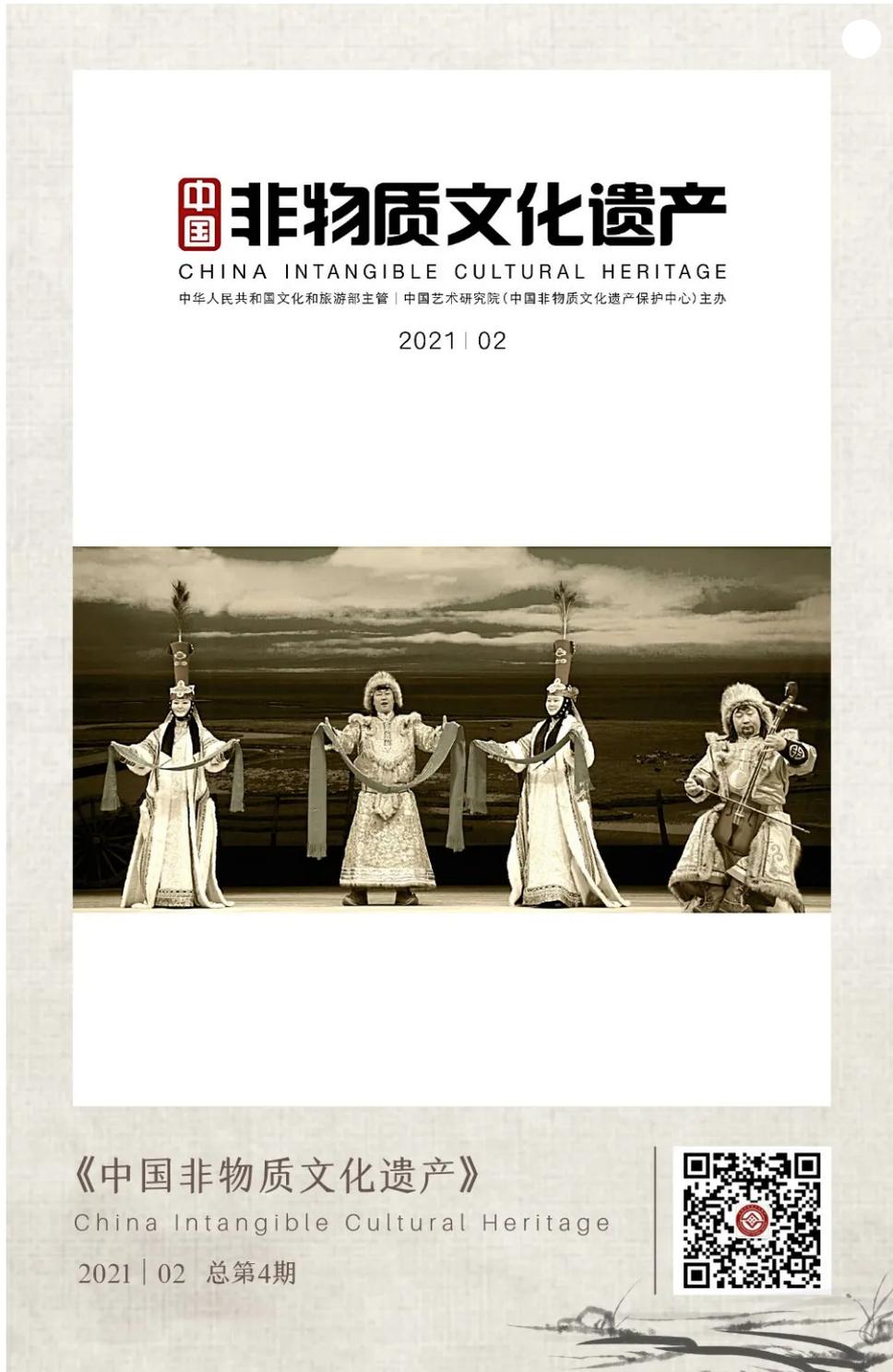


# 张朵朵 [英] 尼克·布莱恩·金斯 | 数字化平台助力手工艺非遗传承的中英案例研究

中国非物质文化遗产 2021-07-26 09:42 北京



△ 点击封面图片进入订阅链接 △



## 数字化平台助力手工艺非遗传承 的中英案例研究

【摘要】当今社会，数字化技术极大程度地影响和改变着手工艺人的日常生活方式和工作方式，数字化工具和数字化平台极大程度地介入和渗透在手工艺生产至销售的全部环节中。中英两国的数字化技术应用，在学习技能、辅助制作、互动交流、商业机会、交易模式和支付渠道等方面有相似之处，同时，由于文化传统和社会政策环境不同而各有差异。在数字化时代，传统手工艺类非物质文化遗产的传承和保护面临新的挑战与机遇。中英两国在此领域的发展经验，有助于探索新时代数字技术背景下优秀传统文化传承和创造性转化的途径。

