

非遗视域下袜艺品牌设计实践研究

余 蝶, 陈嘉楠, 方晶晶*

浙江农林大学暨阳学院 晨晓艺术与设计学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2025年2月13日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年3月17日

摘 要

诸暨抖狮子是诸暨当地特色非遗, 是地区底蕴和传统文化的特色代表。本文以诸暨抖狮为例, 探讨非物质文化遗产在当地特色袜艺产业中的创新应用。将非物质文化遗产产品品牌化, 以袜艺品牌为设计载体, 设计具有地方特色的产业品牌形象, 更好地传承非物质文化遗产的同时推动文化交流与合作, 促进当地袜业产业进一步发展。

关键词

非遗抖狮, 品牌设计, 袜艺产业

Research on Sock Art Brand Design in the Context of Intangible Cultural Heritage

Die Yu, Jianan Chen, Jingjing Fang*

Chen's School of Art and Design, Jiyang College of Zhejiang A&F University, Shaoxing Zhejiang

Received: Feb. 13th, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Mar. 17th, 2025

Abstract

Zhuji's "The trembling lion" is a local intangible cultural heritage, representing the region's profound cultural heritage and traditions. This paper takes Zhuji's "The trembling lion" as an example to explore the innovative application of intangible cultural heritage in the local sock industry. By branding intangible cultural heritage and using sock artistry as a design medium, this paper proposes designing industry brand images with distinctive local characteristics. The aim is to better inherit intangible cultural heritage while promoting cultural exchange and cooperation, and further advancing the local sock industry.

*通讯作者。

文章引用: 余蝶, 陈嘉楠, 方晶晶. 非遗视域下袜艺品牌设计实践研究[J]. 交叉科学快报, 2025, 9(2): 133-141.
DOI: 10.12677/isl.2025.92018

Keywords

Intangible Cultural Heritage Dou Lion, Brand Design, Sock Industry

Copyright © 2025 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. 非遗抖狮文化

抖狮作为诸暨当地特色非遗是地区底蕴和传统文化的特色代表，俗称“抖狮子”，距今已有上百年的历史[1]。起源可以追溯到明清时期，作为一种传统的民间艺术形式，抖狮在诸暨地区广泛流传，逐渐形成了独特的表演风格。它不仅是一种娱乐形式，更是当地文化的重要组成部分。草塔抖狮子由 1 个狮笼、1 个彩球、5 只狮子和若干纤绳组成。出迎时，前有 1 位会武功的引狮人抛球逗狮，4 个青壮大汉扛笼而行，后有 8 人牵线控制彩狮。彩狮或跳、或抖、或扭、或举趾搔耳，表演出抖、调、腾、扑等各种姿态。

在传统观念中，狮子被视为一种能够驱邪避灾的神兽，在抖狮表演中通过模拟狮子的威猛形象，象征着驱赶邪恶力量，祈福纳祥。所以抖狮常常出现在各种民俗节庆活动中，在这些节庆活动中，抖狮表演不仅为节日增添了欢乐气氛，更寄托了人们对美好生活的向往和祝福。其舞蹈动作与抛球引狮的表演形式，不仅富有节庆气氛，还充满活力与欢乐，成为民众喜爱的娱乐项目。狮子身上的吉祥图案与绣球等装饰，展现了地方的传统美学与文化特色，赋予表演独特的艺术魅力。

通过抖狮表演，人们能够感受到传统文化的魅力，从而增强文化认同感。在现代社会，诸暨抖狮不仅是一种传统的文化表现形式，还具有新的社会功能和意义。通过抖狮表演，年轻一代能够更加深入地了解 and 传承传统文化，增强文化自信。同时它也成为了地方文化特色的集中体现，以一种蓬勃发展的态势在诸暨传承，越来越多的诸暨人从中感受到了本土文化的深厚积淀和历史底蕴，感受到了作为一个诸暨人的文化的根。

2. 诸暨袜艺产业现状及问题

2.1. 诸暨袜艺产业背景

在 20 世纪 70 年代末靠手摇袜机“摇”起来、80 年代靠提篮“卖”起来的诸暨袜业作为名副其实的“国际袜都”，诸暨大唐袜业美名远扬，涵盖设计、原料、织造、包装、物流等袜业全产业链，现年产袜子超 200 亿双，产值规模达 700 余亿元，产量占全国的 65%、全球的 35%[2]。近年来，诸暨市提出数字经济五年倍增计划，通过数字化、智能化升级传统袜业等举措，体现了诸暨市对此支柱产业的重视与支持。

