

明清外销瓷对欧洲瓷器影响的研究

——以德国迈森瓷、英国韦奇伍德瓷为例

李雨佳 魏筱雅 姜慧怡 张鑫跃

华东理工大学, 上海

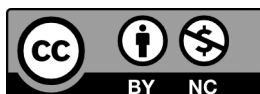
摘要 | 大航海时代以来, 中国和欧洲的贸易往来日益密切, 瓷器作为东西方贸易往来中的主要商品之一, 在东西方文化交流中扮演了重要的角色。通过东西通达的海上航路, 制作精美的中国瓷器大量涌入欧洲, 深受欧洲人的喜爱。在“中国风”热潮下, 许多国家开始仿制中国瓷器。1710年, 德国迈森瓷厂建立, 欧洲第一件真正意义上的瓷器诞生。随后其他国家也纷纷仿制中国瓷器成功, 其中最具创新性和代表性的是英国的韦奇伍德瓷。本文以德国迈森瓷和英国韦奇伍德瓷为例, 从文化交融的视角, 探究明清外销瓷对欧洲瓷器的影响, 揭示了跨文化交流在东西方文化融合中的重要作用, 并为当下文化传播提供创新性思路。

关键词 | 外销瓷; 跨文化交流; 文化交融

Copyright © 2026 by authorx (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

新航路的开辟使东西方之间联系日益密切, 各式各样的中国商品经由新航路运至欧洲, 受到欧洲人的热烈欢迎, 其中最受喜爱的产品是被誉为“白色黄金”的东方瓷器。这些精美的外销瓷不仅以精巧的纹样征服了欧洲贵族, 更悄然改写了欧洲瓷器的发展轨迹。随着全球性商贸网络的铺展, 中国瓷器以“克拉克瓷”“纹章瓷”等外销形态涌入欧洲, 从王室珍藏的奢侈品逐渐演变为驱动本土瓷器发展的核心参照。德国迈森瓷破解景德镇制瓷配方, 制造出欧洲第一件真正意义上的瓷器, 英国韦奇伍德瓷在不断改进制瓷工艺的基础上完成从

“模仿”到“创新”的跃迁。这场“东物西渐”的物质流动, 最终演变为一场跨文化的深度对话。

2 大航海时代的“东物西渐”

在欧洲新航路开辟之前, 中国已是东亚、东南亚及印度洋海域范围内的海上贸易强国, 海上贸易网络已较为成熟。但在很长一段时间内, 以瓷器为代表的中国外销品都没有到达遥远的欧洲。明朝初年, 为了防范沿海居民勾结倭寇, 明太祖朱元璋诏令“濒海民不得私出海”^[1], 拉开了海禁政策的序幕, 此后历代相袭。永乐年间, 明政府派遣郑和七下西洋, 瓷器作为“赏赐品”

基金项目: 华东理工大学大学生创新创业训练计划校级项目(项目编号: X202510151321)。

作者简介: 李雨佳, 华东理工大学外国语学院德语系本科生, 研究方向: 德国文化。

文章引用: 李雨佳, 魏筱雅, 姜慧怡, 张鑫跃. 明清外销瓷对欧洲瓷器影响的研究——以德国迈森瓷、英国韦奇伍德瓷为例[J].

社会科学进展, 2026, 8(3): 181-186.

<https://doi.org/10.35534/pss.0803033>

和贸易商品流向东南亚、南亚、阿拉伯等地，受到各国欢迎。虽然其初衷是宣扬明朝国威，实现“万国来朝”的政治抱负，但在长期的航行实践中，郑和的船队剿灭海匪，肃清航道，又继承和发展了宋元时期已有的海上航线，逐渐形成了多元化的贸易网络，为欧洲商路的打开奠定了良好的基础^[2]。

