

文化创意产业研究类丛书

Strategy Research on  
the Arts and Crafts  
Industry Construction  
of Beijing

北京工艺美术  
产业构建  
的策略研究

张 峻 刘正宏 著



中国轻工业出版社

全国百佳图书出版单位

Strategy Research on  
the Arts and Crafts  
Industry Construction  
of Beijing

北京工艺美术  
产业构建  
的策略研究

张峻 刘正宏 著



中国轻工业出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

北京工艺美术产业构建的策略研究 / 张峻, 刘正宏  
著. — 北京: 中国轻工业出版社, 2018.9  
ISBN 978-7-5184-2036-0

I. ①北… II. ①张… ②刘… III. ①工艺美术—  
文化产业—产业发展—研究—北京 IV. ①G127.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第160957号

责任编辑: 毛旭林 徐 琪 责任终审: 劳国强 整体设计: 张 峻  
策划编辑: 毛旭林 责任校对: 吴大鹏 责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京富诚彩色印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2018年9月第1版第1次印刷

开 本: 787x1092 1/16 印张: 10.5

字 数: 200千字

书 号: ISBN978-7-5184-2036-0 定价: 59.80元

邮购电话: 010-65241695

发行电话: 010-85119835 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: [club@chlip.com.cn](mailto:club@chlip.com.cn)

如发现图书残缺请与本社邮购联系调换

i71302W3X101HBW



#### 作者简介

张峻,北京电子科技职业学院艺术设计学院副教授,拥有 Adobe 中国视频设计师证,从事教育教学工作 14 年,参与多个企业项目的设计与实施;2015 年主持北京市面上课题一项;2017 年负责主持北京市人文社科项目,题为“基于工匠精神的北京民间泥塑工艺发展的策略研究”;共发表论文 20 余篇,其中半数以上为核心期刊,编写教材 6 部;获得外观设计专利 3 项;个人设计作品参与全国大赛并多次获奖。



刘正宏,北京电子科技职业学院艺术设计学院院长,副教授。国家级传媒艺术设计教学团队骨干成员,国家级民族传统文化与创新教学资源库核心成员,中国纺织服装教育学会副会长。主持、参与多项校级及省级以上科研项目,出版教材、专著多部,发表多篇学术论文。

# 前言

北京是举世闻名的文化古都，由于得天独厚的社会环境，北京传统工艺美术行业名师荟萃、巧匠云集，以历史悠久、技艺精湛著称，代表了我国工艺美术技艺的最高水平。北京传统工艺美术“萌芽于燕赵，奠基于辽金，繁荣于明清”，其中玉器、景泰蓝、牙雕、雕漆是典型的“宫廷工艺”，被称作传统工艺“四大名旦”，它们与金漆镶嵌、花丝镶嵌、宫毯、宫绣一起被誉为“燕京八绝”，更是了解北京工艺美术的最漂亮、最有历史渊源的“名片”，是中华民族的瑰宝和骄傲。

近年来，北京工艺美术产业虽然得到了一定的发展，但是仍然遇到一些急待解决的问题。因此，为了适应当今社会经济和文化事业的飞速发展，要积极探索和研究北京工艺美术产业构建模式，为北京文化艺术事业的发展发挥积极的作用，为把北京建设成为“世界城市”打下一定基础。

本书共分为概述、北京工艺美术行业发展的概况、探索工艺美术产业的构建模式以台湾为例、北京工艺美术产业构建的策略研究和北京工艺美术与创新设计的主要成果五章，深度剖析了台湾文化创意产业的构建模式和成功经验，探索出一条适合北京工艺美术产业发展的路径。从政府政策——产业扶持、企业行为——品牌打造、产业集群发展效应、工艺美术品知识产权保护体系的建立等方面研究了北京工艺美术产业的构建模式。在进行理论研究的同时积极参与实践，开展了一系列以北京传统艺术为元素的创新设计、衍生品开发、创新产品教学案例撰写等行为活动，其中部分作品参加全国大赛并获奖，有三项设计获得外观新型专利，为传承创新北京民族文化和北京文化创意产业的发展摸索出一条行之有效的新路。

