

■劉霞冰的竹編工場門口，每天都會坐着幾位阿姨，竹篾在她們的指尖跳躍翻轉，編織成各式產品。



■竹編貓窩在劉霞冰直播間突然走紅，讓靈山竹編傳統技藝煥發新的生機。



# 竹籃變貓窩

## 古藝煥新生

在堆放着竹編貓窩的倉庫裏，頭頂白熾燈打下的光照在劉霞冰的臉上，只見竹篾在她的指尖上下飛舞，不多時一個竹籃初現雛形。家住廣西欽州靈山縣平南鎮的「90後」女孩劉霞冰，家裏祖祖輩輩都做竹編生意，從她記事開始，家裏見得最多的便是各種竹編產品，然而隨着2008年金融危機之後，海外竹編產品訂單銳減，當地的竹編產業也因無利可圖而逐漸沒落。一個偶然的機會，劉霞冰在網友「建議」下，將傳統的果籃改造成貓窩，竟意外大受歡迎。劉霞冰的竹編貓窩走紅，也讓「靈山竹編」這個瀕臨失傳的廣西非遺技藝煥發新的活力。

記者 曾萍 廣西報道

■劉霞冰為更好了解顧客需求，還養了小貓作為產品「體驗官」。

在劉霞冰不大的工作室裏，一面牆的陳列架上，擺滿了各式各樣的竹編產品。「2016年回家過年，當時看到家裏堆滿的花籃，爸爸對我說以後可能編東西也掙不了多少生活費了。」劉霞冰回憶起第一次想要嘗試「挽救」自家竹編生意的場景。彼時，在南寧上班的劉霞冰腦袋裏蹦出一個想法：在阿里巴巴開一個門店。「當時還沒有辭職，我想着國外訂單不好做，那我就在國內的網站上開店試一下。」抱着「死馬當活馬醫」的心態，春節假期裏，劉霞冰一刻不閒地張羅起網店。

網店剛開不久，就迎來了第一個客人。「第一個客人的訂單量並不大，預定了100多個竹編籃子，不過對當時來說也是一個不小的單子了，真的挺開心的。」劉霞冰接到單子的快樂並沒維持多久，困難便接踵而來。「因為客戶要的竹編籃子工藝和之前的不一樣，師傅也是第一次做，並不熟練，導致產能有點跟不上。」

劉霞冰說，接單後半個月，才交了一半的貨品給客戶。幸運的是顧客能理解，最終第一單生意順利完成，劉霞冰也因此決定留下來，繼承爸爸的竹編事業。

### 轉做貓窩 直播熱銷

創業並未如預想的那麼順利，網店的訂單越來越多，可是隨着市場轉變，不少批發商都紛紛轉行，劉霞冰的網店再次面臨滯銷。「我當時和不同的團隊合作，想提高網店的流量，不過一切都是事倍功半。」劉霞冰開始轉向零售，但是嘗試並不順利，突如其來的疫情更是雪上加霜，產品賣不出去，資金無法周轉，讓劉霞冰一度欠下200萬元人民幣外債。「那時候真的壓力很大，也不敢告訴父母讓他們擔心，就只能不斷做新的嘗試。」於是劉霞冰頂着壓力，將目光轉向剛剛興起的直播行業。

剛開始，劉霞冰的直播間裏，觀看人數都是個位數，即使觀眾不多，她也依然熱情地介紹着「靈山竹編」，從花籃、竹筐到水果籃、編織包……在直播間之外，劉霞冰也堅持更新自己創作的短視頻，到現在回憶起來，劉霞冰仍舊無法追溯是哪位網友的「靈光乍現」，讓她迎來了事業的「第二春」。「一名網友在我拍的短視頻裏評論說，我展示的水果籃十分適合做貓窩，這條評論突然就火了。」劉霞冰的直播間裏湧入上千名粉絲，紛紛詢問：「貓窩在哪裏？」「哪個是貓窩？」「能不能做貓窩？」形形色色的問題都和「貓窩」有關。

劉霞冰一邊應允着網友，一邊將網友的意見收集，和父親共同設計竹編貓窩。「我記得第二天直播時，特別熱鬧，並未成形的貓窩一晚上就銷售出了200多個。」一連幾天，劉霞冰直播間的粉絲數量猛增，貓窩的銷量一下子達到了幾千件，月銷售額最高時達50萬件。竹編貓窩的突然走紅，讓劉霞冰重燃了希望。

### 研創新品 創意無限

竹編貓窩的走紅，讓劉霞冰從中獲得了啟發，在繼續保持自己線下的傳統竹器批發之外，她將靈山竹編這個老手藝融入到了現代創意中。以貓窩為中心，圍繞着寵物用品的新創意，開始接連「出爐」。在粉絲們建議下，劉霞冰的抖音上有了各種各樣的「窩」：狗窩、倉鼠窩、兔子窩，甚至「人窩」。劉霞冰坦言自己並不擅長創意設計，於是她一邊學習，一邊吸取網友建議，最後匯集起來變成設計概念。在網友提議下，她先後製作出雙層貓包、竹編貓包、貓搖籃等，甚至用傳統「竹夫人」（即一種圓柱形的竹製品）的思路，設計出供貓咪玩耍的「貓隧道」。

這些產品從創意變實物，離不開父親劉家盛的「技術支持」。一件新產品的研發，往往是劉霞冰提供創意思路，劉家盛與篾匠師傅們共同商討，千方百計地將實物「變」出來。劉霞冰笑着說，「我們沒有什麼專業的設計、創意團隊，我的爸爸和鄉親們就是我背後最強大的『研發團隊』。」而除了寵物產品之外，劉霞冰還推出了茶壺、香爐、凳子、收納筐等系列創新產品，不斷在傳統編織技藝中融入新的創意，讓其竹編產品更精細、實用、環保的同時，亦更加符合現代人的追求。



■竹編貓窩由竹編水果籃改造設計而成。