郑和下西洋是朝贡体系下一次具有里程碑意义的外交活动，是官方海上贸易的重大突破^[2]。但此时中国的对外贸易仍被置于朝贡贸易的体系之下，官方仍“禁民间海船”^[3]，严禁海商出海。有限的商品输出无法满足日益增长的国际需求，这使得沿海地区带有走私性质的民间贸易兴盛起来。隆庆初年，明穆宗采纳朝臣建议，宣布解除海禁，并调整了海外贸易政策，允许民间私人贸易。隆庆开关使民间海外贸易获得了合法地位，海上贸易进入新时期。15世纪左右，西欧各国的资本主义萌芽产生并得到初步发展，货币逐渐取代了土地，成为新的社会财富和地位的象征。金本位制的出现使得黄金的需求量大增。为了获取更多黄金，欧洲人将眼光放到了遥远而神秘的东方。当时的欧洲社会普遍认为，东方有着遍地的黄金和香料。“寻金热”成为欧洲探索东方的直接动因。

欧洲人的传统商路需要通过地中海东部。15世纪中叶，奥斯曼帝国崛起，控制了地中海东部的巴尔干半岛和小亚细亚地区，进而控制了欧洲通向东方的航路。土耳其人的横征暴敛使原有的商业秩序遭到严重破坏，来自东方的货品价格一路高涨。而欧洲上层贵族将来自亚洲的奢侈品作为生活必需品，不惜花重金购买这些商品，造成了西欧黄金的大量外流。为了打破这种贸易劣势，获得物美价廉的东方商品，欧洲人迫切需要开辟通向东方的新航路。同时，造船技术的发展与指南针在航海中的广泛应用也为新航路的开辟提供了新的可能。

1487—1488年，在葡萄牙王室的支持下，迪亚士率领三艘帆船，沿非洲西海岸一路向南航行，最终抵达非洲最南端的岬角，后把它命名为“好望角”。1497—1498年，达·伽马绕过非洲好望角，抵达了印度。达·伽马的航行证实了通向东方的新航路的可行性，他在返程时带回的大量瓷器，受到葡萄牙上层贵族的广泛喜爱。因此有学者指出，欧洲人真正使用中国瓷器是从达·伽马的船队返回里斯本开始的^[2]。新航路的开辟将东西方世界紧密地联系在一起，极大地促进了远洋贸易的发展，世界市场开始形成。

新航路的开辟实现了欧亚航线的贯通，中国与欧洲贸易往来也随之打开新篇章。早期欧洲殖民者沿新航路抵达东方，在东方建立起自己的贸易据点。1557年葡萄牙人定居澳门并在此进行贸易活动，开辟了中国瓷器直运欧洲的航线，国际贸易以澳门为中心向全世界扩散^[2]。17世纪，葡萄牙的海上势力日渐衰弱，新兴强国荷兰控制了东西方的航路。这一时期，许

多欧洲国家在远东建立起具有特权贸易垄断性质的东印度公司，负责与中国商人对接需求，管理对外贸易，如17世纪的荷兰东印度公司和18世纪的英国东印度公司。这些东印度公司在近代早期中欧贸易中起到了重要的纽带作用，它们扮演着中介的角色，将大量的中国瓷器从远东运至欧洲，使瓷器逐渐由奢侈品转变为欧洲大众商品，成功塑造了欧洲市场的消费习惯与审美趣味。中国瓷器的大规模输入也为后续欧洲瓷器的仿制提供了大量可参考范例。

进入清代后，政府更加严格地执行海禁政策，限制对外贸易。康熙时期有所放松，开放了一些通商口岸。乾隆年间，因英国商人多次违反禁令，清政府关闭了多数口岸，只留广州一口进行对外贸易，并设置“十三行”对贸易行为进行管理^[2]，此后广州基本垄断了全国的对外贸易。18世纪中后期，英国完成工业革命，综合实力大幅提升，逐步取代荷兰成为新的海上霸主。这一时期来华贸易的英国商船数量显著增加，规模空前，英国逐渐在中欧瓷器贸易中占据了主导地位。

学界现有的研究多聚焦于思想文化层面的中外交流，即“西学东渐”和“中学西传”。而从物质史的视角来看，物质文化的交流也是中外交流中非常重要的一部分，值得加以关注。^[4]瓷器作为自古以来最受欢迎的外销商品之一，在大航海时代“东物西渐”的航路上，为中外文化交流做出了卓越的贡献。瓷器通过新航路外销至欧洲，不仅在欧洲掀起了“中国风”的浪潮，更是刺激了欧洲本土的瓷器仿制活动，最终催生了欧洲瓷器史上的两颗明珠——德国迈森瓷和英国韦奇伍德瓷。

