

【高校设计研讨】

“四力”协同模式下传统手工艺的提升策略研究

何佳¹, 施爱芹²

(1.南京艺术学院, 南京 210013; 2.南京林业大学, 南京 210037)

摘要: **目的** 探索传统手工艺的提升策略, 通过现代设计的力量为传统手工艺的复兴探寻一条可借鉴之路。**方法** 结合当代手工艺领域的创新实践案例, 从创新力、文化力、科技力和执行力这四个维度, 深入分析传统手工艺的提升策略, 提供可行的设计思维模式, 来实现由传统到现代的转变。**结论** 协同模式是传统手工艺设计提升的有效途径。在保持中国传统文化的内核基因的基础上, 融入现代生活的设计创新都是传统手工艺活态传承的有益尝试。为了使传统手工艺继续传承和发展下去, 须实现其与当代生活的统一, 并使传统手工艺品回归到实用与审美兼备、现代与传统相结合的生活用品角色, 这样才能形成良性的生态循环。

关键词: 传统手工艺; 策略研究; 创新实践; 协同模式; 现代设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)22-0236-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.22.041

Promotion Strategy of Traditional Handicraft under "Four Forces" Cooperation Model

HE Jia¹, SHI Ai-qin²

(1.Nanjing Arts Institute, Nanjing 210013, China; 2.Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the promotion strategy of traditional handicraft and find a way for the contemporary revival of traditional handicraft through the power of modern design. Combined with the case of innovative practice of contemporary crafts, from innovation, culture, technology, and execution of the four dimensions, the traditional handicraft promotion strategy was analyzed in depth to provide the feasible design thinking mode to achieve the traditional to modern evolution. The collaborative model is an effective way to improve the traditional handicraft design. Based on maintaining the core genes of Chinese traditional culture, the design innovation integrated with modern life is a beneficial attempt to inherit the living condition of traditional handicraft. To continue heritage and development of traditional handicraft, it is required to combine it with contemporary life, and make traditional handicraft product return to daily use in which beauty, modern and tradition are integrated, so as to form benign ecological circulation.

KEY WORDS: traditional crafts; strategy research; innovative practice; collaborative model; modern design

在当前大力推进传统文化复兴的时代背景下, 弘扬手工精神, 激发传统手工艺的活力, 使手工艺回归生活, 已成为业界学者的共识。中国文联副主席潘鲁生教授认为, 传统手工艺需要寻求与当代生活的连接, 即“从材质、工艺、艺术语言、文化思想内容等各方面, 找到与当代生活的血脉联系”。但也有部分

学者质疑其原真性, 认为如果通过设计改变了原本的样式, 就失去了传统的意味。对此, 笔者认为, 复兴传统手工艺应以文化为内核, 即以中国传统的哲学观、宗教观等为原点, 而不应固守于外在的传统形式的原真性。这是因为, 外在的形式会伴随时代的发展而改变, “技”会随着时代的发展而进步, “艺”也会随

收稿日期: 2019-08-01

基金项目: 江苏省教育厅哲学社会科学一般项目 (2017JSB0123); 2016 年南京林业大学青年科技创新基金项目 (CX2016036)

作者简介: 何佳 (1981—), 女, 江苏人, 博士, 南京艺术学院副教授, 主要从事民间手工艺方面的研究。

通信作者: 施爱芹 (1974—), 女, 江苏人, 博士, 南京林业大学副教授, 主要从事乡村文化创意产业方面的研究。

着时代的变迁而更加丰富。在保持中国传统文化内核基因的基础上,融入符合现代生活的创新形式,都可以被认可^[1]。目前已经有一些开拓者们为之努力并取得了成效,他们在确保文化内核不变的基础上,充分利用传统手工艺的现实价值,探索出新的表现形式。这些探索为手工艺的发展带来了新的观念,注入了新的活力,其经验值得探讨和推广。本文基于部分已经取得成效的案例和经验,从创新力、文化力、科技力和执行力这四个维度进行可行性探讨,深入分析传统手工艺的当代设计提升策略。

