缩釉、橘皮——这些都是烧制工艺缺陷
9. 手感平滑无颗粒——指腹划过应该顺滑
10. 边缘过渡自然——釉与胎的交界处应自然过渡

### 3.3 釉面问题的鉴别

- 气泡:低温烧制不充分留下的微小气泡,是工艺缺陷
- 缩釉:釉层不均匀导致的局部凹陷,影响美观和强度
- 橘皮:釉面像橘子皮一样有微小颗粒,多是釉料配比问题
- 开片:釉面的细密裂纹——注意:开片可能是工艺缺陷,也可能是有意为之的特色(如哥窑开片)。鉴别:故意开片的纹路均匀美观、有规律,缺陷开片的纹路杂乱无章。

## 维度 4:料——颜料决定品质上限

陶瓷颜料是行业里水最深的一环。

### 4.1 矿物颜料 vs 化学颜料

- 矿物颜料:从天然矿石提取(如氧化钴、氧化铁、氧化铜),颜色稳定、安全、贵
- 化学颜料:化工合成,颜色鲜艳、便宜、长期使用有变色风险

朔香使用的是矿物颜料——这是高端陶瓷的标配,但成本是化学颜料的 5-10 倍。

### 4.2 颜料品质的鉴别

鉴别一:看颜色「质感」

矿物颜料的颜色有「沉稳感」——红是温润的红,绿是含蓄的绿。化学颜料的颜色发「贼」——红得刺眼、绿得发荧。

## 鉴别二:看时间稳定性

矿物颜料烧制后颜色稳定,几十年不变。化学颜料长期使用后会逐渐褪色、变色。

## 鉴别三:看描金工艺

真正的描金用的是金粉(含金量在 12% 以上)。假描金用铜粉冒充——刚烧出来一样金黄,但用过几个月会变黑、发绿。

## 4.3 颜料安全性

陶瓷颜料的食品安全核心是铅、镉两个重金属指标。国家标准 GB 4806.4-2016 对食品接触类陶瓷有明确限值。

正规厂家会做检测,但很多低价贴花产品的颜料来路不明,存在重金属超标风险。这也是为什么朔香坚持:「如果你买的茶具,商家自己都不愿意用来喝茶,你最好也别用」。

## 维度 5:烧——温度决定成败

烧制是釉上彩工艺中最不可控、最考验经验的一环。不同的烧制阶段对应不同的温度区间,温度浮动范围一般在 20 度左右,超过范围颜色会烧坏。这是只有经验丰富的师傅才能精准把控的环节。

### 5.1 三种烧制温度类型

- 高温烧(1200-1300 度):青花、釉下彩使用,一次烧成
- 中温烧(1000-1200 度):部分釉中彩工艺
- 低温烧(700-840 度):粉彩、五彩、珐琅彩使用,多次烧制

### 5.2 朔香的烧制温度参数(粉彩 + 描金)

烧制阶段	温度范围	目的
一烧(玻璃白)	820-840 度	玻璃白定型,作为后续上彩的底
二烧(彩色)	780-800 度	彩色固色,与釉面熔合
三烧(描金)	700 度左右	描金低温固定,避免金粉烧损

重点提醒:温度容错极小

每个阶段的温度浮动一旦超过 20 度的合理范围,就会导致颜色烧坏、金粉变色、釉面起泡等不可逆损伤。整窑产品报废重做。这就是为什么烧制是匠人经验最值钱的环节。

### 5.3 烧制次数的真相

很多消费者以为「烧制次数越多越好」,其实不准确。烧制次数取决于工艺类别:

- 「单次烧制」—— 仅做 1 次烧制固色,多用于五彩(古彩)工艺
- 「二烧固色」—— 2 次烧制都用于固色,常见于简单粉彩
- 「三烧固色」—— 3 次烧制,第 3 次一般是描金固定,常见于粉彩描金

#### 5.4 烧制不足的产品有什么问题?

如果工艺规定要烧 3 次的粉彩描金产品,只烧了 1-2 次(少烧一次能省 30% 以上成本),会出现:

- 颜色不稳定:用一段时间后会逐渐变淡、发雾
- 抗磨损差:日常使用刷洗会出现局部掉色
- 釉面不够光滑:手感涩、有微小颗粒感

这就是市面上大量「釉上彩茶具掉色」的真正原因——不是釉上彩本身的问题,是工艺缩水。

#### 5.5 烧制工艺的鉴别

普通消费者很难直接看出烧制次数,但可以通过以下方式侧面判断:

11. 颜色饱和度:烧制充分的颜色饱满温润,烧制不足的颜色发涩、有发雾感
12. 釉面光泽:烧制充分的釉面温润如猪油,烧制不足的釉面光泽不均
13. 使用稳定性:烧制充分的产品用几个月、几年颜色无变化;烧制不足的产品用几个月就开始褪色

