

SHU XIU LUN WEN JI

蜀绣

论文集

主编 辛正明



重庆大学出版社

蜀绣

论文 — 文 — 集

主编
辛正明

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

蜀绣论文集 / 辛正明主编. — 重庆: 重庆大学出版社, 2015.4

ISBN 978-7-5624-8829-3

I. ①蜀… II. ①辛… III. ①蜀绣—文集
IV. ①J523.6-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第024493号

蜀绣论文集

SHUXIU LUNWENJI

主编 辛正明

责任编辑: 李桂英 版式设计: 李南江

责任校对: 谢芳 责任印制: 张策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 邓晓益

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆市金雅迪彩色印刷有限公司印刷

*

开本: 890 × 1240 1/32 印张: 6.375 字数: 182

2015年4月第1版 2015年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-8829-3 定价: 30.00元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换
版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

《蜀绣论文集》编委会

编辑单位

重庆市渝中区文化广电新闻出版局

编委会名单

主 编

辛正明

编 委

辛正明 白 玉 马 佳 吴 辉

杜 杰 汤亚玲 戴德鹏

编 者

杨利君 周筱薇 廖 红 刘 洪

目 录

蜀绣文化生态变迁与创新传承路径模式研究	001
传统手工艺	
——蜀绣的创新与市场开拓	015
积丝累线：蜀绣针法技艺探析	
——以“渝康宁蜀绣院”叶草类作品为例	020
浅谈蜀绣针法技艺的传承与创新	028
论重庆蜀绣当前发展困境及未来发展方向	035
重庆蜀绣的历史渊源与文化特征	040
蜀绣作品题材的创新以及未来发展方向的探索	046
论蜀绣中的视觉符号建构与民族文化认同	052
蜀绣人物绣技艺的传承与创新	059
关于佛像的刺绣文化及影响	064
被展示的蜀绣	
——非物质文化遗产展示的原真性问题研究	070
浅谈蜀绣教学	077

浅谈国家级非物质文化遗产项目 ——蜀绣的特点、保护和传承	087
重庆蜀绣业振兴之路探析	094
浅谈刺绣与传统绘画	103
浅谈蜀绣工艺	109
吉祥图案在蜀绣上的运用	113
浅谈绣制蜀绣精品人物的艺术效果	119
浅谈朱佩君、郭汝愚的画稿《芙蓉鲤鱼图》	123
蜀绣艺术品的继承与创新	126
论蜀绣的历史与传承	131
蜀绣的思考与题材创新	135
中国花鸟画在蜀绣上的审美及应用	140
源于生活的蜀绣作品	145
蜀绣在重庆的传承与发展现状	150
传承创新 矢志追求 ——夏布蜀绣双面绣作品《唐寅山水》的绣制与创作体会	155
针尖上的传承与创新	161
绣史	167
论蜀绣艺术低迷的原因和对策	172
设计策划助推蜀绣新品开发	177
基于电子商务平台下蜀绣的开发性保护探究	187
浅析蜀绣（重庆）的类别	193
后记	198

蜀绣文化生态变迁与创新传承路径模式研究

杨 林

2013年3月25日，中国“第一夫人”彭丽媛在基奎特总统夫人萨尔玛·基奎特的陪同下参观坦桑尼亚“妇女与发展基金会”，并将百雀羚、“梅花双熊”蜀绣、阮仕珍珠作为“国礼”相赠，蜀绣一时赞誉无比。“国礼蜀绣”被国内媒体竞相报道，世人的目光再次聚焦在蜀绣这门有着“蜀中之宝、穷工极巧”美誉的传统工艺美术上，并引发“国礼出自哪位绣娘之手”的追问，康宁、郝淑萍、孟德芝等蜀绣工艺大师被舆论予以极大的关注度。在媒体大力宣传下，国人眼见单幅蜀绣作品价格动辄数千上万，以为蜀绣这门延续三千多年的古老手工艺已经挺过寒冬，即将引来发展的春天，却没有觉察到轰轰烈烈的“非遗热”背后蜀绣潜在的生存危机。

一、警惕蜀绣艺术传承背后的“非遗热”