1 提升与时俱进的创新力

创新力是“四力”协同模式中的第一要义,“四力”协同模式下传统手工艺的提升策略见图1。随着时代的发展和科技的进步,“保护得再好的老手艺,也无法改变人们的需求减少这一事实^[2]。”优质的手工艺,必须是符合实用需求的,与人们的生活密切相关的。传统手工艺因人们的生活需要而产生,也因生活的改变而改变。传统手工艺要想在新社会语境下传承延续,就需要充分利用各种现代技术和方法,并以创新力为准则,拓展传统手工艺产品的适应范围,提升和优化实用能力,以适应消费者不断变化的动态需求。

具体来说,创新力的提升首先要因“需”制宜。在当今批量化生产的背景下,大量传统手工艺产品由于

费工时且利润低,所以导致从业者被迫放弃,曾经的生活用具几乎退出人们的生活,或沦为工艺展示品。对此笔者认为,通过对产品功能或性能的再设计,生产出符合当下消费者生活特点的产品,不失为一条可行的途径。

以竹制品为例,竹加工和竹编工艺因具有结实耐用、经济美观等特点,而受到消费者的青睐,竹桌、竹凳、竹篮、竹箩筐、竹扫帚等,都在传统的社会生活中扮演过极为重要的角色,但随着社会的发展已逐渐销声匿迹。对此,四川渠县“刘氏竹编”的传承人刘江认为,传统的竹编工艺要传承下去,必须适应当代生活,融入百姓的日常生活,让每一个普通民众都能深切地感知、触摸到它,只有这样,才能激发起民众的兴趣^[3]。在实际生产中,刘江不仅致力于传承竹编技艺,而且从当下消费者的需求特点出发,运用技艺对产品的种类、功能、形式及衍生价值加以改良和提升,拓展应用范围,转换产品的价值取向,不断推出符合现代生活需求和时代美学特点的竹编产品,如高贵大气的女士手包、精细雅致的竹编花器、时尚典雅的竹编配饰等产品,都受到了当代消费者的青睐,为“刘氏竹编”的延续和发展注入了新的活力,“刘氏竹编”现代产品设计见图2。

