



# 文化与商业——大马传统书刻的反思

**Culture and Commercial: A Review of Traditional Chinese Calligraphy  
Wood-Carving in Malaysia**

李咏诗

**LEE WING SEE**

**14ALB04515**

拉曼大学中文系

荣誉学位毕业论文

**A RESEARCH PROJECT SUBMITTED IN  
PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE BACHELOR OF ARTS (HONS) CHINESE STUDIES  
DEPARTMENT OF CHINESE STUDIES  
UNIVERSITI TUNKU ABDUL RAHMAN  
DECEMBER 2018**

## 宣誓

谨此宣誓：此毕业论文由本人独立完成，凡文中引用资料或参考他人著作，无论是书面、电子或口述材料，皆已注明具体出处，并详列相关参考书目。

---

姓名：李咏诗 LEE WING SEE

学号：14ALB04515

日期：2018 年 11 月 13 日

论文名称：文化与商业——大马传统书刻的反思

学生姓名：李咏诗

指导教授：林志敏博士

校院系：拉曼大学中华研究院中文系

## 摘要

二十世纪初，中华传统艺术文化随着南迁的华族流传到异域，书刻文化亦是其中之一。书刻文化最早以牌匾的形式出现，尔后流传至今，乃至大马，曾受到中华艺术界无比的推崇与华族的重视。可惜随着时代的变迁，科技取代了不少传统行业，手刻牌匾行业因此逐渐走向没落。此外，生活水平的提高与科技产品的出现让现代人愈发依赖和沉浸于科技产品的生活，鲜少关注传统艺术文化。牌匾故此渐渐不再被华族所重视，其社会功能逐渐淡化，近年来手刻牌匾的发展也鲜少再获得关注。职是之故，笔者进行了一番访问与观察，探讨牌匾没落缘由所在，并尝试提供解决方案以让书刻文化能继续发扬光大。笔者认为，适度的透过商业可以推广艺术文化，因此尝试采用市场行销的强弱危机 SWOT 分析法，探讨书刻文化的承传问题所在，并着重于反思传统文化与现代社会该如何对应与接轨。此外，文化承传与商业利益之间的立场所有冲突，故笔者亦会探讨两者该如何互惠并取得平衡，以让其和谐并存于社会之中。

**【关键词】**牌匾、书刻艺术文化、商业利益、文化承传

# 目次

宣誓	i
摘要	ii
一、绪论	1
(一) 背景简介与研究价值	1
(二) 前人研究回顾	3
(三) 研究方法与范围	5
二、书刻文化的起源、现况与转型	7
(一) 牌匾起源与类型	7
(二) 大马书刻的现况	11
(三) 书刻的现代转型	13
三、文化与商业的相融、互惠和平衡	18
(一) 文化、商业与文创产业	18
(二) 文创产业与文化推广	22
(三) 文化承传与商业利益之间的平衡	28
四、结论	32

引用书目 ..... 35

附录 ..... 37

## 一、绪论

所谓书刻，广义指一切书法刻字，狭义指书法木刻，也就是牌匾，是书法和木刻的结合，以刀代笔将书法刻于木头之上，是一门具有悠久历史和丰富文化内涵的中华传统艺术文化。书刻家将书法刻于木板并悬挂于建筑物者，称之为牌匾或匾额，流传至今，乃至大马，具有高度的文化历史价值。书刻文化博大精深，并且拥有相当的审美价值，可惜近年来其发展鲜少获得关注。故此，笔者将研究其衰落缘由，并寻其解决之道，以让书刻文化能持续屹立于大马。

### （一）背景简介及研究价值

就书刻文化而言，牌匾是最原始的书刻艺术品，属于传统刻字艺术。牌匾是华人老祖宗漂洋过海南下所带来的文化遗产，常见于会馆、宗祠、庙宇、公冢，甚至一些学校、诊所、住所、商店等，都会采用牌匾来凸显门面。牌匾除了有实用与美化功能外，还具有历史价值，对于研究早期马新华人方言群方面不可或缺。随着时代的发展，书刻艺术文化也逐渐推陈出新，现代的书刻创作者大多已不再满足于传统书刻的表现形式，因此衍生了现代刻字，集合众多艺术元素为一体的新兴艺术门类（张俊鑫，2017:8）。现代刻字从刀法方面追求叠加的视觉效果、纹理变化；在

色彩搭配中追求颜色丰富；在刻写的形状方面追求立体透视，不规则图形较多。现代刻字融合书法、雕刻、绘画于一体，又借鉴了西方构成理论的体系，使现代刻字有平面构成、立体构成和色彩构成，衍生了书刻文化的创新表现方式。

书刻文化历史悠久，最早可以追溯到殷商时期，刻录卜辞的甲骨文是最原始的媒介，而后来石鼓文、金文、刻碑推进了书刻艺术的发展。随后文人雅士在方寸石头上刻的篆刻，建筑中所用的匾、门额等，更是文学和艺术相结合而成的结晶。故此，刻字和文字既是并行发展，也具有演变的关系。随着时代的变迁，现代大众对传统艺术文化的审美逐渐退化，人们已习惯科技发达的生活环境，不再追求传统风格的生活。以牌匾为例，许多人定制牌匾都倾向于定制机械刻制牌匾，而非专人雕刻的牌匾。这种以机械代替人手的现象愈发严重，年轻一代又对科技产品愈发依赖，以致于对传统文化渐渐失去兴趣，导致传统文化面临失传危机，这也是本课题的探讨意图与价值所在。

为此，笔者认为可以适当地利用商业推广文化。商业与生活有着密切的关系，它是人们的日常购物和消费的载体。某个程度上来说，商业反映了地区的文明和价值取向。商业随着时代的脚步，业态营运逐渐趋向现代化，缺乏消费者对精神文化需求和审美趣味的考虑，间接导致消费者对艺术文化的品味降低。因此，要复兴传统文化，必须要从人们最频繁接触的载体着手，即商业本身。若在商业里适当地加入文化元素如售卖传统文化产品，引入文化展，以及举办艺文活动等，不但可以提高文化和艺术内涵，也可以让大众有更多的机会接触传统文化，了解传统文化之美。

传统书刻文化的研究价值，在于其民族文化意义。它是众多的中华艺术文化之一，具有华族的象征意义。然而，过度的创新艺术，会否导致传统艺术没落与失传？机械刻制的工艺品会否影响大众在购买趋向？如何才能保持文化与商业之间的平衡？这都是必须解决的问题。很多书刻创作者为追求创新，忽略了传统书刻文化精神，而且现今的雕刻技术甚至能以机械代工，威胁了传统书刻文化的地位。故此，笔者认为书刻创作者需要把握好尺度，运用现代科技之余，还得保留传统书刻文化之菁华。身为一个书刻创作者，保留最传统的书刻文化并承传其技术是责无旁贷的。如此一来，现代刻字才能发扬光大，同时传统书刻也能得到很好的保留与发展。

## （二）前人研究回顾

如上所言，传统书刻的没落危机和现代刻字的迅速兴起，加上机械代工制作工艺品的出现，让传统书刻文化走向窘境。基于书刻文化已逐渐走向了危机，笔者希望可以探讨个中的原因并找出解决的方案，故在开始这项研究之前，笔者先回顾了郑梅娇的硕士论文——《牌匾在马来西亚的流变》，以求研讨此课题前能先了解牌匾在大马流传的渊源。

郑梅娇把牌匾之渊源追溯到中国秦朝时期，再论说华族南下落地生根把牌匾文化带来到大马，皆有可信的论证。另外，郑梅娇在论述牌匾形制时，从牌匾内容正



文、上款与下款、书法家的提笔对刻制的重要性等，皆有清楚地说明。此论文阐述了雕刻的知识、历史与认知，清晰地论述了大马牌匾的历史价值。

该论文有助笔者了解牌匾在大马的历史与流传，并具有可靠论证，还能借此探讨到早期的大马历史事迹和大马华人的生活点滴，如论文中的其中两节，即“古匾看马六甲青云亭与新加坡历史渊源”和“柔佛古庙古匾一窥帮派特色与日据生活点滴”里皆有可靠的论述，如：

从马六甲青云亭留下的清代牌匾，可以略知当时我国这个开埠最早的州属的政治结构；例如本文第一章所提及的青云亭内的古匾，可以追溯华人社会当时的权力结构，也从以上铭刻资料，即可知道最早进入我国发展的社群是漳州与泉州人，这股势力也延续到新加坡。（郑梅娇，2005，18）

然而，该论文的资料里仅有马六甲的拿督丁伟强先生，从访问丁先生所得的大马牌匾历史资料，用以作为论点固然可靠，但在述说雕刻技法上，只参考丁先生一人的看法未免太主观，如她的论文提及：

从事牌匾制作的丁伟强表示，其祖辈及父辈在制作牌匾也为牌匾书题，但到了他这一代就专注於牌匾制作技术的提升，目前的雕刻技术与保养计术已随科技进步而提升，不得不选择其一项技术精益求精。由于社会分工已越来越细，牌匾书题都是邀请书法工作者、书法家或者德高望重的长辈。（郑梅娇，2005，13）