“蜀”是古时对川西平原的称呼，“绣”则是用丝绒或丝线在布帛上刺成特定的花纹图案。顾名思义，蜀绣是蜀地（以成都平原为中心的广大区域）特有的刺绣工艺和作品的总称，是巴蜀文化的重要组成部分。

早在商代，蜀国的第一代君王蚕丛已经“教民蚕桑”^[1]，因蜀地盛产丝绸，自古就有“蚕丛国”的称号。从三星堆遗址出土青铜大立人的服饰纹样

便可得知，巴蜀先人在古蜀国时代（商周时期）就已经学会刺绣。关于蜀绣的具体文字记载最早见于汉赋家杨雄的《蜀都赋》：“锦布绣望，芒芒兮无幅”，其文《逐贫赋》中写道：“人皆文绣，余褐不完；人皆稻粱，我独藜糗。”可见蜀绣已在两千年前的社会阶层中广泛流行。汉末三国时，蜀绣作为珍稀而昂贵的丝织品已经誉满天下，常用于交换北方的战马或金属制品，是蜀汉政权主要的财政收入来源和经济支柱，蜀汉国丞相诸葛亮曾说过：“决敌之资，唯仰锦耳。”^[2]故而《后汉书》所载：“蜀地女工之业，覆衣天下。”^[3]晋常璩在《华阳国志·蜀志》中称：“其宝则有璧玉、金、银、珠、碧、铜、铁、铅、锡、赭、珥、锦、绣……”将蜀绣与金银珠玉并列，皆可视作“蜀中之宝”^[4]，充分说明蜀绣在当时是极为珍贵的手工艺品。唐代末期，南诏国进攻成都，因感叹蜀绣华美精巧，掠夺的对象除去金银玉器之外，还掳去大量蜀绣工匠。时至宋代，蜀绣成为穷工极巧的工艺品，据南宋史家袁枢所著《皇朝通鉴长篇纪事本末》称：“蜀土富饶，丝帛所产，民织作冰、纨、绮、绣等物，号为冠天下。”^[5]蜀绣在清朝得到空前发展，大量用于装饰镜帘、嫁衣、卷轴、鞋帽、被面等日常用品，其图案以吉祥纹样和民间传奇故事居多。道光年间（1830年）由铺、料、师组成的刺绣业的专门行会——三皇神会成立，是蜀绣工艺最早的民间组织。到清光绪二十九年（1903年），政府提倡振兴实业，并在四川成立“劝工总局”，总揽蜀绣生产事宜，由于官府的重视，民间蜀绣盛行，涌现出众多的蜀绣家庭小作坊。蜀绣在1915年国际巴拿马大展中荣获金奖，第一次走向世界舞台。辛亥革命后，旧的服饰制度被破除，蜀绣不再绣制朝衣和贡品，而是向大众化的日用品方向发展。新中国成立后，党和政府积极扶持蜀绣生产，先后建立了三个刺绣合作社，并于1961年正式组建成了成都蜀绣厂，制作出不少高精产品。“文化大革命”中，蜀绣横遭浩劫，被冠以“散播封资修”之“罪”，摧残破坏殆尽，工厂被迫转产。其后在1982年举办的中国工艺美术品第二届百花奖评选，以及1985年巴黎博览会上，蜀绣都斩获殊荣。

近几年更是因为国人对非物质文化遗产抱以高度的热忱，蜀绣因其蕴含

着浓厚的中国传统文化色彩，尺寸之间能够领略数千年灿烂的历史文化，且从形式、纹样、绣工到套线、布色，都经过精心构思、施艺，具有不朽的艺术价值，故而蜀绣收藏价值呈上升态势，引发狂热的蜀绣“非遗热”。事实上，蜀绣的生存现状并没有市面上表现的那么乐观，主要反映在以下三点：

（1）“赞誉无匹却市场销量不佳”是现阶段蜀绣发展状况的集中写照。尽管蜀绣精妙绝伦的工艺技巧被广泛认可，但蜀绣产量和销售量却不见明显增长，蜀绣是中国四大名绣中生产规模最小的。当前苏绣的年销售产值已逾5亿元，从业人员超过2万人，各类工艺美术师等初级以上专业技术人员300余人，生产和销售企业近100家，产品远销全球数十个国家，即便是较为逊色的湘绣和粤绣也已经是地方贸易的经济支柱；而蜀绣仍没有形成完整的产业链，大多留存在工艺美术大师工作室或手工作坊，仅当作高档旅游纪念品和礼品售卖，无法完成从传统加工作坊到现代生产企业的转型。