【关键词】数字化平台；手工艺；非遗

### 前言



为深入了解数字化平台在手工艺环节中的真实使用情况，研究团队分别走访了中英两国手工艺领域的利益相关者，进行了深度沉浸式调研（Researcher immersion）。本文节选了五个案例，对数据进行了结构化分析，分类总结了不同手工艺人使用数字化平台、工作室情况、个人故事以及主要手工艺活动，并通过工作照片、文字记录、手工艺旅程图、数字化技术接触点示意图（限于篇幅，部分图略），直观呈现手工艺产品创意阶段至销售阶段全流程中的数字化平台介入情况。

根据《2009年联合国教科文组织文化统计框架》的阐释，手工艺品生产者不但设计、制造产品，还展览或销售产品，因此，手工艺品生产者可能会在文化生产圈中同时扮演好几种角色；其界定的“文化周期”包括五个阶段，即创造、生产、传播、展览/接受/传递、消费/参与的循环模型<sup>①</sup>。

#### 一、英国数字化平台案例

英国的沉浸式研究对象主要包括两家手工艺公司，分别为汉德·洛克公司（Hand & Lock）、泰蒂·德文公司（Tatty Devine），三位个体手工艺人，分别为布里奇特·贝利（Bridget Bailey）、玛丽亚·西格玛（Maria Sigma）、伊丽莎白·伦顿（Elizabeth

Renton)。根据表1所列的关键信息分析，数字化平台已广泛应用于汉德刺绣以及泰蒂首饰产品生产销售的全流程中。作为个体手工艺者，玛丽亚·西格玛是使用数字软件制作手工艺品的代表性年轻手工艺人。手工艺品的呈现环节中，玛丽亚使用Photoshop<sup>②</sup>（本文简称为PS）和Illustrator<sup>③</sup>（本文简称为AI）等多种数字软件，手工艺品的制作环节则使用了计算机辅助织机以及数字纺织软件等数字化技术和设备；手工艺品的推广环节使用了个人网站、实时通讯（Newsletter）以及照片墙（Instagram）等多种数字化技术。由此可见，数字化平台极大程度地渗透在手工艺生产至销售的全部环节中。表1归类总结了英国案例在创意设计、生产制作、传播推广和消费交易阶段数字化平台的使用情况。

表1 英国手工艺生产流程中的数字化平台使用情况一览

案例	创意设计阶段	生产制作阶段	传播推广阶段	消费交易阶段
汉德·洛克刺绣品牌	数字设计软件AI等	数字刺绣机器、Wilcom 刺绣软件	线上店铺 脸书和照片墙社交媒体用于推广和销售	网站和邮箱用于和顾客协同设计
泰蒂·德文首饰品牌	数字设计软件如AI等	激光切割机	线上店铺 脸书和照片墙社交媒体用于推广和销售	私人定制首饰名称（线上以及实体店）
布里奇特·贝利	平板电脑拍摄照片、记录灵感	无	网站 脸书和照片墙社交媒体用于推广和销售	无
玛丽亚·西格玛	数字设计软件例如AI、PS等	电脑辅助织机、相关纺织软件、用于处理图片和设计的电脑和网络	网站 实时通讯 脸书和照片墙社交媒体用于推广和销售	邮件用于沟通客户的委托和需求
伊丽莎白·伦顿	无	数字化电窑、用优兔（Youtube）学习技能	网站 照片墙用于推广和销售手机和电脑用于手工艺活动，例如申办展览	无

### （一）五百年历史的手工刺绣品牌：汉德·洛克刺绣

汉德刺绣拥有250年为皇室、军队和时尚公司（包括迪奥、爱马仕以及路易·威登）装饰、刺绣衣物的经验。品牌的主要服务范围包括：字母提花刺绣、刺绣快闪活动、婚礼刺绣、金饰设计、仪式刺绣，及机器刺绣、室内刺绣、旗帜和横幅制作、刺绣定制服务等。汉德刺绣提供了传统手工艺和现代数字刺绣结合的服务。研究“生产—销售”流程中的关键数字化技术接触点时发现：数字化技术及软件可以辅助品牌方案展示，并极大地提高产品生产效率和有效降低错误率。数字化社交媒体提高产品销量的同时，为品牌吸引更多关注。比如，汉德品牌官方网站为手工艺品带来了大量销售额增量，而社交媒体为汉德刺绣吸引了更广泛的客户群体，助力其品牌知名度提升。

