

以服饰为载体借传统文化助力佛山陶瓷品牌转型升级

郭智敏

广东职业技术学院服装学院

摘要：中国传统造物思想主张人与自然的互通与共生，强调“器道合一”的核心造物理念。服饰设计与陶瓷设计都蕴含相似的造物理念和哲学思想“器不同而意相近、器相同而意相远”。佛山陶瓷产业的升级与品牌的打造需要文化内涵支撑，跨界融合与创新很有必要。“简一”陶瓷作为佛山乃至中国大理石陶瓷的标杆企业，近年来通过与服饰文化结合所作的品牌升级推广有一定借鉴价值。

关键词：陶瓷；服饰；品牌；形意

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.11.226

佛山有香云纱、广绣、石湾陶瓷、顺德美食等蜚声海外的优秀传统文化元素，挖掘传统文化元素特别是佛山地区传统文化元素及其内涵，以服饰为载体“形意结合”多元交融与创新。简一大理石陶瓷企业连续多年用服饰产品来展示大理石陶瓷纹理，进而升级为借中华服饰文化来塑造简一大理石陶瓷产品的高端形象与品牌内涵。

一、佛山陶瓷企业所面临的转型升级压力

（一）佛山陶瓷企业的困境

近年来受贸易保护主义影响，我国陶瓷企业损失巨大。而佛山陶瓷受地方产业转型升级的客观现实和政策制约，行业影响更为突出。2017年佛山提出了全市不在新建（扩建）玻璃、陶瓷行业，2020年佛山市要求所有陶瓷企业必须要完成“煤改气”工作，2022年受国际形式影响原材料和天然气价格进一步提升。图1是佛山陶瓷行业协会发布的佛山陶瓷产业中占比最大的墙地砖2014-2022上半年产量趋势，2014-2017年逐年递增、2017年以后基本逐年递减。

时间	产量(亿平方米)
2014年	11.79
2015年	11.96
2016年	12.04
2017年	11.4
2018年	10.91
2019年	9.88
2020年	9.04
2021年	9.73
2022年上半年	3.70

图1 佛山陶瓷行业协会发布的数据

目前，佛山已经发展成各大品牌总部、国际会展、上游装备、色釉料供应、工艺技术、产品研发创新中心，聚集了行业优质的销售和营销人才。科达从2012年的26.61亿元应收增长至2021年的97.97亿元，接近

百亿。东鹏从2012年的24.98亿元营收增长至2021年的79.78亿元，增长了54.8亿元，2022年东鹏还迎来50周年庆。蒙娜丽莎营收从2017年的14.40亿元增长至2021年的69.87亿元。

由于历史等原因^[1]，佛山陶瓷企业品牌意识依旧薄弱，缺乏享誉世界的陶瓷企业与品牌，在高端陶瓷和科技陶瓷领域具有影响力的企业凤毛麟角。品牌营销推广形式单一，很难将设计研发、产品推广以及品牌价值输出进行综合运用并形成组合效益，在适应新媒体新零售方面创新意识和举措不够。环保问题成为产业发展的瓶颈，陶瓷业是典型的污染行业，据佛山市统计局数据广东省2017年工业废气排放量以佛山市占比最大，而陶瓷业工业废气排放量占比将近一半。目前佛山陶瓷已经发展成品牌总部、国际展会、上下游产业完备、产品研发创新中心齐聚的高地，从“旧三高”到“新三高”，加快佛山陶瓷企业转型升级中孕育着机遇。

（二）佛山陶瓷企业品牌内涵的塑造与产品价值的提升

佛山陶瓷有5000多年的历史，唐宋时期已经具有一定的规模，明中叶至今一直非常兴旺，2006年佛山石湾陶瓷入选第一批国家级非物质文化遗产名录。有香云纱、广绣、顺德美食等蜚声海外的非物质文化遗产，跨界融合借文化认同提升品牌形象和产品价值。蒙娜丽莎陶瓷有限公司把艺术陶瓷和建筑陶瓷进行联结，通过科技手段提高产品的附加值。佛山东鹏有限公司创新产品的同时实现日用产品和东方陶瓷文化的融合，打造立体式家居文化和时尚商用空间。佛山简一陶瓷有限公司专注高端市场，把大理石自然纹理与服饰文化相结合在全国各地的美术馆、艺术馆进行跨界展演，与建筑设计公司和装饰公司跨界联姻共同举办设计论坛和艺术节，塑造产品高端形象的同时也抓住了潜在客户群体。