（2）随着老一辈蜀绣大师年事越来越高，受蜀绣市场利润空间狭窄和就业难的影响，年轻人不愿从事蜀绣行业，造成传承人青黄不接，许多高超技艺面临失传的危险。蜀绣多以个人家庭作坊式绣场或工作室散布在社会的各个角落，规模小且抵御市场风险的能力弱。

（3）蜀绣的培养方式依靠传统的师傅带徒弟、口手相传，人才培养周期长、规模小，且素质良莠不齐，加之生产和销售缺乏系统的市场运作策略，故而未能构建完整的产业链。其他还包括行业组织机构不健全，政府政策和资金支持力度不够，经营者营销意识匮乏等制约蜀绣发展的种种因素。上述问题是掩藏在蜀绣光鲜的“非遗热”背后的巨大危机，也是蜀绣保护与传承路上必须除掉的“拦路虎”。在传统文化缺失的时代，如何延续并创新蜀绣具有鲜明的时代意义和文化价值，而如何寻找创新的着力点又是传承与保护道路上的关键。

二、厘清蜀绣文化生态变迁涵盖的三对范畴

蜀绣是具有时代和地域特征的文化载体，某种社会形态的消失，也将带

来某种文化形态的衰败或转型。然而当前的研究大多集中在是将蜀绣原汁原味地保护起来还是产业化开发之间徘徊，并没有直视社会形态转变后蜀绣生存土壤的变化，没有从相应的经济制度和消费取向的角度去思考造成蜀绣“曲高和寡”生存境遇的原因。故而要谈蜀绣的保护与传承，必须首先考察蜀绣历史生存环境和现阶段处境之间的差异性和共同性，厘清服务对象、传承制度、经营方式等制约因素对蜀绣保护与传承的影响，进而寻找解决问题的路径。

（一）从朝衣贡品到日用器物——蜀绣服务对象的变迁

社会学家郑杭生认为：“社会阶层的核心内容是社会资源和社会机会在不同社会群体中的分配方式或配置方式的差异。”^[6] 中国封建社会的整体社会阶层结构呈现出鲜明的金字塔形：居于塔尖的是由君主、高级官吏以及大地主构成的占总人口极少数的统治者阶层，居于中部的是由中小地主、中下官吏、商人以及手工作坊主等构成的被统治者中的中间阶层，居于塔底的是佃农、手工业者、雇工等被统治者中的弱势阶层。^[7] 毫不意外的是，少数统治阶层牢牢掌握着生产资料和社会资源的绝对分配权。《考工记》设计规范中体现的“尊尊”“亲亲”“择中”“以高为贵”“以大为贵”“以多为贵”的思想，正是反映了在阶级社会里传统工艺必然要为统治阶级思想意识、社会功能服务的范式。^[8] 有着“织文锦绣、穷工极巧”美誉的蜀绣自然在汉代产生伊始就被统治阶级所占有，并设管理机构（汉末三国时的锦官、清朝中叶的劝工局）专司为宫廷织造官服、礼品、日用花衣、边花、嫁妆、彩帐和条屏等珍贵绣品，以软缎、彩丝为主要原料，融合单面绣、双面绣、异形异彩绣等刺绣技法，每每造价昂贵。明清之前的蜀绣以取悦贵族为目的，极尽繁缛雕琢之能事，成为宫廷和贵族追求高贵、华丽、新奇和高品位的载体。同时蜀绣也是统治阶级获取财政来源的重要手段，蜀汉国的实际执政者诸葛亮不仅亲自带头栽桑养蚕，甚至多次直言：“‘决敌之资，唯仰锦耳’‘军中之需，全藉于锦’。”^[9]

