



景德鎮可以重振當年雄風嗎？

鄭曼文、黃妙琴、潘逸思、李萬隆、劉筠妍



第一部分：簡介

景德鎮以陶瓷聞名於國際，有瓷都之稱。景德鎮久遠的制瓷歷史“始於漢世，起於唐，興於宋，盛於明清”，吸引了世界的目光，然而自改革開放以來，由於體制、觀念落後等原因，景德鎮的陶瓷廠失去了整體的競爭力，令景德鎮瓷器落後於德國、日本等世界制瓷大國，日用陶瓷和工業陶瓷市場佔有率逐漸縮小，在過往陶瓷工業佔景德鎮GDP的比重曾經高達60%，但在2004年，這個比重僅為8%左右。於2001年時，省委孟建柱書記提出“重振瓷都雄風，把景德鎮建設成爲經濟重鎮和歷史文化與現代文明融爲一體的江南旅遊都市”的發展構思，希望爲景德鎮的發展找出新的戰略方向和目標。

在2008年初召開的景德鎮市委第九屆第四次全會上，景德鎮市委書記許愛民和市長李放均在講話中明確提出要“加大招商引資力度，引入國際國內知名陶瓷企業，形成產業鏈，培育產業集群，要形成融合高科技陶瓷、建築陶瓷、日用、藝術等企業爲一體的大陶瓷格局”可是景德鎮是否具有發展潛力來達致上述的目標？在技術上和生產規模上會有什麼問題和局限，而景德鎮又有什麼優勢讓其繼續擁有瓷都之名而不被國內和國外的競爭對手所奪？

在本報告中，我們將會詳細分析景德鎮發展瓷器優與劣，從而探討景德鎮能否重振昔日的光彩，並同時提出一些建議作爲參考和總結。

第二部分：方法論

本報告將會採用SWOT分析法(即態勢分析法)。SWOT分析法實際上是對企業內外部各方面的內容進行綜合和概括，進而分析組織的優勢(Strength)和劣勢(Weakness)、面臨的機會(Opportunity)和威脅(Threat)的一種方法。通過SWOT分析，可以幫助企業把資源和行動聚集在自己的強項和有最多機會的地方。本報告將會透過SWOT來分析景德鎮發展陶瓷的優劣勢、機會和威脅，從而探討景德鎮可否重振當年的雄風。

第三部分：重振雄風之可行性

(一)優勢

自古以來，景德鎮擁有“景德鎮，萬國來求”的美譽。在中國加入WTO後，景德鎮在全球一體化的過程中是會面臨各方面的挑戰，但景德鎮還是有很多發展的優勢以保持自身的實力。

第一，景德鎮擁有豐富的陶瓷歷史文化資源和品牌效應是其發展的最大優勢。一直以來，中國數個產瓷區均想爭奪“瓷都”的名號，但擁有一千多年制瓷歷史的景德鎮一直穩坐“千年瓷都”的名號，得到全國的一致認可，因此景德鎮成爲了國內瓷器的中心點，更甚的是景德鎮的陶瓷也在全球的華人圈中獲得了「廣泛的認同和高度的評價」^[1]。這是因爲景德鎮建立起了陶瓷品牌，而且這品牌的知名度非常高，因此，現在大家一談起陶瓷，第一個想起的就是景德鎮；又或者提起景德鎮就會想起其陶瓷品。所以擁有高源遠流長的陶瓷歷史文化和

「品牌優勢」^[2]，使“白如玉，明如鏡，薄如紙，聲如磬”的景德鎮陶瓷聲名遠播，譽享全球。這就是景德鎮的陶瓷業得以一直持續發展的優勢之一。

第二，景德鎮不但是人才濟濟，也能做到積極培訓人才。由於景德鎮發展瓷器有悠遠流長的歷史，所以擁有大量的能工巧匠，單是本地的中國工藝美術大師就有12人；中國陶瓷藝術大師也有9人；陶藝教授、省級陶藝大師近百人和陶藝家數千人；就連「陶藝從業人數也是全國最多的」^[3]。再者景德鎮擁有中國惟一一所專門培養陶瓷高級專業人才的高等學府－景德鎮陶瓷學院，該院每年向社會輸送大量的人才，使景德鎮的製瓷業中有「高素質的新血注入」^[4]，有助景德鎮的陶瓷業持續發展，大量的人才是景德鎮的陶瓷業可以再創高峰的優勢之一。