创新力的提升还要因“材”制宜,即通过对现代材料的了解,选择出更加适应现代生活特点的新型材料,为再设计服务。

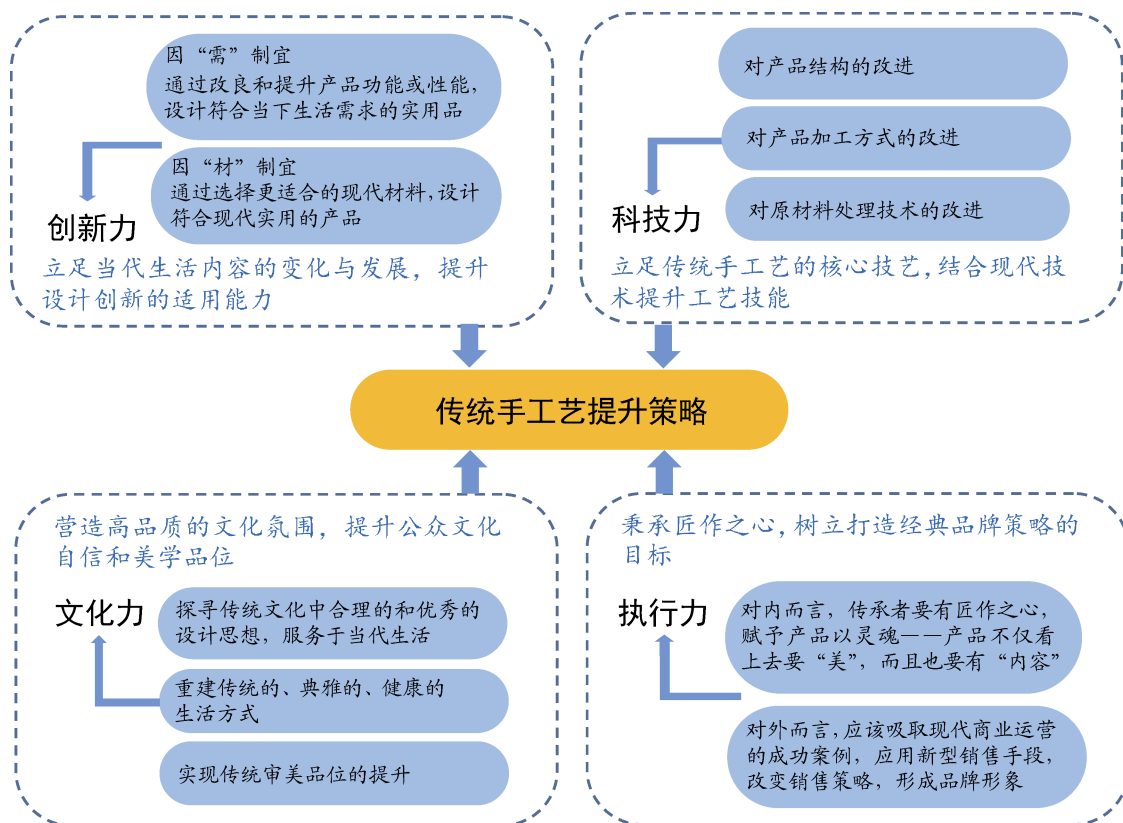


图1 “四力”协同模式下传统手工艺的提升策略

Fig.1 Promotion strategy of traditional handicraft under "four forces" cooperation model



图2 “刘氏竹编”现代产品设计
Fig2 “Liu's bamboo weaving” modern product design

以竹制品中的“西湖绸伞”为例。传统的“西湖绸伞”以竹作骨，以绸作面，具有很高的审美和工艺价值，但因为其防雨性差，所以削弱了其实用价值。“西湖绸伞”品牌的创始人李游及其设计团队，针对这个问题，进行了适应现代社会文化语境的再设计。经过三年的探索，推出了具有当代特点的新“西湖绸伞”，以传统工艺为基础，继续保留传统的竹材料，结合现代工艺和生产技术，选用了具有防水和遮阳功能的竹纤维面料作为伞面，不仅增强了该产品的实用性和审美性，而且也极大提升了机器生产的可能性^[4]。

由上述两个案例可见，创新力必须着眼于符合现代性的要求进行开发，这应作为推进活态传承的首选路径，因为日常器具才是传统手工艺永恒的载体。作为传承人，在熟知传统工艺价值的同时，还要不断更新设计理念，从题材、形式、创意等多种角度，寻找传统手工艺在新社会语境中的新的落脚点，从而实现传统手工艺从传统中来到生活中去的基本目标。

2 提升结合现代技术的科技力

现代社会的发展对工艺技术的提升有着必然的推动作用，传统手工艺的延续必然要以核心技艺为基础，大力加强对于“技”本身的更新和创新。

首先，是要加强对产品结构的改进，如前文的“西湖绸伞”就是改进产品结构的较为典型的案例。再设计过程中，“竹语”设计团队通过反复调整，对伞骨进行了技术改良，将它的支撑曲率调整到最佳状态，使打开后的伞面异常饱满，并结合现代人机工程学，设计出独有的竹质伞柄和镂空手柄，握感舒适，获得了极佳的用伞体验。这种与现代技术和材料结合的再设计，不仅使传统的竹伞复活，而且也使东方的竹韵在现代语境下再一次焕发生机。