袜业产业是纺织服装行业中的一个重要分支。也是诸暨市特色产业，拥有数千家袜子生产企业和相关配套企业，涵盖了从原材料供应、生产制造到销售的完整产业链，形成了一个高度集中的产业集群。同时诸暨市政府对袜业产业的发展给予了大力支持，袜子产量占全国的很大比例，产品远销全球多个国家和地区。诸暨袜业以其强大的创新能力，跑出转型升级的加速度，推动新旧动能转换，引领着国内袜业的高质量发展[3]。

2.2. 诸暨袜艺品牌现状

诸暨作为“中国袜业之乡”，拥有全球最大的袜业生产基地和完整的产业链，产品出口全球，市场

占有率高。袜业品牌在全球市场中展现出强大的竞争力和创新能力。有一些品牌知名度较大,如 Caramella, 凯诗利等一系列袜艺品牌在市场上表现出色。Caramella 以其时尚创意设计吸引年轻消费者,凭借高质量产品在国内外市场赢得良好口碑。凯诗利则专注于高品质和舒适度,涵盖商务和休闲系列,在国内享有较高知名度。这些品牌通过创新和优质产品,在竞争激烈的袜业市场中不仅在国内市场建立坚实的品牌形象,还积极拓展国际市场,推动诸暨袜业在全球范围内的影响力与知名度不断提升。

2.3. 诸暨袜艺品牌现存问题

(1) 品牌视觉形象同质化严重,品牌辨识度低

在诸暨袜艺行业中,小型袜艺企业占了很大一部分,小型企业相对缺乏品牌建设的意识,对品牌的视觉设计存在同质化问题,缺少个性化的表达和地域特色。许多品牌在标志、包装和配色上偏于保守,视觉形象上较为单调。消费者难以通过视觉识别区分品牌,导致品牌难以形成独特的市场竞争力。在品牌视觉设计中缺少诸暨的文化符号,使得品牌对消费者缺少深层的吸引力和记忆点。

(2) 品牌特色不足,文化内涵欠缺

诸暨袜艺品牌在文化层面上的挖掘和传达较为薄弱,品牌形象较多停留在实用功能和低价导向上,缺少深层次的情感价值,很少将本地文化或具有地域特色的文化元素融入品牌设计中,导致品牌形象普遍缺乏深层次的文化内涵。与此形成对比的是,一些国际袜业品牌通过融入文化故事、设计元素等,使其品牌更具吸引力和情感共鸣。诸暨袜艺品牌若能引入当地特色文化或工艺文化,或许可以增加品牌的独特性。

(3) 品牌核心价值 and 故事弱化

在品牌建设中,品牌核心价值品牌故事是品牌的灵魂,它们不仅定义了品牌的身份和精神内涵,还能为消费者带来情感上的共鸣。而在诸暨袜艺品牌中,品牌在这两方面普遍存在弱化问题,具体表现在核心价值的不明确表达,缺乏人文关怀和品牌故事缺乏深度和个性。

2.4. 构建地域特色袜艺品牌的必要性

非遗元素具有独特的历史文化底蕴,当它被融入品牌标志、产品设计或视觉系统中时,赋予产品鲜明的当地文化符号和深刻的象征意义[4]。在抖狮元素融入袜艺品牌设计时,可通过凝练文化内涵、打造独特视觉形象、建立情感共鸣这三方面构建品牌特色与文化韵味。首先,将诸暨抖狮这一地域特色非遗文化符号的文化内涵凝练出来融入品牌设计中,来解决市场上品牌视觉形象文化底蕴薄弱的问题,通过当地文化的个性化表达来提高品牌辨识度。其次,深入挖掘整理抖狮视觉元素,将抖狮的外在形象和内在的文化内涵融入到品牌形象中去,增强品牌的文化内涵和情感吸引力。通过抖狮这一文化符号能与消费者建立更深层次的情感联系,使袜艺品牌更具吸引力和情感共鸣,还能使品牌在国际市场上更具竞争力。最后,明确袜艺品牌中地方特色元素含有的核心价值和品牌故事,通过品牌来讲非遗中包涵的精神内涵与消费者产生情感共鸣,提升品牌忠诚度。带有地域特色的袜艺品牌可以提升在国内袜艺市场中品牌的辨识度和消费者认同感。

