

蜀绣营销现状调研与发展对策分析

程 思, 乔 洪*

(四川师范大学 服装与设计艺术学院, 四川 成都 610101)

摘要:通过对蜀绣历史沿革的梳理及市场营销现状的调研, 全面分析蜀绣生产经营模式、产品商业价值、市场认可程度、市场营销的现状和存在的困境, 在对比苏绣、湘绣成功发展的基础上, 运用调研访谈的方法, 结合四川本土特色, 对蜀绣营销发展提出对策和建议, 其中包括打造集成式蜀绣特色产业基地、完善蜀绣产业链、创新蜀绣产品并改善产品断层现象、强化蜀绣文化研究与数字化保护、多层次培养蜀绣行业人才、树立品牌意识强化宣传推广等方面, 以期对蜀绣的振兴和发展提出有益的建议。

关键词:蜀绣; 非物质文化遗产; 营销现状; 对策分析

中图分类号: TS 935.14

文献标志码: A

文章编号: 1673-0356(2022)09-0006-06

蜀绣又名“川绣”, 是在丝绸或其他织物上采用桑蚕丝绣出花纹图案的中国传统工艺, 主要产地在成都、重庆等地区, 早在东晋时期就与蜀锦并称为“蜀中瑰宝”。西汉文学家扬雄在《蜀都赋》以“丽靡螭烛, 若挥锦布绣, 望芒兮无幅”来描述蜀地刺绣的繁盛景象, 发展至今已形成 12 大类 130 余种针法, 其作品针法严谨细腻、针脚平齐光亮、色彩淡雅清秀、线条优美流畅, 与粤绣、苏绣、湘绣并称为中国四大名绣^[1], 在 2006 年蜀绣技艺列入国家第一批非物质文化遗产名录(编号 320 VII-21)。然而近年来, 蜀绣的生产经营模式、产品商业价值、市场认可程度、市场营销情况均落后于其他绣种。本文以蜀绣营销现状发展调研为基础, 分析蜀绣发展过程中存在的问题和困境, 尝试为蜀绣发展探索出一条符合自身特点的产业转型路径, 以期切实保护传承蜀绣这一非物质文化遗产, 使得传统蜀绣产业焕发出新的生机。

1 蜀绣的历史沿革与营销现状

蜀绣技艺是民族宝贵的文化遗产和遗传基因, 其文化符号特征浓郁, 除去实用价值, 蜀绣的艺术价值和审美价值更为动人^[2]。古往今来, 蜀绣以其悠久的传承历史和精湛的技艺文化而扬名中外, 近年来国家对非物质文化遗产的关注和保护更为蜀绣发展提供了机

遇, 但是相比同为四大名绣的苏绣、湘绣, 蜀绣的营销形式并不乐观。

1.1 蜀绣的历史沿革

四川平原自古桑蚕养殖与织造发达, 在关于古蜀国的文献中, 如章樵注《蜀王本纪》描述的“蜀王之先名蚕丛, 后代曰柏灌, 后者曰鱼凫。”《古蜀史说》中记载的“蜀王始曰蚕丛”^[3], 这里的蚕丛均指的是蜀国首位称王的人——蚕丛氏, 他是一位养蚕专家, 主要功绩就是“教民养蚕”并大力发展桑蚕丝的织造。商代中晚期蜀绣技艺趋于成熟, 三星堆遗址出土的大立人青铜像, 礼衣上的装饰纹样采用了刺绣工艺^[4]。西汉文学家扬雄的《绣补》诗句中开始出现蜀绣这一商品名称, 《后汉书》亦有“女工之业, 覆衣天下”的描述, 说明此时蜀锦蜀绣已经成为了珍贵的丝织品。东晋时期成汉常璩撰写的《华阳国志》详细描述蜀地宝物中, 就包含了蜀锦蜀绣。唐朝时期国力昌盛, 宫廷和商贾对刺绣产品的需求进一步推动了蜀绣产业的发展, 宋代蜀绣已经达到了技艺顶峰, 《全蜀艺文志》描述为“织文锦绣, 穷工极巧”“蜀土富饶, 丝帛所产, 民制作冰绣等物, 号为冠天下”。明清时期是蜀绣发展的兴盛时期, 绣品已形成商品化生产, 道光年间成都刺绣作坊中“华兴”“浴光”“德春”最为著名, 成都专营刺绣的工坊已达 80 余家, 清光绪年间由官府设置的“织染局”“劝工局”开始成体系地生产蜀绣产品, 据《成都通览》记载:“劝工局所出绣品为天下无双之品, 以东洋之绣较之, 出于东洋十倍矣。”^[5]宣统三年成都有刺绣作坊兼商号 75 家, 产品行销西南、西北各省大部分地区。抗战时期, 许多画家和技师迁至成都定居, 蜀绣开始融合国画的格调、顾

