

“95后”青瓷艺人蒋俊杰将时尚元素融入龙泉青瓷传统产业—— 让千年青瓷“潮”起来



本报记者 林坤伟

蛇年到来,龙泉一些青瓷手艺人纷纷以现代创意为笔触,精心设计出一款款独特的带有蛇年元素的青瓷文创产品,作为蛇年贺岁礼推向市场。

最近,龙泉市尚唐瓷艺发展有限公司新推出的一款青瓷文创产品“蛇年纳福礼”火了。该文创产品包含了一个蛇纹咖啡杯、一个葫芦香薰,蛇纹皮套套在杯身上,美观、时尚又防烫,除运用了青瓷粉青釉色,外观设计还加入了黑、红等色彩,呈现出更多的层次感与丰富感,兼具美观和实用性。

该产品不仅将蛇年的吉祥寓意赋予到文创产品中,还迎合了现代年轻人的审美,其设计者正是专注于龙泉青瓷日用美器设计的尚唐瓷艺主理人蒋俊杰。

“我们致力于在传统与时尚之间找到一个完美的平衡点,让瓷器不仅仅是文化符号的展现,更能融入当代人的日常生活中。”蒋俊杰说,“蛇年纳福礼”这款文创产品主要针对年轻消费群体开发设计,市场反响不错,目前已卖出2000多套。

蒋俊杰出生于1999年,一开始家里是做刀剑生意的,2011年开始做青瓷。蒋俊杰自小在剑瓷文化熏陶中长大,但起初他并不愿意从事青瓷行业。

大学毕业后,学广告设计的蒋俊杰凭着一股敢闯敢拼的干劲,到深圳一家公司从事抖音运营工作。在深圳,拼命工作的蒋俊杰积累了



记者 商政君 摄

丰富的电商运营经验。

一次,蒋俊杰听父亲蒋小龙提起想把青瓷生意延伸到网上带货,需要懂运营的人才。“在深圳,每天早出晚归,工作强度不小且比较枯燥。加上直播带货兴起,成为新的网购模式,以及刻在骨子里的乡土情结,回家帮父亲打理青瓷生意越来越强烈。”回忆起从大城市深圳回到家乡龙泉,蒋俊杰如是说。

经过一番考虑之后,2022年,蒋俊杰选择回乡“继承家业”,发挥自己所学所长,对龙泉青瓷进行创造性转化、创新性发展,让更多人了解并喜欢龙泉青瓷。“龙泉青瓷有着悠久的历史,也是‘丽水三宝’之一。我正好抖音有粉丝基础,借着这个优势,或许可以好好推广一下龙泉青瓷。”

回到龙泉后,蒋俊杰开始跟着厂里的师傅学习青瓷制作技艺,每天两小时左右。拉坯、利坯、上釉……蒋俊杰认真学好每一道工序,很享受做青瓷的过程。“熟悉每道工序,才能做好设计,更好地把青瓷的美表达出来。”

开始学习青瓷技艺后,蒋俊杰不仅更加喜爱龙泉青瓷,还找到了自己喜欢的生活节奏。“尝试之后对青瓷行业越来越感兴趣,觉得龙泉青瓷越来越好看,梅子青如同翠玉一般,特别耐看。”蒋俊杰表示,之前在大城市打拼,生活节奏快,他的心很浮躁。回到龙泉制作青瓷后,感到心静了下来,每天过得很充实。

蒋俊杰平时爱好旅行和健身,旅行能让他看到更多丰富多彩的世界,也能够让他寻找更多设计灵

感。有一次,蒋俊杰在外面看到了一个杯子,突发奇想,将青瓷和榫木结合在一起,设计、制作出了一个咖啡杯。

在蒋俊杰看来,龙泉青瓷虽历史悠久,但存在着创新能力不足等问题。“瓷器不仅是一件器物,更承载着情感和记忆。我觉得龙泉青瓷要有前途和生命力,就得迎合时代的发展,与时代同步,与年轻人的审美情趣、生活方式紧密结合,让千年青瓷‘潮’起来,进而走进千家万户。”

