

国风手艺人雁鸿： 文字扩充知识面 绘本发散形象思维



国风手艺人
雁鸿



推荐书目
《大明衣冠图志》

一双巧手，能够还原各种精巧的文物。她能用非遗技艺花丝镶嵌做出唐风头饰，也能用易拉罐做出一个冰雪铠甲。她能够让《山海经》《诗经》中抽象的描写在现实中惊艳地登场，也能让古画中的历史人物“重现”在观众眼前。她是雁鸿，也是中国传统文化的热爱者和传播者。在封面新闻、华西都市报推出的“我为书狂”——4·23一起穿阅吧特别策划中，雁鸿戴着她复原的明代棕帽，身着百子衣，分享作为国风手艺人的阅读感悟。

复原明代皇后头冠与衣着
文物、书本、容像均可参考

雁鸿介绍说，这一次自己所穿戴的棕帽和百子衣，均是参考定陵出土文物和书籍《大明衣冠图志》制作而成。雁鸿说，自己的

专长在于制作头饰，对服饰方面的了解相对欠缺。因此在做全身搭配的时候，需要参考大量的书籍和资料。而这一本《大明衣冠图志》，就是她最常用的书籍之一。

《大明衣冠图志》由服饰史研究者撷芳主人所著。雁鸿介绍，这本书相对来说知识性比较强，但因为配有图画和解说，一般读者也能够接受。“我身边喜欢汉服的朋友，基本都是人手一本。这一次为了配合棕帽造型，还参考了书中的搭配，制作了一件百子衣。实际上，包括我们之前做的六龙三凤冠等，都是多方面参考了文物、容像、书籍才制作完成的。”

“从手工爱好者到国风手艺人，讲究的就是一个匠心。”这个“匠心”，也体现在雁鸿对于自己手工要求的严苛。为了能够做到力所能及、严谨地复刻文物，将文字、画卷中的历史“搬”到现实之中，雁鸿和团队不仅要阅读大量书籍、资料寻找史料支撑，还要多番请教专业的老师，甚至进入专业的汉服知识培训班。

“最早的时候，我们可能就是参考电视剧中的穿着。但后来才知道，这只能叫古装，不叫汉服。再往后一点，就是参考一些画卷，但总还是有出错的情况。因为画家在画画的时候，都会有一定的艺术表达，所以不见得画中就一定是历史里真实的东西。”雁鸿说，之前制作宋朝皇后的袂衣时，想着就是复刻画卷里的衣服。但是雁鸿发现，画卷中衣服的领子跟自己所了解的宋代衣服形制有出入。在翻查资料、咨询专业的老师后，才确认画卷中的袂衣是画家的艺术表达。这种对于细节的敏



雁鸿身着百子衣、头戴手工复原的明代棕帽，仿佛穿越回大明王朝。

感性，也是来源于阅读中积累的知识。“在学习后我们才知道，光参照样式是不行的。袖子的长短、衣服领子的放量、衣服和裙子上有多少褶皱，这些都有具体的规矩。”雁鸿说。

灵感固然重要
查阅书本求证同样重要

“这些知识其实没有一本书籍能够系统、完整地进行介绍。《大明衣冠图志》这

本书，我们也是作为一个搭配的参考来使用，书中并没有涉及具体的尺寸。”也正是这样，主动阅读、寻求知识，就显得格外重要。

雁鸿透露，现在制作手工的灵感，基本都来源于书本和画卷。但在灵感到来之后，阅读书本查证的过程，同样重要。

在每次拍摄之前，雁鸿和团队也会大量地阅读资料和书籍，了解必要的信息。“这些信息就包括我们要做的东西相关的历史文化、背景知识。在这个基础上，我们才能用现有的工具去制作。”雁鸿说，在不断地学习阅读中，会产生更多求知的欲望。“比如说我们要做一个宫灯，那我们不仅要了解制作方法、形制结构，还要了解与之相关的历史背景知识。为什么古代的工匠会把宫灯做成圆形？又是如何做成圆形的？我们在查证的时候就会产生了解的冲动，翻阅更多的书籍和资料。在这个过程中，就能够了解到中国手工艺的发展历史，我觉得这一点特别好。”

但可惜的是，《大明衣冠图志》这本书暂时处于紧缺的状态，雁鸿说，如果有幸运的读者能够在书店遇到，还是值得买来收藏的。

因此，她也向华西都市报、封面新闻的读者推荐了另一本书《观山海》。“我是属于形象思维的人，文字是我了解背景知识的途径，给了我知识的扩充面。但绘本能够给我更具体的形象，发散我的思维。《观山海》就是一本绘本，它能够给我灵感，让我将思维发散出去，再落到手上去制作。”雁鸿说。

华西都市报-封面新闻记者 刘可欣
受访者供图

可持续创新是一场马拉松 宝马扬鞭奋蹄!

