

## 中华优秀传统文化系列谈

## 玉石里孕育的文明之光

宋羽

▼南京博物院镇馆之宝“金蝉玉叶”，实为明代一支精巧的发簪，描摹出一只金光闪耀的蝉栖息在玉叶上的生动场面。其中玉叶长5.2厘米、宽约3.2厘米，由新疆和田羊脂白玉做成，厚度也仅有2毫米。



南京博物院在90周年院庆之际办起一场名为“玉润中华——中国玉器的万年史诗画卷”的重磅特展，用玉串联起悠长的中国历史，也串联起古老的中华文明。形形色色的玉器，让我突然思考起一个问题——

玉之于中华文明，到底意味着什么？  
中华文明从诞生之初，到今日之蓬勃，语言在变，服饰在变，习俗在变，唯有玉——作为文明的承载物和寄托物，一直未变。在玉的纹理里，承载过古人对自然的崇拜，承载过文字的演变，也寄托着一群人的理想和灵魂的归宿。

许慎在《说文解字》中说玉有“五德”——“润泽以温，仁之方也；理自外，可以知中，义之方也；其声舒扬，专以远闻，智之方也；不挠而折，勇之方也；锐廉而不忮，洁之方也。”仁、义、智、勇、洁，古人将所能想到的最高的德行赋予一块石头，其背后究竟是怎样的一种逻辑演绎，又是怎样的一种情感纠葛？

除了审美层面的装饰意义、社会地位层面的经济意义、文化层面的人格意义，当玉以一种人工干预后的状态诞生在远古的洪荒岁月中的时候，它首先承载的是实用层面的工具意义、精神层面的宗教意义和政治层面的权力意义。

远古的玉器基本为岫玉，质地坚硬，与我们今天认知中的和田玉不是一个品种。所以在视觉和触觉上，远古的岫玉显得粗糙、暗淡和浑厚，你似乎很难从感知层面体会到玉的细腻之美，反倒是被一种粗犷和深邃的色泽拖向了岁月的幽暗旋涡之中。岫玉是大自然赠予中华文明的宝矿，中国的岫玉矿脉分布范围广、产量大、易开采，远古人类多用岫玉制作生产和生活工具，这也是为什么中华大地上的青铜冶炼技术远远晚于两河流域及地中海区域的原因，毕竟舍难求不是最优的选择，理性意志驱使我们用最便捷的手段达到同样的目的。不过由此也产生了一个问题：从技术层面看，制玉能否与青铜冶炼相提并论？这个问题的焦点在于中华大地上的远古玉器能否被纳入“人类文明”领域。中国人民大学陈胜前教授认为，远古人类制作玉器的难度并不亚于铸造一件青铜器。将一块坚硬、粗糙的玉石打磨成光滑、锋利的石斧，所需要的造型能力和抽象思维能力是相当高的。尽管这个问题在学术界存在争论，但是并不妨碍我们透过良渚古国的玉琮、玉钺、玉璧去想象文明的曙光。

专家推测，正是良渚古国的不断扩张将玉文化发散了到周边的大汶口文化、龙山文化，甚至影响到了四川的三星堆，那些瞪着圆圆的大眼睛的怪鸟纹样在龙山时代的器物上张牙舞爪，直到殷墟遗址出土的青铜器上还铸造有形态相似的饕餮纹或夔龙纹。

随着青铜技术的普及，玉质的斧、钺、钱等农用工具和兵器逐渐退出了实用器具的舞台，转而成为更加神圣的礼器。西周时期，圭与璋相继登场，在人们的顶礼膜拜中彰显王权的至高无上和神权的不可亵渎。陕西曲沃北赵晋侯墓出土的龙凤纹玉圭双面雕刻，每面各雕有一龙一凤，圭的一端出尖首，其余三边出扉棱，造型古朴端庄；又因常年放置于朱砂旁，玉质沁入朱砂色，呈现出红褐白三色相互晕染的色泽，仿佛千年后的中国文人泼洒的写意画。

《周礼·春秋·大司农》载：“以玉作六器，以青圭礼东方。”从此，承载着神性的玉为中华文明树立了伦理法则和道德法则，人们企图通过玉沟通上天和人间，沟通先祖和自身，玉建构起东方民族最初的宇宙观。

