以工业设计提升中国传统手工艺产业的策略

张敏男，卢纯福
（浙江工业大学工业设计研究所，杭州 310023）

摘要：分析总结我国传统手工艺产业面临的挑战与机遇，指出市场竞争力低与品牌文化价值的矛盾，产品单一与个性化消费趋势的矛盾。针对阻碍王星记发展的症结，主要是产品缺乏设计及宣传不足，从产品设计和消费需求角度出发，用工业设计方法提出解决问题的措施，普及设计思想，提高创新意识，应用工业技术，注重市场营销，得出使王星记及传统手工艺产业顺利发展的应用策略，处理好与现代化工业、文化创意、经济等的关系。

关键词：工业设计；传统手工艺；文化创意；策略
中图分类号：J523　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2011)12-0143-04

Promotion of Strategy of Traditional Chinese Handicraft by Industry Design

ZHANG Min-nan, *LU Chun-fu*
(Zhejiang University of Technology, Hangzhou 310023, China)

Abstract: It analyzed the challenges and opportunities of traditional Chinese handicraft, pointed out the contradiction between less competitiveness and high brand value, between single product and individual consumption. Aiming at the cruxes hamper the growth of Wangxingji, which were lack of design and inadequate propaganda, applied industry design to resolve these problems based on product design and consumer requirement. These measures include popularizing design, increasing level, using technique. Finally it put forward development strategies designed to make the industry run as smoothly as possible, dealing with modern industry, CCI, economy, for instance.

Key words: industrial design; traditional handicraft; culture creative; strategy

传统手工艺产品通过一定的艺术构思，以手工作坊的方式加工制作。一般承载着本民族的文化传统。与现代工业产业相比，传统手工艺行业具有传承性、工艺性、自然性和地域性，其产品实用美观，能传达文化内涵，同时具有宗教和社会象征意义。

然而，随着科技与全球化迅猛发展，机械化大生产的普及，工业产品迅速蔓延渗透日常起居的每个角落，在此冲击下，传统制品尤其是手工艺产品首当其冲。如何在此市场环境下，结合百年文化底蕴，运用现代化工业设计理念为行业产品寻求新出路，走文化创意发展道路，就成了亟不可待需要解决的问题。

1 传统手工艺行业面临的挑战与机遇

1.1 内外生存压力的挑战

行业生存发展环境的变化，传统手工艺行业是在特定的文化生态基础上产生的。传统手工艺的原生性发展动力模式来自于古代的手工业和农业的技术状态，而现代社会发展的动力模式则来自机械工业和高新技术的发展状态。不同的动力模式产生不同的社会构成方式和社会生活方式，产生不同的文化观念和不同的审美需求，同时也产生了消费者对产品或商品的不同需求方式。

1）传统手工艺产品设计表象性过于明显。我国的手工艺行业在当代的发展中失去了传统文化的多层次蕴含，只剩下作为旧民俗象征的简单意义。

2）以人工制作为主。生产效率低，产品成本高，讲究产品美观而弱化功能性，市场竞争力低。大部分市场被廉价的机械仿制品充斥，制作精美的手工艺品虽然货真价实却往往有价无市。消费者通常满足于购买低价的产品以最少的付出获得同样的使用价值。

3）行业从业人员整体文化程度偏低，缺乏现代艺

收稿日期：2011-03-11
作者简介：张敏男（1985-），女，杭州人，浙江工业大学硕士生，主攻传统文化产业的产品创新。

术观念与设计思考，生产活动很大程度依赖于模仿抄袭。传统手工艺行业中设计与制作两环节紧密相连，设计师同时也是亲自动手的工艺师，没有形成有效的劳动分工导致现代化设计理念与技术难以介入。

4）缺乏现代设计理念，技术含量低，设计与生产能力滞后。产品继承有余但开拓不足，内容陈旧，趣味过时。着重材料的经济价值，无视创意的文化附加值。艺人们的手工技术保持着先进，制品的材料、制作工艺、宣传却不与时俱进，产品“百年如一”，类型单一，给消费者的印象多数还是陈旧，虽然便于企业生产管理，但这种“以不变应万变”的模式却限制了企业的发展，若在此类产品上受到冲击使企业遭受严重打击而无其他出路。

