

王世襄与明式家具

□ 许以信

硬木家具厂(原鲁班馆)有位怪客,常穿着背心、短裤,手里拿着一个破了边的草帽,推着晃悠悠的自行车进工厂。进了厂就一头扎进车间,不是看看这个就是问问那个,日子长了,工人师傅们给他起了个绰号,戏称他“穷王”。原因是他的装束以及他看得多买得少。这个“穷王”就是现在被世界公认的明式家具研究专家王世襄先生。

王先生酷爱明式家具,更尊敬创造这些美丽器物的人们。他先后拜石惠、李建元、祖连朋等老艺人为师,师傅们光着膀子干活,他一边帮忙递上一把刨子、一个凿子,一边一个部件一个部件记着名称;在小本上绘制它们的造型,虔诚得象个小学生。在简陋的车间里喝着粗茶、吃着炉子上烤的窝头片,和工人们亲密无间。人们绝分不出哪位是学贯中西的学者,哪位是工人师傅。他几十年都是如此,遇有弄不懂的问题,就到车间去,直到问题解决,才心满意足的离去。年复一年,他拿到了珍贵的明式家具生产工艺的第一手资料,为日后的研究工作奠定了基础。

1964年我做毕业设计和论文,选题是“明式家具的继承与发展”。王先生在1961年就中央工艺美术学院给我们讲过“中国家具风格史”,因此我带着论文,登门去求教。当我跨进这个传说中的奇人巨匠之家的时候,我惊呆了,几间北房里,书籍铺天盖地,明式家具重重叠叠堆放着,他工作的地方只剩下书桌这一方小天地。先生却在这里写出了多部惊世之作。

世襄先生研究明式家具达到忘我的境界,为了收集到真正的明代精品,他一有时间就骑上自行车四处查访,冬寒、夏暑全然不顾,终日奔波于街头巷尾。从文人、官宦之家到街头打小鼓的旧货摊,从鲁班馆到古玩店,从通州到宝坻、涿县到保定,凡是可能有好家具的地方都留下了他的足迹。有一次在家具店看到一个大火盆架,乃是稀有品种又十分漂亮,先生爱不释手。但是火盆架是人家寄存在那里的,他只好借

用来拍一张照片,就把它一口气扛到王府井南口的照相馆,拍完了又扛着送回去。书生改当窝脖儿,这对于一个当时已年过半百的人来讲,苦和累是可想而知的。他就是这样执着和苦干。

硬木家具厂在文革时期收集到六万余件明、清以及民国时代的硬木家具,几个库房都堆到十几米高,要从中找出明代家具精品,可谓大海捞针。王先生钻上钻下、穿梭其间,看到有保留价值的家具,就请工人们帮忙倒库,拿出来测绘和拍照,用完了再和工人们一起放回去,汗水、尘土和在一起自然成了泥人儿,只要能得到资料,他就觉得其乐无穷。就这样在四十几年间,经他过目的家具有几万件,收集拍照绘图精品有几百件。他不仅掌握了明式家具的艺术精髓,而且对于历代家具造型的演变及内涵了如指掌。明式家具工艺的专用名词、制作方法也经先生之手,编成超过千条的《名辞术语简释》,把师徒相传的口语变成了文字。

文革时我下放到硬木家具厂,和先生的来往更多了;先生的生活条件更加艰苦。有一天,我到他家请教问题,喊了几声不见人,只听见先生喊“等一等,我穿衣服”,然后从一个硕大的黑漆彩绘的柜子里探出头来,让我坐下。我的心酸酸的,这样一个著名的文物专家,竟被挤得连个放床的地方都没有!但是他并没有消沉,他的研究还在继续,他的笔也从未停止过耕耘。他还是那么乐观那么豁达。生活中的艰难坎坷、研究工作中的千辛万苦,他全不在乎,在乎的只有他的明式家具研究,他的事业。

十年浩劫过去,祖国迎来了春天,王世襄先生更加焕发了青春的活力,以惊人的毅力、不屈不挠的精神,完成出版了中国人编写的第一部明式家具图录、《明式家具珍赏》和专著《明式家具研究》。填补了中国古代家具史的空白。以前我们研究明式家具,都只能参考德国艾克先生的《中国花梨家具图考》和美

