

苏州大学  
SOOCHOW UNIVERSITY

# 硕士专业学位论文



论文题目 论服装手工艺在当代的传承

研究生姓名 周 鹤

指导教师姓名 李 正

专业名称 艺术设计

研究方向 服装设计

论文提交日期 2015年3月

## 苏州大学学位论文独创性声明

本人郑重声明：所提交的学位论文是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果，也不含为获得苏州大学或其它教育机构的学位证书而使用过的材料。对本文的研究作出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人承担本声明的法律责任。

论文作者签名： 周宇 日期： 2015.3.9

## 苏州大学学位论文使用授权声明

本人完全了解苏州大学关于收集、保存和使用学位论文的规定，即：学位论文著作权归属苏州大学。本学位论文电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。苏州大学有权向国家图书馆、中国社科院文献信息情报中心、中国科学技术信息研究所（含万方数据电子出版社）、中国学术期刊（光盘版）电子杂志社送交本学位论文的复印件和电子文档，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存和汇编学位论文，可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索。

涉密论文

本学位论文属 \_\_\_\_\_ 在 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月解密后适用本规定。

非涉密论文

论文作者签名： 周中宇 日期： 2015.3.9

导师签名： 王 日期： 2015.3.09

# 论服装手工艺在当代的传承

## 中文摘要

非物质文化遗产的保护已经进行多年，本文针对当代商业浪潮之下的服装手工艺品牌“龙凤旗袍”、“东北虎”、“上下”进行分析，提出手工艺在当代的价值及保护与延续的问题。强调手工艺的文化价值是手工艺保存中最重要的一环，也是中国传统手工艺走向国际的关键所在。

通过对国内外社会企业“无用”、Shokay、CHIMMUWA、Norlha 的创立过程及运营模式的分析，为经济不发达地区手工艺保存找到实践办法，并对社会企业传达的惜物生活方式、绿色消费、可持续的商业模式等概念进行肯定。本文提倡博物馆应该增加手工艺为主题的展览比例、并在条件许可的前提下尽量多典藏手工艺者优秀的手工艺品，使博物馆的艺文展览成为保护手工艺的助力。手工艺的传承依赖文化、经济、社会多个角度的共同运作，绝不能孤立存在。

**关键词：**服装手工艺；社会企业；博物馆；文化

**作 者：**周 鹤

**指导老师：**李 正

# Heritage of clothing handcraft

## Abstract

Non-material cultural heritage protection has been underway for many years, this paper analysed contemporary clothing handcraft brands such as "LongFeng cheongsam", "NE•TIGER", "SHANGXIA", and put forwards the problems that protecting and inheriting clothing handcraft face today. It was emphasised that improving culture value is one of the most important part of handcraft protection and also is the key to Chinese traditional hand arts and crafts to international.

This paper made further analysis on how both home and abroad social enterprise create and operate, such as "WUYONG", "SHOKAY", "CHIMMUWA", "Norlha". Through that, it finds ways to practice for economically underdeveloped areas handicraft protect. It made certain the positive of thrift-is lifestyle concept, green consumption and sustainable business model that social enterprise convey.

It is suggested the museum should increase crafts exhibitions, collections of excellent hand arts and crafts as more as possible. Art exhibition of the museum could be great help to protect the hand arts and crafts. Also the heritage depends on the support and cooperation from culture, economy and society, any single does not work.

**Key words:** Clothing Handcraft; Social Enterprise; Museum ;Culture

**Written by** Zhou He  
**Supervised by** Li Zheng

# 目 录

序 言.....	1
第一章 服装手工艺概述.....	5
第一节 概念界定.....	5
第二节 传承价值.....	5
一、服装手工艺传承的文化价值.....	5
二、服装手工艺传承的政治价值.....	6
三、服装手工艺传承的美学价值.....	7
第二章 服装手工艺传承案例分析.....	8
第一节 案例之一——龙凤旗袍.....	8
第二节 案例之二——“东北虎”.....	9
第三节 案例之三——“上下”.....	11
本章小结.....	13
第三章 服装手工艺企业运营模式分析.....	14
第一节 社会企业概述.....	14
第二节 社会企业的运作模式.....	14
一、“无用”运作模式.....	14
二、CHIMMUWA 运作模式.....	16
三、Shokay 运作模式.....	17
四、Norlha 运作模式.....	19
本章小结.....	21
第四章 公共机构博物馆的文化导向.....	22
第一节 民俗博物馆的文化导向.....	22
第二节 策展主题的文化导向.....	23
第三节 博物馆典藏当代手工艺品的重要性.....	25

本章小结 .....	26
第五章 保护服装手工艺在当代的意义 .....	27
第一节 文化角度 .....	27
第二节 经济角度 .....	27
第三节 社会角度 .....	29
本章小结 .....	30
结    论 .....	31
参考文献 .....	33
攻读学位期间本人出版或公开发表的论著、论文 .....	36
附    录 .....	37
致    谢 .....	42

## 序 言

### 本研究工作在经济和社会发展中的实用价值与理论意义

非物质文化遗产的保存已进行多年，保护具体某一类别的手工艺的研究日趋完善，但民众对手工艺的了解也仅仅停留在表面。中国有不少以传承非物质文化遗产为品牌理念的优秀的商业品牌，手工艺的概念并不是仅涵盖非物质文化遗产所保护的门类，其他手工艺应该同样被重视，这些手工艺者只是拥有手艺的普通劳动者，商业浪潮的冲击让他们的日常生活变为难题。因此，我们需要为他们塑造一个环境，能够使他们透过自己的合理劳动换取合适的报酬。社会企业在欧美等发达国家已经兴起了一段时间，但在中国大陆地区与台湾仍处于萌芽状态。社会企业的起因是无论是政府部门本身的改革或与其他部门的合作模式均无法真正意义上解决日趋复杂的社会问题。为解决这些复杂的社会问题，企业与社会公益组织逐渐融合从而产生一种新型的混合组织，此种新型组织被称为社会企业。中国幅员辽阔，社会资源分布不均，而大部分经济不发达地区除了面临手工艺濒临灭绝的问题外，还面临着重重复杂的社会问题，故灵活性高的社会企业在经济不发达地区有很强的可执行性。

本文通过对服装手工业新型运营模式的分析，意图从中为中国整个环境下经济不发达地区的保存手工艺及走可持续发展之路寻找成功案例，旨在保护中国的服装手工艺。两岸相较，博物馆策展在台湾做得较为成熟，希望通过分享台湾的案例为大陆地区博物馆的艺文展览活动带来新的启示。

本文对手工艺的文化价值、政治价值和审美价值进行了归纳总结；对社会企业的运营模式及如何为手工艺带来正向循环的原因进行了分析；为服装手工艺的传承找到新的出路。同时对作为公共文化机构的博物馆保护手工艺的方式如策展思路、典藏手工艺品等做出了理论思考。

### 本研究主题范围内国内外已有的文献综述

作为无形遗产的传统手工艺属于工艺美术这一艺术范畴。在中国艺术发展史中，传统手工艺是一个古老的技术门类，在人类发展史上占有极其重要的地位。要研究服

装手工艺在当代的保护及延续就必须要对中国服装手工艺研究的整个状况有一定的了解。国内外有关服装手工艺的历史、人文、风格及传承方面的研究已有不少的专著、文章及论文发表，关于社会企业与博物馆的文献无直接表述社会企业与手工艺或博物馆与手工艺的连结，但在相关领域有文献表现社会企业在帮助经济不发达地区的资料或博物馆策展主题的思考，具体如下：

1、专著类：《中国传统服饰手工艺的文化价值》对手工艺的文化意义给予了充分肯定；《清代宫廷服饰》、《百年衣裳 20 世纪中国服装流变》从历史角度审视中国传统手工艺的流变；明史研究论丛(第六辑)中的《大雅将还：从“苏样”服饰看晚明的消费文化》和《民族服饰：一种文化符号：中国西南少数民族服饰文化研究》都以文化为载体、以文人清雅为切入，多层次地探讨文化对服装手工艺的影响；由柳宗悦、石建中、张鲁合著的《民艺四十年》、吴昊编著的《中国妇女服饰与身体革命》、赵静撰写的《少数民族大学生的民族意识及其导育研究》将服饰工艺、服饰文化、服饰历史从多维视角讲述对服装手工艺传承与发展的理论意义。

2、期刊类：还有一些涉及到服饰手工艺在当代社会的发展、对当代艺术、文化等内容的保护及延续的工艺美术及造物设计的专著，例如《“海派旗袍”造型与结构的变迁》、《博物馆与传承和保护传统手工艺》、《从表象到本义：“非物质文化遗产”视角下民间手工艺文化价值探析》、《国际比较视野下的中国社会企业》、《工艺美术的发展当与时代相适应》、《中国传统服饰手工艺的文化价值》、《少数民族大学生的民族意识及其导育研究》、《中山装·旗袍·新唐装--近一个世纪以来中国人有关“民族服装”的社会文化实践》、《海派旗袍对现代服装设计的启示》。

3、期刊杂志与关于当代服装品牌在网络上发表的文章及论文有：《“上下”——爱马仕的中国元素》、《马可：彭丽媛的设计师如何衣以载道》、《Shokay 转废为金 编织时尚牦牛绒-南都公益基金会》、《哈佛女孩的扶贫实践 Shokay 牦牛绒的品牌创造-读天下（2014 年 10 月第 10 期）电子杂志》、《企业社会责任的迷思》、《民俗博物馆的建设及其意义》、《彩虹与蜻蜓 原民跨时空对话 - 中时电子报》、《泰雅服饰与排湾琉璃珠 原民南北传统工艺对话》等。

4、社会企业相关文献：郑胜分在《社会企业的概念分析》中厘清了社会企业的各个概念，将社会企业的发展分为两个方向，一者是非营利组织的师法企业途径；另一者是非营利的企业途径。并在论文中讨论如何设计非营利体制达成扶贫之效Victor

A. Pestoff 认为在从福利国到福利社会(from the welfare state to a welfare society) 发展趋势中, 社会企业扮演核心角色(Pestoff, 1998: 9-20); 就企业部门而言, 社会企业联盟(Social Enterprise Alliance)则认为, 社会企业系指一种全新的企业典范变革, 由非营利组织所运作, 并生产能够实践其使命的资本, 乃一基于永续性及企业精神的新典范(Social Enterprise Alliance, 2003)。换言之, 社会企业可说是社会与企业部门的新改革运动, 其目的在于更积极地介入公共事务及服务传送, 足见社会企业研究的重要性。夏侯欣鹏在《探讨非盈利组织转型社会企业之组织能耐》中提到社会企业如何寻找自己的组织能耐及资源优势, 将两者相互结合提升核心竞争力。

