

# 楚式漆器市场化活态传承研究与创新思考

## ——90后漆器手艺人案例初探

陈静

湖北文化遗产保护研究会

**[摘要]**楚式漆器作为湖北省省级非物质文化遗产，是荆楚文化的重要组成部分。在当前文化多元化，艺术市场化的浪潮中，如何实现楚式漆器市场化活态传承，探索发展再生之路成为我们亟待研究的问题。本文采用案例分析方法，以楚式漆器市场化传承现状为出发点，围绕90后漆器手艺人市场活态传承案例进行研究分析，进而提出对楚式漆器市场化活态传承的创新思考，为楚式漆器市场化发展提供理论性参考。

**[关键词]**楚式漆器；市场化；活态传承；创新

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1162

### 一、楚式漆器历史与艺术特征

#### 1、历史

楚地位于江汉平原，地处长江和汉江两江交汇处，地理环境优美，物产丰富，气候适宜。春秋战国时代，当地种植大片漆树，这种树将树皮割裂会流出大量的白色汁液，可以用于制作大漆，楚人再用大漆制作漆器。楚氏漆器的发展见证了楚地的历史变迁和楚文化的深厚底蕴，向大众展现楚人对于“美”的感悟与理解。

#### 2、艺术价值

楚氏漆器的艺术价值主要体现在其造型、色彩、纹样之上。造型制作多以自然万物中的飞禽走兽，花鸟鱼虫为原型去进行创造，表达了人们对于自然所给予恩赐的无限崇拜与感恩，有时也以神话传说中的动植物，神仙形象去塑造漆器的造型；其次，楚氏漆器的髹涂色彩也值得考究，楚氏漆器一般以红与黑二色为主调。楚人尚赤，赤色代表火的颜色，表达了楚人对于祖先火神祝融的敬仰，同时也是楚人南方部落的图腾，象征生命之火，生生不息。而黑色，又称玄色，指代中原北方，历史上，楚人原是中原人，后来被迫迁徙来到了南方，这个表现了楚人并没有忘记自己曾经的家园，心中渴望得到中原正统的认可。再者红黑二色相融合又有阴阳调和之意。漆器的色彩上体现出了楚人深厚的历史文化底蕴；最后，楚国漆器纹样的绘制主以自然界抽象化的动植物为典型，如：云鸟纹，鱼纹等纹样，再搭配用于装饰几何图纹，楚人偏好于抽象纹样，这种抽象之美，体现出天人合一的理念与价值取向。

### 二、楚式漆器市场化传承现状

#### 1. 普通大众对楚式漆器了解甚少

很多普通大众对楚式漆器比较陌生，了解及认知渠道非常有限。即便有部分了解的人，觉得一些漆器原型是来自古代陪葬品，因此在对待复制文物出土的一些漆器艺术品上有些心理难以接受。像博物馆的一些传统类型漆器，除了外地游客购买代表湖北特色的情况外，湖北本地普通大众是很少买这些漆器的。因为平时生活中用不着，而且也不愿意买一个出土文物的复制品。此外，还有一些民众认为漆器工艺品不环保，尤其是用大漆制作的一些碗筷等生活用品，担心对身体健康有害。其实这也是对大漆的偏见。大漆不会对人们身体有任何影响。基于以上情况，普通民众产生漆器购买消

费的行为受到一些阻碍。

#### 2、高端漆艺术品市场容量有限

高端漆艺术品一直是漆器产品的金字塔顶端，许多漆艺术家作品价值高昂，甚至是非卖品，但这类艺术品市场容量有限。一般只有在公共建筑空间，如地铁、公园、酒店等区域，以巨幅形式销售。而且市场并没有完全打开。而对于一些传统漆器省级非遗传承人，由于他们的高端漆艺术品具有一定特殊性，因此市场客户更小众。如刘比建老师的《唐韵天歌》、《九头鸟新说》本身凝聚了老师较多的情感及技艺，他们一般是作为艺术品般收藏。而漆艺古琴、古筝等因为是纯手工制作，售价不菲，市场容量十分有限。

