

DOI: 10.13669/j.cnki.33-1276/z.2021.072

从“红唇”符号看彩石镶嵌的现代性与市场性

周晴嫣

(温州大学, 浙江 温州 325035)

[摘要] 彩石镶嵌作为国家非物质文化遗产有着巨大的发展空间和文化价值。以现代彩石镶嵌作品《唇》为例,解码其中“红唇”符号的现代性与市场性,为彩石镶嵌技艺与其他传统民间手工艺带来启示:非遗应充分运用现代符号积极与大众生活对接,在传承文脉的基础上赋予民间工艺新的文化内涵使其更具创新性、人文性、独特性,从而融入现代市场,在创造经济价值中实现更好的传承。

[关键词] 彩石镶嵌;现代符号;市场分析;非遗传承

[中图分类号] G122 [文献标识码] A [文章编号] 1671-4326(2021)04-0088-05

On the Modernity and Marketability of Colored Stone Mosaic from the Symbol of “Red Lip”

Zhou Qingyan

(Wenzhou University, Wenzhou, Zhejiang, 325035)

Abstract: As a national intangible cultural heritage, colored stone mosaic has great development space and cultural value. Taking the modern colorful stone mosaic “Lip” as an example, the paper has explained the modernity and marketability of the symbol of “Red Lip”, providing enlightenment to the colorful stone mosaic skills and other traditional folk crafts. Intangible cultural heritages should make full use of modern symbols for actively connect with public life. Based on the inheritance of culture, folk crafts should be endowed with new cultural connotations to make themselves more innovative, humanistic and unique, so that they can be integrated into the modern market and be better inherited in generating economic value.

Key words: colored stone mosaic; modern symbol; market analysis; inheritance of intangible cultural heritage

彩石镶嵌始于明朝,是温州著名的民间传统技艺。从挑选天然的石色开始,再根据题材内容和色彩要求,依据石片的大小巧妙安排,块面经过光、影、明、暗处理,随类赋彩,配石成图,镶嵌成品。2008年,彩石镶嵌被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。作为将石雕与木雕相结合的中国传统工艺美术类型,彩石镶嵌因石料生命周期的长久性、色彩性、天然性、制作复杂性而有别于传统的绘画与雕塑等艺术形式。彩石镶嵌又具有现代性和市场性,有着巨大的发展空间和文化价值。

一、彩石镶嵌的文化内涵与价值

彩石镶嵌的工艺源头可以追溯到四五千年前的新石器时代,在该时期温州就已出现将玉珏镶嵌在柄形器上的手工技艺,反映了东瓯人民原始、朴实的审美趣味。到了两宋时期,温州的漆器镶嵌技艺在规模和技术上都已十分成熟与突出,其石与木结合的艺术形式以及繁复奇巧的镶嵌技术都为彩石镶嵌的工艺表现提供了前沿和经验。彩石镶嵌真正成形于明清时期,到民国中期逐步形成了以生产挂屏、挂件

[收稿日期] 2021-10-27

[基金项目] 温州市“瓯系列”文化资源整理研究及文化标识建设项目

[作者简介] 周晴嫣(1997—),女,浙江嘉兴人,硕士研究生,主要从事文化创意学研究。

为主的城关流派和以镶嵌床板、橱面、箱面为主的嵇滩流派^[1]。历史上，东瓯民风习俗的核心是辟邪、纳福和求吉，这也成了各种民间传统工艺的基调和内涵。彩石镶嵌也不例外，其在题材选择上以经典内容为主，包括经典名著、神佛故事以及祥瑞灵物三类。工艺人通过对人物的面部表情、动作手势、服饰佩戴等细节的气韵刻画来展现东瓯的民俗风情——对传统文化的喜爱、对神佛护佑众生的祈求以及对吉祥圆满的渴望。

