

# 苏绣文化创意产品的设计创新研究

王欣

(苏州经贸职业技术学院纺织服装与艺术传媒学院,江苏苏州215009)

**摘要:**文化创意产业作为知识经济时代的新兴产业形式,已成为我国经济发展的重要引擎之一,从苏绣文化创意产品的角度出发,对其设计创新原则进行探讨和总结。

**关键词:**苏绣艺术;文化创意产业;文创产品;设计创新原则

德国法兰克福学派的学者马克斯·霍克海默(Max Horkheimer)与西奥多·阿道尔诺(Theodore Adorno)在1947年出版的《启蒙辩证法》(The Dialectic of Enlightenment)中首次提出了“文化产业”(Culture Industry)的概念,书中指出“文化产业在科技不断发展的情况下,在商业化氛围影响下,创造性运用文化手段,实现科技产品的升级再现。”<sup>[1]</sup>“文化创意产业”的概念正是衍生自“文化产业”,指那些“可以生产内含文化艺术或创意的并可传达某种文化象征意义的,来源于人的创造力和智慧,并通过文化与科技的融合途径和市场化运作可以被产业化的活动的综合。”<sup>[2]</sup>

从范畴上看,文化创意产业是文化产业和创意产业的结合,主要涵盖了艺术、传媒、文化遗产等领域。而从本质来看,它最大的特征就是注重运用个体的创造力,着力于将文化产业与传统产业相结合,以增加传统产业的文化附加值。

## 1 我国文化创意产业的发展现状

2009年中国国务院颁布了我国首部文化产业的规划:《文化产业振兴规划》,这标志着文化产业已成为国民经济体系中先导性的战略产业之一。2014年,国务院又出台了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,明确提出“推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合”,国家将文化创意产业等新兴

产业提到了战略高度并予以了足够的政策支持。随后全国各主要城市积极响应,数年间建设了各种形式与规模的文化创意产业园,同时出台了各类产业规划和扶持政策。至此,我国文化创意产业正式进入了一个快速发展时期。

## 2 文化创意产业中的苏绣艺术

### 2.1 传统工艺美术品与文化创意产品

从文化视角来看,文化创意产品以文化为根,这是满足大众精神文化需要的根本前提。从创意视角来看,它区别于一般商品最显著的特点是其创意内涵,这也是文化创意产品的核心价值所在。当下我国的传统工艺美术门类正经历着剧烈变革,在日新月异的社会环境中,它们中的绝大多数已经脱离了传统的生产意义,然而它所蕴含的“人文特征、区域特征、历史脉络和人文内涵,体现着文化创造的品格”<sup>[3]</sup>,这正吻合了文化创意产品的根本属性。因此,当代文化创意产业的大发展,也为中国传统工艺美术行业的可持续发展提供了难得的发展机会与发展空间。

### 2.2 苏绣文创产品的设计现状

苏绣艺术在我国有着悠久的历史,在我国传统工艺美术中占据了重要位置。它发源于吴地,历经画身、纹身,再到画服、绣服,苏绣的艺术形式不断演化、日臻完善。近年来,苏绣艺术从“抢救性保护、记忆性保护、生产性保护等,迈向研究性保护的新阶

基金项目:2016年度江苏省高校哲学社会科学研究基金资助项目(2016SJB760078)

段”<sup>[4]</sup>。2012年中国创意设计研究院苏州分院在苏州设立,次年苏州市又成立了苏绣艺术创新中心,这都在一定程度上反映了苏绣行业在艺术创新上的强烈愿望。

