

刺绣（蜀绣）的商业运用与推广

朱宗栋 张吉兴 崔佳苗 陈少云 李世年

（西安石油大学机械工程学院，陕西 西安 710065）

【摘要】 刺绣是中国非物质文化遗产中最为多样，最为精美的项目之一，具有丰富的文化内涵。其中蜀绣又以其精湛的技艺、雅致的配色、寓意吉祥的纹样，跻身于四大名绣之一，但是随着现代轻工业的发展以及快节奏的生活方式，以蜀绣为代表的一众中国传统非物质文化遗产面临着发展缓慢推广受阻款式陈旧的种种阻碍，蜀绣发展传承与推广不容乐观，伴随着现代生活品质的不断提高以及现代服饰越发变得丰富多彩。如果我们能够将以蜀绣为例的传统刺绣融入现代服饰中，这样既可以传承并发展以蜀绣为例的传统刺绣还可以丰富现代服饰的品类与款式，从而使得两者互惠互利，持续协调发展，并且可以以现代化的商业模式和制造能力提高蜀绣的品质种类艺术展现力和大众认可度。

【关键词】 蜀绣；手工；师徒制；完善体系；高级定制；工业化；中端消费

一、概况

刺绣是中国传统文化遗产中，成品最多样最精美的项目之一，在几千年的传承之中，积累了丰富的文化内涵。其中，蜀绣以其清丽脱俗的色彩和细腻精美的针法形成了别具一格的独特韵味，是中国刺绣传承时间最长的绣种之一，和苏绣、湘绣、粤绣并称为中国四大名绣，丰富程度列居四大名绣之首。2006年5月20日，四川成都市的蜀绣经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

蜀绣，又称“川绣”，发源于川西民间，“蜀”是古人对川西平原的称呼，“绣”则是用绒线在布上刺成的特定图案，“蜀绣”便是由此得名。作为四大名绣之首，蜀绣以其针法见长，光统计在册的针法就分为12大类，多达130余种，更是独具70余道衣锦线。虽然针法众多，但蜀绣在运针时却自有一套规范，讲究“针脚整齐，线片光亮，紧密柔和，车拧到家”。各种针法交错使用，杂而不乱，变而有序，既能绣出了花鸟虫鱼等细腻工笔，亦现的出大气磅礴的山水画景，在刻画人物上也绝不落俗。一针一线，蜀绣以其灵活的绣法展现出顽强的生命力，区别于传统的刺绣，绸缎、绢纱都可以成为蜀绣绣物的材料。

二、发展现状及其探析

新中国成立后，国内先后建立了三个刺绣合作社，1961年，成都蜀绣厂正式挂牌，制造出许多精美绝伦的绣品。“十年文革”对蜀绣的发展造成了沉重的打击，即使相关产业在改革开放之后有所恢

复，一时也难恢复其历史盛况。与此同时，随着现代轻工业的发展，蜀绣在适应快节奏现代化生活方式时也遇到了不小的阻碍。

一方面，蜀绣作品价格高，产量低，生产周期长，市场规模难以扩大。由于蜀绣技术要求的限制，一蜀绣工作的工作周期大多超过一个月，不可能实现批量生产，再加上蜀绣的价格不低，即使其技艺广受好评，也只能使普通人望而却步。另一方面，随着上一代蜀绣大师的年龄增长，他们所遵循的古代“师徒”模式的弊端首先显现出来。不同的大师往往有着独特的技法和特点，他们彼此独立，从事自己的创作和教学，所以他们的衣钵注定只能由少数人继承。此外，由于蜀绣市场的狭隘限制，再加上成为高级刺绣师的年限超过十年，时间成本太高，愿意加入蜀绣等没有“钱路”、吃苦耐劳的年轻人越来越少。此外，蜀刺绣在技术创新方面明显落后于国内同行。与也是四大名绣之一的苏绣相比，现代苏绣在刺绣方法上得到了多次改进，并取得了很大的名气，成为更多工厂的首选刺绣。就连著名的位于蜀绣之下的潮绣也已不同往日，在追求保持传统魅力的前提下，大胆的技术创新，设计专一款饰，充满潮绣魅力的传统婚纱，晚礼服风靡欧美。目前，蜀绣的电脑加工大多省略手工绘制，结果是不上下的尴尬局面。