由于非物质文化遗产存活于人们的日常生活、习俗和精神情感中，因此与古建筑、典籍等物质态文化遗产相比，其表现出一种更内在、稳定和隐形的精神传统^[2]。彩石镶嵌的发展时间跨度长、内容题材广泛，包括东瓯人民从古至今生产生活的各个方面。因此，彩石镶嵌可以作为了解、认识地域文化的一个维度，其蕴含着民族文化最精髓的根源。与此同时，其作为装饰空间、美化居所的生活品类，除了文化价值外也极具实用价值与审美价值。

曾经辉煌的彩石镶嵌技艺如今却与其他濒临消亡的传统民间技艺一样，在市场的冲击下不可避免地走下坡路，曾活跃在彩石镶嵌鼎盛时期的代表人物，现在成了彩石镶嵌日渐衰退的见证者。由于原材料上涨、手工雕刻周期长、工艺基础设备老套，再加上自身发展过程中故步自封、缺少创新，无法契合现代大众的审美需求，彩石镶嵌在当前社会尚未获得足够的社会认同。而其高投入、低产出的生产模式带来的不安感使得彩石镶嵌的传承人逐渐丧失了继续传承的信念，许多传承人纷纷选择了转行，彩石镶嵌市场只能日渐低迷。而国家级非物质文化遗产项目彩石镶嵌的代表性传承人缪成金老师始终坚持着这门手艺，其儿子缪一川则在传统的基础上做到了创新，突破了大众对彩石镶嵌的刻板印象，将镶嵌的传统工艺与现代审美相结合，增加了产品的现代性与市场性，实现了“创”与“意”的结合。本文以缪一川老师的现代作品《唇》（如图1所示）为例，解码其中的“红唇”符号，以期对彩石镶嵌工艺与其他传统民间手艺带来思考。

二、《唇》作品解读

《唇》顾名思义以“唇”作为重点，画面中“红唇”符号所带来的视觉冲击确定其人物的女性特征，其他部分都以模糊手段之处理只勾勒出面部线条与鼻尖从而更具遐想空间。从审美角度来看，《唇》的成功之处在于找到了一个最重要的表现点能够让天



图1 缪一川作品《唇》

然石料发挥其无可替代的作用。如果从女性的面部特征入手，“嘴唇”是体现彩石镶嵌技艺的最佳表现形式，因为该作品并不是以精致细微的刻画取胜，而是以靓丽吸睛的大面积玉石颜色和质感出彩。其将石料的天然性与女性形象进行深度融合，更具现代性和创新性，同时也传达了传统彩石镶嵌作品的理念——气韵生动。这是一种力量和谐和节奏，是一种赏心悦目的风韵。^[3]从工艺角度来看，《唇》中的彩石镶嵌虽然集中于唇部，但其采用了多种“红”来表现唇部特征，在色彩的搭配以及工艺的细致程度上延续了传统彩石镶嵌的技法。而与大多数彩石镶嵌的色彩华贵、大面积浮雕不同，《唇》以一种简约的工艺给人以别样美的享受，是一种艺术上的兼容与创新。其亦改传统石与木结合的形式，将彩石与特质水泥板进行结合，更具现代感和未来感，使得彩石镶嵌突破了原先以古典家具为依托的镶嵌家具市场，迈向了更广阔的现代家具市场以及现代装饰领域。

三、“红唇符号”

1.“红唇符号”的现代性

“镶嵌的红唇”作为一种现代设计的视觉传达比起以绘画为代表的艺术符号表现有着更为复杂的构成。它的文本包括了视觉图像（图形与色彩）、语言结构，甚至更进一步的“语言——言语”、“调性”，还有被延展的“声音”和“行为”^[4]。长期以来，传统的彩石镶嵌使用精准对应的符号系统、语义系统，两者长期以来形成了固有的逻辑认知^[5]。而“红唇符号”比起彩石镶嵌中的“传统符号”更多的是手艺人自我的表达和审美的语言，其摆脱了固有的工艺和表达形式的限制，赋予了彩石镶嵌更多现代以及精神层面的意义，从而传递更为丰富的语义信息来获得现代受众的认同，这是发送者和接收者关于“意义”共性的那部分。基于此，笔者主要对“红唇符号”