3 欧洲“中国风”下的瓷器仿制与创新

从全球史的视角来看，新航路开辟后，中西之间的交流较之前更加深入。大约在17到18世纪，瓷器在欧洲大规模流行，欧洲人以使用中国瓷器为时尚。欧洲社会上对中国瓷器的追捧改变了欧洲人对中国的认知，促使新的中国形象在欧洲逐渐成型^[5]。与认知的改变同时发生的，是社会上对中国风格的崇尚与流行，欧洲社会掀起了大规模的“中国风”热潮，人们对这一古老东方国度的文化元素表现出浓厚的兴趣。“中国风”热潮造成的直接结果，就是“仿制的中国物”^[6]在欧洲的盛行。

在“中国风”热潮之前的很长一段时间内，输入欧洲的中国瓷器数量较少。16世纪，葡萄牙将明朝晚期的青花瓷运往欧洲，推动了瓷器贸易的扩张。贸易的扩大带来瓷器样式的转变，欧洲人开始来华定制具有欧洲特色的瓷器产品，其中最负盛名的是克拉克瓷。“克拉克”之名起源于1602年荷兰人捕获的一条葡萄牙克拉克商船，船上载有大量明万历年间的青花瓷^[7]。这批青花瓷以放射状开光分割画面、内填瑞果珍兽的独特装饰而著称，中国学界将具有这种特征的瓷器称为“克拉克瓷”。克拉克瓷一般根据外国商人的需求进行定制，专

供外销，形成了既包含传统中国元素，又融合外国风情的艺术风格，成为欧洲社会竞相追逐的对象，为后续欧洲对瓷器的仿制奠定了基础。

意大利美第奇家族率先开启了欧洲系统性的仿制实践。大约在1575至1587年间，弗朗西斯科一世在佛罗伦萨建立瓷厂，以沙子、玻璃、黏土为原料试制软质瓷，虽然其品质无法与中国瓷器媲美，却成为欧洲本土制瓷实践的开端^[8]。与美第奇家族的贵族化定位不同，荷兰“代尔夫特”陶器选择了“以陶仿瓷”的平民化路线。代尔夫特地区生产的陶制品，不仅模仿中国青花瓷的蓝白装饰风格^[9]，造型上也多采用中国瓷器中常见的碗、罐等日常器物。直至17世纪末，荷兰的代尔夫特陶器已经远销欧洲各国，成为平民市场的中国瓷器替代品。然而，这批陶器质量仍然较低，这意味着人们必须继续寻找新的制瓷配方。

1712年，法国传教士殷弘绪来到景德镇，详细考察了景德镇的制瓷业。随后，殷弘绪将景德镇制瓷的配方以及工序通过密信的形式传回欧洲^[8]，尤其指出了高岭土在瓷器生产中的重要作用。这一行为推动了欧洲仿制瓷器活动的加速发展，现在大多论述中认可这一说法。还有学者认为，欧洲人自主研究、实验和仿制中国瓷器也是欧洲瓷器产生和发展的一条重要路径^[10]。其中具有代表性的是德国迈森瓷。17世纪“中国风”瓷器热潮席卷欧洲时，普鲁士国王奥古斯都二世是瓷器的狂热爱好者，他的瓷器收藏品数量为全德意志之首，还建有“瓷宫”专门用于收藏瓷器。渐渐地，奥古斯都二世不再满足于单纯收藏瓷器，而是开始热衷于通过实验烧制瓷器。1700年，奥古斯都二世将炼金师伯特格尔夫软禁于德累斯顿，令其开展瓷器烧制的实验研究，而非其最初钻研的炼金术。在多次尝试逃跑未果后，科学家齐尔恩豪斯建议伯特格尔夫与自己合作，共同探索能够制造出真正瓷器的秘方。齐尔恩豪斯耗费近二十年来研究瓷器的仿制秘诀，虽然已经取得一定成果，成品仍不足以媲美中国瓷器。此后数年间，伯特格尔夫辗转多地，最终在1708年成功制造出了真正意义上的瓷器。1710年，在奥古斯都二世的授意下，在德国迈森建立了瓷厂。至此，欧洲第一件真正意义上的瓷器——德国迈森瓷诞生了^[10]。

