

# 大数据背景下的湘绣设计

盛忆文

(长沙学院, 长沙 410001)

**摘要:** **目的** 通过对大数据背景下湘绣设计的现状进行研究,探讨如何利用大数据的优势进行湘绣设计的革新,最终带动行业的发展。**方法** 以湘绣设计的构思、视觉传达、应用设计为基本点,采用实地走访调查、文献研究、数据研究、比较分析法对湘绣设计的现状进行分析研究。通过对大数据基础理论的文献分析、案例分析,结合国家政策,探讨大数据背景下湘绣设计的革新。**结论** 大数据背景下,湘绣设计的革新与发展需要建立政府、企业、个人多层次的数据信息收集与交流平台,通过对数据信息的整合与分析,为湘绣设计的创新与发展提供依据和指导,以建立新的产业生态链。

**关键词:** 湘绣; 湘绣设计; 大数据

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)12-0045-04

## Hunan Embroidery Design under the Background of Big Data

SHENG Yi-wen

(Changsha University, Changsha 410001, China)

**ABSTRACT:** It aims to discuss how to use the advantages of big data for improving Hunan embroidery design by studying its status under the background of big data, and then promote the development of the industry. It proposes using field investigation, document research, data research and comparison to study and analyze the status of Hunan embroidery design based on its conception, visual transmission and application design. Thereafter, combined with national policies, it discusses the improvement of Hunan embroidery by analyzing documents and cases of big data theory. Under the background of big data, we need to establish a multi-level platform collecting and communicating data information, with our government, corporations and individuals involved. Integrating and analyzing data information will provide basis and guidance for the innovation and development of Hunan embroidery design. A new industry ecosystem thereby will be established.

**KEY WORDS:** Hunan embroidery; Hunan embroidery design; big data

湘绣,作为中国的四大名绣之一,被列为国家首批非物质文化遗产保护项目,在中国工艺美术史上留下了辉煌的足迹。至今,在高端工艺品市场也占有一席之地。然而,据长沙市海关数据显示,在湖南大宗出口商品的名单上,湘绣已榜上无名,湘绣产业在市场经济中陷入了困境。在大数据的背景下,通过对湘绣设计的现状进行调查,描述和预测湘绣设计与大数据发展的融合趋势,以湘绣设计创新为主导,带动行业发展。

### 1 大数据时代

麦肯锡全球研究所对于“大数据”给出的定义是:一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合。拥有这些巨大的数据集合本身,并没有多大的价值,其价值在于对这些数据的专业化处理。宽带资本董事长田溯宁,在《大数据时代》的序言中说:

收稿日期: 2016-01-09

作者简介: 盛忆文(1979—),女,湖南人,硕士,长沙学院讲师,主要研究方向为视觉传达设计以及数码影像设计。

“如今，一个大规模生产、分享和应用数据的时代正在开启<sup>[1]</sup>。”

2015年9月，在国务院印发的《促进大数据发展行动纲要》中，明确提出：“推动大数据发展和应用，在未来5~10年打造精准治理、多方协作的社会治理新模式等，开启大众创业、万众创新的驱动新格局，培育高端智能与新兴繁荣的产业发展新生态。”数据=机遇，在海量数据分析中得出的结果，是目前最为科学的预测依据<sup>[2]</sup>。利用大数据所提供的平台和依据，可以建立起以湘绣设计为主导的新型产业生态链，为湘绣产业的发展带来新的机遇和市场。

## 2 湘绣设计的现状研究

所谓设计，指的是把一种规划、设想、问题解决的方法，通过视觉设计的方式传达出来的活动过程。它的核心内容包括3个方面：第一，计划构思的形成；第二，视觉传达方式，即把计划、构思、设想、解决问题的方式利用视觉的方式传达出来；第三，计划通过具体传达之后的具体应用<sup>[3]</sup>。这里针对以上3个方面来对湘绣设计进行现状研究。