5.与博物馆展览相关的期刊论文及相关刊物: 武贞在《博物馆临时展览与策展人》一文中提到临时展览与策展人的关系及策展人所具备的基本素养; 陆琼在《博物馆与传承和保护传统手工艺》中谈到了保存工艺美术的技巧与博物馆运作模式; 刘守柔在《作为塑造社会力量的博物馆展览—美国若干博物馆展览的案例观察》里谈到了不同主题的展览其策划的方式的区别。

总的来说, 古今中外有关服装手工艺在当代的保护及延续的研究主要集中在历史、文化、传承、新技术研发等方面, 这些研究广泛地揭示了服装手工艺在当代保护的现状及延续的历史, 其中有关服装手工艺具体保护传承方面的论述及研究虽然主要是以基础性的材料居多, 但这些资料都是本文研究的重要基础。中国国内将社会企业与手工艺结合或者是以手工艺为主题的博物馆策展的文献可谓是寥寥无几。因此本文理解其他行业结构的社会企业、与博物馆策展主题, 将手工艺保护的思维融入其中。本文试图通过对服装手工艺传承方式的全面研究, 结合社会企业运作让手工业在现代可永续发展, 通过博物馆的展览对公众进行文化导向, 为整个社会的手工艺发展营造良好的社会氛围。

## 研究方法

1、调查研究: 实地考察及参与手工艺实做, 从而感性了解手工艺者、工艺与手工艺品之间的关系; 参访多个博物馆展览、领略策展思路的变更对观众带来的不同感受与不同信息的接受。

2、文献检索: 阅读国内外著作通过思考对方的政治、经济、文化脉络从而反思中国的现状, 并从中获取关于社会企业与博物馆的前沿知识。

3、案例分析：选择多个典型商业品牌及社会企业对其品牌历程、运营模式、国立台湾博物馆展览策划等案例进行分析，对典型现象进行归纳分析。

4、经验总结：通过对精心选取的案例做具体的分析进行经验总结，将感性认识上升到理性认识，揭示规律，构建可供借鉴的规律性的理论成果。

### 本论文所要解决的问题

1.手工艺如何成为当代中国高端服装品牌的文化内涵的承载者。

2.手工艺的保存一直都有，但对改善经济不发达地区的经济水平与保存手工艺两者并行的机构较少有讨论。

3.博物馆作为公共文化机构如何成为传承手工艺上的助力。

### 本文的创新点

中国国内将社会企业与手工艺结合或者是以手工艺为主题的博物馆策展的研究相当的少。本文首次将社会企业与保护经济不发达地区手工艺做连结，使社会企业作为方法，可持续地运用手工艺改善经济不发达地区文化、经济、社会等多方面，为服装手工艺的传承做基础。理论与案例分析有机地结合，分析了博物馆传承手工艺文化的策展思路、博物馆典藏当代手工艺精品两个方面，试图通过社会企业带来的经济效益与博物馆带来的文化软实力，为社会企业与博物馆共同为保护手工艺做出贡献的逻辑做出思考。

# 第一章 服装手工艺概述

## 第一节 概念界定

手工艺属于造物文化的一种，是人类透过智慧根据自身需要创造的技术。起源可追溯到刚会使用工具的人类。当代对手工艺的概念的定义：在某一个特定时期，特定区域的生活中所用得到的造物技巧。服装手工艺是在制作服装的过程中涉及到制作、组合、连结、装饰、美化等多种技术的统称。它随着时代的变迁不断丰富着品种，随着社会环境的改变有着增减。

本论文对服装手工艺讨论并不囿于某个具体门类，涉及制作服装、服饰配件、日用织品的工艺，统称为服装手工艺。

## 第二节 传承价值

### 一、服装手工艺传承的文化价值

服装对于一个民族的形成和文化的形成具有重要的意义。这些关于服饰的法则、符号或结构的关系的形成，至少要受到特定的群体在特定时空条件下的制约与影响，这里涵盖了特定群体的思维模式及特定时空条件下的文化环境。它们共同决定着服饰符号的形式及内涵的形成、建构及诠释。服装手工艺将简喻和象征作为本质，将造型和工艺作为手段，将身口相传作为延续，以此从不同层面揭示一个民族、一个社会乃至一个时代的服饰技艺和审美方式的特点，反映出服饰文化状况与发展脉络。服装手工艺伴随着人类的生活理念、审美趣味、情感寄托等存在，也正是这种与人类发展密不可分的技能，造就了服装手工艺独一无二的文化内涵。

尊重手工艺的文化内涵，就是在尊重一个民族在其特定时期的风俗习惯。正像社会学家费孝通先生所说：“一个民族总要强化一些有别于其他民族的风俗习惯，生活方式的特别，赋予强烈的感情，把它升华为代表本民族的标志。”

如民国时期的女性穿旗袍，女性作为旗袍的使用者，通过这个媒介向当时社会展示的不仅仅是美，更多地是表达了一种态度。透过将原本男子之物移做女用，在通过女性审美藉由其他可得的外界条件对其进行转化。在此，可将其视为民国初期的一个

服饰文化符号，指述之意则为男女平权。在一个开明的风气之下，女性可以自由选择着装、能拥有与男子平起平坐的权利、这是旗袍背后的文化内涵。

再论游牧民族的制毡工艺，牛羊是游牧民族生活中最重要的动物，由于游牧民族生活方式的特殊性，会时常转移居住地。用羊毛、羊绒制毡是游牧民族的生存必备技能。因为传统的熏染，他们对毛毡也有着复杂的情感，这就是一个丰厚的文化价值。

## 二、服装手工艺传承的政治价值

服饰的文化功能，只要具备指述、表现和传达的意义，就可在某种程度上，称为一种特殊的符号<sup>1</sup>。在国际化的现代社会里，服饰的文化功能不仅仅局限于一个民族背后的历史故事与生活习惯，还包含着对外族的排斥及宣扬本族传统的骄傲。

首先我们定义民族服饰与民俗服饰。周星教授在《中山装·旗袍·新唐装》一文中将“民俗服装”与“民族服装”两个概念作了区别定义。民俗服装是指：主要是指在中国各个地方的乡土地域社会中，与当地的生态环境、生计方式和民俗传统文化传统均密切相关的民间服装<sup>2</sup>。我国西南少数民族服饰或陕北民族服饰在这篇文被定义为民俗服饰。中山装、新唐装属于“多民族的族际社会中，能够作为民族识别或归属标志的服装。”

在当代中国 APEC 服装就有政治行销之嫌。新唐装的提出也是为了树立当代民族国际形象的政治需求。可以说，无论提出何种样式之服。只要能让国际联想到中国的，他便有可能成为 APEC 大会上所用服装。如今的 APEC 的“新唐装”无非就是当代中国为了摆脱民国的形象，混淆了民族服装、传统服装的概念，上演的“文化政治”服装秀。其杂糅各种中式服装的形式元素，美其名曰“新唐装”，使其“去政治化”的努力巧妙地带出了“帝国”魅力。相反，设计师马可承接“第一夫人”彭丽媛的个人形象设计的时候，考虑的便是如何透过“第一夫人”的表率影响国民简朴着装的价值取向，这便是正向的案例。

透过服装彰显政治意义不仅于此，在当今的台湾高校的服装专业基础课中，必定有一门必修课为国服制作，课程内容是学习旗袍与中山装的制作。政府将旗袍与中山装作为台湾或者说是民国政府定义的中华民国服装的代表，也就是一个民族服装的概

<sup>1</sup> 邓启耀. 民族服饰: 一种文化符号: 中国西南少数民族服饰文化研究[M]. 云南人民出版社, 1991.p23

<sup>2</sup> 周星. 中山装·旗袍·新唐装[J]. 民族服饰与文化遗产研究: 中国民族学学会 2004 年年会论文集, 2005: 23. P.23

念，进一步说，便是在教育中灌输政治因素的一个力证。在民国政府的政策之下，旗袍的文化意义的指向为中华民族的“民族服装”。对于本岛原住民而言，则是被迫放弃原有服饰循着从“民族”服饰向“国民”文化发展的轨迹。万物过犹不及，在通过服装表现国家的政治形象之时，适度使用能体现国家气度，过度表述会加重刻板印象，从而失去服装本有的文化意义。

### 三、服装手工艺传承的美学价值

手工艺的美会透过文化传达给观者，一件优秀的手工艺品一定会包含两个及其重要的因素：情感与时间。传统服装手工艺本质是人类生态性劳动活动，它强调利用自然资源和再生资源，依靠手工进行制作，体现“天人合一”的传统文化思想。一件高品质手工艺器物，既要“寄情于物”，承载制作者的情感，同时又能“情由物生”。如我国西南少数民族地区，种植棉花、植桑养蚕、染色织布再到缝制成衣，刺绣盘扣等等不尽其数的工艺，无一不是用手来完成的。这些都是依存于自然的生态关系，利用自然给予的颜色染色、捻线、织布。

从这不尽其数的复杂工艺中，这种原始的生态给现代人的启示就是惜物的概念，使物尽其用。物质丰富的当代，机械粗制滥造在我们的生活里泛滥，手工艺与自然材质的长期接触中形成的物我合一的生态关系，绝不是机械所能比拟的。这种生产方式天生富有和谐与协调之魅力，便是手工艺之美。如龙凤旗袍的盘扣（图 1-1），首先要剪出布条，然后两边折光，放入细铜丝，做出尺寸，结成钮扣，再盘成花型，一件旗袍所用盘扣至少花费一天时间制作，而制作一件旗袍则需要几个师傅相互配合，至少一个星期才能制成。精工慢活之中，便是这手工艺美感的传递。



图 1-1 龙凤盘扣

## 第二章 服装手工艺传承案例分析

辽阔的国土，悠久的历史，众多的民族，中华大地生存着许许多多服装手工艺者，拥有不计其数的服装手工制作工艺。面对商业浪潮的冲击，手工艺者人员在流失，工艺在失传。举个例子，笔者在苏州做苏绣的田野调查时，曾有位绣娘骄傲的告诉笔者，当年（约七十年代）是她靠着农闲时在为绣品站绣制出口日本的和服腰带养活了一家四口。如今家境已小康，家里的女儿也无需再通过学习刺绣来补贴家用。既然衣食无忧，那这项绣花手工艺对这家的女儿来说，就没有用武之地了。这位绣娘母亲认为绣花无前途，也不建议女儿继续从事，她更期望女儿能够好好念书，以后找个好工作。最可怕的事情是，它透露了手工艺者不再认为手工艺是一件重要的事情。

贾樟柯 2007 年拍摄的纪录片《无用》中纪录了一对山西的夫妇的生活，先生曾经是裁缝，问他为什么不再做裁缝，他无奈地笑笑回答，他做一件西服需要四十元，但是市场上花三十元就能买到一套还不赖的西服。因此他觉得做这行没有前途了，他从事这一行很难养活家人。因此他放弃裁缝这一行业，转而从事挖矿的行业。

