

汕尾传统工艺品品牌化发展路径研究

付文娟^{1,2} 叶妙企^{1,2} 李校先^{1,2}

(1 汕尾市创新工业设计研究院, 广东 汕尾 516600;

2 汕尾职业技术学院, 广东 汕尾 516600)

摘要:在传统文化如何发展这个议题上,传统文化品牌化发展思路吸引了无数人的关注。汕尾地区历史悠久,源远流长,人文昌盛,工艺美术历史悠久,品类繁多,有陶瓷、织绣、雕塑等等,推动汕尾地区传统工艺品品牌化发展也成为当地相关部门探索的一个重要课题。本文就对此展开探究,提出了一些策略,希望为促进汕尾传统工艺品品牌化发展提供一些参考。

关键词:传统工艺品;汕尾地区;品牌化发展;策略研究

一、传统工艺品的现状

传统工艺是我国传统文化中的重要组成,国家对传统工艺的发展和传承给予了高度重视,并出台了一系列的政策和措施。比如十八届五中全会提出要建立传统文化的传承机制,对强化传统工艺的保护,文化部等多个部委出台了《传统工艺振兴计划》,明确了振兴传统工艺上的责任并提出了相关的保护措施。除了政府的政策支持,不少企业和组织也为传统工艺的发展提供了平台和资源。但目前传统工艺的发展仍然存在一些瓶颈,比如传统工艺与当代市场需求不协调。品牌化是一种促进传统手工和当代社会环境相结合的催化剂。

目前,文化创意产业正在蓬勃发展,尽管传统手工艺在名称和样式上已经体现了低于信息和手工门类信息,但从认知的角度,传统工艺还没有得到更大范围统一而有效的传播。同时,信息化时代,新的媒体形式层出不穷,消费者更愿意关注和接受新鲜刺激直接的媒介形式。传统手工艺的传播途径与手段都很陈旧和落后,传播范围小,传播成本高,传播度不够广泛与精准,致使大部分消费者对传统手工艺品牌比较陌生。常见的传统工艺传播方式有要求非遗传承人客座电视节目等等,但是这种传播效果并不显著。也有不少传统工艺的营销途径还停留在展会、庙会现场售卖或是沿街售卖的传统销售模式,这些方式对年轻人的吸引力不大,限制了传统手工艺的传播与发展。

据此可知,尽管随着文化自信的建设,传统工艺的知名度和受欢迎程度不断提高,但是整体而言,其发展仍然存在很多瓶颈。

二、传统工艺品品牌化发展的必要性与可行性

(一) 传统工艺品品牌化发展的必要性

1. 是地方整体性的技艺水平

中华传统工艺具有悠久历史和高超技艺,是几千年来发展下来的宝贵财富。传统工艺是古代劳动人民在各个历史阶段,利用各种物质资源和技术来满足自己的物质和心理需要而产生的一种人文艺术。传统工艺起源于石器时代、在手工艺时期得以定型,实用价值和审美价值相结合,经过几千年的发展,各个地区都形成了地区独特的、较为完整的技术系统,体现了当地的手工艺发展水平。例如,潮汕木雕就具有多层镂空,体现出多层次立体感,木雕结构很好地排列,既紧密又不杂乱,将一块普通木板“化平庸为神奇”,而其他地区的根雕、立体雕刻工匠、艺人却无法制作出精致的潮汕木雕,这一点,可以看出潮汕木雕在业界的高超地位,体现了潮汕地区的手工艺发展水准。

2. 是公共性的符号认知

传统工艺不仅源远流长,风格独特,而且是城市的标志。比如,一提到绣品,人们总能想起苏州,这正是因为苏绣已经不

仅仅是当地一种艺术产品,更成为当地的一种文化符号,代表了公众对该地区的认知。传统工艺是对生活和文化的表达,既有现代感也有历史感,可以作为一个国家的文化与艺术的代言人,在国际上的交流中起着无可取代的作用。而人们一提到工夫茶、提高石刻总能想起潮汕,这也可以证明这些文化艺术品已经成为潮汕地区的象征,代表了人们对潮汕地区的印象。