第三個優勢是景德鎮的陶瓷研究開發體系越趨完善。景德鎮一直致力於製陶技術上的科研，已經擁有三所三級研究機構致力於科研工作，包括輕工業陶瓷研究所、江西省陶瓷研究所和景德鎮市陶瓷研究所；再者景德鎮陶瓷學院除了上文所說的積極培訓人才外，也做出許多科研成果，令景德鎮的製瓷技術更上一層樓。現在，景德鎮也是中國的陶瓷檢測中心、標準中心和資訊中心，擁有「完善的陶瓷研究開發體系」^[5]，使景德鎮的瓷器生產技術越趨成熟。

最後，景德鎮內擁有豐富的製瓷資源和原料。自從江西景德鎮的製瓷工人在昌江邊的高嶺山上發現了一種含鐵量低、可塑性強的優質制瓷原料，即“高嶺土”，人們就開始用高嶺土生產瓷器，燒製出前所未有的高品質瓷器，不僅僅是令瓷胎的質地大大改進，高嶺土的高度的可塑性也使燒製大件器物的可能但大大提高。^[6]因而我們現在看到的景德鎮瓷器也是用高嶺土燒製而成的，品質得到保證。加上景德鎮市的自然資源豐富，主要礦產有瓷石、高嶺土、煤、鎢、砂金、銅、螢石、硫磺、鍛石石、大理石等，其中以瓷石、高嶺土蘊藏量最為豐富，目前探明的儲量，仍然「可開採300多年」^[7]。有如此豐富的製瓷原料的提供，不斷支持瓷器的生產，雖然300多年後景德鎮要面臨資源耗盡的問題，但目前的情況是非常樂觀的，景德鎮仍然可以運用瓷石和高嶺土生產出更多的高素質瓷器，所以目前豐富的製瓷資源的確是景德鎮陶瓷業發展的另一大優勢。

(二)劣勢

在最輝煌的時期裡，景德鎮的陶瓷產值佔全國20%以上，但當中國開始改革開放，步向市場經濟，「景德鎮便衰落起來」^[8]。在2003年，景德鎮的陶瓷年產值有20億元人民幣，是全市國民生產總值的15%，但與潮州的117億元人民幣陶瓷銷售額相比，景德鎮的陶瓷業可謂遠遠落後，從表一的2002年的產值和數據中可得知其差異。

表一：佛山、潮州、泉州、景德鎮的陶瓷產值稅收就業出口及市場比較

地名	產值	稅收	就業	出口 (萬)	陶瓷城	上市公司
----	----	----	----	--------	-----	------

	(億元)	(億元)	(萬人)	美元	(平方米)	(個)
佛山	220	4.9	15	15476	94000	1
潮州	65	2.5	10	26680	25000	0
泉州	38	1.8	8	12563	20000	0
景德鎮	14	0.2	8	1819	5000	0

來源：《景德鎮陶瓷》2002年第12卷第2期

陶瓷技術的有限度傳授是景德鎮其中一個弱項，雖然現在有一些陶瓷學院提供培訓，但大多數傳統的陶瓷師傅都是以師徒相傳和家傳的方式去傳授技術，令技術不能廣泛地繼承下去，「不利陶瓷業發展」^[9]，他們注重口頭傳授技藝，凡事都依據舊有的做法，創新能力大大減退，阻礙市場開拓，這是景德鎮民窯制度文化的歷史局限性。另外，即使景德鎮培育出陶瓷精英，他們很多都被「挖角」到外地工作，被外地更優厚的薪酬和福利所吸引(見表二)，這導致嚴重的人才流失，景德鎮要面對青黃不接的危機。