服装手工艺要摆脱商品社会带来的冲击，能够保存和延续下来，走上可持续发展道路，做到后继有人，不至“人死艺灭”。是一件刻不容缓的任务，可喜的是，许多民间有识之士各自在自己的领域里不同程度尽己所能贡献自己的力量。在中国，这种拓荒者的开创力量，极为可贵。

### 第一节 案例之一——龙凤旗袍

龙凤旗袍的创始人朱林清，系江苏吴县人，上世纪 30 年代起在上海苏广帮裁缝铺习艺。30 年代末，创办了“朱顺兴”中式服装铺，“朱顺兴”因其精美的旗袍享誉上海滩。解放后，由于行业框架调整，通过公私合并，当时上海最有声望的苏广成衣铺就将“朱顺兴”作为代表与“范永兴”、“钱立昌”、“阎凤记”和“美昌”进行合并，成立了“上海龙凤中式服装店”。这家中式服装店，因其继承了“苏广成衣铺”的特色，成为了享誉上海滩的手工旗袍制作商店，现已搬迁至陕西北路 207-209 号（图 2-1）。进入上世纪 90 年代中叶，随着上海多家国企的重组上市，“上海龙凤中式服装店”被

正式划归至开开集团，仍保留着前店后场的传统生产模式。



图 2-1 龙凤旗袍 上海市陕西北路 207-209 号



图 2-2 龙凤旗袍作品

“龙凤旗袍制作技艺”在2007年分别入选为上海市市级非物质文化遗产名录和第一批静安区非物质文化遗产名录，并在2009年入选为国家级非物质文化遗产名录。2011年，静安区文化部门为使龙凤旗袍制作技艺重焕光彩，成立了“龙凤旗袍手工制作技艺传习所”。逸夫职校与传习所合作，把中式服装制作技艺设为选修课，鼓励学生到传习所拜师学艺。但事实上这个老字号还是会因为传承人缺乏的问题而困扰。

从目前状况来看，龙凤旗袍作为沪上海派旗袍手工制作工艺的正宗传承者，始终秉持用古法进行纯手工制作，因而造就了他的独一无二。龙凤旗袍是非物质文化遗产的传承者，理应“衣食无忧”，但是他在2009年前也面临经济问题。令人欣慰的是他属于国家企业，不用担心亏损倒闭。“龙凤旗袍”与东华大学服装学院合作的“情迷三十年代海派旗袍时装秀”（图2-2）为其带来了新的设计，在一定程度上扭亏为盈。

“龙凤旗袍”作为非物质文化保存的典范，有着无法替代的存在价值，只因运营这个品牌的企业模式较为陈旧、缺乏设计类人才，使精湛技术无法得到最充分的发挥，此品牌在传承丰厚文化价值上有重大贡献。

## 第二节 案例之二——“东北虎”

“东北虎”从2006年开始宣称致力于保护手工艺。我国在2004年8月28日的第十届全国人民代表大会常务委员会第十一次会议上通过了在第32届联合国教科文组织大会上通过的《保护非物质文化遗产公约》。亚洲时尚大会是2003年由日本东

京发起的，期间日本、韩国轮流承办，2006年首次在中国北京举行。此次大会的主题是“文化力与产业促进”<sup>3</sup>。张志峰先生在此次时尚大会上发表了《中国奢侈品复兴与新兴宣言》，在大会上提出“提复兴之举意在新兴，新兴寓于复兴之中”的独立见解。并在2006至今的高级定制时装秀中予以表证。

东北虎可谓是时代的“弄潮儿”。其实这也传达了当时中国人的“服饰焦虑”与“品牌焦虑”。东北虎历年发布的时装与满清皇室的盛装相比，除了服装的合体程度有所改变外，从装饰形式上来看两者几乎没有差别。中国风，这个词来自欧洲。什么是中国风？中国从来没有过这个词汇，就艺术史而言，“中国风”是一种深受中国的影响，强调精致装饰并有着繁复样式的艺术风格，这个词实为欧洲对中国的幻想性投射。可以说，东北虎翻来覆去的复兴、新兴，其实只是复兴了百年前西方看东方的那种刻板印象，毫无创新可言（图2-3）。清代，作为中国最后一个封建王朝，他是被西方列强的炮火打开大门的，正因如此，西方对中国的第一印象，就正如Dior 1997时装秀（图2-4）里展现的中国那样。中国品牌“东北虎”从侧面印证了西方对我们自身的刻板印象，这是一件可笑的事情。



图 2-3 NE · TIGER 2014



图 2-4 Dior A/W 1997

东北虎除了为中国华服带来了更多刻板印象外，还为中国带来了消费主义思潮。举个例子来说，其2005年发布的以“爱”为名高级婚礼服系列：永久典藏是这个婚礼服系列核心理念。每对新人结婚都要购买一套全新的礼服，这样的广告宣言难逃消费主义之嫌，与中国传统的传承理念相悖。

<sup>3</sup> <http://women.sohu.com/20060615/n243753502.shtml> 来自搜狐新闻

我们不应该为了设计而设计，而是去多思考我们的生活，去研究生活，多做点思考和积淀的工作。现在要谈立足世界，似乎言之过早，但根据日本的经验，他们的成功正是因为设计体现了他们独有的文化。技法是可以学习的，但设计理念需要通过不断思考、试验、研发和修改，才会慢慢成型，如同写作一般，令人难以忘怀的大作都是经过漫长的修炼才呈现在我们面前。

中国是一个崇尚精致的文化国家，诚然，东北虎在设计中有刻意凸显精湛传统工艺之运用，但“东北虎”以宫廷装饰吉祥图案为灵感来源的服饰图案设计、倚赖西式礼服结构所表现的服装设计，就传递文化讯息而言，“东北虎”服装设计所传达的并非中国的文化内涵。但是当代中国的许多设计因缺乏审美让人感觉廉价。“东北虎”虽有精湛技艺，其缺乏沉淀的理念，缺乏深思熟虑之设计，与其复兴之见有所差距，并不是保存手工艺文化的正面案例。

### 第三节 案例之三——“上下”

设计师蒋琼耳在 2008 年与法国爱马仕集团携手创立了“上下”品牌。该品牌名字来源于汉语的“承上启下”，暗含其承接中华文明之意，品牌理念是：「上下」，东方雅致生活。

2010 年“上下”开设了中国第一家旗舰店，位于上海淮海中路，与其他奢侈品店不太一样，整个店面的设计色调柔和温润（图 2-5）（图 2-6），这个品牌从其市场定位来看，是顶级的消费者。“上下”于 2013 年在巴黎的零售空间开幕。



图 2-5 “上下”上海淮海中路店



图 2-6 上下上海淮海中路店铺陈列

据设计总监蒋琼耳女士表示：“‘上下’不是一个金融投资项目，它是一个文化投资项目。”这个品牌的设立，一开始就不是一个纯商业投资的项目，“上下”的目标正如其名：文化的传承。商业利益实际上是把文化传承好后的物质回报罢了，只有把文化传承做好，品质做好，包括我们的服务品质也应做好，物质回报的到来不过是一件迟早的事情。

“上下”强调的是品质、审美情趣的生活方式，侧重于家的概念。设计总监蒋琼耳在搜狐采访中提到：“上下”的扑克牌，54张牌都是手工画出来的，上面画着的每一片叶子都是有灵气，都与众不同，每一个盒子都用紫檀精心打造，包含一个收藏的概念。过去的惜物之概念就源于此。“上下”将工艺、材质、包括它的艺术结合得恰到好处。“上下”呈献给消费者的是一幅幅充满生命的作品，我们从中能读到工艺之美带来的张力和文化传承的深厚底蕴。

“上下”尊重工艺、手工艺与自然材质相结合，那是一种最精妙的融合。机械伤害了美的原因在于抹杀了自然之造化，任何复杂的机械与手工相比较都是简单的。机械制品之拙劣，在自然面前不过是微不足道的标记而已。优秀的工艺才是自然的光荣赞歌。

“上下”尊重传统，其“雕塑”系列羊绒作品（图 2-7）（图 2-8）是蒙古手工艺者依据尺寸精准的样板，利用羊毛制蒙古包之工艺完成的。整个系列的服装不费一针一线，依靠天然纤维羊绒自身的抱合力，浑然天成。如果没有运用羊绒纤维的悠久传统，就不会有令人惊叹的技术。传统的力量支撑了制毡工艺的存在。



图 2-7 上下 雕塑系列羊绒大衣



图 2-8 上下 雕塑系列羊绒围巾

美感与实用结合紧密的器具所表现出来的工艺之美，是最为健全的，体现器具与美感的统一，只有与实用相结合才能成就崇义之美<sup>4</sup>。2014年二月到六月，“上下”作品作为中国当代顶级手工艺作品入选巴黎装饰艺术博物馆（Les Arts Décoratifs）展出“中国装饰艺术”展。一个个的事实都极有力的证明了“上下”的设计实力不同凡响。

### 本章小结

经济基础的稳定与雄厚决定了文化追求的必然性。“上下”的起步，将中国优质的工艺、设计、文化展现给了世界，并透过爱马仕的加持，让东西双方在工艺、文化有了一个互动交融的过程。“龙凤旗袍”只是我国老字号的一个缩影，代表了许多老字号所面临的情境。“东北虎”为我国部分消费群体提供了购买选择，也为西方认识中国设计开创先河，究其文化价值传达部分，与“上下”、“龙凤旗袍”相比更为弱势。从美感的角度来看，这三个品牌都是各自面向消费群的佼佼者，究专业的设计角度而言，“上下”透过产品所展现的美感得到国际的认可，是中国设计骄傲。

热爱传统、珍惜传统、保护手工艺，这并不意味着抱残守缺，而是提炼传统之精髓，从而创造新生命。也不是匆匆忙忙的告诉世人：我在珍惜传统、保护手工艺，保护我们的文化遗产！几十年来，传统在中国早已不绝如缕。理念的培养，就如种下的小树苗，需要耐心等待，也需要良好的照顾，单凭学者在田野里抢救是无用的。抢救只能把工艺放入高危病房，小心翼翼的呵护让其苟且残存。若是不改变大环境，那么如此的呵护，只要稍有疏忽，他就会死亡。手工艺，究其根本，是民众的艺术。它应该为社会所共有，而不是被少数人所独有。如果社会环境一成不变，细心的呵护也是一种无用功。

<sup>4</sup> 柳宗悦.《工艺之道》[M]. 广西师范大学出版社, 2011. P6-7

## 第三章 服装手工艺企业运营模式分析

### 第一节 社会企业概述

社会企业是近年由英美等发达国家兴起的，旨在帮助第三世界国家经济落后地区的居民改善其生活状态的一种组织形式。Dennis R. Young(2001)认为社会企业包含两种界定方式，其一为对于社会公益有所贡献的企业，另一为非营利组织透过商业化手段赚取盈收。即社会企业的发展分为两个方向，前者是企业的非营利途径；后者是非营利组织的师法企业途径。扶贫，这是个全球性的社会议题，贫穷问题不全然是政治或者人为因素造成的，有些地区是因为穷人所拥有金钱、技术、视野、能力等资产难以有效转化为商业资本而导致贫穷。如居住在青藏高原的藏族牧民便是最好一例。而泰缅边境的妇女们，则是两国交战的产物，政治之困无法透过两国政府解决，但是也绝无理由放任这些妇女及孩童在贫困条件下生活。当政府无法出面、或是无暇顾及之时，民间的力量显得尤为重要。