其次，是要加强对产品加工方式的改进，即借助现代科技，在保证质量的前提下，缩短制作周期，提升工作效率。重庆的“山神漆器”就是通过改进加工方式，引进更为先进的工艺而取得成功的优质案例之一。早期因没有设备，只能用书写的方式将产品的注

册商标写在漆器表面，如今激光技术的出现不仅极大地提高了生产效率，而且不会影响产品的品质。在大批量的生产中，还可以使用数控车床，把形状规格标准化，而采用现代技术并不违背手工艺的初心，因为山神漆器的研发和制作依然需要靠手工来进行精雕细琢。传统手工艺不应排斥机器生产，因为借用现代化的生产设备只是手段，所以并不会扼杀手工的温度和情感^[5]。

最后，是要加强对原材料处理技术的改进。利用现代科技手段或加工方式处理传统手工艺的原材料，使不适用的材料重新焕发生机，夏布就是比较典型的例子。夏布是人类最早使用的面料之一，它轻如蝉翼薄如纸，透气散热性能良好，在夏季穿着最为清爽。然而，一直以来国内的软化工工艺不够成熟，难以处理夏布的面料，且缺乏好的设计，使夏布迟迟未能走进寻常百姓家。有设计师发现，利用生物酶可以将夏布的纤维软化，因此，设计师尝试对其进行了成衣改造，从而解决了夏布的软化问题，不仅提高了夏布在大众生活中的使用率，而且将夏布轻薄透气的特点在成衣制作方面发挥到了极致，极大提高了夏布的附加值。

无论是哪种技术的改进，其根本驱动力都与当下的消费需求密不可分。技术的改进是需要从业者不断探索、调适和改进的，努力在传统手工艺与现代技术之间找到契合点，发挥传统手工艺的长处，保留其优秀特质，使传统手工艺与现代技术并驾齐驱，共同成长^[6]。

3 提升具有美学品位的文化力

实现传统手工艺的当代复兴还需要文化力的协同。通过提炼和传播优秀的美学观、文化观，服务于当代大众的生活之中，营造高品质的文化氛围，提升公众的文化自信和美学品位。

随着中国经济能力的极大提升，广大消费者需要建立新的象征体系和艺术形式来引导自己的生活方式，塑造自身的社会形象。传统的茶道、香道、花道、雅聚等古代文人高雅的生活方式因此复兴，这种现象也体现出当代中国人的文化自信和对民族文化的认同。从这个意义上讲，以实用功能服务公众生活只是设计的浅层价值，引领公众生活方式和提升生活品质则可被视为中层价值，提升文化自信、建立民族文化认同才是设计的最高价值和目标，设计实用价值拓展的目标层次见图3。

文化力还具有提升传统审美品位的功能。传统农耕时代，工匠集设计者与制作者于一身，作品不仅代表了当时的工艺水准，而且也反映了时代审美的倾向。时代的发展，工匠的技艺虽然可以代代相传，但是大众的审美情趣却在时时发生变化。随着现代设计的迅猛发展，大众对于日常生活产品的美学要求也在逐步提高。传统手工艺虽然不必追赶潮流，但是也需