4月18日，2023年全球首个A级车展——上海车展——盛大开幕，相较于往年，无论是参展的新车数量、人员规模，还是各品牌的重视程度，都超乎想象。很多国际汽车品牌的高管更是不远万里、跨越重洋飞到上海。“半个董事会都来了”的宝马集团，更是携旗下四大品牌BMW、MINI、BMW Motorrad和劳斯莱斯—20款新能源车组成的宝马集团史上最强电动化车型阵容亮相，几乎覆盖所有主要细分市场，彰显出宝马全力以赴电动化的坚定决心和雄厚实力，以及对中国市场的决心。

正如宝马集团董事长齐普策讲到的，凭借可持续的创新能力和对于软件和硬件快速整合和快速规模化量产的能力，宝马集团正在数字化和电动化领域强势出击，而中国将是宝马创想和开辟未来的先锋市场。

可持续创新
是宝马集团与众不同的地方

齐普策在接受采访时提到，在汽车行业，求变是常态，汽车产业并不是只把车展出来就行了，而是要实现量产、能够走量并盈利，需要做很多决策和努力才能在中站稳脚跟，宝马需要保持战略定力，保持强大的韧性，“我们的核心永远是车，我们产品的核心始终是纯粹驾驶乐趣。”

同大多数车企不同的是，宝马集团创新不是一味地追求功能的堆砌，而是将人的情感融入其中，为客户创造真正的体验价值。这是宝马集团“可持续创新”的一把利器。在这一过程中，中国正



宝马集团董事长齐普策先生致辞。

发挥着越来越关键的作用。

在这届车展上，电动和智能科技的深度融合是一大特色。创新纯电动BMW i7的环抱式交互光带和后排悬浮式巨幕为业内首创，充分体现了BMW“技术魔法”的动人魅力。第9代(BMW)操作系统伴随创新纯电动BMW iX1首次亮相，该系统为中国用户量身定制，从多维度进行创新，例如巧控浮窗设计、更快反应的BMW智能个人助理等等。“能在中国优秀，就能在全世界出彩。”中国的数字化研发团队深度参与了新系统开发，使其中国市场专属功能的占比接近70%。

宝马展台的另一看点是，宝马将品牌运动基因和豪华品质完美融入智能电动化时代。齐普策表示，宝马品牌追求是“动人心、悦人情”。作为BMW电动旗舰的顶级车型，创新纯电动BMW i7 M70L可以说是最贴切的诠释。M专属

电驱系统、485千瓦峰值功率、1,100牛·米最大扭矩、3.7秒破百性能，全部融入BMW i7的大气、豪华和科技。

创新不止的宝马，将在2025年开始推出新世代车型，并在随后24个月内投产至少6款新世代车型，在“电动化、数字化、循环永续”三个战略方向为宝马树立新的标杆。“新世代”车型系列将拥有贯穿整个车辆生命周期的全新可持续理念。而宝马在中国的研发和设计团队将参与慕尼黑总部的新世代车型开发工作，体现出宝马对于中国客户一以贯之的重视。

创想数字情感体验的未来
再次定义豪华电动出行

宝马一直将中国视为全球主要创新驱动力之一。在宝马看来，中国式现代化是世界的机遇，宝马致力于成为中国迈向现代化征程的同路人，将继续扩大

在华投资，与中国合作伙伴共创双赢。

宝马集团本届车展的参展主题为“创想未来 - 全情电动”，以“技术魔法”创想电动化和数字科技深度融合的豪华新境。

BMW Dee数字概念车及其全彩E Ink版本迎来亚洲首发，将驾驶乐趣和虚拟体验完美融合；创新纯电动BMW i7的环抱式交互光带和后排悬浮式巨幕为业内首创，充分体现BMW“技术魔法”的动人魅力。

BMW Dee数字概念车的设计灵感来自中国，并充分考虑中国客户需求。例如，搭载宝马电子墨水(E-ink)技术的全彩E Ink版BMW Dee数字概念车，车身可以随地随心变色，其BMW“出彩”限定色从中国唐三彩汲取灵感，通过全彩E Ink技术的32色可变色车身，为中国消费者带来定制化的专属惊喜。

宝马作为车端HUD平视显示系统的开创者又带来了创新，在这款概念车上搭载了业界领先的全新一代平视显示技术——BMW全景视域桥，能够将与驾驶相关的信息非常清晰地投影到挡风玻璃下缘的深色涂层区域，并首次让所有乘客都能看到覆盖挡风玻璃整个宽度的信息。这一创新承载了宝马“眼不离路，手不离方向盘”的安全驾驶理念。通过将软件和硬件相结合，融合虚拟和现实，宝马正让车成为你真正的数字伙伴。

本届上海车展，宝马集团展示了积淀深厚的电力驱动技术、智能互联科技以及令人向往的豪华内涵，为中国客户带来了更多豪华电动选择。未来，宝马集团将在“可持续创新”理念的指引下，带来更多想象。(李继龙)