而探析如何让蜀绣更快更好地融入现代社会，实行商业化推广无疑是至关重要的一步。资料显示，为了发展蜀绣产业，自2009年开始，成都政府就

开始了绣工的相关培训工作。然而，尽管政府已然出台了相关的扶持政策，各大高校也陆续展开了相应的课程，当地也数次举办大师交流会等，截止2016年，培训的7320余人里，也只有1500余名绣娘长期从事刺绣工作，476名绣娘拥有相关职业资格证书。积极引进的省、市级工艺美术大师也不过十余人，市级蜀绣传承人更是只有区区3名。彼时，成都蜀绣努力多年，也只建立了11个生产基地、12个村（社区）生产车间、绣坊100余家且多为家庭式小作坊，发展了700余名合作社员。直到如今，蜀绣的相关市场仍未形成足够规模化的产业。现在市面上许多所谓的“蜀绣公司”，实际上多为机器绣花，模拟蜀绣生产，甚至做的是和蜀绣全无关系的生意。结果，生产效率确实有所提高，但使用劣质成品却对蜀绣的声誉产生了负面影响。也就是说，这些企业挂着“蜀绣”的招牌，却是在做与普通纺织行业类似的生意，并不是真正的蜀绣从业者。根据笔者对新闻资料等的回顾，目前被市场认可的蜀绣经营模式是工作室经营，就像传统的绣房模式一样，为客户提供定制化服务，生产周期长，价格门槛高，客户群小。此外，还有一些知名的老工匠会在业余时间进行个人创作，在实体店零星地卖展览，这些产品的门槛就不用提了。综上所述，真正的大众所能获得的蜀绣产品，只能是一些小饰品，是纪念性的，不是大规模的。

四川省丝绸协会对蜀绣消费状况的调查无疑验证了上述结论。在为蜀绣产品收集到的187件价格信息中，只有0.7%的价格在300元以下，产品价格集中在300元至1万元之间的占比97.4%。在随机受访的300名受访者中，98.7%的消费者听说过或看过蜀绣相关产品，其中91%的人明确表示喜欢蜀绣产品，而只有37.4%的人真正消费过相关产品，72.9%的消费者由于蜀绣产品价格高昂而停留在欣赏水平，蜀绣产品的消费率并不高。以上问题都是现代蜀绣在保护和传承的道路上遇到的难题，在当今社会，如何以更为现代人可以接受的方式科学地解决这些问题，能否像苏绣一样与现代社会更好融合，在现代服装领域开辟一个新的世界，是保护蜀绣的关键，也是推动其规模化生产、商业化生产的关键。

三、未来发展方向及其探析

从蜀绣的传承历史和现在的发展情况来看，蜀绣传承从古代师徒制到20世纪50年代的工厂学徒

制，现在又回到了的师徒制，生产规模也从工厂生产到了现在的工作室定制和小手工作坊。而这一发展过程导致了现阶段蜀绣技艺的从业者和传承者十分不足，也就相继导致了蜀绣的发展面临了多个发展瓶颈，而这一瓶颈则是蜀绣不能进行大规模的生产和品牌化，只能够进行小规模的高端定制化生产，以及低成本的质量低劣的小工艺品生产。而规模化和品牌化则是一个品牌高速发展的主流通道，所以在中间消费市场，蜀绣的发展还存在一定的缺口，而这中端消费市场又是主流品牌收益的主要来源。

现阶段，蜀绣在服饰中的运用主要集中在高端定制礼服和婚礼服饰这类我们较少接触到的品类中，而我们最多接触到的日常服饰，如外套，裙裤等并未大量运用蜀绣，而且现阶段也没有较为成熟的刺绣常服服装品牌，同时，我们不可忽略的是蜀绣作为一种富有文化内涵和历史意义的非物质文化遗产，存在非常庞大的艺术工艺品市场，但是在艺术工艺品市场中蜀绣和服饰面临着同样的消费主要集中在高端定制工艺品和低劣的小工艺品上的问题。所以我们发现中端服饰和工艺品消费市场，存在着一定的缺口和市场空间。

随着近年来人们对于非物质文化遗产以及中国传统文化的接受，传统文化艺术品的消费市场正在迅速扩大，而且它的外部环境也得到了进一步的完善和发展，我们了解到，自从2008年重庆蜀绣被国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产扩展名录中之后，蜀绣技艺再次被人们重视和提及，政府也相应出台了一批扶持政策，因此，在各行各业的努力下，蜀绣已经开始得到恢复性的发展，关于蜀绣的研究也逐渐增加。现阶段已有多位工艺大师创办了蜀绣相关的专业学校进行蜀绣专业技术人才的培养，同时，蜀绣的创作题材和艺术文化也已经从代表川渝地区的地域特点转变为满足市场需求而进行的更加多样的创作表现形式和更加丰富的题材。多元化的文化发展逐渐符合现代年轻人的时尚追求而又不失它富含的传统文化特色。并且，随着消费的升级，蜀绣也已经从曾经的实体商业向多渠道的网络商城转换，商业渠道的改变也极大的促进了蜀绣文化的发展，使得蜀绣品牌的发展走上了快车道同时也将销售成本进一步降低，知名度也随之进一步提高。而大众对蜀绣的接受也已进一步提高。