玉具有一种女性美。玉的本质是阴性的，她们深藏于石头的怀抱内，隐秘了绝世的美丽，让粗糙的外衣包裹着属于女子的柔情。一块温润的玉石，尽显清幽之美，它的质地和色泽似乎应当存在于江南，可偏偏这样的温柔出自巍峨的昆仑。《千字文》中说：“金生丽水，玉出昆冈。”《穆天子传》曾记载了周穆王巡游昆仑山，拜会西王母，返回中原时“攻其玉石，取玉版三乘，载玉万只”，虽说这远古时期的记述并非完全真实，但中原文明对美玉的推崇可见一斑，儒家所尊崇的礼乐文化，其本质就是玉的文化。

孔子说：“君子比德于玉。”玉的质地里有一种孤傲之气，这种气息萦绕在玉的周围，让玉的光泽呈现出遒远的韵味。内敛、洁净、深沉，这些词语构成了玉的气质，也构成了在中华文明的历史长河中历练而成的“君子”的形象。

秦汉时期可以看作中国玉器文化形态的一个转折点，玉器逐步从王权、神权的象征物和单纯

►亮相南京博物院“玉润中华”展的C型玉龙是来自故宫博物院的藏品。它是红山文化最具代表性的文物，也是目前所见最大的一件C形玉龙，因此被誉为“中华第一龙”。



的实用工具向贵族阶层的奢侈性生活用具和装饰物转变。贵族阶层腰间要佩玉，腰带上要镶嵌玉牌，大臣上朝时手执玉笏，就连王侯死后也要穿上“金缕玉衣”，让灵魂在另一个世界继续与玉为伴。这个时候再去理解“比德于玉”这句话，就能明白玉对于贵族阶层（君子）的身份认同是多么重要了。当玉从广义的货币概念中脱颖而出，它就再也不会与金银铜等贵金属以及珍珠、玛瑙、矿物宝石、丝绸等作为一般等价物的器物为伍了，玉真正成了一种形而上的珍宝，它的价值只能通过文化、精神和审美的意义来衡量，这就是人们常说的“黄金有价玉无价”——就像远方的风景，你能说得清那片风景值多少钱吗？如果你愿意去欣赏，你会毫不犹豫地为之倾囊。同样的风景，在不同人眼里的价值是不一样的，不同的人想要看到这风景所付出的代价也是有区别的，所谓“无价”，既指在挚爱者心中珍贵至极，也指“价”因人而异，难以衡量。

因为无价，所以大漠边陲的那座据守在唐诗中的关城要命名为“玉门”。想象着，当华美的玉石一车车从这座夯土筑成的关口通过，美玉的光芒照亮了土城灰蒙蒙的脸。美玉为一座普通的城门描绘了画龙点睛的一笔，让千年后的王之涣将满腹的诗情挥洒于此。以“玉”来命名一座边关，是否为了彰显大汉王朝的统治者德治天下的夙愿？

从两晋到明清，玉文化又发生了一次质变。首先是材质的变化，更为温润细腻的和田玉取代了岫玉，成了玉质器物的门面担当；其次是制作工艺的升级，更为复杂的雕刻技法层出不穷，玉器开始和各种贵金属、宝石相结合，在彼此镶嵌



►亮相南京博物院“玉润中华”展的商晚期活环链玉神人饰，是江西省博物馆的镇馆之宝。这件文物三环相扣，是迄今已知最早的活链玉器，亦人亦鸟的造型，则反映了南方地区的鸟崇拜。

和勾连中尽显奢华；第三是人文情趣凸显，仿佛是与元明时期的文人画相呼应，玉雕题材也更多地表现出个人意趣、生活情趣和精神理想，小中见大的题材成为主流。

元代文人谭惟则写有一首小诗：“鸟啼花落屋西东，柏子青烟芋火红。人道我居城市里，我疑身在万山中。”文字虽浅显，意境却不俗，生生在市井红尘之中超脱出了一个远离尘嚣的桃花源。这种徘徊于出世和入世之间的生活状态，是逐渐成熟的人本主义思想的直观反映，而对于生性敏感的文人来说，他们亟需一件情感寄托物，比如一幅山水画，一曲古乐。然而作画、奏乐毕竟繁冗，有什么比案头的一只玉笔架、腰间的一个玉香囊、发冠上的一支玉簪更加触手可及的呢？当笔架雕刻成远山，香囊雕刻成缠枝莲，玉簪雕刻成竹叶，所有的慰藉就都在手指轻触的一瞬间落在心头了。