进行共性意义的解码,从图像、色彩、语义和风格化的表现形式(调性)来进行多方面的阐释。

(1)图像:“唇”的性感与阴柔。作品《唇》中丰满的嘴唇在张合的动态美感之中塑造出一个看起来更具吸引力的、更有遐想空间的性感女性形象。丰满的嘴唇大多给大众带来性感、外放、成熟的视觉体验,而这种以“盈”为美的审美最开始都来自西方国家。李当岐在《西洋服装史》中指出,“性感,就是性别特征突出,可以让人的感官得到愉悦,并给人以心理快感,继而升华到美感的一种表现手法”^[6]。在西方的人本主义文化氛围中,美丽性感的生活方式是值得被推崇的,女性形象应该具有外在的性感美。而在中国审美文化中,对于形象的表达强调更多的是情感性的优美(阴柔)^[7]。独具东方女性特征的“唇”符号,主要以圆润淡雅、玲珑小巧作为主流审美。中国唐代盛行的“点唇”之法与当今流行的“咬唇妆”有异曲同工之妙,都在于打造“樱桃小嘴”,整体上呈现出少女的甜美感。这是传统与现代的双重变奏。一方面,这种以“缺”为美的审美文化通过小嘴唇的无攻击性来表现传统女性的“阴柔美”,展现中国女性温柔与内敛的独特魅力;另一方面,现代女性的自信独立又丰富了女性美的表达。女性不必再迎合男性视角来决定自己的唇形,取悦自身才是现代女性的主要诉求。

(2)色彩:红色的解读。从视觉效果来看,首先,视觉冲击是“红唇”符号的主要表象形式。色彩作为一种隐性语言是增加艺术感染力的重要部分,红色的识别性特征能够使信息的传递力度增加,使得作品更具表现力。其次,红色能够提高个体的吸引能力。具体表现为评价者(主体)主观上认为带有红色刺激的个体(客体)更性感,与此相关的行为也会改变。^[8]而在日常生活中,红色与性感的联系在多数的文化背景下都能体现。例如红玫瑰的爱情象征、彩妆中的口红等。因此丰满嘴唇有了红色的加持则更性感魅惑,也更具有吸引力。从情感方面来看,首先红色是一种特殊的颜色,它是中国传统文化的基准色和精神要素,寓意着鸿运当头。因此也有一种亲切的称呼为“中国红”,象征着国人对红色的追求和喜爱。许多人会在家门口或者办公处放上红色玉石来辟邪,而“红唇”符号所用的玉石材料与其“红”的寓意也给该符号注入了独特的中国文化内涵。其次,红色更贴合女性形象,与女性相关的词语很多与“红”字相关,如红妆、红颜、红娘等。红可以提升女性的气色,

增加其面部的血色感,腮红和口红的运用就是现代女性提升自我气色与彰显自我个性的手段。

(3)语义:口红承载的文化性。“红唇”符号展现了现代女性对口红的一种极致追求。口红虽然是一种化妆品,但同时也是承载文化意义的一种符号。美国社会学家杰克·波顿在《口红文化的魅力》中指出:“口红几乎是与女人同步发展的,它受到民族习惯、宗教信仰、社会风格的层层影响,它本身也就体现了这些文化习俗,成为一种独特的文化载体。”^[9]最初的口红范畴在于其实用性与审美性,然而随着口红广告的大范围普及以及大众价值观的改变,口红由原来的装饰美化作用变成人身体的一部分,与女性的关系更加密切。而女性对口红的疯狂迷恋在经济领域中也所体现,产生了“口红效应”——在经济低迷时期,口红销量不减反增。女性会根据不同情境选择口红,来实现自我身份的重建,从而尝试不同的生活方式。当女性的擦口红行为成为必需,成为身体维护的一部分,口红符号就代表了年轻、迷人、美貌、自信的意识形态,给现代女性带来快感。