手工艺一直都存在，并且有能力在艰苦的环境下自我保护。我们迫切面临的问题是：如何保护他们不受商业浪潮的冲击。

### 第二节 社会企业的运作模式

#### 一、“无用”运作模式

近几年，中国本土设计师成了海内外的关注热点，但是这些新兴的中国本土设计师大多有海外背景，并且其设计的服装多带有大牌风范。至于什么是大牌风范呢，那可能要让那些西方奢侈品品牌说了算。

从历史上浅论之，西方的高级时装无非是十九世纪末的产物。现在的时尚业，也是西方说了算。直到二十世纪七十年代，才有日本设计师（川久保玲、山本耀司、三宅一生、高田贤三）成功“入侵”这个稳固的堡垒。

2007年2月25日，作为巴黎秋冬时装周开幕的主打秀，无用（WUYONG）在巴黎百年历史的中学 Stanislas 体育馆进行了作品《土地》的首演（图 3-1），这也是无用自创建以来的第一次对外作品展示。2008年7月，马可带着新作《奢侈的清贫》

(图 3-2) 重返巴黎，成为历史上第一个出现在巴黎高级定制名单中的中国设计师。



图 3-1 《土地》 马可



图 3-2 《奢侈的清贫》马可

“无用”于2006年4月22日创立于珠海。在时尚品牌运营者眼里，这是一个反其道而行之的服装品牌。在其运营的官方微信号发布文章里，我们可以了解到其运营模式：“无用并非商业品牌，而是一个致力于传统民间手工艺的保护传承与创新的公益组织。通过无用出品销售所获得的资金将全部用于民间手工艺的传承、帮助及扶持手工艺人的生活以及团队的日常运作中。”整个团队仅有二十余人，其中手工艺者是马可从中国西南偏远山区邀请至珠海一同创业的。

90年代中国消费社会的来临让很多服装企业开始重视设计师，甚至现在仍有很多小品牌认为设计仅仅是生意的一部分，设计风格来自市场终端。“无用”却反其道而行之。无用到底要做什么？在一篇写于2007年的文章《我对服装设计师身份的认识》中，马可给出答案：“我不满足于服装在生活中的实用性和装饰性，我深信最伟大的最高尚的创作动机应该是出于‘关心人’，对‘人’本身的终极关怀——关心人的情感、关心人的精神世界。这种关心包含了爱，但比爱更为宽广，更无条件。”

“无用”考虑的是手工艺的使用、留存，并且找回曾经的“等待裁缝制衣”的回忆。就其品牌而言，带动的产业链涉及人工纺纱、草木染、手工艺(如刺绣等)、成衣等，但它透过其较大的知名度能够将这些“正能量”的概念辐射全国。

从产品出发，“无用”的产品从纱线、植物染色、织布、成衣都是预先被设计过的。在无用生活空间销售的产品，顾客若是购买，则需要等待数月才能取得，如果天气不好，则可能要等待更久。马可的设计从手织布的组织纹样开始、再到手工缝制和植物染色。虽然缓慢，但令人身心愉悦。这里没有流水线成衣的急躁，价值从不在对象本身，而在于一颗存有敬畏之心。“无用”不声不响静静诠释着设计师马可关于手工艺的哲学理念，正所谓大音希声。

“无用”的作品引导了人们的生活方式——如需要等待的服装、不挑剔任何身材的服装、强调每件作品中不同手工艺的运用……无疑为当代中国服装设计树立起了一个风向标。马可说，她只想制作真正的手做的衣裳，那些服务于人们的日常生活、为了真实地面对自己的内心，而不是向外界“炫耀或者建立某一种形象”的生活必需之物。

西方关于时尚的价值观影响中国太久，多数人都有点自卑，一是因为高级成衣高昂的价格，其二是高级成衣对着装者的体态要求非常的高。这就是文化入侵造成的危害，必须要找到自己的文化才足以回击。“奢侈的清贫”这个系列就是对当代消费社会的最好诠释——大批量的粗制滥造是昂贵，精雕细琢，是简朴——返朴归真是现代社会最奢侈的事情。

## 二、CHIMMUWA 运作模式

CHIMMUWA 工作坊的创立者是定居泰缅边境多年的林良恕女士，她鼓励泰缅边境山村种植有机棉花，运用少数民族传统手捻纱、植物染、织布等技法，训练当地妇女创作都市可用日常生活用品（图 3-3），从而达到改善当地生活水平的目的。坚持走友善耕作、天然染色、手工织造的可持续发展之路。

泰缅两国因长期交战导致泰缅边境聚集了高达 15 万难民。林女士藉此原来的人道援助思路，从一个旁观者到融入边境再到互相信任，萌生了从居民的角度出发，建立这个充满力量和情感的边境生产系统。



图 3-3 CHIMMUWA 手织布拉链包



图 3-4 CHIMMUWA 在染线的边境妇女

CHIMMUWA 建立的初衷并未意图改变传统，而是适时、适当的从旁协助。耕作、织布是联系着泰缅边境居民整个生活的纽带，关乎当地居民的整个生活模式。在边境，歧视妇女的情况时有发生。CHIMMUWA 鼓励妇女拥有一技之长（图 3-4），

发挥妇女的手艺、传承该地区本有的古老手织、染色工法，并找到销售渠道让她们可以得到合理的收入。

对都市而言，泰缅边境是一个仍保有农业社会男耕女织的传统的地区，CHIMMUWA 的营运模式，既保护了她们的传统生活方式不为现代化所侵扰，也使得他们对自己的生活方式充满自信，并不再因为现代化的冲击而被迫离家去求生计。

CHIMMUWA 最可贵的在于品牌的经营模式不是单纯的下单与制造，设计师会定期回到边境与妇女们一同讨论新产品，甚至会组织活动让每个不同背景的人接触到这些居民，这样，个人背景不同，个人体验感受不同，得出的反馈自然也不同。通过不断的沟通与反馈，CHIMMUWA 不断调整自己的运作方式——因为边境与城市也需要磨合，而不是一味将都市的审美价值生硬地套到产品上，通过不断的对话，碰撞出新创意。

都市面对的“时尚恐慌”、“回归自然”就如同失去风俗信仰的古村落一样。人们的着装习惯是依赖着风俗、生活方式而存在的，皮之不存 毛将焉附。当居民不再从手工中获得美感、获得存在，手工艺存在的意义就消解了，物的意义也不复存在。

CHIMMUWA 成功的原因是双方彼此有着良好的信任基础，林女士一行人并非只凭借着一时的热情成立这个品牌，而是先花一段时间观察了解泰缅边境居民的真实需求，找出问题的症结所在，再以自身的专长想办法协助改善泰缅边境居民现况。

### 三、Shokay 运作模式

牦牛是西藏最具特色的动物之一（图 3-5），号称“高原之宝”，主要分布在我国西藏、青海、云南、新疆等海拔较高之处。在一般动物无法生存的 2500 米以上的高寒地带，牦牛却可以在零下 30 度安然地生活。这是因为在它粗糙的黑色牛毛下面，有一层极为珍贵的、浓密而柔软的绒毛——这就是珍贵的牦牛绒。



图 3-5 Shokay 的牦牛商标

在 2006 年，乔琬珊与同学发现了牦牛绒这一宝贵的天然纤维，当时中国国内并无利用牦牛绒作为纺织用纤维的产业链。由于缺乏产业链的连结，牦牛绒不是被藏民们贱价出售，就是制成仿羊绒制品，并未为藏民们带来较高经济收入。

在“转废为宝”的思考之下，乔琬珊与伙伴共同制定了一份打造牦牛绒产业的商业计划书，该计划书在 2006 年哈佛大学创业大赛中一举获得社会公益组冠军。2007 年底两人带着奖金深入青藏高原，以藏语牦牛绒的发音为名创办“Shokay”，做为实践公益目标和商业理念的起点。

2008 年 6 月 15 日 Shokay 开幕，中国的第一家零售店选址于上海泰康路 274 弄 9 号。Shokay 的产品从毛线（手捻纱）、围巾、手套、帽子（图 3-6）等配件扩展至服饰（图 3-7）。并且致力于牦牛绒与棉、竹纤维等其他纤维的混纺技术，同时亦与全球知名厂商及设计师合作，多方推广市场上对牦牛绒的认识及接受度。



图 3-6 Shokay 官网 出售的帽子



图 3-7 Shokay 官网宣传图

从产业链的角度来看，Shokay 教会藏民们取绒、选绒及手捻纱技术，制得的纱线转交给上海崇明岛的妇女们进行编织。Shokay 用合理的价格直接向牧民收购牦牛

绒，旨在帮助他们获得长期、稳定的生活来源，从而保护他们传统的生活方式不必被迫受到改变。上海崇明岛的妇女们的配偶多在上海市区工作，她们则在家务农。Shokay 让她们将自己的编织技术发挥出来，并能够获得一些额外的收入。这些藏民、崇明岛的妇女们在 Shokay 的身上找到自己的价值。

透过 Shokay，牦牛绒的生产链被完善外，Shokay 利用跨地域资源整合的办法将中国的贫困地区与发达的大都市连结起来，将商业机制与企业责任并行，为改善非发达地区的经济水平带来了新的运营模式。

从品牌形象的角度来看，近两年，Shokay 以“具有社会意识的纺织品品牌”打造品牌形象，并从艺术、文化的角度切入，让创造与消费者有更多连结与互动。Shokay 举办了一系列活动：如带领各界人士一同深入探访青海的牦牛绒产业及人文历史的活动“青海探索之旅”，透过摄影师及艺术家的作品，呈现藏族神秘的文化，也将其采集的灵感融合到产品设计之中。

从行销手法上来看，Shokay 的每件手工织品都会有一个说明这件商品编织者背景的标签。大家买到的不仅仅只是一副手套、一个枕头或一条围巾，还有一个陌生人的生活故事。通过标签等各种方式，Shokay 让上海的消费者对生活在中国偏远地区的藏族牧民和上海崇明岛的农民们获得更多了解。正是这些人的辛勤劳动，才有了他们手里的编织品。

这个概念与马可在“无用”里传达的概念非常类似，希望透过故事的表达、或者是等待成品所需的时间来引起人们的注意、对那个制造、或者说造物的手工艺者的关注。花钱置物的概念被模糊了，注意力转向了物背后的生产者。人与物的概念也被重新定义了。