表二：佛山、潮州、泉州、景德鎮的人才、用電、勞力和土地價格比較

地名	(國家級)陶藝大師 (個)	陶瓷院所 (個)	電價 (元/度)	工業用地 (萬元/畝)	勞工月薪 (元/人)
佛山	2	2	0.75	10	大約1000
潮州	3	2	1.00	25	大約1000
泉州	1	5	0.72	12	大約800
景德鎮	12	8	0.54	8	大約500

來源：《景德鎮陶瓷》2002年第12卷第2期

此外，陶瓷業的高度分工製作模式和小型生產規模亦是景德鎮的缺點。陶瓷業是一種手工業，整個製瓷過程包含很多工序，例如掘土、燒窯和彩繪等等，每個工序都由特定的師傅負責，分工仔細，各人只能專注做好自己的工序，不能兼顧其他，形成一個流水式製作過程，但當其中一些師傅未能順利完成工作，這種高度分工和專業化的生產模式便會阻礙整個工業的運作，成為「景德鎮陶瓷業組織上的落後」^[10]。同時，景德鎮的民營陶瓷企業生產規模較小，政府亦沒有大力支持它們的發展，當沿海地區的企業正在引入資本去擴大業務，景德鎮還沉醉於計劃經濟體制下的業績和霸主地位，「沒有積極找尋進步空間或提高生產力」¹。在2002年12月，景德鎮政府決定整頓陶瓷出國展銷的秩序，嚴厲打擊違法的展銷活動，政府更收回一些2002年發出的護照，而其中的大部份人本身打算到國外展銷瓷器去賺取可觀收入，但因為護照被沒收，當地人只可看著其他縣市的商戶出國賺外匯，而景德鎮的民營陶瓷企業便在海外市場的開拓中嚴重受挫。

景德鎮的另一個弱點是原料消耗快和資金不足。由於景德鎮的資金遠不及沿海發展地區，只可以眼見別人實

行現代化生產去提升技術水平，並不斷引進人才和設備，但本土的陶瓷業就缺乏先進設備，因此令景德鎮在技術和生產規模各方面都不敵沿海地區。正正因為製瓷技術不太好，景德鎮的陶瓷業便需要大量原料才能製瓷，科技的落後加快了高嶺土的消耗速度，原料短缺可能會成為將來的問題。另外，景德鎮亦失去了瓷土優勢，人們已熟練掌握生產優質瓷器的原料，他們能採取化學方法去提煉，使本來較差的原料變成優質原料，又能使用大型機械去掘出深藏地下的原料，製瓷的高嶺土再不是景德鎮獨有，這些都損害了景德鎮的瓷土優勢，降低競爭力，

「吸引商人在其他地方發展陶瓷業」^[11]。

其次，**交通不利的區位因素**亦是其弱點。儘管擁有昌江、206國道、九是高速公路，皖贛鐵路和羅家機場等運輸網絡，但由於航班少、旅遊列車次數少，河道窄淺，萬俊毅(2003)和鄭海天(2003)認為這對出行的景德鎮人和對來進行商務活動的人來說，人們普遍感到有些不方便，極大地影響到景瓷的流動和銷售。其次，隨著“長三角”的經濟區迅速發展，景德鎮的發展不能限於江西，獨特的區位決定了其經濟發展必須主動融入“長三角”經濟

圈，不僅僅只是“金三角”^[12]的發展區域，從景德鎮到上海、南京、杭州、合肥及武漢都不到500公里，若果不儘快建立高速公路的交通網，交通不利的因素將會影響景德鎮的區位優勢和長遠的發展。

最後，**旅遊淡旺季亦會影響景德鎮的陶瓷業**。由於一些氣候因素和客源市場的假期因素，景德鎮旅遊業的「季節性是十分強」^[13]，如果處於旅遊旺季，遊客人數和消費額便足夠支撐陶瓷業，但當處於旅遊淡季，在景德鎮購買瓷器的遊客人數必定會降低，陶瓷業的生意額也會減少，這樣為陶瓷企業帶來不利消息，它們的收入要視乎旅遊淡旺季的不穩定市場因素所影響。