### 2.1 湘绣设计构思研究

湘绣，是湖湘人民世代相传的非物质文化遗产。在设计构思上主要来源于对传统文化、传统手工技艺的传承和发展。湘绣是在湖南民间刺绣的基础上发展而来的，其源头可追溯到春秋战国的楚汉刺绣。在历史的发展中，与湖湘人民的衣、食、住、行紧密结合，同时，也与各个不同时代的宗教、风俗、礼仪以及文学艺术相融合。在设计构思上，既保有楚汉刺绣艺术的神奇与浪漫，同时又与当地劳动人民的生活创意紧密相连，具有物质使用价值的同时，兼具精神功用<sup>[4]</sup>。荷池鸭戏燕归来（局部）见图1<sup>[5]</sup>。



图1 荷池鸭戏燕归来（局部）

Fig.1 The duck play in the lotus pool and swallow return(part)

通过对多家中小型湘绣企业进行走访调查后发现，中小企业基本没有专职的设计师。商品在主题构思上，主要为历史沿袭下来的传统图案，其余则是在网络上进行图样选择，或者是人像照片的图案定制。在湘绣礼品市场，卖得最好的仍然是传统的山水与花鸟图案，占到商品售卖的80%以上。湖南省湘绣研究所官网上选出的最具影响力的22幅作品主题比例分配见图2。



图2 具有影响力的作品主题比例分配

Fig.2 Relative allocation between different art of significance

从图2中可以看出，在湖南省湘绣研究所挑选出来的最具影响力的22幅作品中，冷色部分代表具有现代风格的主题设计作品，占作品总数的46%；而暖色部分则是沿袭传统风格的主题设计作品，占作品总数的54%。具有影响力的作品与售卖作品的主题对比见表1。

表1 具有影响力的作品与售卖作品的主题对比

Tab.1 The influence of the works contrasted the sales about the theme

图案设计类型	传统图案设计	现代图案设计
湖南省湘绣研究所开发的具有影响力的作品	54%	46%
湘绣企业售卖的作品	80%	20%

通过表1可以看出，湘绣研究所开发的具有影响力的作品在设计主题上，符合时代特征和现代文化需求的设计作品已经占到了46%，而中小型湘绣企业在图案设计的主题构思上则完全达不到这一水平。根据实地走访调查，湖南省湘绣研究所作为湘绣产业中唯一的国企，在设计上从美术院校引入了专业的湘绣设计师，每年都参加各种博览会和艺术展，鼓励作品创新并取得了骄人的成绩。湖南省湘绣研究所开发的具有影响力的作品见图3（图片摘自湖南省湘绣研究所官网），可以看出，在整个湘绣行业的图案设计构思中，中小型企业主要是对传统图案进行沿袭，缺少创新。同时，作为传统手工艺

在现代社会的传承和发展，以湘绣研究所为首的部分企业，也开始考虑现代社会的经济文化背景，现代人的喜好和消费需求，进行设计作品的创新和开发，并取得了较大的影响力。然而，这些创新设计并没有在行业内得到普及并形成态势。



图 3 湖南省湘绣研究所开发的具有影响力的作品

Fig.3 Relative allocation between different art of significance

## 2.2 湘绣设计的视觉传达方式研究

湘绣设计在传统文化中，是依靠手工绘图的方式来完成的，也有“以画为本”的传统。在现代湘绣设计中，设计的表现手法和实现方式更多，可以毫不夸张地说，只要是能用视觉传达的方式表现出来的，就能用湘绣绣出来。

湘绣设计的视觉传达在现代社会除了图案设计外，还包括对湘绣品牌与湘绣产品的展示、推广的视觉传达设计。通过实地走访调查，对企业进行品牌包装、展示设计和视觉推广设计的寥寥无几，更不用说数字化、网络化的传达推广。基于从长沙市工商管理局 2016 年 2 月得到的数据，在长沙地区登记的湘绣经营企业 138 家，在百度上搜索到的湘绣专卖店铺 14 家；在淘宝上能搜索到的湘绣专卖品牌 9 家，占湘绣企业的 6% 左右。相对于这个数量，运用手机等其他媒介进行展示、售卖、品牌宣传的湘绣企业就更少了。

从以上这些数据调查可以看出，整个湘绣行业的视觉传达方式并没有随着时代的发展与相应的媒介结合起来，更不用说与数字信息化全面融合，以至于整个湘绣产业都缺少数字化的视觉传达设计和品牌推广设计。