3. 非遗抖狮袜艺品牌——“新禧”设计实践

在地域特色融入品牌构建的过程中,品牌逐渐注重将传统文化与现代设计融合。“新禧”品牌以抖狮元素为核心,传递吉祥幸福的寓意,展现地方文化的独特魅力。

品牌名“新禧”,新禧中的“新”指的是新的时光,“禧”字则表示幸福、吉祥的意思。因此,“新禧”整体上表达的是在新的时光幸福吉祥的美好祝愿,恰好与抖狮对未来美好生活的向往和祝福这一文

化背景相符。新禧品牌通过将狮头、舞动的动作或吉祥的乐器等元素，转化为具有强烈视觉冲击力的图形符号，用以构建独特的品牌形象。这些符号能传递祈福保安、祝愿吉祥的美好寓意，增强品牌与传统文化的联结[5]。同时，新禧运用提炼的抖狮的图案连续与色彩搭配，打造既具有传统文化韵味，又符合现代消费者审美的视觉效果。然后，在包装设计和袜子设计中融入抖狮元素的形态、动作或象征符号，增强品牌的识别度，使消费者在第一时间与诸暨地域文化产生联系。

最后在品牌标志、产品设计及视觉系统中融入抖狮独特的历史文化符号，来提升品牌的辨识度与记忆点。最后，通过挖掘抖狮文化背景，讲述品牌故事，将其表演形式与品牌愿景结合，建立消费者的情感共鸣，塑造兼具地方特色与文化深度的品牌形象。

3.1. 诸暨抖狮设计元素提取

诸暨抖狮作为一项传统非遗艺术，其造型以复杂多样的装饰和富有动感的形态著称。在提取造型元素时，为了兼顾其文化内涵与现代设计应用的需求，选择了以醒狮正面图案为基础，提炼其最具代表性的特征元素。

将原始抖狮形象转化为线稿图，去掉多余的细节，保留面部的基本构造。重点突出了抖狮的对称性与动态感，强化了眼睛、嘴巴和头部装饰这些核心特征。同时，整体构图从复杂的三维形态逐步向平面化简化。

在进一步的提炼过程中，对抖狮面部的主要特征进行了几何化抽象化处理。眼睛以椭圆形为基础，嘴巴和牙齿用弧线和直线组合呈现，头部装饰简化为对称的云纹图案,使之更适于运用到袜艺设计和包装设计等载体中，见图 1。



Figure 1. The trembling lion's line simplification
图 1. 抖狮线稿简化

结合抖狮表演中的“扑”“腾”“扑”“跳”四个经典动作，对其动态造型进行了提取和演绎。在设计过程中，通过简洁的线条表现狮子的动态姿态，突出了其灵活的身体动作和丰富的毛发层次，同时

运用鲜艳的色彩赋予其活力感与现代美感，见图 2。

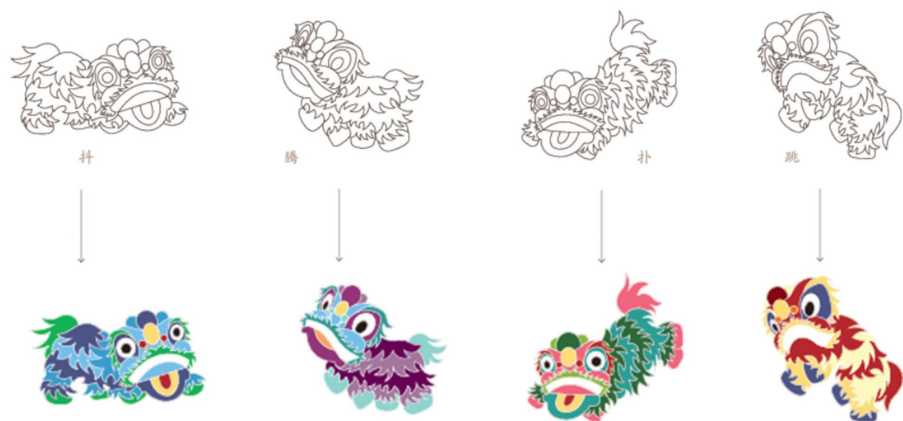


Figure 2. The trembling lion's dynamic illustration
图 2. 抖狮动态插画

抖狮表演中的彩球以其对称工整的结构和鲜艳的色彩具有象征吉祥团圆的文化意义。在提取过程中，通过对彩球的框架、放射状纹理和丝带动态特征进行简化和几何化处理，保留了其圆形结构和中心放射性的核心特点，见图 3。不仅展现了彩球的动态与喜庆感，又使其适用于袜艺设计等应用场景中，并以彩球图案为基础，进行纹样设计。