雕刻技巧可以千变万化，而且每一个书刻创作者都有自己的一贯的风格，并非所有人都只着重于牌匾制作技术的提升。有些书刻家追求以刚硬的刻刀雕刻出书法的柔和感，重视书法的笔意；有者追求色彩运用；也有者追求层次分明等。

论文让笔者了解大马牌匾的历史、类型与功能，也初步掌握早期大马华人对牌匾的看法。笔者将探讨现代大马华人对牌匾的看法，并进一步反思为何牌匾越来越不被大马华人着重，为何大众对机械刻制牌匾的接受度大于传统手刻牌匾，以及文化和商业如何互相协调并存于社会中。由此，笔者希望可以借此机会，研讨书刻文化在大马的现况。

### （三）研究方法与范围

笔者以书刻文化作为课题研讨的范畴，当中以牌匾为主要研讨对象。笔者将研究范围设定在大马，并探讨牌匾的现况。商业方面，笔者将探讨牌匾在大马需求量的增减，了解定制牌匾的顾客类型、顾客定制牌匾的目的和顾客定制牌匾的内容。另外，笔者将探讨牌匾多数会用在什么地方，而悬挂牌匾的用意何在。笔者还想探讨现今大马华人对牌匾的看法，分析他们对牌匾的认知与接受度。

#### （一）采访

现今在大马仍坚持做手刻牌匾的书刻家有十四位，其中较有名气的有霹雳的周学勤先生、马六甲的拿督丁伟强先生和檳城的郭亚华先生。故此，笔者实地采访或

电话采访这数位有名的牌匾雕刻家，访问其雕刻心得与对传统书刻文化的见解与看法。身为牌匾书刻家，他们本身必然对书刻文化持有坚持不懈的态度与承传书刻文化的意志，故笔者通过采访获得最可靠的资料。此外，他们以刻制牌匾作为谋生行业，必然接触过各式各样的顾客，对顾客的要求与需求量最为了解，故笔者借此访问了解。

## （二）文献研究

笔者首先参考了郑梅娇的硕士论文——《牌匾在马来西亚的流变》，以求理解大马牌匾的历史和类型。然笔者更着重于找出拯救传统书刻文化的方案，以让传统书刻文化得以保留及流传。笔者认为，适当的商业力量可以推动文化的发展，故参考陈德富的《文化创意产业经营与行销管理》及周德祯的《文化创意产业理论与实务》，了解文化创意产业的理论，并以此作为论文的根据，支持笔者的观点。另外，笔者亦查询商业理论以了解蓝海策略及市场行销的强弱危机 SWOT 分析法，因此参考了 W·钱·金和勒妮·莫博涅著的《蓝海策略：超越产业竞争，开创全新市场》，以及 Kurtz Boone 的 *Principles of Contemporary Marketing* 了解商业策略。当然，除了以上的主要文献，笔者也参考一些相关的期刊论文及学位论文作为辅助资料。

## 二、书刻文化的起源、现况与转型

书刻文化代代相传、流派纷呈，构成了浩浩荡荡的刻字史。中国古代的文史、民俗、宗教等皆由石刻文字或竹简刻字记载下来，璀璨的书法艺术赖于刻字而流传至今，故刻字文化包含了深刻的艺术内涵。二十世纪初，书刻文化随着早期华人南移，牌匾因此而流传于大马。随着时代的发展，传统书刻逐渐摆脱了社会功用，进而衍生纯视觉艺术的现代刻字艺术，加之科技的威胁，牌匾在大马的发展举步维艰。

### （一）牌匾起源与类型

牌匾，即是悬挂在门顶、堂室或亭苑墙上的题字横牌，亦称为匾额，凡殿堂、会馆、店铺商行等题名均可称为牌匾。高汉在《说匾》对牌匾做出较为明确的定义：

匾，亦作扁，指物之体宽而薄者；又指扁额，即题字于木牌或其他载体上，悬于建筑物的标识物。扁额的别名很多，如：横额、横披、牌额、牌匾等等。通常，横称匾，竖称牌。横竖之分决定于匾文的书写：横书为匾；竖书为牌。实际生活中，称呼的区别并不严格，以称牌的居多。匾与牌连用时，匾指功能，牌指形状。匾与牌常分别与额字连用，那是指它们所在建筑物上的位置，一如

人额，位于五官之上，居颜面之要，非常突出。这是受它的功能决定的，作为标识物，就须置于最显著处，以夺人眼目。当然，要夺人眼目的并非匾之体，而是匾上的文字。语言文字之用，在于传情、说理、状物、述事。命名指义正是匾文的效用。匾的实质就在于为匾所在建筑物或特定区域命名指义。（高汉，2000：31）

三国时期魏国的书法家韦诞能书各种书法，尤其精通题署匾额，史载“诸书并善，尤精题署”。书法理论家张怀瓘在《书断》中记载：“尤精题署，南宫既建，明帝令诞以古篆书之。凌云台初成，舍诞题榜，误先钉榜而未题。以笼盛诞，使就榜书之。榜去地二十五丈，因致危惧，头须皆白”（转引自郑梅娇，2005：3）。由此证明，牌匾至少在汉末三国时期就已出现。随后又发现更早的古籍记载，将牌匾历史推前到汉初，《书苑菁华》有记载：“前汉相国萧何，深善笔理，尝与张子房、陈隐等论用笔之道。何为前殿成，覃思三月，以题其额，观者如流”（转引自高汉，2000：32）。此前殿指未央宫前的白虎殿，萧何所题的“苍龙”、“白虎”分别在双阙之上，四字为籀体，后世称之为萧籀（高汉，2000，32）。据高汉所言，这可能是古籍中对匾额最早的记载，中国匾额的鼻祖。

据高汉的《说匾》所述，牌匾的起源与建筑发展脱离不了关系，故将牌匾的历史推到秦汉时期。秦始皇统一中国后，集中来自各国的工匠和材料修建咸阳宫，建造阿房宫。西汉之初，又修建未央宫、长乐宫和北宫。经过秦汉时期的大融合，使中国的两个建筑系统融合成一个体系，而牌匾和秦汉时期的瓦当艺术则有相似之处，皆是把书法与建筑联系起来。瓦当的出现，乃铜器铭文的自然发展，两者同是已美

化的文字，不同之处是：一个镂金，一个刻泥；一个字多，一个字少；一个精致，一个较粗率。（高汉，2000:31-32）从青铜器上的铭文，到瓦当上的字纹，再到牌匾上的题字，都可说前者是后者的合理发展。从这个意义上来说，匾文是铭文的节本或概括。郑梅娇对此亦表示认同，她在论文里如是指出：

我认为，牌匾应是起源于秦朝，与中国建筑历史发展有极大的关系，从书法刻在建筑物的青铜器渐渐发展成嵌在建筑物或牌楼上方，为建筑物命名之用，后来有木刻技术之后才又演变为把书法刻在木板上。《华夏文化》期刊也指出牌匾可能与中国古代建筑的历史一样悠久，至少在秦汉时期就已出现牌匾了。明清故宫流传下来的牌，足见到了明清时代，牌匾已有成熟的发展，变化的形式已非常多样。（郑梅娇，2005，3-4）

匾词是牌匾的精髓，要读懂了匾词，才能真正详解整个匾文。匾文由上款、下款、匾词和印章构成，居中的匾词无疑就是牌匾的核心，也是整个牌匾的灵魂所在。牌匾用词最突出的特点就是精炼，是揭示与概括牌匾中心内容的词。牌匾用词必须在“标识名称”的同时，满足“宣传教化”的要求，如三个字堂名匾，摆在“堂”字前面的词，一定有深刻的警示含义，或宣传封建伦理纲常、道德修养、忠孝节义、功名仕途等，举凡“善庆堂”（见图一和二）、“敬思堂”（见图三）、“树荫堂”（见图四）等。（刘维纲、李延祜、刘柯，2014:416）在古时，牌匾多用于点缀建筑物，将之镶嵌于门楣之上，与门楣融为一体，散发浓厚的文化气息，使建筑物别具风采。有人说，“匾额是建筑的眼睛”，因为它不仅指出建筑的名称，同时反映了主人雅而不俗的人格取向。

据郑梅娇的论文所述，大马的牌匾类型基本有三种，即寺庙匾、校匾和地缘性、血缘性与业缘性组织牌匾。先谈寺庙匾，庙宇是为满足宗教生活而设，它满足了对神明的崇拜。庙宇跟帮派文化亦有着密不可分的关系，有者以帮派为轴心，有者则为私会党所渗透。举凡建庙、神诞或是重修庙宇，庙宇管理层便会向华社筹募基金，并以铭刻为记录，寺庙匾就是应运而生的铭刻种类之一。除了记录捐款者的微信录之外，寺庙匾也有阐述庙宇宗旨、歌颂建庙著功德、宣扬神威等文字内容。再论校匾，它用以颁发给有功于教育的长者，或者是协助建校活动的热心人士，颁发目的多以示表扬。早期的华文教育仍与中国教育部保持密切关系，并以中国的教学内容为依据，故留下少数当时中国教育部人员访问交流的牌匾。举例，新山宽柔一小于1917年获得国民政府教育部所赠的“南离敷教”匾（见图五），是中国政府对南来兴教办学的华裔先贤给予的表扬与鼓励，具有相当的历史价值。