## 2.3 湘绣设计的应用研究

湘绣的应用设计，即湘绣的产品设计也可分为传统设计和现代设计两个部分。传统设计包括历史沿袭下来的挂件、摆件、屏风、扇子、荷包、手帕、服饰；现代设计则包括与现代生活相关的具有现代风格的挂件、首饰、手机壳、沙发靠背、纪念册等产品的的设计。对湘绣研究所网站上售卖的 429 件刺

绣产品进行分类和数量统计，湘绣产品应用领域比例分配见图 4，可以看出，即使在湘绣的龙头企业，在产品应用领域的设计上，99% 的产品应用设计沿袭了传统，只有 1% 的产品与现代生活进行了拓展性的融合设计。湘绣传承至今，是因为它在历史发展的进程中和湖湘人民的生活紧密相连。现代湘绣的应用设计也需要切实地从时代背景出发，跟现代生活接轨，从现代生活的方方面面来拓展湘绣设计的应用领域。

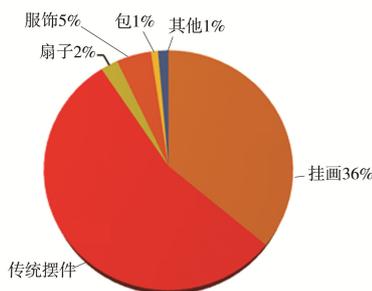


图 4 湘绣产品应用领域比例分配

Fig.4 The proportion of application of embroidery products distribution map

综上所述，在大数据背景下，湘绣设计在构思上 80% 沿用传统图案设计、视觉传达，应用领域中 90% 以上沿袭传统，除了湘绣研究所和几家大型企业外，中小企业几乎没有“湘绣设计”的概念。以设计的创新思维来带动湘绣企业的发展，创建有自身特色的湘绣品牌，开拓新的市场，解决同质化商品过多的问题，是目前湘绣产业急需进行的改变。

## 3 大数据与湘绣设计的融合及发展

大数据意味着人人都是数据的使用者和提供者，如何利用这些数据来为湘绣设计服务，开拓湘绣市场，首要的就是要建立一个多层次和多角度的湘绣信息收集、交流、推广平台，然后合理地利用这些数字信息对湘绣设计的各个方面进行分析和预测，以形成一个良性的设计生态圈，带动行业的发展与进步。

### 3.1 建立政府级湘绣数据信息交流平台

建立政府层面上的湘绣信息交流、资源共享平台，推广湘绣文化，集合湘绣资源，为湘绣企业的品牌建设和文化推广提供充足的养分与能量。大数据时代使互联网技术、虚拟现实技术、人机界面技术、新媒体技术得以广泛应用，成为数据—信息—智慧链式系统

的新表现形式<sup>6</sup>。湘绣作为湖南地区的非物质文化遗产,除了实体的博物馆外,应该建立数字化、网络化等同时与多种媒体接轨的湘绣文化交互式交流平台。人与人之间的交互,人与产品之间的交互,都会产生情感,建立关系连接<sup>7</sup>,应加强湘绣设计与各种媒介的融合,全方位提升受众与湘绣之间的连接,拓宽整个湘绣行业的影响力和知名度。

### 3.2 建立企业级湘绣数据信息收集平台

不同的湘绣企业,应该寻找属于自己的差异化设计路线,形成特有的品牌文化和企业形象。在大数据的背景下,建立行业信息收集交流平台,对竞争者、客户、相关事物进行信息收集和管理分析,为各个不同的湘绣企业制定不同的发展战略和销售策略,为湘绣设计的创新和发展提供丰富而精准的数据支持。

建立企业客户数据信息收集平台。对消费者进行研究和分层,针对不同的需求,进行不同的销售策略设计,完善服务设计,以推动企业转型<sup>8</sup>。建立和完善各个湘绣企业的SKU数据化管理,对所有的湘绣商品进行细化分类,包括区域、渠道、代理商、零售额等,对比各个时间段的销售记录,分析出品类增长的销售预测,从而设计不同的湘绣营销策略,开发不同的湘绣产品。湘绣设计走入信息社会,必然不能再只是孤芳自赏的艺术展示,而必须是一种与人相关的,参与到消费者生活方式、生活态度以及生活理念中的设计<sup>9</sup>。