總括而言，景德鎮的弱項可見於人才流失、生產模式的過度分工和規模小、原料使用欠效率和旅遊淡旺季的影響。

(三)機會

景德鎮之發展除了受其自身之優劣因素影響之外，更由於陶瓷產品主要依賴外銷的性質，外在環境因素扮演著更重要的角色。因此，景德鎮之發展機遇，要根據其本土性的長短優劣，充分配合外在的形勢，取長補短，達至最大的成果。

現在景德鎮的機會主要分為三個範疇：

首先，景德鎮應注重**走旅遊商品陶瓷路線**^[14]，強調以陶瓷作為旅客最佳的紀念品選擇。隨著中國經濟高速發展，國民收入大幅上升；與及廿一世紀以來國內外投資的急劇增加，配合零一年中國加入世界貿易組織(WTO)所帶來機遇，中國本土的旅遊業實在有著前所未有的發展商機。而伴隨著旅遊業的配套設施和支援服務也相繼蓬勃發展，如服務性行業、旅遊商品市場等。然而，據了解約有30%的入境旅客買不到滿意的旅遊商品，可見中國的旅遊商品市場仍有很大的發展空間。所以，集特色性、藝術性與實用性相結合、環境保護及標準化四個旅遊商品原則於一體的陶瓷，絕對可以憑藉其在這一方面的優勢，於發展中的市場分一杯羹，佔一席位。其發

展成重要旅遊紀念商品的可塑性依然是很大的。

[15]

其次，**積極發展電子商貿**亦是景德鎮的一個機會。無可否認，景德鎮的瓷器依靠出口外銷為主，企業規模、跟買家的關係及高效率在這種銷售模式中是十分重要的。可是，一直以來，景德鎮陶瓷藝術主要以小作坊的生產方式運作，在資金、技術及體制三個方面也深受限制。單憑原本的優勢、「千年瓷都」之美譽，實在難以跟激烈的國內外市場如佛山、日本、德國等競爭，獨立自己的世界藝術品牌形象。發展網絡貿易，既可克服了地域上和時間上的限制，又可跟世界各地的買家保持緊密聯繫，以高效率，低成本優勢成為貿易發展新趨勢。此舉亦可擴大景德鎮的內在優勢，增強競爭力，加速融入現代化的國際陶瓷市場。

最後，**推動改革，招商引資**，可強化本身優勢，改善不足之處，為景德鎮打好更穩固結實的基礎。針對景德鎮陶瓷產業現存的弱點及弊端，全面推動科技創新、產業創新、管理創新，走向現代化的生產模式，吸引外來投資。在科技創新方面，在景德鎮打造陶瓷工業園和陶瓷科技園，進行產業研究、科研提升，再融合傳統工藝，達至國際技術水平。產業創新方面加快改革民營經濟的發展，擴張生產規模，令陶瓷產業形成現代企業化的生產，增強集聚效應。管理創新方面引進現代化的管理思維，推動國營企業的改革及改制，如退城進園，有助實現陶瓷企業的脫困及發展。

(四)威脅

所謂「知己知彼，百戰百勝」，景德鎮現時面對著國內外的威脅，成為景德鎮永續發展的障礙，因此必須先了解其國內外的挑戰，方能對症下藥，重振其陶瓷發展事業的威名。

首先，**在國內的威脅方面**，景德鎮面對其他地區陶瓷業的崛起，使其製瓷業的競爭力減弱，漸漸落後。劉志達(2005)指出景德鎮陶瓷產業佔全國國民經濟的比重不斷下降，不論是產業規模還是創匯水平，都遠落後於佛山、唐山、潮州、宜興等地區，可見景德鎮的陶瓷工業面對巨大的威脅。以佛山為例，自2007年起，中國陶瓷城及二期工程、瓷海國際·佛山陶瓷交易中心、佛山創意產業園、石灣衛浴城等眾多高檔次大面積陶瓷企業的展覽會及營銷中心在南莊石灣湧現，使其陶瓷業形成龐大及專業的市場體系。可見由批發市場、專業陶瓷市場以致精品展銷中心及大型綜合交易市場，都順應了佛山陶瓷產業升級的整體需要，然而，景德鎮卻缺乏這一條件。加上景德鎮瓷製品資金投入偏少，使之更形遜色。吳晟(2007)指出自改革開放後，政府對景德鎮陶瓷企業的投資比其他地區少20倍，故此在資金不足的情況下，陶瓷的發展實在有限，不敵新興的陶瓷工業地區。

