

刘潇做的小物件



在年轻人中，“景漂”正成为一种新时髦。只要你听说过“北漂”“沪漂”，那么遵循同样的构词法，“景漂”的意思也不难理解，唯一需要确定的是，“景”是哪个地名的缩写。答案是：景德镇。

在西安美术学院念研究生的时候，钱彬有一个兼职，给陶瓷公司设计茶具，每个月出5~10套设计图，其中3~4款会落地成产品。他观察过，热门款的销售额能达100多万元，不过他的薪资是固定的4000元，后来涨到了5000元。2024年，钱彬研究生毕业，他去景德镇开了自己的工作室，成了一名“景漂”。

和他同时期成为“景漂”的，还有从中国美术学院毕业的龙伊。龙伊的毕业作品，一套瓷板画，还没等他正式毕业，就卖出了3万元的好价格，这让他看到了设计的价值。

更早一些从中国美术学院毕业的刘潇，也是在毕业展上卖出了自己的雕塑作品，从此走上了创业的道路。唯一不同的是，他的工作室在杭州。

某种程度上，他们是这个时代年轻创作者们的缩影，从中国顶尖的美术学院毕业，受过最专业的教育，却不再满足于单纯的创作，而是选择将创造力和年轻的消费人群结合起来，把他们所代表的审美与生活方式呈现给世界。

“



不进大厂也不考编 美院顶流乐当景漂

灵感

钱彬养了一只独眼猫。

那是他在工作室附近捡到的流浪猫，它少了一颗眼珠，看起来很凶，实际性格却很温顺。后来钱彬把它带回了家，还以它为灵感设计了一个IP形象：Wink Cat。“只有一个眼睛，看起来就像眨眼一样，原本的残缺变成了可爱的特征。”

他的设计大多都和猫猫相关，其中最受欢迎的产品是一套猫猫杯，杯子的形状是猫头，杯身是猫猫衣服，杯盖是帽子，组合起来是一个完整的摆件，分开是实用的器皿。换一个杯盖就能换一个风格，既好看又好玩。

景德镇的竞争很激烈，什么样的设计都能找到。“如果只是一个带图案的杯子，那就太平庸了，这样立体的猫咪杯，是独一份，是原创的设计。”这款设计独特的猫猫杯，成了他被更多人知道的契机。

和钱彬一样26岁的龙伊，他的灵感则来自他每次出门旅游的体验。大自然的天空和草原都被带到了他的瓷板画上，配合瓷面的光洁温润，烧出后远看就像动漫里的画面一样。瓷板画，以瓷为纸，以画入瓷，每次只有烧出来才知道最后的成品会是什么样子，独具一份浪漫与自由。

灵感是个很“私人”的东西，在茫茫人海中如何才能找到“灵感相投”的人呢？于是他们开始把自己的产品搬到了淘宝上，等待那个志同道合的人。

这份连接感很奇妙，买下这个商品的人可能距离你千里之外，想为新家添置一些好看的摆件；也可能是一个深夜睡不着逛淘宝的人，说不出什么理由，就是喜欢。“你很难想到一个瓷板画具体能产生什么价值，但它是我和很多陌生人之间的纽带。”

创作

相比较，36岁的刘潇似乎并没有那么跳脱，他追求的是“实用”。在他的手里，貔貅和小狮子，都能做成香炉，身子里放香，嘴巴出气，“传统的器皿也可以承载现代化的需求”。

硕士毕业那年，刘潇做的是大型雕塑。最开始创业的时候，他把这些大型摆件直接搬到了淘宝上，但在淘宝的后台，顾客的反馈却很直接：“这个太大了不好放，小点更精致”；“要是带点功能性就更好了”。这些来自天南地北的声音，就这样推动着他手里的艺术品一步步走向兼具中式审美和实用功能的小物件。

钱彬在猫猫杯设计的过程中，也会向朋友和老顾客们征求意见，调整图纸，在图纸转换为实物的过程中，也会尽量保证杯子的实用性，中间经常需要多次调整。

从一个想法诞生到新品完整落地，要经过草图绘制、调整图纸、3D建模、3D打印样品、翻制石膏模具、注浆、修坯、烧制等一系列过程，最快也要两个月的时间。

对他来说，现在最难的不是卖出去，而是提高产量，毕竟工作室只有他一个人。以前做兼职设计师那会，他画画图就行，到了自己开工作室，画图、做产品、当淘宝客服、拍视频、运营社交网站，他全都得自己上，“没一件事情是容易的。”



龙伊每隔两三天，就会烧出一批瓷板画作品，但不是每次都能让人满意。一个看似简单的颜色，背后可能要花2周的时间，试300种颜色，烧十几块，才能烧出一块满意的画作。就算按照一模一样的步骤，有时候也复制不了第二块，“但这也正是瓷板画的魅力所在。”

即使是已经做了好几年设计的刘潇，每个月也就上新一两款新品。他设计的产品大多是铜制品，设计好了之后，拿给工厂入模，制成铜胚，他们再拿回来上色。正式批量生产之前，还要先看看使用感如何，只有没问题的产品，才能最后真正上架到淘宝店里。

这也是很多淘宝上手工艺人的共同状态。但也正是这些手工制品的“独一无二”，让他们拥有了跟其他商品最不一样的特色。越来越多追求个性化的年轻人不想要千篇一律的商品，而是转向个性化手工艺品，愿意为这份独特性买单。