虽然 Shokay 本质仍为商业企业，无法象非营利组织那样以解决社会问题为主要职责，但是就承担社会责任而言，却远远超过普通的企业。透过时尚的设计让消费者注意到这个品牌，透过“道德感”的消费，让更多人认可这个品牌。也通过品牌经营者的盈利对生产者的经济反馈或其他资源反馈，达到可持续的社会效益。

#### 四、Norlha 运作模式

除了 Shokay 之外，也有其他的品牌致力于牦牛绒织品的开发，如成立于 2007 年的 Norlha。创始人 Kimberly Sciaky Yeshi 女士是美国人，在法国成长并受教育，在

印度成立有关艺术和文化的可持续发展项目而在印度生活多年。她一直很喜欢精美的纺织品，曾经和朋友一起从事过生产驼毛织品的工作。

Norlha 与 Shokay 的差别在于，Norlha 将牦牛绒与 Amys、Antik Batik、Balmain、Lavin 等顶级品牌连结起来，较常用的羊绒而言，牦牛绒作为一种新颖的纤维原料成为了时尚圈的宠儿（图 3-8）。



图 3-8 Norlha 围巾产品



图 3-9 Norlha 工作坊的篮球赛

Norlha 最大的亮点在于它回馈村民的方式：Norlha 的工厂招工标准可谓是反商业社会之道——优先录用“老弱病残”的村民，并且优先录用妇女。2012 年 Norlha 总共拥有 110 名员工，其中 72 名是妇女。更耐人寻味的是，Norlha 从来不开除员工，如果一个员工不适合某个岗位，那就尝试让他（她）到其它岗位去尝试，直到他（她）找到自己喜欢又适合的工作为止。如果员工家里有事需要暂时离开一段时间，那么他（她）的工作还会一直保留到他（她）回来。

建立 Norlha 的初衷就是“人”，为村里人提供就业机会，为村里人可持续的幸福着想（图 3-9）。

相较之下，中国的著名时装品牌“例外”推出的2014年秋冬系列也采用了牦牛绒作为主要面料。这个系列命名为“另一种温暖”。与前两个品牌比较，“例外”在广告中反复强调“牦牛绒的珍贵与特别”、“人与自然关系的再思考亦体现了‘例外’对环境保护和行业方向的暖意和诚意”、“人与衣服，人与空间，人与自然能和谐共生”等抽象概念，仅仅将牦牛绒作为一种行销手段进行广为宣传，在社会责任方面表现并不突出，这是令人遗憾的。

## 本章小结

传统的服装企业经营模式是以消费者喜好为导向的设计-生产模式。工业化为我们带来了效率、但把手工艺推向了对立面。从设计师马可分享自己创立品牌的故事里，我们可以感觉到商业的无穷力量。马可原本想透过“例外”来达成自己的乌托邦理想，但是“例外”却被商业化推动，与她的初衷相去甚远。她便选择放弃这个在中国已小有名气的品牌，重新创立一个新的工作室“无用”。

我们可以反问：社会的进步是否仅依靠经济发展作为衡量标准。社会上每一份子都有责任为创建一个更好的社会贡献力量，获取最大利益的盈利性质的企业，更应负起更大责任。手工艺作为传统文化的传承，应该得到更多的关心。

“无用”的案例中，它以设计师马可个人为核心创立团队，将马可的服装哲学理念运用到服装设计上，推动团队前进。CHIMMUWA旨在解决泰缅边境的贫困问题。Shokay是最为典型的非营利性的商业企业，他非常注重企业的社会责任，除了带动藏区与崇明岛的经济之外，还从教育、医疗等方面资助这两个区域。Norlha与Shokay相似，除了盈利外，注重的是给社区居民永续的工作机会及其他福利活动。

从本章的案例可以发现，社会企业是一个可行的保护手工艺运营模式。虽然每个案例涉及的区域需要保护的手工艺各不相同，当地居民也面对着不同的社会问题，由于社会企业小巧的团队，能够为特定地区打造专属的计划，非常值得借鉴。

## 第四章 公共机构博物馆的文化导向

我们在上一章讨论了民间企业如何运用自己的力量去传承、去运用那些手工艺，去支持那些需要帮助的手工艺者。这一章，我们将谈论博物馆作为公共文化机构除了透过传承非物质文化遗产以外，应该如何使大众的目光重新投向这些渐渐式微的手工艺。

### 第一节 民俗博物馆的文化导向

2004年，在韩国汉城召开了国际博物馆协会大会，其主题为“博物馆与非物质文化遗产”，呼吁各国博物馆加强对非物质文化遗产的抢救保护工作，这突出表现世界博物馆界正在将文化遗产保护范围扩展到非物质文化遗产。

传统手工艺作为一种技法，如何置入博物馆呢？将传统手工艺品置入博物馆的行为，是否让民众觉得这些手工艺离我们更远了？在中国，广大民众与博物馆难免会有些隔阂——觉得博物馆里的东西与我们的生活相去甚远。

博物馆的社会责任不仅仅是把物收藏好，更重要的是如何打开自己，接纳民众来了解自己。只有民众与手工艺没有界限之时，便是手工艺重回社会之日。最初可能由于我们的疏忽，让手工艺渐渐消逝，一旦保护之后，要做的事情便是拉近其与民众的距离。手工艺本身就是民众的艺术，而不是束之高阁的东西，保护、研究、传承之后，应让它重回社会。

民俗博物馆保存的是民俗文化，也就是事无巨细的记录某一个时期的人们的生活方式。随着社会的发展，人们的生活方式是在不断改变的，当社会发展到一定程度的时候，不同时期的生活方式之间的差距可能截然不同了。民俗博物馆便有义务将这一过去时期的生活方式的经典记录有意识的呈现给民众看。手工艺，便是这一地区人民的生活方式的一个侧面表述。

李乾朗老师曾经说过一句话“一座好的城市，是让居民知道他们自己是谁，并且知道明日将往哪里去。”这里借用一下，变成：一座好的民俗博物馆，能够让来到这个馆的民众，知道这片土地的人民曾经是如何生活的，他们是谁，并且能够知道这片土地未来的发展可能以及居民共同的希冀。

可能有人觉得这是历史博物馆应该做的事情，但民俗从来都不是英雄的产物，它是一个时期、一代人共同的生活规则、或者说是那一代人的共同记忆。而民俗博物馆应该扮演一个忠实记录者的角色，在我们没有能力传承的时候，先竭尽可能详细记录下来。同时，民俗博物馆还应当想办法让民俗再次回到人民大众的生活中去。笔者惶恐此任务过于艰巨，需要多方面之配合。

徐艺乙老师在论文《民俗博物馆的建设及其意义》中谈到：“今天建设民俗博物馆，最终目标是为了在将来让民俗博物馆不再存在。”从侧面暗示，如果这些习俗、工艺一直被人使用，那么也就没有博物馆存在的意义，因为社会就是最鲜活的民俗博物馆。其对未来期待之高，从这句话中可窥知一二。

笔者认为这样对民俗博物馆的评价有失偏颇，并且保护民俗这件事并不是民俗博物馆独有的责任。并不是每个城市都拥有民俗博物馆，或者也不是每个城市都要倾其全力建一座民俗博物馆，因为一个城市最知名的博物馆通常不是民俗博物馆，持有话语权的博物馆必然有义务去策划与手工艺相关的展览。

## 第二节 策展主题的文化导向

博物馆与公众的对话倚赖展览进行。博物馆策展规划不仅涉及保存、研究展示、教育的基本功能之外，更关系到历史的诠释。在新时代的需求下，更负有文化沟通与文化重新整合再创造的任务。

国立台湾博物馆，简称台博馆，设立于1908年（台湾日治时期），是台湾现存历史最悠久之博物馆，也是典藏台湾原住民传统文物最精华的博物馆。有感于传统文物逐渐流失，而原住民文化与工艺不断推陈出新。台博馆于2007年起将原住民当代代表性工艺作品列为未来收藏方向之一，透过入藏当代原住民工艺精品来完整博物馆典藏原住民无形、有形文化资产之任务使命，也为全民建构完整的文化知识。

泰雅与排湾是台湾官方认定的13个原住民族群之名称。蜻蜓与彩虹便寓意着两个族群不同的传说。彩虹是泰雅族的传说，人的一生循环往复宛若圆，临终时终会走上彩虹桥（图4-1）。



图4-1 台博馆彩虹与蜻蜓展览海报

蜻蜓指的是蜻蜓珠，是琉璃珠的别称。排湾族人认为琉璃彩珠系因蜻蜓眼睛羽化而来，同时也是太阳神给予族人的献礼，族人相信每颗珠子都有个别的名称、故事与象征意义，展现排湾族人对生命现象的特殊文化情感。现在的排湾族，族人仍将琉璃珠当作结婚的聘礼（图 4-2），也作为头目的传家之宝，它是上天赐予的礼物，具有天神与祖灵的力量，不同的琉璃珠图案有着不同的涵义与故事，也诉说着送礼之人对收礼之人独一无二的祝福。



图 4-2 排湾族女子婚礼用琉璃珠胸饰

此次展览为国立台湾博物馆邀请台湾南北两位原住民代表艺师·施秀菊（族名达鲁札伦·日梦日缦）、尤玛·达陆共同呈现。该馆原有典藏与精选入藏之重制与当代原民文化工艺共同展出，现场展品约有四百件。

这个展览存在的最大意义就在于她将排湾族琉璃珠与泰雅族的织品各自百余年来社会文化、工艺变迁、延续与创新之脉络清晰陈述（图 4-3）。我们无法否认政府在此次活动中起到了推波助澜作用。手工艺不是只有常设展就够了，常设展往往会加速他们的死亡，也会给民众带来——它们早已是旧物的概念。相反，如果在这个脉络里，对展览脉络的现代创新给予重要的关注、宣传，也许会变得不一样。



图 4-3 彩虹与蜻蜓展览现场

台博馆的此次展览便试图给予原住民族群更多的关注，也是台博馆“博物馆来自于部落，部落亦重回博物馆”的文化目标的诠释。台博馆不仅从物的关注转移为对原住民的关怀，更从社会精英的小众品味回归于社会大众的共享。

### 第三节 博物馆典藏当代手工艺品的重要性

博物馆的参与能加速传统手工艺从商品向文化形态的转变，手工艺除了作品以外，技术作为无形的财富隐含其中。手工艺的保存除了典藏手工艺品以外，还应经由专家研究、记录、整理工艺流程，在教育的基本功能中体验。

