

# 竹編果籃變貓窩 老手藝煥發第一春

## 網友建議點亮夕陽產業明燈 「90後」女孩盤活非遺手工製品

在堆放着竹編貓窩的倉庫裏，頭頂白熾燈打下的光照在劉霞冰的臉上，只見竹篾在她的指尖上下飛舞，不多時一個竹籃在她手中已初現雛形。家住廣西欽州靈山縣平南鎮的「90後」女孩劉霞冰，家裏祖輩輩都做竹編生意，從她記事開始，家裏見得最多的便是各種竹編產品，然而隨着二〇〇八年金融危機之後，海外竹編產品訂單銳減，當地的竹編產業也因無利可圖而逐漸沒落。一個偶然的機會，劉霞冰在網上「建議」下，將傳統的水果籃改造成貓窩，竟意外大受歡迎。劉霞冰的竹編貓窩走紅，也讓「靈山竹編」這個瀕臨失傳的廣西非物質文化遺產技藝煥發新的活力。◆香港文匯報記者 曾萍 廣西報道



掃碼看片



◆竹編貓窩由竹編水果籃改造設計而成。

香港文匯報記者曾萍 攝

劉霞冰將跳到桌上的小奶貓抱起來，摸了摸牠的頭，然後放到地上。在她並不大的工作室裏，一面牆的陳列架上，擺滿了各式各樣的竹編產品。

### 首「觸網」嘗甜頭 決心回鄉創業

「2016年回家過年，當時看到家裏堆滿的花籃，爸爸對我說以後可能編東西也掙不了多少生活費了。」劉霞冰坐下來喝了一口水，回憶起自己第一次想要嘗試「挽救」自家竹編生意的場景。彼時，在南寧上班的劉霞冰腦袋裏蹦出一個想法：在阿里巴巴開一個門店。「當時還沒有辭職，我想着國外訂單不好做，那就在國內的網站上開店試一下。」抱着「死馬當活馬醫」的心態，春節假期裏，劉霞冰一刻不閒地張羅起網店。

給貨品拍照、上架網店、裝飾店面……網店剛開不久，就迎來了第一個客人。「第一個客人的訂單量並不大，預定了100多個竹編籃子，不過對當時來說也是一個不小的單子了，真的挺開心的。」劉霞冰接到單子的快樂並沒有維持多久，困難便接踵而來。「因為客戶要的竹編籃子工藝和之前的不一樣，師傅也是第一次做，並不熟練，導致產能有點跟不上。」

劉霞冰說，接單後半个月，才交了一半的貨品給客戶。幸運的是顧客也能理解，最終網店的第一單生意順利完成，劉霞冰也因此決定留下來，繼承爸爸的竹編事業。「之後網店的訂單也陸陸續續越來越多，有的顧客甚至下單數千個竹編產品。」劉霞冰說，自己不忍心看着爸爸喜愛的竹編事業就這樣沒落，於是在村裏年輕人都不相「走出去」的時候，她毅然辭職「走回來」，接手父親的竹編工場。

創業並未如劉霞冰預想的那麼順利，網店的訂單越來越多，可是隨着市場轉變，不少批發商都紛紛轉行，她的網店再次面臨滯銷。「我當時和不同的團隊合作，想提高網店的流量，不過一切都是事倍功半。」劉霞冰開始轉向零售，但是嘗試並不順利，突如其來的疫情更是雪上加霜，竹編產品賣不出去，資金無法周轉，讓劉霞冰一度欠下了200萬元（人民幣，下同）外債。「那時候真的壓力很大，也不敢告訴父母讓他們擔心，就只能不斷做新的嘗試。」於是劉霞冰頂着壓力，將目光轉向剛剛興起的直播行業。