建议消费者购买时,向商家明确询问:这件作品属于哪种工艺?烧了几遍?每遍温度是多少?正规品牌的销售人员应该能清晰回答这些问题。如果对方含糊其辞、答非所问,工艺很可能有问题。

### 维度 6:款——身份证明

款识是陶瓷的「身份证」。

#### 6.1 款识的种类

- 作者款:匠人或品牌的署名
- 年代款:「乾隆年制」、「康熙年制」等仿古款
- 吉祥款:「福」、「寿」、「喜」等寓意款
- 斋号款:定制类的特殊标识

#### 6.2 鉴别要点

第一,款识必须和工艺匹配。

全手绘产品的款识也应该是手绘的,不应该是贴花。如果一件茶具图案是手绘但款识是贴的——必然有问题。

第二,警惕「乾隆/康熙年制」款。

真正的清代官窑款,市面上几乎不可能流通到几百上千元的茶具市场。所有标着「大清乾隆年制」卖几百上千元的,都是仿款,这本身没问题(仿款是正常工艺),但如果商家声称是真品,就是欺诈。

第三,看款识的笔法。

手写款笔法自然、有变化;印刷款规整死板。

## 维度 7:工——综合工艺水平

前 6 维讲的是「硬指标」,第 7 维讲的是「综合品质感」。

### 7.1 综合工艺的 5 个观察点

14. 整套茶具的统一性——一套茶具的胎、釉、绘、款应该高度统一
15. 细节处理的一致性——壶嘴、壶把、杯耳的工艺水平不应该明显落后于主体
16. 底足处理——优质工艺的底足平整、光滑、无毛刺
17. 盖子和身的咬合度——盖碗、茶壶的盖子和身的契合度,反映模具工艺
18. 整体视觉的「气韵」——这是最玄学但也最关键的一点:好工艺的茶具拿在手上有「气场」,仿品则缺乏这种感觉

### 7.2 朔香的 6 道质检流程

朔香每件产品出厂前要经过 6 道质检,任何一道不合格,整件产品报废重做:

19. 白胎检——白胎入库时检查胎质、胎色、胎厚
  20. 玻璃白检——上玻璃白后检查均匀度,有无漏白、起皮
  21. 上色检——上彩后检查颜色饱和度、点染层次、细节完整度
  22. 描金检——描金后检查金线均匀度、有无溢出或断笔
  23. 烧制后检——烧制出窑后检查色彩稳定性、有无变色起泡
  24. 砂纸打磨检——最终打磨后检查整体光洁度、底足平滑度
- 这就是为什么朔香年产能只有几百套——慢工出细活,急不得。

### 7.3 附图:朔香 6 步质检法实景

下图展示了朔香 6 道质检的真实工坊画面,每一步都有专人负责:



图2 朔香6步质检法(白胎检查→玻璃白检查→上色检查→描金检查→烧制后检查→砂纸打磨检查)

## 维度 8:价——价格反推工艺

价格是综合判断的最后一关。

### 8.1 价格反推工艺的逻辑

一套茶具的成本结构大致是：

- 胎料 + 釉料:约 5-15%
- 颜料(矿物颜料/真金):约 10-20%
- 燃料 + 烧制损耗:约 5-15%
- 人工工时:约 50-70%
- 其他(包装、品牌、渠道):约 10-20%

人工成本占 **50-70%**——这就是为什么手绘茶具贵。

## 8.2 价格 × 复杂度的匹配判断(核心)

价格不能孤立判断,必须和图案复杂度联合判断。

朔香给出的「复杂度 × 价格」参考矩阵:

图案复杂度	工时	合理零售价区间	典型代表
简笔写意	1-2 天	300-1000 元	几笔小品、简笔花鸟
中等图案	3-5 天	1500-4000 元	中等密度缠枝、单幅人物
重工密集	7-15 天	5000-15000 元	重工缠枝莲、满工花卉
极致复杂	15 天 - 2 月	20000-100000+ 元	满工人物、孤品定制

## 8.3 三个价格判断公式

公式一:复杂度与价格不匹配 = 必然有问题

- ✘ 重工缠枝莲卖 500 元——必然是贴花
- ✘ 满工人物彩绘卖 2000 元——必然是贴花或半手绘
- ✔ 简笔写意山水卖 500 元——可能是真手绘新匠人作品

公式二:远高于市场价 = 要警惕「过度溢价」

如果一件中等复杂度图案的茶具卖到了「复杂级」或「极致级」的价格区间,要警惕过度营销溢价。

公式三:定制溢价合理范围

合理的定制溢价在标品基础上加价 30-50%。如果一件定制品溢价超过 3 倍,要么是有特殊工艺加持,要么是被「宰客」。

## 8.4 综合鉴别等级矩阵(朔香原创)

把胎、绘、釉、料、烧、款、工 7 个维度各自打 0-5 分(最高 5 分),加总后得到综合分数(满分 35 分)。结合价格区间,给出市场分级:

