

我和版权的故事

连接现代生活,苏绣跨越“次元壁”



张雪正在制作苏绣



链接“次元壁”的苏绣团扇 受访者供图



张雪出品的苏绣娃娃 受访者供图

穿在BJD(球形关节玩偶)身上的苏绣服饰、进入游戏世界的苏绣团扇、“绣”在耳机、手表、耳环上的苏绣图案……这些能够被人们穿在身上、戴在腕上、拿在手上,甚至跨越“次元壁”进入游戏世界中的跨界苏绣产品,都来源于苏州弥惟文化艺术有限公司(以下简称弥惟文化)。

身为公司创始人的张雪,正是非遗苏绣传承人、薛氏刺绣第四代传承人。作为一名当代“绣郎”,张雪的初衷很简单:做原创、做创新,做出一条苏绣的现代探索之路,让这项传统的技艺在现代社会中,也能得到良好的传承和发展。



扫码看视频

现代快报/现代+记者 邱骅悦/文 何刘 吕正昕/摄(除署名外)

苏州“绣郎”,绣出传统非遗新道路

弥惟文化成立于2015年,走进弥惟文化内部的人可能会惊讶地发现,公司中展示的很多产品,都与人们印象中传统苏绣产品有着很大不同。

比如店内展示的几款苏绣制成的服饰:这些服饰采用了苏绣技艺制作,而且皆采用了苏绣中最难的绣法——细平绣进行绣制,数种异色丝线交织缠绕,不同色彩衔接雅致得当,过渡间赏心悦目。但仔细一看则会发现,这样一件做工精美的服饰哪怕是再小的孩子也难以穿上身——因为它是为BJD(球形关节玩偶)设计的“娃娃”。

再看一把名为《凤凰于飞》的团扇,扇面采用苏绣技艺,用通体渐变的极简表现手法,对凤凰的奇幻羽毛光泽感进行了呈现,远观如有一只凤凰在熠熠的星空翱翔。一个网络游戏《天下3》的玩家如果见了这把扇,可能会惊讶地叫出声——因为这款团扇不仅诞生于现实世界,还曾穿越“次元壁”进入游戏世界中,甚至一度成为《天下3》中诸多玩家争相追捧的热门道具。

这种将传统手工刺绣与BJD娃娃、游戏、动漫乃至各种新潮领域进

行有机结合的跨界合作,是苏州弥惟文化艺术有限公司的“特长”。

苏绣是苏州地区刺绣产品的总称,至今已有2000多年的历史。苏绣曾被称为“女红”,制作者往往统称为“绣娘”,直到现在,这个行业依然带有明显的性别标签。张雪的刺绣老师,便是他的母亲——苏绣非物质文化遗产代表性传承人薛金娣。

在过去,苏绣往往以挂画、屏风等产品形式示人。张雪作为一名土生土长的苏州“绣郎”,则对苏绣有着与众不同的理解。传统苏绣强调技艺要繁复、画面要“满”,而张雪创作的作品则恰恰反其道而为之。不但画面多了很多留白,风格也偏向简约,成为属于年轻人风格的苏绣:大胆、极简、有趣。

“现代化”苏绣受热捧,非遗传承现曙光

之所以创作了与众不同的风格,则源于一个现实的问题:在当下,如苏绣等传统非遗技艺的使用场景在慢慢消失。

在2015年成立弥惟文化后,张雪致力于传统苏绣的创新与发展,希望打破苏绣的传统理念,不断去尝试新的题材、新的样式、新的载体,找到苏绣的现代探索之路。

短视频、游戏动漫的流行让张

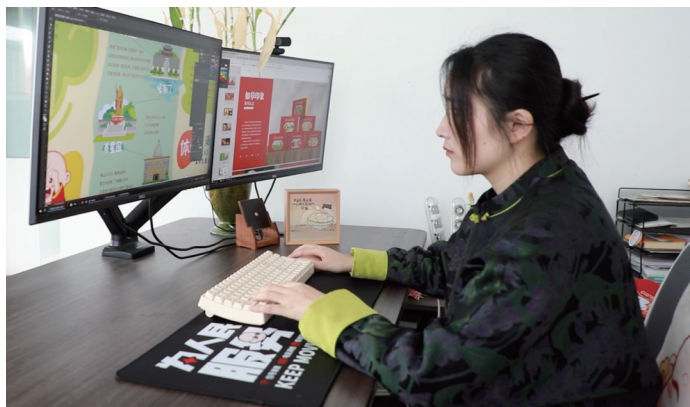
雪看到了令苏绣“出圈”的机会,他说,“我觉得我赶上了一个好时代,短视频兴起,国潮复兴。”这些年来,张雪通过创作极简、留白的苏绣美术风格,努力让苏绣与香水、耳机、手表、首饰等生活化的产品相结合。