3. 是地理标志的特殊载体

我国地域辽阔,山川河流纵横,生活在广阔的土地上的各个民族都有自己的传统工艺,但由于地域和生活习惯的差异,各民族的传统工艺也各不相同。比如,汕尾民居建筑多彩绘,木质构件上涂着粉彩,各种花纹之间还点缀着花果虫草、鱼鸟、动物、山水人物等,这些彩绘图案一方面起到了装饰和美化的作用,另一方面还起到了防潮防腐的作用。因为汕尾地区是沿海地区,气候湿润,因此建筑格外注意防虫防腐,彩绘不仅可以防虫、防腐,还可以美化房屋,装饰房屋的外观,美化环境。当人们看到这些图案栩栩如生、题材丰富的彩绘后,便能想起关于汕尾的记忆。

(二) 传统工艺品品牌化发展的可行性

1. 文化自信

传统工艺是民族精神的载体,是影响民族自信的关键因素。时代的变迁无法改变体内流淌着相同的文化基因,大众对于传统文化的接受度很高。经过近几年的抢救和传承,我国已形成了涉及国、省、市、县四级的非遗保护体系。故宫文创等大IP、跨界文化创意产品、民族潮流等,都为传统手工艺的品牌化发展创造了有利的社会环境和群众基础。2017年国家颁布《中国传统工艺振兴计划》,从多个方面阐述了传统工艺的发展措施,并为其提供了有力的保障。以尊重传统手工艺为核心,大力发展传统手工艺、名牌产品,将传统技艺运用于当代生活,满足人们的消费需求,让传统工艺服务于人们的生活能够唤醒人们的文化基因,强化人们的文化自信。

2. 情感联结

文化是传统手工业的核心。随着物质条件的改善,人们对精神、文化的要求也越来越高,传统工艺体现出通俗、朴素、自然之美,与百姓生活息息相关。传统工艺承载着劳动人民的生活智慧,体现了劳动人民对美好生活的期盼,用朴素的画面语言表达了中国民族朴素而又真诚的情感诉求,像一种特殊的视觉语言融入民族情怀中世代流传。有温度的手工艺展现了中华民族传承积淀下来的造物思想和审美情趣,是人与自然和谐相处的见证者,是连结当地地人民情感的纽带。

3. 价值功能

打造传统工艺品品牌,挖掘传统文化的价值功能,比如将汕

尾的石雕与当代建筑结合在一起,让其发挥实用价值,真正服务于人们的生活,成为新时期传统工艺发展的现实路径。而品牌化发展就是把传统手工艺与其他行业的相联系的桥梁。尽管当前手工艺品市场鱼龙混杂,很多传统工艺品牌的价值呈现表面化、形式化,没有真正考虑消费者的生活需要,因此也无法得到消费者的关注与认同。传统手工艺品牌化的发展,既是企业自身的现代化创新,又是实现多元化价值的一个有效平台,同时也是将传统手工艺资源向文化工业的一次尝试。

三、传统工艺品品牌化发展所面临的问题

(一)家族式传承导致品牌化能力弱

传统手工业延续了工匠精神和文化脉络,大部分的传统手工业仍保持着一种家族式的传承方式。一些传统手工业的非遗申请困难,政府给予的支持力度有限,再加上传统工艺的制作技术非常复杂,需要长年累月的学习和积累,家庭作坊中一位成熟匠人的离开常常使得传统手工业的传承出现断层。传统工匠是“活载体”,是传统技艺的基础,而传承者的不断创新则是其技艺的延续和延续。目前,传统工艺的传承者面临着很大的生存压力,如何在传承的基础上进行创新,成为制约传统手工艺发展的一个瓶颈。

(二)与现代生活脱节的传统手工艺

传统工艺与劳动人民的生活密切相关,其艺术表达方式也来自于人民群众的实际活动。随着时代的变迁,传统节日的礼节意识逐渐淡薄,审美观念也发生了变化,不少传统工艺无法满足人们的日常生活了。目前,传统工艺的购买和消费以情感为基础,而这种以继承和保存为目的的消费方式是无法持久的。在机械制造的年代,传统工艺复杂、效率低、耗时耗力,能实现经济效益很少,因此其严谨而复杂的制作技术难以保存。