组织牌匾分为三类，即地缘性组织、血缘性组织和业缘性组织牌匾。地缘性组织牌匾的例子有会馆匾、同乡会匾和义山匾。大马的一些乡团会馆，大门上方通常有悬挂所属会馆的牌匾。牌匾是华裔身份的标志，乡团会馆悬挂牌匾，则有加强族群的内聚力、归属感的功用。这种将同一支血统、祭祀着相同祖先的人团结在一起的组织，便是地缘性组织。其次是血缘性组织牌匾，举凡堂号匾、宗祠匾，均可列入此范围。这些住家门前的堂号匾和子孙祭祀祖先时可见的宗祠匾，对华族来说是相当重要的血缘提示，牌匾内容提示着每家华族的所属籍贯，祖先出处和姓氏来源。最后是业缘性组织牌匾，即商号匾或贺匾。商号匾样式多元，有的极为讲究，有的只是简单制作，也有的是代代相传下来，具有历史价值，然太多的商号匾没有注明牌匾的制作年份和落款人的名字，尽管是百年老店也难以一目了然，实属可惜。商

号匾内容一般以吉祥词命名，多少反映了店家的思想观念和处世态度，或是对营业发展的期望。贺匾则是商店开张之时，亲友用以赠送给店家的祝贺，内容一般为祝福词，如“生意兴隆”、“高朋满座”等等。

牌匾这一艺术形式，以刻刀代替毛笔把书法和雕刻艺术融为一体，语言简练，文采激扬，写意抒情，有着极强的感染力。对于大马华族而言，牌匾象征着自己的祖籍、血缘和出处等重要标志，不同类型的牌匾也有不同的功用。总而言之，牌匾不仅具有美学鉴赏价值，还有历史价值和社会功用。换个角度来看，牌匾有时甚至可用以探讨历史，作为历史的论证。

## （二）大马书刻的现况

如上文所言，牌匾作为华族的重要标志，在华族市场上的需求量理应不少。然而，现今仍坚持从事用手刻牌匾的书刻家在大马竟只有十四位，而且大部分未收徒，没有继承人，手刻牌匾行业正逐渐走向没落。这现象发生的主要原因是过于发达的科技所致，时代的进步让科技逐渐发展到能代人手工作的地步，这对手刻牌匾行业无疑是个严重打压。此外，机械刻制牌匾不但比手刻牌匾的价格低，而且形制也大体相似，故大多的民众更倾向于购买机械刻制牌匾，这对手刻牌匾又是一项威胁。

现代社会里，牌匾多用于作商号匾。招牌对经商者来说是不可缺少的象征物，尤其华族经商者通常会定制牌匾作招牌。经商者都会给自己的商店取个合心意的店



名，订造“金漆招牌”，以期望日后生意兴隆。招牌具有安定店家内心因初次经商而不安的作用，同时背负着店家对营业发展的期盼。大部分华裔经商者认为“金漆招牌”可以“镇”着店面，不让生意变差，举凡店家经商时遇上挫折时总会说：

“不想打破我的金漆招牌啊！”这里的“打破”并非真的把商号牌匾打破，而是指不想毁了店名的声誉之意。金字招牌对于经商者来说是精神支柱，是营业的动力。商店若没有招牌，就如失去灵魂、行尸走肉的躯体，毫无生气可言，同时也难以让顾客辨识店名，影响营业状况。

基于上述原因，便能理解为何华裔经商者喜欢定造金字商号匾。然而，现在的招牌样式多元，除了黑底金字的牌匾之外，还有塑胶、压克力、金属等材料制作出来的招牌，有者更使用光源式招牌，在广告内部放入荧光灯，利用其光源将商品的文字、图形照亮，多数店家已不再满足于传统商号匾，而追求与众不同的门店招牌。此外，居住新建房屋的华人住户也鲜少悬挂堂号匾于家门上方。笔者为此访问了数位邻居，有者表示不悬挂堂号匾是因为不想花大笔钱买个仅作摆设的刻字木板；有者表示悬挂堂号匾显得老土，配不上家中的装潢风格；有者更甚不知堂号匾为何物。显然，现代华族对于悬挂堂号匾的风俗已淡化，间接导致牌匾逐渐被社会淘汰。无论如何，牌匾并未完全衰落，至少大马仍有手刻牌匾行业存在。根据笔者查询，东马并无手刻牌匾行业，而西马则在檳城、霹靂、雪兰莪、马六甲和柔佛有此行业，然这仅从网上资料和采访询问所得，故资料或有疏漏。以下将列出这数位雕刻家：

檳城有四位雕刻家，郭亚华乃子承父业，经营“郭应就牌匾”，目前已传三代；李宋朝自小跟随伯伯学习，后自创“宋朝木刻”；梁福唐自小被父亲要求学习

雕刻，后开创“梁美术雕刻”；李德才是家中第二代继承者，开设“德财木器”。霹雳同样有三位，周学勤是第二代继承人，但子女不愿继承，现又因中风而退休，由女徒陈稼琳继承；王恒赐经营“金钟广告社”；曹善艺则因有良好书法根基而无师自通书刻艺术，自创“顺流工作室”。雪兰莪只有一家手刻牌匾行业，就是由Calvin Lim所经营的“源林手工艺制作坊”。马六甲有四位雕刻家，拿督丁伟强乃第三代继承，自幼随父亲学习，现经营“福章雕刻”；余利辉、余利强兄弟合作经营“永发木雕刻”；吴叙雄自学自通，开创“古艺楼”。柔佛有两位，欧阳可扬接手父亲位于三合港雕刻店铺；还有来自峇株巴辖的蔡怡敏，本修室内设计，机缘巧合下接触木刻而开始营业木刻生意。（见表一和图六至图二十二）

传统书刻的艺术，无论形式或内容都蕴藏着丰富的文化蕴涵和艺术价值，其形制亦多元，举凡碑刻、牌匾、楹联、神主牌等皆属传统书刻的范畴。传统书刻从庄重典雅的建筑装饰，到精美雅致室内装饰品，各有千秋。遗憾的是，翻开书刻作品集可见，传统书刻作品越来越少见，大多已被现代刻字作品所淹没，即使传统书刻艺术造诣再高超，也难再次引起热烈反响。

### （三）书刻的现代转型

社会不断地在进步与发展，生活水平逐渐提升，审美标准也随之提高。尽管传统书刻曾受到无比的珍爱和推崇，然以现代审美立场来观照，传统书刻确实难以满

足现代人的要求，甚至动摇传统书刻文化在现代社会的根基。现代刻字将书刻文化推向了纯艺术的方向，使书刻具备了新的艺术性格和特点，表现形式上有重大的突破，从而把书刻进化成创作者表现自我风格的尖端艺术。当人们的思想观念、审美标准发生重大变化之时，总希望有新的艺术形式取代之，现代刻字就是这种新的书刻艺术形式。现代刻字与传统刻字同为书刻文化，皆以书法为素材，但其性质、形式、本体和功能不同，各自审美特征之间的差异也非常鲜明，其具体表现在四个方面。

其一，主体不同。传统刻字书刻分离，由书法家书丹、工匠镌刻，刻制者是功利劳动；现代刻字是文人艺术家自书自刻的完成创作，表现作者的思想、情感及鲜明的个性特征。其二，客体不同。两者虽然都有书法创作过程，类似于复制形式的再现，但书写对于传统刻字而言是定型的，是书法作品的再现，在形式上只是二维与三维的区别；现代刻字是以书法为基本素材，根据文意有感而发，以镌刻为形式语言去诠释作品的思想性、主题性、哲理性和学术性，是综合的艺术创作。其三，本体不同。传统刻字只是再现书法作品之美，形式无独立性；现代刻字是通过书法创作、刀法、平面构成、立体构成、色彩构成等艺术表现手段，把作者的创作观念、意识、文化、审美理想等进行综合呈现来表达自我，从而创造出一件“有意味”的作品。其四，载体不同。传统刻字所使用的广泛载体根据实用性来确定；现代刻字以木材为主要载体，其质地具有软硬适中、易于受刀、可塑性强、大小随意和易吸附颜料的特点，成为了艺术创作定向性的载体。如同书法、水墨画，虽然在任何物质材料上都能书写或绘画，但由于宣纸的独特性，水墨生发所形成的独特的点、线、面等形式语言，是其他纸张或材料所不能代替的。（王志安，2017:20-21）基于这

四个方面，现今大部分的创作者都偏爱现代刻字创作，因为创作风格自由、创意能无限发挥，符合现代人对自我风格和艺术个性强烈的审美情趣，由此借着创作抒发自我想法。相较于再现书法的传统刻字，现代刻字的趣味新鲜许多，不如传统刻字那般平凡单调。

现代刻字以立体层次、色彩丰富多变而引起广大民众的浓厚兴趣，同时激发不少书刻爱好者的创作热情，尤其在中国更是蓬勃朝前发展。中国书协为发展现代刻字艺术，更于 1990 年成立了中国书协刻字研究会，尔后多次开办刻字艺术讲习班，培育刻字人才（侍少华，2010:14）。现代刻字艺术自此在中国迅速发展，至今仍然流行，而传统书刻则逐渐被社会淘汰。这是书刻文化在中国的现象，也是时代进步和发展的必然规律。现代刻字的转型，是书刻艺术的创新表现，由传统书刻的根基衍化而成，当中也承传着传统书刻文化的精神，只是形式上相差甚大，无法从现代刻字的作品中寻回传统刻字的风采与神韵。