## (二) 数字化融合手工首饰品牌：泰蒂·德文首饰

泰蒂·德文是1999年由哈里特 (Harriet) 和路易斯 (Rosie) 在东伦敦中心创立的原创个性首饰品牌，创立之初他们就迅速获得支持者的热情追捧。该品牌的设计和制作团队包含10位首饰艺术爱好者，主要使用了激光切割技术进行制作。泰蒂·德文积极和艺术家、设计师、慈善机构以及文化中心开展合作，主要通过照片墙和脸书等社交媒体平台推广品牌首饰，并和网络上的各国粉丝进行互动。它是首个使用激光切割技术制作姓氏首饰的品牌。它独创的字体设计区别于其他品牌。该品牌的所有首饰均由哈里特设计并手工绘制，然后再由设计助理进行数字化处理并制作样品。数字软件的使用在品牌设计过程中不可或缺。社交媒体和实时通讯是品牌向40000名订阅者推广产品的主要方式。它利用所有主流社交媒体作为推广渠道，并根据不同平台的特点发布内容以吸引更多受众。近期，它又拓展出分享和改良产品有效渠道的播客。

## (三) 纺织艺术家布里奇特·贝利

布里奇特·贝利是一位制帽和纺织概念艺术家，主要从事制帽、珠宝首饰及艺术创作等领域。布里奇特曾为迈宝瑞 (Mulberry)、萨克斯第五大道精品百货店 (Saks Fifth Avenue) 以及维多利亚和艾伯特博物馆 (V&A) 等客户设计了系列产品，并在一些知名度较高的展会上展出，比如皇家艺术学院举办的“杰出的手艺人 (Crafted Makers of the Exceptional)”展览。此外，她在伦敦的工作室和国外均开设了制帽和纺织技巧的课堂。在日常手工艺活动和交流中她主要使用iPad、互联网以及社交媒体等。她在日常生活中发现灵感时，会使用iPad来拍摄照片。照片墙和脸书等社交媒体可以帮助她推广销售手工艺产品。布里奇特在照片墙平台上使用不同的发布策略，例如分享手工艺作品、制作过程、日常生活（与她的“粉丝”共进早餐）。她还会使用iMovie一类的数字软件剪辑视频。这些方式有效地推广了作品并吸引了更多的学习和爱好者。

## (四) 追求“零废弃”的年轻手工纺织艺人玛丽亚·西格玛

玛丽亚在伦敦创立了玛丽亚·西格玛纺织品牌，主要制作“零废弃”的手工家装纺织品。作为创始人的她对纺织十分热爱，她从希腊前往伦敦切尔西艺术设计学院完成纺织品设计学位。2017年，玛丽亚获得了王子信托基金和维珍 (Virgin) 创业计划的投资支持。通过基金项目的资助和扶持，她在东伦敦的工作室里配备了新的落地式织机，且织机内嵌计算式纺织软件。玛丽亚工作室的产品制作流程当中常使用计算机辅助织机、电脑以及网站、社交媒体等数字软件。尽管玛丽亚品牌的纺织品需要手工制作完成，但数字化技术平台为其生产的完善提供了重要支持。

## (五) 陶瓷艺术家伊丽莎白·伦顿

伊丽莎白是一位在伦敦西区生活和工作的陶瓷艺术家。她从教师转行选择成为陶瓷艺术家，她的作品涵盖了工业产品、建筑以及手工文化领域。她的自我管理能力极强，制定了固定且规律的工作时间。她在手工艺生产活动中主要使用了数字化电窑、社交媒体（照片墙、推特、优兔）以及银行卡读卡器等数字化平台，而且近期还准备开设线上店铺。她对待数字化技术始终保持开放的心态，有着学习和探索数字化技术的强烈意愿。

## 二 中国数字化平台案例



研究团队选定的中国案例分别为：实地调研的五个手工艺工作室（李艳刺绣艺术工作室、大西皮具工作室、蓝顶研木社、塔塔拉花瑶文创工作室、上海大学首饰金工艺术工作室）和线上调研的湘绣直播挑战赛。研究发现，六个案例中的数字软件和数字化生产在手工艺活动中的应用十分普遍。

线上社交媒体和电商贸易帮助了中国手工艺人发展和推广自身的手工艺品牌，其中典型的是湘绣研究所举办的线上刺绣技艺比赛，该比赛展现了数字化平台，尤其是在线直播平台如何应用于手工艺推广的全流程。线上直播的方式面向更广泛的观众群体推广手工艺，为手工艺人创造了新的商业机会。表2为中国手工艺数字化平台的五个案例，从中可见在文化周期涉及各个阶段数字化技术的使用情况。