作为传统工艺美术门类之一,苏绣艺术蕴含了丰富的文化基因与文化附加值,具备开发文化创意产品的足够条件。而苏州作为全球著名的旅游目的地城市,旅游纪念品成为了苏绣艺术与文化创意产品跨界结合的理想选择。根据笔者的田野调查发现,目前苏绣文化创意产品市场相对较繁荣,各类以苏绣为主打特色的产品种类繁多,例如苏绣真丝围巾、苏绣钱包、苏绣手袋、苏绣旗袍,以及各类单面绣、双面绣等装饰性苏绣产品。然而在光鲜的外表下也存在着一些问题,其中较突出的就是市场中真正能称的上文创产品的苏绣作品并不多。文创产品,其本质“是不计工时、具有创造性的手工劳动、拒绝复制和批量生产”<sup>[5]</sup>,然而目前市场中的大多数产品虽留存了些许苏绣元素,但其实却背离了本该具备的文化属性、艺术价值,因为使用了劣材、次工,处处显露出定位较低的工业产品特征。

### 3 苏绣文创产品的设计新思维

针对上述问题,笔者认为非常有必要从学术角度对苏绣文创产品的设计创新原则进行梳理和总结,以利于这一行业的可持续发展。

#### 3.1 立足文化内涵原则

首先,苏绣文创产品不是普通商品,其本质是文化的载体,是带有精神属性的文化产品,“文化意义的生产不仅是人类的一种价值追求与精神需要,而且也日益成为当代生产与消费环节中的一个重要领域。不具有‘文化意义’,就无法被‘消费’,这是文化创意经济的一个原则。”<sup>[6]</sup>苏绣文创产品需要以传统文化作为基石,如果文创产品失去“文化”,就好比人丧失了灵魂。中国蕴藏着丰富的历史文化资源,在设计过程中应认真挖掘、提取和整合。当然,设计也并非简单、直接的将传统文化元素与创意产品相粘合,而是需要巧妙融合才行。

例如2018年苏州姚建萍刺绣工作室推出了《一柄如意绣屏》,它的造型取材于传统吉祥纹样中的如意图案,其上运用苏绣打籽针法刺绣了柿子纹样,因柿子的“柿”与“事”、“世”等字谐音,民间常说“柿柿如意”,寓意吉祥,如图1,图2所示。



图1 寓意吉祥的柿子图案



图2 《一柄如意绣屏》由如意造型的绣屏及底部书镇构成

#### 3.2 强调艺术审美原则

传统苏绣艺术注重“精、细、雅、洁”的艺术特色,其中“精”和“细”是指绣工的精湛,而“雅”与“洁”则主要体现为高超的艺术水准。苏绣文创产品不仅应当延续传统苏绣工与艺的双重高标准要求,还应符合当代人的时尚审美,坚持以时代的审美标准作为设计原则。

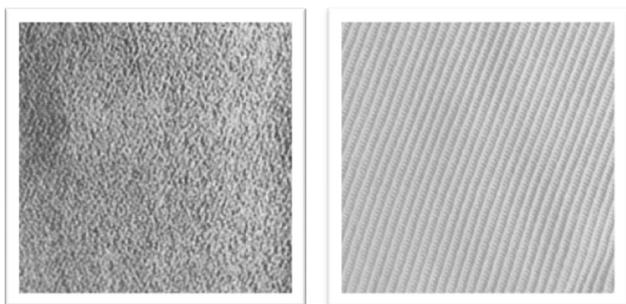
2016年中国工艺美术大师邹英姿推出了苏绣文创作品《姑苏人家》(图3)。作为双面绣,该系列作品一改往日传统双面绣固有的装裱样式,其造型灵感源自苏州民居的粉墙黛瓦与苏州园林的建筑轮廓,体现了一种符合当下时代审美的极致简洁。同时,作品亦不失苏绣精工细作的特点,每件小作品都表现了一个独立的江南生活场景,它们看似独立,组合之后又能形成水乡村落的效果。《姑苏人家》作为当代苏绣文创产品的代表作,充分体现了在设计过程中作者对当代艺术审美原则的准确把握。

#### 3.3 突出时尚实用原则

设计的本质是服务大众。因此,立足于当代消费需求,是文创产品设计过程中极其重要的一环。从最初的产品定位、设计构思、产品制作,到最终的

(下转第30页)

