



并没有觉得稀奇。知道家里有个‘陶瓷世家’的匾额，也并不觉得有什么。”

真正的启蒙来得比想象中晚得多。2014年，他参加一个全国性雕塑展，看到很多观众专程为曾祖父作品而来，有人愿出高价购买，有人站在作品前久久不愿离去。从那时起，他慢慢走进曾祖父的世界，也认真思考自己与这门手艺的关系。

他的学瓷之路颇为曲折：本科读旅游管理，毕业后到景德镇陶瓷大学进修陶瓷艺术设计，而非家族擅长的雕塑。现代设计与传统的冲突很快显现：学校教二方连续与四方连续的解构与抽象表达，家族传承具象写实、精益求精。两套体系在脑中“左右互搏”，曾锐一度感到撕裂。

真正的转折来自清华美院办的一期非遗保护研修班。班上30个同学来自全国各地，做刺绣的、做竹编的、做通草画的等等，大家面临同一个问题：非遗技艺怎么跟市场接轨？老师一句话点醒了他：如果你只是把通草做成画来卖，受众永远很小，但如果把它的元素提取出来，做成文创、做联名，它就可能活起来。

“无语佛”走红后，他没有急于复刻原作，而是成立“无语文创”工作室围绕IP持续开发：9.9元的冰箱贴、19.9元的钥匙扣、胸针、微信表情包。有人质疑：把庄重的佛造像做成戏谑的表情包，是否对家族先辈及其作品的不尊重？曾锐认为，如果一件作品放在博物馆角落，几十年不温不火，才是创作者的遗憾。所有作者都希望自己的作品被更多人看到。

他算过一笔账：一件传统雕塑，从设计到烧制，周期至少一个月；而一个文创设计发往厂家，快的话不到一周就能出成品。传统做的是“作品”，当代做的是“产品”；作品讲究独一无二，

产品追求可复制、可流通。“陶瓷文创最大的痛点不是易碎，是没办法标准化。但我们想通了，把它当成一个让人们了解传统瓷雕的入口。现在文创购买人群主要是二十多岁的年轻人，等到他三十多岁再来景德镇，可能会因为一个小小的文创产品，愿意走进博物馆看一看原作。”

一尊“无语佛”爆火，能给这个行业带来的最大价值，不是IP能卖多少钱，而是它能否成为一个支点，撬动整个传统行业被重新看见。只是这样的案例复制起来有难度。但至少证明：一件传统作品被重新定义之后，有可能迎来第二次生命。但前提是作品过硬，定义方式足够真诚。

曾锐说，他不想让家族四代传承断在自己手里。但如果自己的孩子以后不想学，他也能理解，并表示“在我这儿体面地退出历史舞台，也没有问题”。



《沉思罗汉》（无语佛）。

## 与泥对话，从掌控到共生

在传统根脉上生长出新枝，是曾锐的任务；而李娅经历的是一场从“控制”到“聆听”的自我蜕变。

李娅与陶瓷结缘始于2001年，16岁的她考入景德镇陶瓷大学。直到研究生阶段，

学校为研究生配备工作室，一栋楼全是不同导师的学生，大家一起创作、交流、办展，“那种氛围让我真正深入去接触、学习、探索，热爱它”。从本科到硕士，再到留校任教，她一路从学生变成老师，也从“控制泥土”的人变成“聆听泥土”的人。

早期的李娅，作品如《山水印象》《云印象》，追求对材料的绝