

新国潮·新青年

### 宁波金银彩绣艺术馆副馆长谢易格打造非遗时尚品牌

# 绣出东方“爱马仕”

本报记者 陈 醉 江南游报记者 陈 冲

编者按:新时代青年遇上国潮,会擦出怎样的火花?

近年来,传统文化日益受到更多人喜爱。一批新时代青年,也随之进入公众视野——他们从事传统手工艺或技艺,既传承传统又锐意创新,助力优秀传统文化与现代生活有机融合,并“吸粉”无数。本报今起推出“新国潮·新青年”人物报道,展示这些青年的可喜成就、别样人生。

一身鹅黄盘扣马甲,搭配淡金银花线的荷包短裤,脚蹬一双裸色高马靴。初见宁波金银彩绣艺术馆副馆长、刺绣品牌“糖心旦”联合创始人谢易格,便被她这身高端设计款的“东方霓裳”锁住眼球——盘扣上若隐若现的金线银线、裤腿上的蛋型刺绣扣……这套服饰兼具金银彩绣的传统韵味和都市年轻范。

“这是‘夏荷绮梦’系列,设计灵感来自中国传统的刺绣荷包,也是我们‘糖心旦’最火的单品,销售额已达500万元。”谢易格一脸自豪。6年前,作为国家级非物质文化遗产金银彩绣的“传二代”,谢易格和吴佳颖、金俊宏两位合伙人一起创办了“糖心旦”,一个将传统手工艺融入现代时尚的非遗新生故事随之上演。

## 把传统手工艺融入生活

金银彩绣又称金银绣——以金银丝线与其他各色丝线,绣出不同图案。金银彩绣历史悠久,其技法至少可追溯到唐代。在谢易格的人生中,这个千余岁的“老伙计”就如一根牵引线,不经意间牵着命运的齿轮悄然转动。

谢易格出生在手艺世家,父母都是省级乡村工匠大师。父亲谢武宏精通脱胎漆器、木胎干漆、木雕等技艺,是一家手工坊的掌舵人。母亲裘群珠,金银彩绣国家级非物质文化遗产传承人,守着一处绣坊。

2011年,宁波金银彩绣正式列入国家级非物质文化遗产名录,那年谢易格18岁。

这非遗界的大事件落在谢易格的视角里,却是老手工艺的式微。“我母亲的绣坊里,绣娘平均年龄60岁,最大的80多岁,几年间,绣坊没有一滴新鲜血液加入。”

虽然金银彩绣早已融入谢易格的血脉,但她很清醒,要把它当成“饭碗”则是另一回事。“很多年轻人不愿意干,嫌它难以赚

钱养家,这是一个很现实的问题!”谢易格坦言。曾经,一个很有天赋的男生来绣坊拜师,可他的父母觉得这不算一个正经职业,硬生生把人拎了回去。

老手工艺的这般境遇,让谢易格心里不是滋味。

2012年,谢易格决定赴英国创意艺术大学研修时尚与管理专业。“当时也不知道哪里来的勇气,一个人拖着行李就跑到北京,面试、办手续、出国。”短短几句话里,流露出浓浓的使命感。

带着思考,谢易格像块吸水海绵,疯狂吸纳国外手工艺的发展经验,思路渐明。

“我们有些非遗只是陈列在博物馆里,脱离了当代生活。我想探索新的设计思路,把非遗融入日常生活,创造一个以中国传统手工艺为基础的新奢饰品品牌。”谢易格说。

于是,就有了“糖心旦”。

## 新老绣娘“对对碰”

鄞州创新128园区96幢68号,是宁波知名的民间博物馆——宁波金银彩绣艺术馆,这里有百余位技术精湛的绣娘,550多件金银彩绣藏品。这是裘群珠一针一线“绣”出来的家底,也是谢易格2018年回国后创办“糖心旦”的一份底气。

很快,“糖心旦”就接到了第一笔订单——设计嫁衣。

“客户不希望太艳丽,又想要中式美,因此,我们大胆地以西方白婚纱来做中式嫁衣的主色调,配以钉珠和刺绣组成的仙鹤、松树等。”谢易格和两位合伙人铆劲设计了一款白金仙鹤中式嫁衣。

“仙鹤是长寿的象征,放在嫁衣上不合时宜。颜色这么素,哪有半点金银彩绣的样子……”裘群珠一见,觉得哪都不对。

和许多老一辈“非遗人”一样,裘群珠执着于坚守“老味道”,但谢易格并不这样看,“非遗新生,更要靠重新解构、重新塑造刺绣语言。”