在尚唐瓷艺观光展厅,记者看到,融入龙泉青瓷的手链、手串等时尚青瓷首饰整齐有序地摆放在柜台,供游客们观赏、选购。游客们在此不仅能领略精湛的青瓷工艺,更能深刻感受所蕴含的匠人精神。

“在首饰上点缀青瓷,让首饰更有看点同时也让更多年轻人了解龙泉青瓷。”蒋俊杰表示,尚唐瓷艺设计制作的青瓷首饰不仅注重产品的实用性,更努力契合当下年轻人求新求变的审美情趣,在抖音平台及线下进行售卖,年销售额400多万元。

蒋俊杰回乡发展后,尚唐瓷艺呈现了不少新气象,让父亲蒋小龙甚感欣慰。“他结合现代的设计理念,设计或参与设计不少富有创意和时尚感的青瓷产品,为尚唐瓷艺发展壮大作出了贡献,每年销售额增长了20%左右。”

“作为年轻一代,我将充分发挥自己的创造力和想象力,将传统技艺和现代艺术相结合,创作出更加多样化、富有文化创意的作品,通过小红书等社交媒体进行营销推广,努力做到‘世界非遗,当代表达’,为龙泉青瓷这一传统产业迸发出新的活力贡献年轻人的一份力量。”展望未来,蒋俊杰作了一番畅想。

需求收上来 服务送下去 精准解难题

莲都将“法治快递”送到群众家门口

本报讯(记者 蓝倩 郑佳伦 通讯员 叶丹青 陈李静)“真没想到,扫扫二维码,司法所的同志就上门来帮我了。”近日,家住莲都区碧湖镇的叶先生在工作中受伤,多次与公司协商赔偿事宜均未果。他在上街村公共法律服务点看到了“15分钟公共法律服务圈”指引牌,抱着试一试的心态,扫了上面的二维码求助。很快,辖区司法所和法律顾问送来了详细的法律清单,告知其收集整理用工关系的证据、按时举证等须知,申请法律援助的条件及法律诉讼风险。

这是莲都区“流动共富送法车”提供的上门服务“法治快递”服务。为破解公共法律服务资源城乡、区域之间不充分不平衡问题,莲都区以山区群众需求为导向,推进“15分钟公共法律服务圈”建设,按照“需求收上来、服务送下去、精准解难题”的服务方式,以“流动共富送法车”作为主载体,创新法律服务模式,将优质公共法律服务“包裹”直接送到群众家门口。不仅丰富了“流动共富送法车”的服务内容,还能通过定制化的法律包裹和互动式学习材料,让法治知识深入人心,有效破解“乡村振兴 法治共富”最后一公里难题,为优化山区特色的基层公共法律服务开辟了新路径。

作为一间移动的法治驿站,莲都区“流动共富送法车”深入田间地头、村庄集市,随车的“法律明白

人”为群众现场宣讲宪法、法律援助法等内容。从公园到田间,从新城到村庄,从个人到企业……莲都区“流动共富送法车”已实现14个乡镇街道全覆盖。

在莲都经济开发区的高溪万洋工业园区内,“流动共富送法车”载着“企点我帮”法律服务团开展起“零距离”法律服务,吸引了众多工友,服务团为园区200多家企业提供了法治体检服务,对企业的用工合同、规章制度、安全生产等方面进行了全面的法律检查和评估,提供精准“法治体检报告”160余份。

在碧湖新城中心地带,为庆祝“宪法与浙江”主题宣传月,莲都区“流动共富送法车”在宪法主题公园设置临时法律咨询点,面对面解答群众的法律问题。

“从土地房屋、婚姻家庭到劳动保障等方面的法律问题,都有专业人员的现场指导和解答,这对我们帮助挺大的。”村民黄小勇说,公园内还设置了宪法知识问答、公园法治文化墙打卡等法治场景互动环节,吸引了众多群众参与。