5）产品宣传不足。行业中大多为以手工艺人为独立个体的小规模创作型生产模式，没有广泛企业化，品牌意思薄弱，上百年延续至今的名称被他人抢注商标的事时有发生。部分成立企业的品牌缺少统一的形象识别系统，产品包装简陋，识别性不强。

1.2 传统手工艺行业的发展机遇

虽然面临压力，但是机遇也同样存在：

1）深厚的品牌价值与文化内涵。传统手工艺产品和品牌被公众熟知，悠久的历史及知名度在一定程度上意味着品质的保障，蕴藏在其中百年沉积的文化内涵更使年轻品牌及产品无法相比。这种赖以自豪的无形资产优势在于兼有可满足尝新，又可怀旧的双层功能，具有无可替代的历史价值、文化价值和精神价值。

2）个性化消费观形成和追求产品差异化的消费趋势。在生活方式日益格式化、数字化的大趋势下，消费者对产品的需求从满足生理要求上升到心理，不再满足于产品的科技内涵，渐渐地把注意力转移到产品的外观、材质等方面，渴望个性的充分展现，希望高情感与高技术取得平衡。在现代工业产品、电子产品日新月异，现代化生活的方式和内容日趋同一化、类似化的当下，传统手工艺产品对保持人类的创造性和增进人文情怀有着重要作用。

3）欧洲奢侈品消费的兴起，证明消费者对于高昂的手工艺品是有购买力的。对于这些奢侈品而言，依靠学习积累和大量劳作时间形成的手工艺特征使它们具有重要地位，也是高昂售价的支持。对于国内的传统手工艺行业来说，如何将“手工制作”与设计结合，与产品创新结合，与文化内涵结合，以此提高产品附加值，增加经济延伸价值。

4）工业设计理念的加入。工业设计产生的条件是现代化工业生产，其设计对象是以工业化方式批量生产的产品。这与手工制作并不矛盾，而恰恰是机械化生产与手工的结合，将是传统手工艺行业的现实出路。

1.3 王星记扇业面临的问题

杭州王星记扇业有限公司是一家创建于1875年的老字号企业，是浙江省首批工艺美术重点保护品种，其制扇技艺被列入国家级非物质文化遗产保护目录。是一项具备浓厚文化底蕴的传统手工艺产业。在众多光环之下，其产业存在许多不足之处，主要有：

1）产品功能性逐渐弱化。在电扇、空调普及下，扇子作为人工扇风祛暑的工具逐渐被冷落淡忘。

2）产品附加价值低。售价相差几十倍的两把扇子，造型、外观、制作工艺几乎一样，售价的差别只在于材料的运用，完全没有体现设计可以提高产品附加值。

3）产品创新不足。产品“百年如一”，品种单一，变化的只是材料与扇面图案，容易被其他企业抄袭、仿制。

4）生产技术落后。生产过程90%以上靠手工，基本无自动化机械生产步骤。

5）专业人员缺乏。企业设计部门人员多为工艺师和技师，主要设计扇面图案及配色，缺少专业的设计类人员进行产品设计、包装设计等工作。

但在诸多不利因素之中，也有利于产业发展的契机，除了以上提到的机遇之外，还要依靠文化创意产业而发展。

文化创意产业是借助高科技对文化资源进行创造与提升，产出高附加值产品的产业，推崇创新、个人创造力，以文化、创意理念为核心，强调文化对经济的支持与推动一般。其中文化内涵恰是王星记的招牌与发展根基，若再借助创意的东风，以工业设计为手段，定能使王星记等传统手工艺行业焕发春风。

2 运用工业设计改造王星记的应用策略

普及设计意识。对从业人员进行基础设计知识的教育，使了解现代艺术观念具备设计思考。引进专业设计人员，建立完善的调研—设计—制作流程，结合有设计理论根基的设计师与专业技能熟练的现从

业人员，相互交流学习，相得益彰。企业人员分布从橄榄型——生产人员多，设计、营销人员少转变为哑铃型——设计、营销人员多过生产人员[1]。

提高创新意识。走出产品百年如一日的印象，多层次地进行市场调研及开发新产品，强调产品的趣味性和时尚作用。现有产品多数靠工艺美术大师的国画扇面图画创作为卖点，曲高和寡，缺乏大众消费基础，如有卡通漫画图案加入，定能打开青少年消费市场。既然社会发展弱化了扇子自发的功能性，那就创新其他可附加的功能，如驱蚊功效，加入发光丝的夜光扇，改变产品古老过时的一贯面目，让消费者更情愿地花钱。