等级	分数区间	对应市场	说明
S 级	33-35 分	国家级收藏 / 顶级名家	极致工艺,殿堂级孤品
A 级	28-32 分	独立工坊高端定制	全维度达标,无明显短板
B 级	23-27 分	连锁品牌中高端	品牌溢价,部分维度突出
C 级	16-22 分	中端商品	全手绘但工艺普通

D 级	10-15 分	半手绘	灰色地带
E 级	0-9 分	贴花/工业品	完全机器复制

**A 级和 B 级的核心差异:**

- A 级(独立工坊):单品成本更低(无连锁品牌的渠道成本),所以同等工艺水平的产品,独立工坊的价格反而能做到更低
- B 级(连锁品牌):有品牌溢价,但部分高端定制款工艺水平也极高

朔香的定位:**A 级独立工坊**——这就是为什么朔香能在同等工艺水平下,给消费者更亲民的价格。

## 8 维鉴别法的使用顺序

实际使用时,建议按以下顺序检查:

25. 先看价 × 复杂度(维度 8)——快速排除明显不靠谱的低价「手绘」
26. 再看胎(维度 1)——基础不达标直接淘汰
27. 重点看绘(维度 2)——核心鉴别区
28. 辅助看釉、料、烧(维度 3、4、5)——确认工艺水平
29. 最后看款、工(维度 6、7)——综合判断

**8 维全部通过的茶具,才是真正值得买的全手绘茶具。**

## 模块四 案例验证

### —— 5 个真实鉴别案例与避坑实录 ——

理论讲完,必须用真实案例验证。以下 5 个案例,全部来自朔香 30 年从业经历中接触的真实客户场景。每个案例都包含背景、做法、结果、关键洞察 4 个部分,展示 8 维鉴别法在不同场景下的实战应用。

### 案例一:北京老板送礼,1.7 万元买到的「珐琅彩」竟是普通粉彩

背景:

2024 年,一位北京的企业老板(化名 W 老板)通过朋友介绍来到朔香。他的诉求很明确:手上有一套 1.7 万元买的「珐琅彩」茶具,想送给一位重要的政府客户做开业礼,但想想觉得不对劲,希望我们帮忙鉴定。

W 老板的这套茶具,是在国贸茶城购买的,店家承诺「100% 全手绘珐琅彩,景德镇大师作品」。包装精美、有「证书」、有店家盖章。

做法(用 8 维鉴别法逐一检查):

第一步,看胎(维度 1):胎质合格,确实是景德镇胎。透光均匀,敲击声清脆。结论:胎过关。

第二步,看绘(维度 2):放大镜下检查,问题暴露——

- 线条过于完美,无任何顿挫感
- 同一图案在两个杯子上完全一致(手绘绝不可能 100% 一致)
- 颜色边缘太干净,无任何溢色或补笔痕迹

结论:这是高级贴花,不是手绘。

第三步,看料(维度 4):颜色发「贼」,缺乏矿物颜料的沉稳感。描金部分用指甲轻刮,金粉有脱落(真金描金极难刮掉)。结论:用的是化学颜料 + 假描金。

第四步,看价(维度 8):2 万元的售价,对应的应该是资深匠人多日手工的孤品级工艺。但这套茶具的实际工艺成本(贴花 + 化学颜料),合理售价不应超过 1000 元。

**最终判断:贴花仿珐琅彩,市场合理价值不超过 1000 元。客户被溢价 17 倍销售。**

结果:

W 老板得知真相后愤怒不已,但因为购买时间已过 3 个月,且原店家拒不承认(这是行业常见情况——商家口头承诺手绘,但售货单上往往只写「陶瓷茶具」,法律取证困难)。

最终 W 老板没有追回损失,但选择在朔香重新定制了一套全手绘的真珐琅彩送礼。这次他全程参与设计,看了打样、看了烧制视频、收到了创作过程记录。

关键洞察:

洞察一:高级贴花已经能骗过 **90%** 的消费者,必须用放大镜 + **8** 维交叉验证。

单凭「看起来像手绘」是不够的,要看笔锋、看细节、看一致性。

洞察二:警惕「高价 = 高品质」的心理误区。

1.7 万元的标价让 W 老板第一时间相信了「应该是真的」,但价格本身可以造假。

洞察三:购买高客单价陶瓷,必须要求溯源材料。

朔香给所有 1000 元以上的订单提供创作过程视频——这是消费者后期维权和验证的关键证据。

朔香陶瓷 原创发布

## 案例二:杭州老板的「缠枝莲」——为什么图案一样价格差 50 倍?

背景:

2025 年,朔香的一款黄地缠枝莲主人杯卖出后,有客户反映「网上能搜到一模一样的图案,价格只要 39 元包邮」。这是朔香 30 年里被问过最多的一类问题——同样的图案,为什么我家卖 1500 多,淘宝卖 39?