突围

景德镇是一个有点魔幻的地方。

“如果你走在街区，你会觉得这里只是一个有点落后的小城市，装修和交通与一线城市都有着很大的距离。但如果你走进文创园，你又会发现这里可能是整个中国手工业最发达的地方，聚集着一大批顶尖的人才。”龙伊和钱彬都发过类似的感慨。

龙伊和钱彬几乎同时毕业，前后脚来到景德镇，生活却出奇地一致，待在工作室里埋头创作，偶尔拍拍短视频。对他们来说，工作室连接的不是周围三公里，而是整个世界，他们可以通过淘宝店把产品卖到任何地方。

钱彬的猫猫杯吸引的都是爱宠物的年轻人。对他们来说，杯子不只是一个喝水的容器，也是自家宠物的周边。最近刚刚有个年轻的女孩找她定制了3个杯子，因为她家里养了3只猫，她想要设计成自己家猫咪的样子。

龙伊的瓷板画代表的是自由和浪漫。他研究过买这些“美丽废物”的人，他们大多是放在家里做装饰。“每天工作都很忙，没办法出去玩，所以就在家里摆一些像大自然的物件。”

去年过年期间，刘潇设计的一款貔貅香炉出乎意料受欢迎。他只囤了几百个现货，最后卖出了1000多个，没卖更多完全是因为产量不够。“新年这个时间点，叠加貔貅招财神兽的形象，不火才怪，谁不想要新年发大财。”刘潇的合作伙伴丸子说。

而通过淘宝·中国宝贝，他们有机会突破原本的粉丝群体，走向更广阔的舞台。从泉州、扬州、成都、杭州、青岛到今天的景德镇，“中国宝贝”每月去一城，正以市集这种年轻人喜爱的形式，在全国的地图上点亮非遗的星火。

不少参加“中国宝贝”市集的商家表示，这种由平台发起的专业市集不仅是绝佳的产品测试地，可以接触到最真实的客户，得到最快的反馈，也能在与其他手艺人的交流中，寻找解决自身困境的答案。

线上线下，线下市集。淘宝将这些年轻人的创造力，与更广泛的消费人群链接起来，让消费者感受到器物背后的故事、创作者的审美。而整个过程中，他们用文化影响消费，也用消费反哺文化。

数据显示，淘宝上的非遗商品已连续两年成交额突破千亿大关，“90后”“00后”成为消费主力。

年轻的消费者，年轻的创作者，年轻的淘宝让古老的非遗焕发新生。



钱彬的杯子

纵深

“景漂”为何走红？

在景德镇一家手作陶艺工作室里，23岁的研究生薇薇刚刚完成她的第一件陶艺作品——一只造型别致的瓷杯。“这只杯子虽然不完美，但杯身上的每一道纹路都是我自己亲手捏出来的。”薇薇的选择折射出当下消费图景的深刻变革——体验经济的时代已然到来，而文化旅游、娱乐社交和新零售体验三大核心赛道正崭露头角，成为推动这一变革的核心力量，持续重塑着年轻人的生活方式。

早在10年前，就有不少年轻人把景德镇作为梦想安放之地。出乎不少人意料的是，这种人口流动在此后的十多年间并没有停滞，反而大有愈演愈烈之势。一项广被援引的统计数据是，从2023年往前数的10年里，景德镇人口呈净流入，这在大多呈人口净流出的中部四线城市中显得“格格不入”。目前，“景漂”已超过6万人，其中“洋景漂”达5000人左右，而且还有不断增加的趋势。

每个“景漂”的故事都有属于各自的酸甜苦辣，如果非要归纳一个共同的关键词，那就是重启人生。在漂流到景德镇之前，他们处于不同的人生阶段和生活轨道，拿出的考卷也成绩不一，但在一些或大或小、或隐或现的人生十字路口，他们把人生的骰子抛向这里。有人想要成就一番创作事业，有人想呼吸自由的空气，有人只是单纯想“复得返自然”，但无一例外，都是为了重新掌控自己的人生，把生活调整到忠于自己内心的频道上。

跟一线城市比，低到不可思议的住房等生活成本、舒适自在的生活环境、门槛极低但足够友好的创业环境、完整而成熟的陶瓷产业链、不断壮大的趣缘共同体……这样的条件组合可谓诱惑力十足。再加之，近年来景德镇在打造消费型城市上的努力，在流量时代日渐显现并被不断放大，镁光灯下的“景漂”也显得更加迷人。

对于不少人来说，这里是一个完美的梦想孵化器。成为“景漂”，不仅契合了当下不少年轻人更松弛、更自省的人生态度，而且成本似乎尚可承受，就算失败，也没有什么了不起。摆脱过去的成功学叙事，找寻并成就另一种生活，在这里真的成为可能。

在人口这个慢变量的威力日渐显现、城市间“抢人大战”日益升级的当下，景德镇的“逆势”让不少地方无法视而不见。的确，景德镇的陶瓷工业基础、历史文化积淀甚至消费型城市转型的契机自然难以复制，但这并不是“景漂”成为一种社会现象的全部“密码”。在一个日益开放包容的社会，生活可以也应该有更多种打开方式。而对于年轻人来说，任何能提供这些选择之地，都可以作为“梦想开始的地方”。

重庆商报综合电
商在线、光明网、
经观网等

龙伊设计的瓷板画

龙伊和他的作品