### 3.3 培养具有数据意识的湘绣设计师

除了画家外,湘绣设计师的素养决定了湘绣作品的品格,也同时决定了制作时间、价格和应用领域。设计师除了对于自身艺术性的培养外,还需要对其外延进行拓展。对数据信息的掌握和使用可以让他们更加了解市场,更为有效地学习设计知识,积累经验,完善设计<sup>10</sup>。在大数据背景下,设计师可以通过对互联网数据的分析和整合,得到想要的设计信息和设计资源,缩短设计时间,改善设计方式。

## 4 结语

大数据时代已经到来,在商业、经济和其他领域的决策将越来越依赖数据分析,而不是基于经验和直觉<sup>11</sup>。以大数据为背景的湘绣设计,是一种在新

形式、新机遇下对传统产业进行改造的设计。它依赖于政府数据平台、企业设计数据平台、个人数据平台的建立,形成一个多层次与多角度,充分利用各种数据信息进行预测和分析,以精准设计定位,完善设计过程,参与设计反馈,不断根据市场和消费者的需求调整设计思路的湘绣设计生态圈,以此带动湘绣产业经济的发展。

### 参考文献:

- [1] 舍恩伯格·维克托·迈尔,库克耶·肯尼思.大数据时代:生活、工作与思维的大变革[M].杭州:浙江人民出版社,2014. SCHONBERGER V M, CUKIER K.A RevoLution That Will Transform How Live, Work, and Think[M]. Hangzhou: Zhejiang People' s Press, 2014.
- [2] 巴拉巴西·艾伯特·拉斯洛.爆发:大数据时代预见未来的新思维[M].北京:中国人民大学出版社,2012. BARABASI A L.The Hidden Pattern behind Everything We Do[M]. Beijing: China Renmin University Press, 2012.
- [3] 王受之.世界现代设计史[M].北京:中国青年出版社,2002. WANG Shou-zhi. A History of Modern Design[M].Beijing: China Youth Press, 2002.
- [4] 周敏纳.湖湘刺绣[M].长沙:湖南美术出版社,2009. ZHOU Min-na. Hunan Embroidery[M].Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2009.
- [5] 野云.老湘绣的收藏[M].长沙:湖南科学技术出版社,2013. YE Yun. Old Embroidery Collection[M]. Changsha: Hunan Science and Technology Press, 2013.
- [6] 陈志刚,鲁晓波.大数据背景下信息与交互技术的变革与发展[J].包装工程,2015,36(4):35. CHEN Zhi-gang, LU Xiao-bo. Reformation and Development of Information and Interaction Design Based on the Big Data[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(4): 35.
- [7] 欧静,赵江洪.多维情感——动作与产品形态的交互设计研究[J].包装工程,2015,36(18):49—51. OU Jing, ZHAO Jiang-hong. Interactive Design of Multi-emotion, Action and Product Form[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(18): 49—51.
- [8] 钱晓波.在传统自造型企业中引入产品服务系统设计策略[J].装饰,2015(10):114—117. QIAN Xiao-bo. Introducing Strategic PPSD into Traditional Manufacturing Companies[J]. Zhuangshi, 2015(10): 114—117.
- [9] 王战,王紫薇.小规模大意味——我国创意为群体品牌发展路径探究[J].装饰,2015(10):122. WANG Zhan, WANG Zi-wei. Small Scale, Strong Significance: an Exploration to the Brand Development of Creative Mini-Groups in China[J]. Zhuangshi, 2015(10): 122.
- [10] 王敏,彭筠.推进面向未来的设计教育[J].美术研究,2015(6):14. WANG Min, PENG Yun.To Promote the Design Education for the Future[J]. Art Research, 2015(6): 14.
- [11] MANYIKA J, CHUI M, BROWN B, et al. Big Data[J]. The Next Fronier for Innovation, Competition, and Productivity, 2011(4).