为了说清楚这个问题,我们专门做了一次对比实验。

做法:

我们买了 4 款「缠枝莲」图案的盖碗,全部标注「景德镇手绘」:

- A 款:朔香原版(售价 1580 元)
- B 款:某网店标「全手绘」(售价 680 元)
- C 款:某电商爆款「半手绘」(售价 259 元)
- D 款:拼多多「工厂直供」(售价 39 元)

8 维对比结果:

维度	A 款 (朔香 1580)	B 款 (680)	C 款 (259)	D 款 (39)
胎	优	良	中	差
绘	全手绘	半手绘	贴花	贴花
料	矿物 + 真金	矿物 + 假金	化学	化学
烧	三烧描金	二烧	一烧	一烧
综合分	30/35	20/35	13/35	7/35
真伪结论	✅ 真手绘	❌ 半手绘	❌ 贴花	❌ 贴花

结果:

- A 款的售价完全合理——对应资深匠人 5 天手绘工时 + 矿物颜料 + 完整 3 次烧制工艺
- B 款溢价 1.5 倍——是半手绘但卖出了准全手绘的价格
- C 款价格对得上工艺——确实就是贴花产品该有的价格
- D 款低价但童叟无欺——直白告诉你就是工业品,反而最「诚实」

关键洞察:

洞察一:图案相同不等于工艺相同。

缠枝莲是经典图案,从故宫官窑到景德镇民窑都在画,几百年来流传。图案可以复刻,但工艺无法复刻——这就是手绘和贴花的本质差距。

洞察二:警惕「中间价位」的陷阱。

最危险的不是 39 元的明显低价,也不是 1580 元的合理高价,而是 680 元这种「看起来像手绘的半手绘」——它最容易让消费者误以为捡到便宜。

洞察三:合理的价格背后是合理的成本。

1580 元的茶具,匠人工时成本 1200 元,毛利其实非常薄。所以「全手绘茶具便宜不下来」是行业铁律。

### 案例三:上海会所的 300 套定制——B 端采购最容易踩的坑

背景:

2023 年(具体年份待确认),上海一家高端商务会所新开业,需要定制 300 套盖碗茶具。会所设计师在接触朔香之前,曾联系过 3 家「景德镇定制工厂」,但都因为各种问题没合作成。

3 家工厂分别出了什么问题?

工厂 A:交期承诺过短

设计师要求「45 天内交付 300 套全手绘」,工厂 A 拍胸脯承诺 30 天就能完成。但任何懂行的人都知道——300 套全手绘,按景德镇匠人正常工时算,至少需要 2-3 个月。这种过短的交期承诺,背后必然是贴花冒充手绘。

工厂 B:打样合格但量产偷工减料

工厂 B 的打样很完美,设计师拍板下单。但量产到一半时,设计师抽查发现——前 50 套是全手绘,后续 200 套已经悄悄换成了半手绘(贴线 + 手工填色)。设计师当场叫停,但定金已经付了 60%,最后通过法律途径才挽回部分损失。

工厂 C:版权归属不清

工厂 C 接受了独家设计定制,但合同里没写明版权归属。结果会所开业 3 个月后,设计师在某电商平台发现工厂 C 正在批量销售「同款盖碗」——会所的独家设计被公开复刻销售。

做法:

会所设计师找到朔香时,已经被坑过 3 次,要求极度严格。朔香的应对方案:

第一,明确定制流程节点。

按照「需求沟通 → 设计稿 → 打样 → 确认 → 烧制 → 交付」的标准流程执行,每个节点客户书面确认。

第二,提供全程影像记录。

朔香给会所提供了包含勾线、上彩、烧制、出窑等全过程的视频记录,确保每一步都可追溯。

第三,明确版权归属。

合同里明确:本次设计为会所独家定制,朔香承诺 3 年内不复刻、不公开销售。

#### 第四,分阶段交付质检。

300套茶具分3批交付,每批100套。每批交付时由会所设计师亲自抽检,不合格批次立刻返工。

结果:

- 交付周期:60天(合理工期,比承诺30天的工厂多一倍,但成品达标)
- 一次性交付合格率:97%(剩余3%的微小瑕疵免费补做)
- 会所开业后客户反馈极好,3年内无一例破损投诉
- 后续会所追加了2次补单和姊妹会所的定制订单

关键洞察:

