

地域文化下湖州绫绢在茶礼包装中的创新探究

张 洁, 金曾可

浙江理工大学服装学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年10月8日; 录用日期: 2023年12月14日; 发布日期: 2023年12月22日

摘 要

为了湖州丝绸文化、茶文化能够更适宜现代语境, 加快文化复兴。文章通过文献阅读、分析比较、田野调查的研究方法, 旨在挖掘湖州地域文化, 剖析湖州茶文化与钱山漾文化之间的关联, 寻找两者在现代语境中茶礼包装设计创新的可行性, 并且将历史悠久的湖州绫绢融入到具有湖州城市地域特色的现代茶礼中, 从不同角度提出了绫绢在茶礼包装中的创新应用。

关键词

地域文化, 茶文化, 钱山漾文化, 湖州绫绢, 现代茶礼

Study on the Innovative Application of Huzhou Silk in Tea Gift Packing from the Perspective of Regional Culture

Jie Zhang, Zengke Jin

School of Fashion Design & Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Oct. 8th, 2023; accepted: Dec. 14th, 2023; published: Dec. 22nd, 2023

Abstract

In order to Huzhou silk culture, tea culture can be more suitable for the modern context, speed up the cultural Renaissance. Through the research methods of literature reading, analysis and comparison and field investigation, this paper results in explore the regional culture of Huzhou, analyze the correlation between Huzhou tea culture and Qianshan Yang culture, find the feasibility of the innovation of tea ceremony packaging design of both in the modern context, and integrate the time-rich silk of Huzhou into the modern tea ceremony with the regional characteristics of Huzhou city. The innovative application of silk in tea gift packaging is put forward from different angles.

Keywords

Regional Culture, Tea Culture, Qian Shanyang Culture, Silk of Huzhou, Modern Tea Ceremony

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“花者为绫，素者为绢”，湖州绫绢历史可追溯到三国，有“吴绫蜀锦”之名。湖州以养蚕织绢为生的历史悠久，因此湖州诸多山水、桥梁、地名都与丝绸、绫绢以及相关织造有关，由此可以窥见湖州与丝绸文化的紧密联结。随着科技飞速发展，工业化大生产逐渐取代了大多数传统织造技艺，织造产品在提高生产速度和产量的同时，淡化了历史文化基因及其不可复制的独特性，显露出传统文化和商业流行文化的冲突与矛盾[1]。

根据已有文献可知，在绫绢相关的非遗传承保护和创新方面进行了一定的研究与实践。钱悦[2]提出要从功能、花色、创新活动、人才、科技的不同角度入手来促进绫绢文化创意产品的开发。马元举、王丽[3]认为要基于互联网+的时代背景下为绫绢的发展谋求新契机，应该从品牌建设角度来重塑湖州绫绢的品牌实力、升级品牌形象、培养品牌认知，重塑湖州丝绸的话语权。

年轻人是社会发展的核心力量，是消费的主力群体，争取丝绸的年轻市场，扩大丝绸制品在年轻群体中的影响力，缩短丝绸、茶等传统文化与年轻群体之间的距离，进行基于湖州地域文化的绫绢创新应用探究具有当下时代价值。湖州自古文化昌盛，具有鲜明的地域文化优势，作为丝之源、茶之源的湖州，促进其地域文化实现复兴和创新传承，突破绫绢传统品类的限制，有助于推动丝绸复兴，以茶-城-绢三者结合打造具有湖州地域识别度的现代茶礼，加强湖州文化的话语权。

2. 湖州地域文化

湖州地处长三角中心腹地，是环太湖地区唯一因太湖而得名的城市，是一座汇聚了丝绸文化、茶文化的历史名城。世界上首部茶学专著《茶经》在湖州诞生，从此中国茶文化开始逐渐形成体系。湖州独特的人文背景、自然条件孕育了陆羽的《茶经》这座茶文化历史上的里程碑，使其成为中国茶文化的发源地。

《史记》中有“嫫祖始蚕”的典故，丝绸文化是中国文化宝库中的耀眼明珠，而湖州对中华文明最大的贡献可以说就是丝绸。1934年首次发现钱山漾遗址，其中一片距今4700年的绢片，经纬细密、做工精细，是全国乃至全世界发现年代最早的家蚕纺织品实物之一(见图1)。钱山漾遗址绢片的出土印证了湖州是“世界丝绸之源”。