明朝中后期，由于生产资料过剩和近代城市的兴起，出现资本主义萌

芽，特别是市民阶层的诞生，蜀绣已从单纯为宫廷贵族绣制朝衣贡品转而为市民阶层绣制日常用品。财力雄厚的富商和地主试图借助精美的蜀绣来点缀日常生活，故而民间蜀绣得到空前发展，逐渐形成行业。蜀绣织品除日常用品如镜帘、花边、嫁衣、卷轴、鞋帽、裙子、枕套、被面、帐帘的绣品外，还有多种规格的欣赏品，如中堂、文斗、横批、条幅等。刺绣图案以民间流行的题材为内容，包括山水人物、花草虫鱼、翎毛走兽等，常取吉祥如意等老百姓心目中美好的愿望为题材。^[10]

辛亥革命后，旧的服饰制度被破除，受外来服饰文化的影响，贴上做工精巧、造价昂贵标签的蜀绣工艺逐渐淡出日用服饰领域。尽管新中国成立后试图恢复蜀绣生产，但因其不再是日常生活的必需品，故而难掩颓势。改革开放后，随着旅游业、礼品业、收藏业的兴起，蜀绣再次成为抢手的香饽饽。

综上所述，蜀绣使用主体的变化直接决定其功能和形式的变化。蜀绣作为封建统治阶级的朝衣贡品，主要是满足其奢侈享受，审美功能大于实用功能；而市民阶层则希望蜀绣回归实用价值，满足日常之用；现阶段蜀绣被礼品业和收藏业青睐，重返做工精巧、装饰华美的旧途。随着封建统治阶层的土崩瓦解，蜀绣失去稳定的消费群体，导致需求量缩小，利益空间缩水，蜀绣从业人员大面积流失。

（二）从绣场作坊到职业教育——蜀绣传承制度的变迁

蜀绣始于汉代民间，妇女们在城乡深闺中将精心设计的图案绣在嫁妆衣物和馈赠品上，借以寄托对未来美好幸福生活的向往。在西汉时期的成都地区“挥肱织锦，展帛刺绣”（扬雄《蜀都赋》），蜀绣行业渐成产业和规模，朝廷还专门设置锦官来管理，故而成都又称“锦城”。

明清以来，刺绣在四川民间广为盛行，是除农耕以外的最主要副业。在川西坝子，不管城镇还是农家院落里，可谓“闺阁家家架绣棚，妇姑人人习针巧”。其针法技艺在母女、婆媳、姑嫂、妯娌之间相互影响，不少家庭以蜀绣为业代代相传，从而逐渐形成众多小型刺绣作坊。^[11]道光年间（1830

年），经官府批准，一个由铺（店主）、料（领）、师（工人）共同组成的蜀绣业专门行会组织——三皇神会建立起来。这种正式“垂版立行”，建立行规，确定专业分工，维持行业内部各方（如生产、销售等）的利益，表明蜀绣已从家庭小作坊逐渐正式进入市场，形成广为社会所需的规模生产。^[12]至清代光绪年间（1903年），政府提倡振兴实业，在成都成立专门管理蜀绣的生产和销售官方组织——劝工总局，内设刺绣科、设计科，有高级绣工六十余人，优秀的艺人还被授予“五品同知衔”的称谓。

20世纪30年代，仅成都地区就有千余专业刺绣人员，店铺六十余家，但由于行业扩张过程中过分追逐利润，导致产品粗制滥造，加之外来服饰的冲击，新中国建立初期，只剩下专业绣工90余人。50年代中后期，政府组织相关刺绣工人整理、收集蜀绣传统产品，通过建立蜀绣工厂培养专门人才，然而在市场经济时代，传统的口传心授培养方式已经难以满足市场对蜀绣人才的需求，故而造成蜀绣从业人员规模小、产量低，难以向现代产业转型。

为解决传统蜀绣人才培养模式中出现的周期长、规模小且素质良莠不齐的问题，蜀绣大师郝淑萍在2010年创办四川华新现代职业学院，试图以“郝淑萍蜀绣工艺美术大师工作室”为平台，联合企业开发特色课程并改革教学内容，申报开设服装设计专业（蜀绣方向），并于2011年6月揭牌成立四川省内首个专为蜀绣设立的传承研习机构——成都市非物质文化遗产蜀绣技艺传习所。^[13]此举标志着传统蜀绣技艺将同现代职业教育结合，以培养既有传统手工技能又具有现代设计思维的高职高专人才为教学目标，为蜀绣传承输入新鲜血液。