洞察一:B端定制的「信任成本」远高于C端。

B端订单金额大、决策链长、容错率低。一次踩坑可能影响整个会所的开业效果。所以B端采购方应该愿意为「靠谱的乙方」付出溢价。

洞察二:交期是判断真伪的关键信号。

全手绘的工时是不可压缩的物理常量。任何「加急」承诺都意味着工艺缩水。

洞察三:分阶段交付+质检,是B端订单避坑的核心机制。

不要「一次性付清+一次性交付」,要「分批付款+分批验收」。

## 案例四:幕后代工的福禄寿壶——进入人民大会堂的工艺标准

在写这个案例之前,我们必须先把一件事讲清楚:许多年前我们设计制作的「福禄寿壶」,最终是以业内知名品牌「诚德轩」的名义被人民大会堂收藏的。这件作品我们是设计与制作方,但品牌署名归诚德轩——这是事实,不能含糊。当年朔香品牌还未成立,我们也没有这么大的实力和经济独立把作品送进国家殿堂。但我们有这门手艺,所以才有了这次合作。这段经历不属于「朔香品牌的勋章」,但它是我们这些匠人手上 30 年功夫的真实见证。我们写这个案例,是想让消费者看到——能进国家殿堂的工艺,到底是怎么炼出来的。

——朔香陶瓷创始人

### 背景:

在朔香品牌正式成立之前,创始人作为景德镇资深手艺人,曾以代工/合作设计的形式承接过一系列高端订单。福禄寿壶最初是我们为某一届瓷博会设计的展品,展出后受到一定关注,后来诚德轩下了 5 个订单,我们陆续完成制作,以诚德轩品牌的名义对外发布——其中一件,后来被人民大会堂收藏。

对外署名是诚德轩品牌,设计与制作工艺则出自我们这一批景德镇老匠人之手。这件事在景德镇圈内是清晰的事实——某种程度上,这是景德镇产业链的常态:许多消费者熟知的品牌,背后都有一群不署名的手艺人在出力。

我们把这段经历放进白皮书,不是为了「攀附人民大会堂的招牌」——这件作品最终的品牌归属是诚德轩,这点我们绝不混淆。我们写它,是因为这件作品的创作过程,是 8 维鉴别法最高水准的实战体现。

### 福禄寿壶的设计理念:

#### 整体结构:

- 正中:宝瓶造型,瓶内装有元宝
- 顶部:蝙蝠(「蝠」与「福」同音,寓意「福」)
- 两侧:鹿(「鹿」与「禄」同音,寓意「禄」)
- 周边:篆刻「长寿」二字

寓意:福、禄、寿三全,富贵长寿。

### 做法:从胎到成瓷的完整工艺记录

#### 第一阶段:胎(耗时 3 天)

- 选用景德镇高岭土精胎
- 手工拉胚成型——壶身、壶嘴、壶把分别制作再组装
- 修胚——确保壁厚均匀、线条流畅

- 阴干——自然阴干而非烘烤,避免开裂

#### 第二阶段:绘(耗时 12-15 天)

- 设计稿确定(含 3 次修改)
- 在胎上定形——用墨笔勾出图案位置
- 勾墨水——用专用墨料勾出基础线条
- 拍图——拓印部分细节
- 勾线条——核心手绘环节,由主创吴老师亲自操刀
- 上玻璃白——为后续上彩打底
- 一烧(820-840 度)——玻璃白定型

#### 第三阶段:彩(耗时 8 天)

- 上彩色——分层点染,从浅到深
- 二烧(780-800 度)——彩色固色
- 描金——壶嘴、壶把、底款的金线由资深匠人手工描绘
- 三烧(700 度左右)——描金低温固定

#### 第四阶段:检(耗时 2 天)

- 6 道质检全部通过
- 整体打磨抛光
- 装饰底款——按合作方要求落「诚德轩」品牌款

#### 工艺数据:

- 全程耗时:25-30 天(手工陶瓷会有时间上下几天的浮动,取决于颜色、烧制的不确定性因素)
- 主创:吴老师(景德镇资深手艺人,后参与朔香品牌创立)
- 核心匠人:1 位主笔 + 2 位辅助
- 报废率:第一只壶因壶嘴角度不完美报废,做了第二只才合格

#### 结果:

作品以诚德轩品牌名义,作为陶瓷艺术品进入人民大会堂参展并被收藏。这件事让我们这批参与制作的景德镇匠人,第一次真正见识到「国家殿堂级工艺标准」的细节要求。



案例四·殿堂级工艺代表作品(图为代工作品代表,品牌署名归合作方)