#### 3. 中低端漆器产品规模化与创新难

中端商务类漆器，如漆器茶具、装饰画、装饰摆件等大漆本身特性，决定了制作周期至少是1个月以上，即便有些工艺可以出模具批量化，但那只是工艺中的一个环节，更多步骤需要手工完成，当然这也是为保证其非遗手工特性的需要。所以很难规模化生产。而一些低端的漆器旅游商品，也同样如此。中低端漆器产品价格一般在几百到几千元，是普通大众能消费得起的。因此，市场更需要不断推陈出新，然而，创新的产品设计一直是个难题。这对漆器从业者有了更高要求，不仅需要懂技艺本身，还需了解市场客户偏好。只要不断达到量的普及才能更好做到文化传承、市场传承。

### 三、与国有企业合作新模式

吴星漆艺工作室起初是几个人的作坊式团队，2020年与武汉国漆公司深度合作，双方以资本入股，国漆公司主攻市场，吴星团队主攻技术研发，相对于做传统漆艺的非遗艺人，他们擅长做研发生产，但欠缺市场运作能力，所以他们选择与大的类似国漆公司这种本身有市场圈子、有一定资本的企业进行合作。与国漆公司的合作后续如何，市场还需要一个过程。但未来在拓展营销渠道方面国有企业参与是具有很大优势的，目前为止他们的产品研发、技术攻坚比较顺利。

#### 2、深受市场欢迎的“新”漆艺术品

通过探索发现目前市场上销售最好且易断货的是以下两类：女性喜欢的普通消费饰品类，如耳环、项链等。茶器类，如茶叶罐等有实用价值的茶具等。此外，还有一些漆器画也销售不错，如墙上装饰画、小摆件画等。总的来说是一

些方便携带的小件漆品。他从2013年正式进入漆器市场迄今已做了近10年,总体来看目前价位在500元—1000元,1500元以下东西好卖。最好的是500元以下的。茶器占销售额40%,定制类客户是老客户,或老带新,如去年定制的艺术摆件、家具沙发、床等。沙发一套销售5—6万。床3.5万—4万。整体定制占销售额40%。他们做小漆器目的是为了宣传,不是为了销售,目前在汉口开设第一个门店,给各门店供货生产的漆器小产品是为了扩大宣传,通过拓展更多的营销渠道来提高市场占有率。

### 3、基于大平台的文化传播推广

传统文化想给老百姓普及,需要大的平台共同来做,没有文化宣传背景,产品再好也没有意义。他们未来拟进驻湖北省博物馆三期馆漆艺文化体验中心,以体验和售卖为主。目前湖北传统漆文化,汉代出土漆器全在这里。游客能买到的只有一比一复制品。而利用传统漆做现代能用的东西,让文化传承,让大家可以用到漆器,一直是他们的初衷。他们将要卖的是现代人审美需求品,如手机壳、饰品等。漆艺术品是文化的高度,没有普通漆文创品,就没有大家认识漆文化的渠道。通过设计开发更多人们用得上的生活漆艺消费品来进行漆文化传播普及。

### 4、分段式合作生产创新与研学

在做传统文化市场时,前提保证原材料货真价实,技术上结合现代科技创新,设计上拆分让生产更简洁流畅,半机械打磨,技术上改进,时间上缩短。漆器因工艺特殊性常规需要需要一层层涂刷,通常要一到两个月。而他们采用分段式合作生产创新方式,工作室体系团队按定位分工,有只做复杂、较难工艺的研发设计团队,这些人只做高端漆艺术品;另一部分是普通生产者,快速生产出满足大众消费的漆艺术品。采用不同定位产品和分段式生产方式,我们一天可以刷一百个手镯漆,形成工作室流水线人员;还有一部分做研学,漆艺课程体验。针对不同年龄层开发不同课程。一部分课程收费,其中一部分是培养漆艺客户,进行重复消费。漆器包给集团、社区、学校,带老师团队做,现场,来工作室也可以上课。有扇子、手镯,重在体验,关键在于感觉,收费从一百多到几百元不等。工作室目前有5个人,这8年间整个模式比较成熟、经验丰富。他们用最好性价比的方式做了宣传。