（三）从官府主导到自负盈亏——蜀绣经营方式的变迁

在“衣因绣而尊，便有等级之分”的古代社会，蜀绣的制作、销售常受朝廷控制，官家招纳绣工，提供充裕的原材料和生产场地，并设置专门管理机构（锦官、劝工总局等）主持蜀绣生产事宜，生产出的绣品专供皇室和贵族享用。面对宫廷源源不绝的订单，蜀绣艺人不用操心经营问题，专司改进刺绣工艺和扩大产量，这是明清以前蜀绣生产的主要特征。

明清时期，为满足富裕的地主和市民阶层的需要，蜀绣的从业人员急剧增加。宫廷对蜀绣的需求量相对有限，而市面上对蜀绣的题材和品质要求放低，专门生产衣裙、被面、枕套、帐幔、鞋帽等实用服饰品的蜀绣手工作坊占据着绝大部分的市场份额，反而是曾经为宫廷服务的蜀绣大师，因其做工精巧、售价昂贵，无法为市民阶层享有，市场份额很难扩大。刺绣艺人为扩大产量，占领市场，将大量精力用于日常经营，忽视对技法的钻研和创新，导致蜀绣品种更新缓慢。蜀绣从业者大多是手艺人出身，市场观念和经营知识匮乏，仍旧是“居家刺绣，并租赁临街店铺售卖”的传统经营模式，绣品图案和类型盲目跟风，难以形成强有力的品牌。

综上所述，蜀绣从前朝宫廷贵族追求享乐的奢侈品到当下服务于寻常百姓的日用器物，蜀绣功能完成从“文”（重形式）到“质”（重功能）的转变，封建统治阶层的土崩瓦解导致对“造价昂贵、费时费工”的蜀绣珍品的需求量减少，蜀绣的经营方式从官府主导变成蜀绣艺人自负盈亏，行业利润缩水而风险增大，影响从业人员的生产积极性，令年轻后生望而却步，蜀绣传承人出现断代，进而制约整个行业的持续健康发展。故而，发掘和培育蜀绣稳固的消费群体，解决蜀绣产销之间的矛盾，是当下蜀绣传承和保护的关键。

三、“延续手工艺传统”和“面向市场的生产性传承”两条截然不同的发展路径

蜀绣就其属性来说，具有工艺美术和手工业的双重特性。作为工艺美术，主要追求的是其艺术性和审美价值，侧重于文化方面；作为手工业，则注重投入和产出，侧重于经济方面。随着市场经济深入社会的各个领域，社会阶层结构嬗变下的各阶层生产生活方式发生明显变化，蜀绣的文化生态环境随之改变。富裕阶层尽管有较强的消费能力，却也有着琳琅满目可供选择的绣品，蜀绣只是多种选择之一；平民阶层尽管对蜀绣工艺赞誉有加，却畏惧高昂的价格，这也是蜀绣博得好名声却不见销售量增加的原因。要保留蜀

绣的工艺之美、灵巧之美，则必然保护其原真性；要让蜀绣艺术之美惠及大众，则必然走生产性经营的道路。故而当前探索蜀绣保护与传承路径的关键是在“原真性保护”和“活态传承”之间寻找到平衡点，而“延续手工艺传统”和“面向市场的生产性传承”这两条截然不同的路径无疑是当前较为理想的传承方式，并在目标客户（服务对象）、传承人培养机制和经营方式上有着较大的差异。