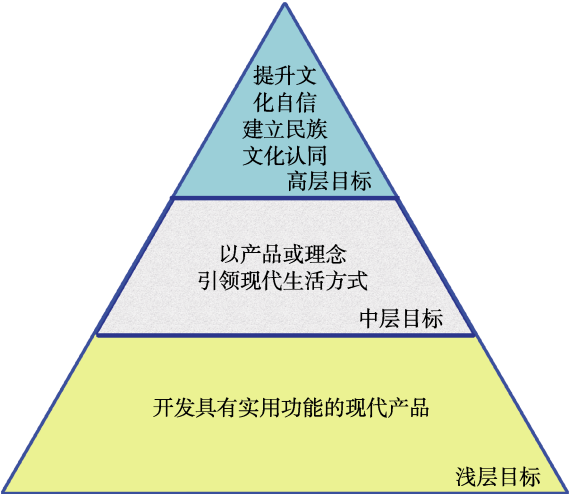


图 3 设计实用价值拓展的目标层次
Fig.3 Target level for expansion of design practical value

要面对市场，毕竟市场才是检验产品适应力的最终渠道，只有赢得大众的认可，传统手工艺才有可能活态地生存和发展。

审美价值的提升有赖于设计师或艺术家的参与，来对产品进行造型研发和设计。我国台湾地区的艺术家范承宗专注于手工制作的竹制家居和器皿，在保留台湾传统竹工艺的特质和文化基因的基础上，不拘泥于传统形式，用现代审美和工业设计思想重新诠释，最大限度地保留了材质的独特韵味，开发出了竹材质的多种可能性。他所设计的竹制家居已不再是传统单调的桌、椅、床、凳，还衍生出发簪、吊灯、圆镜、竹盘等新产品^[7]，见图 4。



图 4 竹艺家居用品
Fig.4 Bamboo furniture

之所以当前传统手工艺的审美价值还未得到深入有效的挖掘，其原因既与手工艺本身的发展受限有关，也与缺乏手工艺审美鉴赏能力的群体有关。现代西方手工艺的蓬勃发展，得益于一批鉴赏力强、设计水平高的专业手工艺人群体。“他山之石，可以攻玉”，手工艺人和大众消费者之间，设计师和艺术家之间的

协助参与是非常必要的，只有具备手工艺品的鉴赏能力，传统手工艺的审美价值才有可能获得发掘和传播。

4 提升打造经典品牌的执行力

执行力的协同在于强调产品的品牌建设，必须要关注两点。

其一，对内而言，传承者要有匠作之心，赋予产品以灵魂，即产品不仅看上去要“美”，而且也要有“内容”，因此需要传承者精心打磨产品，以提高产品的个性与品位。生活中充斥着机械化的产品，传统工艺最有竞争价值的地方在于打动人心。我国台湾地区的阿原肥皂就较具有代表性，它传承了老一辈人传统的自制手工肥皂的方法，不仅利用了身边的原材料，即生长于当地山坡的鱼腥草、田间的左手香以及民间常用的艾草等青草药材，而且还严格排除工业用的纯水和过滤水，坚持从阿里山获取的天然泉水来制作肥皂。阿原认为，唯有活水才可以转化细胞与洗涤身心，因为最终回归土壤才不会对环境造成伤害^[8]。阿原秉承这些传统造物智慧，实践“爱惜人身”的最大可能——物有所归，并将这种价值观通过一小块肥皂传达给社会大众，使消费者在洗涤身体的时候能感受到生产者的用心与努力，以及发自内心的真诚。阿原肥皂在产品、使用者及使用环境三者间的互动中唤起情感诉求，如此，产品的附加值才能扩大本土文化的爆发力^[9]。阿原肥皂品牌建设见图 5。

明确沟通情感价值才是经营品牌的开始，但这绝不是为了迎合媒体或大众的口味而捏造出来的童话故事，而是来源于希望世界变得更加美好的真心。通过深入挖掘品牌精神，制定品牌策略，进一步深化和明确文化性上的相同点，让消费者听到品牌时，不只想到产品的功能和样式，更联想到一种独树一帜的生活态度。

其二，对外而言，就是要考虑产品外在的流通渠道与营销策略的问题。仅着眼于产品的功能与美感还不够，还要在经济层面上取得平衡，才会被消费者接受。如果不思考“在哪里销售？如何销售？”这些为产品的未来铺路的问题，即使新产品完成，也将会面临无处可卖的窘境。因此传统手工艺应该学习现代商业运营的成功案例，应用新型的销售手段，改变销售策略，形成品牌形象^[10]。必须在品牌创建之初，就花费大量时间去制定出完整而生动的品牌策略，如要下大功夫关注产品的设计和包装，使产品具有符合其内在精神的外观；注重和消费者沟通的情感渠道，努力呈现出独特的样貌；积极拓展传统手工艺与大众的接触面，增加民众了解和认知的渠道，使更多的传统精粹为世人所认知和接受。