在國外威脅方面，景德鎮面對品質高的國外陶瓷企業。日本、英國、德國等將其大規模生產的瓷器大量傾銷輸往中國。由於其品質高和設計新穎，吸引力遠高於景德鎮的陶瓷產品。正如王雲霞(2005)指出景德鎮陶瓷都是手工製造，瓷器的釉面感覺不甚平滑均勻，外觀上難以媲美外國的瓷製品。以德國迪邦產品為例，同樣是採用了裹足滿釉墊燒方法，但由於技術高，其產品底部光滑，擁有較強的競爭力。相比海外瓷器而言，景德鎮陶瓷的造型欠缺創意，使之相形失色。在首屆景德鎮國際陶瓷博覽會中，有多家國外陶瓷生產廠家的產品造型五花八門，設計新穎。展出的日用瓷，採用貼花紙及手繪相結合的裝飾法(圖一)，令每件製品都有所不同。唯景德鎮瓷器的設計都是十多年前的設計，沒有創新和特色，其裝飾主要是傳統裝飾，特別是日用瓷方面，色調甚為單一，大多採用青花裝飾(圖二)，難以滿足消費者要求，亦不能引起買家的購買欲。



圖一 德國陶瓷

來源：淄博美倫陶瓷禮品公司



圖二 景德鎮陶瓷

本源：中國藝苑

隨著國內經濟急速發展以及社會主義市場經濟體制的建立，景德鎮陶瓷業的生產壟斷面臨被打破的局面。佛山、潮州、唐山等的陶瓷業正發展得如火如荼，其產品生產已經超越景德鎮，使之失去昔日發展陶瓷產業的優勢。在國外，外國入口的瓷製品無論在品質及設計上均比景德鎮的水平高，吸引力遠比之強。面對此等挑戰，景德鎮若能發揮原有的優勢，加上創新的思維，抓緊機遇，那麼重振雄風是指日可待的。

第五部分：小結

我們將上述的觀點中我們可以得知景德鎮在世界的陶瓷上仍享有地位和品牌，同時擁有一流的人才和技術，實在有潛力可以得到更佳的发展，然而也面對人才外流和不穩定的市場因素影響。

事實上，景德鎮的機遇在於市場對其陶瓷產品需求大，可是礙於生產規模有限，沒有發展出具景德鎮特色的創新陶瓷技術，因此面對不少國內和國外的競爭對手，景德鎮能否重振雄風實在要視乎當地政府能否把握自身的優勢和機會，同時加快改變生產規模，配合全面的市場銷售策略，積極增大景德鎮的陶瓷市場佔有率。

第六部分：建議

針對現時景德鎮在發展陶瓷的弱點和國外國內的激烈競爭，當地政府必須在景德鎮的整體規劃、陶瓷生產及市場銷售方面入手。

首先，在**整體規劃**上，**景德鎮需要成爲區域上陶瓷創新技術輸出的地區**，著力穩坐“瓷都”之地位。景德鎮擁有高技術的人才對於發展更高的陶瓷技術有積極的推動作用，然而由於景德鎮陶瓷技術勞工工資低及技術傳授的效率不高，人才流失嚴重，因此景德鎮有必要完善勞工的福利和提高工資，才可以與國內的陶瓷工廠競爭。同時，景德鎮應該著力在訓練人才上，以更高的陶瓷技術鞏固“瓷都”之地位。