收稿日期: 2022-04-15

基金项目: 教育部人文社科青年基金项目(20YJC760011); 四川师范大学教学改革项目(20210412XJG)

第一作者: 程 思(1982—), 女, 讲师, 硕士, 主要研究方向为传统服饰文化理论与实践, 服饰产品的研究与教学。

* 通信作者: 乔洪, 教授, 研究方向: 文化遗产, E-mail: 3950725972qq.com。

绣和苏绣的长处,成为中国著名的商品绣种之一。中华人民共和国成立后,1961年设立了成都蜀绣厂,在政府的引导下开始进行技艺的创新和传承人的培养,1962年四川工艺美术研究所成立,对蜀绣的学术研究开始推进,但是文革期间,蜀绣被扣上“封、资、修”的罪名,所有资料图稿被焚烧殆尽,成都蜀绣厂关闭停产,蜀绣匠人改行。1972年,在当地政府的指导下,成都蜀绣厂恢复生产,并在成都浣花溪建立了专门的蜀绣大楼,面积达3300 m²[6]。1981年后蜀绣营销情况日益增长,除去蜀绣厂的固定绣工之外,农村郊县地区加工刺绣的人员快速增至七八千人;2006年蜀绣列入国家非物质文化遗产名录。传承历史长达2000余年的蜀绣,以其鲜明的民族特色、精湛的刺绣技艺、深厚的审美内涵而传播海内外,极具历史、文化、艺术研究价值。

1.2 蜀绣的发展机遇

近年来蜀绣技艺受到各级政府、全国研究学者、从业人员以及社会各界人士的广泛关注,政府相继推出一系列的保护措施与扶持政策,蜀绣技艺得到了积极的推动和发展。

2009年,成都市在郫县安靖规划了3000亩土地打造“成都蜀绣产业园”,同年5月安靖镇成立“成都蜀绣工程技术研究中心”,2011年郫县安靖镇建成蜀绣主题公园,2012年12月四川省质检局批准实施《蜀绣》地方标准DB 510100/T 087—2012,同年成都蜀绣被中国国家质检总局批准为国家地理标志产品。社会的广泛关注使得蜀绣行业复苏,研发出双面绣、双面异色绣、双面异色异形绣等特殊技艺,并涌现郝淑萍、孟德芝、白桦等一批国家级、省级工艺美术大师。与此同时,蜀绣产品频频以国礼之姿出现在我国的外事活动中,2013年国家主席习近平与夫人彭丽媛在南非坦桑尼亚参加妇女与发展基金会时,将大熊猫主题的蜀绣座屏“梅花双熊”赠与主办方,蜀绣还作为国家工艺品代表陈列在北京人民大会堂四川厅。

1.3 蜀绣的营销现状

然而,随着20世纪末电脑绣花等现代生产工艺的出现,强烈冲击了传统蜀绣的市场空间,2005年成都蜀绣厂改制解体,四川蜀绣匠人或另起炉灶自行建立小规模工坊,或改行另谋职业,多数蜀绣从业者没有能力进行大规模的广告营销,没有形成一个强有力的品牌[7],2009—2016年间蜀绣营销年产值增长缓慢,见表1。

表1 2009—2016年蜀绣营销年产值 单位:万元

年度	年产值
2009	3 000
2011	15 000
2013	25 000
2015	26 000
2016	27 000

苏绣产业在2003—2006年中,最高年销量产值已超4亿元,在2003年,苏绣产业的从业人员已达9000余人,带动就业近2万人,生产企业超100余家,产品畅销国外数十个国家[8]。据统计,在中国刺绣商品国内总消费及外贸总出口中,苏绣占比83%以上,湘绣占比12%,蜀绣、粤绣、汴绣分割剩余份额[9]。2018年2月,习近平总书记视察郫都区战旗村时明确指示要大力推动蜀绣的创新研发,在党和当地政府的大力推动下,通过一系列的抢救、保护措施,蜀绣产业逐渐复苏并得到了一定的发展,但是当前从事传统蜀绣行业的传承人日益减少,蜀绣产品曲高和寡,整个蜀绣行业走向黯淡。