Figure 1. Silk sheet of Qianshanyang Ruins

图1. 钱山漾遗址绢片^①

3. 湖州绫绢

3.1. 湖州绫绢文化与茶文化的渊源

在湖州的田野调查中, 笔者对湖州钱山漾世界绢馆、丝绸小镇、辑里胡丝馆、南浔丝业会馆等多个场域进行在地的研学调查, 其中在南浔丝业会馆笔者摄到冰梅纹作为绫绢的代表纹样而被展示的样片。冰梅纹是一种绫绢常见纹样(见图 2), 其纹样的底纹来自于宋代青瓷中首创的冰裂纹开片, 冰裂纹即青瓷表面的开片形似开裂的冰而得名, 最早见于宋代青瓷。冰裂纹因逶迤交错的形式具有隔而不透的空间感和浑然自成的美感而被钟爱[4]。而冰裂纹出现在湖州绫绢上是绫绢中的常见纹样。湖州出土的东汉青瓷甗, 其肩部刻划有一个隶书“茶”字, 是目前在我国最早发现的刻有“茶”字的储茶瓮, 为湖州乃至中国茶文化研究提供了有力的实物佐证(见图 3、图 4), 是湖州绫绢和茶文化紧密关联的最好见证。



Figure 2. Silk ice plum pattern
图 2. 绫绢冰梅纹^②



Figure 3. “Tea” character tea storage urn
图 3. “茶”字储茶瓮^③



Figure 4. “Tea” character tea storage urn
as a whole
图 4. “茶”字储茶瓮整体^④

3.2. 湖州绫绢发展现状

在飞速发展的消费时代,如同大多数传统技艺一样,湖州绫绢行业发展萎靡。传统绫绢主要用于书画装裱、服装、工艺品等领域,受众相对小众,从国内市场来看,丝绸消费市场依旧难拓展,人均丝绸消费量不足 10 g/年[5]。作为消费主力的年轻一代并没有被培养出丝绸的使用习惯,市场上的丝绸以及丝织品选择也较为局限,年轻人对丝绸存在老气、昂贵的固有印象。传统绫绢的消费受众中,如各大博物馆、古籍相关单位也对绫绢的需求量减少,出现供大于求的现象。

绫绢并不具备价格、工艺、科技等方面的优势,导致部分本属于绫绢的市场被其他新材料所占领,所以将绫绢局限于材料层面大大削减了其竞争力。笔者通过对湖州在地的绫绢企业如湖州双林呈祥绫绢企业、和孚丝织有限公司的走访发现,目前绫绢产业以中小规模的私人企业为主,从事绫绢生产、开发、经营以中老年人为主,企业规模小、产品同质化程度高、年轻高素质人才少等现象限制了绫绢的发展。

3.3. 绫绢在包装中的使用

中国丝绸用于包装的历史久远。从考古出土的商代青铜器和玉器上,发现器壁外附着的丝绸织物的痕迹,说明当年在珍贵的青铜礼器外包裹着丝绸。传世的书籍和书画艺术作品用丝绸包装;高档贵重的瓷器、漆器、金银器可以用丝绸包装;大量生活用品,从茶叶、香料到各种随身用品均可用丝绸包装[6]。在唐代,人们已经学会用丝绸来包装茶饼。文献记载中经常出现的“茶袋”,是一种用于茶叶包装的丝绸纺织物。可见丝绸制品用于茶叶包装是有据可考的,但是由于现代工业化生产,茶叶包装逐渐被成本更加低廉的材料取代。

在田野调研了湖州的大小绫绢生产厂家过程中,笔者发现,虽然绫绢的用途随着发展拓展到更多品类,但还是集中于工艺品、装饰品,并没有跳脱传统品类的限制。但目前市场上的湖州绫绢主要应用于书画装裱或服饰中。作为材料,绫绢利润空间小,成本相较于其他包装材料不具备优势,如不能赋予更多文化附加属性和设计美感,绫绢复兴无从谈起。

4. 现代语境中的茶文化

4.1. 现代茶礼的概念

茶礼作为“礼”的重要组成部分,经过不断演变其主要类别可分为:节日礼品、庆典礼品、日常赠礼、文旅产品。现代茶礼中的“礼”一字不同于传统为代表的礼仪,这里的“礼”指的是茶叶产品作为一种礼品的包装。所谓包装,即是用一定的材料,对具有一定物理形态的物品作包裹和承装[7]。

基于目的性需求,消费者购买时会更多考虑包装的附加价值,如茶叶品牌、产地、包装档次、地域文化,对于茶礼这一含有特殊功能的产品至关重要。茶礼目标消费者中存在着较大概率的习惯性购买行为,具备地域文化性、品牌辨识度的茶礼将会成为复购时主要选择。