南京博物院有一件“镇馆之宝”，名为“金蝉玉叶”，仅5.3厘米长，重4.65克，描摹出一只金光闪耀的蝉栖息在玉叶上的生动场面。这件精致小巧的玉器出土于苏州五峰山明代弘治年间进士张安晚家族墓，出土位置在墓主人头部，应属于某位贵族女子的发簪上的部件。蝉又称“知了”，知了落在玉叶上，就有了“金枝玉叶”的美好寓意；蝉鸣也多为人雅士所喜爱，“不鸣则已，一鸣惊人”，小小的蝉虫悄悄将厚积而薄发的儒家礼教浸润至读书人的生活起居之中。

清代以降，玉已走进了中国人的日常，上至宫廷贵胄，下至贩夫走卒，几乎人人爱玉、藏玉。各级官僚用玉石装点自己的顶戴和朝珠，皇室制作的玉如意、玉香炉、玉屏风、玉杯、玉碗碟更是不胜枚举，乾隆皇帝还用做旧手法模仿西周时期的玉圭制作了一件“御制圭璋”，欲攀古玉以表彰自己的功绩。普通百姓亦以有一枚传家玉佩或玉镯为荣，民间工匠充分发挥他们的才智，将汉语谐音运用到玉雕题材中，于是插在瓶中的荷花就有了“清静平和”之意，狸猫扑蝶就成了“耄耋之年”的寿礼，骑在马鞍或者大象上的猴子就被赋予了“马上封侯”“封侯拜相”的豪情壮志，芸芸众生在这些可观可感的小确幸中获得了情感上的满足。

至此，玉文化中的“神性”消失殆尽，“人性”则呼之欲出，或许在东方古国的玉的质地中，也潜藏着中华文明“文艺复兴”的人文之光。

玉终于成了中国几乎各个社会阶层都接受的器物，人们甚至已经很难说清玉到底是什么——是神奇的矿石，是名贵的珍宝？是华美的饰品，是身份的象征？是精神的慰藉，是灵魂的归宿？还是一段久远的历史，一座文明的里程碑？

总之从某个角度看，中华文明的玉质属性其实也是中华文化浸润下的君子的属性，是一种文化形态执着的不变的灵魂，是一方水土养育出的人文情怀。当我们暂时忘却身边的喧嚣，安静地欣赏一块玉的时候——不论是远古的神性之玉，还是晚近的人性之玉——我们总能从那种独特的质感中呼吸到灵性的空气。

回到一开始的那个问题：玉之于中华文明意味着什么呢？也许意味着精神的传承，也许意味着美的延续，也许意味着一种属于东方文化形态的内在于张力。“沧海月明珠有泪，蓝田日暖玉生烟”，一种文明，具象成一件器物，一块矿石，抽象成一种精神，这是罕见的文化现象。因为对玉的崇尚和仰慕，中华文明方才能在清贫中与玉相守，在淡泊中与玉相依，才能一次又一次在危难中重建家园。毕竟，文明需要这样一个空间，一个能够以它的深厚的内涵包容一切争端的空间，在这个空间里，文明能够重温昨天的回忆，能够抒写今天的理想，能够期待明天的繁华——即使古老的玉琮已变得残破和浑浊，那布满思想的皱纹依然在模糊的光晕里缓缓生长。

(作者为青年作家、影评人)

中国传统工艺美术可谓中华优秀传统文化百花园中灿烂的一朵。其中传统手工艺是人类文明传承最直观的记忆符号，一方面为人类生活绵延提供了所仰仗的物质基础，另一方面被视作人类精神连接与情感沟通的纽带与呈现方式。“因材施艺、制具尚用，赋物以情，维系礼俗”成为传统手工艺最为核心的内涵。