织物的风格。绉组织的呢类织物,表面具有颗粒感,凹凸明显,光泽柔和,绉纹丰满,质地松软厚实,如:葡萄呢。图2(a)和图2(b)所示分别是:真丝葡萄呢、真丝华达呢的外观效果。



(a)真丝葡萄呢

(b)真丝华达呢

图2 呢类织物外观效果

#### (14) 锦类

锦类织物是采用斜纹、缎纹等组织,经纬纱不加

捻或者加弱捻的多彩色熟织提花织物,绸面精致绚丽的多彩色织提花丝织物。绸面呈多彩绚丽花纹,色彩鲜艳、富贵华丽、光泽亮丽,属于高档丝绸面料。锦类织物通常采用精练、染色的桑蚕丝为主要原料,有时也采用桑蚕丝与彩色人造丝、金银丝等交织。按织物组织结构分,有重经组织经丝起花的经锦、重纬组织纬丝起花的纬锦,以及运用双层组织的双层锦等。锦类面料的代表性品种有:织锦缎、云锦、宋锦、蜀锦、妆花缎等。锦类品种繁多,用途很广,可用于制作高档服装、家纺用品以及装饰用品、箱包等。

#### 参考文献:

- [1] 蔡黎明. 纺织品大全[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2005.
- [2] 上海市纺织工业局. 纺织品大全(丝织物分册)[M]. 北京: 中国纺织出版社, 1990.

收稿日期: 2018-08-06

(上接第27页)

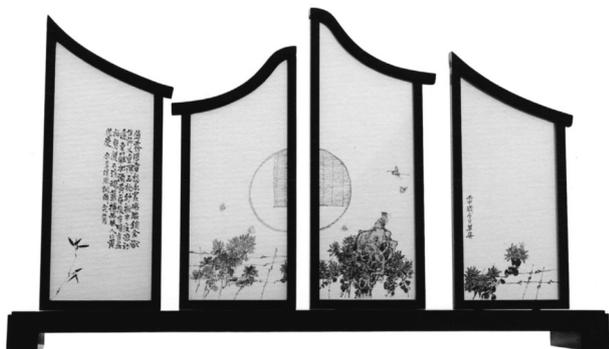


图3 《姑苏人家》系列之一(双面绣)

产品实现都需要强调和突出消费需求,毕竟产品的实用性是决定消费者购买产品的重要考量要素。而通过对产品色彩、图案等内容的变化来进行产品系列化衍生,还有利于满足不同消费者的需求、完善产品线。

专业耳机品牌“巫”近期推出了以苏绣为创意元素的“梅兰竹菊”主题系列产品(图4)。



图4 耳机品牌“巫”与苏绣艺术的跨界合作

## 4 结语

在文化创意产业快速发展的社会背景下,文创产品的设计研发尚处于初级阶段。因此,及时、准确的对苏绣文创产品设计进行研究,有利于设计创新及苏绣文创市场的繁荣,同时也能给予其他传统工艺美术门类以一定的启示。以苏绣艺术为代表的传统工艺美术只有坚持以大众需求为设计导向、以当代审美标准为设计要求,将传统文化元素与现代创意充分结合,才能真正推进当代传统工艺美术类文创产品的设计创新。

#### 参考文献:

- [1] 马克斯·霍克海默,西奥多·阿道尔诺. 启蒙辩证法[M]. 上海: 上海世纪出版集团, 2005: 2.
- [2] 束霞平. 文化创意产业与高等艺术教育互动发展研究[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2015: 3.
- [3] 王宁. 文化创意产业下中国传统工艺美术的时代转型[J]. 美与时代, 2010(5): 105.
- [4] 陈秀雅. “非遗”保护开启新阶段[N]. 苏州日报, 2013-4-9(C5).
- [5] 叶继红. 传统技艺与文化再生[M]. 北京: 群言出版社, 2005: 32.
- [6] 鲍懿喜. 手工艺: 一种具有文化意义的生产力量[J]. 美术观察, 2010(4): 37.

收稿日期: 2018-08-19