2 制约蜀绣营销发展的主要问题

与同为中国“四大名绣”的其他绣种相比,蜀绣产能规模、产品类型、市场营销现状、市场占有率和知名度都有较大的差距,制约蜀绣营销发展主要有以下几个问题。

2.1 企业规模小且分散

目前蜀绣创作、生产、营销的企业呈现分布散、规模小、经营乱的现象。成都蜀绣绣坊主要集中在郫县安靖镇,成都文殊院也成立了几家蜀绣大师工作坊,此外还有部分蜀绣技师的绣坊散落成都各处,以家庭式绣坊为主。蜀绣主要销售类型为定制生产,消费群体的构成及比例见表2。

表2 蜀绣产品消费群体构成

消费群体	消费占比/%
政府部门	46.7
企事业单位	43.0
旅游者	7.2
城乡居民	2.3
其他	0.8

在2008—2011年间,成都蜀绣生产企业约40家,销售网点约100余个,蜀绣产业链年产值约1.5亿元[10]。蜀绣企业规模与年产值分布见表3,蜀绣企业规模和产业聚集程度相较苏绣、湘绣差异明显。

表3 2008—2011年蜀绣企业数量与年产值分布

企业年产值/万元	企业数量/家
低于100	约24
100~200	8
200~300	6
300及以上	3

注:数据来源于《成都市蜀绣产业振兴规划纲要(2011—2015)》。

2.2 产业链尚不健全

制作蜀绣的主要原材料严重依赖苏绣产业链,如画样打印、丝线染色、真丝底布、作品装裱等,而苏绣却早已形成了完整的产业链。苏州政府1998年建成苏州绣品街镇湖,2009年又投资4000余万元进行规划设计,现镇湖一条街上从事刺绣制作的“绣庄”超过400家,形成了以苏州为中心辐射全国的刺绣产业链。湘绣在湖南长沙打造了刺绣产业基地,固定绣工约3500人,农村兼职绣工近万人,在湖南望城、浏阳等城市建立了50余个收发站点,并积极拓展境外市场,在美国和澳大利亚建立了办事处,以此推动湘绣国际品牌化。相比苏绣、湘绣,蜀绣对原材料、装裱需求量少,且制作工艺繁杂,四川本地的企业不愿意接单,本地蜀绣工坊又无力斥资建造相应的辅料厂及收发站,使得四川蜀绣匠人只有到江苏、湖南等地采购、装裱、收发,因此受到品种、工期的制约,严重影响蜀绣产业产能和产品创新。

2.3 蜀绣产品创新不足

当前蜀绣营销产品主要以艺术品、装饰品为主,包括座屏、挂屏、堂屏、条屏,日用品如服装、服饰、家居用品等很少。蜀绣产品品质良莠不齐,要么就是动则几十上百万元的收藏品,要么就是进货贴牌卖货的低端产品,产品结构断层,两极分化严重。据四川省蜀绣工艺美术大师白桦介绍其创作的作品多数为艺术收藏品,占工坊出品量90%,小型礼品摆件占工坊出品量10%,服装类的蜀绣产品出品量太少可以忽略不计。常见的蜀绣创作题材是传统的人物、佛像、熊猫、芙蓉、锦鲤等元素,创新型题材非常少;在刺绣原材料、产品装裱上,由于严重依赖苏绣的产业链,故而以传统形式为主流,市场产品同质化严重,使得蜀绣产品无法适应多层次的新市场经济形势,也无法满足多元化的市场需求。

2.4 蜀绣研究保护滞后

蜀绣没有建立专门的研究机构,在学术研究和保护上明显滞后于其他绣种。苏绣在1954年就专门建

立了苏州刺绣研究所,并延伸到苏州、南通、无锡、扬州、常州、东台等地,半个多世纪以来,苏州刺绣研究所为国家培养了数以百计的刺绣艺术大师和专家,创造和革新了200余种刺绣技法,基于这些基础研究出版了多部专著和教材。而蜀绣缺乏专门的科研机构,高校也没有设立蜀绣相关的专业或研究所,对蜀绣历史文献整理、针法技艺的归纳和蜀绣学术推广没有体系不成规模,高素质的研发和设计人才断档,使得蜀绣产品的学术研究滞后,产品类型和创作题材单一。

