

传统生活中的设计智慧



◆ 章莉莉

近日，“传统生活中的设计智慧”当代非遗艺术展正在上海大韵堂艺术馆展出。展览围绕竹木类和织绣类非遗手工艺展开，关注中国传统文化生活中人们创造的具有智慧物件，从生活本源出发，旨在挖掘中国非遗手工艺之美以及设计智慧。

此次展览也是上海大学美术学院和公共艺术协同创新中心共同承办的“中国非物质文化遗产传承人研修研习培训计划（织绣研修班）”的结业成果展，20位来自全国各地的织绣传承人于开幕式上携带精湛的传统织绣作品出场。

2015年初美绣九零后传承人张居悦来到公共艺术协同创新中心进行为期一个月的驻地创作，同时我们做了美绣数据库的建设并为美绣女孩提供了研究生教育课程，她的梦想是家乡的绣能有机会走出大山。2015年初春夏之际，我们继续推进美绣驻地计划，邀请了十位跨界设计师参与美绣创作。其中时装设计师秦旭采用美绣中的“素绣”技法，用秋海棠和石榴花作为图案元素，设计了一套黑色的浪漫法式礼服。其上半身的所用到的美绣是张居悦带着村子里的四位从未走出过大山的羌族妇女，以青山蓝天为背景，在羌楼廊前一针一线所绣出来的，飞针走线中这几块绣片将大山里的寄托走向了世界，因此我们把这套礼服定名为“大山之托”。2015年7月4日秋冬巴黎高级定制时装周前夜，秦旭带着赶制出来的美绣与中国定制最顶级设计力量齐聚巴黎，参加“中国定制专委会成立仪式”暨“向中国定制致敬”新闻发布会，并在巴黎著名的高级定制圣地 Les Suites 进行为期一周的盛大展示，中国非遗文化宝藏中中的美绣走到了国际时尚的最前沿，这蕴含了多少羌族同胞梦想。同时，美绣女孩张居悦也在之后不断的学习交流中取得了丰硕的成果，2015年10月她在北京双创会上受到李克强总理的接见。

通过一段时间的非遗教学实践之后，我们发现短时间内要改变非遗传承人的思维模式并完全掌握创新方式是有难度的。正所谓术业有专攻，我们要尊重传承人本身的技艺特征和表现方式，保留手工中一种原生态和古老的意味。经过几轮尝试和摸索，我们逐步发现了“跨界融合创新模式”可以有效地推进非遗创新发展，即根据非遗技艺特征来选择和邀请设计师与传承人共同牵手进行跨界创作。

因此，由上海大学美术学院和上海公共艺术协同创新中心共同承办的文化部“中国非物质文化遗产传承人研修研习培训计划（织绣创新研习项目）”采用跨界创作的方式牵手了一对对传承人和设计师之间的合作，共邀请了8位织绣类非遗艺人，20位中国跨界设计师和艺术家，1位国际纺织品艺术家，组成一支融合创新的非遗跨界团队，经过非遗讲座和培训让设计师充分了解手工艺特征和文化的基础上开始创作，共同完成一系列高级定制的织绣类跨界作品，涉及时装、鞋类、家居、玩偶、皮具、首饰、当代艺术等。

这次，高端刺绣女鞋品牌 Sheme 也加入此次非遗织绣创新研习项目中，其首席设计师张金璇将与缙丝艺人郝乃强合作推出“桃花源”为主题的高级定制缙丝女鞋，同时海派旗袍设计师苗海燕也围绕“桃花源”主题设计同款旗袍，跨界携手创作，将中国皇家御用织物缙丝技艺呈现出中式美学的当代意境。这些令人惊艳的作品在展览上都可以观赏到。

展览信息

展览地点：上海大韵堂艺术馆

展览地址：上海市黄浦区外马路725号老码头5号库1楼

展览日期：即日起至8月14日



◆ 陈琳

外国手工艺的 中国“生意经”

城市轮番进行。和 Baker 的如出一辙，另一家具有百年历史的瑞典家具品牌海丝腾（Hastens）床具品牌，也会不定期在中国各大城市依次进行现场展示。

在上海的展示会上，三名在海丝腾工作坊中从业数十年之久的技师，在媒体和经销商的面前摆开阵势。用亚麻将床体内部四角弹簧一一连接，将所有弹簧缠绕固定之后，三名技师熟练地将梳理完毕的马尾毛、羊毛、棉花等天然材料按照特定的顺序铺放在独立袋装弹簧层之上。接下来，技师拿着特制的长长的缝纫针，心无旁骛地一针针在床垫内外进行穿插。

手工艺也是海丝腾经典床垫 Vividu 的最大亮点。在一百多年时间里，它的款式和材料都没有太大的变化，但手工艺繁复程度却有持无减。现在，升级版 Vividus 的制作工时长达 320 小时，需要使用重达 210 公斤的天然马尾毛、棉花和羊毛以及瑞典北部的珍贵红松木，且百分百纯手工制作完成。