4.2. 现代茶礼的国内开发现状——以安吉白茶为例

茶礼包装融合了物质与文化的双重属性。中国茶产区众多,茶叶包装和其产地、在地文化息息相关,是体现鲜明地域特色的主要载体。

文章将宋茗(见图 5)、芳羽(见图 6)、极白(见图 7)这三个主流品牌的系列茶礼包装设计,从其纹样设计、色彩搭配、包装材质、品牌标识、地域文化等不同维度进行分析。安吉白茶有品牌和私茶之分,茶礼包装存在着没有地域性特征,与其他茶产区出品的茶礼没有明确的区分度;纹样标识不够形象化,没有深度融入湖州在地的文化符号和文化内涵;包装材料没有推陈出新,各品牌各系列的包装以铁罐、纸质、塑封等最为常见,缺乏针对不同消费需求的产品品类细分;茶礼产品包装缺乏品牌标识度,防伪程

度低等问题。



Figure 5. Song tea ceremony
图 5. 宋茗茶礼^⑤



Figure 6. Fangyu tea ceremony
图 6. 芳羽茶礼^⑥



Figure 7. Extreme white tea ceremony
图 7. 极白茶礼^⑦

宋茗茶礼中纹样元素运用较丰富,不同系列融入了竹叶、水墨、茶盏、茶叶、祥云、卢浮宫等不同纹样图案,结合品牌名和安吉白茶包装管理办法中要求的吴昌硕字体的“安吉白茶”四个字联体使用的字样印刷在包装上,相对多样。芳羽是目前市面上少有的将品牌名中的“羽”——羽毛元素符号化、图案化融入到包装设计中的品牌,使得整体包装比较能够体现品牌标识度和年轻态,但是整体风格较为异域。极白主要是从黑白极具禅意的色彩来表达茶礼的包装设计元素,鲜少在品牌茶礼包装中出现纹样图案的使用,但品牌具有标识性的僧人图案使用具有一定的特色。

宋茗茶礼包装常见绿、银、金色,并以色彩来区分茶叶等级,言简意赅。极具特色的竹韵系列使用了竹青色、茶绿色来凸显该系列古朴雅致,高端的天下共茗系列以红黑极具视觉冲击力的两种颜色来凸显该系列的不俗品味。芳羽常规系列以茶色的深浅来区分头采、明前等不同采摘时间的白茶,整体更具系列感。极白主色以黑白作为基调,通过不同面积的色块呈现烘托出茶礼的禅意,契合品牌极简的风格。

因茶叶的食品属性,对包装材料的要求除了保护产品、易于包装之外,还需要具有防潮密封、食品安全的考量。常见包装主要有:塑袋密封、金属罐装、纸盒,也有特色但成本较高的木、竹、瓷等材质,多用在高端茶礼包装中。芳羽的包装材质在低端口粮茶和高端系列中有较明显差异,高端茶礼系列中出现了青瓷包装,这在安吉白茶包装中不多见,从包装材质差异化区分茶叶品质可以较好地满足对于茶礼有不同需求的人群。

茶礼有人群、需求、价格区分,目前在茶礼包装中产品细分的差异性欠缺,主要还是以一种长期以来惯用的公式化思维为主。品牌之间茶礼包装虽有不同,但是整体的品牌辨识度和文化性停留在简单符号化的程度,导致元素出现重复。

5. 绫绢在现代茶礼中创新应用的设计原则

5.1. 强化地域识别符号

茶礼包装所使用的材料以纸质袋装、金属罐装、盒装为主,鲜少出现融入绫罗绸缎等中国传统纺织品的茶礼包装,而湖州绫绢的衍生应用也没有跳脱其传统品类的限制。湖州绫绢承载了这片土地的文化与历史,世代湖州人民对于故乡的记忆。以湖州绫绢作为地域性特色的包装材质,并结合湖州在地不同类型的地域符号融入到现代茶礼的包装设计中,两者的创新应用也将使得湖州绫绢具有区别其他地域丝绸制品的全新形象。

5.2. 提升设计审美与表达

传统国产丝绸产品存在产品不够品牌化、高端化,产品种类不足以触达日常生活等问题。将创新的方向集中在对于视觉年轻化、纹样流行化、传统价值商品化、传统用途普及化等方面,改变消费者对于丝绸产品、绫绢产品的固有认知。

绫绢传统色彩过于保守、老气,对于更有消费潜力的年轻人群不具有足够的消费吸引力;当前市面上的绫绢纹样主要分为对传统丝绸图案做拿来主义,或直白地将流行元素织造在绫绢面料上,缺少纹样创新。日益完善的花楼机除了提花织物外,装置配件后还能织高级素罗和小提花织[8],当前的织造技术已经具备了对新设计纹样的极大包容性。“湖缬”、“吴绫绢绣”等传统工艺结合新兴工艺来呈现出面料肌理、明暗变化,体现“异彩奇文相隐映,转侧看花花不定”绫绢图案若隐若现的特点。