其次，景德鎮應利用自身的區位優勢和陶瓷技術，**積極成爲鄰近陶瓷地區技術支援中心**，更重要的是加強與其他陶瓷地區的技術交流。原因是景德鎮的陶瓷技術大部分仍停留在過往的陶瓷技藝上，雖然其水平出眾，但沒有新的陶瓷代表技術，在國內佛山的納米陶瓷、楓溪新型節能環保陶瓷、德化的西洋工藝都極具特色，對於景德鎮的傳統陶瓷工業在市場上的佔有率有極大的威脅，爲了能轉危爲機，必須加強與國內其他的陶瓷區交流，以免出現惡性競爭，影響中國整體的瓷器的質量。事實上，景德鎮近年積極發掘新的高新陶瓷技術，而且效果理想，

[16]

「法藍瓷」便是其中一例，因此當地政府需要加強與其他陶瓷省份的交流，提升自身在陶瓷區域上的地位。

在生產模式市場銷售方面應更具創新的思維。正如陳永華(2002)提出「重振瓷都雄風，關鍵在於創新」，因此不論是在觀念上或是體制上都應該走上創新之路，才能迎合21世紀的市場對陶瓷需求。

在生產模式上，必須重新整合鬆散的陶瓷企業。黃勇(2003)指出景德鎮的陶瓷企業缺乏連續與明確的集團發展策略，組織結構不完善，導致資源浪費，陶瓷質素參差。因此擴大陶瓷企業的生產模式，並且完善生產組織是必要的，具規模的陶瓷企業在陶瓷生產的質量上有較大的保證，有助景德鎮增加市場的佔有率。

另外，發掘有創意潛質的陶瓷人才，參與陶瓷產品的設計和包裝，並配合適當的市場推廣是必須的。現時景德鎮在產品設計都是停留在花鳥和山水圖案，造型設計欠缺新意，因此我們建議當地企業多做市場調查和國際交流合作。

[17]

「瓷博會」是非常好的陶瓷市場推廣平台，應多舉辦類似的推廣活動，增加「景德鎮瓷器在市場上的知名度」。

[18]

名度」。

最後，景德鎮的陶瓷發展須結合藝術性和實用性，提高產品附加值，以迎合市場多變的需要，也應建立陶瓷信息中心。市場上對陶瓷極具需求，同時對瓷器的藝術和實用性的要求提高，可是景德鎮的瓷器種類都是低中檔的日用陶瓷為主，質最參差，而藝術性高的陶瓷產量則較小，令景德鎮的競爭力降低。多元化的陶瓷產品，無論是建築衛生陶瓷、高科技陶瓷、高檔日用和藝術陶瓷等都應多方向地發展，同時要積極發展陶瓷訊息中心，以應付多變的市場需求，即使在陶瓷業面對旅遊淡季時，也可以作彈性的調整，無懼市場競爭對手的威脅。

事實上，景德鎮擁有陶瓷品牌優勢和傳統技術，若果能夠發揮自身的區位優勢，加強與國內陶瓷地區的交流與聯繫，發展創意的陶瓷產品和設計，配合良好的市場推廣，以及政府整體規劃的推動，積極整合陶瓷企業生產模式，確立在國內外市場的領先地位，這樣重振雄風是指日可待。

第七部分：總結

景德鎮擁有豐富的制瓷資源、人才、技術等優勢，可是礙於生產模式、觀念和體制落後，令景德鎮陷於衰落的局面，加上外來的陶瓷競爭激烈，正如本報告提及的國內對手，如佛山、泉州和潮州；國外的競爭，如德國、日本和英國，他們均吸收了景德鎮的陶瓷技術，繼而發展出獨特和高質素的陶瓷產品，令景瓷面對極大的挑戰，然而現有的陶瓷市場需求大，並且隨著科技的進步，景德鎮也擁有重新發展的機遇。

只要當地政府著力推動景德鎮在創新科技方面的發展和生產模式的轉型，加大自身的優勢，將現時的「危機」轉化為發展機會，儘快研發具景德鎮特色的陶瓷技術；生產和制作多樣性給和高品質的陶瓷產品；發展高檔