2010年，一件名为“鸾凤双栖牡丹”的缣丝礼服（图4-4）被首都博物馆永久典藏。这件 NE·TIGER 礼服，是一件在同一块面料上使用了七种缣丝技法的礼服。采用在缣丝发展史中具有里程碑意义的七种缣丝工艺：腹部采用本缣丝；领部和袖口采用了明缣丝；胸部采用铝缣丝；腰部采用的是引箔缣丝；双肩采用绒缣丝；后背（图4-5）则分别采用了雕镂缣丝和紫峰缣丝。这件作品的精妙之处便在其将难以同时实现在同一块面料上的技法运用成功。因此它成功被博物馆典藏。典藏不代表这件作品不再展出，博物馆接下来要做的便是对民众展示这件作品，做到与民众分享背后的技术、文化。并进一步鼓励、继续发掘优秀的手工艺品典藏入馆。



图 4-4 秀场展示鸾凤双栖牡丹华服正面



图 4-5 鸾凤双栖牡丹后背实物图

## 本章小结

社会企业与博物馆两者相互协调、相互补充、相互促进为保护手工艺做出贡献。博物馆是一个没有等级界限的公共文化机构。博物馆有举办与手工艺相关的展览的社会责任，通过告诉大众手工艺的历史地位、变革的历史、传承的现状等内容消除大众与手工艺的隔阂。展示当代革新的工艺品，这是最直接的让手工艺者有一种被“组织”重视的感觉。文化认同的塑造，除了个体个人经历的认同外，还会受到公共文化机构的价值导向。这就是政府可以透过博物馆这样的公共文化机构与大众产生文化的连接，凸显并强化认同意识。群体的凝聚力增加，对保存手工艺更为有利。博物馆举办的展览增进普通民众对手工艺的了解，增进了解则为民众消费手工艺品埋下伏笔，社会企业创造的工作机会较文化而言更侧重在经济上帮助他们，只有经济问题处理好了，才能给该地区带来更多正向运营的可能。

## 第五章 保护服装手工艺在当代的意义

我们在社会企业与博物馆协助保护手工艺中提出了新的设想。本章透过从文化、经济、社会角度进行分析，谈论这些新的设想会为这几个方面带来的改变。

### 第一节 文化角度

略观如今的大都市，无一不是用文化、艺术、创意这些软实力来吸引人流。文化艺术不只是政府在治理过程中用来美化、娱乐和点缀都市的化妆工具，而是翻转城市治理的主体与核心价值典范。时代不断推进，都市不仅仅着重确保城市硬件的良好运作，而更侧重于都市生活的人们如何从情感和感官的角度去感受都市，重点在于提升人们的对城市历史经验、生活质量与宜居性。

手工艺可以作为文化，传达给世界各地。商业企业只是以手工艺的文化底蕴或文化理念作为企业运营的重要因素，手工艺文化也应为公共机构所用，透过手工艺背后的文化影响民众对手工艺的认识。博物馆在整个文化都市中扮演重要角色，使政治、经济、社会与艺文等多面向的活动，在开放的网络结构中相互渗透。博物馆以策展作为方法，经由不同政治、经济、社群不同层次意义、价值、情感的对话、交流过程，为民众整合出一个平等多元交织的故事。

近年来，周末逛逛博物馆在我国沿海大都市已蔚然成风。博物馆通过对展览主题的考虑，配合展品的选择、展示形式的设计等等形成一个连续的故事，透过展品的说明为观众分享展品背后的故事。透过这样的故事分享，让大众提起对手工艺的兴趣，进而会增进大众对手工艺品的感情。这个过程便完成了一次文化上的引导。通过博物馆的不断引导，消除民众与博物馆、与手工艺的隔阂、唤醒民众对手工艺者的尊重，使整个政府、企业、民众、手工艺者之间相互良性循环起来。这便是未来理想存有的手工保存社会的文化基础。

### 第二节 经济角度

中国并不缺优秀的手工艺者，但是可惜的是，他们自己并没有意识要去用最大的努力去完成一件作品。手工艺者被金钱导向，换句话说，他们淹没在工业化浪潮之中，

出多少钱，做多少活，求快和方便是他们的工作心态，这是最普遍的情况。这一切让这些手工艺者失去创造的尊严，造就了一个恶性循环。

联合国与商业界合作，建立了自己的全球契约（Global Compact），其中包含九条与人权、环境相关的原则，这项契约被赞颂为未来的道德路线图。所有这些行动都基于这样一个观念：公司在“做得好”的同时，也能够“做好事”，他们既可以拯救世界，又可以赚取丰厚的利润。

如何使一个公司既“做得好”也能“做好事”呢？——与需要帮助的人一同创造解决方案，而不是在家想出一个解决方案并抛给他们。本章前述的那些品牌为我们诠释这句话的含义。Shokay 使用未被藏民意识到商业价值的牦牛绒、再通过两个经济不发达区域的统合——藏区的牦牛绒纺纱与崇明岛女工编织。首先从藏区的社会问题出发（贫穷），用创业者的智慧将两个需要帮助的群体结合在一起，透过设计、品牌包装、营销为其带来可观的经济效益。透过收益的公平分配及公益协助（除金钱协助外，如医疗协助等），改善经济不发达区域的社会效益。

Shokay 为当地人争取更多工作机会，减少城市大量非理性移民所产生的社会压力，同时，藏民们除了通过 Shokay 出售牦牛绒提高经济收入外，也对自己独有的本土文化产生认同感和自豪感，也为自己的下一代得到了更多选择未来的机会。崇明岛的妇女们可以获得贴补家用的额外收入，她们大多会数用额外收入送自己的孩子接受教育。

谈及公共机构的经济效益，博物馆作为一个核心的公共文化机构，透过文化带来的软实力会与经济相辅相成。博物馆商店也可以透过开发文创商品来提高经济效益，也可通过手工艺特展的门票费用用于帮助某一个经济不发达地区的生活、也可以给予手工艺者置放与展览内容相协调的纪念品——但这一切都建立在适当的文化产业化上。适当的文化产业化，会成为品牌营销的强大推动力。

通过社会企业、公共机构的运作，不但让居民有经济回报，还教会他们对未来有更为长远的打算，经济回报加速了整个循环的运转。这样的正向循环也是我们所期望看到的。

### 第三节 社会角度

社会企业在做公益上有着非常大的优势，其萌芽的状态给我们带来太多的不确定性。Shokay 与 CHIMMUWA 原初的目标并非保存手工艺，只是因为机缘巧合，发现当地居民有手工艺技术、优质原材料这样的闪光点，在运用个人的智慧、及社会资本，为当地的居民带来工作机会与经济收入。

国际上社会企业的案例不计其数，其保护对象有身心障碍人士、第三世界国家的居民、印度的妇女，并未局限于保护手工艺这一条目。

但这些保护对象的共同点是，由于战争、风俗、偏见、意外等各种原因他们并未得到他们应有的权利与地位。政府并没有办法一一帮助这样的小群体，国际慈善组织也无法深入到所有地区。

商业社会的旧有企业模式并不适合社会企业的运作，应该采用从需要出发的解决模式。商业社会里许多手工艺被利用，为了决策者的目的——可能是政治目的、也可能是金钱目的——被使用者高高捧起，离民众越来越远。与此同时，在他们批量生产的工厂里，更多的劳动者被压榨。社会企业则是从体会工艺之美、结合人道主义思想，从平等尊重的前提出发，透过故事包装来引起消费者的注意。

我们可以赞美那些手工艺者中的佼佼者，他们保存了最精湛的手工艺，但是就广大意义而言，被保护的只是少数手工艺者。而社会企业则可以帮助一个区域的从事手工艺的人，并让她们因为自己拥有的手工艺而骄傲。如本文所提到的：Shokay 案例中的藏民与崇明岛的妇女、CHIMMUWA 中的在泰缅边境的妇女，无用案例中的中国西南偏远山区中的少数民族妇女……

也正因为这些品牌，为我们摆正了手工艺的位置、凸显了手工艺的精神价值。诚然，技艺在技法上有精湛与否，但在品类上绝无贵贱之分。Shokay 的手工织品上说明这件商品编织者背景的标签，就将手工艺者与消费者放在一个平等的位置，如我们通常会珍惜亲友亲自制作的礼品一样，手工艺品不再仅仅是一副手套、一个枕头或一条围巾，它还是一个陌生人的生活故事。这样一种链接，消费者手中之物，与这物品的纺纱者、织布者的生活、情感联系在一起，它不再是一件独立意义的商品，它背后的故事会给消费者带来心灵的感受。消费者了解后，定然会心存感激、珍惜手里的物件。物品离开了商品的位置，在与人的沟通中，得到了新的地位。精心制作之物与一

个懂得惜物的主人，让物与人的关系达到了物我合一最高的境界。民众对工艺品的心态的改变，在消费行为上体现出来，这是手工艺得以保存的未来理想社会之构想。

### 本章小结

文化、经济、社会从来不是孤立存在的，而是动态循环变化。每个区域所拥有的文化不同、经济现状也不同，这些社会企业案例都是通过经济入手，通过解决当地居民的经济状况，进一步解决该地区其他的问题。解决手工艺的存有，必须解决社会大环境的问题，应通过文化、经济、社会的多种问题的共同解决，才有机会处理好这个动态的环境。但本文提到的案例仅供参考，为改变未来社会现状提供一个设想。但综合以上案例，有真切帮助当地居民之心是共通的——只有发自内心的尊重与热爱，真正静下心来，帮助手工艺者摆脱生活窘境，帮助手工艺者拾回造物者的自尊，才能完成手工艺的传承。

## 结 论

手工艺是人类造物的文化的一种，其本质在服装上得到了体现。服装手工艺与服装的历史相辅相成，以造型和技艺为手段，以身口相传为延续，反映一个时代、一个民族、一个社会的服饰生产和生活方式的特征。手工与艺相伴着人类的生活方式、审美情趣、生活寄托等而存在，也正是这种与人类生活紧密相连的技能，造就了手工艺所具有的特别的文化内涵。“龙凤旗袍”作为非物质文化保存的典范有着重要的存在价值，只是运营这个品牌的企业模式较为陈旧，该品牌也欠缺设计类人才，使得精湛的技术无法得到最充分的发挥。“东北虎”则是利用非物质文化遗产的名号，大肆行销自己的品牌。此类品牌的产生，侧面反映了中国人的“服饰焦虑”与“品牌焦虑”，就“东北虎”传递的文化内涵而言，尚未有欠缺。“上下”是目前中国品牌找到属于自己的文化方向的最好体现，手工艺品在设计上也有着极高的审美情趣，值得未来的中国高端服装品牌进行参考。

马可的“无用”便是从社会企业角度做“中国的衣服”，虽然是一个小团队，但是展现了丰富的文化内涵。她为当代社会里人与物、环境的关系重新定义，拾回传统里“惜物”的概念。Shokay 相较另外两个品牌更为商业化，但是他连结了东部与西部两个经济不发达的区域，并将利润投入藏区建设值得思考。CHIMMUWA 的建立原因是“到他们身边去”——直接接触需要帮助的人群，只是恰好找到了当地妇女在手工艺上的优势，继而引发创立 CHIMMUWA 的念头。

