

# “互联网+”时代 还需“工匠精神”

◆ 陈守文 尹仁沐

● 艺术深一度：

最近，由国务院印发的《中国制造 2025》引发热议，这份旨在全面推进实施制造强国的行动纲领规划了中国版的“工业 4.0”。“互联网+”的时代里，中国制造当然要以创新驱动，但问题是创新从何处着手，我们要“创”的是什么，什么可称之为“新”？

其实当下，创新的土壤、条件和氛围都不错，各级政府都竭尽全力为创新创业的年轻人搭台、服务。

对于大多数创新创业者而言，智能制造、绿色制造专业入门门槛相对低，是人人可以试一把的。现在几乎人人都玩的微信，就是一群中国年轻人从 whatsapp、twitter、skype、facebook 等境外社交软件中得到灵感创造的应用软件，让我们能免费享受可随意语音、发信息、传照片。

创新更多地是体现在创客空间里。创客为何出现？是因为当今的物质条件已经极大上去了，人们的个性化追求越来越强烈而迫切，于是从兴趣出发，想到什么做什么，在线上线下满足客户的个性化要求。

上网，输入“无人机”，马上就出来 6 位数的网页。但我们说的不是全球鹰之类的军事用途无人机，而是民用的，像用来航拍、进入有毒环境、进入灾区的民用无人机。有这么一款：四只乳白且带有漏窗的翅膀，每只翅膀上一支同样乳白并玲珑的螺旋桨；关键是腹部的高清摄影机，每秒可拍 60 帧的高清录像、1200 万像素的照片更不在话下。这样有设计感的外观加上技术含量十足的设备居然只要 5999 元。这就是创客们为摄影发烧友们量身定制的拍摄神器。网上限量 500 台，早已销售殆尽。

力耕穿戴设备的创客们大有人在，他们不仅玩技术，更将外观时尚时刻放在心上。对于大多数创客而言，“互联网+”可能面临的最大问题是他们的创新产品上网后获得的是差评，很快就被更多新的创意淘汰了。所以在创客们中流行“北京‘高颜值’、上海‘技术宅’、深圳‘低门槛’”的说法。所谓高颜值，当然是离不开吸引眼球的艺术设计。北京的小米如今无疑是千军万马中杀出来的偶像级的存在了，他们发布的每一款产品在外观上都越发简约精致，在功能上也

绝对领先，而价格却比其他国外知名品牌便宜一半还不止。每一件产品送到顾客手里时，都有精美而环保的纸盒保护着，既不浪费空间，从头到尾的设计也是“送礼也体面过人”。这样贴心又美观的产品怎么能不火？

有人还说，“互联网+”背景下的创新就是要鼓励更多的年轻人玩起来。玩技术、玩款式、玩新颖，当然更要玩艺术。“互联网+”是典型的“眼球加评语”的经济，好不好看，眼球决定；好不好使，评语决定。差评多了，当然就被淘汰了；但不入大家法眼，连参评的资格都没有，一切都无从谈起。所以，大凡受到百姓追捧的，都是那些养眼又实用的好东西。

那么中国制造在“互联网+”时代中又将出于什么样的地位呢？我想，中国传统工艺的工匠精神在其中还将发挥极为重要的作用。建盏听说过没？素有“铁胎”之称的建盏是宋朝盛行斗茶用具。建盏造型别致，口大腹深，沿薄底厚，胎质粗硬，具有良好的保温性；且水面较大，好变乾坤。再加上胎体厚重，呈黑灰色、紫黑色，其变幻莫测、绚烂多彩的窑变釉给人以奇特的美感。建窑出产的黑釉瓷产品主要有曜变，金兔毫、银兔毫、油滴、鹧鸪斑纹为主。这些斑纹，人工无法控制，它既依靠釉料配方的变化，又依托窑内烧成温度与气氛生出不同的纹理，效果常常令人意外，堪称鬼斧神工。最近，建阳的叶礼忠、詹桂溪等建阳创客已经找回宋代建盏的风采：兔毫盏漆黑发亮的釉面上，并排闪着金色光芒的丝状条纹，密密麻麻、齐齐整整，从碗底满铺直到碗口，贵气、大气再加一点魅力，宛如飞机上见到阳光下密密的原始森林。绝对“高颜值”！

能将传统工匠手艺继承下来，并通过“互联网+”使之成为新艺术形态，恐怕将会成为工业 4.0 时代热门的发展模式。

● 专家观点

## “国匠”就这么“牛”

◆ 熊梦葵(洛阳博物院)