次的日用陶瓷，提升景瓷的附加值，加上其品牌吸引力的要素，景德鎮有望重回昔日雄風。

當然要「重振雄風」是需要時間，只要抓緊在全球化之下的陶瓷市場方向，革新傳統的陶瓷產品和技術，結合實用性和藝術性，以高新技術為目標，建立一套完善的生產和銷售模式，並加上景德鎮長遠的文化內涵，發展為一個培育陶瓷技術的人才和創新的陶瓷信息中心，發揮區域優勢，與國內的陶瓷技術進行交流和合作，爭取陶瓷技術互補的雙贏局面，減低惡性競爭，積極成為中國陶瓷的中心，甚至亞洲的陶瓷中心，這樣才能無懼全球的陶瓷競爭和挑戰。

本人聲明，除明確註明來源的資料外，現提交的作業是本人的原創。本人並確認本人知道在網址
<<http://www.cuhk.edu.hk/policy/academichonesty/>> 所載的大學有關學術著作誠信的政策及規則，及適用於犯規事例的紀律指引及程序。

Cheng Man Man;Lau Kwan Yin

Wong Mui Kam;Poon Yat Sze ;

Li Man Lung 21-1-2009

簽名	日期
Cheng Man Man;Lau Kwan Yin;Wong Mui Kam;Poon Yat Sze;	07633803;07621344;
Li Man Lung	07617094;07630903;07621091

姓名	學生證號碼
GRM3121	Jiangxi Fieldtrip Report

科目編號	科目名稱
------	------

參考書目

王雲霞：“國際競爭氛圍下的景德鎮瓷器”，《中國陶瓷工業》，2005年，第12卷第2期，頁26-39

方振武：“景德鎮陶瓷業發展的戰略思考”，《景德鎮陶瓷》，2007年，第17卷第1期，頁1-3

江葆華、汪雪媛：“充分利用景德鎮陶瓷文化優勢完善陶藝教學：打造江西特色教育品牌”，《景德鎮陶瓷》，2006年，第16卷，第2期，頁1

- 冲雲、啓輝：“互聯網技術與景德鎮陶藝”，《景德鎮陶瓷》，2002年，第12卷第1期，頁3-8
- 吳晟、陈斌、余炳才：“江西陶瓷產品競爭力研究與探討”，《商場現代化》，2007年，第510期，頁210
- 李興華、饒俊南：“[景德鎮民窯制度文化的價值思考](#)”，《[南昌大學學報\(人文社會科學版\)](#)》，2003年，第3期，頁105-110
- 周文水、俞宏章：“瓷都景德鎮：沒落的貴族”，《[時代潮](#)》，2004年，第21期，頁 24-26
- 周員凡、曾巧蓮：“景德鎮無形資產的保護、利用和開發”，《景德鎮陶瓷》2004年，第14卷，第3期，頁49
- 沈盛生、沈暉：“景德鎮陶瓷包裝裝璜改革隨想”，《景德鎮陶瓷》，2001年，第11卷，第1期，頁11-12
- 許愛民：“[建設景德鎮陶瓷科技城，提升區域創新競爭力](#)”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第2期，頁1
- 許劍雄、齊霞、殷耀如、李貞：“[析景德鎮的陶瓷資源及發展戰略](#)”，《景德鎮陶瓷》，2005年，第5期，頁7
- 陳永華：“重振瓷都雄風，關鍵在新創新一考察佛山、潮州、泉州陶瓷業的啓示”，《景德鎮陶瓷》，2002年，第12卷，第2期，頁1
- 陳立立：“景德鎮千年瓷業興衰與崛起的思考”，《[江西社會科學](#)》，2004年，第 12期，頁112-121
- 張弛：“[論景德鎮瓷業的衰落](#)”，《廣西民族學院學報—哲學社會科學版》，2003年，頁57、63-67
- 殷耀如、黃麗萍、熊亞丹：“[景婺黃旅游產業區域合作分析](#)”，2006年，《[價格月刊](#)》，第四期，頁10-11
- 程勤：“[打造國際瓷博會平台，展示瓷都景德鎮風采](#)”，《景德鎮陶瓷》，2005年，第15卷，第3期，頁2
- 萬俊毅、鄭海天：“對景德鎮陶瓷產品赴外地展銷的若干思考”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第1期，頁27
- 黃勇：“景德鎮陶瓷企業的整合和重組研究”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第3期，頁10
- 楊西璘：“看千年古都與時俱進”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第2期，頁4
- 董小明：《景德鎮》，北京：人民鐵道出版社，2005年，頁108

