



讲述人 卢艺祯 钛杯定制设计师

卢艺祯

把钛杯做成情感容器

卢艺祯,一个从社区团购起家的普通创业者,在疫情后的市场浪潮中几经辗转,最终将自己锚定在一个极其小众的领域——钛杯定制。从最初的户外用品销售,到如今专注于在钛杯上定制图案,她用了5年时间,完成了3次转身。这是一个关于热爱、耐心和转型的故事,也是一个普通人在时代缝隙中找准自己位置的故事。

每次转型都是被推着走

我做钛杯定制这行,说起来完全是误打误撞。

疫情那会儿,大家在家里憋着,社区团购突然就火了起来。我也跟着做了一阵,蔬菜水果、日用百货都卖过。后来慢慢发现,户外用品这块有门道,就收窄了方向,专门做户外装备的销售。那时候露营正热,钛杯作为轻量化的户外装备,跟着火了一把。

后来,露营热降温了,户外用品销售的生意也慢慢淡了下来。我开始做钛杯定制,其实挺偶然的。有客人问我,能不能在杯子上刻点什么。我说试试吧,就这么开始了。最早的时候,客人把自己用的钛杯寄过来,我帮着设计,然后找合作厂家印制。但很快就出问题了,除了运输途中可能磕碰坏外,寄过来的杯子品质参差不齐,有的壁太薄,有的涂层特殊,一做就废。废了算谁的?责任掰扯不清,伤了和气不说,我还得赔钱。后来就用我们采

购的钛杯定制,设计由我负责,印制交给合作厂家,损耗我自己扛。这样一来,虽然成本高了,但心里踏实。

最开始用的都是海外的一个品牌。那时候玩户外的人都认这个牌子,觉得质感好,拿出去也有面子。我的客人也基本都是户外玩家,后来慢慢扩展到了咖啡爱好者和宠物爱好者。咖啡迷们喜欢用钛杯装手冲,轻便又保温;宠物主人呢,喜欢在钛杯上印上自己宠物的照片,有人刻猫,有人刻狗,还有人刻仓鼠的。每次定制的背后都是一个陪伴的故事,我做的就是把这些故事变成图案,让它们能被带出门,能被握在手里。

把冈仁波齐刻进杯子里

做定制这行,最磨人的不是生意,是设计。刚开始那会儿,一个颜色调十几遍是常事。有时候折腾好几天,就为了调出一个满意的颜色。我这个人轴,做不好就反复改,印不好的杯子只能亏本卖掉,心疼归心疼,但也没办法。

去年开始,我注意到国产钛杯,尤其是永康生产的钛杯,品质越来越好了,以前客人指定要海外品牌,现在国产的拿在手里,质感、重量、工艺都不差,价格还实惠。我现在用的杯子,海外品牌和国产大概各占一半。

今年是马年,冈仁波齐特别火。在藏族的传统中,马年是这座山的本命年。对于户外爱好者来说,马年前往冈仁波齐转山极具纪

念意义。好多客人来找我,想在杯子上印冈仁波齐的主题。

我花了两个多月,专门研究冈仁波齐的影像资料、藏文化里的符号意义,前前后后设计了5个版本。最后定稿的时候,我自己也挺感慨的。一个杯子不大,但能把人心里那份向往装进去,这事挺有意义的。

冈仁波齐也是我向往的地方,虽然我没去成,但我设计的杯子陪着他们去了。有人带着印着冈仁波齐的杯子,在山脚下拍了张照片发给我,说“杯子回家了”。看到那张照片的时候,我觉得那几个月的折腾,值了。

记者旁白:在效率至上的商业逻辑里,卢艺祯的选择显得有些笨。她完全可以只做中间商,接单后转手给厂家,赚个差价。但她选择亲自设计、反复打磨,为一个细节和客人沟通三四轮。国产钛杯的崛起给了她更大的创作空间,冈仁波齐系列的火爆则验证了她的判断。杯子是容器,真正值钱的是装在里面的情感。

口述/卢艺祯 整理/融媒记者 陈凯璐 池欣桦



讲述人 钱思民 文创店店主

钱思民

开可触摸的文创店

在方岩镇岩下老街有一家非遗文创集合店,店主钱思民今年29岁,是一名退伍军人,从辅警岗位回到家乡,与姐姐一起将永康的传统手工艺变成了可以触摸、可以带走的文创产品。他们试图用一种年轻的方式,让非遗走出陈列柜,走进百姓的日常生活。