(4)调性:简约审美的显现。在艺术发展的历程中,视觉艺术形式一直存在着简约与繁琐相互叠变的过程。而无论是德国包豪斯学派提出的“形式追随功能”、北欧的简朴设计还是日本的禅意设计美学都体现出现代社会以“极简”作为主流格调。《唇》这幅作品以极简主义的主张去除了一切不必要的修饰和色彩,将女性除去嘴唇的其他五官特征全部以模糊和朦胧的手法进行处理,突出红唇符号在视觉表现上的冲击力。“红唇”符号的简洁性将它未说完的价值留了出来,通过画面的重点“红唇”,每个观赏者都会创造出不同的美学感受,并填补出心中的女性形象。它贩卖的是一种心灵自由,以简约的形式力量实现人与物之间的感性和解,从而使艺术品达到以简胜繁、以少胜多的预期效果。此外,“红唇”符号因其简明爽朗的视觉特征更容易被大众记住。该符号的简洁易懂可以使不同年龄层面或具有不同文化水平和使用不同语言的人都容易接受。“红唇”作为一种高度概括的符号元素,彰显出其“隐”的魅力,它并非以“倾倒式”的手法向大众传递视觉元素,而是在“收和放”之间找到了平衡点,给观赏者带来视觉的一种放松。

2“红唇符号”的市场性

彩石镶嵌因其石料和木材的昂贵再加上手工雕刻技艺复杂以及制作周期较长而得不到市场的青睐。

早期的彩石镶嵌大多服务于佛教信仰，以雕刻群像为主，规模较宏大，均属于高端线路范畴，市场有限。而《唇》中的“红唇”符号以一种现代性的元素将彩石镶嵌这一项传统工艺与当今市场进行巧妙对接，开辟出彩石镶嵌传承的新路径。

(1) 原材料分析。“红唇”符号中的红色元素主要对应石料中的红碧玉、老挝石、寿山石等。红碧玉的特殊性在于其能够呈现出百态红——紫红、枣红、浅红、棕红等，从而满足“红唇”符号颜色的多样性。此外其稳定性较高，再加上紧密、细腻和抛光性，也进入了现代女性首饰市场。老挝石产量大，精品多，振裂少，易于打造面积较大、完整度较高的“红唇”符号。寿山石所在处多为山涧水洞，潮气浸润，能更好诠释温润凝结，从而打造触感和观感极佳、具有收藏价值的“红唇”符号。比起规模宏大，以大量玉石作为基础的高端线作品，“红唇”等一系列现代简约符号的打造，大大降低了原材料成本、人工成本从而与大众消费对接。此外，打造“红唇”符号的玉石价值从几千元到上万元不等，可以满足大众不同消费层面的需求。

(2) 市场定位。市场定位，是指企业对目标消费者或目标消费市场的选择，^[10]简而言之就是卖给谁。首先，“红唇”符号通过一种文化消费的方式主要服务于个性化消费人群。从美学设计角度看，产品制造者往往在同类产品中对工艺、功能、质感、色彩等其中一方面或多方面表现出其特殊性，才能形成差异化竞争，从而提高自身的核心竞争力。“红唇”符号的特殊性就在于其中的工艺是具有传统性质的，而该符号又是一种现代化的表达，两者的结合即是时尚的文化符号更加艺术化、人文化。随着经济社会的快速发展，民众对物品的需求更多的是一种对文化的追求，大众越发关注产品的寓意和内涵，形成了一种文化消费风尚。“红唇”符号的镶嵌技术所具有的文化内涵相较于其他同类产品具有更高的价值，而“红唇”符号所具有的现代性语义内涵也深得大众的共鸣。其次，从个性化消费人群进行市场细分，将彩石镶嵌市场主要定位于女性群体和小资消费人群。男女的性别差异使其长期培养起来的消费文化具有不同的特征，因此对于大部分男性来说，“红唇”符号并没有多大的感触，但其所具有的内涵与现代性却可以使得女性产生一系列的“红唇”符号消费行为，如首饰品、化妆品、收纳物等。此外，当代女性在追求事物美和个性化的同时也具有一定的趋同性，