创新的目的，一来是为了维护传统、承传文化，二来是大胆创作、改革形式，做出崭新的艺术品。从表面上看，创新是依照创作者的个人审美、风格而创作之举，实际上与文化承传和未来发展息息相关。文化在过去并非是自然存在，而是历代不断地变化和改革之下代代相传。书刻文化从新石器时代的刻画符号开始至今，当中演变和发展有数个辉煌时期，即殷商的甲骨文、西周的钟鼎文、先秦的石鼓文、秦代的小篆、汉代的碑刻、唐宋的刻帖，到明清兴起的木、竹、瓷等材料上刻字，至今的书刻艺术，经历了近万年的历史（侍少华，2010:1）。文化一直都配合着时代脚步，不断地改革创新并将之相承，故文化的未来保存与发展亦需考虑时代因素。

放眼现代，书刻文化需要创新，皆因它需要面向以科技生活为主的时代，在充满挑战的现实社会中存活下来。传统守旧的文化很难被大众接受，一成不变的艺术文化也会为大众所厌倦，继而对艺术文化产生审美疲劳，因此创新就是为了要打破传统形象、力求改变以创造新品让大众接纳。创新也是艺术文化的专研过程，它激发艺术文化的发展与进步，将艺术文化推向符合时代审美的阶段。如今正是商业盛行的时代，单凭承传文化的精神实难以让文化适应现代社会，故文化不能抽离商业而独活，它得先在商业底下适应现代社会，再发挥其本色。

大马的现代刻字不如中国那般流行，传统书刻也不如从前兴盛，书刻文化在大马的的确确在走向衰落。在大马谈及书刻，通常还是会直观认为是雕刻牌匾。多数人认为牌匾只是个相貌平平的摆设，没什么实际用处，故愈发少人会欣赏牌匾，更甯谈购买和支持。或许正因如此，大马也慢慢有了创新的雕刻作品。柔佛州有一位年轻书刻家，蔡怡敏小姐，专门雕刻新颖的作品，如她曾按照顾客要求雕刻家中小孩的绘画（见图二十三），亦有字图相符的语录（见图二十四），还有木印章雕刻（见图二十五）。她不限制于雕刻牌匾，而是字图多元，色彩丰富，甚受大众欢迎。书刻文化在大马的创新虽未大幅度地兴起，但从蔡小姐的创作看来，至少已看见创新的萌芽。

艺术文化创新有其利与弊，其利当然是多一份创新，使艺术文化多一份新面貌，如现代刻字是将传统书刻的平面构成转化为立体构成，以丰富色彩展现创作者的个人风格。弊端则正因是文化多一份创新，而少一份传统，也少一份文化涵养。传统艺术文化的承传，其涵养就在于艺术里面的传统文化内涵，其内涵深度决定艺术文

化往后的承传与发展。创新多一分，传统文化内涵便少一分，承传下去文化面貌也陌生一分。承传与改革之间，必须权衡其改变之处会给未来带来的影响，去芜存菁方为最佳。

### 三、文化与商业的相融、互惠和平衡

商业与艺术文化，由古至今都在互惠互利的情况之下并存于社会中。艺术文化之所以成为文化，源于它本是美学的艺术活动，尔后因逐渐失传变得稀有，成了文化遗产。倘若回顾这门文化历史，它由古至今都和商业离不开关系。试想，若牌匾一开始不是作为商业买卖之用，没有任何市场需求，那自然不会有供应，更不会有人无缘无故发掘这一门手艺仅作闲时怡情之用。书刻文化的出现是随着商业、市场需求提高所兴起，如今也是随着市场需求降低而衰落，起与灭的缘由皆与商业息息相关。商业是背后推动文化发展的力量，文化本身亦可说是商业行为，因此要复兴并承传文化，理应从商业着手。商业和文化虽能并存，但需要把握好尺度，不能让商业利益操纵文化，令文化失去原有的特色，变成迎合大众品味的低俗商品。

#### （一）文化、商业与文创产业

关于文化的定义有各式各样，今据钱穆先生在《文化学大义》的说法来进行论述。文化是人类生活的一个整一全体，为细解文化定义，故有文化三阶层之说。此文化三阶层，把人生活的经验各别来看，甚是符合。第一是“物质的”人生，亦可说成是“自然的”、“经济的”人生。一切衣、食、住、行，或隶属于物质方面者，

皆可归于此类。人的生活里，不可能不依赖物质支持，故此乃人类生活必经的第一阶段，亦称文化第一阶层。其次乃“社会的”人生，此阶段的人生，主要添进了许多人与人之间的关系，诸如家庭组织、国家体制、民族分类等，凡属人际与社交关系的，均归此类，这便是文化第二阶层。最后则是文化第三阶层，可称之为“精神的”人生，或是“心灵的”人生，此层阶段，皆属于观念的、理性的、趣味的人生，如宗教人生、道德人生、文学人生、艺术人生等。（钱穆，2001:8-10）这是一种雅致的文化，也只有这阶层的文化，可长期保留与存在。正如孔子时代的物质生活、政治组织、社会法律等，到今几乎全归消失，但孔子对人生的观念与思想，属于内心精神方面者，至今依然存在，且千古常新。思想文化是如此，艺术文化能流传的缘由亦是如此。喜好美的事物是人的天性，而艺术文化的出现正是为了满足人类在视觉上和听觉上的享受，同时安慰及洗涤人类心灵，更使许多艺术创作者获得满足感。在此一直讨论着的书刻文化，正是属于艺术文化的范畴。

书刻文化源远流长，称得上是一门传统艺术文化。就现在科技发达的时代来看，传统技术大多已被科学技术取代，传统艺术的存在已非必须，它能流传不是因为能给现代人带来些什么便利，而仅是一种“回忆”的流传。书刻文化在现代已不是必需品，不是必须要存在的，在这种现实状况之下要找继承者已是不易，更甯谈承传了。如今的传统艺术文化多是靠文化展览或文化营等活动方能得以宣扬，而任何一场传统文化活动，背后都不得不依靠金钱的力量方能顺利举办。故此，若想让文化活动继续经营，就需要资本，而要获得资本，就不得不让文化加入商业活动。诸如文化展览、文化营之类的活动，商业在此一般都只是扮演着出钱赞助的角色，然而这只是解燃眉之急，只能暂且让传统文化得以宣扬而不被遗忘。笔者在此所论及的



把文化加入商业，是类似于把传统技术作为一门谋生工具，将以传统技术做成的艺术品作买卖之用，除了用以谋生之外，同时也可承传该项传统艺术文化，而把此方法用于在书刻文化上正适合不过。传统的书刻技术所雕刻成的牌匾，除了象征着传统艺术文化之外，也可以作为买卖的商品。然而，当文化与商业结合，必然会产生一些问题。若以商业和书刻文化结合，可能发生的问题莫过于改变部分的艺术文化个性迁就商业。商业毕竟是个买卖行为，以盈利回报为重。文化则是艺术行为，以保留传统艺术精髓并承传为宗旨。二者结合，必然产生冲突，如对牌匾的审美取向、对艺术品价格的接纳度、书刻家能否迁就顾客需求而违反个人创作风格等，都是必须解决的问题。艺术文化若想获得商业的经济支持，便需要展现出企业文化可以接受的特点，方能易被商业接纳与支持。在这经济全球化的状况下，艺术文化要做到保持特色而又不受商业财援的摆布和控制，实是无法绕过的紧要课题。

在两难的情况下，文化活动要延续拓展，往往不得不转到“文创产业”的方向。文创产业，这个词语是基于“文化”一词，加上“创意”的含义，成为“文化创意产业”的简称。文化经济的力量在全球化浪潮的席卷下，发展出一片广阔的天空，使大家开始注意到民族文化自主的重要性，并且发现从文化创意衍生出的商机可以为国家带来新的发展潜能，创造就业机会，促进经济成长，因而“文化创意产业”在全球化潮流下应运而生。（陈德富，2016:10）文创产业呈现出几种特征，第一，高风险；第二，半公共财；第三，生产成本低，再制成本低；第四大量制作畅销作品；第五，类型化商品；第六，对创作者的控制宽松，对通路及行销管理趋于严密。故此，在运用文化创意产业之前，需要整合产业、组织和文本的关系，以迴圈的方式来探讨：生产制造→文本→消费→认同→规范等面向，相互诠释其连接性。