2.5 传承队伍建设艰难

在培养蜀绣传承人方面,政府积极开展了一系列社会公益培训活动,但是这类培训时间短、层次低,以针法培训为主,融设计、刺绣、营销一体的培训少,而成为一名合格的蜀绣技师少则研习3年,多则10年,还需要绣工有一定的美术功底,入行后绣工收入较低、地位不高,即使政府号召和举办了诸多培训项目,而真正留在蜀绣行业从事蜀绣制作的人寥寥无几。此外蜀绣发展至今没有形成一套系统而完整的教材,全靠师傅口传心授,导致蜀绣难以培养出高层次的创新设计人才,目前蜀绣行业仅有国家级工艺大师4人,省市级工艺大师40余人,高中初级绣工500余人,长期从事蜀绣行业的绣工一共1500余人,与拥有百万绣工的苏绣相比差距明显,老一辈蜀绣大师年事渐高,新鲜血液注入不足,蜀绣绣工还在不断流失,人才培养问题日益严峻。

2.6 品牌宣传意识薄弱

蜀绣在发展的过程中,形成了一定的特色和规模,也有了知名度,但是对外的宣传和推广力度不够,也缺乏品牌意识。成都有16家企业早已获批使用蜀绣这一国家地理标志,但是真正运用在产品上的却很少。现今的蜀绣企业、工坊、名匠,对品牌的打造、专利的保护都不积极,行业内缺乏抱团发展的理念,也没有创新发展的远见,从业者思维保守,没有开放的观念和市场化的思维,个别蜀绣大师的作品被博物馆收藏,个人名气响亮,但是大师们人单力薄,蜀绣还是没能在市场上形成整体影响力,相比苏绣和湘绣,蜀绣在市场竞争中没能成功建立出品牌,蜀绣经济提质增效一直未能实现。

3 蜀绣营销与发展对策

随着国家不断加强对非物质文化遗产的保护和传

承,四大名绣相继崛起并在国内外绽放华彩,当前苏绣已经成为年产值超30亿元的重要产业,产品畅销数十个国家,从业人员超10万余人,产品遍布国内旅游纪念品市场^[11],湘绣也完成了从原生态形式走向产业化发展的转型,年产值8亿余元,大小企业100余家,销售网点300余家,产品种类近千种,出口总额达5亿余元^[12]。蜀绣如何在保留自己特色的基础上,融合巴蜀经济、文化元素,与其他绣种差异化发展,是当前蜀绣面临的重要课题。

振兴蜀绣的意义不仅能够切实保护和传承非物质文化遗产,还能丰富艺术文化产业,进一步提升城市形象,同时蜀绣对于新时代下的乡村振兴、城乡统筹发展也有重要意义,作为手工类型的劳动密集型产业,能够拉动闲散劳动力就业,是解决城镇居民居家灵活就业,尤其是城乡妇女和特殊困难群体就业的有效途径。建议有关政府高度重视,为蜀绣的发展建设提供必要的基础条件和良好的环境,借鉴同为四大名绣的苏绣、湘绣产业发展的经验,尝试提出针对蜀绣营销与发展的对策。

3.1 打造特色产业基地

基于当前蜀绣企业小而散的现状,需要建立一个集设计、研发、技术、管理、营销为一体的蜀绣特色产业基地。目前蜀绣企业多为中小微企业,多数企业的员工主要为技工和绣娘,人数30人以下,多数企业完全没有产品创新设计、材料开发、营销管理等能力。目前成都建成的蜀绣主题公园,多以旅游和休闲文化层面为主,加上地理位置距离市区较远,部分蜀绣技艺大师们为管理绣坊及方便绣工通勤,还是选择在市区经营绣坊,且旅游景区环境嘈杂,影响蜀绣工坊静心创作生产。建议通过招商引资、租金税收减免、筑巢引凤等政策,打造一个面向蜀绣技艺国家级省市级大师以及蜀绣相关其他产业的特色生产基地,吸引蜀绣企业、蜀绣大师、蜀绣工作室等集中入驻,规划科学而分工明确的创作园区,侧重蜀绣技艺的保护与传承,引导蜀绣产业共同造势聚集发展,以实现蜀绣特色明确与产业聚集的经济、文化、社会效益。

