

# 刺繡蝴蝶 飛出港牌 潮味



## 名人港味

國潮正流行，結合中國傳統文化的產品層出不窮。前有李寧於2018年掀起國潮風「元年」，帶領中華文化元素走向國際，後有開創餐飲新業態的「文和友」，致力打造中國美食界的「迪士尼」。在國家「雙循環」政策支持和全民文化自信的趨勢下，注重傳統與創新相結合的產品更貼合消費者需要。在國家「十四五」規劃綱要中，助力香港發展成為「中外文化藝術交流中心」，正成為新時代的機遇。一隻優雅停在銅鑼灣的刺繡蝴蝶La broderie，正靜靜等待「東風再起」。

香港商報記者 呂明霞



愛美愛藝術的王淑筠（左）、羅詠詩決定攜手開一家刺繡工藝店，讓喜愛刺繡的朋友隨時欣賞作品，也能買到訂製飾品。

利園Lee Garden位於銅鑼灣的黃金地段，雲集近120個國際潮流時裝和著名品牌，鬧中取靜，環境怡人。於2020年開業的繡師度人La broderie位於利園5期G01，融合中式刺繡和法式刺繡精髓，將創新美學融入生活，通過一針一線展現優雅品味。步入店內，首先映入眼簾的便是素白牆上的刺繡作品。該品牌的合夥人之一，萬通集團董事總經理、百仁基金副會長羅詠詩（Anthea）介紹着，開店的初心和靈感來自早年相識的刺繡家鄭佳鴻老師。原來鄭老師的兒子在4歲便開始學習兒童粵劇，羅詠詩透過服務兒童粵劇團認識了老師並了解到她的高超刺繡技藝。熱愛傳統文化的她常向對刺繡有興趣的朋友推介鄭老師，並替其舉辦私人工作坊，但羅詠詩有感工作坊及展覽只能在限定時間和地點開放，於是牽線了香港總商會-卓妍社副主席，擁有多年經營國際品牌Venchi董事王淑筠（Diana）合資共同創辦了刺繡工藝店La broderie。愛美愛藝術的兩人希望讓喜愛刺繡的朋友隨時欣賞作品，也能買到訂製飾品。

### 產品兼具中法刺繡之長

La broderie，剛好是法文刺繡的意思，代表悅目而別致的刺繡藝術。而品牌中文名「繡師度人」中的「度人」一詞，沿自成語「金針度人」，有傾囊相授之意。二者結合意在表明刺繡飾品兼具中法兩家之長。王淑筠講到：「當年引入Venchi品牌到香港是對朱古力的熱愛，今次也是一樣，創辦品牌的原因是醉心

於鄭老師精湛刺繡工藝。第一次認識到鄭老師的作品，已被深深吸引，尤其是對老師的雙面刺繡，作品栩栩如生。老師不但精通中式刺繡，更遠赴法國知名刺繡學府學藝，所以對法式刺繡也是技藝精湛。」她一邊興奮的說着，一邊拿起展示區的法繡工具講解：大小不一的刺繡針、法式反向鉤針、鑷子、錘子、珠盤等等……法式刺繡除了技巧跟中式刺繡不一樣之外，另一特色是採用不同的物料創作出凹凸立體，獨一無二的刺繡。而講起中式刺繡，羅詠詩對鄭老師讚不絕口：「我們總說香港是文化沙漠，但真的如此嗎？如果你深入港地，就會發覺這裏汲取各國文化之長的同時，也希望更多地保留本土特色。」她說，鄭老師的刺繡啟蒙是其伯母，一個地道的潮汕繡娘教會她許多中式刺繡的基本功。隨後，鄭老師又跟隨資深「蜀繡」老師劉永蘭學習傳統蜀繡長達五年，後期又追隨中國著名刺繡藝術家邵曉瑋學習，中式刺繡的技法和意境嫺熟於心。「中式刺繡一般選用細幼的刺繡

園減租，我們用低於市場價的租金擁有了這家店面，在遊客減少、成交量降低的情況下依然能夠節省成本。」

從事多項社會工作、積極投身香港文化旅遊事業的羅詠詩在工作中認識了許多志同道合的朋友，包括鄭佳鴻老師。「為了發掘香港本土特色、傳承中華文化，我和朋友們辦了很多活動和講座，在無意中認識了鄭老師，起初最吸引我的就是一幅飛滿蝴蝶的刺繡作品，我立馬邀請鄭老師辦工作坊和展覽，讓更多喜歡刺繡的香港人跟着老師學習。」這樣的初心進一步影響品牌主打產品：「蝴蝶，漫天的蝴蝶可以做成耳環、胸針甚至絲巾，刺繡的材質更加輕盈，佩戴方便，非常受女士喜愛。」熟悉顧客心理的她擁有敏銳的市場觸覺和獨到的營商策略，注重傳統與創新結合的她舉了年輕顧客的例子：「年輕消費群體喜愛個性化定制，別看他們喜愛新事物，但國潮作為一種潮流也是他們追隨的熱點。為了提供更適宜的產品，我們加入更多有創意的顏色，降低價格區間，為他們提供更多選擇。」