多元化产品，跨行业合作经营。传统手工艺行业与其他行业的合作，改变产品种类单一现状。如与动漫、影视行业合作，作为道具使用于某场景中，并可以此开发动漫或影视衍生产品。如涉足首饰行业，抽象出“扇”图案为基础，制作有本国特色的胸针、吊坠等产品。如与广告或旅游行业合作，作为会议、庆祝活动等的纪念产品销售。

重视市场营销。从“以销定产”转变为主动出击，引入用户分析技术，发掘潜在消费群，对现有消费群进行详细调研，以此在产品设计、造型、工艺、材料、定价、销售等方面做准确规划。不但要发展独特高端产品，也要兼顾中档产品同时不放弃低端市场，达到最大程度的市场占有率。投放平面及媒体宣传广告

应用现代工业技术，改进生产工艺。改变现有生产流程，加入独立的设计环节，并注重此环节。根据产品定位不同程度地使用现代技术代替手工制作，如扇面图案印刷，纸质扇面打褶等，准化生产流程。积极研发相关生产用机械设备，现代科技手段如CAD（电脑辅助设计），CAM（电脑辅助制造），RP（激光制作等原理）是传统工艺制作手段的补充和延伸[2]。

扩宽材料运用，拓展产品主题表现。现有产品扇骨材料主要为竹和木，扇面为纸，表现形式单一缺乏时尚度。扇骨可选择塑料材质，颜色及表面加工方式多样。扇面可选择蕾丝、人造毛等服装用料，耐用同时提高产品时尚指数，与流行接轨，作为时尚装饰物打开女性市场。

加强文化意义，深化文化内涵。改变只有表面传统文化符号而无真正精神内涵，挖掘与扇产品有关的典故及民间故事，以此为设计创作主题。结合古人“以扇定情”，设计以“爱情”为题材的系列产品，作为定情信物或婚庆用品。大力开发传统节日纪念品，传统的节庆活动是保存手工艺的载体，以此为依托，宣传文化的时销售产品。

引入品牌管理模式。建立企业识别系统，设计品牌标志，对产品包装、专卖店形象、宣传广告等做整体统一的规划，强化品牌意识，提升品牌形象。

图1是设计团队针对年青人群消费市场需求分析

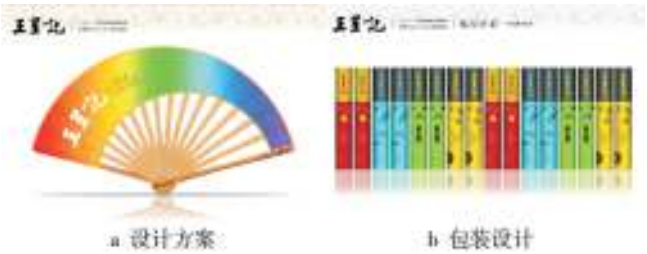

图1　方案展示

Fig.1　Plan demonstration

开发的一款产品。采用异形扇面轮廓，包装整体用色以明快为主，加上传统的梅兰竹菊图案。产品整体活泼可爱，完全摒弃了传统手工艺品给人的“老气”感觉，使产品能够在现代商品市场和年轻消费群体中得到认同，是迎合市场和消费需求的创新工业设计产品。

3　运用工业设计改造传统手工艺行业的思考

在与王星记的设计合作中，发现了中国传统手工艺行业存在的问题，也看到了从工业设计角度出发，巩固和提升行业的可能性。

联系传统手工行业与现代化工业。对于手工技艺的崇拜在机械化批量生产的时代只会加深，因为造型简洁同一的机械制品很容易被引入工业设计中，并被机器模仿制作。工业化带来的批量生产模式属于共性消费文化，当今消费群体转向满足享受和实现自我需求的个性化精神消费。提升行业和从业人员现代化设计意识。

联系传承与创新。由重复性生产向标准化系列化转变，由单一性向多功能多元化转变。产品风格的创新是核心，提高审美趣味。释放自身传统因子中的现代能量，传达出不失传统而又具时代的特色[3]。