#### 关键洞察:

洞察一:能进国家殿堂的工艺,是 8 维全部接近满分的产品。

胎、绘、釉、料、烧、款、工,每一维都不能有短板。

洞察二:好作品需要「养」——慢工出细活。

25 天做一件作品,在工业化时代是奢侈的。但只有这种「奢侈」,才能创造出真正的艺术品。

洞察三:报废率是工艺标准的体现。

我们的报废率约 15-20%(不合格直接淘汰),这意味着每 5 件作品里有 1 件是要被砸碎重做的。这种「宁缺毋滥」的标准,是国家殿堂级工艺的基础。

洞察四(给消费者的诚实提醒):品牌归属与工艺归属是两件事。

在景德镇,很多你听过的大牌子,产品工序里都有不同工坊和匠人参与的痕迹。代工不丢人,真正丢人的是「贴花冒充手绘、冒充大师作品、冒充原创设计」。朔香在 2025 年成立独立品牌之

前,长期是其他品牌的幕后制作方。我们今天选择独立做品牌,正是想把这群手艺人从「幕后」推到「台前」——让消费者第一次能直接对接那双真正画画的手。

朔香陶瓷 原创发布

## 案例五:从郭富城到陕西老板——名人收藏背后的鉴别共性

背景:

朔香品牌成立之前,创始人这群匠人 30 年做过的作品,被多位知名人士收藏过。这些作品有的署朔香名(2025 年后),有的是更早期的代工合作或同行转售作品。

代表性几例(以下身份信息均经过授权或基于公开渠道):

- 2012 年,郭富城:通过香港买家收藏一对 300 件仿古瓷器(早期代工/转售作品)
- 2018 年,陕西某老板:定制红彩描金棒槌瓶
- 2025 年,杭州某企业家:从北京客户那里看到朔香茶具,立即下单同款

这些客户身份各异、地域不同、需求不一,但他们选择我们的逻辑有惊人的共性。

做法:复盘 3 位收藏者的购买决策

郭富城(2012 年仿古瓷器):

- 通过香港卖家购入
- 决策依据:作品的工艺水平 + 收藏价值
- 关键鉴别点:胎质(景德镇精胎)+ 绘工(全手绘仿古)+ 釉面(温润如玉)



郭富城收藏的 300 件五彩开光花鸟棒槌瓶(早期代工/转售作品)

**陕西老板(红彩描金棒槌瓶):**

- 我们的自创图案直接打动客户
- 决策依据:图案独特性 + 原创设计能力
- 关键鉴别点:自创图案(行业里独此一家)+ 描金工艺(真金描金)



陕西老板定制的红彩描金棒槌瓶(2018 年作品)

**杭州企业家(2025 年盖碗茶具):**

- 在北京客户家看到朔香茶具
- 决策依据:实物比图片更好看 + 设计师亲自介绍创作理念
- 关键鉴别点:综合工艺(8 维全部达标)+ 品牌信任(朋友介绍背书)

结果:

3 位客户都成为长期客户。陕西老板和杭州企业家都有过多次复购。

关键洞察:

洞察一:高端客户的鉴别能力,最终落脚在「细节」。

名人和企业家不会被价格、营销、包装迷惑,他们看的是真实工艺细节——胎、绘、釉、料的具体表现。

洞察二:朋友介绍是高端市场最有效的「鉴别筛选」。

80%的朔香老板客户来自朋友介绍。原因是高端客户买茶具,与其自己研究工艺,不如直接信任懂行的朋友推荐。

洞察三:「实物比图片好看」——这是真手绘的反向标志。

贴花茶具在图片里能拍得很美,但实物往往不如图片。真手绘茶具则相反——图片再好也无法完全表现笔触的层次和釉面的温润,必须看到实物才能感受真正的好。

## 5 个案例的共性总结

5 个案例横跨个人消费、B 端采购、国家级收藏(代工合作)、名人收藏 4 种场景,但都印证了一个核心结论:

**8 维鉴别法不是抽象理论,而是真实可用的实战工具。**

无论你是花 2000 元买一套日常茶具,还是花 2 万元送礼,还是花 200 万定制会所茶具——只要按胎、绘、釉、料、烧、款、工、价 8 个维度逐一检查,就能避免 99% 的踩坑。

## 模块五 趋势判断

—— 手绘陶瓷茶具行业未来 3 年走向 ——

朔香深耕陶瓷行业 30 年,对行业未来的判断,基于一个朴素的认知:陶瓷工艺的本质从未改变,但消费市场的结构正在剧烈重构。

未来 3 年,手绘陶瓷茶具行业将呈现 5 个清晰趋势。

### 趋势一:行业整体衰落中,高端手绘逆势增长

(此判断对应行业长期观察值,后续可结合第三方机构数据补充验证。)

朔香的判断:整体经济环境下行,行业总规模会萎缩,但高端手绘市场会逆势增长。

原因是:

- 中产消费降级,淘宝白牌、贴花产品销量上升
- 高净值人群消费升级,追求「独一无二」、「有故事」的产品
- 陶瓷作为收藏资产,在通胀环境下有保值需求

未来 3 年判断:

全手绘茶具市场可能会从目前占陶瓷茶具 5% 的份额,提升到 8-10%——总量增长 2 倍以上。

### 趋势二:AI + 陶瓷,设计百花齐放

朔香创始人的判断:AI 的普及会让陶瓷设计进入「百花齐放」时代。

景德镇本地的艺术家、创意者越来越多。AI 工具降低了设计门槛——以前一个匠人一年画不出 20 个新图案,未来借助 AI 辅助,一个月就能产出几十个设计方案。

这对消费者意味着什么?