张峻

2017年10月

# 目 录

## 第一章 概述

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 一、研究综述                    | 1  |
| (一) 国内外范围研究现状             | 1  |
| (二) 北京发展文化创意产业政策与机遇       | 3  |
| (三) 北京工艺美术的背景与趋势          | 3  |
| 二、研究意义                    | 4  |
| (一) 工艺美术的当代价值             | 4  |
| (二) 工艺美术与三种关系的处理          | 5  |
| (三) 解读宏观政策, 促进北京工艺美术产业的发展 | 8  |
| (四) 探索北京工艺美术产业构建模式        | 8  |
| 三、研究方法                    | 9  |
| (一) 文献研究法                 | 9  |
| (二) 案例研究法                 | 11 |
| (三) 调研法                   | 11 |
| (四) 统计法                   | 13 |
| (五) 比较分析法                 | 13 |
| (六) 经验总结法                 | 13 |
| 四、基本结构与研究内容               | 14 |
| (一) 基本结构                  | 14 |
| (二) 研究内容                  | 15 |
| 五、创新之处                    | 16 |



## 第二章 北京工艺美术行业发展概况

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 第一节 北京工艺美术发展历程            | 17 |
| 一、文化创意产业格局下的工艺美术          | 17 |
| (一) 我国对于文化创意产业的具体分类       | 17 |
| (二) 文化创意产业格局下的工艺美术        | 17 |
| 二、工艺美术发展脉络与文化内涵的历史分期      | 19 |
| (一) 工艺美术的发展脉络             | 19 |
| (二) 工艺美术文化内涵的历史分期         | 22 |
| 三、北京工艺美术文化传承价值在近现代的发展     | 23 |
| (一) 明清时期工艺美术的文化传承         | 23 |
| (二) 晚清至民国时期工艺美术的文化传承      | 23 |
| (三) 新中国成立 30 年期间工艺美术的文化传承 | 23 |
| 第二节 北京工艺美术行业发展现状          | 23 |
| 一、北京工艺美术行业发展现状            | 24 |
| (一) 北京市政府的政策支持            | 24 |
| (二) 北京工艺美术行业的发展           | 24 |
| 二、北京工艺美术发展趋势              | 26 |
| 第三节 北京工艺美术产业构建环境          | 26 |
| 一、北京工艺美术的组织构建             | 26 |
| 二、北京文化创意产业政策解析与前景展望       | 27 |
| (一) 政策解析                  | 27 |
| (二) 前景展望                  | 27 |
| 三、北京工艺美术产业现存问题与困难         | 28 |
| (一) 现存的问题                 | 28 |
| (二) 现存的困难                 | 29 |
| 第四节 文化实现产业化的三个前提          | 31 |
| 一、文化资源的资本化                | 31 |
| 二、资本化的文化资源向产品转化           | 32 |
| 三、文化资源产品的市场化              | 32 |

### 第三章 以台湾地区为例探索工艺美术产业的构建模式

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 第一节 台湾地区文化创意产业的内涵与外延      | 33 |
| 一、解读文化创意产业的特征             | 33 |
| 二、台湾地区文化创意产业的内涵与外延        | 34 |
| (一) 文化创意产业概述              | 34 |
| (二) 台湾地区对“文化创意产业”的诠释      | 34 |
| (三) 台湾地区文化创意产业的构建         | 35 |
| (四) 台湾地区文化创意产业的成功体现       | 36 |
| 第二节 台湾地区工艺产业发展概述          | 39 |
| 一、文化创意产业下工艺产业的界定          | 39 |
| (一) 工艺的概念                 | 39 |
| (二) 台湾地区对工艺产业的界定与分类       | 39 |
| (三) 文化创意产业下工艺产业的重新定位      | 40 |
| (四) 研究台湾地区工艺产业的意义         | 42 |
| 二、台湾地区工艺产业发展现状            | 42 |
| (一) 台湾地区工艺产业发展现状          | 42 |
| (二) 工艺产业发展四项转型            | 44 |
| 第三节 台湾地区工艺产业构建模式解析        | 45 |
| 一、政策支持与目标                 | 45 |
| 二、制定实施策略                  | 46 |
| (一) 卓越研发行动方案              | 46 |
| (二) 产业跨界合作行动方案            | 46 |
| (三) 大品牌形塑行动方案             | 47 |
| (四) 创新育成中心基地硬件设施          | 47 |
| 三、检验策略方案实施效果              | 48 |
| (一) 工艺新创新——工艺进阶人才培养计划     | 48 |
| (二) 工艺新据点——台湾工艺之家         | 49 |
| (三) 工艺新好物——台湾地区优良工艺品评选及推广 | 50 |



|                        |    |
|------------------------|----|
| （四）工艺新传承 —— 工艺新趣计划     | 51 |
| （五）个案分析 —— 以台湾莺歌陶瓷产业为例 | 52 |