廖國良、張雪、楊穎：“三大變化看景瓷：將創意注入古老產業”，《景德鎮陶瓷》，2008年，第18卷，第一期，頁1

中國陶瓷網.(2008).“佛山陶瓷業態市場無序競爭初露端倪”，轉載日期2009年1月18日，網站：

<http://jdz.jxcn.cn/get/ceramics/tcnews/200805120633110245743239502.html>

江西省發展和改革委員會.(2002).”景德鎮市國民經濟和社會發展第十個五年計劃綱要”，轉載日期：2009年1月17日，網站：<http://big5.jiangxi.gov.cn:82/gate/big5/www.jxdpc.gov.cn/ghjh/sheqsggh/20050820/115501.htm>

新華網江西頻道.(2004).“景德鎮重振陶瓷雄風出現重大轉機”，轉載日期：2009年1月17日，網站：

http://www.jx.xinhuanet.com/ztdj/2004-04/02/content_1905218.htm

劉志達.(2005).“景德鎮：重振瓷都雄風會有時”，轉載日期：2009年1月17日，網站：光明日報

http://www.gmw.cn/content/2005-06/20/content_254077.htm

[1] 許劍雄、齊霞、殷耀如、李貞：“析景德鎮的陶瓷資源及發展戰略”，《景德鎮陶瓷》，2005年，第5期，頁7

[2] 許愛民：“建設景德鎮陶瓷科技城，提升區域創新競爭力”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第2期，頁1

[3] 江葆華、汪雪媛：“充分利用景德鎮陶瓷文化優勢完善陶藝教學：打造江西特色教育品牌”，《景德鎮陶瓷》，2006年，第16卷，第2期，頁1

[4] 許劍雄、齊霞、殷耀如、李貞：“析景德鎮的陶瓷資源及發展戰略”，《景德鎮陶瓷》，2005年，第5期，頁7

[5] 同上註

[6] 張弛：“論景德鎮瓷業的衰落”，《廣西民族學院學報—哲學社會科學版》，2003年，頁57

[7] 董小明：《景德鎮》，北京：人民鐵道出版社，2005年，頁108

[8] 周文水、俞宏章：“瓷都景德鎮：沒落的貴族”，《時代潮》，2004年，第21期，頁24-26

[9] 李興華、饒俊南：“景德鎮民窯制度文化的價值思考”，《南昌大學學報(人文社會科學版)》，2003年，第3期，頁105-110

[10] 張弛：“論景德鎮瓷業的衰落”《廣西民族學院學報(哲學社會科學版)》，2003年，第S1期，頁63-67

[11] 陳立立：“景德鎮千年瓷業興衰與崛起的思考”，《江西社會科學》，2004年，第12期，頁112-121

[12] 楊西璘：“看千年古都與時俱進”，《景德鎮陶瓷》，2003年，第13卷，第2期，頁4

[13] 殷耀如、黃麗萍、熊亞丹：“景婺黃旅游產業區域合作分析”，2006年，《價格月刊》，第四期，頁10-11

[14] 方振武：“景德鎮陶瓷業發展的戰略思考”，《景德鎮陶瓷》，2007年，第17卷第1期，頁1-3

[15]

冲雲、啓輝：“互聯網技術與景德鎮陶藝”，《景德鎮陶瓷》，2002年，第12卷第1期，頁3-8

[16]

廖國良、張雪、楊穎：“三大變化看景瓷：將創意注入古老產業”，《景德鎮陶瓷》，2008年，第18卷，第一期，頁1

[17]

程勤：“打造國際瓷博會平台，展示瓷都景德鎮風采 ”，《景德鎮陶瓷》，2005年，第15卷，第3期，頁2

[18]

周員凡、曾巧蓮：“景德鎮無形資產的保護、利用和開發”，《景德鎮陶瓷》2004年，第14卷，第3期，頁49