“接下来,莲都区司法局将以群众需求为导向,持续擦亮‘老百姓身边的法律顾问’服务品牌,不断丰富公共法律服务产品,扩大服务覆盖范围,优化服务模式,实现山区‘15分钟公共法律服务圈’有形、有效、有感、有声。”莲都区司法局主要负责人表示。

遂昌103家“共富工坊”带动9800余名村民就业,助就业群众人均年增收3万余元——

“小工坊”托起家门口“共富梦”

首席记者 钟根清 记者 朱敏 通讯员 潘奕依

裁剪、缝纫、包装……连日来,位于遂昌县云峰街道东姑村的鼎丰巾帼“共富工坊”内一派火热的景象,工人们正熟练地操作着缝纫机。村民余梅兴奋地说:“在‘家门口’就能凭手艺赚钱,我最多的一个月可以挣到5000多元呢!”

鼎丰巾帼“共富工坊”主要从事户外沙滩椅来料加工业务。来料加工门槛低、上手快,村民们一学就会。去年,工坊年产值达到200余万元,发放来料加工费超100万元,带动周边60余名村民实现了“家门口”就业。

“共富工坊”是扩中提低的关键抓手,有效地吸纳农村富余劳动力、低收入农户就近就业,为群众搭建起“家门口”的增收致富平台。遂昌结合本地生态资源优势,培育打造了一批各具特色的“共富工坊”,形成“人人有事做、家家有收入、村村有活力”的新格局。

以长粽特色乡愁产业培育为重点,遂昌打破“粽子只作为单一的时令食品”的传统思维,打造集原料采购、产品生产、策划包装、市场销售

于一体的全产业链发展模式,并以此为契机,搭建起了遂昌长粽“共富工坊”,为群众增收致富提供新路径。

在龙洋乡九龙口村长粽“共富工坊”内,工人们正围着操作台捋粽叶、填糯米、扎捆。不一会儿,一根根精致饱满的长粽便堆满了桌子。村民廖慧红说,以前只在端午节包粽子,遂昌长粽形成产业后,家门口的“共富工坊”让大伙真正实现了以技能就业、靠技能致富。

“我们通过不断挖掘新的消费场景,来让遂昌长粽走上消费者的‘四季餐桌’,比如工坊的最新产品‘团圆粽’,就是为春节‘量身打造’的。”九龙口村长粽“共富工坊”负责人陈卫英介绍,去年工坊的销售额将近350万元,带动80余名村民再就业。

一个个“小工坊”,托起了无数人的“家门口”共富梦。截至目前,遂昌已建成各类型“共富工坊”103家,带动9800余名村民就业,其中低收入农户500余人,就业群众人均年增收3万余元。

共同富裕新征程

趣味运动 绽活力

为进一步提振干部职工精气神,近日,景宁东坑镇举办职工趣味运动会,50多位干部职工踊跃参与。运动会精心设置了“发财投手”“足下生花”“急速三人棋”“力拔山河”等妙趣横生的小游戏,集娱乐性和竞技性于一体,职工们在欢声笑语中挑战自我、相互协作、增进友谊,现场其乐融融。

记者 商政君 通讯员 吴晔 周一飞 摄



讲文明树新风 公益广告



| | |
|------------|---------|
| 值班主任 | 孙玮 |
| 夜班主任 | 洪盛勇 |
| 审读 | 朱俊华 王立新 |
| 夜班编辑 | 季凌云 |
| 三至六版校对 | 吴慧芬 |
| 夜班美编 | 杨祝娟 |
| 电脑组版 | |
| 一版 | 徐阳娟 |
| 二、四、六、七、八版 | 李红伟 |
| 三、五版 | 钱韦辰 |