过于大型的商业机构不具有中小型企业的灵活性，在政策的制定及运作上过于迟缓，而需要帮助的地区、需要保护的手工艺的问题不尽相同，无法套用同一个模式。且旧经济时代的大公司多为营利性机构，在公益方面的实践更弱一些。社会企业以解决社会问题为宗旨，故更有可能去完成传承手工艺的工作，也是社会企业的优势所在。

我们不难看出，在实际解决中国经济不发达地区的经济问题及手工艺保存问题上，中小型社会企业将会是目前最好的解决办法。政府只要在政策上适当予以倾斜，它们定能发挥出巨大的能量。

公共机构在保存手工艺角度上，对民俗博物馆的讨论非常多，但是笔者认为民俗

博物馆并不是当务之急。目前最急切的应该是对艺文展览主题的选择上，博物馆特展应多考虑手工艺主题。国立台湾博物馆《彩虹与蜻蜓—泰雅服饰与排湾琉璃珠的对话特展》便是一个在选择展览主题及收藏当代手工艺师的作品的成功案例。每个城市掌握文化话语权的博物馆应对手工艺相关艺文活动给予支持，在条件许可的前提下尽量多典藏手工艺者优秀的手工艺品，使博物馆的艺文展览成为保护手工艺的助力。

本文期望通过社会企业与博物馆的共同协作，从经济上改变手工艺者、文化上改变存在广大潜在消费者的民众。手工艺者在经济回馈后，也能受到良好教育的良性社会循环的产生，这便是笔者对手工艺在当代传承的社会环境之期望。

## 参考文献

1. 吴昊, 中国妇女服饰与身体革命, 1911-1935[M], 东方出版中心, 2008.
2. 张小虹, 帝国的新衣[J], 台湾社会研究, 2006 (64): P57-105.
3. 柳宗悦(著), 徐艺乙(译), 工艺文化 [M]. 中国轻工业出版社, 1991.
4. 柳宗悦, 石建中, 张鲁, 民艺四十年[M], 广西师范大学出版社, 2011.
5. 张天逸, 浅谈高级成衣中的“新”手工艺, 东方青年教师, 2011, P29-P31
6. 张霄, 手工艺振兴之路, 艺术理论, 2009.05, P192
7. 邹卫, 中国传统服饰手工艺的文化价值, 艺术百家, 2012.07, P471-P472
8. 袁仄, 胡月, 百年衣裳:20世纪中国服装流变[M], 生活读书新知三联书店, 2010
9. 周星, 中山装·旗袍·新唐装——近一个世纪以来中国人有关“民族服装”的社会文化实践, 中国民族学学会 2004 年年会, 2004-11-27
10. 吴昊, 中国妇女服饰与身体革命 1911-1935[M], 东方出版中心, 2008.
11. 胡潇, 民间艺术的文化寻绎[M], 湖南美术出版社, 1994
12. 邓启耀, 民族服饰:一种文化符号中国西南少数民族服饰文化[M], 云南人民出版社, 1991
13. 王诤, 典型服饰中的政治文化学, 新闻爱好者(上半月), 2011年5期
14. 谢国兴, 1949年前后来台的上海商人, 台湾史研究, 第十五卷第一期, P131-172
15. 许大海, 从表象到本义:“非物质文化遗产”视角下民间手工艺文化价值探析, 学术论坛, 2010年第10期, P158-P161
16. 旗丽时代:她们的故事[M], 辅仁大学织品服装系所中华服饰文化中心, 2013
17. 庄立新, “海派旗袍”造型与结构的变迁, 丝绸, 2008,09, P50-P52
18. 马艳, 张竞琼, 海派旗袍对现代服装设计的启示, 丝绸, 2010.03, P49-P52
19. 董慧, 上海商业服装老字号品牌活化研究, 东华大学硕士学位论文, 2008年
20. 郭锐, 探析旗袍元素符号化语义, 南宁职业技术学院学报, 2012年第17卷, P24-P26
21. 唐勇, 从女性意识角度看旗袍的兴衰, 华南师范大学学报(社会科学版)2007(2)

22. 陈佳, 张志峰设计华服的文化精髓之探析, 软件(教育现代化)(电子版)2013年7期
23. 俞跃, 赵明, 中国传统旗袍工艺与造型的关联性探析, 丝绸, 2013年第5期, P24-P27
24. 陈妍颖, 从符号价值角度解读中国奢侈品品牌塑造, 南京师范大学硕士学位论文2011
25. 冯喜雪, 张志峰——中国奢侈品第一人, 中国新时代, 2009年1期
26. 陈伟东, 尹浩, 合力与互补: 英国社会企业发展动力机制研究, 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2014.05, P23-P28
27. 郑胜分, 社会企业的概念分析, 政策研究学报第七期, P65-107
28. 余晓敏, 张强, 赖佐夫, 国际比较视野下的中国社会企业, 经济社会体制比较(双月刊), 2011年第1期, P157-P165
29. 徐晓新, 张秀兰, 余晓敏, 公益类事业单位改革: 来自社会企业的启示, 北京师范大学学报(社会科学版), 2013年第5期(总第239期), P107-P114
30. 张凌云, 马可因“例外”而“无用”, 新西部(上旬刊), 2013年5期
31. 法国文化政策: 从法国大革命至今的文化艺术体制 L' Art et ses institutions en France, de la Revolution a nos , 作者: 杰郝德莫里耶, 译/陈丽如, 出版社: 五观, 2004
32. 刘俊裕主编, 全球都市文化治理与文化策略, 巨流, 2013
33. 陈国宁, 博物馆角色的转变与专业人才培养, 中国博物馆, 2006年3期
34. 徐艺乙, 民俗博物馆的建设及其意义, 神州民俗, 2011, P4-P8
35. 单霁翔, 民俗博物馆建设与非物质文化遗产保护, 民俗研究, 2014, P47-P54
36. 杨帆, 李健, 民俗博物馆在传承地方民俗文化中的作用——以烟台民俗博物馆为例, 博物馆研究, 2014年第3期, P31-P34
37. 袁少华, 浅谈中国民俗博物馆的产业化策略, 现代商业, 2010, P137
38. 马素芳, 浅议民俗博物馆在我国的发展, 丝绸之路, 2011年第14期, P104-P105
39. 王小洁, 试论民办博物馆发展与博物馆群建设的关系, 中国博物馆, 2014年第2期
40. 陈朗, 再生产, 中国当代工艺美术发展的未来之路——记“再生产——中国当代工艺美术学术论坛”, 艺术设计研究, 2014年, P90-P93

41. 徐艺乙, 工艺美术的发展当与时代相适应, 美术观察, 2011 年第 6 期, P12-P13
42. 陆琼, 博物馆与传承和保护传统手工艺, 中国博物馆, 2003 年第 1 期, P56-P62
43. 臧晴, 建国以来江苏手工艺经济发展研究 (1949—2010), 南京艺术学院 2012, 02
44. 刘康, 论博物馆在非物质文化遗产保护中的作用, 中原文物, 2007 年第 5 期, P108-P110
45. 单霁翔, 民俗文化遗产保护、传承与民俗博物馆建设, 民俗研究, 2013 年第 4 期, P81-P88
46. 吴洪, 设计之都建设与文化策略, 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2010 年第 27 卷, P150
47. 徐艺乙, 非物质文化遗产的传承与高等教育的使命, 徐州工程学院学报 (社会科学版), 2010.01, P67-P70
48. 约翰内斯维纳格 崔之进, 理想中的博物馆——历史与视野, 东南大学学报 (哲学社会科学版), 2012 年 4 期
49. 武贞, 博物馆临时展览与策展人, 博物馆研究, 2013 年, 第 222 期 (总第 122 期) P36-40
50. 陆琼, 博物馆与传承和保护传统手工艺, 中国博物馆, 2003
51. 刘守柔, 作为塑造社会力量的博物馆展览——美国若干博物馆展览的案例观察, 中国博物馆, 2012 年 04 期, P93-97

## 攻读学位期间本人出版或公开发表的论著、论文

- 1、2014 为人造物在服装设计中的运用[J]; 艺术品鉴; 2014 年 11 期
- 2、2015 服装工业制板（第二版），东华大学出版社，2015 年 1 月

## 附 录

## 部分品牌年录

## NE· TIGER

1982年	开始创业
1992年	在国家工商局注册商标为“东北虎”，企业之后在西班牙马德里 Madrid 国际注册商标中英文“ NE· TIGER 东北虎”，同时“ NE· TIGER” 商标已通过《商标国际注册马德里协定》（Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks）在多国进行了国际注册。
1997年	迅速占领奢侈品皮草的产业链高端，并成为中国第一皮草品牌。
1999年	大连“千禧”发布会，第一次把中国的皮草发布推向全球。
2000年	获得中国唯一皮草行业中国消费者协会“诚信单位”荣誉称号。
2001年	推出“虎啸京华”东北虎皮草之夜；正式将总部定在北京。
2002年	推出中国国际时装周——开幕式暨“花开四季”东北虎皮草之夜；同年发布东北虎皮草 2002/2003 国际皮草流行趋势。
2003年	推出“名媛”高级晚礼服系列 ——中国第一个高级定制晚礼服系列，开创了中国晚礼服元年；NE· TIGER 中国形象店成功入驻王府井东方新天地首层。
2004年	NE· TIGER 挥师上海；同年推出“豹”系列高级晚装发布会。
2005年	NE· TIGER 以“爱”为名，推出品牌的第一个高级婚礼服系列，并率先在国内倡导将婚礼服作爱的永恒纪念。
2006年	提出了《中国奢侈品复兴与新兴宣言》并推出了中国第一个高级定制重视婚礼服“凤”系列，开创性地运用了“寸锦寸金”的云锦、四大名绣等手工绝艺，借宿了中国没有自主品牌高级定制婚礼服的历史。
2007年	推出“锦绣国色 华夏礼服”高级定制华服系列。
2008年	推出“国色天香 华服大典”高级华服系列，使几近失传的具有四千余年历史的“织中之圣” ——缂丝，在发布会上熠熠生辉。
2009年	推出“蝶扇 缘”高级定制华服系列 --结绳技艺，并在发布会上首次推出华服男装，实现了品牌史上又一次开创。
2010年	4月“鸾凤双栖牡丹”缂丝华服得到首都博物馆永久珍藏； 10月“天干地支”华服系列，羌绣技术。
2011年	助力国家形象大片拍摄宋祖英、章子怡等明星穿着 NE· TIGER 华服出镜。10月“唐风”高级定制发布会，拉开上海时装周序幕。
2011年	10月25日“唐 境”发布会。
2011年	NE· TIGER 举办中国文化书院、三智道商文化书院协办的“返本开新 ——中华文明与中国华服”论坛在京举办，国学大师们对“中国华服”的渊源及传承进行了梳理。
2012年	9月意大利“米兰中意时尚峰会”； 10月“华宋”高级定制华服发布会。
2013年	助力“沙特杰纳第利亚遗产文化节”中国主宾国活动； 5月亮相 2013 德国·中国文化节； 10月 2014“大元”发布会； 11月 NE· TIGER 北京侨福芳草地艺术形象店及“拾艺”生活馆开幕。
2013年	12月 NE· TIGER 华服亮相俄罗斯“超越历史和物质 --中国当代丝绸艺术展”。