Figure 3. Color ball pattern extraction
图 3. 彩球图案提取

3.2. 品牌设计

(1) 品牌 LOGO

用抖狮形象作为品牌视觉锤，提取五狮之一进行进一步形变演变，上将它形变化得到最终 LOGO 的图形部分，见图 4。将新中式风格融入中国传统非遗，打造成具有传统韵味又不失时尚感的品牌形象,使品牌呈现出一种独特的艺术风格。



Figure 4. Brand logo graphic evolution
图 4. 品牌 logo 图形演变

“新禧”传达的是在新的时光中对幸福吉祥的美好祝愿，这与抖狮表达的对美好生活的向往和祝福相契合。抖狮作为传统文化的象征，代表着祈福纳祥，品牌标识与品牌理念相辅相成，共同传递对未来的美好期许，见图 5。

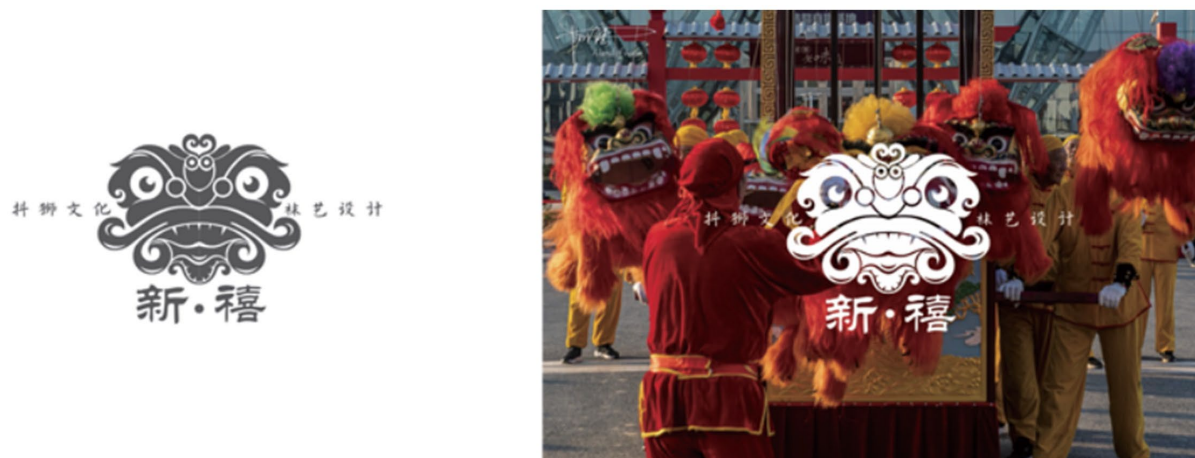


Figure 5. Brand logo

图 5. 品牌标识

(2) 标准字体

标准字体是品牌视觉形象的重要组成部分，不仅传达品牌的个性和风格，还在所有视觉呈现中保持一致性，提升品牌的专业性和辨识度。在“新禧”这一品牌设计中，使用华文隶书和演示秋鸿楷这两种字体，见图 6，给人一种典雅和文化厚重的感觉，能够传递传统文化的温暖与底蕴。不仅能够为非遗传艺品牌注入文化深度，还可以在品牌的视觉呈现中形成独特的艺术风格，使品牌更具文化价值和情感吸引力。

华文隶书

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

演示秋鸿楷
(Regular)

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Figure 6. Brand standard word

图 6. 品牌标准字

(3) 品牌色彩

抖狮的五种主要颜色来自金木水火土五行自然元素，见图 7，五行代表了中国传统文化中的核心哲学观念。每种颜色都象征一种自然元素，与中国传统文化紧密相关。这种五行配色不仅能体现对传统文化的尊重，还能够使消费者在色彩上感受到品牌背后的文化意义。

