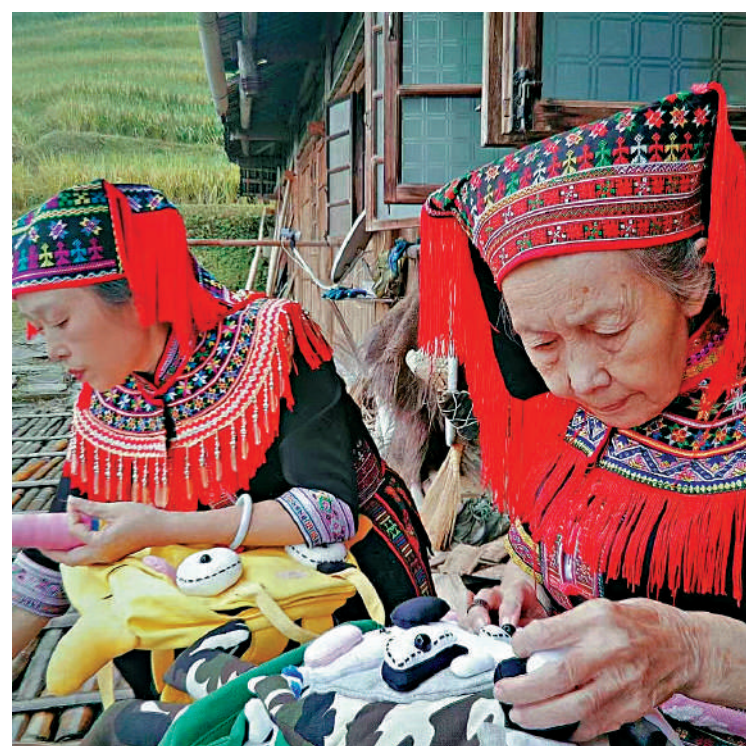


# 廣西壯家女引領國潮 一針一線縫出新天地 民族繡品也時尚 醒獅頭盔萬人迷

## 工藝傳承



▲「芽小七手創」創始人劉思蔚(左)帶著繡娘一起參加「阿里巴巴造物節2022」。



▲劉思蔚的母親(左)和外婆(右)都是她的好幫手。

受訪者供圖

古老的醒獅文化、精美的手工刺繡與朋克(Punk、龐克、搖滾)的機車頭盔碰撞出怎樣的火花? 80後的壯族姑娘劉思蔚給出了自己的答案。在「阿里巴巴造物節2022」上,為了試戴她設計手繡的醒獅頭盔,「潮人」們心甘情願地在現場排起了長隊。畢業於美術學院的劉思蔚,將廣西桂林當地的手繡工藝與醒獅、虎頭等民族元素相融合,設計成T恤、帽子、雙肩包等富有民族文化和青春氣息的新潮單品。而在她的帶動下,當地20多位心靈手巧的鄉村繡娘也實現了再就業,用一針一線縫出自己的美好未來,成為了國潮文化的創作者。

大公報記者 俞畫

從廣西桂林開車一個半小時到龍勝鎮,再翻越幾座70度的斜坡,到達一座偏遠的寨子——這裏就是淘寶店舖「芽小七手創」創始人劉思蔚出生的洪門寨。母親是當地有名的裁縫,各類衣服布料就是小劉思蔚最好的「玩具」。她常把母親用剩的邊角料搜集起來,給自己縫布娃娃、小掛件,這樣的習慣一直保持到她考上美術學院。 「上課時老師教着西方藝術史,下課後我把作品遞上去一看,老師說怎麼看都帶着民族風。」成長於百年壯寨洪門寨,劉思蔚耳濡目染少數民族的風土人情,「特別是一到節日,每家每戶都穿着民族服飾盛裝出行,那種色彩的碰撞給我留下了極為深刻的印象。」

### 手繡產品 風靡海外

大學畢業後,劉思蔚與丈夫回到龍勝鎮開服裝店,「衣服進貨不能退,我就動手將一些不好賣的款式改造成民族風格的小公仔。」沒想到

不少客人一進門就看中了公仔,後來甚至得排半個月隊預定。劉思蔚心一橫,關了線下店舖,在淘寶上賣起手工繡品,「玩票」玩成了生意。

「如何結合民族文化與現代審美,讓更多的年輕人接受,一直是我思考的問題。」通過反覆打磨,劉思蔚把虎頭、醒獅等民族元素融合刺繡、布貼畫等傳統工藝,做成衛衣、長T、棒球帽,又請來潮男潮女穿搭拍攝。「民族繡品也可以很時尚!」

店舖訂單越接越多,劉思蔚開始在寨裏、鎮裏派起了傳單,招募有空閒的婦女們來兼職做繡娘。龍勝鎮聚居苗、瑤、侗、壯、漢等五個民族,當地許多婦女都有着一手繡繡的本領。「繡娘拿的是計件工資,按照手工繡品的難易程度,每件的收入在幾十元人民幣至幾百元不等。」

「這是目前賣得最火的藍色醒獅棒球帽,之前演員吳京給老婆謝楠買了一頂。」劉思蔚告訴記者,像這樣一款純

手工縫製的棒球帽售價為288元(人民幣,下同),「熟練的繡娘一天能做2-3頂,卻依然跟不上買家們的手速。」

如今,「芽小七手創」已橫向開拓出帽子、抱枕、T恤、背包等布藝相關品類,2021年銷售額超過700萬元,不少訂單發往歐美、日韓、東盟。劉思蔚說,自己經常收到深夜發來的海外買家秀,「有人還會為了帽子或包包配一整套的民族服飾,說穿在身上很自豪。」