青年是人类消费活动中最活跃、最有生气、消费量最大的生力军。在我国,青年近4亿之多,约占全国总人口的1/3。当青年走出校门、参加工作时,就有了自己的工资收入,具备了独立的购买能力,可根据个人的兴趣与爱好自由选购。青年人结婚是一件大事,他们的父母大都还要给予资助,这也使青年购买力增强。对于家具设计和经营管理人员来说,研究青年的家具消费心理,满足青年购置家具的心理需要,对家具工业的发展是十分重要的。

一般来说,青年的家具消费心理主要有如下一些表现:

1. 求好心理 青年在组成新家庭时,大都会购置一套新的家具。家具是耐用消费品,价格较高,不可能也没有能力在三五年后就更新,因而对其质量要求较高。只要家具质量好,功能齐全,使用方便,即使价格贵一些,许多青年消费者也乐意购买。

2. 求新心理 改革开放以来,新思想、新观念以及新事物层出不穷,整个社会由一个封闭的环境转向开放的世界。青年的家具消费心理正符合这一时代的潮流。由于青年对新鲜事物十分敏感和乐于接受,崇尚时髦,喜欢标新立异。

因此,他们往往是新产品的最先试用者和传播者。他们对新产品的要求是:一要能反映时代潮流与风尚;二要符合现代科学技术的要求;三要美观适用,货真价实。

3. 求美心理 俗话说:爱美之心,人皆有之。青年正处于身体

其消费行为受“众人”左右,随大流,人买亦买。比如说周围的邻居买了组合家具,那么他也会产生购买组合家具的欲望,以求同步。

5. 炫耀心理

部分青年消

李 瑛

青年人的家具消费心理浅析

费者喜欢

自我炫耀,他们追

求质量好、款式新、价

格高的家具。把居室布置得富

丽堂皇,其目的并不在于满足实际生活的需求,而主要是为了通过一种与众不同的消费方式,来炫耀自己的阔气,以赢得别人的羡慕。在炫耀心理的诱惑下,他们的消费活动失去了它的本身意义和价值,这种畸形变态心理是不可取的。

青年的家具消费心理还有很多表现,如求名心理、攀比心理,等等。这些心理一般都错综复杂地交织在一起,可能几种心理兼而有之,也可能分出主次。我们在家具设计和生产方面,要自觉地面向青年,有意识地针对青年,根据青年的消费心理,设计和生产出更多适合青年情趣、爱好和要求的家具。

发育的成熟

阶段,思维敏捷,

对美的追求和向往异

常强烈。随着生活水平的

不断提高,广大青年日益注重生活的美化。家具是室内陈设的主要内容,可以改善和美化人们的生活环境。因此,青年在购置家具时,不仅要选择它们的内在质量,而且倾心于新颖漂亮的款式和富丽堂皇的外表。

4. 从众心理 由于社会风气、时代潮流、社会群体等社会因素的影响,青年消费者通常会产生迎合某种流行风气或群体的从众心理需要。青年人在购买家具等耐用消费品时,受从众心理的影响较为突出,

国人埃利华斯的《中国家具》。现在,我们可以欣慰地说,我们有了中国人自己编写的书。这两部书在香港出版后,立即轰动了海内外,英、法、德各国随即都出版他们的文本。美国博物馆界元老史协和先生说:“我相信,在中国古代家具研究领域内,《明式家具珍赏》在相当长的时间里是一部超越前人的权威性著作”。在国内,这部书被誉为和郭沫若先生的《青铜器研究》与沈从文先生的《古代服饰研究》并列的现代三大社科研究成果之一。世襄先生也多次应邀去美国、英国和港澳讲学,他那一口流利的英语,那深入浅出的讲解,那幽默动人的语言,使聆听者无

不叹服。

王世襄先生不仅是明式家具的大行家,而且对古代漆器、竹刻、书画、雕刻等等都有深刻的研究、独到的见解,并写出了专著。“髹饰录解说”就是他集四十年的心血的又一部巨著。在近十多年里,先生竭尽全力,完成了十多部专著,发表了中英文论文六七十篇。“穷王”不穷,他的博学多才为世界所瞩目。他的精美收藏也将永远留给国人研究、欣赏。他创造的精神财富,是无法用金钱来衡量的。

一九九四年元月三日于北京