## 第四章 北京工艺美术产业构建的策略研究

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一节 北京文化创意产业政策解析与前景展望 | 57  |
| 一、北京文化创意产业政策解析        | 57  |
| （一）政策解析               | 57  |
| （二）北京文化创意产业发展趋势       | 58  |
| 二、北京工艺美术产业模式构架        | 60  |
| （一）探索北京工艺美术产业构建模式     | 60  |
| （二）构建北京工艺设计产业化模式      | 60  |
| 第二节 构建方案与措施           | 62  |
| 一、政府政策 —— 产业扶持        | 62  |
| （一）多元资金注入、健全管理、扶持机制   | 62  |
| （二）产业研发辅导             | 64  |
| （三）人才培育与跨域合作          | 65  |
| 二、企业行为 —— 品牌打造        | 67  |
| （一）创新研发               | 68  |
| （二）市场行销通路与拓展          | 83  |
| 三、产业集群发展效应            | 93  |
| （一）产业集群发展的模式          | 93  |
| （二）工艺美术品集群发展应具备的条件    | 94  |
| （三）工艺美术品集群发展的动因       | 96  |
| 第三节 工艺美术品知识产权保护体系的建立  | 100 |
| 一、工艺美术品价值链分析          | 100 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| (一) 首端——工艺品设计环节     | 100 |
| (二) 中端——工艺品制造环节     | 101 |
| (三) 终端——工艺品销售环节     | 102 |
| 二、专利保护制度            | 102 |
| (一) 现行专利制度保护的难点     | 102 |
| (二) 完善专利制度          | 103 |
| 三、商标保护制度            | 105 |
| (一) 商标制度保护的具体方式     | 105 |
| (二) 现行商标制度的完善       | 106 |
| 四、著作权保护制度           | 108 |
| (一) 著作权保护的适用对象      | 108 |
| (二) 著作权保护的完善        | 109 |
| 五、反不正当竞争保护制度        | 110 |
| (一) 反不正当竞争法的补充性保护作用 | 110 |
| (二) 工艺美术产品特有标志保护    | 110 |
| (三) 对虚假标示、虚假宣传的规制   | 111 |
| (四) 商业秘密保护          | 111 |

## 第五章 教学案例与创新设计成果

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 一、教育教学成果          | 113 |
| (一) 文创设计形成教学案例    | 113 |
| (二) “非遗”海报与文创产品设计 | 139 |
| 二、教学成果对项目教学的指导意义  | 158 |
| 主要参考文献与网站         | 159 |

# 第一章 概述

## 一、研究综述

### (一) 国内外范围研究现状

#### 1. 北京工艺美术发展现状分析

北京是举世闻名的文化古都，由于得天独厚的社会环境，北京传统工艺美术行业名师荟萃、巧匠云集，以历史悠久、风格独特、品种繁多、技艺精湛、典雅名贵而享誉中外。北京传统工艺美术“萌芽于燕赵，奠基于辽金，繁荣于明清”，代表了我国工艺美术技艺的最高水平。北京市传统工艺美术种类繁多，其中玉器、景泰蓝、牙雕、雕漆是典型的“宫廷工艺”，被称作北京工艺美术“四大名旦”，它们与金漆镶嵌、花丝镶嵌、宫毯、宫绣一起被誉为“燕京八绝”，更是国内外各界人士了解北京工艺美术的最漂亮、最有历史渊源的“名片”，是中华民族的瑰宝和骄傲。

