

# 中国现代高仿硬木家具的现状与前瞻(下)

## *The Status Quo and Foreground of Chinese Modern High Emulational Furniture*

■ 李晓玲 Li Xiaoling

(中国明式家具学会)

### 2. 从工艺看高仿家具

中国传统家具的工艺是一个团队艺术,从设计放样、选材开料、木料烘干、开榫装配、画花雕刻、修饰打磨、调色油漆等每道工序都要分工明确,而且必须要有专人监制与紧密配合,并要求监制人必须具有很高的审美眼光和技术水平。稍有一方粗心大意就难成佳作。

#### 关于卯榫

卯榫是中国古典家具重要的特征之一。中国的明清家具全部使用卯榫结构,它既科学,又符合硬木材料的特征要求。大多数厂家在仿制家具时都遵循了这个原则。但也有少数厂家弄虚作假,如卯榫的尺寸不够,简化卯榫的构造,甚至去掉暗榫,从而大大降低了家具结构的合理性和稳定性。下面图中本人所绘制的就是一个在卯榫上偷工减料的例子。图2是较正规的束腰结构家具腿足上部的抱肩榫及与顶端的连接。图3是为了节省工时,将束腰部分的暗榫取消,将束腰与束腰相连,并仅靠竹钉将束腰与牙板相连。图4中的做法则更为恶劣,为了节省材料,将腿足顶端的长短榫省去,将边抹与腿足用栽榫连接,彻底降低和破坏了家具整体结构的稳定性和牢固性。

中国传统家具的结构从来不使用铁钉。然而,现在有少数家具企业背离了这一工艺原则,他们在卯榫结构上偷工减料,取而代之的是在家具制作中偷偷地使用铁钉或螺钉等。图5是红木家具网站的记者拍摄的照片,明确地展示了某些企业的此类行为。他们将螺钉用于连接两根木料,或将铁铆钉用在了圈椅扶手的连接上。

#### 关于工艺的精益求精

技艺虽说是工匠的手上工夫,但眼光却至关重要。眼高手低者会力不从心;而手艺高超却缺少眼光的工匠,则不会有神来之笔。一般来说,传统家具制造业的工匠要手眼相通,手与眼精妙配合才能出高质量的绝活。如今的中国古典家具行业缺少的就是这种才艺双全的工匠。

此外,除了工匠的手艺,一件家具的工艺水平还和其它因素相关,如制作者和厂家的制作态度及他们的目标追求。因为有些工艺不是做不到,而是没想做到。图6是一件有曲尺形装饰造型的罗汉床的正面围子立板,它是原件的照片。这件罗汉床被众多的厂家仿制。图7就是其中一家的仿制品。如果我们将两张照片放在一起进行仔细地对比,就不难发现仿制的罗汉床的围子上曲尺形装饰造型的工艺不及原作品的圆润和精细,且缺乏力度,工艺也显浮躁和粗糙。其实,这并不完全因为工匠的手艺不到家,而是厂家为了刻意地节省材料和工时,因为仿制的曲尺拐角都是很坚挺的,如果是象原件那样有一个圆润的弧度,则需用去更多的材料和工时。这正是所谓的偷工减料。它减下去的不仅是产品的工艺质量,也减低了它的艺术价值和市场价值。

其实,这种偷工减料的情况在某些厂家非常的普遍。最经常出现的还有板材的厚度不够,鼓腿彭牙的腿部“鼓”得不够,牙条“彭”的不够,它们都减弱了家具腿部造型的力量,也失去了原本家具的美。