容易受到其交友圈的影响。在女性群体中她们会互相推荐当前流行、自身体验过的产品，彼此模仿消费行为。这就意味着只要“红唇”符号进入女性群体中的其中一位，就会引起消费趋同现象。更多的女性会对该符号买单，在增强群体之间的归属感与认同感的同时，自身的个性化也能维持。对于小资群体而言，类似于“红唇”的简约符号的作品与运用多种符号的庞大作品享有共同的彩石镶嵌的符号价值，而简约符号性价比更高。而这样简约又不简单的符号消费则成了当代小资人群的一种新奢侈消费——虽然昂贵却负担得起，还能满足构建自我身份的消费需求。对于小资人群来说“红唇”符号中的高价玉石成了一种非炫耀性奢侈产品——不公开展示财富及社会地位的奢侈品消费行为^[11]。“红唇”符号中寿山石石料的运用与精致低调的镶嵌刻画不被大多数观察者所识别，满足了新奢侈小资一族的消费心理：通过识别度较低的非炫耀性奢侈产品来彰显自身品味与地位，加强较高消费阶级的壁垒从而避免低消费阶级的效仿。

(3) 产品定位。产品定位是指企业对应什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的需求，简而言之就是卖什么。根据目标消费人群女性群体和小资群体，可以将彩石镶嵌产品定位于礼品市场和室内软装市场。随着礼品市场的发展，赠送礼品也成了在纪念意义的日子中提升仪式感的重要环节。礼品市场发展至今也出现了许多问题，诸如技术含量低、同类产品多等，而市面上的大部分礼品都属于流水线产品，缺少独特性。“红唇”符号的市场性体现在每个女性都具有独一无二的嘴唇，可以进行“红唇”的定制服务，通过3D技术打印出每个女性的唇形，再进行镶嵌、雕刻打造代表个人的情感符号。将定制的“红唇”符号融入上述所说的装饰画、和木制工艺品之外，还可以打造女性的项链、头饰等首饰。除此之外，大部分礼品都注重功能性的表达而忽略了材料质感的表达，使材料成为形式感的附属品。而专属定制“红唇”符号是“情”与“形”的结合。玉石材料代表着一种极致质触感的独特体验，在触碰代表自我身份的“红唇”符号之时激发出收礼者的共鸣，营造一种在触摸自身嘴唇的体验感，让玉石成为情感传递的介质与窗口，拉近“人”与“物”之间的距离。软装设计是居住者用来传达精神世界的载体。如今人们对于居住环境更注重一种心灵与环境契合的体验感。在过去，大部分家庭对于装饰艺术的选择往往局限于山水花鸟等传统元素，但是随着时

代的变迁,更多的人偏爱于简洁明晰、具有现代感和时尚感的装饰艺术。“红唇”符号在面对简约风格软装格局时,其明度和饱和度可以为整体较为简洁的室内底色进行点缀,从而减少整体空间的沉闷度。而在面对传统风格软装格局时,“红唇”符号还可以运用在木制家具上,例如与其形象较为贴合的木制口红柜,实现“红唇”与“口红”的对接,让传统木制家具更具现代性。“红唇”符号的出现意味着具有时代意义的彩石镶嵌不仅能服务于传统软装,更能服务于现代软装。而在设计独具风格的形式背后,“红唇”符号仍有丰富的内涵与人性化因素,创造了这个