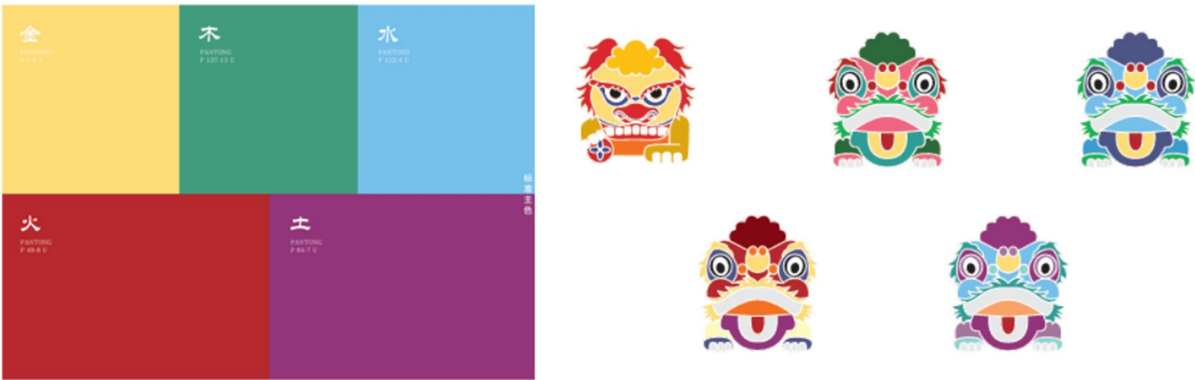


Figure 7. The trembling lion’s color extraction and application
图 7. 抖狮色彩提取与应用

(4) 延展图形

在绣球和狮头元素被提取后，进行了线性排列和连续重复，形成规则的边框和条带式纹样，见图 8。绣球以点、线的方式进行重复，形成均匀的节奏感。狮头元素排列整齐并贯穿成线，增加了装饰性与文化意味。

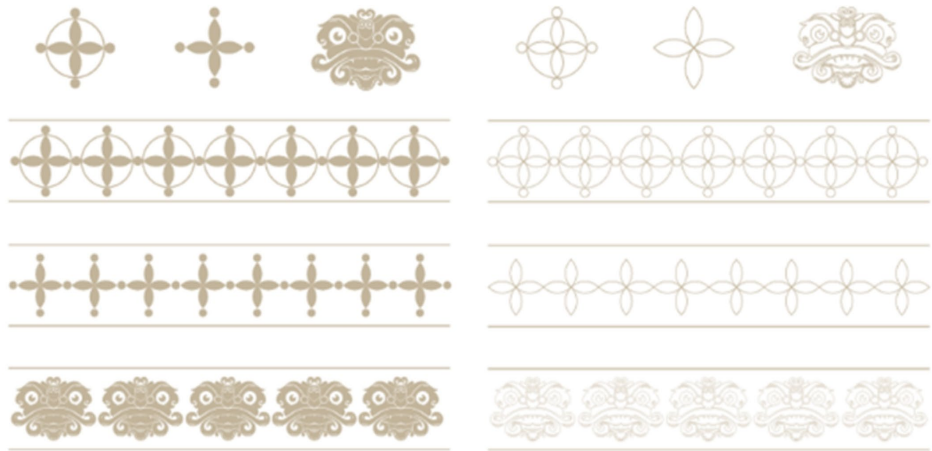


Figure 8. Extended figure
图 8. 延展图形

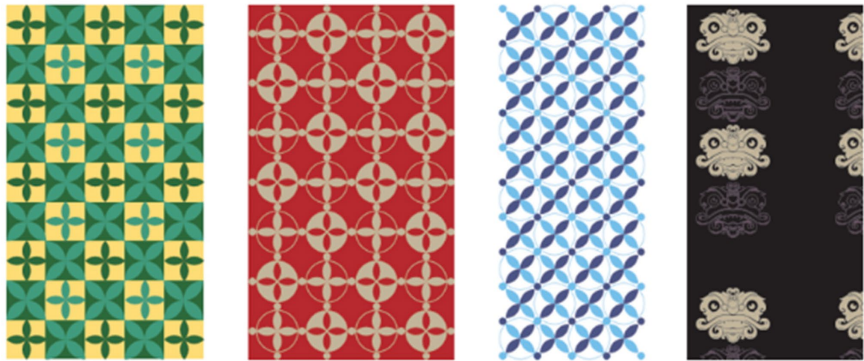


Figure 9. Extended color pattern
图 9. 延展彩色图形

以下四种彩色纹样是在基本元素的基础上，通过不同的排列结构和颜色搭配实现的：绣球元素的平铺排列，运用明亮的黄绿配色和红褐配色，使整体视觉活泼且有节奏感。营造出传统且热烈的氛围。狮头图案以浅褐色调与黑色背景结合，通过排列实现现代感与传统文化元素的融合，突显出浓厚的文化符号，见图9。