伯特格尔夫研制的瓷器在硬度与密度方面表现良好，但装饰纹样仍较为简单。中国瓷器的纹样是迈森瓷厂学习的主要对象^[10]。在迈森瓷厂的早期产品中，可以见到大量如龙凤、山水、花草等中国外销瓷中常见的题材，这种装饰元素的借用使中国文化逐渐渗入欧洲社会。最受欧洲人喜爱的外销瓷当属中国的青花瓷，欧洲各大瓷厂也以仿制青花瓷为其目标。但当时迈森瓷厂的技术难以做出如青花瓷般精美的瓷器。在奥古斯都二世的重金悬赏下，梅霍恩等人最先制作出了青瓷，但这种青瓷质量仍然较低。接着赫洛德等人不断改进制瓷技术，最终制作出了较高品质的青花瓷^[10]。青花瓷仿制

成功以后，赫洛德更多地致力于瓷器外观装饰的研究，探索东西融合的装饰风格。奥古斯都二世去世后，迈森瓷中的中国元素开始减少，取而代之的是更多的欧洲图案和战争元素^[10]。

17世纪，英国最负盛名的韦奇伍德陶瓷工厂成立，名称来源于其创始人乔赛亚·韦奇伍德。韦奇伍德出生在一个陶瓷世家，从小便接触陶瓷，对瓷器有着浓厚的兴趣^[11]。在众多瓷器生产商中，韦奇伍德是最具创新精神的一位，他毕生致力于陶瓷技艺的改进，进行了超过5000种实验。他早期的实验也以中国外销瓷为蓝本，尝试模仿这些精巧的中国瓷器，1762年，他在仿制中国陶瓷的基础上研制出了米白色瓷器。这种瓷器一出世便受到了英国人的欢迎，特别是受到了英女王的喜爱，被称为“王后御用陶瓷”^[9]。韦奇伍德名声大噪，引来许多欧洲工厂的效仿，但他并没有就此停下创新脚步。1775年韦奇伍德在中国陶瓷贴塑工艺的基础上，创造出了欧洲最著名的碧玉细炆器^[11]。这种瓷器主体为蓝色炆器，韦奇伍德在其上添加白色浮雕装饰，使得瓷器造型更加富有美感。1812年韦奇伍德再次创新，引进景德镇陶瓷的匣钵烧制方法，推出细腻轻巧的骨瓷^[12]。这种瓷器中添加了一定量的动物骨灰，从而烧制出莹润洁白的效果。在骨瓷的制作过程中，韦奇伍德深入研究了景德镇的匣钵烧制工艺，他发现匣钵具有良好的封闭性与耐火性，并将其引入骨瓷烧制过程中，这一改进带来了陶瓷产品品质的飞跃。

总而言之，随着“中国风”热潮的到来，欧洲人不断进行“仿制的中国物”^[6]的尝试。本研究以瓷器作为典型案例，深入探究欧洲人仿制行为的发展路径，由此能够洞察中国瓷器给欧洲带来的重要影响，且这种影响是多元且全方位的。

4 明清外销瓷对欧洲瓷器的影响

在17~18世纪席卷欧洲的“中国热”浪潮下，中国瓷器给欧洲带来了翻天覆地的变化，其最深刻的影响体现在制瓷工艺的创新与纹样的融合发展。这场经由贸易活动引发的物质文化流动，直接催生了欧洲本土的瓷器革命，推动欧洲制瓷业从模仿走向本土化，并最终实现技术超越，形成融贯东西的独特风格。在长达数个世纪的时间内，瓷器仅是欧洲贵族才能够接触到的奢侈品。新航路开辟后，各国商船将大量瓷器运往欧洲，在欧洲掀起瓷器仿制的热潮。最初的仿制主要局限于软质陶器，它们在材质的硬度、致密度、热稳定性，以及釉面的质感上，都无法与中国瓷器相提并论。在这一时期，瓷器成为欧洲工匠主要的研究对象与攻克目标。许多学者相信，景德镇的制瓷秘方是由法国传教士殷弘绪以密信的形式传回欧洲的^[8]，但“高岭土+瓷石”配方的破解确实为欧洲的制瓷业增添了许多助力^[13]。迈森瓷厂瓷器制造成功很大程度上也得益于这一配方的破解。此后，