(三)延续传统的经营模式,创新风险大

地域特色是传统工艺的一大特色。保存传统手工技艺,让它重获生机最根本的目的还是保存多元化的技艺。大多数都是以集成民间手工作坊的形式谋生:一个年画原产地有多家经营者,他们大都保持着传统、相似的经营方式,行业缺乏一定的规范性和深度,且家庭作坊式的经营模式抗风险能力差,经营者与其承担创新失败的风险,不如延续熟悉的工艺流程,延续传统。

四、汕尾传统工艺品品牌化发展路径

(一)汕尾传统工艺品的发展现状

汕尾上一代传统手工艺人的发展比现在这一代要好很多,上一代手艺人处于计划经济时期,师傅们靠着国有企业的薪水,生活无后顾之忧,可以专心研究传统手工业。而随着市场经济的发展,传统手工艺厂大量倒闭,大批的手艺人改行。例如,汕尾地区的木雕随着时间的推移其功能也在悄无声息地改变,从最初只满足建筑装饰和家具需求,到改革开放后用于饭店、宾馆的高级装潢装潢,而现在,越来越多的木雕进入普通的家庭,成为了一种家居装潢的装饰品。总之,木雕产业的市场化将有利于汕尾雕刻产业的发展,也有利于提高人们对其的认同感。但整体而言,汕尾木雕的市场仍然比较窄,其发展呈现出一系列问题。

1. 传统工艺品知名度低

汕尾木雕产业是汕尾传统工艺行业中比较具有代表性的产业,但当前汕尾木雕品牌目前尚属少数,缺少发展所需的资金与政策,而最让人头痛的是当地的雕刻人才很少,外地的雕刻艺人对潮汕文化的认同度不高,因此其雕刻质量也无法得到保证,作品大多形似呆板,缺少精品。另外,汕尾木雕多年来也很少有系统、全

面的宣传介绍,潮汕的木雕品牌还没有真正建立起来,年轻一辈对这一传统技艺的记忆也不深刻,特别是在国外长大的潮汕青年很多人到现在都不知道,自己的家乡还有潮汕木雕等传统手工艺品。

2. 品牌呈现小作坊式发展模式,未形成产业链

当前,潮汕传统工艺整体发展仍处在小作坊模式,并未形成系统产业“链”。同时,由于人才、经营规模等因素的限制,潮汕传统艺术产品始终未能成为一个完整、知名的品牌。因此如何提高汕尾传统工艺的知名度已成为业界不断探讨但始终无法解决的问题。例如,潮汕木雕制品的当前的主要销售渠道仍然局限在室内装修、庙宇建设以及国外潮流人士订货等方面,销售渠道比较少。

3. 生产与消费者需求脱节

汕尾许多传统工艺企业、厂家由于种种原因,生产与顾客需求脱节,导致出口数量较少,产业也逐渐衰落。而福建的石雕产业从90年代到现在已经是后来居上,占据了全国95%以上的市场。福建人善于开拓市场,近十、二十年间,石雕行业发展迅速,走向市场化、规模化运作。与之相比,潮汕的石雕作品在日益萎缩的市场环境中,越来越少的被认可、重视、宣传,工人数量锐减,石雕工坊分散,没有形成一个行业集群,使得其竞争优势大打折扣。

4. 品牌得到的扶持力度小

汕尾传统手工业并没有得到足够的关注与扶持。过去几年,汕尾当地手工艺企业、民间组织一直在努力争取将当地的传统手工艺申请为国家级非物质文化遗产,但遇到了很多困难,资金和知名度都成了“申遗”的“拦路虎”,就连很多汕头人都觉得不少本地传统工艺起源于福建。福建石雕已经发展到了一定的规模,但是在技艺上汕尾的工匠却更胜一筹,更何况,石雕没有太多的竞争者,只是很多人对汕尾的石雕了解还不够透彻,所以在定制或挑选作品时往往“误投”到别处。