### 5. 传统展会与新媒体营销推广

目前他们参展一般展会销售额不大。最有价值和意义的展会主要是深圳文博会和茶博会。但要选地点,上海、深圳、杭州的展会值得参加,这与当地经济、民众消费意识更高有较大关系。我们的漆文化产品与当地需求更对口。目前深圳展会相当于巴黎时装周,全国客户都过来参加。展会还是要积极参与的,通过展会可以获取大量行业信息和第一手最新市场资源。传统文化要走大,必须借用展会渠道。否则只有小众了解,永远是作坊式经营。

## 四、楚式漆器市场活态传承创新思考

### 1. 品牌导向,新型合作模式创新

未来不管是个人漆艺工作室还是企业型工作室,从长远可持续发展看,树立自身品牌是立身之本。当然,对一些在市场上已经具有较大知名度、或本身已获得国家较高荣誉的非遗大师,用个人名字注册品牌或商标更具标识度和优势。而对于一些企业型漆艺工作室而言,因为其本身没有足够影响力的大师荣誉,树立适合自己的企业品牌,建立统一对外标识,刚更利于工作室长期发展。此外,除之前讲的吴星国漆合作模式,即国有企业入驻个人工作室的新型模式外,以市场为需求,更多适应客户需要的新型合作模式也会应运而生,与学校、社区、企业合作,甚至一些私人工作室并被国字企业完全收购等。

### 2. 漆器文化传播——新媒体应用

漆器文化传播是漆器走向现代生活的关键推动力,漆器消费本质上来讲是一种文化艺术消费,它不同于传播生活消费品,省先需要消费者对此门艺术的正面认可与感知。消费者购买漆器的行为是基于对漆艺文化感兴趣基础上产生的,因此除了漆器非遗项目保护单位进行公益新媒体大众宣传外,工作室的漆艺大师和从业者们更需要关注新媒体资源的应用,可以制作个人视频号的方式来增加访问量及传播度,也可关注快手、抖音等平台。利用这些平台传播漆文化,让更多百姓正确认识漆器,同时,提供更多的资源对接平台,推动市场发展。

### 3. 产品创新——基于器用价值的跨界融合

器用价值主要是指在漆艺产品研发中更注重人们实际生活中对此物的实用价值。产品设计开发突破传统在漆器单一材质上做文章,而是大胆创新,实现不同材质的跨界融合开发。如漆器与玻璃、漆与木、漆与陶瓷等。笔者在非遗市场运营实践中,漆器产品跨界开发最成功的一次是漆器汉绣多功能盒。此款产品将漆与汉绣相结合,漆器是湖北最有代表性的非遗项目,而汉绣则是武汉市的文化名片之一,两者的开发尝试为武汉礼物系列开发添上十分光辉的一笔。因为是旅游商品开发,市场客户价格敏感度高,所以我们的市场售价控制在200元以内,因此,对单个开发制作成本提出很高要求,最后采用原创半手工机推汉绣与漆艺相结合的方式小批量试制,市场反馈良好。以上是微观层面的产品开发,而从宏观层面看,漆艺与建筑、环境艺术等方面结合也是另一种跨界融合。

### 参考文献

- [1]汪笑楠,徐征.楚漆器造物艺术当代设计转化策略研究[J].包装工程,2021,42(24):292-298.
- [2]陈厚娟,黄文勇.楚式漆器髹饰技艺在现代文房装饰中的传承与发展[J].淮海工学院学报(人文社会科学版),2019,17(07):68-71.
- [3]甘畅.基于传统文化传播的交互设计与实践——以楚式漆器H5网页设计为例[J].创意设计源,2021(02):77-80.
- [4]司光冉.基于组合式工作的楚式漆器技艺传承发展研究[J].歌海,2020(02):11-16.