寻找高岭土的地质勘探热潮席卷欧洲各国，为法国赛夫尔、英国切尔西等瓷厂的相继建立奠定了物质基础。

迈森瓷器在瓷器纹样方面的建树也大多来源于中国的外销瓷。中国瓷器的装饰风格为欧洲人的瓷器设计注入了不竭的灵感源泉，他们从中国外销瓷或者中国游记插画中获得中国元素，再加以想象，进行二次创作，使欧洲仿制瓷既保有中国元素又符合欧洲人的审美想象。17~18世纪欧洲掀起的“中国风”也为工匠们提供了更多具有中国特色的装饰思路，他们将中国传统的龙凤呈祥、梅兰竹菊等文化符号，加以提炼与借用，形成独特的具有东西方融合特点的装饰纹样。最为典型的例子就是德国迈森瓷，赫洛德等人在仿制中国瓷器的主题和风格的过程中，形成了一种想象东方的瓷绘风格^[4]。这种瓷绘以中国文化为蓝本，创作出的人物具有明显的东方特点，又基于欧洲的文化环境，将欧洲审美融入瓷绘艺术，从而创作出兼具东西特色的瓷器作品。17世纪，这种瓷绘作品风靡欧洲，受到欧洲人的追捧，销量极好。由此看出，欧洲瓷器在不断吸收中国文化元素的过程中，逐渐与西方文化融合，形成极具创新性的新纹饰。

瓷器的流入不仅重塑了欧洲制瓷业的发展方向，更以艺术媒介的身份介入欧洲艺术发展进程。它不仅为17世纪巴洛克艺术提供灵感，更重要的是，它成了18世纪洛可可艺术风格诞生与演进的关键推手，促使欧洲陶瓷艺术完成从借鉴到本土创新的转化。

17世纪在欧洲流行的巴洛克风格，以华丽繁复、充满戏剧张力为特征。中国外销瓷中的青花、五彩瓷以鲜明色彩对比与饱满造型，为其提供了东方灵感。例如，荷兰代夫特蓝陶借鉴中国青花瓷的釉下蓝彩技法，绘制出具有巴洛克风格的“叶形与凸起交织纹”，将东方工艺与本土纹样相结合。德国迈森瓷厂生产的陶瓷酒壶，在中国瓷器的造型基础上，加入模塑动物形把手，体现了兼具东方温润与巴洛克动感的艺术风格^[14]。不过这一时期外销瓷对巴洛克风格的影响仅仅停留在工艺层面，尚未渗透进艺术内核。

18世纪，随着欧洲艺术审美从庄重向轻盈转变，外销瓷成为洛可可艺术成长的温床。中国瓷器中所蕴含的清雅设色、婉转线条与人文题材，为洛可可艺术的纤巧柔美、自然灵动提供了范本，促进了欧洲艺术风格由庄严肃穆向灵动优雅的转变。中国外销瓷的纹样，如花鸟、园林、文人生活等东方意象，为洛可可艺术家的创作提供了全新素材。洛可可艺术时期的画家们将东方意象融于绘画，营造出独特的审美体验。如华托的作品中大量呈现了中国元素，集中体现在人物服饰、发型以及园林场景等方面。洛可可派的画家弗朗索瓦·布歇在《中国皇帝上朝》《中国集市》等作品中也借鉴了外销瓷上的东方题材，描绘出身着中国服饰、置身于中国园林的人物场景，虽未曾亲临中国，却通过外销瓷捕捉到东方艺术的灵动意境。

欧洲制瓷业吸收了外销瓷中的中国元素，并对其加以本土化改造，实现了洛可可艺术风格的创新。英国韦奇伍德瓷厂在瓷器生产过程中借鉴中国瓷器的简洁造型，融入洛可可自然题材，制造出带有缠枝花纹的碧玉细炆器，兼具轻盈感与实用性^[15]。这种创新既保留了中国文化内核，又融入了欧洲文化符号，成为洛可可艺术的典型代表。