（一）“延续手工艺传统”之路

2005年第33届联合国教科文组织大会通过的《保护和促进文化表现形式多样性公约》指出：“文化多样性是人类共同遗产，应当为了全人类的利益对其加以珍爱和维护；认识到需要采取措施保护文化表现形式连同其内容的多样性，特别是当文化表现形式有可能遭到灭绝或受到严重损害时。”^[14]蜀绣是巴蜀文化的瑰宝，其造型、色彩、结构、纹饰是民间艺术话语体系和民族精神气质的物质载体，具有独特的技艺和文化价值，盲目的产业化开发只会使得这朵工艺美术史上的奇葩香消玉殒。蜀绣大师具备高超的技艺，绣品艺术价值高且价格较高，适合于为上流社会和城市新贵定制高端服饰，亦可作为高档礼品单件制作与生产，其服务的对象应该是具有较强消费能力的富裕阶层。正是由于“高端定制服饰”和“礼品”的市场需求量少，故而从业人员数量相对较小，其传承人培养机制可以蜀绣大师工作室（作坊）为依托，依靠传统的师徒口传心授，培养具有较强的年轻刺绣艺人。以技术见长的刺绣艺人往往缺乏相关的营销和组织管理能力，现阶段的重点是建立行业组织，对蜀绣艺人的管理和经营技能进行专门化培训，或由行业组织负责整合和规划蜀绣的多重疏通渠道，解决生产下游绣品销售问题，而蜀绣艺人则专心从事创作活动，实现分工协作，革新经营方式。政府提供保护传统手工艺的法令规章，制定规范与制度，在于因应社会结构与价值观而改变的事实，民艺品或技术成为重要文化资产加以重视，或许可以扭转社会大众应用在实际生活中的观感。如日本在1974年通过《有关传统的工艺品产业振兴条

例》（简称《传产条例》），针对地区手工艺工会的推广、产业共同营销、联合推广及人才培育等加以规范及协助，注重整体规划的效益。^[15]将蜀绣作为巴蜀文化、西南民族精神等文化的表征，赋予传统以现实意义，进而形成品牌效应，扩大蜀绣的生存土壤和利润空间，而科学的规划和引导则是蜀绣走向“活的传统”的关键。

（二）面向市场的生产性传承之路

蜀绣不同于其他“非实用”的非物质文化遗产项目，手工艺特性决定其与生俱来的满足实际生活需要的诉求。只不过为满足不同时代不同阶层的需要，绣品的功能和形式不尽相同而已。蜀绣在历史上是绣娘和农村富余劳动力获取经济收益的一种有效手段，兼具文化性和经济性。因此，我们可以根据蜀绣的经济性特征，借助“以市场为导向”的生产性方式加以传承和保护，从目标定位和新产品开发、革新工艺和经营方式、创新传承人培养机制以及销售渠道等层面，探索“美惠及大众”的生产性传承路径。

1. 目标受众定位与新品种开发

生产性传承首要的考虑因素便是市场，面向市场就必然卷入竞争，尤其是与之比肩的其他三大传统刺绣（苏绣、湘绣、粤绣）带来的挑战。据2008年中国绣品市场国内消费与外贸出口统计比例显示，苏绣占据总量的83%以上，湘绣为12%，剩下的市场份额分别被蜀绣、粤绣、汴绣等瓜分。粤绣与服装等相关艺术紧密结合，潮州人在力求保持传统风韵的前提下，大胆进行技术创新，设计出充满潮绣风韵的传统婚纱、晚礼服，风靡欧美。^[16]而蜀绣从日常生活回归到纯艺术、纯装饰作品，与寻常百姓的日用生活相去甚远，故而市场占有率持续低迷。

随着人们精神生活日益丰富和外来文化的冲击，年轻一代对“几十年一个样，除了熊猫就是鲤鱼”的蜀绣双面绣题材产生“审美疲劳”，而这部分人将是未来蜀绣消费市场的主力军。故而蜀绣的图案、色彩等构成要素应在传统风格的基础上融入现代、时尚、情趣等元素，使生产出的绣品符合现代

人的审美风尚和消费习俗。同时组建由生产性企业、蜀绣艺人、营销专家和技术人士合作的蜀绣新品开发团队，对蜀绣消费现状及趋势展开调研，研究蜀绣与现代生活器物结合的可能性，适时调整品种结构，将蜀绣同高档实用家纺产品、服装设计、室内装饰设计、旅游工艺产品结合，为蜀绣企业提供设计借鉴和样稿。