在张雪的努力下,弥惟文化也与各个领域不断进行跨界合作,从游戏到动漫,从化妆品到手表,让人们把苏绣穿在身上、戴在腕上、拿在手上……“把传统的苏绣融入现代的生活当中去,从而形成一种比较好的传承和发展,这是我们的愿景。”张雪说。

与此同时,弥惟文化也非常注意保护自身的版权与创意。因为在过去,苏绣也曾因同行“抄袭”等情况使得其创新发展一度陷入困境。为了杜绝这一情况,弥惟文化在创立之初就考虑到版权保护的重要性,给旗下每款原创苏绣制品都申请了版权。

如今的弥惟已拥有1000余项版权,对公司内部所有原创文创产品都进行了重点保护。《斑竹鸟鸣》等文创产品更是于2021年入选了“江苏省优秀版权作品产业转化重点培育项目”。版权保护力度的日益提高,不但维护了企业的利益,更维护了苏绣设计师的创作激情,让非遗传承人能够心无旁骛创作创新,使非遗传统在创新之路上大步前行。

90后为家乡设计本土网红



工作中的张媛媛



如宝已经融入到如皋人的生活中了



如宝



如宝农耕园

在南通如皋,很多市民都使用过如宝系列表情包。如宝是谁?他是一位90后姑娘为家乡设计的极具当地特色的城市卡通IP形象。

白眉毛、大脑门,身穿汉服,一手捧如皋特色盆景,一手持如意杖和八宝葫芦,是个娃娃脸的老寿星。如宝诞生于2017年,自诞生以来备受如皋人喜欢。截至目前,如宝系列表情包有近百万下载量、近千万使用量。



扫码看视频

现代快报/现代+记者 孙苏皖/文 顾闻/摄

90后回家创业,为家乡设计城市卡通IP形象

张媛媛是名90后,一个爱家乡爱设计的小镇青年。2016年,她放弃了在上海的工作,回到老家南通如皋创业。她创办的南通橙之意文化创意有限公司是如宝的诞生地,如宝的形象就出自她之手。

“我大学学的是视觉传达设计,回家创业前是在上海做平面设计。当时如皋对设计行业的认知还停留在传统广告上,所以觉得回家创业是有发展空间的。”她创办的是一家品牌设计公司,主要从事城市品牌设计、乡村品牌设计、商业品牌设计及文创IP设计,目前拥有近500个版权作品。

2017年,如皋创成全国文明城市,张媛媛为相关宣传做配套设计,在此过程中她萌生了为家乡设计一个城市卡通IP形象的想法。她说:“如皋素有‘长寿之乡’美誉,最著名的标签是老人们幸福长寿。回家创业后,我一直在思考如何更好地传播家乡的文化,把‘长寿之乡’的美誉传播开来,所以想到了以寿星公为原

型,设计了一系列Q版的寿星宝宝。”

白眉毛、大脑门,身穿汉服,一手捧如皋特色盆景,一手持如意杖和八宝葫芦,这个娃娃脸的老寿星,就是张媛媛为如皋设计的城市卡通IP形象——如宝。为了让更多如皋人知道如宝,张媛媛画了两套如宝表情包,一套普通版,一套方言版。“方言版具有地域性,很受如皋人喜欢。截至目前,如宝系列表情包有近百万下载量、近千万使用量。”

推动版权转化,用原创设计助力乡村振兴

2017年如宝刚诞生时,只是一个平面形象。经过多年的创作设计,如宝的形象变得立体丰富,不仅有表情包,有自己的粉丝,还有周边产品。现代快报记者了解到,张媛媛团队为如宝设计了一系列带有如皋本土风情的文创产品,如皋文化扑克、方言T恤、手工灯、手绘台历……

如宝作为如皋城市吉祥物,已经融入如皋人的生活中了。如宝经常以爱心大使的形象出现在各种活动中,如宝化身销售员,走进农场带货农产品;如宝从事公益活动,在夏

天为劳动者送上一杯水;如宝变身小导游,带你玩如皋……他的形象还被运用到如皋各个政府部门中,如皋市委网信办卡通IP形象如小朗、如皋市妇联卡通IP形象如小福就是以如宝为原型。

作为一家设计公司,橙之意文化创意有限公司的业务分为两大块,一块是日常设计工作,一块是如宝IP开发和延展。从衍生商品开发到IP形象授权,再到一步步推进文旅配套产品、产品定制等,张媛媛通过版权不断丰富如宝的产品转化。

如宝农耕园,是张媛媛推进如宝IP形象开发的具体尝试。如宝农耕园产业转化项目启动于2020年,拟打造成农耕主题教育科普基地,计划开设农耕课堂、如宝书屋、农耕实践教学、果蔬采摘、田园营地、户外拓展等产品,集教育、农业、文旅于一体。

张媛媛表示:“我们公司是10人小团队,在版权转化方面还处于0向1发展的阶段。拥有的版权如何实现市场转化,设计出IP如何实现商业授权,这是我们这两年及未来在做的事。我希望找准发力点,发挥创意优势,用原创设计助力乡村振兴。”