

报道◎黄向京 封面摄影◎龙国雄

年关近，大街小巷张灯结彩，人们用各种饰品营造年的气氛。

大自企业机构，小至家家户户，可见各种寓意吉祥，含义深远的春联、对联和挂饰，贴在门窗、挂在墙面，讨吉利的同时，也为到访者送上年的祝福。

面对价格低廉，款式众多的进口年货，本地业者如何发挥新意，做出有本地特色的产品？组屋邻里的新年又是如何“装饰”起来的？书法家在年俗商品中扮演了怎样的角色？》p06-09

本土创意年饰品



叶淑仪10年前接手父亲的生意，这些年品牌已建立口碑，绣花春联获得顾客喜爱，公司也为顾客量身定做年饰品。

刺绣春联 添年味

摄影◎龙国雄

农历新年贴春联的习俗起于宋代，盛行于明代。普通对联是红底黑字或金字，本地品牌Shevron则融入刺绣、剪纱等技艺，设计图案结合华人喜欢的吉祥物如橘子、黄梨，加上牡丹、梅花，色彩鲜艳，年味浓郁。

今年的招牌大挥春对联设计结合灯笼与梅花，长166公分，绣上“天增岁月人增寿，春满乾坤福满门”（288元）。Shevron董事经理叶淑仪（31岁）受访时说，一对大幅绣花挥春分五段制作，超过10万个针缝线，耗时两周，适合装饰洋房大门。

品牌创于2002年，先在牛车水摆摊售卖小挥春，发现市场对新年饰品有需求，逐渐扩大产品选择，这几年打入高级百货公司（如诗家董、罗敏申、伊势丹），有超过百个销售点。五年来，品牌在高岛屋年货市场设立年货摊，逐年扩大，销量比平时多一倍。不少产品供不应求，位于宏茂桥的十多人工作坊忙于赶工，分外忙碌。

开发与设计绣花年饰

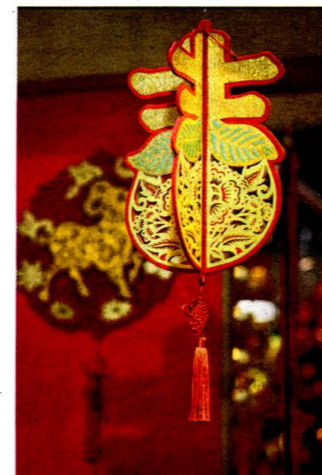
叶淑仪说，Shevron是本地第一个，也是唯一开发与出品绣花对联与新年饰品的公司。其父叶嘉才（55岁）毕业于南洋美专，设计师出身，多年来为各大国际时装饰品牌（如GAP、迪斯尼）做刺绣代工，后来成立公司做刺绣新年饰品。自新加坡管理大学市场营销系毕业后，叶淑仪在2005年接手父亲生意，她说：



挂于墙面的金羊剪纱与“吉祥如意”橘子刺绣剪纱，非常应景。



Shevron在高岛屋的年货摊，吸引选购刺绣春联与剪纱饰品。



融合折纸艺术的3D吉祥剪纱饰物，让年过得更有味。



与NETS合作推出的羊年吊饰。



与新电信合作的“兴”字样圆形桔子袋与红包。



十二生肖与好彩头吊饰双面做工精致，很受欢迎。



本地品牌“小时候”的春节胸针，非常独特。（受访者提供）

“我们的产品都是自己设计开发，原料从日本与韩国进口，绣线从德国进口，品质很好。刺绣是华人传统文化重要元素，将之发扬光大很重要，让全世界知道，新加坡也有优良的刺绣工艺。”

年货摊位标出“刺绣装饰：新加坡制造”字眼，自信心流溢，叶淑仪说，品牌不怕与中国进口的廉价产品竞争，因为本土产品设计特别，品质好，建立口碑，超过八成是熟客，年年光顾摊位。她说：“很多顾客说我们的刺绣对联很耐用，挂一年也不会坏，过年要新气象，往年饰品可以捐献慈善团体。最重要的是：顾客买了过年挂了开心！我们是本地公司，顾客有什么需求可以量身定做。”

不少国人量身定做自家姓氏灯笼对联、红包封或橘子袋，使新年用品更具个人色彩。顾客的定期反馈，使公司摸熟市场趋势潮流。比如针对天主教与基督教徒推出“主爱我家”、“岁岁蒙福”等对联。

叶淑仪不说不知，绣花对联等新年饰品根据风水量尺，无论大小都是吉祥尺寸，保佑来年风调雨顺，福旺运气旺。价位最高的是采用日本进口24K金线绣出100个“福”字的百福墙饰，属限量版。

远看美观，近看精致，点缀门墙的“吉祥如意”橘子图、“年年有余”的金鱼图、绣上五只蝙蝠的“五福临门”，绣花工艺之外，也融合剪纱（民间也叫窗花），是在剪纸基础上开发的一种艺术形式，使图案更立体，色彩更丰富。一系列剪纱贴金墙饰以“福”字和生肖羊为主要造型。

还有取黄梨谐音、绣花车工细腻、结合中国结的“旺梨”吊饰、融合3D折纸艺术的“吉祥”吊饰，可装点墙面或天花板。华人过年喜欢装饰银柳，从中获得灵感的12生肖小吊饰造型可爱，双面刺绣做工幼细，用以点缀银柳、桔子树，很受欢迎，也可当手机吊饰。

适合企业形象的年饰

品牌与大企业合作开发出适合企业形象的新年产品，占了业务一半。比如为华侨银行（OCBC）设计刺绣挥春、桔子袋，为NETS易通卡推出羊年吊饰，为新电信（SingTel）与施华洛奇（Swarovski）水晶推出红包握、绣有“兴”字的布料红包封等。Shevron产品已出口香港与台湾，占了业务的二成。

春联不仅点缀门墙，也可穿戴在