(5) 袜子设计

这一风格以抖狮正面造型为主体，将醒狮的眼睛、嘴巴和头部装饰等核心特征直观展现，形成了极具冲击力的视觉效果，见图10。鲜明的配色凸显了传统抖狮的喜庆与活力，同时增强了袜子的趣味性和辨识度



Figure 10. “New expectation” brand sock design (1)
图 10. “新禧”品牌袜子设计(1)

通过重复排列形成连续性的纹样，营造出现代感和装饰性。深色背景搭配亮色线条，增强了时尚感与日常穿搭的适用性，见图11。这种设计既低调融入文化符号，又富有艺术表现力，是非遗元素在生活用品设计中的创新尝试。



Figure 11. “New expectation” brand sock design (2)
图 11. “新禧”品牌袜子设计(2)

(6) 袜盒设计

袜盒设计采用简约而高雅的黑色为主色调，与内里的抖狮色彩相碰撞。搭配彩球图案和品牌 logo，展现出一种现代与传统结合的美感，见图 12。盒子的结构设计合理，既保护产品，又提升了开箱体验，适合送礼和个人使用。整体设计体现了品牌的精致定位和文化内涵。

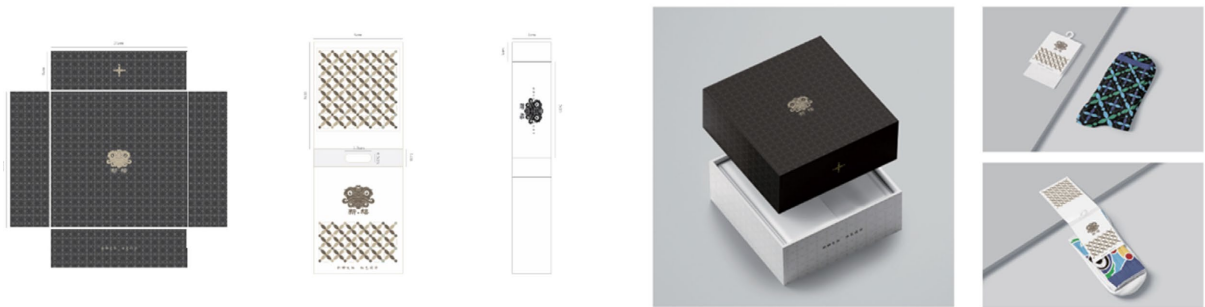


Figure 12. “New expectation” brand sock box design
图 12. “新禧”品牌袜盒设计

4. 结论

本课题通过设计实践，将诸暨抖狮非遗文化元素融入地方特色袜艺产业，成功构建了“新禧”品牌。设计中提取抖狮的狮头、抖狮舞蹈动作和绣球等视觉符号，经过简化、重构与现代设计表达，形成独特的品牌形象与视觉系统，提升了品牌的文化辨识度与市场竞争力。同时，通过品牌基础设计与延展应用，赋予袜艺设计文化内涵与情感价值，实现了非遗文化的现代化转化与地方产业的深度结合，助力诸暨袜艺产业品牌升级与文化传承。

基金项目

浙江农林大学暨阳学院大学生创新创业训练计划项目资助，项目编号：S202413283023。

参考文献

- [1] 赵雅笙. 浅析浙江诸暨草塔抖狮舞的艺术特点及文化价值[J]. 大众文艺, 2013(8): 54.
- [2] 王利. 诸暨袜业高质量发展之路怎么走? [J]. 纺织服装周刊, 2023(33): 22.
- [3] 李芳, 孟建阳, 周升蓉. 袜艺小镇迎聚变展现行业新风貌第十四届中国·大唐国际袜业博览会在诸暨举行[J]. 纺织服装周刊, 2019(43): 26-28.
- [4] 韩慧. 论“非遗”品牌形象创新设计中的地域文化融入[D]: [硕士学位论文]. 济南: 齐鲁工业大学, 2019.
- [5] 汤晓颖, 郑秀惠, 钟俏, 等. 数字孪生视域下醒狮文化 IP 的可持续设计与传播研究[J]. 包装工程, 2023, 44(14): 436-449.