联系经济产业与文化产业。经济效益是企业的生存基础，任何产品必需经过商业流通才能体现其价值。传统手工艺产品具有商品性，又兼具艺术欣赏价

值[4]，使消费者在购买的同时，还能有一种文化体验。处理好提高利润和保持产品“质”与“品”的关系，注重市场营销和宣传。

联系多行业合作。传统不等于守旧，发挥本行业优势，与其他行业科学结合，联动发展。注重媒体宣传。在与工业生产相结合进入生产领域的过程中，传统手工艺可在一些大工业生产无法完全替代的行业中发挥作用[5]，以弥补机械产品结构造型上的单调呆板，使其更具有浓郁的人文气息和浓厚的人情味。

联系传统手工艺行业与文化创意产业。任何一种文化创意活动，都要在一定的文化背景下进行。助科技，依靠设计，对传统手工艺行业中的文化资源再提升。创意产业发展的核心是增强技能培训，人的因素是创新的关键，因此要注重培养结合理论与实际的人才。

4 结语

传统手工艺行业发展至今，其中凝聚了先辈们深厚的设计智慧，是增加一个城市乃至国家文化底蕴的招牌，对人类社会进步影响深远，自身潜在发展能量巨大。工业设计包括了产品内部和外部设计的整个过程，是对产品的外观和性能、生产技术的应用，以及品牌建设产生最直接影响的活动，与传统造物思想结合，古今融合，保证传统文化长盛不衰。同时现代工业设计师吸取古人设计造物的精髓，结合先进工业科技为现代设计服务，以创造出更符合当今消费趋势且具有本土化特征的优秀设计，使传统手工艺行业重焕生机。

参考文献：

[1] 许思豪.手工艺创意产业[M].上海：东方出版中心，2009.
[2] 吴琼.传统手工艺产业的现代化改造[J].装饰，2007(2)：10-11.
[3] 东美红.传统文化在现代设计中的传承与传播 文化沙湾[M].北京：中国建筑工业出版社，2009.
[4] 王文章.中国传统工艺美术保护与发展研讨会论文集[C].北京：文化艺术出版社，2009.
[5] 梁远.现代社会中的传统手工艺[J].美术观察，2004(6)：92.

（上接第96页）

价值取向[8]。”饮酒器产品设计所表现出来的精神文化内涵，使产品不只是局限于与人简单的机能的生理沟通，更加强了产品与人的情感交流和对话。

值得一提的是，华美、轻巧、适用的漆耳杯在汉代是达官贵人身份和地位的象征，《盐铁论》中记载“一纹杯得铜杯十”，所谓纹杯，就是描绘图案的漆杯，其价值等同于十个铜杯，可见漆杯的珍贵。在中国传统社会中，礼乐之道是中心，具有身份和地位象征的漆耳杯正是体现出中国传统造物中礼仪尊卑的思想，这一点也是现代饮酒器产品语意设计所要借鉴的。

5 结语

中国的酒文化源远流长，耳杯是我国古代饮酒器中的一朵奇葩，银釦彩绘云兽纹漆耳杯作为耳杯中的精品，有着丰富的文化内涵和独特的艺术价值，从其材质、造型、装饰等方面可以一斑窥豹，给现代饮酒器产品语意的表达以更多的启迪。现代设计离不开对传统的借鉴，就饮酒器设计而言，应从古代饮酒器设计中汲取更多的营养，以使用者为中心，不断完善产品语意的表达，在实现基本功能的前提下更好地实现产品与人们精神层面的沟通。

参考文献：

[1] 林沄.古代的酒杯[J].中国典籍与文化，1995(4)：31.
[2] 曹建中，祝莹.产品语意及表达[M].合肥：合肥工业大学出版社，2009.
[3] 诸葛凯.设计艺术学十讲[M].济南：山东画报出版社，2006.
[4] 谢亨渊，肖著强.儿童玩具中产品语意学的解析[J].包装工程，2008，29(11)：150.
[5] 陈望衡.艺术设计美学[M].武汉：武汉大学出版社，2000.
[6] 李超德.设计美学[M].合肥：安徽美术出版社，2004.
[7] 李砚祖.工艺美术概论[M].济南：山东教育出版社，2002.
[8] 李兵，郁舒兰，关惠元.产品语意塑造的原则及应用[J].包装工程，2009，30(2)：155.