表2 中国手工艺生产流程中的数字化平台使用情况一览

案例名称	创意设计阶段	制作生产阶段	推广宣传阶段	消费购买阶段
李艳刺绣艺术工作室	创意设计阶段使用数字软件包括：AI、PS、AutoCAD	刺绣产品生产制作阶段使用了激光雕刻、数码扫描仪等数字化技术	线上店铺：淘宝、京东、微店 推广宣传：微信、抖音	提货阶段提供激光刻名字的服务
大西皮具工作室	创意设计阶段使用数字软件包括：AI、PS、AutoCAD	产品模具是由工厂使用数字设备制作完成的	线上店铺：淘宝、微店 推广宣传：微信、直播	无
蓝顶研木社	创意设计阶段使用数字软件包括：SketchUp、AI、PS	激光雕刻机、数控机床设备等	推广和销售：微信	无
湖南湘绣直播挑战赛	通过微信和网站招募选手	无	宣传与推广比赛：微信、网站、东家APP	无
塔塔拉文创工作室	数字绘画板、iPad、智能手机、PS	数码印刷机、激光刻字机	线上店铺：淘宝、微信 推广：微信	无

### (一) 湖南湘绣：李艳刺绣艺术工作室

李艳是中国工艺美术大师，湘绣非物质文化遗产代表性传承人。她创办的李艳刺绣艺

术工作室是集合了湘绣创新研发、工艺设计、保护传承、高级定制的专业工作室。工作室的产品均为纯手工制作，但是刺绣前所涉及的数字化设备有手绘板、平板电脑、手机、德国非接触式扫描仪。创意设计时会使用AI、PS以及AutoCAD等数字软件。定制服务会使用激光切割和数字扫描等数字化技术。推广阶段主要使用微信、抖音短视频等数字化平台。销售阶段，不仅使用淘宝电商平台作为销售渠道，还会和其他平台寻求合作，如京东的中国工艺美术（集团）公司官方旗舰店和中国工商银行的“工行易购”购物平台。

## （二）皮具手作体验的大西工作室

长沙的大西工作室创立于2015年，有六位正式员工，创始人洪大西毕业于中国美术学院建筑系，他也是戌时独立品牌的创始人及青年手艺人联盟成员。出于对手工皮具的热爱创办了工作室。工作室使用的数字化设备包括iPad、手机、电脑和相机。使用的多种数字软件有AutoCAD、PS、AI。数字软件会参与到手工前期流程中。设计师根据手绘草图使用图形图像软件绘制产品细节并标记产品的具体尺寸。产品推广阶段则主要使用淘宝直播电子商务平台。

## （三）沉浸式木作体验工坊蓝顶研木社

蓝顶研木社是位于长沙殷家冲创意社区的木工体验工作室。周力是蓝顶研木社的创始人和设计师，四名主要团队成员分别来自平面设计、建筑设计和工业设计几个设计类专业。工作室主要提供手工艺的课程体验服务，包括：木工体验，木制艺术展览和销售，皮革和花卉、编织艺术组合等学习课程。研木社目前使用的数字软件包括AutoCAD，Sketchup和PS。木制品制作阶段主要使用台锯、激光切割机、数控机床等设备。宣传推广阶段，则在微信、抖音等主流社交媒体平台上开设了账号，微信平台主要用于推送品牌相关文章和一些活动的组织，而抖音平台主要用于分享手作产品、木作生活以及木作学习教程的视频内容。此外，蓝顶研木社和长沙图书馆保持良好的合作关系，并通过长沙图书馆官方网站和公众号间接地进行宣传推广。

## （四）湘绣新媒体直播挑战赛

“国潮新势力·湖湘新秀场”湘绣新媒体直播挑战赛开办于2019年，由湖南省湘绣研究所主办。参赛选手在湘绣传承人的指导下主动参与非遗技艺实践，利用新媒体直播等创新手段，传播作为非遗代表性项目湘绣的工艺文化。湘绣比赛借助数字化平台让更多年轻人接触并了解“新国货”湘绣，使手工艺融入年轻人数字化日常生活的关注之中。挑战赛采用手机活态生动地直播比赛，每位参赛选手会使用电子商务平台“东家”，面向观众实时直播过程。比赛的创意设计阶段，参赛者主要使用手机拍照辅助创作、记录灵感。比赛中期阶

段，选手使用手机、相机记录和直播作品制作和比赛过程。此外，比赛主办方湘绣研究所还在其官方微信公众号上发布一系列比赛情况的推文。社交媒体软件是贯穿湘绣直播挑战赛全流程的重要渠道，增加了民众对湘绣的关注度。

### （五）致力本土民俗创新性转换的塔塔拉工作室

2016年，服装设计师谌鲲鹏和黄夏茵回到怀化市溆浦县龙潭镇老家，成立了塔塔拉花瑶文创工作室。塔塔拉以本土的民族民俗文化产品为资源进行创意研发，设计推出了花瑶风箱包、服装、布鞋、工艺品等年轻人十分热衷的特色产品。塔塔拉的图案设计过程在平板电脑和数字绘画板等数字化工具的辅助下完成，数字软件PS、AI主要用于产品包装以及衍生品的设计。创意衍生品的制作过程则使用了高精度数字印刷和热转印技术。推广宣传阶段，主要通过微信、淘宝和抖音平台。