当全球步入后工业时代，传统手工艺的生产生活资料与工具的实用功能逐渐被剥离，取而代之的是其审美价值、文化价值、情感价值与社会价值的不断放大与凸显，出现了从以物质为表征的技术领域向以精神为表征的浪漫主义以及自然主义转向，“手工制作”正被重塑为“回归日常生活世界”的一种文化图景。然而，在这种理想化的“重塑”与“再造”过程中，也应警惕传统手工艺如何在以市场为导向的商业化趋向中不被错误挪用或滥用，避免虚无的商品文化溢价而招致消费者的抵触。

## 追求个性化的消费转向让传统工艺非遗焕发新生

联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》颁布21年，其中传统工艺是人类非物质文化遗产五大领域重要组成部分之一。在中国，传统工艺类国家级非遗代表性项目共计629项，内容涉及雕刻塑造、纺织染绣、服饰制作、餐饮食品、建筑营造、家具文房、植物栽培、修复技艺等诸多方面。

工业时代的机械生产日益呈现出多种负面指向，诸如因量产逐利而出现的品质低劣、世界产品的超同化消解了地域特质、为机械所左右、缺乏创造力、手工艺者与传统技艺的流失等等。在社会转型、消费升级的社会语境中，千篇一律的工业迅抛型产品包装充斥着市场。与此同时，在机器美学和手工艺美学的张力之下，中国人的审美消费也处于急剧转型的节点。

正如日本民艺家柳宗悦所述：“手与机器的差异在于，手与心相连，机器则是无心的。手工艺会诱发奇迹，是因为这不仅是单纯的手工劳动，而是心灵的创造物，并赋予劳动以快乐，之所以手工会诱发奇迹，是因为其背后有心的控制，通过双手赋予物件美的特质。”法国社会学家布迪厄在《区隔：关于品位判断的社会批判》中，就“品位”“惯习”“文化资本”“生活方式”等领域对社会阶层的文化消费进行了社会学的考察与分析，认为通过某种文化符号，消费者可以确立其独特的地位与认同感。

今天，个性化、定制化消费已成新兴消费的趋势，而不被大众熟识的传统手工艺天然具备“文化稀缺性”的消费符号，成为消费者在其自我概念中“个性化”的首选，用以加强自我文化身份的建构。当这种“个性化的公然声称”在与消费者自我概念发生共振时，就会成为一种审美、情趣、爱好等的最佳表达方式，产生标签化的魅力而使个体化差异得以实现。

非遗的生产性保护是在满足民众实用性、审美性、本位性等需求的基础上，让非遗回归当代民众日常生活中的有效路径。重视传统工艺与当代生活的密切结合，丰富传统工艺的题材和产品品种，提升工艺设计与制作水平，提高工艺产品品质，培育中国工匠和知名品牌，促进传统工艺在当代生活中得到新的广泛应用，均被视为深入实施中国传统工艺振兴计划的重要体现。

近年来，在国货品牌、老字号的持续更新与迭代中，传统工艺成为其包装设计的主打时尚潮流，这种跨界合作的高频亮相成为品牌与非遗强强联手的新阵地。

各类品牌老字号不乏与螺钿、漆器、缂丝、宋锦、竹编、陶瓷、金银细工等传统工艺的融合创意设计。例如潮趣春鸡蛋粉选用的螺钿漆盒，采用的是扬州漆器平磨螺钿工艺，漆器盒盖上的花式图案为天然贝壳拼接而成；上海集团旗下佰草集的焕肌系列产品盖采用了传统丝线缂织工艺，复刻了百草团花图案与传统如意云纹；又如碧螺春茶叶、国窖系列酒品等的包装，采用了享有“一寸缂丝一寸金”美誉的传统缂丝工艺等等。除去高端繁复的技艺，对竹、木、草、棉、漆、金属、陶瓷等天然材质的大量使用，再加上时代语境下对传统纹饰文化意涵的全新阐释，更为国货产品的新时代品牌形象增添了深厚的文化附加值。