北京的工艺美术有着良好的资源，可以绽放其独特魅力。2008 年在北京举行的奥运会，对北京工艺美术行业的发展是一个很好的契机，中国工艺美术大师郭鸣说过：“正是中国工艺美术品的独特个性，才为其与奥运的结合产生了更深远的意义和可开发的潜力。当奥运与中国传统文化相结合时，不仅能在中国传播奥林匹克文化，而且能更好地向世界传播中国文化的价值。”北京市政府充分认识到保护北京工艺美术行业的重要性，在深入了解行业现状后出台了一系列政策和保护措施，如 2002 年 9 月出台并完善《北京市传统工艺保护法》；2002 年 9 月 6 日，汇集 17 类濒临灭绝的手工艺艺术、100 多位著名工艺美术大师，旨在保护、带动、振兴和繁荣北京传统工艺美术的“京城百工坊”。2004 年，北京市工业促进局制定了《北京工艺美术行业发展规划纲要》，进一步明确了工艺美术发展的基本思路和政策措，工艺美术行业呈现出可喜的发展态势。近几年，工艺美术行业的上级政府经信委每年投入 1 千万元用于工艺美术产业的各项活动，足以证明北京工艺美术发展得到了



北京市政府的大力支持。

尽管，北京工艺美术产业得到了一定的发展，但是仍然有一些急待解决的问题。大部分北京工艺美术特种技艺面临失传，后继无人；工艺美术原材料缺乏，制约了产品生产；工艺美术企业分散，产品销售渠道不畅通，制约了工艺美术企业的发展；工艺美术企业缺乏展示自己的平台；政府扶持力度不够，工艺工美行业难以享受减免赋税。因此，为了适应当今社会经济和文化事业的飞速发展，要积极探索和研究北京工艺美术产业构建模式，为北京文化艺术事业的发展起到积极的作用，为把北京建设成为“世界城市”打下一定基础。

## 2. 国内文献研究现状

搜索中国知网、万方网、维普期刊网、中国龙源期刊网等，时间从 2008 年到 2012 年，输入关键词“北京工艺美术产业构建”，通过模糊搜索法，共查询到文献 111 篇。（表 1-1）

表 1-1 2008-2012 年中文期刊检索文章数量分布表

| 年份 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|----|------|------|------|------|------|
| 篇数 | 19   | 15   | 2    | 25   | 50   |

表 1-1 的数据显示，我国对于工艺美术领域类型的研究文章数量总体是呈现上升趋势，表明目前对于这个方面的理论有很多值得探讨和研究的地方。

文献主要类型有：福建工艺美术产业发展存在的问题与对策、论工艺美术产业集群的发展策略、工艺美术经济产业现状分析、改革开放下的传统工艺美术发展形态、广西工艺美术品产业化运作探析、中国传统工艺美术生命力与现代创新、苏州传统工艺美术的产业升级与文化遗产、论工艺美术产业与科学管理机制等，而关于“北京工艺美术产业模式”的研究还处于空白。因此，对于“北京工艺美术产业模式”这个方向有一定的研究空间。

## 3. 台湾文化创意产业的意义

文化创意产业作为台湾经济增长的一个亮点，对台湾经济的发展起着积极作用。其中，台湾工艺产业作为台湾文化创意产业的重要组成部分，归属艺文类产业，根据 2010 年台湾文创产业发展年报显示，台湾工艺产业是艺文类产业中营业额最高、内销与外销业绩最高的产业，对台湾文创产业的发展起到了重要作用。台湾与大陆都是延续的中华文化，有很深的历史文化渊源，如语言、宗教信仰、民族、风俗等，因此，台湾工艺产业发展的成功经验可以借鉴和用于北京文化创意产业的发展。研