## 三 中英数字化平台使用的共性与区别



通过中英手工艺数字化平台的比较，发现中英两国数字化技术应用有诸多相似之处，包括学习技能、辅助制作、互动交流、创造商业机会、创新交易模式以及提供支付渠道等。但由于中英文化传统和社会政策环境的不同，而各有特点和差异。基于线上和线下的个人、工作坊访谈调研、焦点小组以及沉浸式研究过程中获得的数据，以下从手工艺数字化平台的使用现状、存在问题、发展趋势及其提供的机遇几个方面来讨论其共性与区别。

### （一）现状比较

从数字化社交媒体到电商贸易、从线上学习平台到数字化软件和硬件设备，数字化平台如今已广泛应用于中英两国的手工艺传承，并在手工艺文化的推广中发挥重要作用。照片墙平台依托图片分享的便捷功能成为英国手艺人推广产品文化的主要渠道，而中国的微信平台则依托其互动、宣传、销售的综合功能帮助手艺人获得众多潜在的用户，亦作为中国手艺人推广产品文化的重要电子媒介渠道。

在数字设计软件的使用方面，中英两国案例显示目前数字软件大多在设计阶段和设计过程中使用，如PS、AI、AutoCAD。两方的差异在于，英国织绣师会通过数字软件Weavepoint连接计算机辅助织机，而中国的参与者尚未使用。该差异也反映出英国的手艺人除了手工技艺之外，与职业相关的数字化技术能力较强。

在手工艺宣传推广方面，新兴数字化平台（例如快手、抖音）成为中国手艺人吸引受众的常见方式，并且线上博物馆一类的数字化平台也应用于手工艺的保护和推广。英国手艺人则偏好使用传统个人网站、电子邮件和时事通讯，传统媒体（播客和广播）仍然是

部分英国手工艺人推广产品的宣传渠道，数字博物馆的推广方式在英国应用较少。

在手工艺产品的销售交易环节，中英两国的手工艺人都使用了数字电商平台，但两者使用的具体平台不同：“Esty”是英国流行的手工艺电商平台，而“东家”是中国较为知名的手工艺电商平台。而且，中英两国在支付渠道方面也存在差异：中国移动支付的普及让手工艺人可以通过微信或支付宝便捷快速地收款，而英国的部分手艺人则仍然依赖实体刷卡器完成支付。

此外，研究还发现：中国城乡数字化平台使用情况大体相似，但是英国仍然存在数字化平台使用的城乡地区差异。在中国，移动互联网和手机的普及在很大程度上促使农村手工艺人可以与城市手工艺人一样使用社交媒体来推广、销售手工艺产品。例如，花瑶手工艺人通过抖音分享手工制作过程，还有国家非物质文化遗产传承人奉堂妹使用微信来分享创作故事。然而，英国乡村地区互联网尚未普及，则限制了手艺人使用线上资源、拓展潜在客户和市场。值得注意的是，英国乡村和郊区工作室的数字化设备（如数字化电窑）的应用规模要大于城市工作室。

## （二）问题比较

数字化平台的使用中，中英手艺人面临着各种挑战和困难，比如技能掌握困难、渠道资源不足、线上运营困难以及知识产权保护等问题。调研发现的主要问题有：一些手艺人认为自身缺乏使用数字化工具、社交媒体和线上电商等数字化平台的能力，比如英国的参与者提出他们很难最大化利用数字化工具来创作手工艺产品，中国乡村手艺人认为自身缺乏数字化平台运营能力和缺乏社交平台上汇聚自身品牌的流量的能力。

中英手工艺数字化平台存在渠道获取难的问题。渠道指的是获取数字化资源和实体资源的途径。调研发现手艺人很难达到电商平台中规定的资质要求，并且需要缴纳定量费用才能获取入驻资格。由于中英两国经济水平和数字化技术基础建设发展的差异，中英两国的手艺人也面临着不同的渠道困难，比如英国的乡村地区缺乏连接互联网的渠道，并且线上支付的设置和操作困难，中国的参与者则提到难以接洽手工艺所涉零部件等生产商的渠道问题。

中英手工艺数字化平台还存在线上运营的问题。中英手艺人在运营社交媒体、吸引电商用户的过程中面临压力，英国参与者提到多平台运营十分困难，同时也很难精确衡量运营社交媒体所带来的总体成效。此外，线上运营问题和手工艺品实体特性息息相关，数字化平台不能提供实体的真实体验或直观传达手工艺品的手作魅力，手工艺的价值也只能倚重视听感受来感知。