二、中国陶瓷与服装设计中共同的造物思想与审美内涵

（一）传统陶瓷设计

中国传统造物思想具有完整的文化底蕴，其核心思想都强调“器道合一”的造物理念。《考工记》中提出的造物思想，如“制器尚象”“天时地气”“材美工巧”“器完不饰”，都建立在符合自然规律、尊重自然的基础上，强调规则与和谐，是中国古代设计思想的源头。陶瓷作为记录中华文明的重要载体之一，它不仅是一类实用器，同时也具有高级意识形态的衍生物，蕴含了中国传统的造物思想。作为一种特殊符号传达出先民的造物思想，并承载其精神寄托与美学情趣。



图2 “西瓜壶” 图3 陕西临潼姜寨址出土小口尖底瓶

图2为我国紫砂工艺史上第一位女工艺美术大师蒋蓉的“西瓜壶”瓜身充分利用五色土的特质，进行抽象模拟，翠绿的西瓜上爬满墨绿的瓜纹，一根瓜颈自然弯曲成壶把，瓜叶脉络清晰从壶把处自然伸展，配嫩黄花叶，生机勃勃、意趣盎然。“以形达意，道法自然”在紫砂花器中经常以自然中的事物为原型，既有形象的写实，又有适度的夸张提炼，将自然事物定格于一陶壶之上，赋予作品生命力和人文情感。图3为陕西临潼姜寨遗址出土小口尖底瓶，恰符合老子《道德经·守弱》中对器道的描述，“三皇五帝有戒之器，命曰侑卮，其冲即正，其盈即覆^[2]”将意识形态赋予器物，饱含中国传统造物思想的美学情趣。

（二）传统服饰设计

古代中国素有“丝绸之国”的称谓。服饰之美是中华民族引以自豪的文化成就：“中国有礼仪之大，故称夏；有服章之美，谓之华^[3]。”中国传统服饰成型于春秋战国时期其特点是雍容典雅、全身拥蔽故称为“深衣”。“深衣”的形制是中国礼仪文化的结果，直接影响传统服饰的美学样式。到秦汉时期以“深衣”为特征的袍服确立为服饰的基本形式，并发展出一套庞杂、系统的车舆服饰的典章制度，自此历朝历代都有自己的车舆服饰典章制度。

服饰图案根据不同题材，采用象征、寓意、谐音、比拟等手法来表现，其中吉祥图案是中国传统服饰图案元素中的重要组成部分，成为认知中华民族精神和民族意趣的标志之一。它由人物、植物、动物、图腾、几

何、符号等组成，这些不同的表达独特的涵义，几种方法可同时使用，构成中华民族图案的重要组成部分。如“三羊开泰”象征吉祥如意、喜鹊与梅花象征“喜上眉梢”、莲花与鱼象征“年年有余”、牡丹与花瓶寓意“富贵平安”等。吉祥图案中的梅花、兰花、菊花、松树等代表了中国古代文人的精神理想，因此多见于文人士大夫的服装。

传统服饰的设计美学思想深受中国儒、道文化的影响，《淮南子》中就说，“凡人之所以生者，衣与食也。今囚之冥室之中，虽养之以刍豢，衣之以绮绣，不能乐也”^[4]。道家更为看重心灵的逍遥，追求身心与自然的合一。深衣袍服作为中国传统服饰的基本形制无论坐立行走，其宽大肥博的形态都可以让身体处在放松状态。这种超然物外的思想境界，是中国传统服装设计重气势、重神采、重韵味的美学源头。服装作用于人，在人和服饰之间，李渔认为人是主体，服饰应该突出人的精神气质。“珠翠宝玉，妇人饰发之具也，然增娇益媚者以此，损娇掩媚者亦以此^[5]”。首饰佩戴不当，不仅不能增加女性的美，甚至还会起到反作用。无论是服装还是饰品，都应该为塑造人的形象服务，而不是突出妆饰的离奇形式。服饰的审美价值来源于它们在创造人的仪容仪表中发挥作用和具有的意义，人的形象和内在的美都是第一位的。也就是说，在服饰塑造人之美好形象的过程中。人的品格、德性、文化素养具有决定性意义。