老辈与新人,有理念冲突,也有和解,他们在切磋、磨合中互相赋能,也让非遗生发出更多可能。

在宁波金银彩绣艺术馆里,裘群珠悄悄珍藏了“糖心旦”所有的实验品,有失败流产的,也有大放异彩的。这其中,不得不提到“一条金线”。

金银彩绣以金线、银线为主,相较于苏绣、蜀绣,显得很“隆重”。“我曾经试遍了市面上所有金线,都没能找到有时尚感的色泽。”谢易格一度陷入苦恼。直到她看到绣娘把玩自己手工搓捻的线,一根棕丝线加一根金线,搓捻在一起,“化学反应”发生了——“低调奢华的金色!”谢易格眼前一亮。



谢易格

只,老辈绣娘们啧啧称奇。一位名叫“Dipsy迪西”的网友晒图:“工艺很吸引人,也很好玩。”

“这只包,连手机都装不下,能干啥用?”裘群珠时不时还会唠叨几句,可语气里满是欣慰与骄傲。

近两年“糖心旦”出了不少精品,除了“贵妃聆松包”,还有不少明星喜爱的唐装外套系列,以及“东方贺礼”系列——为新生儿宝宝绣制的虎头鞋等。

## 非遗激活新商业

盛夏的上海,位于安福路的“糖心旦”品牌工作室闹中取静。“糖心旦”的业务已从宁波拓展到上海,谢易格也多了一个新身份——品牌运营总监。

“除了技艺传承,我思考更多的是怎样构建起成熟的非遗商业生态。”谢易格说。

跟着谢易格走进“糖心旦”品牌工作室,一眼就被摆在C位的人偶模特吸引了——模特披着拖地的“黑金斗篷”,领口的紫铜雕刻工艺,远看如刺绣,近看如浮雕般立体,肩部、衣身满是金银彩绣,非常精致,不少年轻人正围着拍照打卡。正是这件斗篷,走上了明星演唱会现场,一度冲上网络热搜。

“‘糖心旦’的单品常常以各种意想不到的活法形式



人物名片

谢易格,1993年出生,宁波金银彩绣艺术馆副馆长、刺绣品牌“糖心旦”创始人。她将国家级非物质文化遗产——宁波金银彩绣工艺融入服饰、包袋等产品的设计,力求打造“值得收藏的随身艺术品”。

“色泽一变,感觉就不同。那么绣布材料能不能也变一变?能不能换成丝绒?”一听谢易格这么问,绣娘们把头摇成拨浪鼓。她们觉得,金银彩绣技法独特,由针线将金银线盘附固定在面料之上,金银线并不穿透面料。表面平整的丝绒有先天缺陷,从来没人这样做。即使做成了,那还像金银彩绣吗?

难以说服绣娘,谢易格他们3个“初生牛犊”决定亲手试试。他们一针一针地绣,硬是在丝绒上绣出松树、松叶,做出了一只“贵妃聆松包”的样品。

这只包,长度、高度都不到10厘米,却卖到5300元一只,一年就卖出二三百

### 南浔“Z世代”湖笔制作技艺传承人姚玉粼——

# 妙笔生花,书写新故事

本报记者 徐 坊



姚玉粼制作湖笔。

## 人物名片

姚玉粼,1996年出生,国家级湖笔制作技艺南浔代表性传承人,杭州亚运会火炬手。曾获浙江省三八红旗手、浙江省脱贫攻坚优秀青年主播、浙江省青牛奖20强等荣誉。

经45岁了。”姚玉粼告诉记者。但“毛脚女婿”的提议,姚玉粼的父亲姚真泉听进去了。“行业没有年轻人,意味着传统手艺要失传。要不你们还是回来?”

姚玉粼犹豫了。她不确定,如果回乡做湖笔,能做成什么样子。

考虑再三,她决定试一试:“一方面是出于喜爱,另一方面,老祖宗传下来的东西要保护好。我赌一把:自己能行。”于是,姚玉粼辞职后和杨文一起回到善琚。

## 只要上心,就能不断上新

2018年回乡时,姚玉粼22岁,杨文24岁,他们成了当时善琚湖笔界唯二的年轻从业者。

回来后,姚玉粼不是急着做生意,而是先学手艺。她拜首批国家级非遗湖笔制作技艺代表性传承人邱昌明为师。

“很多人知道手工制作湖笔要经过八道大工序,128道小工序。但具体是哪些小工序,很多老师傅也说不清楚。”姚玉粼说。为此,她请邱老师把128道小工序一一写下来,她不仅从头到尾认真学,还花了整整6个月时间,拍摄、剪辑了600多条短视频,把湖笔制作的完整工艺一一记录下来。