图5 阿原肥皂品牌建设

Fig.5 Brand construction of Yuan soap

5 结语

传统时代背景虽然已经逝去,但是文化的传承却是延续的。传统手工艺在现代社会中的延续,必须不断地再设计和创新,否则便只能停留在对过去的追忆及传统样式的重复性复原之中。本文提出的“四力”协同模式,对加强传统手工艺的创新能力和改进传统工艺技术、提升传统手工艺品的审美品位及制定相应的品牌策略,具有一定的参考价值。合理实施“四力”协同模式,有助于实现传统技艺传承与当代生活美学的协调统一,使传统手工艺产品回归到实用与审美兼备、现代与传统相结合的生活角色中,形成有质量的美学价值。作为从业者而言,除了关注产品的外观之外,还要积极获取社会生活和传统文化中的营养,使传统手工艺品能拥有打动人的真实力量。这是由体验的质感所产生的真实的感动,也是通过设计创新所呈现出的最真实的生活美学。

参考文献:

- [1] 刘润福. 从中日比较谈非物质文化遗产中的传统手工艺保护[J]. 装饰, 2016(12): 33.
LIU Run-fu. A Comparison of Traditional Handicraft Protection in Intangible Cultural Heritage from the Middle of China[J]. Zhuangshi, 2016(12): 33.
- [2] 杭间. 手工艺的思想[M]. 济南: 山东画报出版社, 2001.
HANG Jian. The Idea of Handicraft[M]. Jinan: Shandong Pico Press, 2001.
- [3] 王星伟, 黄德荃. 继承与开新——四川渠县“刘氏竹编”的创新与转型[J]. 装饰, 2016(5): 51.
WANG Xing-wei, HUANG De-quan. The Innovation and Transformation of "Liu's Bamboo Weaving" in Quxian County, Sichuan Province[J]. Zhuangshi, 2016(5): 51.
- [4] 谭丽. 从手工艺品到非物质文化遗产[D]. 杭州: 浙江大学, 2014.
TAN Li. From Handicrafts to Intangible Cultural Heritage[D]. Hangzhou: Zhejiang University, 2014.
- [5] 王时音, 强墨. 工业设计时代手工艺的回归[J]. 包装工程, 2015, 36(4): 5-9.
WANG Shi-yin, QIANG Mo. The Return of Handicraft in Industrial Design Time[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(4): 5-9.
- [6] 李昱靓. 非遗文创产品重庆荣昌夏布的创新设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(10): 180-183.
LI Yu-liang. Research on Innovative Design of Non-Heritage Creative Products of Chongqing Rongchang Xiaobu[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(10): 180-183.
- [7] 戴莹, 范承宗. 化竹为风[J]. 中华手工, 2017(3): 26-29.
DAI Ying, FAN Cheng-zong. Changing Bamboo into Wind [J]. Chinese Handicraft, 2017(3): 26-29.
- [8] 文丽君. 阿原制皂[J]. 中华手工, 2012(8): 70-73.
WEN Li-jun. A Yuan Soap[J]. Zhonghua Handmade, 2012(8): 70-73.
- [9] 朱荔丽, 谢园. 生活革命视域下的传统手工艺活态发展研究[J]. 包装工程, 2017, 38(18): 15-18.
ZHU Li-li, XIE Yuan. Research on the Development of Traditional Handicraft in the Perspective of Life Revolution[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(18): 15-18.
- [10] 王潇. 传统手工艺的再生产研究[D]. 西安: 西安美术学院, 2016.
WANG Xiao. Research on Reproduction of Traditional Handicraft[D]. Xi'an: Xi'an Academy of Fine Arts, 2016.