机器、智能化，还有互联网能为我们做很多事情，但是很多人依旧信奉“最好的东西是手工做的”。

最近的“大国工匠”报道的 8 位身怀绝技的“国匠”给我印象深刻。中国航天“发动机焊接第一人”高凤林，“蛟龙号”载人深潜器首席装配钳工顾秋亮，中国大飞机首席钳工胡双钱，LNG 船焊工“牛人”张冬伟，高铁首席研磨师宁允展，宣纸捞纸工周东红，港珠澳大桥岛隧工程首席钳工管延安，篆刻大师孟剑锋，他们个个都是把活干到了艺术的境界。

胡双钱说，曾经碰到一个零件

要 100 多万元的，为啥？它是精锻出来的，一个零件上有 36 个孔，大小不一，孔的精度要求是 0.24 毫米，约三根头发丝粗细。胡师傅仅用了一个多小时，将 36 个孔悉数打造完毕，一次通过检验，“金属雕花”的本领出神入化。APEC 会议上，曾经发生过一件有趣的事情，外国夫人参观“国礼”，其中一位发现了一只果盘上搭着一块银白的丝巾，下意识地伸手去摸，结果发现那块丝巾和盘子是“长”在一起的：它就是篆刻师孟剑锋的作品。这块“丝巾”折光闪亮，衬着果盘的黄色粗糙，更加灿烂，制作这

样一块光闪闪的“丝巾”，孟剑锋需要从不同角度上万次篆刻敲击。为了用银丝做出支撑果盘的四个中国结，孟剑锋需要反复将银丝加热并迅速编织，银丝快速冷却变硬无法弯曲，需要无数次尝试才能成功。“其他人可能会选择机械造出中国结底托再粘上去，而他却无法容忍伴随机械制造而来的细小砂眼，也不愿违背纯手工的诺言，于是哪怕手被烫出大泡，也要追求极致美感。”采访的记者说。

工匠精神就是追求极致美感的精神。我在云南通海小新村三圣宫见到几扇格子门，春秋战国、三

■ 刨子是门老手艺，在创新时代这类工匠手艺不该成为古董，而该思考如何发展使其不至于失传



■ 伦敦鱼市场 BILLINGSGATE MARKET 门前的红绿鱼灯树，但它并不作为红绿灯的功能使用。这样趣味的装置在伦敦街头很常见 潘敏德 摄



■ 防火镇水的龙首怎么成了墙上装饰？当传统工艺功能性被现代化工艺取代后，这无可比拟的雕刻工艺却还能以艺术装饰的形式得以保留



■ 象征文人文化的文房四宝到了今天，无疑成为了文化瑰宝。通过各种形式的活用，依然令人钟爱不已



■ 英国是一个善于创意的国家，在伦敦街头有很多创意雕塑，每座雕塑都有一个故事。图中是 East Idia 广场雕塑 潘敏德 摄

● 评论

## 拒绝 “差不多”

◆ 国政

胡适先生笔下的“差不多先生”无论什么年代都存在，在互联网+时代的创客们中，也流行“差不多”，从产品到营销，到服务，都有“差不多先生”的影子。有人说，我们有世界一流的技术、一流的设备、一流的规范，但因为缺少专注的“工匠精神”，从而缺少一流的产品。

日式创新现在“黯然神伤”，就是另一种意义上的差不多思想在作祟。移动互联网其实是日本率先推出的，可如今日本制造业在集成电路、软件、互联网和移动网络的国际标准竞争中“四连败”。除了网头创新外，日本这种“用户不在现场的创新”导致创新根本把不准用户的脉，搞不清客户的审美需求、个性化要求等等，最终沦为“创新孤岛”中。

日式创新十分推崇“匠人传统”，但沦为“创新孤岛”的匠人传统则成了失去了与时代接轨的变通，从而少了活力。所以，我们提倡的“匠人精神”是互联网+条件下即“O2O(线上线下)”的精益求精、极致美感追求，这种追求以客户的美学品味和品质要求为核心。

国演义、封神演义、水浒传、大禹治水、十八罗汉、八仙故事……生鲜活泼，美极了！雕此门的工匠名叫高应美，他干活不但吃的是上等伙食，工资计算也很特别：前期大料做好后，细活时第一阶段二两木渣兑一两银子，第二阶段一两木渣兑一两银子，最后阶段一两木渣兑一两金子。一生 30 多年的雕刻生涯里，高应美共雕这样一堂六扇的门近 20 堂，一年不到一堂。目前，只有三圣宫这套还如几百年前一样光鲜。之所以这么“牛”，还是因为“国匠”的手艺活儿太艺术了！这是智能化仍然无法取代的。