3.2 完善蜀绣产业链

蜀绣相关产业链较长,涵盖了文化、设计、技艺、装裱、封存、营销、运输等各个领域,应切实强化组织领导,建立并完善蜀绣文化产业链。建议由政府协调省市级文化、科技、商务、财政、经信委、税务、妇联等部门

共同参与,成立专题领导小组,从多方面入手为蜀绣产业完成产业链的配套,制定产业发展规划,指导产业结构的调整和升级。

3.2.1 完善配套原料供给

针对原材料供给问题,建议政府出资定期派遣蜀绣从业人员前往苏绣、湘绣相关厂商学习,并在蜀绣产业基地建立集图样打印、丝线染色、产品装裱设计与密封、产品物流等为一体的服务中心,解决影响蜀绣特色化发展的瓶颈问题,并随之带动装裱、运输等相关行业的协同发展。

3.2.2 统筹蜀绣生产方式

当下蜀绣生产模式多是传统家庭或师徒作坊式,这种传统生产模式导致蜀绣产品产量少、质量不稳定、生产效能低下,因此鼓励绣娘与绣庄灵活组合,以合作社、公司的形式,或与大师工作室合作^[13],组织规模化生产,扩大产品生产量,提高产品质量和技术含量。同时还需要建立完善蜀绣产品标识标准体系,分类制定“大师蜀绣艺术品”“大众化蜀绣产品”“蜀绣文化产品”3个等级的标准,并投放在行业中统一使用,制定产品质量检测标准以便产品的归类和检验,同时强化蜀绣企业知识产权、技术专利意识。

3.2.3 开拓蜀绣销售渠道

现有的蜀绣企业或大师多专精刺绣技艺,专注产品的创作,但是对开拓销售渠道却不擅长,建议政府牵头有序开展蜀绣的产品营销活动,多支持、组织中小微蜀绣企业参与各类营销活动。鼓励蜀绣大师工作室、绣坊、绣娘以企业或者个人形式在旅游景点、市区商圈开设绣坊、连锁店、体验店,此外还可以灵活的方式在主要目标市场建立文化展馆、展厅、专营店,同时依托官方权威网站、微信公众号、第三方机构,搭建线上营销平台,辅导蜀绣企业运用互联网方式开展电子商务,积极探索境外销售渠道,开拓国际市场,同时在行业建立激励机制,支持并培养部分蜀绣企业争创质量信誉企业,并进而使用品牌效应以获得资本运营能力。

3.3 创新产品题材形式

任何一种传统手工艺的开发都是为了满足消费者或使用者的需要^[14],在保护和传承蜀绣非物质文化遗产的同时,必须推动蜀绣技术创新,如新工艺、新材料、新流程、新设备等。建立蜀绣产品设计开发工作室,联合政府、企业、高校进行主题设定、图稿设计、打样、调试、进入市场。在创作的题材上,立足四川本地的旅游文

化,将芙蓉、鲤鱼、熊猫等传统题材,扩展至“巴蜀文化”中的七大板块,如古蜀文化板块可运用的元素有三国故事文化、三星堆金沙遗址文化、都江堰水利文化,诗歌文化板块可运用的元素有三苏祠、杜甫草堂,道教文化板块可运用的元素有青羊宫、青城山,古镇文化板块可运用的元素有街子古镇、洛带古镇,以及川剧服饰脸谱文化板块、川菜饮食文化板块、现代成都城市文化板块等^[15]。产品结构上可在保证高端订制品收藏艺术品的同时,将蜀绣技艺与现代生活用品进行结合,如拓展到家居家纺的屏风隔断、床品、台布、餐巾、桌旗,拓展到日用品的服饰、鞋子、包袋等;同时探索蜀绣旅游纪念品的结合,如小型的挂画、便携的吊坠、手绢、小荷包等;还可以尝试与文创产品进行结合,如手抄本封面、灯具、手机壳、手机挂带等。在产品类型上,可以积极拓展年轻人喜闻乐见的形式如游戏等。2019年蜀绣与《王者荣耀》合作,在游戏内推出蜀绣元素角色皮肤,并开发制作游戏周边蜀绣延伸产品,这就是一个成功实例。通过以上尝试,拓宽蜀绣在当代生活中的应用,配备高中低各层次的产品,以满足不同层次消费者的需求,使蜀绣日常化、生活化,使民众认识蜀绣、了解蜀绣、消费蜀绣、传承蜀绣。