5.3. 倡导可持续包装策略

根据实地调研,当前绫绢这种在地的材质运用到茶礼包装中的案例相对缺乏,且湖州具有在地的产业优势,绫绢用料取之自然,经过设计后融入地域文化的茶礼包装不仅达到绿色环保的现代包装诉求,

而且通过设计表达可以成为能够被二次使用的装饰品、工艺品,甚至消费者可能会因为被茶礼精美的外包装所吸引而做出购买决策。

5.4. 精准识别目标人群

茶礼根据不同需求应有价位、卖点的产品区分。由于绫绢的手工性、量产性使其运用在茶礼中能体现高端茶礼的档次和品味,也在成本控价方面给予较大空间,加入非遗传承人背书认可的证书可以体现茶礼所蕴含的文化内涵,往往这些都是高端茶礼消费人群所关注在包装设计中体现的附加价值。中低端茶礼针对的人群是对价格敏感度高,更加关注外观的年轻群体。从绫绢的时尚年轻态设计入手,小面积使用绫绢融入服饰品时尚设计,通过包装再利用的方式增加环保性,提升视觉美感。

5.5. 设计模式的可借鉴性

茶对中国人来说是日常生活的必需品,是刻在基因中的一种喜好,设计师有责任传承和创新茶文化,打破现代人对于茶文化固有的刻板印象,缩短古老茶文化和年轻消费群体之间的距离。湖州作为重要的茶产区,还有莫干黄芽、顾渚紫笋、三癸雨芽等名茶,也同样存在包装同质化,缺乏地域性特点、文化符号和品牌标识度的问题。我们应摒弃“酒香不怕巷子深”的心态,安吉白茶茶礼包装中创新应用的设计原则同样适用于湖州其他品种的茶礼包装中,让湖州茶礼更具市场竞争力。

6. 结语

作为“世界丝绸之源”钱山漾文化、茶文化的发源地,湖州在地文化丰富且具有强烈地域特色。将湖州绫绢经过设计运用到安吉白茶的茶礼包装中,突破绫绢传统品类的限制,有助于推动丝绸复兴,用现代化的设计语言将茶-城-绢三者结合,创造出具有地域特色和文化内涵的现代茶礼,而这一思维可以被广泛沿用到其他茶产区的茶礼包装设计中,以加强中国茶文化在世界范围的影响力。

注 释

①图 1 来源:

https://m.sohu.com/a/342734415_426335/?pvid=000115_3w_a&scm=1002.44003c.fe017c.pc_article_rec&strategyid=00014

②图 2 来源: 图片来源于作者摄于湖州南浔丝业会馆

③图 3 来源: 图片来源于 <https://yanqitea.com/?id=363>

④图 4 来源 https://m.sohu.com/a/442928701_100188365/?pvid=000115_3w_a&strategyid=00014

⑤图 5 来源

<https://h5.m.taobao.com/awp/core/detail.htm?id=594791593686&spm=a2141.7631671.content.6>

⑥图 6 来源:

<https://h5.m.taobao.com/awp/core/detail.htm?id=557207941127&spm=a2141.7631671.content.1>

⑦图 7 来源:

<https://h5.m.taobao.com/awp/core/detail.htm?id=694009040882&spm=a2141.7631671.content.1>

参考文献

- [1] 冯骥才. 为文化保护立言[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2017: 27.
- [2] 钱悦. 湖州绫绢文化创意产品开发研究[J]. 收藏与投资, 2021, 12(5): 171-173.
- [3] 马元举, 王莉. “互联网+”时代湖州丝绸文化传播创新[J]. 传媒论坛, 2019, 2(12): 6-8.

-
- [4] 刘敏, 郑革委. 冰裂纹的美学意味及其在景观设计中的运用[J]. 浙江农业学报, 2013, 25(2): 275-279.
 - [5] 刘霜, 李海平, 杨健. 中国乡村非物质文化遗产传承创新研究——以湖州绫绢为例[J]. 湖北农业科学, 2019, 58(14): 180-184.
 - [6] 袁宣萍, 陈百超. 中国传统包装中的丝绸织物[J]. 丝绸, 2010(12): 40-44.
 - [7] 金国斌, 朱巨澜, 蔡沪建. 包装设计师[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2006.
 - [8] 唐乃强. 丝织工艺之花: 双林绫绢[J]. 浙江档案, 2013(4): 44-45.