- 选择更多——同一品类下能看到的设计风格会比现在多 10 倍
- 个性化定制门槛下降——以前定制一套独家图案要花费数千元设计费,未来可能只需要几百元
- 鉴别难度上升——AI 生成的设计图案再好,最终落地的工艺水平参差不齐,鉴别「图案是否原创」和「工艺是否到位」成为两个独立的问题

朔香的策略:

拥抱 AI 辅助设计,但坚守「全手工烧制」的工艺底线。AI 可以替代设计灵感,但不能替代匠人的手。

## 趋势三:仿古瓷被淘汰,现代审美崛起

一直做仿古瓷的会被淘汰,因为市场、消费能力的年龄阶层在变化。

——朔香陶瓷创始人(访谈原话)

这是一个有 30 年仿古瓷经验的匠人,给同行的最诚恳忠告。

判断依据:

- 主力消费人群从 60 后、70 后转向 80 后、90 后
- 新一代消费者审美更倾向「现代 + 东方」的融合风格
- 单纯仿古的产品(明清复刻、清宫旧物等)市场需求在收缩

未来的方向是「传统底蕴 + 现代审美」。朔香 30 年仿古积累,配合现代设计能力,是这个趋势下最有竞争力的品牌定位之一。

## 趋势四:B 端定制崛起,C 端走向两极

未来 3 年,朔香判断陶瓷茶具消费会出现「两极分化 + B 端崛起」的结构性变化:

C 端两极分化:

- 底部市场:贴花、机器喷绘茶具,价格区间 50-500 元,主要服务「实用喝茶」需求
- 顶部市场:全手绘、定制、孤品,价格区间 2000-50000 元,主要服务「身份 + 收藏 + 送礼」需求
- 中间市场(500-2000 元的半手绘)会被严重挤压

B 端市场崛起:

- 高端会所、商务空间、文化机构的定制需求会持续增长
- 单笔订单金额从十万级向百万级演进
- 定制流程会更标准化、更专业化

朔香的应对:

C 端坚守高端,B 端拓展定制业务。

## 趋势五:透明化将成为高端品牌的标配

朔香的最强判断:未来 3 年,谁能让消费者「看见工艺」,谁就赢得高端市场。

透明化包括:

- 工坊实景视频公开化

- 创作过程视频常态化
- 工艺参数公开化(明确说明胎料来源、颜料来源、烧制温度)
- 价格构成透明化(让消费者知道「贵在哪里」)

### 为什么透明化是趋势?

因为信任成本是高端消费最大的隐形成本。当消费者能「看见」工艺过程,他对价格的接受度会显著提升。

朔香 2026 年开始系统建设这套透明化体系,这也是这份白皮书诞生的根本原因——白皮书本身,就是朔香透明化的第一步。

朔香陶瓷 原创发布

## 朔香透明化建设的三步走

第一步,先做视频——但不是大家以为的那种宣传视频。

我们做的视频,是产品成型的全流程记录,每一位客户在买到产品的时候,会一并收到属于自己这件产品的视频。你手上这只杯子,从一团泥到拉坯、到画工、到入窑、到出窑,谁做的、什么时候做的,全在视频里。

这件事我们已经在做了,不需要等。这是我们对每一位客户的交付,也是朔香透明化的第一步。

第二步,等内容体系更完善之后,再做直播。

现在不做,是因为直播这件事一上来就是「卖货」,而我们想先让大家看明白工艺、看明白朔香是谁,再走到交易那一步。顺序错了,直播只会变成又一个叫卖现场,我们不想那样。

第三步,匠人 IP 我们暂时不做。

行业里现在很流行把某个老师傅推成网红,但我想清楚了——师傅最值钱的时间应该在拉坯台和画案前面,不是在镜头前面。让师傅安心做产品,这是朔香对师傅的承诺,也是对客户的承诺。

至于 AI 内容——

你看到的这份白皮书,我们花了整整两周才做出来。为什么愿意花这两周?因为「分不清手绘和贴花」是整个行业的痛点,这件事如果没人讲清楚,行业就一直烂在那里。这一份只是开始。