3.4 强化文化研究保护

在成都市科技局的推动下,2009年5月“成都市蜀绣工程技术研究中心”正式成立,标志着业界对蜀绣开始进行系统的保护和学术研究。后续应不断使用现代科技和数字化技术,汇总蜀绣历史文化、传统针法、工艺流程、大师作品解析,以文字和视频形式进行保存,整理出图文兼备的资料进行出版,成为蜀绣技艺的系列培训教材或学术论文、专著的基础研究资料。对蜀绣最珍贵的核心技艺,如“异色异形绣”,则还需要采取针对性的措施来进行保护和传承,如图形可视化形式,将此技艺进行分解并整理为步骤严谨的流程,并出版专著进行解析,以便后期人们对此技艺的理解和研习。以蜀绣文化为核心,运用现代技术对蜀绣进行学术研究和数字化保护,将传统蜀绣技艺转变为数字化的程序和规范,重点研究蜀绣文创、艺术教育、艺术创作和创意产业化服务,促进产、学、研一体化。

3.5 分层培养行业人才

蜀绣人才培养是蜀绣行业发展的核心要素,没有传承人则任何一个非物质文化遗产都无法延续。一方面政府可以设立专项基金或项目,继续支持和组织农

村闲散人口、蜀绣爱好者、绣娘参与学习培训,重点培育中高级绣工,另一方面可以在职业技术学校设立蜀绣专业或课程。积极开展校企合作,如成都市靖绣缘蜀绣有限责任公司与成都教育投资集团开展“蜀绣研学推广”项目合作;四川梦工坊蜀绣有限公司创始人、四川省工艺美术大师白桦老师,自2017年开始与成都多所中学达成校企合作协议,这些合作的落实,推动非遗传承人相继走进学校,让更多人了解蜀绣文化,以期培养更多的蜀绣传承人。

3.6 强化品牌推广力度

当前蜀绣传播媒介单一,导致推广的力度和广度都有限,难以被大众认同^[16]。建议由成都非物质文化遗产保护中心牵头设立官方蜀绣门户服务平台,以“中国蜀绣”“蜀绣之乡”“锦城蜀绣”“南丝绸之路起点的蜀绣”等IP进行整体形象宣传。推广蜀绣历史文化知识,定期更新宣传片、纪录片。在大型公共场所如机场、火车汽车客运站、旅游景点、大型商超等设立宣传栏和展示区,进一步扩大蜀绣的知名度。持续举办蜀绣文化艺术节,开展蜀绣产品创意创新竞赛,积极组织和支持蜀绣企业参与国内外的非遗、工艺美术展览活动,鼓励优秀作品在国内外参展、参评,收藏蜀绣精品作品进入省级以上博物馆,支持蜀绣进入艺术品拍卖活动,以此提高蜀绣在市场的品牌影响力和市场价值。

4 结束语

蜀绣以其悠远的传承历史和鲜明的地域特征,成为中国传统民间刺绣技艺的瑰宝,也是国家级非物质文化遗产。历经几千年的发展,蜀绣技艺不断升华变迁,现已成为古蜀文化中珍贵的组成部分,更是向世界展示中国民间传统艺术的重要载体。在国家对非物质文化遗产保护的大力支持下,当前蜀绣的营销情况呈现出发展的趋势。通过对蜀绣产业的顶层设计、集成式生产基地建设、产业结构调整、产品类型创新、学术研究保护、人才培养落实、境内外的宣传和推广强化,实现蜀绣技艺与现代市场的有效融合,推动蜀绣产业发展,使蜀绣成为一种蕴含商机的高文化附加值产业,也可为中国丝绸或其他刺绣技艺振兴和发展提供有效的参考模式。

参考文献:

- [1] 乔洪,乔熠,张序贵.蜀绣技艺融入服饰设计的思考[J].丝绸,2015,52(2):45-50.