（周德祯，2016, 10）笔者认为文创产业适合用于推动书刻文化的发展，将原有的艺术文化元素开发，营销成新的文化产品。

“文化创意产业”，顾名思义，必须要有文化、创意和产业，缺一不可。因为“创意产业”需要有“创意”方能成立，而“创意”又必须要依靠“文化”才能茁壮。创意需要灵感，而灵感也并非凭空而来，需要创作者辛勤的努力练好基本功，更需要深厚的文化涵养及美感陶冶。一般上，创意常表现于对常规或传统的突破，然而却不代表它是建立在违反常规的谬误之上，而是遵循着“守→破→离”这个理论上。所谓“守”，就是“守住老师所教的一切”；所谓“破”，就是“突破”老师所教的原则；而所谓“离”，则是离开窠臼，自成一格（周德祯，2016, 40）。如此一来，创意是一种突破，平衡了文化和产业之间的矛盾，因为有了创作者的创意，便可激发其创作并提升艺术造诣，如此艺术文化便得以延续。再者，就商业立场来看，新颖的创意可创作出新的产品吸引顾客，开发新的市场并获得盈利回报。由此看来，文创产业作为可以保持艺术文化特色的推广管道，而又不亏损商业利益的情况之下，似乎是可行的。

综上所述，若想延续艺术文化，首先得找出符合当代条件的生存理由，并关注其未来拓展的问题，以免它再次被忽视而遭社会淘汰，最后逐渐没落。如今文创产业正风靡全球，笔者认为书刻文化正可乘此之便，向可能的商业机构协调并合作，将书刻文化再次兴起并发展。

## （二）文创产业与文化推广

书刻文化应如何推广，首先得了解书刻文化在现代的状况如何，还有在现代面临着什么难题，搞清楚了问题根源所在，方能对症下药。文化的产生愈来愈趋向于现代工业的生产过程，并且与现代科学技术的结合愈来愈紧密，书刻文化亦逃不过科技所带来的困扰，从而引发了传统的手工雕刻技术逐渐失传的问题。这也是笔者在这一节文章中所要探讨的课题，也就是手工雕刻的牌匾在现代该如何存活。

书刻文化走向渐渐失传的危机，其因何在？笔者在这里将原因分为两类，内部原因及外部原因。先谈内部原因，最为关键的就是书刻文化面临着无人愿意继承的问题，以致于艺术文化走向衰落。所谓承传，乃指某个学问或技术在师徒之间的传授与继承的过程。承传，望文生义，要有人愿意“继承”，学问或技术才能“传授”下去，而现在却鲜少有年轻人愿意继承传统雕刻技术，故此书刻文化才会停滞不前。这就牵扯到了外部原因，也就是社会环境导致人手雕刻技术逐渐衰落的原因，最为显著的无非就是进步神速的科技诞生了雕刻机械，代替了人手的工作，导致人工作已不被社会重视，年轻人自然不会想投身入传统技术里，书刻文化无人继承的问题因此而生。当然，雕刻机械的出现并非导致文化无人继承的直接影响，前者不是导致后者的必然性发展，而是在这要求实在的现实社会中，机械既然已能代替人手，就不会有人想去从事机械也能做的行业，才间接导致无人继承的问题。机械刻制的牌匾，字形工整，表面平滑，深度一致，整体视觉效果就是整齐。如此的文化商品，算不上是艺术品，只能说是工艺品。纵然如此，机械刻制的牌匾却符合了一般民众

对美的要求，也就是“工整美”。这种“美”仅是表面上光鲜，毫无艺术造诣可言，可是社会上却很少有懂得鉴赏书刻艺术造诣的“伯乐”，大部分是更愿意接纳工艺美术产品的民众。这也难怪民众会更趋向于购买机械雕刻的牌匾，毕竟除了字形雕刻得工整之外，价格也比人手雕刻的牌匾来得便宜。据笔者于2018年9月22日采访丁伟强先生所得(见图二十六)，他本人对此表示，倘若日后的科学技术越来越进步，说不定将完全取代人手雕刻牌匾的工作，此门艺术文化可能真的会没落。诚然，当文化与工业结合，文化的主体就愈发偏离作为文化消费者的群众，而日趋将文化商品化，不断重复大量制造强迫大众接纳。长此以往，文化将被市场主导以致品味低俗，并且被迫采用标准化的生产模式，从而扼杀了个性和创造力。

话虽如此，尽管大部分民众可以接受机械刻制的牌匾，但他们也不会否定传统的手刻牌匾，并且愿意认同这是一门相当珍贵的艺术文化。然而，艺术毕竟是小众文化，再好的艺术品若遇不上懂得欣赏的“伯乐”，那它在一般民众的眼里最多只是比机械制造的工艺品更“好看”的艺术品罢了。无论如何，在大马这块有多元种族、多元文化的土地，目前仍有少数的华族坚持从事传统手工雕刻行业，不管他们的动机是为了捍卫中华民族的艺术文化，抑或仅是作为谋生行业来维持生计，从文化承传的层面上来说，都不是坏事。只要这把薪火不灭，加之考虑文化承传的持久性与稳定性，书刻文化的继承和发扬是可以期待的。倘若可以善用文创产业的力量，将传统手工雕刻技术，加以现代技术、创意和产业化的方式，开发并营销为新的文化产品，那书刻文化不仅可以继续流传，而且加上创意的力量将之创新，书刻文化亦能有更多的艺术面貌展现于世。

文创产业的成功，依赖着这几项必要条件：其一，创意将成为文创产业的源头活水，而艺术就是极为重要的创意养分，没有创意作基础的文创产业，仅是一个不耐久的代工厂；其二，艺术与产业要专业分工，产业界必须要与艺术家接洽，相互了解，方可透过彼此的专业，找到为文化“增值”的可能性；其三，消费者的价值观需要深层的教育影响，虽说没有消费市场的支援，文创产业无以为继，然而消费者的价值观若缺少美学涵养、文化价值体认，并不利于文创产业的发展（陈德福，2016:125）。书刻文化亦如，若要以文创产业的方式达到推广的目的，就得符合上述条件，而要加入文创产业的范围，首先得以市场行销的强弱危机 SWOT 分析法，分析书刻文化在市场上的优势与劣势。SWOT 所指的是优势(Strength)、劣势(Weakness)、商机(Opportunities)和威胁(Threats)，在市场营销管理中是相当重要的分析策略。Kurtz Boone 在 *Principles of Contemporary Marketing* 一书中将 SWOT 分析法定义为：

An important strategic planning tool, SWOT analysis, helps planners compare internal organizational strengths and weakness with external opportunities and threats. This form of analysis provides managers with a critical view of the organization's internal and external environments and helps them evaluate the firm's fulfillment of its basic mission. (Kurtz Boone, 2012:46)

书刻文化要以产业的姿态与现实社会接轨，必需得先作出充足的市场营销分析，确保其可立足于社会之中而不被其他文化浪潮所覆盖。笔者从 SWOT 分析法当中，分析了牌匾行业在现代的优势、劣势、商机及威胁，并为此提出解决方案，希望在推广书刻文化这一大业中助上一臂之力。

先论其优势(Strengths)，书刻文化目前在大马至少还存在着，未至于到无药可救的地步。远离了发源地的书刻文化在这片土地上尚有承传，已处于较高的发展起点，只要广招热爱艺术文化的年轻人共同努力承传传统书刻技术，书刻文化的发展企望可期。牌匾随着早期大量的华族南迁，对于大部分的华族，尤其是老一辈的华族而言，象征着自己的姓氏、血缘，因而牌匾就有了一片属于自己的蓝海市场。所谓蓝海，代表着亟待开发的市场空间，创造新需求，并且竞争无从谈起，因为游戏规则未定（【韩】W·钱·金、【美】勒妮·莫博涅著，吉宓译，2006:5）。牌匾的蓝海市场，就是吸引追求复古和怀旧的消费者，营销唤起忆念的文化产品。此外，按照目前的市面状况来说，牌匾雕刻这门行业在大马的竞争并不激烈，在这现实的社会中仍容得下更多的牌匾书刻家以此业为生计，尚能挣口饭吃。至于劣势(Weakness)，传统手工技术输给现代科技的地方就是速度，不断加速的时代脚步造就了雕刻机械的发明，同时也形成对书刻文化在商业上发展的威胁(Threats)。人手终究是比不上机械的速度，没办法雕刻大量的牌匾，从生产效率上就略输一筹。另外，牌匾若作为商店招牌之用，现今有各式各样的广告牌可取代之，如喷绘招牌、发光二极管招牌、霓虹灯招牌等，均可替代牌匾招牌。随着生活水平的提高，商家对招牌审美的要求也逐渐提升，追求色彩缤纷、设计独特的广告招牌，而不再满足于一块不会变化的木头。牌匾还有一逊色之处，就是无法如发光二极管招牌那样发出亮光、做走字效果，不能在夜晚绽放炫彩吸引顾客关注。

机械刻制牌匾无论在生产效率上或是价格上都符合大众，手刻牌匾因此处于下风，此乃一大劣势，然而笔者却认为可将此劣势转化为商机(Threats)。如先前所言，文创产业的成功要素有三：创意、文化与产业的专业分工和消费者的价值观，书刻