究和分析台湾工艺产业构建模式，并应用到北京文化创意产业中，对北京的文化创意产业发展和经济繁荣具有积极作用。

## （二）北京发展文化创意产业政策与机遇

2011年，党中央提出建设社会主义文化强国目标，即“文化立国战略”，此项战略是文化创意、科技创新和经济创富三者融合的国家战略的高级形态，是我国转型时期的一种综合推动。自2012年我国文化创意产业进入新时期以来，有两个非常重要的政策值得关注：一是明确了“文化产业建设成为国民经济支柱产业”的发展目标，作为文化产业的高智能、高附加值形态，文化创意产业对于推进文化产业发展、优化产业结构具有不可替代的作用，正在成为我国文化产业发展的重要增长点。文化创意产业是文化与经济、技术相互结合，并通过人的智慧和创意将三者整合起来的文化产业形态，兼具“文化”“创意”“产业”三个特征；二是2012年2月底文化部发布了《“十二五”时期文化产业倍增计划》，进一步规定了文化产业发展的目标、任务和手段。根据国际经验来看，当一个国家的人均GDP达到4000美元以后，就进入中等发达国家行列，进入一个文化的时代，一个追求艺术和科技融合的时代，一个创意的时代，并以创意作为经济发展的驱动要素。例如日本和韩国在经济发展到一定程度后在20世纪八九十年代先后提出了文化立国战略。现阶段是一个传播中国文化的时代，文化产品更加重视人文内涵和人文导向，我们所有的产品都要有中国文化的元素。

## （三）北京工艺美术的背景与趋势

北京工艺美术的组织构建分四个层面解析：一是在政府层面上属于经信委（北京经济信息化委员会）负责管理的，经信委是国家级政府职能中心，主要在国家大政方针和行业宏观把控上起引领作用，如开展大型工艺美术品展览和交易活动、开展国家级工艺美术大师评选活动等。另外中国艺术研究所属于文化部直属科研机构，其下有一个工艺美术研究所，是目前国内唯一的面向全国传统工艺美术学科领域的综合研究机构。二是行政管理层面，行业促进中心主要对北京工艺美术行业发展献计献策，进行政策上的指导、提出发展计划、制定实施措施等，属于经信委下面的直属机构。三是民间社团层面，北京工艺美术行业协会以由企业为主体自愿组成的全国性的非营利的社会经济团体，其办会原则是“北京工艺美术是一家”，办会宗旨是“发挥政府和企业之间的桥梁和纽带作用，推动行业和企业健康发展”。四是企业层面，有各种规模不等的中小企业，以设计、生产加工、销售工艺美术品为主。





其中北京工美集团有限公司是全国规模最大的国有企业，也是北京工艺美术行业的龙头企业，在工艺美术行业享有很高的声誉。

通过以上相关资料分析，应该抓住现有的良好发展机遇，借助政府强有力的政策支持，充分利用我国现有的良好资源，深入探索北京工艺美术产业发展理论与策略、设计研发、经营管理和发展趋势等问题，积极展开“北京工艺美术产业构建”课题的研究，为政府和相关研究机构、企业提供理论指导和实施方案。

## 二、研究意义

### （一）工艺美术的当代价值

传统工艺美术是一个综合体，具有多方面的价值。在手工业时代，它是生活的创造者；在当代，它又以历史文化保持者的角色成为历史文化的一种记忆和象征，以手工艺艺术和文化的独特形态立于以现代设计为主体的科技文明之中，成为民族传统文化艺术的载体，发挥着从经济到艺术的多种职能。其价值可以从以下4个方面来认识：

#### 1. 产业价值

作为行业的传统工艺美术，遍及全国所有省市，各地的工艺美术不仅有着悠久的历史，各具特色，而且大多数已经成为地方传统工业的支柱或城市的象征（所谓城市名片），如景德镇陶瓷、宜兴紫砂、苏州刺绣、南京云锦、东阳木雕、福州漆器、北京景泰蓝等；作为传统产业之一，传统工艺美术生产具有就地取材、就地加工、能耗低、污染少、附加值高、收益高的特点。据不完全统计，2005年全国主营业务收入在500万元及以上的工艺美术企业的生产总值大约1500亿元左右，而大量的工艺美术企业是中小型企业，其经济总量亦十分可观。在现代高科技社会，工艺美术行业虽不是工业经济的支柱产业，但作为特色产业之一，仍然具有较高的经济和社会价值。

#### 2. 就业价值

传统工艺美术在解决就业上亦有其他工业不可比拟的优越性，工艺美术主要靠人工和技艺，对生产场所和生产条件要求不高，有的还适合于家庭生产或加工，成为家庭副业。据国家统计局在20世纪80年代的统计，每百万元固定资产，重工业安排就业94人，轻工业安排250人，工艺美术行业可以安排800人。在1973年至1983年间，工艺美术行业安排劳动力就业达100多万人。现在就业人数则更为可观，