(二)汕尾传统工艺品品牌化发展路径

1. 延续文化基因,并进行创新

传统工艺不论其制作技艺之精湛还是内容之传达都极为重视情感的表达,经过一代代人的口传心授,逐渐形成了一种程式化的技法。对于传统工艺而言,机械无法代替手工,传统工艺做的不只是工具,更是艺术品。在品牌建设中,传统工艺品牌必须坚守小众、手工的原汁原味性,对优秀技法进行传承,推动文化延续,牢牢抓住“工艺”和“文化”这两个核心定位,既能继承传统的手工技艺,又能对传统进行一定的创新,树立自己的品牌个性,又能在公众心目中凸显自己的优势。现代工业只能代替部分手工,而不能代替作业者的情感表现和技艺的应变。其次,继承不只“依样画葫芦”地乱加模仿,传统的工艺美术也不是完美无缺的,传统是过去人的创造和经验的表达,也就带着过去时代和社会背景等多元因素的影响,我们只能以积极的态度全面地对待民族文化,因为时代在进步,思想也在转变,我们不能全盘接受,需要在不失去传统工艺美术技巧特色的情况下去创新突破。对于传统工艺美术,我们应当以取其精华,去其糟粕这样的态度去对待,将其中落后腐朽的舍弃,将其精华与现代设计相结合,回归生活,以另一种形式,一种富有时代特色的形式,将传统工艺美术传承发扬下去。并吸收市场多元化的设计来源,使中国工艺美术从新走上世界舞台的巅峰。

2. 强化品牌中的情感和文化认同

传统手工制作要重视情感体验。在品牌认知、品牌消费的过

程中,强化消费者对品牌的认同感、归属感和品牌忠诚。传统工艺与几千年来形成的一种文化习俗分不开,而文化习俗是地方文化的重要标志,它承载着一个地区的文化血液。例如,潮汕木雕在民居中的应用,一方面体现了潮汕的民风习俗,同时也受到潮汕民间文化的影响,经历了世代相传的社会、地理、人文等因素的熏陶,潮汕的手工艺特色和浓厚的乡土风情。而潮汕木雕则是潮汕地区特有的一种文化现象,它既是一种极具观赏性的装饰品,也从某种意义上折射出了一种隐藏在民间的文化价值观,体现了物质与精神的双重属性,这是两者长期融合、积累、互动的产物,也是潮汕人文精神的一种体现,也是潮汕地域文化的一种具体体现。因此要发展传统工艺品牌,就必须强化传统工艺与当地人民的情感链接,表明传统工艺的文化身份,让传统工艺成为当地的符号象征,成为当地人们心里的乡土记忆。

3. 以“数字化”为媒,搭建新的传统工艺传播渠道

新媒体的持续发展打破了传统手工制作在时间和空间上的限制,给传统工艺带来了新的发展机会。用数字动态的方式宣传、呈现传统工艺成为传统工艺发展必然要走的路径。数字化技术是人类生活不可缺少的一部分,借助多种媒体平台,以数字技术为载体,扩大传统工艺的传播和销售渠道。比如,建立一个数字化的传统工艺博物馆,把传统手工艺的发展脉络、人情感化的文字记录、电子作品的电子展示等,让人们随时随地都能了解到有关传统手工艺文化。通过社会传媒平台,通过短视频、现场直播等方式,与观众进行面对面的互动。数字技术的多元化传播方式为传统手工艺的传承提供了技术保证。

努力打造民族手工业的发展平台。在信息技术飞速发展的今天,基于信息技术的工业平台将是未来发展的必然趋势。通过建立民族手工业平台,既能形成一个公认的统一销售平台,又能实现大品牌的认证聚集效应;在新技术的运用下,将形成一套智能化、精准化、个性化的自动化服务系统,实现行业结构的内在升级。

数字化技术还能推动传统工艺品牌向精准化推广。在5G和区块链智能合约的作用下,利用大数据分析了使用者的行为和和心理,从而实现了产品和目标之间的双向快速匹配、定位、分发等。也就是说,在虚拟计算中,销售平台会自动识别出合适的目标,然后进行匹配。这样可以极大地降低传承者的经营成本,降低使用者选择商品的时间和困难,而各公司也会在系统的运营中稳步发展。它既能促进个体或公司的品牌发展,又能促进区域文化的品牌形象的建立和发展。

4. 跨界衍生,拓展传统工艺产品的功能

由于传统工艺与过去劳动人民的生活相联系,与当代人的生活需求有一定的脱节。比如,汕尾民居彩绘技术往往应用于木质材料的建筑中,而现代人几乎不再用木质建筑,因此拓展汕尾民居彩绘的作用、跨行业延伸成为传统工艺品牌化发展的一条必然路径。在当代生活中,传统的手工艺被重新、广泛地运用,才能真正实现它的无形的文化价值。品牌延伸思路有很多,要结合当代艺术元素,科学技术发展出实用的产品,增强品牌的黏性。可以与当地的其他行业进行跨界合作,共同开发出富有个性和特色的产品。