- [2] 卢琼. 智慧民间工艺[M]. 北京:新世界出版社,2009.
- [3] 常璩. 华阳国志校补图注[M]. 上海:上海古籍出版社,2007.
- [4] 黄能馥. 复原三星堆青铜立人龙纹礼衣的研发报告[J]. 装饰,2008(1):48-51.
- [5] 乔熠,乔洪,张序贵. 蜀绣传统技艺的特性研究[J]. 丝绸,2015(1):47-53.
- [6] 赵敏. 中国蜀绣[M]. 成都:四川科学技术出版社,2011.
- [7] 舒芸芸. 蜀绣归来一针一线绣出千年的传奇[J]. 重庆旅游,2013(4):122-127.
- [8] 张序贵,朱利容,杨渝坪,等. 蜀绣原生态产业链的打造[J]. 丝绸,2009(10):4-7.
- [9] 王磊. 蜀绣市场发展现状及营销策略探究[J]. 现代商贸工业,2009,21(22):117-119.
- [10] 范小敏,谭丹,王佳丽,等. 区域视角下蜀绣产业发展对策研究[J]. 丝绸,2015,52(4):70-75.
- [11] 唐凯江. 成都蜀绣销售渠道创新研究[J]. 中国商贸,2011(6):179-180.
- [12] 张蕾,李勇,曾喜梅,等. 湘绣行业在社会信息化进程中的问题及对策[J]. 商场现代化,2013(4):119-120.
- [13] 杨晓瑜,范小敏,李琼秀. 基于产业技术创新联盟的蜀绣产学研合作路径探索[J]. 纺织科技进展,2015(6):7-9.
- [14] 濮安国. 传统手工艺在新时代的发展[J]. 上海工艺美术,1994(4):6-7.
- [15] 王康健,李纳云,曾蓉,等. 蜀绣产业发展现状分析及对策建议[J]. 丝绸,2017,54(10):51-57.
- [16] 赵敏,吴起宏,刘才容,等. 川剧戏服与蜀绣的关系及其对蜀绣文化传播的作用[J]. 丝绸,2019,54(4):93-96.

Investigation and Development Countermeasures of Shu Embroidery Marketing

CHENG Si, QIAO Hong*

(Art and Clothing Design Institute, Sichuan Normal University, Chengdu 610101, China)

Abstract: Through the investigation of the historical evolution and marketing status of Shu embroidery, the current situation and existing difficulties of production and operation mode, product commercial value, market recognition and marketing situation of Shu embroidery were analyzed comprehensively. On the basis of comparing the successful development of Suzhou embroidery and Hunan embroidery, combined with the local characteristics of Sichuan, countermeasures and suggestions for the development of Shu embroidery marketing were put forward, including building an integrated Shu embroidery characteristic industrial base, perfecting the Shu embroidery industrial chain, innovating Shu embroidery products, improving product faults, strengthening the research and digital protection of Shu embroidery culture, cultivating talents in Shu embroidery industry at multiple levels, establishing brand awareness and strengthening publicity and promotion, so as to contribute to the revitalization and development of Shu embroidery.

Key words: Shu embroidery; intangible cultural heritage; marketing status; countermeasure analysis

(上接第8页)

- [27] ABRAMOV O V, GEDANKEN A, KOLTYPIN Y, et al. Pilot scale sonochemical coating of nanoparticles onto textiles to produce biocidal fabrics[J]. Surface and Coatings Technology, 2009, 204(5): 718-722.
- [28] SARIER N, ONDER E. The manufacture of microencapsulated phase change materials suitable for the design of thermally enhanced fabrics [J]. Thermochemica Acta, 2007, 452(2): 149-160.
- [29] KHATTAB T A, REHAN M, HAMOUDA T. Smart textile framework: Photochromic and fluorescent cellulosic fabric printed by strontium aluminate pigment[J]. Carbohydrate Polymers,2018,195: 143-152.

Review of Smart Clothing and Smart Clothing Materials

MENG Qijie

(Fashion and Design College, Donghua University, Shanghai 210051, China)

Abstract: The research progress of smart clothing in different application fields of health care, military equipment, sports and entertainment were studied. It was found that the main functions of smart clothing were positioning, monitoring and interaction. Smart conductive materials, optical fiber fabrics, nano materials, phase change materials, photochromic materials were widely used as smart clothing materials. The relevant future research direction and application fields were put forward, aiming to provide reference for scholars to carry out relevant research.

Key words: smart clothing; smart clothing material; application field