### 品牌將珠寶刺繡結合

同樣，在業餘時間學習油畫的王淑筠，對文化藝術也有着非常濃厚的興趣。家族生意涵蓋珠寶業的她，亦有參與設計珠寶款式和管理工作，對藝術和美感的敏銳度幫助她更好地捕捉產品特色，把珠寶和刺繡結合。其中以夢為主題的18K金珠寶蝴蝶胸針系列，便是品牌的特色產品，深受顧客喜愛。

在參觀的過程中，她示意記者用心觀察一幅刺繡作品：「這幅《如鷹，展翅上騰》看似簡單到只有藏藍和白色，但如果你仔細觀察，就會發現這隻鷹的羽毛由一條藍絲線分成32分線製作。立體的羽毛是由不下10多種不同的灰色絲線刺繡而成，色彩達到的立體感，真正讓人感受到雄鷹騰飛的剛勁有力。不論任何媒介的作品，羽翼都是考驗精細工夫的所在。」

她講到，當年代理意大利巧克力品牌Venchi，也是「興之所至」，因為對那家高檔巧克力一見鍾情，就下定決心一定要引入香港，從2011年在海港城開設第一家門市，到現在全港已經有10多家分店。「當年在香港已經有許多知名巧克力品牌，除了產品好外，選擇開店的地點和市場定位以及推廣也是相當重

要。經營品牌和零售細節決定成敗。」王淑筠希望憑着多年管理品牌經驗和豐富的人際網絡能把繡師度人在港打響名堂及推廣海外。



意大利著名巧克力品牌Venchi董事、香港總商會-卓妍社副主席王淑筠（Diana）對文化藝術興趣濃厚，她認為品牌的建立無論做珠寶、巧克力還是飾品，細節決定成敗。



除了蝴蝶之外，柔軟的刺繡還可以製成可折可伸展的花瓣，樣式更加豐富。

針，用蠶絲線在絲綢底布上繡出充滿意境的圖畫，平整光滑地呈現猶如中國水墨畫。這樣來看，中法兩家的刺繡大有不同，將兩者結合，也成為我們品牌的靈魂與魂。」中式意境給現代都市人帶來心靈的平衡與放鬆，法式高定給顧客發揮創意的空間，中外文化的交匯停留在一隻刺繡蝴蝶上。

### 二人志趣相投配合默契

兩位創辦人羅詠詩和王淑筠也是家族生意從事旅遊業務，今次創立刺繡藝術品牌算是跨界聯合。在與二人交談的過程中，記者發現兩人的默契正是「志趣相投」。

「2020年的新冠疫情給香港旅遊業帶來嚴重的打擊，直到現在，我們公司的旅遊巴士仍停在車廠。香港人最不能接受手停口停，疫市開業更要克服很多困難，但我們也因禍得福，因為想把店鋪開在旅遊區，剛好碰上利

## 刺繡藝術 靜心養性

一門手藝背後蘊含的是「匠人精神」，醉心刺繡的鄭佳鴻老師在內地出生，於香港長大，5歲已開始自行拈針走線。雖然跟從多位名師，鄭佳鴻本人十分低調，她把刺繡看作一種修行：「刺繡是一種慢工夫，完成一幅刺繡作品，手要靈活平穩，心要寧靜，聚精會神定一口氣，達到物與我合一的狀態，才能創作出有靈氣的作品。這也是刺繡能夠給繁忙的都市上班族帶來心靈慰藉的原因。」

比起內地的「藏龍臥虎」，香港在傳統藝術發展方面無法提供養料豐富的「土壤」，這與從業人數、歷史文化等多種因素有關，但特區政府對中華傳統文化的重視有目共睹，包括為戲曲而設的世界級表演場地——戲曲中心，也為粵劇的創新發展提供了更專業的場地和資金支持。「藝術的耳濡目染對一個人的審美和品性產生影響，有許多香港家長從小帶孩子學繪畫、表演、書法等，但學習刺繡的人依然較少，成人培養成為當下的主流。」

技藝和文化也是需要互相切磋交流的，不論是「一



La broderie銅鑼灣店充滿藝術氣息，素白牆上的刺繡作品大多是鄭老師的靈感來源。

家之言」，還是「華山論劍」，手藝的傳承發展離不開分享與交流，加強兩地藝術界合作，能夠為中華文化發展提供更充實的動力。

蝴蝶栩栩如生，刺繡方便，加深女性喜愛。



萬通集團董事總經理、百仁基金副會長羅詠詩（Anthea）介紹道，開店的初心和靈感來自早年相識的刺繡家鄭佳鴻老師。



掃一掃，登入商報網站觀看獨家視頻。

La broderie與位於中環的意大利餐廳Gradini合作推出「La broderie x Gradini夢幻莊園下午茶」反應熱烈，目前延長推廣時間至8月31日。