现场一名不愿意透露的年轻买家表示，“能让自己下决心，花上近百万元买一只床垫，如果不能全面了解它的工艺，那这样的消费还真让人放不下心。”

知名设计师赖亚楠也对海外手工艺品牌在中国频繁推介会做过观察。“Baker、海丝腾这类家具，和早年进入中国市场的那些靠强烈视觉刺激吸引消费者的高端进口家具不同，它们的款式在设计上相对比较内敛。所以，让人们看到他们的制作工艺，就显得相当重要。”

数年前爆出的达芬奇家具出售的所谓高档手工艺家具出自国内某个小作坊的丑闻，令不少消费者心有余悸。“但另一方面，这样的新闻也让不少国外手工艺家具品牌看到了中国市场的机会。”赖亚楠认为，在达芬奇的丑闻之后，越来越多的高端手工艺家具品牌开始寻找登陆中国的途径。而让顶尖工匠现场展示技艺，虽然覆盖面只涉及一部分媒体、经销商和消费者，但目标客户也相对明晰，轮番进行，涉及人群的数量也相当可观。这是海外手工艺家具品牌在目前的中国市场上找到的最有效的推广方式之一。

为品质埋单？

正如赖亚楠所言，中国高端家具消费市场对于精湛手工艺的关注度和购买力度都在增长。据海丝腾全球 CEO 罗伯特·卡梭（Robert Carlén）透露，截止去年，他们在中国市场的销售量比上一年增长了 70%。而在家具销售旺季的某些月份，他们的销售额可能会比同期一番至两番。

“这些海外手工艺家具品牌公布的增长数据，是在情理之中。”旅居希腊，曾为意大利大牌家具担纲设计总监多年的华人设计师卢志荣表示，经过多年的市场教育和培育，中国消费者的审美和鉴赏力早已今非昔比。“就拿国内的家具设计行业来说，早先年，为了吸引媒体和消费者的注意，很多设计师总是设计一些造型奇特的家具。”之前，在和某位国内设计师合作过程中，卢志荣曾一针见血地指出了他的家具华而不实，放在家中会反客为主成为视觉中心，让人觉得很不舒服。这些批评在当时令这名设计师感到不屑，并反唇相讥，但之后，这名设计师发现，卢志荣说的没错，国内家具市场的风向已经发生了转变。

中国消费者对家具的考量标准发生了变化，他们不再追求表面的炫目奢华，转而对材质、工艺提出了更高的要求。消费者不止关注于他们看到的，对制造工艺、使用体验也相当看重。“而且后两者的影响力越来越大，超越前者。”按照卢志荣的说法，之前，如果涉及到手工艺部分，国内设计师总是要求工匠按照他们的构思来完成产品制作，但今后，匠人可能会处在与设计师对等的位置。

那些海外的手工艺品牌已经为国内的家具行业树立了榜样。设计师看到匠人的工艺创作之后，被激发了灵感。双方的工作相辅相成，形成了一种良性互动、相互扶持的关系。“将匠人推到舞台中央，给他们与设计师一样的地位，很容易让人对品牌的工艺产生深刻印象，这也是国外手工艺品牌在中国的‘生意经’。”卢志荣表示，国内的手工艺家具制作也逐步在崛起。



这已经不是甘塞勒（J.B.Gesler）第一次在中国展现他的雕刻技艺了。

出生于美国密歇根州安娜堡的甘塞勒，十多岁就开始雕刻工艺。如今，作为“家具之王”、美国总统御用家具品牌 Baker 的雕刻大师，他的手艺随着前者被散播到世界各地。比如，Baker 标志性产品狮头椅上惟妙惟肖的小狮头就是出自其手。

事实上，不止是 Baker，如今，不少以手工艺为主要卖点的海外家具品牌纷纷抢滩中国市场。和早年不遗余力地向中国消费者介绍设计师的名望和地位不同，现在，他们更青睐于将富有经验的匠人和技术请出工作坊，在众人见证之下进行现场手工艺表演。

在 Baker 上海外滩展厅庭安爱舍，当着众人的面进行技艺表演，对于刀工娴熟的甘塞勒来说算不上什么挑战。但对 Baker 来说，这是他们在中国继续扩大的影响力的重要一环。在这场名为“设计匠心”奢享会上，和甘塞勒同台献艺的，还有在 Baker 工作了近 40 年的饰面技术总监约翰·凯亚诺夫（John Kiryanoff）。据说，和几十年前一样，Baker 厂内没有任何装配流水线，绝大多数制造工序仍由手工完成。这家专注于小规模生产的品牌，每次只生产 10 到 20 件家具。

“设计和手工艺是这个品牌的两大支柱，”Baker 全球总裁罗塞尔托纳（Russell Towner）坦言，他们的一件限量版的家具，从构思设计到完工，往往需要十几位工匠花费数年的时间。

中国的高端家具消费市场是否已经如这些品牌预想，摆脱了炫耀式消费的误区，进入了为品质埋单的时代？那就来看看，这些外国手工艺品牌的中国“生意经”，葫芦里究竟卖的是什么。

“眼见为实”

细数一下，类似的活动每个月都会在中国各大