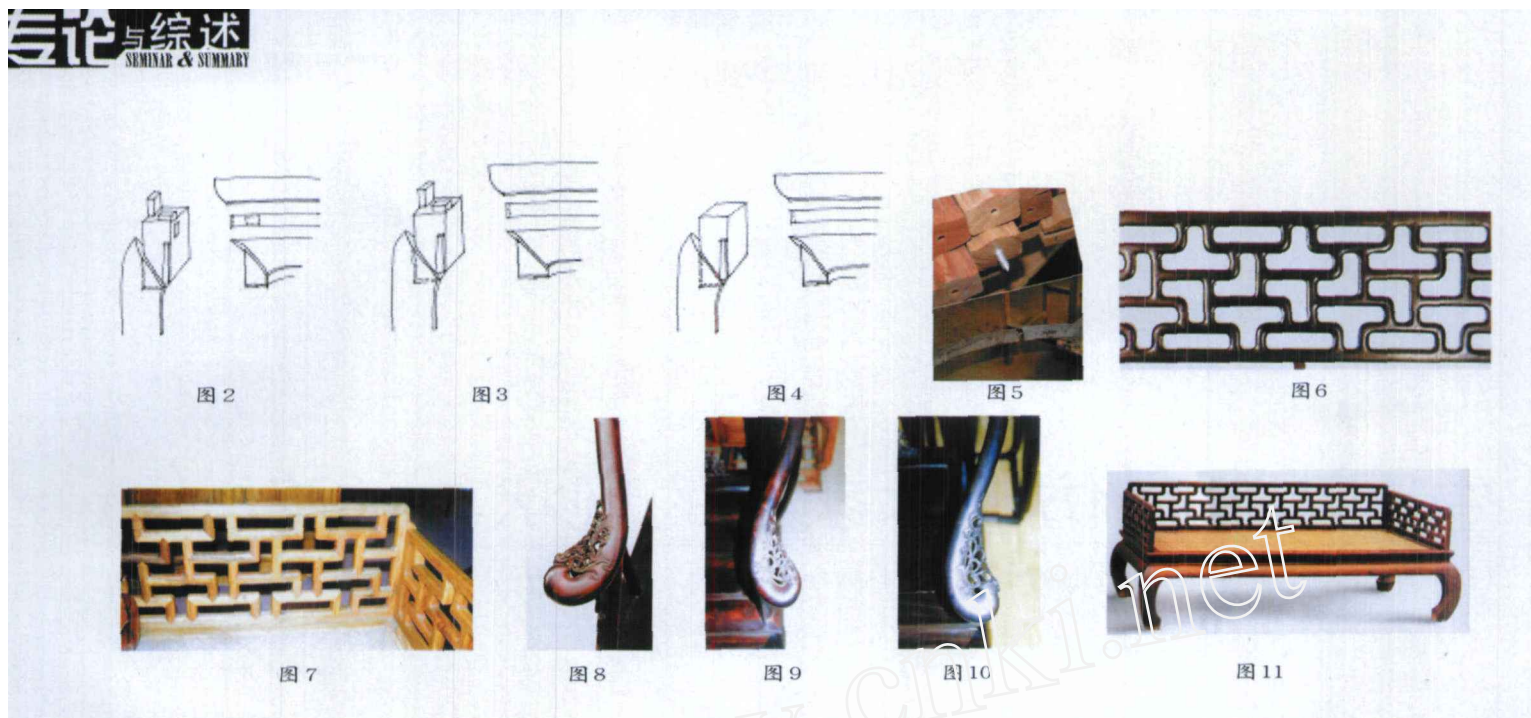
#### 关于传统家具制作中机械工具的使用

电动机械工具在传统工艺制作中往往是一把双刃剑,在提高了制作的效率和工艺的精准度的同时,使用不当或过多的使用也

会破坏一件产品的艺术价值。传统家具制作过程中是否应当使用电动机械工具,在什么情况下使用,如何使用,就成为一个越来越受到关注的话题。

随着现代科学技术的发展,由电脑控制的现代烘干设备已经慢慢地取代了传统的自然干燥方法,提高了木材烘干的效率和精准度。电动机械工具还被广泛地应用在木材的开料(包括一些板料、枋料等的粗加工)和开榫过程中,它们提高了工人的工作效率,并且使用电动机械可以使卯榫的制作更加精准。尽管它们有时也造成了材料的浪费。但是,当电动工具的使用破坏了家具的艺术水准的时候,我们应当坚决地杜绝使用它们。例如,完全用电动机械工具生产出来的圈椅的扶手,曲度单一,且从后至前扶手的粗细相同,彻底破坏了传统的圈椅扶手的优美造型。

如今,电动机械工具在雕刻的工序中也被广泛使用,它们的种类繁多,有多种钻头 and 刀头可以随时更换。它们集铲、刨、刻于一体,既可用于平面雕刻,也可用于立体雕刻。许多厂家用它们制作雕刻件的毛坯。在雕刻过程中,某些工艺如铲底使用电动工具既可以提高精准度,也可以提高工作效率。然而细致的雕刻和打磨是不应当使用电动机械工具的。因为,雕刻如同中国的书法一样是一门手工艺术。手工雕刻作品与机械生产出来的雕刻作品的关系就如同书法与书本上印刷出来的铅字之间的关系一样。前者是手工艺品,后者是工业产品。完全采用机械工具甚至电脑雕刻机制作出来的雕刻,则如同书本上的铅印文字一样,呆板如一,没有韵味和艺术气息,更谈不上艺术价值。然



而,有些厂家为了减少成本,大量使用电动工具进行雕刻,到最后损失的还是厂家自身的利益,因为这些产品终究是卖不出高价的。

图8是一件圈椅的扶手雕刻原件的照片。图9和图10是某两个厂家的仿制品。仔细观察,我们可以看出它们雕工品质的高低。图9是完全用手工进行雕刻的,因而它的雕刻是真正的圆雕式的,立体的雕刻。而图10中的雕刻上下的透空是一模一样的,它是用电动工具上下同时雕刻的,节省了工时,但失去了雕刻的立体感和艺术感。