## 上 下

2008 年	创立于巴黎。
2010 年 9 月 16 日	入驻上海淮海中路（中国第一家）。
2013 年 9 月	「上下」巴黎零售空间开幕。
2013 年 12 月 28 日	「上下」第四家零售空间在上海虹桥机场T2 航站楼正式营运（巴黎、北京、上海淮海路、上海虹桥机场 共四家）。
2014 年 2 月 13 日	卢浮宫一侧的巴黎装饰艺术博物馆 Les Arts Décoratifs，是法国重要的艺术与设计博物馆。展出“中国装饰艺术”展：展品从商朝青铜器、汉代陶器，到明清两代的家具、皇家器皿与服饰，直至中国当代顶级手工艺作品。
2014 年 10 月 18 日	「上下」之家 开幕。同时间，「上下」策展的“中法手工艺极致对话”展，也在新天地揭幕。

## 无 用

2006 年	创立无用。
2007 年 2 月 25 日	无用《土地》首次亮相巴黎时装周，引起了国际时装界与艺术界的广泛关注。
2008 年 7 月	无用《奢侈的清贫》第二次在巴黎高级时装周上发布了新品发布，并在伦敦 V&A 博物馆、巴黎小皇宫画廊展出。 同年，“无用之土地”系列获得克劳斯王子基金奖，并获邀于荷兰阿姆斯特丹展示该系列作品。
2010 年	“无用之土地”系列作品，入选“国际年度设计大奖”。

## SHOKAY

2006 年	SHOKAY 项目获得《哈佛商学院》年度创业大赛社会企业组冠军。公司成立。
2008 年	6 月 15 日 SHOKAY 在中国的第一家旗舰店隆重开幕。地址位于上海泰康路 274 弄 9 号，上海著名文化地标“田子坊”内。
2009 年	创始人乔琬珊获得美国社会企业《Echoing Green 院士》的称号。
2010 年	创始人获选 Cartier 灵思涌动创业大赛，亚洲区女性创业家[7] SHOKAY 在黑马河组织了妇女健康培训和提供了 300 余人的藏医义诊服务。
2012 年	公司创始人乔琬珊参加 2012 年福布斯杂志中国的 30 名 30 岁以下创业者评选。 公司第二次在黑马河组织了妇女健康培训和义诊服务。
2013 年	SHOKAY 进驻上海国际时尚教育中心，旨在更好地提供牦牛绒最新研发和生产资讯，促进与设计师以及国际买家经销商的交流。 SHOKAY 正式进驻天猫旗舰店。上架货品包括 SHOKAY' s Classics Collection 披肩、项圈、头巾、手套等新品。 参加东方卫视《天使爱上谁》节目，SHOKAY 获得季度总冠军和《最具成长性奖》。 SHOKAY 创始人乔琬珊获得上海市青年高端人才，一等奖。

## 图片来源

序号	来源
图 1-1	<a href="http://www.lf1936.com/index.php/jdqp/show/jid/50.html">http://www.lf1936.com/index.php/jdqp/show/jid/50.html</a>
图 2-1	笔者自行拍摄
图 2-2	<a href="http://www.lf1936.com/index.php/jdqp/show/jid/50.html">http://www.lf1936.com/index.php/jdqp/show/jid/50.html</a>
图 2-3	Ne Tiger 官网
图 2-4	<a href="http://fashion.ifeng.com/777/200807/0731_1740_687012_2.shtml">http://fashion.ifeng.com/777/200807/0731_1740_687012_2.shtml</a>
图 2-5	<a href="http://www.shang-xia.com/">http://www.shang-xia.com/</a>
图 2-6	<a href="http://www.shang-xia.com/">http://www.shang-xia.com/</a>
图 2-7	<a href="http://www.shang-xia.com/">http://www.shang-xia.com/</a>
图 2-8	<a href="http://www.shang-xia.com/">http://www.shang-xia.com/</a>
图 3-1	<a href="http://designboom.com/cms/images/anita02/make02.jpg">http://designboom.com/cms/images/anita02/make02.jpg</a>
图 3-2	<a href="http://attachment.jmw.com.cn/uploadfile/2013/0329/20130329092858575.jpg">http://attachment.jmw.com.cn/uploadfile/2013/0329/20130329092858575.jpg</a>
图 3-3	<a href="http://cdn04.pinkoi.com/pinkoi.site/space.gif">http://cdn04.pinkoi.com/pinkoi.site/space.gif</a>
图 3-4	<a href="https://www.flyingv.cc/project/4674">https://www.flyingv.cc/project/4674</a>
图 3-5	<a href="http://www.shokay.com">www.shokay.com</a>
图 3-6	<a href="http://www.shokay.com/shop/women/hats.html">http://www.shokay.com/shop/women/hats.html</a> shokay 帽子
图 3-7	<a href="http://www.shokay.com">www.shokay.com</a>
图 3-8	<a href="http://norlha.fr/">http://norlha.fr/</a>
图 3-9	<a href="http://norlha.fr/">http://norlha.fr/</a>
图 4-1	<a href="https://c2.staticflickr.com/4/3947/15524356271_7b4255dbcc_b.jpg">https://c2.staticflickr.com/4/3947/15524356271_7b4255dbcc_b.jpg</a>
图 4-2	笔者自行拍摄
图 4-3	笔者自行拍摄
图 4-4	<a href="http://www.trade-114.cn/html-13/news-127849308830036-1.html">http://www.trade-114.cn/html-13/news-127849308830036-1.html</a>
图 4-5	<a href="http://www.trade-114.cn/html-13/news-127849308830036-1.html">http://www.trade-114.cn/html-13/news-127849308830036-1.html</a>

## 网络文章

1. 制作最纯正的旗袍解读上海龙凤中式服装有限公司旗袍技艺-纺织服装周刊, (2014年第41期) (电子杂志)  
[http://www.183read.com/preview/article\\_314781.html](http://www.183read.com/preview/article_314781.html)
2. 《“上下”——爱马仕的中国元素\_业内新闻\_珠宝之家》  
<http://www.525zb.com/Channel/content/2012/201203/>
3. 《无用之用：马可的设计唤醒了谁-纺织服装周刊(2014年9月第35期) 电子杂志》 [http://read.11185.cn/preview/article\\_281614.html](http://read.11185.cn/preview/article_281614.html)
4. 《马可：彭丽媛的设计师如何衣以载道\_共识网》  
<http://www.21ccom.net/articles/culture/wenyi>
5. 《無用大事記 | 無用之土地》2014-10-25 無用珠海无用文化创意有限公司  
[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=1&sn=98ba3bac8249fdc38cb0f4a26029958d#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=1&sn=98ba3bac8249fdc38cb0f4a26029958d#rd)
6. 《紀錄片〈無用〉》2014-10-25 無用珠海无用文化创意有限公司  
[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=2&sn=be11e74c39b7222b15766c458742b7ee#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=2&sn=be11e74c39b7222b15766c458742b7ee#rd)
7. 《無用之「奢侈的清貧」》2014-10-25 無用珠海无用文化创意有限公司  
[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=3&sn=4334f693a190bb4893dbf2f5ecb0e9c5#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=3&sn=4334f693a190bb4893dbf2f5ecb0e9c5#rd)
8. 《無用之「吾土吾民」》2014-10-25 無用珠海无用文化创意有限公司  
[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=4&sn=6c03647ed0ee1d7552f8ea3df2028e6f#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5OTgzNTYyMQ==&mid=200811635&idx=4&sn=6c03647ed0ee1d7552f8ea3df2028e6f#rd)
9. 《彭丽媛选了这样的设计师》2014-11-12 晶彩形象  
[http://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzA5MzA2MTIzNg==&mid=200873604&idx=2&sn=a33cbb0f50c76a0d9f0214ff3fd55225&scene=2&from=timeline&isappinstalled=0#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5MzA2MTIzNg==&mid=200873604&idx=2&sn=a33cbb0f50c76a0d9f0214ff3fd55225&scene=2&from=timeline&isappinstalled=0#rd)
10. 《行业新闻-Shokay 转废为金 编织时尚牦牛绒-南都公益基金会》  
<http://www.naradafoundation.org/content/875>
11. 《行业新闻-Shokay 转废为金 编织时尚牦牛绒-南都公益基金会》

- <http://www.naradafoundation.org/content/875>
12. 《“另一种温暖”2014年例外牦牛绒系列 - 观点 - 观潮网 - Fashion Trend Digest - 观潮, 观时尚潮流》 [http://www.fashiontrenddigest.com/digest\\_fn.asp?ID...](http://www.fashiontrenddigest.com/digest_fn.asp?ID...)
  13. 《企业社会责任的迷思\_公益慈善论坛-爱微帮》  
<http://www.aiweibang.com/yuedu/qita/676989.html>
  14. 《哈佛女孩的扶贫实践 Shokay 牦牛绒的品牌创造-读天下（2014年10月第10期）电子杂志》 [http://www.183read.com/preview/article\\_285421.html](http://www.183read.com/preview/article_285421.html)
  15. 《彩虹与蜻蜓 原民跨时空对话 - 中时电子报》  
<http://www.chinatimes.com/newspapers/>
  16. 《泰雅服饰与排湾琉璃珠 原民南北传统工艺对话》  
<http://www.tibet3.com/tuku/2012-11/22/>

## 致 谢

岁月如梭，三年的研究生生活即将结束。行文至此，感慨万千。在苏州大学求学的七年，是我人生中一段重要的经历。

感谢我的母校苏州大学给我两次去台湾交换的机会，感谢这美丽的岛屿、感谢国立台湾艺术大学、国立东华大学的教授们，带给了我许多学术思考，也教会了我人生哲理，让我甚是感动。

感谢我的导师李正教授对我三年来学业、生活、做人等多方面的指点、感谢艺术学院沈爱凤老师为我艺术史学习之路上指点迷津、感谢李超德教授带给我开阔的知识面、感谢李旻老师在工作上对我的教导、感谢苏州大学艺术学院给予我接触如此之多的名师的机会……学贵得师，这些优秀的教授们为我接下来的人生之路树立了学习的榜样。在论文的撰写过程中，感谢我的父母给我的支持、我的学妹们给我的帮助，也感谢同门之间的互相学习。这三年结识的挚友，是我人生中最大的一笔财富。只怨寥寥数语无法倾尽感激之情。

最后，衷心感谢在百忙中抽出宝贵时间对本文进行评阅的专家和学者。在这里，再次向曾经关心、教导、帮助过我的所有老师、同学和朋友们致以最衷心的感谢！