以广东省为例,2005年广东主营业务收入在500万元及以上的工艺美术企业从业人员有25万,相应的副业加工人员达到150万;苏州镇湖乡全乡约3万人,有一半人从事刺绣行业或相关的工作。初步估计,全国从事与工艺美术生产、销售有关的从业者有1000万以上。

### 3. 市场价值

工艺美术有国内国外两个市场。20世纪50年代以来,工艺美术是主要的出口创汇产业。据统计,1950年至1983年,工艺美术出口创汇达110亿美元;1973年至1983年期间,出口创汇94.47亿美元。其中,改革开放初期的1981年,工艺美术出口创汇达到15.1亿美元,占当年轻工业系统总出口换汇的30%,为全国出口换汇总值的7.2%,可见其贡献之大。20世纪90年代以来,工艺美术出口创汇,在品种、数量上均有很大变化。近年由于统计的对象主要是500万元以上的大规模企业,虽得不到一个全国性的准确数据,但出口创汇量应是十分巨大的。如前所述,北京工艺美术集团公司系统企业2005年出口突破5000万美元;而广东省工艺美术系统企业出口值达30亿美元以上。广东潮州作为新兴瓷都,现有陶瓷企业3000多家,还有手工作坊、个体经营户及配套企业等,全市从事陶瓷生产经营的企业上万家,从业人员40万人,2005年各类陶瓷产品销售额高达220亿元,出口10多亿美元。某民营陶瓷企业,依靠自己强大的设计力量、创新设计和质量,2005年陶瓷产品出口达4000万美元。工艺美术的对外贸易,以特色取胜,一般不会遭遇贸易摩擦之类的问题。

### 4. 文化价值

传统工艺美术的文化价值表现在很多方面。首先,它是民族传统文化的重要组成部分,是传统文化的物质载体;第二,其工艺的技术和艺术亦是重要的非物质文化遗产;第三,作为民族文化,它既有历史性又具有现代性,是现代生活文化的表现;第四,在世界性的文化交流中,具有不可替代的重要作用,它是民族文化和艺术的形象大使。

## (二) 工艺美术与三种关系的处理

### 1. 经济产业与文化事业

工艺美术是造物的艺术,造物即产品生产,经济性是其根本的属性。在手工业时代,它是主要的经济产业形式之一;在大机器生产时代,它仍然是重要的生产形式和部类,作为独特的经济产业具有不可替代性。而工艺美术作为产业,它与其他工业的产业形式又有根本的不同,因它同时又具有文化产业的属性,更准确地说具有文化事业的性质。从理论上认识这一点并不难,但在实际存在的意义上,工艺美术的经济性与文化性,



使其常游走于经济产业和文化产业之间。作为行业的生产和管理,人们更多地看到其经济价值即商品属性;而作为文化产业,人们更多地强调其文化和艺术的价值,在不同层面上形成了经济产业与文化事业的矛盾。这种矛盾既表现在社会整体层面上,又表现在具体行业管理和工作中,因此,在不同的层面既有共同的反映,也有各自的认识、态度和结果。

## 2. 技术更新与保护非物质文化遗产

从文化角度看,工艺美术是以民族的传统文化为特质的,具有文化遗产的性质,它既是物质文化又有非物质文化的诸多成分。作为物质文化,其物质材料是工艺美术的基础,因材才得以施艺,材料也是非物质的工艺技术的基础。材料的不同性质和特征,决定了不同的造物品类和与之相适应的技术属性。从材料与工艺技术的联系,也能明显地看出其物质与非物质的关系。所谓物质文化,材料是其根本,工艺技术本质上是处置物质的技术,工艺是在各种材料自身特性的基础上发展成的一整套与之相应的处置技术,材料的特性决定了一定的工艺、加工方法和艺术方法。进一步看,材料不仅决定了一定的加工材料的工艺技术,而且决定或规定了一定的装饰方法和艺术表现风格,材料决定着形式,使人感觉到风格。传统木工艺中的雕花、刻花、组合、拼接;金属工艺中的镌花、镶嵌、金银错、鎏金银;陶瓷工艺中的堆花、剔花、印花、贴花、划花、刻花、画花、镂空;漆工艺中的彩绘、锥画、金银平脱、堆漆、剔红、剔犀、百宝嵌、夹纻,染织工艺的刺绣、挑花、补花、抽纱、缂丝、印花、扎染等,这些装饰方法都与材料的内在性能有直接关系。这些装饰方法既是艺术方法又是工艺方法,工艺方法与艺术方法在艺术形式的创造上是同一的。