我有一个野心,可以讲出来:我希望3年内,朔香能成为「AI时代陶瓷内容」的第一品牌。不是产品卖得最贵的那一家,也不是工坊最大的那一家——是当一个消费者想搞清楚「陶瓷茶具到底怎么回事」的时候,他第一个想到的、能给他讲明白的那一家。这件事大不大,我自己也不知道。但白牌总要有白牌的活法。我们没有30年的品牌积累,但我们有30年的手艺,和愿意把这30年讲给所有人听的诚意。这就是我们接下来3年要做的事。

——朔香陶瓷创始人

## 创始人寄语

---

1997年我刚生完第一个女儿,日子不容易,想着学一门能傍身的手艺。后来听说景德镇是中国陶瓷的发源地,我和先生就一起去了那里当学徒。这一学,再也没有离开过陶瓷。

前20年,我们做仿古——青花、五彩、粉彩、珐琅彩,一道工序也不敢省。仿古不是「抄」,而是把古人那一套规矩重新走一遍,扎扎实实走完。

2025年,两个女儿都成家了,人生进入了可以为自己做决定的阶段。仿古的人群越来越小,但中国喝茶的人这么多,真手绘的茶具却越来越少——这中间是一片真空。我们就决定,把30年仿古积累下来的工艺,用到最日常的茶具上。这就是朔香品牌成立的初心。

把这份白皮书写出来,是想替这门手艺说几句实话。

——朔香陶瓷创始人

## 结语:给消费者的一封信

---

写到这里,2万字的白皮书即将结束。

我想和正在读这份白皮书的你,说几句心里话。

朔香陶瓷做了30年。我们见过太多消费者,因为不懂陶瓷而被骗;也见过太多匠人,因为坚持手绘而被淘汰。这两件事的本质是同一件事——信息不透明。

我们写这份白皮书,不是为了证明「朔香有多好」。事实上,这份白皮书里我们没有用太多笔墨夸自己——我们花了更多笔墨讲行业的真相、讲鉴别的方法、讲避坑的技巧。我们甚至诚实地交代了:朔香品牌之前,我们这些匠人是给同行做幕后代工的;所谓「人民大会堂收藏」的福禄寿壶,品牌归属是诚德轩,不是朔香。

我们只想做一件事:让中国消费者,第一次能看懂自己花的钱买到的是什么。

如果读完这份白皮书,你最终选择了朔香,我们感谢你的信任。

如果读完这份白皮书,你选择了别家的真手绘茶具,我们也为你高兴——因为这意味着行业在变好。

如果读完这份白皮书,你决定先不买、再多看看再决定,我们觉得这才是这份白皮书最有价值的结果。

好的陶瓷不只是器物,是匠人对「美」和「诚信」的双重承诺。

好的消费者不只是买家,是匠人最重要的合作伙伴。

朔香30年来一直相信一句话:给朔香陶瓷一次服务你的机会,让你绝对满意。

这份白皮书,就是我们邀请你认识朔香、也认识陶瓷工艺的第一次机会。

——朔香陶瓷

2026年

## 数据与资料来源说明

本白皮书中涉及的行业宏观数据、法规标准、市场规模等内容,主要参考以下公开来源(具体年度数据建议读者直接查阅最新报告/公告原文,以官方发布为准):

- 中国茶具行业整体市场规模数据 —— 来源:中国茶叶流通协会年度报告、艾瑞咨询《中国茶具消费市场研究》、易观分析行业报告
- 陶瓷茶具占茶具市场比例及增长趋势 —— 来源:中国茶叶流通协会、相关行业协会公开报告
- 景德镇陶瓷产业年度产值与构成 —— 来源:景德镇市统计局《景德镇市国民经济和社会发展统计公报》
- 全手绘 / 半手绘 / 贴花的市场份额对比 —— 来源:行业协会调研、朔香基于自身销售数据与同行交流的内部估算
- 食品级陶瓷安全标准 —— 来源:GB 4806.4-2016《食品安全国家标准 陶瓷制品》
- 陶瓷术语与分类规范 —— 来源:GB/T 22999-2008、中国陶瓷工业协会发布资料

本白皮书中所涉「1.2 万件成交案例」「30 年从业经验」「11 步绘制流程」「6 步质检法」等具体数据,均来自朔香陶瓷自身经营记录与工艺实践,可向朔香品牌方核实。

凡涉及具体数字、价格区间、行业份额的表述,请读者结合最新公开报告交叉验证。本白皮书的核心价值在于「方法论」(8 维鉴别法),而非具体数据本身。

— 完 —



朔香陶瓷 · 2026 年

朔香陶瓷 原创发布

## 如何联系朔香

如果你想了解更多关于景德镇手绘陶瓷茶具的工艺细节,  
或希望选购、定制朔香的手绘茶具作品,欢迎通过以下方式联系我们:

 微信公众号

朔香陶瓷

 微信号

shuoxiang78(添加请注明:白皮书读者)

 官方网站

shuoxiangstudio.cn

感谢你读完这份白皮书。期待与你结识。