知识产权保护亦是中英手艺人共同关注的问题之一。英国的汉德刺绣为防止抄袭所以不在线上展示设计图纸，中国的湘绣手艺人则为设计方案多次申请专利保护。尽管如此，大部分手工艺品专利仍属于外观专利，相比于技术专利来说更容易被抄袭甚至窃取。虽然中国电商平台（阿里巴巴）推出了知识产权保护举措和识别抄袭的智能算法，但是手艺人仍然必须赶在廉价的抄袭仿制品上市之前，快速产出创新设计以吸引消费者并获得市场。

最后，不同受众的生活方式和对待数字化技术的观念从接收和互动方面来说也有影响。数字原住民（Digital native）比很多年长者更熟悉数字化平台的使用操作。手艺人必须去平衡数字化平台花销并探索收支利益关系。有的手艺人愿投入大量时间使用数字化平台，有的手艺人则遵循传统手工艺制作和销售的模式，对数字化技术较为排斥。

### （三）趋势比较

数字软件和社交媒体极大促进了中英手工艺定制服务及手艺人与消费者协同设计的发展。数字化平台越来越密切地参与到手工艺定制和协同设计的全流程中，比如汉德刺绣设计师在定制服务中会先使用AI软件设计原型，再通过电子邮件把设计方案发送给客户，以便于客户检查设计是否符合要求；在制作环节中使用数字化生产方式，可以较高效率地满足客户大批量订单的需求。

协同合作的兴起是数字化平台参与手工艺所带来的转变。英国高校开启了面向手艺人传授工程材料知识的跨学科手工艺课程，英国皇家艺术学院的纺织设计课程为学生提供了协同全球材料科学家、生产制造商、医疗健康专家、建筑师、工程师共同工作的机会，学生可以在设计、手工以及艺术实践的过程中自由探索交融的纺织知识和技能。

直播和短视频的兴起是中国手工艺数字化平台新现特色，中国手艺人通过抖音、淘宝等直播平台分享手工故事、传授手工技巧、展示最终成品。中国直播和短视频平台（比如抖音）成为手工艺非遗文化、产品、活动推广的最大平台，为手艺人创造了更多的商业机会（尤其是2020年新冠肺炎疫情期间）。但是，在英国则较少使用直播方式。

### （四）机遇比较

数字化平台为中英手工艺行业创造的机遇包括：提高生产效率、降低成本、提供协作机会和降低经济负担。第一，在提高手工艺品制作效率方面：英国泰蒂品牌的亚克力工艺品由激光切割完成，该方式大幅提高了制作效率并且减少了材料的浪费；中国的蓝顶研木社则在制作环节中使用了台锯、激光切割机以及数控机器。数字化制作设备在保留手工艺原有传统样式和美学风格的同时，提高了部分生产和制作环节的效率。

第二，在一定范围内降低成本方面：汉德品牌的字母刺绣产品采用数字化技术之后的价格仅为5欧元，由此，拓宽了品牌的客户群体和业务范围，而且数字软件使设计者能自如、高效地表达创意，并能让个性化定制服务得以实现；数字化技术在中国一些公司、高校以及研究机构也有效减低耗材成本，特别是珍稀材料的设计制作，例如在珠宝首饰方面就应用了3D喷射打印技术和银膏材料打印金属。