明清外销瓷的传入也深刻影响着欧洲的社会生活。在瓷器大规模传入欧洲之前，欧洲饮食用具的材质与功能都较为单一。16世纪以前，欧洲大多使用木质或者陶制餐具，金银餐具价格昂贵，只有贵族才有资格使用^[16]。随着新航路的开辟，大量瓷器流入欧洲。这种轻巧、美丽、干净的器具受到欧洲人的广泛欢迎，欧洲从贵族到平民都逐渐开始使用瓷器作为新的饮食器具。瓷器的传入改变了欧洲人的饮食习惯，欧洲的饮食文化随着器皿的改变而越发讲究。瓷器和茶叶共同催生了英国的下午茶文化。1662年，查理二世的王后葡萄牙公主凯瑟琳将精美的陶瓷茶具和饮茶习惯带入英国宫廷，英国贵族纷纷效仿，饮茶文化随之风靡全国^[17]。饮食文化的革新重塑了欧洲社会的社交礼仪。在当时，较为体面的贵族家庭中都配有饮茶室，供社交活动之用，通过展示所藏瓷器的数量与质量来彰显其社会地位^[16]。有学者研究表明，这一行为客观上提高了女性的社会地位。茶叶与茶具的传入使以女性为中心的茶文化在欧洲盛行，提高了女性的文化修养与自身气质^[17]，同时也在一定程度上赋予了她们在人身自由方面的权利。

明清外销瓷不但推动了欧洲的餐桌革命，更将东方独特的美学底蕴与文化思想融入了欧洲人的日常生活。许多欧洲贵族热衷于收藏瓷器，并为其打造专门的陈列空间。对瓷器最为痴迷的当属德国萨克森选帝侯奥古斯都二世，他不仅收藏了近25000件东亚瓷器，还专门修建“瓷宫”用于瓷器陈列，在他的推动下建立的德国迈森瓷厂也大量仿制中国瓷器^[18]。除了专门陈列，外销瓷还被直接用于建筑装饰。葡萄牙里斯本桑托斯宫的屋顶镶嵌了200余个明代克拉克瓷盘，这种将瓷器融入建筑内部装饰的方法，使中国美学渗透到欧洲人的生活环境中^[15]。英国韦奇伍德瓷的经典产品碧玉细炆器也是欧洲家庭室内陈设的热门选择^[18]。

通过这些案例不难看出，明清外销瓷给欧洲社会带来的影响是多元化的，涉及多领域、多层面，甚至融入欧洲人的日常生活，改变着他们的行为习惯。从跨文化传播的学术视角考察，明清外销瓷作为中西物质文化交流的重要媒介，突破了早期中外交往的多重壁垒，为东西方文化互鉴作出了开创性贡献，使欧洲社会得以认知并接纳中国文化的独特审美价值。

5 文化意义与当代借鉴

18世纪前后，欧洲正处于思想大变革、大动荡的时

期,资本主义进一步发展,启蒙思想在欧洲广泛传播。欧洲人希望摆脱中世纪封建主义的桎梏,建立一个自由平等的新社会。对中国的想象成为这一时期风靡的热潮。在欧洲人看来,中国符合他们对自由、文明的新社会的所有构想,尽管他们当中大部分人不曾到过中国。外销瓷的传入给欧洲提供了一个认识中国文化的渠道。通过瓷器贸易,欧洲人越来越多地接受了来自遥远的东方国度的文化,逐渐形成了对中国的文化认同^[19]。这种文化认同体现在欧洲对中国瓷器的大规模仿制上,带有中国元素的图案成为欧洲仿制瓷器中常见的主题。例如德国迈森瓷器纹样中的人物,具有典型的东方风格。这种风格出自迈森瓷器的首席设计师赫洛德之手,他创作的人物图案既有东方的优雅修长美感,又在此基础上融入西方视角,捕捉人物最生动的姿态,赋予瓷绘独特的意趣。这种对中国文化的认同还体现在欧洲人的审美观念上。中国瓷器的精美优雅使得欧洲人对中华文化产生了浓厚的兴趣,对瓷器的喜爱也使欧洲人将瓷器融入室内装饰与陈设,形成风靡欧洲的“中国风格”^[19]。