断代的黑陶壶重新活过来

我和姐姐都是非遗爱好者。偶然了解到岩下老街正在招商,要重新启用。我就和姐姐商量,老街有老味道,我们想把非遗手工艺也放在这里,让它们一起被看见。于是,我辞了工作,和姐姐合伙开了这家店。店里的分工也顺理成章。我负责运营和选品,姐姐负责课程开发和宣传。

店里的每一件产品,对我来说都不只是商品。它是可以触摸的家乡记忆,也是值得传承的手工温度。

让我感触最深的,是黑陶壶。这是龙山镇曙光村后景颜自然村的手工艺,已有200多年的历史。听村里的老人说,早年间,几乎家家户户都会烧制这种陶壶,是日常生活中不可或缺的器物。

后来随着时代变迁,这门手工艺慢慢断了,中间几十年没有人再烧过。可贵的是,当年的老匠人还在,老窑址也还在。那些匠人如今早已白发苍苍,但一双手依然有力,对泥土的秉性了然于心。近两年,村里很支持这件事,专门建

了壶工坊,把烧陶壶的手艺重新捡了回来。老匠人们手把手地教,年轻人也愿意学,这门濒临失传的手艺,就这样在故乡的土地上重新扎下了根。

黑陶壶用的是永康本地的陶土。从山上取来的泥土,要先经过选土、晒土,再打成细细的粉末。手工匠人一点点加水揉捏,凭借几十年的手感,将它塑成壶的形状。每一道工序都急不得,快了就少了那种质朴的味道。最后放进窑里,用1000℃的高温烧制。烧制的过程需要耐心,火候差一分,成色就不同。出窑的那一刻,如果烧得好,壶身会呈现出一种黑如墨、亮如镜的质感,带着金属般的光泽,敲一下,声音清脆悠长。

我第一次看到复烧成功的黑陶壶时,心里说不出的感动。一把壶,从泥土到成品,要经历那么多道工序,凝聚着老匠人几十年的手艺和心血。它断了几十年,现在又有人做了,而且做得和从前一样好。我觉得这是一件特别了不起的事情。

柿染、纸花与小而精的突围

除了织带和黑陶壶,店里还有方岩的纸花、永康锡壶、铜壶、蓝染、柿染、非遗竹编扇等。在此基础上,我们还按照非遗产品的工艺和造型特点,设计了冰箱贴、方岩纸花花束等文创产品。目前卖得最好的是冰箱贴。

说实话,传统和现代不能兼顾,是我们现在最头疼的问题。

拿柿染来说。这门工艺过去是用来染布、制衣的,但因为工序太繁琐,现在基本没人做了。我们不想让它就这么失传了,于是自己采柿子做柿漆,把柿染运用在“小而精”的工艺品上,比如柿染的扇子。既保留了传统工艺的韵味,又让它变得轻巧、实用,年轻人也愿意买。再

比如方岩纸花。这门手艺也快没人会做了。我们想了个办法,结合传统花店的经营模式,把鲜花和纸花搭在一起,做成永康特色的送礼花束。既新鲜,又特别。

我们还尝试把非遗课程和产品带进团市委、青少年宫和各个社团一起举办活动、参加展览。希望通过这些方式,让更多人亲手触摸到非遗文化,也让店铺的知名度一点点积累起来。

之前有位顾客第一次看到我们的蚕丝扇时特别惊喜,说从来没见过用蚕丝做的扇子,真的很有艺术的感觉。她买回家,说小孩子肯定很喜欢。听到这样的话,我觉得我们做的事情是有意义的。

记者旁白:从退伍军人到辅警,再到非遗文创店的经营者,钱思民的选择看似跳跃,实则有一条清晰的脉络。他始终在寻找一种方式,把自己和家乡更紧密地连在一起。钱思民和姐姐用日常的点滴,一点一点地靠近他们心中那个愿望:让永康的非遗文化,走出永康。

口述/钱思民 整理/融媒记者 胡馨尹



钱思民店里的文创产品