文化若紧扣这三要素，必能成功制造商机。依笔者所见，创意是克服手刻牌匾平凡之处的重要元素，是革新传统文化的关键。牌匾，不外乎就是黑底金字、古朴单调的刻字木板，在这多姿多彩的社会里确实略逊一筹，然若加以创意改进之，效果定让人耳目一新。例如柔佛州的蔡怡敏小姐，她雕刻的牌匾的功夫细致，她曾给茨厂街的音乡馆雕刻牌匾（见图二十七），其书法飞白如细线伸展，但她却能将其刻得灵活，不显僵硬。此外，她雕刻的牌匾色彩多变，如她的作品“齐郡”（见图二十八），保留其木色做底色，字则彩以深紫色，天然的浅色木纹配上深紫的反差，作出典雅而新颖的效果，一反黑底金字的传统牌匾样式，这便是以创意革新的成功例子。另外，笔者在此提出一个大胆建议，即待牌匾上漆完毕，再涂覆一层夜光颜料。夜光颜料在白天或被灯光照着时会吸收光线，放置到暗黑之处便会释放光源，产生荧光，这样或许可以解决牌匾不能在夜晚发光的难题，而且荧光色彩吸睛夺目，更易吸引大众的眼光，亦是一番创意之举。

雕刻牌匾是多层工作，从起稿、渡稿、改稿，直到雕刻、上色、保养、装订，它需要书法、雕刻技术、美术和木工技术等方面的专业知识。虽说这些工作可全由一人独立完成，但雕刻工作本就相当耗时耗力，加之需要勤习书法、了解木工各方面的知识，由一人承担所有工作，工作量相对增加，出产量当然也相对减低。故此，笔者认为可以邀请书法家、书刻家和木匠一起合作经营牌匾行业。书法家专注于书丹所需的雕刻字样，而书刻家则专注于雕刻和上色工作，至于拼接木板、打磨、防腐、保养、装订等工作则可交给专业木匠处理，如此分配工作便可减轻负担，同时也可以提高手刻牌匾的生产效率。当然，这背后得有商业机构做商务管理和推销工作，方可召集并结合书法家、书刻家和木匠的专业之处，三方合作并发挥其专业、

相互分工，则能更有效率地将书刻文化推向文创产业发展，亦提供更多的就业机会。另外，手刻牌匾还有一项优势，就是书刻文化里最珍贵的艺术价值——手工雕刻的“艺术美”。每一位书刻家都会有自己的审美观与风格，故此每一个作品都是独一无二的创作，带有作者独特的个人风格和艺术格调。书法、雕刻都是一门技艺，皆需要作者亲力亲为、勤加苦练方能诞生好的作品，这是科技所不能取代的。再者，每一位书法家、书刻家的创作风格不一，故此作品难以模仿，外行人也难以抄袭，仿制品的出现率大大减低。如此一来，手刻牌匾的蓝海市场更加稳固，能开拓的商机也增加不少，纵然红海市场的广告招牌各式各类，皆难以与其竞争。

不管怎么说，牌匾无论是手工雕刻的抑或是机械刻制的，在大马的尚有人购买并使用，说明牌匾仍有其消费市场，销售上构不成难题。牌匾真正所面对的难题，除了无人继承和机械雕刻工艺品的威胁外，还有一项不容忽视的问题就是消费者的审美价值观。消费者若对美学缺乏深层的教育，手刻牌匾和机械刻制牌匾于他们而言都无关紧要，只是用作摆设罢了，故应当多灌输消费者对美育的觉悟。书刻文化乃艺术文化，若对美学毫无认知，承传艺术文化根本就是无稽之谈。美学可从教育方面着手，从小学至中学的学习时期更是最佳的培育时期，人民若从小便能接触美学的涵养，尽管欠缺艺术细胞、缺乏美术天分，无法点出其艺术造诣，亦能掌握些许对艺术品的鉴赏能力，分辨出“工整美”和“艺术美”。当前首要，还是得先把书刻文化推向文创产业的方向发展，以 SWOT 分析法让其稳立于商业之中，将之发扬光大，再从教育方面灌输美学知识。



### （三）文化承传与商业利益之间的平衡

依笔者所见，所谓艺术其实就是漂亮的手工艺品，只要做得美、做得好看，并有其自身独特之处、有其创作的特定手法或规则，均可归为艺术，举凡书法便有其一套“逆锋起笔，回锋收笔”的书写法则，讲求执笔、结构、运笔等的规律。然而，当一门艺术随着时代的进步而逐渐落后，愈发少人使用后，它就变得稀有而珍贵，并逐渐被人们视为了艺术文化。与此同时，文化无人继承的问题就产生了，艺术的衰落皆因科技的发展将其覆盖，出产了更先进、更方便的产品取代之，故衍生了艺术文化无人承传的问题，继而才有了为保卫文化而提出文创产业之概念。文创产业若要实行，就需要拿捏好平衡，不能让商业利益害了艺术文化。因此书刻文化往文创产业发展之前，必须先设想好书刻文化和商业之间该如何相互配合，文化元素中有什么部分可以迁就，什么部分必须坚守。一切细节都必须相互协调好，确保两方皆无矛盾或冲突后，方可落实。

笔者认为，书刻文化里有一项不能迁就文化元素，就是书法。书刻文化一直被公认为是“木头上的书法”，若雕刻的字样不是书法所写，浑然失去了书刻文化该有的味道。书法，正是书刻文化里最主要的文化元素，是书刻文化本身的特色之处，这点不能因商业利益而妥协。故此，笔者认为以电脑设计字样所刻出来的牌匾，一律不能称为书刻艺术品。尽管它由人手雕刻成的，但却失去书法的韵味，实无法与真正的书刻作品比较。此类的作品，只能算是普通的木刻作品，因为它欠缺了书法

该有的笔意，少了牌匾该有的艺术特色，故运用书法字样实不能迁就与妥协。尽管雕刻者本身不会书法，也应该了解基本的书法知识，以加强雕刻书法笔意的技术。

马来西亚作为多元种族国家，多元语言可说是大马一大特色。华族在此落地生根已有三至四代，已是土生土长的大马民族，而且从小学开始接受华文、马来文和英文三种语文教育，因此大马华人基本都精通这三种语言。马来文是大马的国文，也是各民族之间的通用语言，故牌匾要在大马存活，需要适当地配合国情，让非华族对牌匾也稍有了解。笔者认为，牌匾上可以刻上英文字母以表达牌匾上的中文含义，如大马产品通常有中文、英文和马来文三种语言简介，以让各民族了解产品资料。牌匾应当也如此，把牌匾内容译成英文或马来文让非华族了解，即使有些内容如堂号或商号的名称没办法翻译，也可将其汉语拼音刻出，让非华族知道其汉字的发音。这是牌匾可以配合国情而又不影响书刻文化特色的情况下能做出的迁就之一。

此外，雕刻英文字母有可以发挥创意的部分，就是可以挑战雕刻英文书法。现今的大马牌匾，尤其是商号牌匾虽然都会刻上跟中文内容相符的英文名称，然大部分是电脑设计字型，多是工整类型字体。英文书法的书体则有多种，举凡铜版印刷体(Copperplate)、意大利体(Italic)、商务草书(Business Penmanship)和哥特体(Gothic)等等，既美观又带有花体风格。英文书法大多圆润典雅、线条粗细分明，有其一套的艺术内涵。若要将之雕刻于木板上，凭着其文字的独特风格与特色，英文书法雕刻在未来可能会掀起一番文化浪潮。英文书法与汉字书法结合于牌匾雕刻，在大马貌似无人尝试，故笔者认为可尝试开拓此类牌匾，这不仅是牌匾文创产业的创意之作，也是一片新的蓝海市场。

牌匾还有一项能作出迁就而符合市场要求的地方，就是可以加刻边框或图案。

牌匾是艺术文化，而艺术则属于创作，因此书刻家们应该要有自己的创作，不能只掌握好基本刻法就直接从事牌匾雕刻行业，如此的牌匾不仅水平一般，书刻家更无法提升自己的雕刻技术。除了刻字，书刻家其实也可挑战刻图案。图与字的区别在于层次，字只刻凹一层，而图则根据其形态决定其凹凸的部分。笔者认为，牌匾亦可结合字与图，以提高牌匾的视觉美感，但要注意的是文字内容才是牌匾的主要表达内容，而图案只是点缀，所以不能把图案刻得太密集或色彩运用过于缤纷，造成喧宾夺主的视觉效果。除了图案，框型也可点缀牌匾，举凡中国风边框或花纹边框，皆可将之刻于牌匾之上以作美化，如此牌匾不仅有更多新面貌面世，也提供更多款式供消费者选择，打破一贯的纯刻字牌匾。另外，牌匾既然已流传至此地，笔者大胆建议加入南洋风情的图案或边框作点缀，如蜡染(Batik)花纹、木槿花图案等，由此创作“南洋书刻文化”。中国艺术与南洋风情相结合，不但为书刻文化作出创新，也配合大马文化，融入本地色彩。这么一来，各民族对牌匾的接受度增加，宣扬书刻文化的效率也提高不少。

从过去至今，商业一直推动着文化前进，文化之所以能流传皆因背后有商业行为操作。然而文化与商业之间的平衡拿捏，却难以捉摸。职是之故，笔者认为必须先透彻了解文化的特色之处，找出文化本身的价值，再琢磨改变以迎合商业。正如先前所提，艺术文化是一门创作，它不是一个再现活动，而是一个表现活动，故此艺术不能一成不变、毫无进步，如此只会停滞不前，无法走向更高峰。艺术文化能配合一些外在因素而稍作改善，但文化精髓必须保留。倘若将之完全改头换面，那也就转化成了全新的艺术品，而非原有之作，也难称上继承文化。因此文化创新必