此外,文化符号的挪用与移植也是跨文化交流中的一个典型现象。这种现象既体现了异质文化间的吸引力与融合性,也反映了人类对审美共性的价值认同。明清外销瓷作为物质文化传播的重要载体,其所承载的文化符号深刻地影响了欧洲人的艺术风格、审美体验及生活方式,为欧洲制瓷业提供了创造性灵感,推动了东西方文化的深度对话与互鉴。欧洲人在瓷器上绘制中国传统的花鸟、龙凤等图案,将中国风格融入欧洲社会,这种行为具有明显的文化移植特征。文化符号在移植的过程中也难免出现偏差,从而产生更具本土特色的新的文化符号。德国迈森瓷中最经典的“蓝色洋葱”图案,被认为最初来源于对中国瓜果等图案的仿制。工匠们基于自身的文化语境理解中国元素的内涵,并结合欧洲审美加以改变^[18]。这种改变使仿制瓷器更符合欧洲人的审美,也更容易被欧洲人所理解,受到欧洲人的广泛欢迎。

对中国文化符号的移植深刻地影响着欧洲人的思想文化。^[20]中国文化中儒家、佛教等文化因素,通过瓷器装饰的形式潜移默化地影响着欧洲。德国迈森瓷的早期产品中包含佛像、观音瓷塑等文化特征明显的产品,这些产品大多数是对中国外销瓷的直接仿制,少部分在中国瓷器的基础上,根据欧洲人的理解,加入了传统的欧洲形式,如在人物形态和衣物方面的表现手法均带有浓厚的欧洲风格。这种佛像在欧洲极受欢迎。由此可见,欧洲人可能并不了解中国的佛教文化,但中国瓷器的传入使佛教文化被欧洲人所接受,从而对欧洲人的社会生活和思想观念产生影响^[18]。

自17世纪起,欧洲人通过孔子的著作,深入了解到中国社会的儒家文化。众多欧洲思想家,如伏尔泰、莱布尼茨等,都是中国文化的忠实拥护者。在欧洲人看来,中国是东方的“礼仪之邦”,中国人待人谦逊有

礼、温文尔雅,中国社会是文明社会的代表。这些认识可通过赫洛德的著作《赫洛德为迈森设计的中国风装饰图案》(亦称《舒尔茨抄本》)得到证实。赫洛德在《舒尔茨抄本》里收录了大量他为迈森瓷器设计的中国风图案手稿,这些手稿全面呈现了18世纪欧洲人眼中的中国社会景象,致力于塑造欧洲人认知中的中国儒家社会风貌^[18]。

这种文化交流不仅丰富了欧洲的文化内涵,也促进了欧洲社会对多元文化的包容与接纳。在当代,这一历史现象依然具有深刻的借鉴意义。随着全球化的深入发展,不同文化间的交流与碰撞日益频繁。“一带一路”倡议的提出为新时代的东西文化交流提供了新的机遇。在新的历史进程中,各个国家、民族都应保持开放包容的态度,保护和发展本国优秀文化,理解和欣赏外来有益文化,促进文化的多样性与共同繁荣。同时,积极传播和弘扬本国优秀传统文化,让世界更好地了解中国,增强中华文化的国际影响力,也是当代中国的必由之路。

6 结语

在全球化的进程中,瓷器作为中西文化交流的桥梁,为跨文化交流做出了不可磨灭的贡献。从文化交融的角度来看,瓷器的外销不仅仅是一场东西之间的物质流动,更是一次跨越几个世纪的双向文化交流。在这一过程中,中国承接欧洲的“订烧瓷”订单,出口带有欧洲文化符号的陶瓷产品。中国外销瓷的大量输入,在欧洲社会掀起了“中国风”浪潮,欧洲人逐渐对中国文化产生认同,并在这种文化认同的推动下,投身于仿制中国瓷器的探索。在仿制实践下,德国迈森瓷应运而生。作为欧洲第一件真正意义上的瓷器,迈森瓷的出现标志着“仿制的中国物”的成功,随后诞生的英国韦奇伍德瓷则更注重创新。这种以瓷器为代表的文化交流给当下带来深刻的启示:在全球化进程日益加速的今天,对待文化交流应秉持开放包容的态度,以积极心态应对文化交流带来的冲击。对于当代中国来说,更应当保护并传承中华优秀传统文化,从中汲取可供当下使用的养分,以实现真正意义上的文化传承与发展。