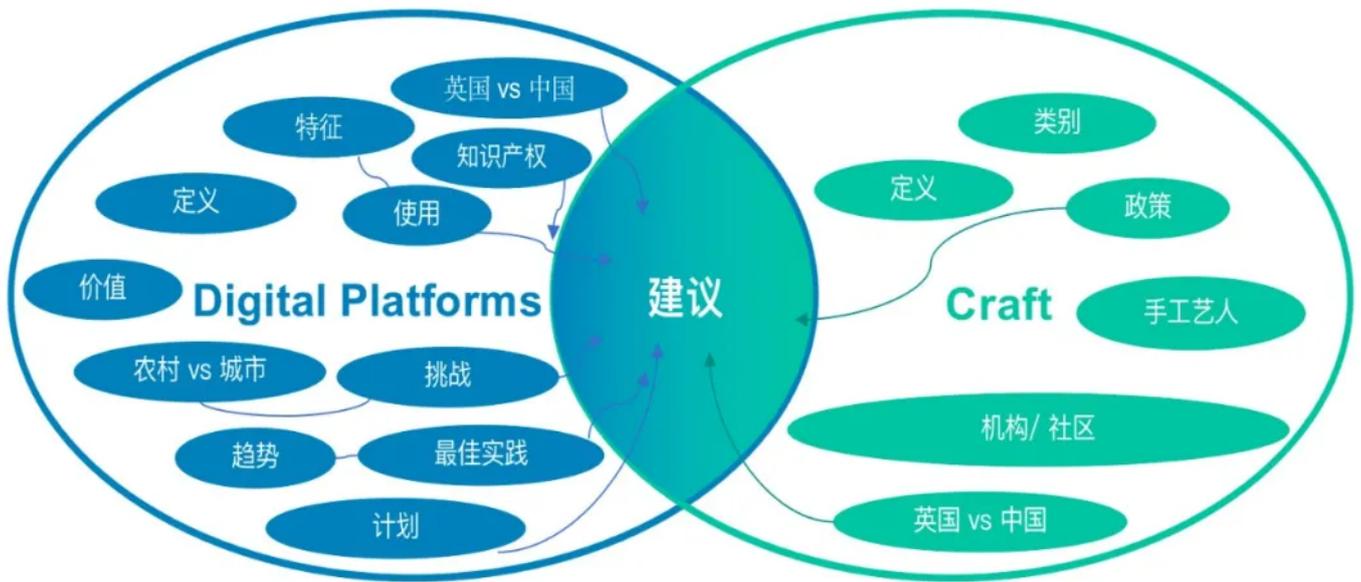
第三，数字化平台为手艺人提供了开拓受众和协同合作的机会。社交媒体，尤其是照片墙和脸书已成为泰蒂·德文品牌营销中的重要途径。照片墙利用其图片分享的功能成为了品牌与客户沟通直接、有效的方式，而脸书的一键购买功能则把品牌互动转化为真实销量。中国的湘绣新媒体直播挑战赛采用的是社交媒体的直播手段，由此，生动灵活地推广了手工技艺。数字化平台上的外包服务也为手艺人提供了新机遇。例如，英国陶瓷艺术家使用了3D设计和3D打印外包服务来进行茶壶手柄的模型制作，有效增加了制作精度并便于后期完善。中国湘绣的部分手工艺生产环节也采用外包模式。专业数字化技术支持的外包服务与手艺人之间逐日增加的密切协同合作模式，在一定程度上节约手工艺人的制作成本，并推动更多创新性手工艺产品的研发。

第四，数字化平台的线上众筹模式为手工艺项目的资金预算提供了资金渠道，以减少手艺人承担的经济负担，手艺人面向潜在客户群体分享制作理念、提前预售产品，以估算生产量、合理化定制生产。例如，“崧”作为一个拥有超过四十年裁剪历史的独立衣帽品牌，在微信群中就以预售形式售卖衣服和背包，其团队会在微信群内与顾客分享设计制作的过程来帮助消费者了解工艺文化和生产进度。通过预售和互动的方式，手工艺的非物质文化遗产内涵和生动故事直接传达给消费者。由此，消费对象供与求匹配的确定性使得手艺人在原本购买材料、投入生产中可能承担的潜在不确定的风险大大减低了。

## 结语与展望



研究采用框架分析法进行结构化数据分析，综合相关领域的文献和参与者观点、体验，梳理出不同的主题类别。图1按主题对所有的采集数据进行结构化分类，并且使用箭头标注出手工艺数字化平台发展需要重点关注的主题。图2则归纳出数字技能、接触渠道、交流互动、手工实体、知识产权、生活方式六个关注角度，以及从灵感生成到制作销售的完整周期中数字化技术应如何参与和作用的预期建议。



▲ 图1 结构化分类形成的关键词

数字技能		●	●
接触渠道	●	●	●
交流互动			●
手工实体	●		●
知识产权		●	●
生活方式	●	●	
	灵感	制作与生产	推广与销售

▲ 图2 数字化技术参与环节的建议

### (一) 增强对手工艺人数字化技能的重视

针对中英两国手工艺人在使用数字化工具、社交媒体以及电商平台遇到的问题与挑战，手工艺人的数字化技能培养与训练应得到进一步重视和支持。手工艺人可根据情况积极掌握传统技艺之外的数字化平台，如相应的数字软件、数字化加工平台、社交媒体以及电商平台的使用能力。政府和手工艺协会可以通过外部数字化平台的技术支持服务和政策支持引导等方式，让一些手工艺人集中时间和精力于设计创意和核心手工制作，有效减轻

手艺人因学习或掌握数字化平台的额外负担。

## （二）拓展手艺人数字化资源的获取渠道

通过比较研究发现，中国手艺人在某种程度上需要3D打印机等类型的数字化模型制作工具。这种资源的获取需要政府直接或间接的设备支持和创客空间来实现。电商平台和社交媒体方面，应鼓励非盈利性质的电商平台，以减少手工艺者入驻平台 and 对接消费者需求过程中的困难。另外，鼓励有需求的手艺人自身主动提升数字化资源获取能力。

## （三）探索手工艺数字化互动交流模式

与英国使用社交媒体和网站的方式相比，中国目前流行的互动直播形式为手艺人和消费者之间建立了一种更人性化和即时反馈信息的交流方式，能够帮助手艺人解决多平台运营的困难。