（三）简一案例中“形、意”分析与启示

在共同审美文化的熏染之下，传统服饰与陶瓷艺术的审美追求是一致的，是生活美学中最具魅力的呈现，是技术和艺术结合的产物。从两者的发展过程来看，都经历了一个手工业到机器大生产再到智能化、信息化过程，同样面临造型语言到意相语境的西化和融合问题。两者基于同样的精神文化，彼此在审美意象、造型语境、意向表达上诸多的共同特质，以形达意、形意结合是彼此跨界融合创新的纽带与内核。

简一大理石瓷砖以服装高级定制的形式将大理石陶瓷产品与中华服饰进行跨界融合，输出产品的同时提升品牌内涵与价值。2015年《国色华服》系列由“秦汉霸气”、“隋唐风仪”、“宋元风雅”、“明清清隐”、“民国风行”5个部分组成。图4“宋元风雅”选用简一大理石瓷砖产品“水墨江山”其纹理自然典雅抒发江南墨客的人文意境，服装造型设计中西结合，上身采用水墨江山纹理在真丝上做数码印花款式上以中式为主，下裙采用A型西式礼服裙摆大气雍容，在风雅意境上提取水墨江山的颜色意境，用深浅各异的黑白灰色压褶衣片交错组织，形成水墨为主题的宋元风雅意象。图

5 “隋唐风仪”选取简一大理石瓷砖“蝴蝶石”的纹理作为设计元素，蝴蝶石纹理以红为主穿插黑色肌理，图形取自天然石材，符合隋唐盛世高贵宏大的认知。服装的整体造型以隋唐风貌为主又融入了现代立体造型，蝴蝶石纹理通过叠加，渐变处理后运用到裙摆、披肩处，再配以金黄色传统凤凰绣花图案将隋唐盛世的高贵、包容、大气，淋漓尽致的彰显且不乏现代感。图6是2016年《自然之美》系列中的一款设计，该系列以“自然之

美”为主题契合简一大理石瓷砖品牌倡导的“自然之美”文化。系列服装要求彰显简一产品和“自然美学”追求的同时将高级品味与现代感融合。图6这款服装采用简一大理石陶瓷产品“景泰蓝”的纹理作为元素，造型上采用服装解构的手法，将“景泰蓝”纹理做满花处理，造型上取陶瓷花器的“瓶型”为基本廓形，行走的花瓶、流动的陶瓷内涵与东方韵味。图4、5、6源自“简一”品牌官网。



图4 “宋元风雅”



图5 “景泰蓝”



图6 “秦汉霸气”

中国陶瓷器有其造型特点、图案样式、造物意境和装饰特点，中华服饰亦然。在共同的造物语境和审美趣味下，“形意”交织密不可分，虽实用功能各异但舒展情怀相近。景泰蓝的纹理取自自然而后用在陶瓷肌理上，彰显的是东方韵味，用到服装上同样可以通过服装造型语言来表达陶瓷的造物意境和景泰蓝的韵味。“水墨江山”体现了中国文人的气韵这是在陶瓷器中的构成语言，取其纹理通过服装造型和服饰材质再结合图形样式同样能抒发其韵味和情怀。

结语

简一将瓷砖产品与服饰结合，通过服装发布秀的方式在全国各地美术馆艺术馆巡演，并邀请建筑设计师、装饰设计师观看，极大的提升了产品的高端形象和品牌价值内涵，并被其他陶瓷企业模仿。模仿样式容易、掌握精髓不易，陶瓷与服装作为中国传统文化的优秀组成部分，在共同的造物语境和审美语境下离不开“形和意”对其进行深入分析合理提取和借用能发挥更大的作用。世界趋同的今天，百年来的“西化”到可预见的“东

化”挖掘传统文化中的造物思想，对“形和意”进行跨界研究和融合的应用有其必要。佛山传统资源丰富且制造业发达借传统文化进行产品的增值和品牌内涵提升值得继续研究。

参考文献

- [1] 黄启呈. 明清时期佛山石湾的陶瓷业[J]. 岭南文史, 2018, 3: 009.
- [2] 马晓燕. 尖底瓶的功能及其演变[J]. 遗产与保护研究, 2018, 3(03): 96-99.
- [3] 阮元校刻. 《十三经注疏·春秋左传正义》卷56[M]. 北京: 中华书局, 1980: 2148.
- [4] 王先谦撰. 《后汉书集解》[M]. 北京: 中华书局, 1984: 1358.
- [5] 梁梅. 被体深邃, 美在意象-中国传统服饰设计的美学思想[J]. 中国文学批评, 2019. 4: 43.

基金项目: 广东职业技术学院校级创新创业团队项目服装设计工作室, 项目编号: XJJS201905