参考文献

- [1] 钞本明实录第1册[M]. 北京:线装书局, 2005: 349.
- [2] 彭明瀚. 郑和下西洋·新航路开辟·明清景德镇瓷器外销欧美[J]. 南方文物, 2011, (3): 80-94, 188.
- [3] 钞本明实录第2册[M]. 北京:线装书局, 2005: 551.
- [4] 顾年茂. “东物西渐”: 中国瓷器在德国——以18

- 世纪初期德国迈森瓷器为中心 [J]. 岭南文史, 2019, (3): 17-27.
- [5] 张佳峰. 从东方风格到中国风: 论维特科尔中国艺术西渐研究 [J]. 中国文艺评论, 2025, (9): 87-100, 127-128.
- [6] 田春. 中国风: “chinoiserie” 的历史与衍义 [J]. 美术, 2023, (3): 15-25.
- [7] 方婷婷, 徐小娇. 明清时期外销瓷的贸易模式 [J]. 文物天地, 2024, (1): 31-37.
- [8] 杜君立. 中国瓷器的全球化 [J]. 企业观察家, 2015, (7): 114-116.
- [9] 余姗姗. 东风西渐: 中国瓷器的荣耀 [J]. 检察风云, 2013, (10): 90-93.
- [10] 顾年茂. 德国迈森瓷器与中国文化 [J]. 国际汉学, 2021, (3): 173-178, 208.
- [11] 赵宏伟. 中国瓷器对英国韦奇伍德瓷器的借鉴反思 [J]. 文物世界, 2012, (1): 6-9.
- [12] 王爱芳, 吴咏梅. 韦奇伍德引进景德镇制瓷工艺及其对英国骨瓷发明的影响研究——以匣钵购置为中心的考察 [J]. 景德镇学院学报, 2024, 39 (3): 75-80.
- [13] 张婷. 18世纪上半叶中德瓷器交流——以景德镇与梅森瓷器装饰为例 [J]. 陶瓷研究, 2023, 38 (3): 9-12.
- [14] 邓玉梅. 清代外销瓷中的欧洲主流艺术风格 [J]. 收藏家, 2025, (4): 100-109.
- [15] 袁泉, 秦大树. 走向世界的明清陶瓷 [M]. 上海: 上海古籍出版社, 2015: 61-85, 147-190.
- [16] 肖杏瑶. 外销瓷对西方世界的影响 [J]. 陶瓷, 2024, (2): 25-27.
- [17] 张荷苗. 社会性别视角下的近代英国茶文化与女性角色转变 [J]. 福建茶叶, 2022, 44 (3): 212-214.
- [18] 邹国家, 张朝晖. 18世纪中国瓷器对德国麦森陶瓷的设计影响 [J]. 中国陶瓷, 2024, 60 (9): 78-87.
- [19] 郝望. 瓷中的文化符号: 明清时期中国文化认同的体现与传播 [J]. 陶瓷, 2025, (1): 107-109.
- [20] 吕知璇, 向云波. 文化融合视域下17—18世纪欧洲“中国风”瓷器设计研究 [J]. 佛山陶瓷, 2025, 35 (1): 124-127.

Research on the Influence of Ming and Qing Export Porcelain on European Porcelain: Taking German Meissen Porcelain and British Wedgwood Porcelain as Examples

Li Yujia Wei Xiaoya Jiang Huiyi Zhang Xinyue

East China University of Science and Technology, Shanghai

Abstract: Since the Age of Discovery, trade between China and Europe has become increasingly close, and porcelain, as one of the main commodities in the trade between the East and the West, has played an important role in cultural exchanges between the East and the West. Through the east-west sea route, a large number of porcelain exquisitely made by China poured into Europe and was deeply loved by Europeans. Under the “Chinese style” craze, many countries began to imitate Chinese porcelain. In 1710, the Meissen porcelain factory in Germany was established, and Europe’s first real porcelain was born. Subsequently, other countries also successfully imitated Chinese porcelain, the most innovative and representative of which was the British Wedgwood porcelain. This paper takes German Meissen porcelain and British Wedgwood porcelain as examples to explore the influence of Ming and Qing export porcelain on European porcelain from the perspective of cultural integration, revealing the important role of cross-cultural exchange in the integration of Eastern and Western cultures, and providing innovative ideas for current cultural communication.

Key words: Export porcelain; Cross-cultural communication; Cultural integration