须谨记“去芜存菁”这一标准，过度的改变已将之变成新美术，毫无传统艺术文化的造诣可言。商业固然在推动文化中扮演着重要的角色，但这并非表示商业有绝对的权利掌控文化，两者之间必须抓好平衡与相互配合，方可和谐并存于社会。

## 四、结论

文化的承传，从内部改革到外部发展，每项细节皆需谨慎处理以避免商业与文化立场之间起冲突。上文虽频密提及应以文化表现个性为主，然换个角度观察，商业亦非全然被文化牵制的状态中。文化介入商业，平衡了商业追逐盈利的气场，商业在推动着文化发展之余，也在自身的发展建设中保持着与文化的互动性，给人们的日常生活带来积极的文化影响。从商业价值来看，文化为商业空间赋予了新的文化内涵，提升了商业的品质，也为消费者打造了新的文化消费休闲空间。商业作为人们频密接触的日常消费载体，是最合适的推广管道，两者可说是互惠互利，和睦合作之下必能达双赢局面。然而这里还有一个问题存在，人们若不能真正了解文化可贵之处，文化消费对他们的意义只是一个提高生活品味，甚至只是提升身份地位的玩意儿而已，如此对文化承传并没有任何帮助。人们需对文化承传有所认同，并且了解文化价值和具有美学鉴赏能力，方能有效推广文化，否则只是“治标不治本”。商业推广文化固然可行，多赞助一些文化活动能给予人们文化的基本知识，然而亦需多加重视文化认同和文化教育，从内部给人们灌输文化知识与涵养，如此内外双管齐下，文化承传的效果必定更佳。

认同理论认为个体通过社会分类，对自己的群体产生认同，并产生内群体偏好和外群体偏见。个体通过实现或维持积极的社会认同来提高自尊，积极的自尊来源于在内群体与相关的外群体的有利比较（张莹瑞、佐斌，2006：476）。因此认同

是一种意向性反应，是一种保持自我同一性的反应。这个反应通常在异文化之间接触而产生碰撞后，而转向自身群体的文化靠拢。如大马作为多元种族的国家，各民族在相互接触异文化后，仍会认可并接受自身的民族文化，便是一种文化认同的表现。文化需要先被认同，方可被人们接纳。民族文化容易被认同，是因为它带有民族归属感的表现，把同一民族的族人团结起来。大马的艺术文化则较为难被大众认同，因为它还没发展到一定的地步。每项艺术文化都有一套自身的独特技术需学习和磨炼，更需要有该方面艺术天赋的人才共同努力发扬并承传之，光是这两个条件已让多数人打退堂鼓，然而也有的只因兴趣而加入，却未有承传文化之意。笔者于2018年2月22日访问霹雳州的周学勤先生，他表示他会从事手刻牌匾行业，仅因为接手父亲的产业，并不以承传文化为鹄。当笔者透露自身亦有学习书刻之时，周先生竟劝笔者不要涉入此行业，原因是做一辈子的雕刻工作难以出人头地。由此可见，涉及相关行业者也未必会认同该艺术文化，他们主要目的仅是为了谋生并非承传文化。这也可做个省思：尽管是该艺术文化的专业人士，倘若本身并无文认同文化之意，实难以说服后辈将之承传。话说回来，虽然文化承传的动机不在于文化认同，但大众也不会否定书刻是中华文化，书刻文化在如此艰辛的环境之下求生，至今尚有微少的继承者，甚至新加入者，兴许是好的未来发展。

另外，学校是承传文化和训练人才的最佳基地，因为学生透过学校自幼学习艺术文化，在固定的时间和空间内不断学习，必有所成果。承传文化最佳的途径无非就是进行文化教育，从幼童时期就应该开始灌输文化知识和美学教育。若缺乏对美育重要性的醒觉，纵然对文化艺术品抱有无限热爱与追求，也尚欠缺一份鉴赏能力，如此只能看得见文化艺术品表面的华丽，却不懂得欣赏其文化内涵，那艺术品和工

艺术品又有何区别呢？故实施文化教育，理应从“美育”抓起。只可惜，大马对艺术的文化教育并不着重，这点观察中小学便能了然。大马教育着重于理工科，如今更迈向STEM教育，至于艺术课程如美术或音乐课，皆归类为可有可无的课程。久而久之，学生也不愿浪费时间学习艺术课程，将时间和精力都集中于必修课上。教育深深影响年轻一代对社会的看法，求学时期的学生无法接触太多学校或家以外的世界，故他们对社会的认识多是透过学校教育而了解的。在现实社会中，人民求的只是安稳度日，不论是家中长辈或学校老师一般都只灌输学生脚踏实地的生活方式，鲜少会教导美学对提高生活品质的重要性，如此实在难以谈承传艺术文化，更甬提发扬光大了。

职是之故，笔者认为先从商业出发来推广文化，让文化渗入人们的生活之中，再让年轻一代接受美学教育。承传文化乃千秋大业，非一日之功可完成，必须详细规划方可落实，才让这古老的艺术文化承传下去。

## 参考书目

### 书籍

1. 陈德富（2016），《文化创意产业经营与行销管理——整合观点与创新思维》，新北：彩之坊科技股份有限公司。
2. Kurtz Boone. (2012). *Principles of Contemporary Marketing* (15<sup>th</sup> Edition). Canada: Cengage Learning.
3. 刘维纲、李延祜、刘柯（2014），《中国古匾》，四川：四川美术出版社。
4. 钱穆（2001），《文化学大义》，台北：兰台出版社。
5. 侍少华（2010），《中国现代刻字研究》，安徽：安徽美术出版社。
6. 王志安（2017），《现代刻字艺术：技法与创作》，浙江：西泠印社出版社。
7. 【韩】W·钱·金、【美】勒妮·莫博涅著，吉宓译（2006），《蓝海战略：超越产业竞争，开创全新市场》，北京：商务印书馆。
8. 周德祯主编（2016），《文化创意产业理论与实务》，台北：五南图书出版股份有限公司。



## 学位论文

1. 张俊鑫（2017），《中国现代刻字艺术展相关问题研究》，（未出版硕士论文），山西：山西大学。
2. 郑梅娇（2005），《牌匾在马来西亚的流变》，（未出版硕士论文），南京：南京大学。

## 期刊论文

1. 高汉（2000），《说匾》，《寻根》，2000年第5卷第4期，页31-33。
2. 张莹瑞、佐斌（2006），《社会认同理论及其发展》，《心理学进展》2006年第3期，页475-480。

## 附录

表一：马来西亚牌匾雕刻家资料

序号	地区	书刻家姓名	店名	联系号码	地址
1.	槟城	郭亚华	郭应就牌匾店	0164731241	Kok Ying Chow Signboard Maker No.41 Queen Street, 10200 Penang.
2.	槟城	李宋朝	宋朝木刻	-	Sung Dynasty Wood Craving 77, Lebuah Carnarvon, George Town, 10100 George Town, Pulau Pinang
3.	槟城	梁福唐	梁美术雕刻	0124085819	30C,Siam Road,10400 Penang,Malaysia.
4.	槟城	李德才	德财木器	-	-
5.	霹雳	曹善艺	顺流工作室	-	-
6.	霹雳	王恒赐	金钟广告社	0124649683	No.47 Rumah Murah, 34300 Bagan Serai, Perak
7.	霹雳	周学勤/ 陈稼琳	-	-	-
8.	雪兰莪	Calvin Lim	源林手工艺制作坊	-	-
9.	马六甲	拿督丁伟强	福章雕刻	0126180008	85,Jalan Hang Kasturi, 75200 Melaka,Malaysia.
10.	马六甲	余利辉、余利强兄弟	永发木雕刻	0122762770/ 0123531800	-

11.	马六甲	吴叙雄	古艺楼	0176828801	Gurio Art & Craft 35, Jalan Hang Lekiu 75200 Melaka
12.	柔佛	欧阳可 扬	-	-	-
13.	柔佛	蔡怡敏	-	-	-