时代富有特色的环境空间。

彩石镶嵌作为国家级非物质文化遗产,有着巨大的发展空间和文化价值。在传承精湛工艺的同时,必须转变思维方式,适应社会需要以及现代人的审美趣味,重新找到市场定位与文化定位,走出当前传承困境。《唇》中的“红唇”符号在传承文脉的基础上又赋予彩石镶嵌新的文化内涵,使其更具新颖性、人文性和现代性,更贴合大众消费习惯,从而进一步融入软装市场、礼品市场等创造经济价值,实现更好的传承。

[参考文献]

- [1] 陶忠胜.国家级非物质文化遗产仙居彩石镶嵌工艺的传承与创新[J].艺术百家,2013(3):227-228,244.
- [2] 沈思展,孟召宜,张雅琴,等.文化经济视域下徐州非遗价值取向及其传承创新[J].江苏师范大学学报(自然科学版),2020(2):28-32.
- [3] 胡春生.彩石镶嵌[M].浙江摄影出版社,2014:28-29.
- [4] 陈彦青.作为设计方法的视觉符号学及其表现[J].新美术,2016(11):29-34.
- [5] 马小非.现代陶瓷艺术审美中的“化妆土”语言[J].佛山陶瓷,2021(9):57-60.
- [6] 李当岐.西洋服装史[M].北京:高等教育出版社,2005:26-27.
- [7] 李泽厚.美学三书[M].合肥:安徽文艺出版社,1990:58.
- [8] 张腾霄,韩布新.红色更性感:影响因素与进化基础[J].心理科学进展,2017(6):1069-1076.
- [9] 林格.唇之艳:口红文化及适用性指南[M].北京:金城出版社,2000:63.
- [10] 菲利普·科特勒.市场营销原理[M].郭国庆,译.北京:清华大学出版社,2007:176-186.
- [11] 单娟,王宇.非炫耀性奢侈品消费前沿梳理与未来展望[J].上海管理科学,2020(5):16-20.

[责任编辑:陈 凯]

(上接第53页)教师,积极提升自己的学历、职称、教学能力、技术研发水平等,不断提高自身在“双师型”专业团队中的贡献率。

总之,培育“双师型”专业团队,不只强调教师个人是否为“双师型”,而是以校企混编团队的力量,扎实推进专业高层次技术技能人才培养。提升专业与企业共同研发项目、开展技术服务的能力,争取得到

政府、学校的政策支持及相关企业的全力配合,以建成能培养适应社会主义现代化建设所需的职教人才的高水平专业为最终目标。校内培育的“双师型”专业团队,要提升“1+1>2”的团队合作效能,聚焦专业建设、技术研发,凝炼人才培养模式、课程改革、项目开发运行等各方面的成果,积极参加校级以上的各类教学团队评比,不断提高专业及学校的社会影响力。

[参考文献]

- [1] 刘楠.我国“双师型”教师培养的诠释:文献综述与研究展望[J].教育观察,2020(34):36-38.
- [2] 王晓萍,刘志峰.高职院校双师教学团队建设研究[J].教育与职业,2015(14):17-20.
- [3] 时劫.职业教育“双师型”教师队伍探析[J].广西教育学院学报,2018(3):198-201.
- [4] 刘芳,张彦文,徐亮,等.高职中药学“双师型”教师核心能力评价体系——基于R聚类-变异系数的分析[J].温州职业技术学院学报,2020(3):26-29,39.
- [5] 楼世洲,岑建.产教融合视角下高职院校“双师型”教师团队建设的创新机制[J].职业技术教育,2020(3):7-11.
- [6] 卢亚莲.教师个性化培养视野中的“双师型”教学团队建设研究[J].职教论坛,2012(22):65-68.
- [7] 宗诚,聂伟.试论我国本科层次职业教育发展的理路[J].高等工程教育研究,2020(4):137-141.

[责任编辑:陈 凯]