美感和神韵是判断一件仿制家具是不是高仿家具的必要条件之一。在不破坏产品的艺术美感的前提下,我认为硬木家具的生产可以适当利用电动机械作为辅助工具。例如用电动机械工具进行粗加工,用电动雕刻工具制作毛坯,再在雕刻毛坯上用手工进行细加工和打磨。完全用电动机械工具制作出来的或用电脑雕刻机雕刻出来的东西不属于艺术品,而是工业产品。家具制作如果与手工艺完全脱离,则彻底背离了中国传统家具所具有的艺术品的本质特征。

#### 关于做旧

有些人认为作旧就是高仿,如能做到以假乱真,则达到了高仿的最高境界。因此,他们不惜任何代价,采取任何手段,从烟熏火烤,泥中浸泡,到使用现代化的表面涂料,唯一的目的是要旧得以假乱真,其实这是大错而特错的。高仿与作旧没有必然的联系,做旧不等于高仿,高仿不一定非要作旧。

#### 结论:

高仿家具在工艺上的要求:

硬性指标:

1. 全部使用卯榫结构,且卯榫的构造

科学,制作严密。

2. 各部件装配紧密,金属合页和饰品于之配套。

3. 修饰和打磨到位。

4. 工艺上没有偷工减料。

软性指标:

1. 雕刻工艺精美,作品生动而有神韵。
2. 在不破坏艺术美感的前提下使用电动机械工具。

3. 做旧不等于高仿,高仿不一定非要作旧。

#### 3. 从美学看高仿家具

中国传统家具到了明代进入了完备成熟的时期,形成了独特的风格,造型简洁质朴,以结构部件为装饰部件,不事雕琢,不加虚饰,充分展示材质的天然美,不仅富有流畅隽永的线条美,还给人含蓄高雅的意蕴美,极具文人气质。这时的工匠在制作家具时不仅显示出对木材特性的重视,而且具有很强的掌握线条、曲度和立体比例的能力。

对于古典家具的仿制来说,仿形是初级的仿,仿神才是高级的仿。明清家具素有“艺术家具”、“文人家具”之美称,她是中国传统家具的代表,一直为世人所推崇,那些精美之作,就在于她具有一种形神兼备的设计意念与制作追求。“形神兼备”是明清家具艺术的最高境界。

当然,仿制明清家具也并非一点也不能改动,有些局部造型或尺寸的改变,只要改得好,改得实用,也确实会使它更加具有现实意义。这是用现代人的眼光,发展的眼光和进步的眼光进行的一种再创造,是值得倡导的。但这种再创造必须要以最基本的美学要求为基础。

目前,一些厂家的仿制产品并没有达

到“形神兼备”的意境,这其中有很多原因。首先是工匠和设计师的审美和艺术水准不高,不能深刻地欣赏或领会原作品的美和艺术内涵,因而也就不能将这种美在仿制的作品中体现出来。另外的原因是厂家为了节省材料和工时。如果完全按照原作品的造型曲线去制作,则需要更多的材料。最后,某些艺术美感的丢失还要归结于电动机械工具的使用。

图11是一件三屏风曲尺式攒接圈罗汉床,现在被众多的厂家仿制。图12,图13,图14分别是三个厂家仿制的此罗汉床的局部的腿部造型,我们若将这三张照片分别同原件进行仔细比较,就会不难发现其中的差距。图12和图14中的腿部造型或许是为了节省材料而弯度不够。图13中的腿部虽然弯度足够,但造型与原件相比还是缺少了力度。

同样,图15和图16是两件圈椅的角牙造型的比较。图15是一件故宫博物院收藏的有束腰带托泥雕花圈椅,图16是一个厂家的仿品。仔细比较两件圈椅的角牙造型,我们还是可以发现仿件中的角牙的雕刻造型略显呆板,缺乏了原件的活泼和生动的神韵。

图17是图15的圈椅的总体造型。图18是另一个厂家对此圈椅的仿制品。从整体造型这一角度,我们可以非常清楚地看出仿制品在造型和比例上均严重失调。

经典的明清家具历经数百年的锤炼,在造型、比例和艺术品位上几乎达到了如火纯青的程度。在仿制这类家具时,如果不尽全力挖掘出它的艺术品质,则尽管是用了很高的手工艺、很贵的木材,所做出来的家具也只是“有形无神”甚至是“败了形”。

#### 结论:

美感是衡量高仿家具的软性指标,是



图 12

图 13

图 14

图 15

图 16

图 17

图 18

高仿家具的艺术内涵。只有那些符合美学规律和原则的造型优美,比例匀称,仿出神韵,甚至更胜一筹的家具才能称得上是真正的高仿家具。

#### 四、中国高仿家具的未来

当代中国古典家具恢复发展的时间还比较短,古典家具行业的发展还远不成熟。要想使中国古典家具行业有一个健康,持久的发展,我们还要面临许多的课题。本人愿和大家共同探讨。