### 網友「靈光乍現」貓窩意外走紅

剛開始，劉霞冰的直播間裏，觀看人數都是個位數，即使觀眾不多，她也依然熱情地介紹着「靈山竹編」，從花籃、竹筐到水果籃、編織包……在直播間之外，劉霞冰也堅持更新自己創作的短視頻，到現在回憶起來，劉霞冰仍舊無法追溯是哪位網友的「靈光乍現」，讓她迎來了事業的「第二春」。「一名網友在我拍的短視頻裏評論說，我展示的水果籃十分適合做貓窩，這條評論突然就火了。」劉霞冰的直播間裏湧入上千名粉絲，紛紛詢問：「貓窩在哪裏？」「哪個是貓窩？」「能不能做貓窩？」形形色色的問題都和「貓窩」有關。

劉霞冰一邊應允着網友，一邊將網友的意見收集，和父親共同設計竹編貓窩。「我記得第二天直播時，特別熱鬧，並未成型的貓窩一晚上就銷售出了200多個。」一連幾天，劉霞冰直播間的粉絲數量猛增，貓窩的銷量一下子達到了幾千件，月銷售額最高時達50萬元。竹編貓窩的突然走紅，讓一直苦苦堅持的劉霞冰重燃了希望。

## 創意思路無限 研發團隊撐腰

竹編貓窩的走紅，讓劉霞冰從中獲得了啟發，在繼續保持自己線下的傳統竹器批發之外，她將靈山竹編這個老手藝融入到了現代創意中。以貓窩為中心，圍繞着寵物用品的新創意，開始接連「出爐」。在粉絲們的建議下，劉霞冰的抖音上有了各種各樣的「窩」：狗窩、倉鼠窩、兔子窩，甚至「人窩」。

「有網友說想要『人窩』，於是我和父親又研究出了嬰兒床，不過由於工藝複雜、造價太高，目前竹編的嬰兒床暫時下架了，等我們進一步改善設計之後，再重新考慮推出。」劉霞冰坦言自己並不擅長創意設計，於是她一邊學習，一邊汲取網友建議，最後匯集起來變成設計概念。在網友的提議下，她先後製作出了雙層貓包、竹編貓包、貓搖籃等，甚至用傳統「竹夫人」（即一種圓柱形的竹製品）的思路，設計出了供貓咪玩耍的「貓隧道」。「現在我們設計製作出了第二代的貓窩和貓包，在注重實用性的同時兼顧美觀，比如在半開放式的貓窩邊上設計了一對貓耳朵。」劉霞冰拿起身旁的貓窩一邊展示，一邊介紹道。

這些產品從創意變成實物，離不開父親劉家盛的「技術支持」。一件新產品的研發，往往是劉霞冰提供創意思路，劉家盛與幾位師傅們共同商討，千方百計地將實物「變」出來。「我們沒有什麼專業的設計、創意團隊，我的爸爸和鄉親們就是我背後最強大的『研發團隊』。」劉霞冰笑着說。而除了寵物產品之外，劉霞冰還推出了茶壺、香爐、凳子、收納筐、創意酒架、手編竹籐垃圾筐等系列創新產品，不斷在傳統編織技藝中融入新的創意，讓其竹編產品更精細、實用、環保的同時，亦更加符合現代人的追求。

## 產品設計保守 缺乏營銷人才

劉霞冰拿出手機，點開自己的賬號，手指滑動屏幕，展示着她的上百個短視頻作品。「今年的流量數據不如去年，主要還是因為我在短視頻拍攝、創作方面並不專業。」一直以來，劉霞冰在短視頻平台發布的作品，都是自己拍攝、自己剪輯，由於自己並不是專業出身，她所發布的視頻質量也參差不齊。「我們在村鎮，真的比較難招到專業的團隊或者專業人才，無論是短視頻製作還是竹編產品的設計人才，都是十分短缺的。」劉霞冰滿臉無奈地說道。