就产品自身而言,“用”为导向,工艺、材料、造型、装饰都要为之服务,要顺应当下人群的生存状况,对传统工艺进行创新调整。作为传统工艺,技术传承问题也是一个很重要的问题。在科技发展的今天,很多手工艺人都害怕自己的技术会被技术所取代,甚至产生了一种“反机器人”的心态。事实上,这种担忧

完全没有必要,技术的出现是一种辅助,可以解决原来生产中的不便,或者创造新的发展空间,从而达到提高生产效率、降低生产成本的目的。例如,用3D打印技术创新汕尾木雕的制作技术。尽管不是用手工的方式,但是雕刻都是由传承者的经验和技術所决定,只不过是使用一种新的方式来表达。

如今,都市生活节奏加快,上班、出差、旅游成为一种常态,而彩绘、木雕、漆器等传统手工艺材料也不能真正地融入现代社会。这就要求在保持传统核心的前提下,根据不同的产品,改变原有的材质和技术。传统工艺品牌要不断发展,必须与设计相结合,这也是时代的要求。通过设计,可以更好地激发传统手工艺的現代生活,也唯有设计之美,才能支持传统工艺品牌的发展。当传统工艺走进了现代设计时,也就离现代生活更近了一步。

5. 建立规范的行业标准

当前,在文创的热潮下传统文化品牌多元发展,免不了出现一些行业乱象,建立一个规范的行业标准对市场中的企业单位和个人进行约束是非常必要的。行业标准应当符合尊重优秀传统文化、尊重地域文化特点、保护文化多样性;坚守工匠精神、厚植工匠文化、鼓励出精品、激发创造活力;恢复和发展濒危或退化的优秀工艺和元素;促进就业增收、扩大就业创业、增加城乡居民收入的基本原则。针对机械与手工制品混淆、产品同质化及市场恶性竞争等诸多问题,传统工艺品牌需要满足高、中、低不同消费需求,并逐步确立大众化批量式、高端化定制式的分层级生产开发格局,对机械与手工比重划分与使用判定,合理开发不同配比的机械与手工制品。在同品类与型号下,按手工程度与工艺水平分层级定价,满足不同购买需求。健全相应的质量检测机制、市场监管机制与行业分级标准也非常有必要,为交易双方搭建起信任与信誉保证系统,让企业可以公开、透明地按层级开发、售卖相应产品,消费者也可以放心大胆地去选择品牌。

五、结语

汕尾传统工艺美术文化产品在外形、色彩和形式上都有自己的特点,它们所包含的实用性、外型、装饰性和材料性相互融合。汕尾传统工艺美术文化产品的历史性、地域性、文化性等特点,为汕尾传统工艺美术品牌的发展与建设提供了充足的空间和动力,因此,在发展和建设过程中,既不能盲目追求物质建设,也不能盲目追求物质建设,要努力探索精神文化蕴藏的深刻内涵建设,在崇尚文化品牌的过程中,也不能舍弃传统精湛高超技艺和深厚的文化底蕴。通过品牌的发展,汕尾传统工艺美术文化内涵得到了升华,能有效地增强传统工艺匠人的自主性,而且能够带领传统工艺美术行业走出当前困境,进而对汕尾传统文化建设和经济建设起到积极的推动作用,对汕尾整个文化品牌系统的建设具有深远的影响,为汕尾传统工艺美术文化可持续发展奠定坚实的基础。

参考文献:

- [1] 胡海.我国民间旅游工艺品的发展历程与产业化运作研究[J].农业考古,2011(6):3.
- [2] 鞠晓杰,黄策.中国传统工艺品与装饰构件的整合与发展[J].农家参谋,2019(1):1.
- [3] 张健.豫北地区传统民间手工艺品传承发展与产业化研究[J].河南科技学院学报:社会科学版,2019,39(9):5.

基金项目:本论文是汕尾市创新工业设计研究院课题(汕尾传统工艺品牌化发展路径研究,项目编号CXGY21—001)的研究成果。