

# 重庆市荣昌陶营销策略研究

黄燕芳

(西南大学荣昌校区商贸系, 重庆 402460)

**【摘要】**荣昌陶作为中国四大名陶之一, 因其制作精美而一度辉煌; 但是从 20 世纪 90 年代开始, 现代化建设导致地域性文化遗产受破坏, 致使其市场影响力下降。为此, 以市场营销学相关理论为基础, 根据荣昌陶的营销现状, 提出以产品改进入手, 引进人才及加大营销力度。通过研究, 旨在引起相关部门的重视, 以提高荣昌陶的市场影响力。

**【关键词】**荣昌陶; 发展现状; 营销策略

**【中图分类号】**F27 **【文献标识码】**A

**【DOI】**10.19311/j.cnki.1672-3198.2016.17.033

## 1 荣昌陶的发展现状

作为中国四大名陶之一, 荣昌陶已有千年历史, 具有深厚的文化底蕴。但从 20 世纪 90 年代开始, 由于城市建设及国家政策等导致地域性文化遗产受破坏, 荣昌制陶业开始走向没落。经过 10 余年的沉寂, 2008 年对荣昌陶进行了技改、扩建, 使其逐渐步入正轨。但其市场影响力仍赶不上其它三大名陶, 如何促进它的振兴和发展变得尤为重要。

## 2 荣昌陶在营销中存在的问题

荣昌陶的营销推广方式主要依靠设立荣昌陶博物馆、产业园、川美荣昌非遗研究院等平台。笔者对荣昌陶博物馆、产业园、工业基地进行考察, 发现其在营销策略上还存在一些问题, 对此作了以下分析。

### 2.1 产品品种单一化, 质量较低

荣昌陶通常采用安富陶泥进行加工生产, 虽然其生产成本较低, 使其在价格上占据优势。但是这也在一定程度上制约了荣昌陶的发展, 由于其低成本低加工, 导致很多生产基地只是从事简单的产品加工和销售, 生产的产品品种单一, 品牌意识低, 不重视产品的深加工。随着经济的不断发展, 消费者对陶瓷产品的要求层次在不断地提高, 而荣昌陶生产的低档产品因不能满足市场上消费者对于个性化产品的需求, 阻碍其长期发展。

### 2.2 缺乏专业的技术人员、营销人员

市场经济的影响导致陶器艺人的流失。发展迅猛的陶瓷市场进入产品的设计阶段, 将要求发展多样化产品来满足消费者的需求。荣昌陶要想走向高端市场, 急需拥有具备创新能力的技术人员。同时还需具备整合营销能力, 以及对陶瓷加工技术与质检标准检测方面相当熟悉的专业营销人员。而在荣昌的各大工业基地、销售门店都缺乏这类专业营销人员, 最终导致营销水平停滞不前。

### 2.3 营销力度不够, 销售策略不够完善

荣昌陶处于西南地区的小镇上, 导致其与外界的经济文化交流受到一定的制约。此外由于管理体制和经费保障等原因, 博物馆并未发挥文物收藏及陶器研发等作用, 大量资源处于闲置状态。当地政府和民众对荣昌陶文化的传承和保护意识也较低。此外销售策略不够完善, 如在离市区较远的安富小镇上设置专门的工业基地、开设陶艺工作室等, 导致其销售并不理想。通过到安富小镇进行实地调研, 发现几个荣昌陶的销售门店及规模相当简陋, 未能展示出其特色。在某种程度上还将降低其市场影响力。

## 3 荣昌陶的营销策略

### 3.1 产品多元化发展

根据消费者对陶瓷需求的不同,可将荣昌陶进行市场细分,划分为高、中、低档陶.生产多元化的荣昌陶产品。对此,可引进高水平陶瓷大师打造出高级陶瓷 T. 艺术品,从国外引进高新制作技术生产高新陶瓷.从而提高荣昌陶的附加值.打开我\_高新陶瓷的广阔市场;由机械自动化生产线产出的中档陶瓷应创新生产模式,可把传统手工艺加入机械化生产中;低档陶瓷是指那些产品质讀耐用性高的小件工艺品,这类产品可把存中\_传统文化的书\_艺术与陶瓷艺术合为一体,打开荣昌陶的装饰新风。总而言之,产品应符合工艺品特性需求并满足消费者的需求,考虑到工艺品的安全性、艺术性、技术性。同时,产品创新应符合时代的要求,把产品链做大做强.提高它在国内外的市场影响力。

### 3.2 引进专业的技术、营销人才

生产企业的技术作为竞争力核心,应遵循以人为本,培养更多的专业技术人才。加大引进陶艺大师的力度,开设陶艺工作室,鼓励创新创造,生产有荣昌陶品牌的杂糅了各种风格的艺术陶。在营销方面,企业应提供更具吸引力的薪资来吸引人才,打造一支具备销售能力和陶瓷鉴赏能力的专业营销人员来提高生产和经营效率,从而振兴荣昌陶产业。此外还须加大政府政策.鼓励院校培养人才.传承与保护陶文化.倡导品牌的打造。

### 3.3 加大营销力度、创新营销方式

荣昌陶如果想把营销提高到一新水平上.就必须加大宣传力度。可通过夏兴古窑陶艺旅游基地和度假村、梅江园旅游开发公司这两个大型合作平台,来提高己的商务平台,招商引资.用陶文化带动旅游的发展,用旅游发展带动陶文化的发展。也可推进行业协会宣传,引导企业发展。互联网的时代,荣昌陶可以利用网络平台向消费者提供更多的陶产品,借助 QQ、微信、微博、宣传片等方式来介绍荣昌陶的历史渊源、产品制作过程、产品特点等。也可通过事件营销来吸引媒体、社会团体和消费者的关注,从而提高其知名度、美誉度,树立良好的荣昌陶品牌形象。

#### 参考文献:

- [1] 黄弘,代钊,林福春.我国建筑陶瓷现状及发展对策[J].中国陶瓷.2003,(6).
- [2] 高平.如何增强陶瓷企业人才竞争力[J].佛山陶瓷.2003,(9).
- [3] 张佳.荣昌陶制作工艺的现代转型研究[D].重庆:重庆大学,2012.
- [4] 李宏.正确运用事件营销塑造企业良好形象[J].今日科范,2008,