此前經營網店時，劉霞冰曾花重金和外地的營銷公司合作，以期提高銷量。「流量是提高了，銷量也有上漲，不過投入實在太大，實際上也是收不抵支，壓力最大的時候每天都虧損一兩千元。」劉霞冰的嘗試並未激起更多的水花，她也曾在本地找到稍微專業的短視頻運營團隊，卻未能如願。「整個廣西的新媒體運營都比較薄弱，專業人才都往杭州、深圳等大城市發展，不會考慮我們這個偏遠的村鎮。」劉霞冰也在產品設計方面做更多創新的嘗試，卻也因為缺乏人才而只能囿於偏傳統的設計。

事業再次陷入瓶頸的劉霞冰這次心態平和了很多，對於未來的規劃，她說自己並沒有十分清晰的想法。「我還是會以寵物產品為主，然後從消費者需求角度出發，邊做邊去想新產品吧！」劉霞冰輕聲感嘆着。為了讓竹編這項傳統技藝得以傳承，她希望能設計、生產更多符合年輕消費者需求的竹編產品，為傳統產業注入更多新鮮血液的同時，也吸引越來越多的年輕人加入傳統竹編行業。「我妹妹大學的專業就是廣西民族大學首次開設的非物質文化遺產保護專業，妹妹也因此對傳統文化，對我們靈山竹編這項傳統技藝產生了濃厚的興趣。」劉霞冰在直播間裏慢悠悠地編織着她的竹編貓窩，即使面臨各種挑戰，她仍然堅信她和她的「靈山竹編」會越走越遠。

▼劉霞冰為更好了解顧客需求，還養了小貓作為產品「體驗官」。香港文匯報記者曾萍 攝



## 重聚家鄉篾匠 再現竹編盛景

特稿

劉霞冰的家鄉——廣西欽州靈山縣的平南鎮，盛產粉單竹，節間長而平，韌性極強，最適合劈篾編織竹器。做一個竹編產品，工藝步驟十分繁雜。譬如一隻水果籃，用到的篾條就需六種之多，起頭、經篾、竹絲、收口……而由水果籃改造的貓窩，則還需要加上剪毛刺的環節，務求光滑整齊。「一個40厘米的最小號貓窩，一個熟練工人要做三四個小時，加上準備材料，需要四個多小時。」劉霞冰介紹道。

劉霞冰剛回鄉時，由於竹編產品訂單驟減，村裏大多數手藝人都摒棄了竹編手藝，外出打工謀生。隨着劉霞冰的網上訂單越來越多，不善言

辭的劉霞冰父親劉家盛為了支持女兒，親自到村裏挨家挨戶尋找手藝人，游說他們重拾竹編技藝。「很多師傅外出打工多年，手藝已經生疏了，只能重新再教一遍。」為了保障出品質量，劉家盛只得在空閒之餘親自培訓。「白天就一起編，晚上再上門給他們輔導、培訓，有時甚至培訓到凌晨一點點才結束。」在父女倆的共同努力下，平南鎮原僅剩不足20名的竹編篾匠數量增加到了近600人，其他廠家也一起參與，帶動平南、煙墩兩個鎮2,000多名竹編篾匠重新拾起篾刀，回歸到竹編行業中。

每天，劉霞冰的竹編工場門口都會坐着幾位

阿姨，竹篾在她們的指尖跳躍翻轉，編織成各式產品，而有的阿姨則聚精會神地用手輕輕拂過竹片，剪掉刺手的地方。此外外出打工的人開始回到村裏，重新拾起篾條。「我一天大概能做四五個小號單層貓窩的半成品，一個月能掙兩千多。」54歲的黃大立曾經也依靠竹編為生，當地竹編生意下場後，他曾外出打工，此後的十餘年裏，他都是一名卡車司機。而如今隨着靈山竹編產業日益興旺，像黃大立一樣返鄉重拾竹編技藝的手藝人也越來越多，這個曾經被劉家盛認為「沒希望了」的夕陽行業，如今也散發出蓬勃的朝氣。



▲每天，劉霞冰的竹編工場門口都會坐着幾位阿姨，竹篾在她們的指尖跳躍翻轉，編織成各式產品。香港文匯報記者曾萍 攝