经历了数百年传承的国货老字号本身就是“精工”的代表，加上传统手工艺、天然材料以及时代记忆所具有的稀缺性特质，便形成了特定的文化消费品格调，提供了与工业包装一次性速抛材料迥异的消费体验。国货品牌与手工艺非遗的跨界设计合作，二者均从历史中汲取文化精华，将历经百年的产品以全新的姿态引领大众消费，彰显独特的审美情趣和智慧，同时又体现出非遗要素设计的灵魂，实现形式与内涵的高度统一，不失为实现双赢的有效合作方式。

从这些案例中，不难窥得在物质文化与精神文化同步发展的语境下，消费者对于商品选择的知识化、个性化和文化多元化倾向。相较于以往西方现代设计的独占潮流，手工艺类非遗在现代产品国风与国潮包装设计中被更广泛使用，正是缘于对“器之用”与“器之道”的不断审视与反思，也是民族文化自信的表述与凸显，更是一种对民族优秀传统文化生存价值及其发展能力肯定性与前瞻性的认同。

## 莫让商业价值抢了社会效用及文化价值的风头

老品牌进行年轻化创新，借年轻化品牌的“粉丝经济”进行创意跨界营销，定制具备年轻群体吸引力的跨界产品，能够建立和年轻受众群体的情感勾连，形成更整体全面的品牌形象，促成双赢。但与此同时，我们也应警惕一些新创品牌急于树立市场影响力，功利性地利用时下非遗的舆论热点来制造噱头，而非真正关注非遗技艺背后所蕴含的价值理念、工匠

方云

## 要珠联璧合，不要『头椽还珠』

当传统工艺非遗频频成为国货品牌、老字号包装设计的时尚灵感来源

精神，以及传统技艺非遗所具有的社会效用与文化功能，势必会本末倒置而招致消费者的情绪抵触，由此引发的消极传播，造成公众对此项非遗的错误认知。例如近来电商平台、直播带货中涌现出林林总总的非遗跨界合作，涉及美妆、服饰、食品、日用品、农副产品甚至旅游产品等，生硬套用非遗标识，偷换非遗概念，令人啼笑皆非、无所适从。

从工业化包装到传统工艺的手工艺高级定制，这其中的消费观念转化需要一定的知识引导与培育，将更多的传统手工艺非遗用于产品包装设计，更能让我们深入了解传统工艺每一道工序所花费的时力，历经数代工匠心血所成及其所蕴含的历史，领悟何为“东方手作之美”的哲思。传统工艺在生活美育发展的基础上赋能“国潮”设计，已然不只是某种资源转化的策略或市场拓展的路径，更是社会发展深层次需求的回应，在由物及心的建构过程中，实现了与传统的沟通与文化复兴的自省。

非物质文化遗产属于民众集体创造，又在民众中实现代际传承，非遗本身源自于生活，同时又服务于生活，在生活世界被有效利用，才能充分激活非遗的生命力与活态传承。但我们也在传统手工艺类非遗保护中反思并关注以下三点：一是对传统手工艺类非遗与大众日常生活的沟通联系；二是对传统手工艺类非遗与其原真性保护两者之间关系的探讨；三是对传统手工艺类非遗的生产实践保护与社会、民族文化生态环境之间的关联。例如国家级非遗四川青神竹编技艺与国内外知名品牌的跨界合作，被用作食品包装、陶瓷附件、艺术装置甚至新兴科技手段，不止于在禁令下凸显有机环保生活理念的表象，更多引发公众对此项非遗技艺自然生态与文化生态的持续关注，及其为创造就业、旅游机会、提升教育乃至乡村振兴、艺术乡建所作的贡献。

中国的传统手工艺具有历史基础和传统内涵，是生产、生活中不断演进的活态文脉，其与“国潮”设计的契合融通，不但体现了传统工艺之意义在当代中国的新的生成与实践，更反映出当代中国经济、文化的新的转化与提升。我们鼓励传统手工艺类非遗运用于包装设计，将非遗技艺及要素提取后，通过对传统文化要素、文化内涵以及符号体系的再设计，令其更契合当下青年群体的消费心理与情感需求，激发出新的社会服务效用，更为有效地建构非遗的认同，实现非遗的可持续发展。

(作者为上海工艺美术职业学院非遗理论与应用创新基地研究员、华东师范大学非物质文化遗产传承与应用中心特聘研究员)