## （四）推动实体产品体验与数字化技术融合

线上平台未来可完善增强真实体验的技术支持，以帮助消费者在无法真实体验的情况下更好地了解实体产品的特点，比如条件允许时可采用增强现实感等技术手段。另外，合成手工艺（Hybrid Craft）也是未来数字化与实体产品结合的发展趋势之一，院校和手工艺协会可以尝试为手艺人提供合成手工艺和数字化工艺品制作的教学课程。

## （五）完善数字化平台的手工艺知识产权保护

从英国泰蒂品牌聘用处理产权问题的专业律师和中国湘绣手艺人申请外观保护专利的案例中，可见手艺人对于作品产权保护的意识和尝试。知识产权是手艺人拥有的重要资产之一，需要加强线上电商平台的保护和法律规范意识，亦需要相关政府部门、手工艺协会、线上平台以及手艺人等多方利益相关者，共同推动手工艺知识产权保护制度的完善。

## （六）面向数字化技术保持多元包容心态

个人的生活方式和个人偏好会影响对手工艺数字化技术的态度。一方面，应该尊重以传统方式制作的手艺人，同时，政府和手工艺协会也应帮助手艺人科学地理解认识数字化技术、社交媒体以及电商平台这些新兴事物。另一方面，手艺人也需要学习平衡产品制作、媒体推广以及线上销售等数字化技术应用的利弊关系。此外，作为消费者，也应该对数字化技术与传统文化的结合持有更加多元、包容的态度。

研究团队重点关注了中英两国手工艺中数字化平台的介入类型和方式。数字化平台涵盖了从社交媒体（例如照片墙或微信）到电商平台（例如Esty或淘宝）到3D打印以及创客空间等。数字化生产制作已经能够渗透传统手工艺制作的部分流程和某些工艺环节中，并在一定程度上代替和辅助着手工生产。然而，也应看到很多手工艺人牺牲了原来的设计制作时间，不得不去学习时兴的数字软件或殚心于社交媒体。研究认为，数字化平台介入的前提是传统手工艺仍然能维持其文化遗产的价值和定位，如今数字化技术为手工艺的传承发展提供了更多的可能性和选择性，数字化平台应该进一步探索为手工艺人提供数字化技术的技能支持与有关服务。这对于在数字技术时代的手工艺文化传承与手工艺教育都具有重要的现实和未来意义。

本文基于英国艺术与人文科学研究理事会（Arts and Humanities Research Council, Grant ref: AH/S003401/1）资助的由英国伦敦大学玛丽女王学院和湖南大学合作开展的“中英手工艺数字平台（Digital Platforms for Craft in the UK and China）”研究项目。该研究由来自中英双方组成的团队共同合作开展，包括英国伦敦玛丽女王学院的尼克·布莱恩·金斯教授和刘源源博士，来自中国湖南大学的谭浩教授、谭征宇副教授、张朵朵副教授和赵颖博士，以及伦敦玛丽女王学院的学生劳伦·埃德林与杨澎轩，湖南大学的学生张惠文、邓兰婷（中文报告译者）、高玮婷、赫然、韦安雅、蔡新慧和谢慧玲。

#### ▼ 上下滑动浏览注释：

①为联合国教科文组织统计研究所编写的《2009年联合国教科文组织文化统计框架》。该文化框架采用的目的在于公平对待整个文化创造、表达和价值流程。参见：联合国教科文组织统计研究所，2009年联合国教科文组织文化统计框架[Z]，2009。

②全称为Adobe® Photoshop。

③全称为Adobe® Illustrator。

#### ▼ 作者简介：

##### 张朵朵

湖南大学设计艺术学院副教授，主要研究方向为设计人类学、手工艺创新研究。

##### [英] 尼克·布莱恩·金斯 (Nick Bryan-Kinns)

英国伦敦玛丽女王学院教授，英国皇家艺术学会成员，主要研究方向为交互设计、协同创新、交互艺术及跨文化研究。

内容回顾

中国非物质文化遗产

中国非物质文化遗产

《中国非物质文化遗产》是由中华人民共和国文化和旅游部主管、中国艺术研究院...  
124篇原创内容

公众号

投稿须知

中国非物质文化遗产

CHINA INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

中华人民共和国文化和旅游部主管 | 中国艺术研究院(中国非物质文化遗产保护中心)主办



长按二维码关注

《中国非物质文化遗产》

主管：中华人民共和国文化和旅游部

主办：中国艺术研究院（中国非物质文化遗产保护中心）

CN 10-1664/G1 | ISSN 2096-8795

邮发代号 82-108

全国各地邮局或本刊编辑部订购、零售

## /// CONTACT ///

电话: 010-64811651

邮箱: cich2020@126.com

地址: 北京市朝阳区来广营西路81号

中国艺术研究院 (中国非物质文化遗产保护中心)

《中国非物质文化遗产》编辑部

邮编: 100012

[点击在看，分享阅读](#) 

Modified on 2024-03-12