图一：“善庆堂”牌匾



图二：“善庆堂”牌匾



图三：“敬思堂”牌匾



图四：“树荫堂”牌匾



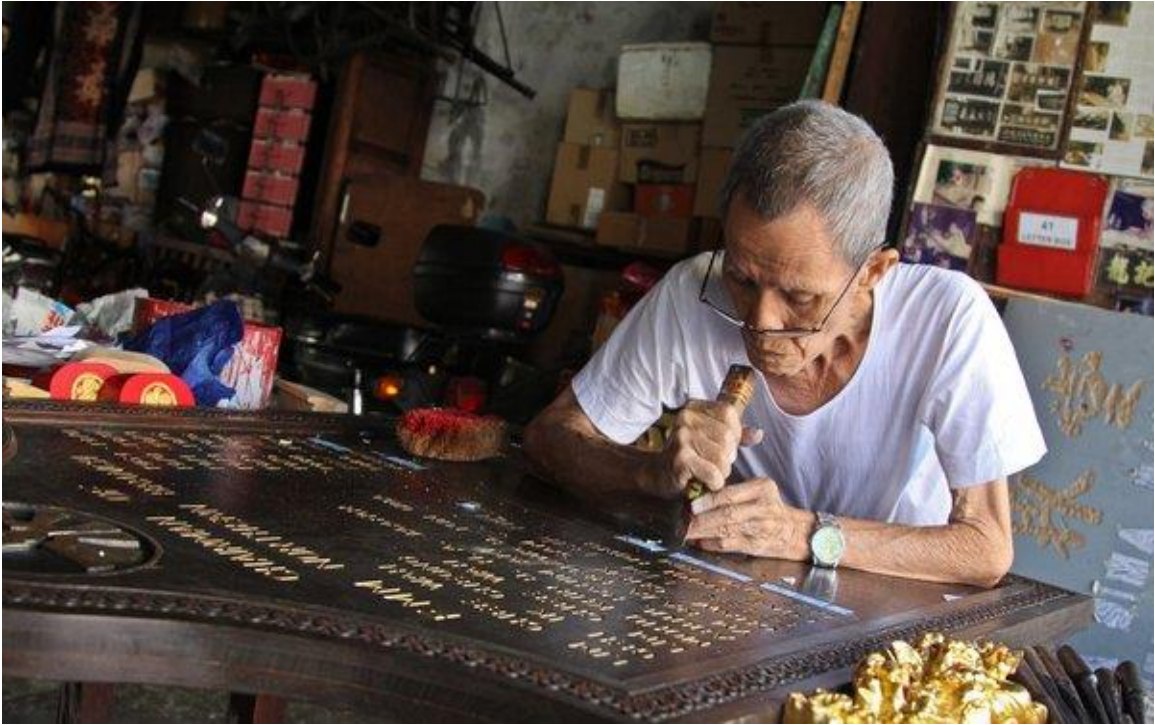
图五：“南离敷教”牌匾



图六：檳城郭应就牌匾店



图七：郭亚华先生



图八：槟城宋朝木刻



图九：李宋朝先生



图十：槟城梁美术雕刻





图十一：梁福唐先生



图十二：李德才先生（槟城德财木器）



图十三：霹雳周学勤先生



图十四：霹雳陈稼琳小姐



图十五：霹雳曹善艺先生（顺流工作室）



图十六：雪兰莪源林手工艺作坊



图十七：MR. Calvin Lim



图十八：马六甲福章雕刻（拿督丁伟强先生）



图十九：马六甲余利辉、余利强兄弟（永发木雕刻）



图二十：马六甲古艺楼（吴叙雄先生）



图二十一：柔佛欧阳可扬先生

**星洲日报** SIN CHIU WAH PAO 2013年5月16日 星期四

星洲: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 吉隆坡: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 檳城: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 怡保: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 芙蓉: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 麻坡: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 居林: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 峇株: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 昔加末: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 居林: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 峇株: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889  
 昔加末: Tel: 603-2511 8888, Fax: 603-2511 8889

一脉相承

这是守业者如何捍卫传统手工艺的故事。

## 大柔佛 社區報 Johor Edition

**报道** 廖静薇

▲ 欧阳可扬超过30年从事雕刻行业，一个多月的订单，可制作12个牌匾。

在这凡事都讲求革新，甚快的时代，由几代人一脉相承的业已越来越少。

为此，星洲日报《大柔佛》社区报将带领读者们，一探由几代人坚守的行业，如何在时代变迁中屹立不倒，也一睹后辈们如何守护先贤们的基业，将之发扬光大的故事。



▲ 欧阳可扬在七十年代投身于雕刻行业，做了几十年之久，1997年回欧可扬协助，并由欧阳可扬承接衣钵。

手工行业要传承并不是一件容易的事情，譬如柔佛三合港手工雕刻师傅欧阳可扬，原也没打算承接父亲欧阳祥敏的衣钵，但因为父亲一再致电要求他回乡帮忙，最后终于在1997年回乡，幸遇刻刀与父亲一同在手工雕刻的时上接班。

现年41岁的欧阳可扬对星洲日报本版的《一脉相承》表示，2011年逝世的父亲在七十年代就从事于雕刻行业，人生逾40年的时间都投入于雕刻当中，父亲开始于手工雕刻工作后，直至生病后才停下手。

他提到，他原本在吉隆坡从事印刷业，但父亲曾数次致电，表示需要人手协助，希望他能够返乡协助，所以也最后决定回乡投身于雕刻行业。

他说，当初并没有想及是不是就要传承父亲衣钵，又或是传承这门手艺，纯粹就是因乡协助父亲。

他指出，欧家对欧虽然也曾协助父亲上漆、磨滑或做些琐碎的工作，有些许根基，但小孩子好玩心态的侵蚀，并没有真正掌握手工雕刻的功夫；1997年回乡后，用了一年的时间学习，才算真正掌握其中技巧。

电脑打印要雕刻字体

手工雕刻是个冷门行业，欧可扬表示，这门行业明显向欧美及老年化，雕刻的字体是采用人手书写后印在板上，然后进行雕刻，但现在却起用电脑打印出所需的字体，然后印在板上，再进行雕刻。

“当年，父亲的朋友负责手写雕刻的字，自我现在使用电脑打印所雕刻的字，顾客可自行选择所刻的字体，现在要我手写一手好字的人协助也是不容易的，不过，有的顾客会自行携带要刻的字样前来。”

**原料短缺价格飙升**

他同时提及，手工雕刻因面对雕刻所使用的木料不好找的问题，木料价格在过去5年来，每一方尺的价格飙升了数倍，而雕刻师傅也减少，除此之外，做雕刻木的师傅人数也减少，不像每一家板厂都能雕刻的师傅。

“现在木料贵，生意也少了，父亲的那代就接很多订单，多的时候，一个月内可以雕刻十几个牌匾。”

不过，他表示，有付过一个月的钱没做成一个订单，他接手雕刻生意后，过去两年因为欧家第六代，所以接获的订单也较多，但今年的订单又开始减少。



▲ 欧阳可扬展示其雕刻作品。

# 歐陽可揚回鄉繼承父業 手工雕刻發揚光大



▲ 歐陽可揚進行雕刻。

### 提升對中文字體認識

欧阳可扬表示，父亲一开始在三合港新村第三巷做业，后来搬到有字花田的老家进行雕刻工作，而欧家军后也一直在该处经营手工雕刻生意。

他说，顾客多选用繁体进行牌匾雕刻，但也有人会选择较不常用的字体进行雕刻，用以雕刻的字，最主要是不能太粗太幼，否则在雕刻上就会出问题。

他提到，雕刻过自己也不会念的字，不过，刻得久了，从中文字体的美最能感受熟悉了，但雕刻字体和写字

不同，虽然看到字体就有熟悉感，但若要手写却又未必能准确地写出来。

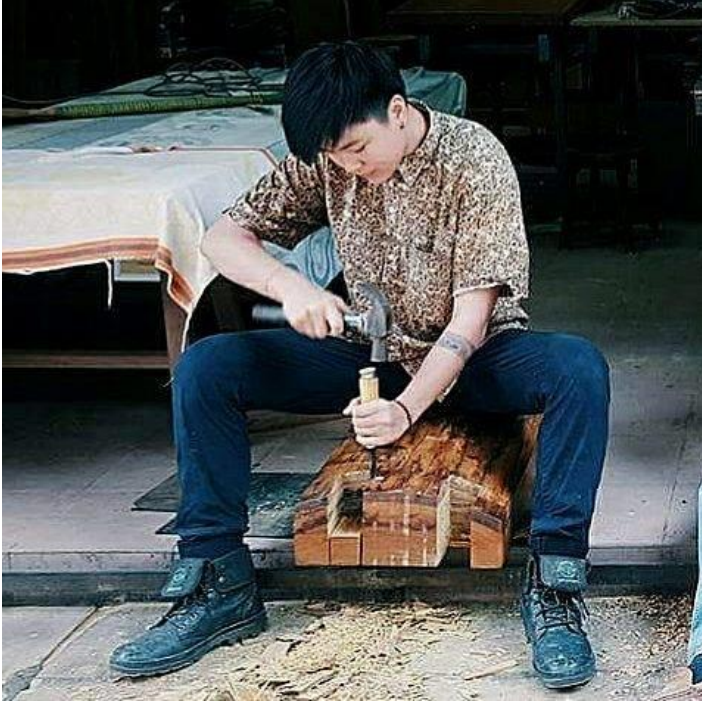
“除了中文字，也有顾客要求雕刻英文字，这类多属商店招牌所用。”

欧可扬指出，现代人多使用机械方式刻制牌匾，经济又快捷，价格比手工雕刻便宜一半。

不过，他说，选择手工雕刻牌匾的好处在于牌匾是永久性的，即经过了数十年之久，也可以翻新，根本就没费去数百年的姓氏牌匾进行翻新工作。

54

图二十二：柔佛蔡怡敏小姐



图二十三：蔡怡敏小姐的作品（儿童绘画雕刻）





图二十四：蔡怡敏小姐作品（语录雕刻）



图二十五：蔡怡敏小姐的作品（木章雕刻）



图二十六：笔者于 2018 年 9 月 22 日采访马六甲拿督丁伟强先生



图二十七：蔡怡敏小姐作品（音乡馆牌匾）



图二十八：蔡怡敏小姐作品（齐郡）



图二十九：笔者于 2018 年 2 月 22 日采访霹雳周学勤先生