### 創造工作機會 帶領村民致富

走進位於龍勝鎮的「芽小七手創」繡房,身着民族服飾的繡娘們挑動針線埋頭苦幹,縫累了就跳起民族歌舞「活動筋骨」。57歲的胡鳳蓮坐在距離走廊最近的獨立工位上,一邊忙着給公仔釘暗扣,一邊跟着姐妹們的曲調哼唱。雙腿不便的胡鳳蓮2021年經當地殘聯介紹來到繡房學習,「在這裏大家都很尊重我,心裏暢快,做出來的東西才好看,

消費者才喜歡。」胡鳳蓮感慨道,活了五十幾年,第一次嘗到了自食其力的甜頭,腰板子也更硬了。

「目前繡房共有241位鄉村繡娘,她們當中有殘障人士、有二胎後想回歸社會的寶媽,也有六七十歲的留守老人。」劉思蔚告訴記者,繡房的工作時間比較靈活,鎮裏幾位陪讀媽媽都成了繡娘,她們每月能有四五千元的額外收入。



▲劉思蔚設計手繡產品的工作台。 受訪者供圖

▼「重拾營造」推出的中國古代建築積木。 大公報記者 俞畫

## 榫卯古建積木 非遺「玩」起來

### 嚴絲合縫

提及近兩年火熱的文化IP,「故宮文創」必佔重要的一席之地。在淘寶店舖「重拾營造」創始人涂燚眼裏,故宮文創是一個標桿,「當年我也是看到故宮文創那麼受年輕人的歡迎,才覺得這條賽道可以一試。」

涂燚曾是一名資深的建築設計師,2013年,他看到一座國家二級保護的古建築被損壞,開始萌生了保護及科普古建

築的念頭。

橫為椽、豎為樑、一榫一卯相互咬接,不用一根釘子一片鐵,一座房屋就能拔地而起,使用成百上千年也不會倒塌——這是獨屬於中國古建築的榫卯結構,也是國家級的非物質文化遺產。涂燚覺得,由「建」而起,將古建築進行微小營造,以積木的形式讓傳統構件在大眾手中可以「玩」起來似乎是一條可行的路。

多番市場考察下,2017年涂燚成立

了「重拾營造」,將「榫卯古建積木」作為自己的創業核心。品牌推出了不少中國古建築益智模型,正是希望玩家在拼裝的過程中,能夠感受「卯榫相合」的樂趣。

「我們的產品研發開始成體系了,但是在傳播這方面,我自己沒有幹過,也是在摸索學習中。」涂燚覺得,故宮IP走出了屬於自己的年輕化道路,與年輕人「頻率共振」,這也正是他希望自己的品牌能夠到達的遠方。 大公報記者 俞畫

## 花錢買「監督」 告別拖延症

### 奇思妙想

已經連續舉辦七年的阿里巴巴造物節,被業內譽為「年輕人創新創業第一平台」,曾在造物節走紅的漢服、JK和Lolita,都逐漸從小眾文化走向了大眾視野。

淘寶店舖「作死雜貨舖」的創始人朱河存是個00後,面對身邊飽受拖延症折磨的朋友們,他突發奇想,以每次五元的價格賣起了「監督服務」。監督的事情,大到早睡早起、健身減肥、畫畫練琴、寫論文、考教資雅思、上班工作,小到抹護膚品,敷面膜。有位作家每寫完500字,就請監督員給她發一條道賀信息,鼓勵自己寫下去,如今已經出了兩本自己的書。

疫情爆發以來,「作死雜貨舖」的訂單量暴漲,來自世界各地的年輕人紛紛報名成為店員,在中國、美國、德國、日本、泰國等地的角角落落,天天追着客戶們「天道酬勤」。「目前我的團隊由86位監督員組成,平均年齡22歲,大家在監督別人的同時,改變了自己的生活作息,變得更加積極和有規律了。」朱河存告訴記者,截至目前,他已接了四萬多單,月收入早已破萬。

「我們希望每年一度的造物節,能給大家帶來無奇不有的酷炫,還希望把造物節辦成一個創業者彼此分享、相互學習、共同成長的平台。」阿里巴巴國內數字商業板塊總裁戴珊在24日舉辦的創新創業大會上表示。 大公報記者 俞畫

## 故宮啟「太和學者計劃」 促文化雙向互動

### 訪學交流

故宮博物院29日正式啟動太和學者計劃,面向國(境)外招收訪問學者,同時選派故宮博物院學者赴國(境)外訪學。據悉,太和學者計劃是故宮博物院繼英才計劃、開放課題之後,推出又一重大項目。

據介紹,太和計劃分為學術來訪和學術出訪兩部分。學術來訪計劃支持和資助國(境)外從事相關研究的資深研究人員和青

年研究人員到故宮博物院開展學術研究和學術交流,期限為3-6個月。2023年度故宮博物院擬面向國(境)外招收太和學者1-5名,故宮博物院將為招收的太和學者提供基本生活保障和學術研究的條件。學術出訪計劃支持和資助故宮博物院資深研究人員和青年研究人員赴國(境)外開展學術研究和學術交流,期限為3-12個月,2023年度故宮博物院將選派1-5名太和學者赴國(境)外開展學術訪問和交流。

故宮博物院院長王旭東表示,太和學者計劃是故宮博物院秉持創新、開放、共享的理念,創新科研機制和人才培養機制,推出的一項國際學術交流項目和人才培養項目,通過「引進來」和「走出去」的雙向互動,搭建了一個平等對話、交流互鑒、相互啟迪的學術平台,不僅有助於推動中華文化走出去,擴大中華文化的國際影響力,還有助於增進不同文化之間的相互理解,促進民心相通。 大公報記者 江鑫嫻

## 民族文化入國潮

## 非遺傳承造時興