“从古至今,没人做过这件事。”今年74岁的邱昌明,16岁就开始学习制笔技艺。说起这位“执着的”学生,从不轻易夸人的邱昌明忍不住竖起了大拇指。

姚玉粼要求邱昌明用方言为每道工序详细解说。“业内很多制笔术语,是由方言翻译过来的。比如‘锋颖’,就是湖笔笔尖尖端透亮的部分,老一辈叫‘黑子’。不了解的人完全听不懂。”姚玉粼说,邱昌明用方言解说后,她再一一配上字幕翻译。“这样既能展示独特的湖笔制作工艺,也能让大家听得懂,看得明白。”

尽管被折腾得够呛,但邱昌明很开心,尽可能配合小徒弟。“玉粼这么辛苦,是为湖笔制作技

“接到一个越南的订单,要3500支礼品笔,交货越快越好。”近日,接到丈夫杨文从亚洲(新加坡)消费品采购博览会上传回的好消息,有孕在身的姚玉粼不顾天气炎热,马上下南浔区善琚镇各村,和师傅们商量,怎样更好地满足客户的要求。

村里住着一批制作湖笔的老手艺人。姚玉粼将他们建组成一支18人的专业制笔团队,每当直播间有爆款或者接到订单,她就指挥团队协同“作战”,既高效又能帮助村民增收。得知这次是海外订单,师傅们干劲更足了。

## 我赌一把:自己能行

南浔善琚镇是湖笔的发源地和主要产地,被称为“中国湖笔之都”。

“我们这里家家出笔工,户户会制笔。”1996年,姚玉粼在这里出生。她是善琚双鹿湖笔的第四代传承人,从她的曾祖辈开始,代代做湖笔。

起初,姚玉粼并不想接班。

“知道自己成为火炬手后,我就思考,怎样借这个机会,向全世界展示湖笔文化。”姚玉粼说,她想到了善琚中国湖笔文化馆中展示的汉代管笔,简约、别致——其尾部削尖,可簪在头发上或帽子上,以便随时取用。于是,姚玉粼参照它做了一款管笔。

在去年的火炬传递活动中,姚玉粼稳稳地握着火炬奔跑,一头秀发被管笔缩起,成为现场一道靓丽的风景。

“传统文化要传承也要创新,只要我们上心就能不断上新。”姚玉粼说。除了管笔,她还设计出运河船舫笔、青花瓷笔、法琅彩笔、宇航员笔……这些创新款颇受年轻人追捧,年销量5万多套,约占善琚双鹿湖笔总销量的40%。

例如运河船舫笔,造型别出心裁——一艘精巧的小木船上,立着一支作为风帆的湖笔,寓意“一帆风顺”。“我父亲那一代人,要坐船走大运河把湖笔运往全国各地销售,很辛苦。”有感于此,姚玉粼历经3个多月,设计出船舫款式。这款450元一套的笔推出不到一个星期就卖出300多套,去年还获得第三

届全国文具用品设计创新大赛金奖。

## 湖笔还能这样卖

临近下午1时,姚玉粼换上一件白底、水墨画图案的旗袍,架起手机、打好灯光,工作室瞬间变成了直播间。

“最近很多家人留言,让我推荐下适合书写瘦金体的湖笔。瘦金体笔画瘦细、刚硬挺拔,因此需要用硬毫。这支‘细水长流’非常合适,紫毫和狼毫的组合,兼具弹性和硬度,黑檀木镶铜的笔杆非常有分量。”镜头前的姚玉粼说话柔声细语,但让人感觉特别稳,几十款湖笔,每支笔的特点、制作工艺、书写方式,她都能娓娓道来。

2021年,姚玉粼尝试开直播。刚开始,哪怕送的福利再大,一整天下来也只有几个人进直播间。但她不气馁,不断复盘、提升,每天坚持从上午9时播到凌晨2时。“没人买没关系,宣传文化、展示工艺也是好的。”

姚玉粼古灵精怪,她有时打扮成葫芦娃出现在直播间,有时会变身格格、公主、西域美女,来吸引眼球。

就这样坚持了半年,直播间的人气慢慢起来了。有一次直播,3万人同时在线,销售额不一会儿就超过了8万元。

在姚玉粼的带领下,她父母也能独立开播了。今年55岁的姚真泉,一辈子都在等顾客上门,女儿开启了他二次创业的斗志:“湖笔还能这样卖!”镜头前的姚真泉沉浸式做笔,也会和网友互动聊上几句。

一家人都在努力,让湖笔也能“生花”。

姚玉粼(前排右)作为湖笔制作技艺传承人参加家博会祭祀仪式(资料图)。



姚玉粼(前排右)作为湖笔制作技艺传承人参加家博会祭祀仪式(资料图)。

姚玉粼在直播。(本版图片均由受访者提供)

运河船舫笔。