##### 1. 加强销售实力

近些年来,中国古典家具制造企业的数量与日俱增,大大加具了市场的竞争,特别是近一两年,总体的销售总量出现了下滑的趋势,这虽有着经济环境和消费环境变化的影响,但我们必须看到,在这种竞争环境下,企业要想求得生存,就必须加强其销售 and 市场营销的能力。这其中,拓宽和整合销售渠道就变得越来越重要了。因为中国的古典家具企业大多是作仿式的企业,自身实力有限,仅仅靠单打独斗,坐等顾客上门以及对老客户的依赖是很难开辟新的市场并且适应当今新的竞争环境的。

这里所说的整合,并不是简单的销售地点的整合,即建立一个家具城或家具一条街,让几十家乃至上百家的家具企业的展厅搬进来即大功告成,那是最简单而原始的销售整合。这里所说的整合是销售渠道的整合,即根据不同地域的特点培养,发展一个多层次的,高覆盖率了销售渠道网络。“多层次”可以包括从包销商到分销商,从一级代理到二级代理的销售模式,等。“高覆盖率”指的是覆盖从某一区域如华东、华南,发展到覆盖全国乃至走向国门的销售渠道网络,当然也

包括企业网站的建立和网上的市场营销。

##### 2. 品牌不是既得利益

现在几乎家家企业都在谈品牌。其实,品牌是需要一个很长时间的培养和投资的。国外许多的著名家具品牌都是经过短至几十年长至几代人不懈的努力而逐渐树立起来的。一个著名的品牌代表的不仅仅是一个品牌的名字,而是涵盖了企业的诸多要素,如企业形象,产品设计与销售,服务,人力资源管理,物流管理,以及企业文化等,他们都是企业核心价值的所在,也是企业竞争力的原动力。

品牌不是既得利益,不要试图从短期炒作中得到,更不要期望在短期内得到回报。企业的发展是需要培育的。目前社会上经常出现的一夜暴富的情况使人们对品牌产生了误区,认为短期投入和炒作就可以使企业立刻出名,出了名就有了企业的品牌,情况恰恰相反。其实,一个企业和品牌的发展象一棵大树一样是需要根基的,它置于地下的根基越强大,越牢固,地上的树干才能生长得越长久和越茂盛。尽管古典家具行业本身与中国传统文化有着千丝万缕的联系,但如果把发展文化变成了利用文化,而仅仅拿“文化”当大旗进行炒作的话,它的效果是不会长久的。

##### 3. 提升产品的附加价值

提高品质,就是提高了产品的价值;提高品位,就是提高了产品的附加价值。品位的提高靠的是才艺双全的工匠和艺术水准高超的设计师。

当前国内的许多企业还沉湎于“物美价廉是一个永远的胜律”,还没有认识到产品的设计和品位的价值。殊不知当他们对自我的设计师不懈一顾的时候,设计已成为北

欧人生活的组成部分,美国人赖以赚钱的工具,日本民族用来生存的手段。一件产品的价值除了材料成本,人工费用,设备折旧等“硬指标”价值以外,还包括科学技术,产品设计,产品文化等“软指标”价值。在“硬价值”基本不变的情况下,“软价值”在商品价值中所占的比例越大,产品的价值越高。也就是说,同样的产品,同样的功能,同样的制造成本,由于设计的差异可能使产品的售价相差几倍,甚至更多。

##### 4. 诚信是企业发展的根基。

有人说,当代的危机是信任的危机。然而在商界,最受推崇的两个字就是“诚信”,诚信就是“诚实信任”,它是一个高度。

由于一些不讲诚信的企业在材料和工艺上屡屡造假,使得一些消费者对厂家失去信心,不敢轻易地购买家具。这甚至使市场派生出来一种奇怪的“光身家具”,即不上漆,也不上蜡和上色,打磨也不到家的成品家具,准确地说它们应当是半成品家具。据说走势也不错。这也许是被逼无奈的选择,也是被“逼”出来的一种产品。但它实际上是降低了产品的价值,对消费者和厂家都是一种损失。看来,诚信是需要大家共同努力去创建的,只有在这种氛围下,中国古典家具企业才能得到健康,持久的发展;中国的古典家具才能永保她的艺术魅力。

最后,我愿以研究中国古典家具的著名学者古斯塔夫·艾克在1944年6月写于北京辅仁大学的一句话结束这篇文章:

“愿这古老和崇高的技艺经受住我们这个机械化文明时代的千难万险而永传不衰。”

(责任编辑:黄炎)