2. 革新蜀绣工艺技术和经营管理方式

从蜀绣的生产方式进程看，从手工刺绣到缝纫机机绣，再到引进电脑和打稿技术，现代科技手段的应用可以提高画师的上稿效率，降低人工成本，增强蜀绣的市场竞争力。机械化批量生产的绣品看似工整却缺乏个性，往往追求“形似而神非”，大量绣品以次充好、真假难辨。尽管蜀绣机械化生产有很大的弊端，但应该看到蜀绣借助手工艺人、机械化生产工厂形成的高低不同档次的产品体系，能满足不同消费阶层的需要，是现代科技与传统手工艺结合的一次有益的尝试。科技进步带来的产量增加和成本降低是蜀绣生产性传承的必由之路，我们应该积极思考如何去规避机械化生产带来的风险，而不是毅然拒绝尝试现代技术与蜀绣结合。降低风险的主要措施是引进电脑图像识别技术，通过创新绣品数字化质量监测和评价程序，制定行政规范和法令统一行业标准和质量检测标准，让消费者能够轻易区分蜀绣精品和次品，重拾对蜀绣品牌的信心。

蜀绣作坊式独立操作导致经营分散、出产的绣品良莠不齐，某种程度上会损害蜀绣的市场形象，是其走向品牌化的主要障碍。可借助扶持龙头企业和建立行业组织完善蜀绣产业链，规范蜀绣竞争市场，克服传统作坊式生产和管理的局限性。有以下两种策略可供借鉴：① 政府可将蜀绣列为产业发展重点项目，通过政策扶持和税收优惠吸引资本向蜀绣倾斜，整合现有的蜀绣手工作坊，通过设备更新和技术升级，培植蜀绣龙头企业，探索“政府扶持、企业投入、绣工参与”经营模式。企业聘请专业团队对蜀绣的市场前景、行业竞争状况、投资风险与收益等因素进行调研和分析，制订《蜀绣新品开发项目投资计划书》。由企业给绣工发放订单，绣工按照企业要求的质

量标准和题材类别组织生产，绣品由企业负责销售，建立完整的产业链。

② 对不愿意实现企业化生产的家庭手工作坊，则可设置协调内外经济关系和维护行业整体利益的业内组织，行业组织负责制定“蜀绣精品标准”保证蜀绣整体质量，同时为手工作坊提供财务管理、产品推广与代销、专利申请与知识产权保护等有偿服务，并从服务费中提取一定比例建立蜀绣市场风险基金，增强手工作坊抵御市场风险的能力。

3. 建立“蜀绣技艺传习所”与“高职教育”双轨并行的传承人培养机制

人口老龄化是未来中国社会发展的趋势，大量老年人口和家庭主妇赋闲在家，且老龄妇女有着一定的“女红”基础，知识时代的家庭主妇也有着较强的学习和接受能力，引导这两类人学习蜀绣技艺，既可打发闲暇时间，亦可获得额外的收入。早在明清时期的川西坝子，便上演着农家院落“闺阁家家架绣棚，妇姑人人习针巧”的场景。政府可开办蜀绣技艺传习所，邀请蜀绣工艺大师深入社区讲学，教授老龄妇女和家庭主妇如何择地、选样、取材、辨色等技能，绣品可委托蜀绣行业组织代售，亦可自行在网上开店挂售，或定期举办展销会售卖。中、低档次的蜀绣品对从业人员的技术水平要求相对较低，即便没有基础的群体经过系统培训也能胜任，故而使得蜀绣传习所教育具备相当程度的可行性。

以高等职业技术学院为依托，开发订单式教育，企业委托高职院校培养适合蜀绣生产性传承的专业人才。学院以蜀绣产业化发展为出发点，聘请服装设计师和高级纺织技术人员来校任教，并安排教师前往蜀绣生产企业挂职锻炼，同时聘任国家级工艺美术大师担纲实训教学。建立蜀绣实践教学工作室，由形式导师（服装系教师）和工作室导师（蜀绣工艺大师）共同教授学生形式技法和材料工艺等方面的知识，鼓励学生兼修消费心理学、市场营销、品牌管理等辅助学科，打开课程模块屏障，实现理论课程与实训课程相结合，培养既有理论知识又有专业技能的复合型人才。加强院校同“蜀绣工艺美术大师工作室”和企业的联系，积极推行“订单式”培养模式，在为相关产业链输送毕业生的同时，也能解决高职学生就业难问题。2010年由蜀绣大师郝淑萍创办的四