以上案例既表明材料与工艺间的关系,也是物质与非物质间的关系,工艺美术既是传统物质文化又是非物质文化。以物质文化而论,其从材料到产品都有显见的物质内容和形态,包括剪纸在内;从非物质文化的角度看,工艺技术、方式与方法、过程,乃至设计创意、作品的功能与精神文化上的意义、符号价值等都是非物质的。

## 3. 文化变迁与传统工艺美术的传承

20 世纪的一个重要特点是文化变迁的速度和力度超越以往任何时代。在现代性的旗帜下,现代文化对传统文化产生影响与改造,西方文化对中国文化产生影响与改造,历经一个多世纪后,传统工艺美术所遭遇的是一个不断变化、日日更新的文化环境,一个以现代科技为主导的环境。与外在的文化变迁相比,工艺美术的传承是内在文化的传承,这种传承求其不变,而文化的总体趋势则是变,这就形成了

文化变迁与传承的矛盾。从理论上说,任何事物不变是不可能的,但如何变、怎样变是一个需要探讨的问题。

传统工艺美术本质上说是旧时代的产物,也是旧文化的产物。在科技主导的现代社会,作为传统手工业生产的工艺美术,不仅其生产具有一定的守旧性,而且在文化层面上也如此。有的产品在形式、风格、趣味等诸方面已不能适应当代人的生活需求和审美需要;传承的目的是文化保持,同时它亦有为当代生活服务责任,因此创新具有必然性。但是创新是有限度的创新,是在传承与保持基础上的创新。因为传统工艺美术的产品、样式、质料、风格等,都已成为一种定式,有的甚至已作为一种传统和规范而呈封闭状态,如传统玉雕、象牙雕刻,已形成那种较为工整、逼真、细致的雕琢样式和风格,如果采用现代抽象雕塑的创作方法,将玉石、象牙之类的材料作抽象造型,将使人感到不伦不类,不仅因为精雕细刻可将玉石和象牙的材质之类充分表现出来,即一件作品展示了技艺和材质两方面,如若采用抽象雕塑方法处置玉石、象牙等传统工艺的材料,着力表现其艺术观念,似乎离传统工艺美术太远;重要的是,在人们的认识和意识中,已经形成了一种定式和固有的认知结构。通过上述分析,可以发现两个问题:一是原有工艺与材料统合而形成的传统本身具有封闭的结构,所有创新都将面临一个“度”的规定;二是人们的认知结构决定了对其变化的接受程度和可能性。因此,传统工艺美术的创新,既有来自已有作品样式、风格、工艺材料甚至技术的限制,也有人们已有观念、意图、心理定式等方面的限制。

从外在的文化变迁对传统工艺美术的影响来看,工艺美术行业有以下几种文化传播、借鉴、整合的现象:

(1) 在传统工艺美术大师或艺人工作室中,现在能看到西方雕塑、现代绘画之类的作品或画册以为参照,这表明他们在创作和生产中并不排斥而是努力借鉴其他艺术,包括西方艺术,在他们看来两者并非矛盾,有艺人因为善于借鉴而技高一筹。

(2) 现在相当多的中国工艺美术大师、省级大师,即工艺美术行业中的佼佼者,有过专业艺术院校学习和进修的经历,正是这种有别于传统工艺传授系统的专业化训练,使得他们对传统技术的传承高人一筹。在全国及各省市工艺美术大师的评审条件中,学历分已经是重要的得分项。

(3) 因电视、报刊等大众传媒的影响,各种艺术充斥于人的视听觉。另外,新的物态环境诸如新建筑、新的生活场景、用具、工具、服饰以及新的生活方式等,影响每一个人,传统工艺的传承者也在被影响之中。