就目前来看，蜀绣似乎已处在一片发展的沃土中。等待他的将是灿烂的绽放。我们经过综合分析

之后认为蜀绣未来的发展方向在于更加迎合现代消费者的需求，同时将发展已经较为成熟的高级定制服装转向还待发展中端消费市场，并且也将努力突破生产工艺以及技术水平的限制，将那些品质低劣的小工艺品向着高品质化的方向发展。

四、传承、创新、融合、发展与推广五步走模式

相对于苏绣的高级定制路线，苏绣现已形成年产值超过 60 亿的市场，但我们决定开创一条不同的道路，走中端市场，相较于苏绣更加大众化，以此更好的推广蜀绣，相较于苏绣的高端和昂贵，蜀绣更为大众化，更适合于中端市场，价格也相对更为大众消费者所接受，这也是一条与现存的苏绣所占走的领的高端市场相对差异化的市场路线，为此，我们制定了蜀绣向市场推广的五步走方案

（一）建立完善的蜀绣技艺体系，以视频以及文字的方式保留现阶段留存的传统蜀绣技艺，并与蜀绣技艺大师和传承人进行合作，录制完整的蜀绣教学视频，最大限度地将现存的技艺技术和技法保留下来，将教学视频在流媒体平台进行推广，以此来让更多的大众接受并喜爱这项古老的中华传统技艺，同时也在培养大众对于蜀绣这项文化的接受度。

（二）打开市场缺口，在保留相对完善的体系和初步的大众对于蜀绣的接受度之后，我们就将进行关于我们市场切入的第一步，与地方政府展开合作，建立农村合作社，通过前期对蜀绣技艺完整的体系建设，和教学视频的录制，可以尽可能快的培养一批熟练掌握和运用蜀绣基本技法的绣工，同时，和设计师合作设计一批以蜀绣的技法为基础的，符合现代大众审美的小工艺品为基础的艺术设计作品，然后联系分销商进行推销，并取得订单后，交由经过培训合作社绣工手中，以此方式进行初期的资金积累，并逐步建立分销渠道和设计销售制作的初步商业体系。

（三）建立自己的生产工厂，可以和生产合作社所在的当地政府进行合作，建立公私合营的生产工厂，将生产合作社升级，化社为场，同时，在蜀绣技艺研究室中研究和设计可以逐步替代人工的生产机器，并联系相关生产厂家进行定制。并将简单的手工艺品转交由机器制作，熟练的绣工可进行中端工艺品的制作，同时成立艺术设计部门进行流行元素与传统艺术相结合的艺术作品和图案的设计，并以此开展公司的两方面主营业务，一方面，为手工艺品生产包括百元以下的由机器制造的手工艺品和

百千元档的纯手工工艺品的设计生产业务和二次加工业务即与服装生产公司进行合作，设计造型和图案将其添加到服饰生产厂家提供的半成衣或布料上，通过这样的二次加工方式，提高成衣的价值和内涵，同时通过业务的积累，逐步建立起自有的营销渠道和仓储基地，并开始逐步建立自我品牌，以及自我品牌的发展与推广。

（四）建立自主品牌，以自主品牌的建立与发展作为基本发展方向，依托工厂、仓储、营销渠道、技艺研究室以及艺术设计部门推广自主品牌，在多媒体渠道进行推广，并建立起以中端市场为主，包括日常服饰，中档工艺品为主营产品的自我品牌形象，在自主品牌成长的过程中，可以在多个服饰品类方向进行尝试，如新唐装、汉服等领域。并在自我品牌成熟后进行多品类的多品牌布局发展，将传承发展与推广中国非物质文化遗产蜀绣作为品牌的发展宗旨的多品类、多板块、多品牌、多渠道的分布式发展。

（五）模式的复制与推广，我们将蜀绣产业或发展总结为传承、创新、融合、发展与推广五步走模式，这样的模式具有可复制性与可推广性，我们可以将相同的模式嫁接在包瓦族织锦、缙丝织造等，传承和发展中存在一定阻碍的丰富灿烂的中国非物质文化遗产之上，让这些千百年来无数劳动人民的智慧结晶，可以在这个新的时代不仅不会没落还可以焕发出新的生机。

参考文献：

- [1] 施爱芹,李蒙.非遗蜀绣的艺术特性及传承创新研究[J].天工,2021(11):34-38.
- [2] 李亚星,黄睿.成渝地区非遗文化共融产品开发探究——以荣昌夏布与蜀绣为例[J].大观(论坛),2021(08):98-99.
- [3] 乔熠.非物质文化遗产的教育传承探析——以蜀绣进高校为例[J].西部皮革,2020(19):113-114.
- [4] 杨德全.蜀绣的传承与创新[J].现代艺术,2020(08):108-115.

项目基金：2020 年陕西省大学生创新创业项目训练项目“非遗空间”（编号：S202010705136）。

作者简介：朱宗栋（2001—），男，甘肃古浪人，西安石油大学机械工程学院。