

中国历代 鞋饰



编著 叶丽娅

中国美术学院出版社

总 策 划 钱金波
顾 问 叶大兵

责任编辑 祝平凡
英文翻译 李青松
装帧设计 雷建栲
绘 图 考 本
摄 影 劲 草
责任校对 钱锦生 陈平平
责任出版 葛炜光

图书在版编目 (C I P) 数据

中国历代鞋饰/叶丽娅编著.
—杭州: 中国美术学院出版社, 2011. 1
ISBN 978-7-5503-0048-4

I. ①中… II. ①叶… III. ①鞋-历史-中国-古代
IV. ①TS943-092②K875. 2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第005707号

中国历代鞋饰

叶丽娅 编著

出 品 人: 傅新生

出版发行: 中国美术学院出版社

地 址: 中国·杭州南山路218号 / 邮政编码: 310002

<http://www.caapress.com>

经 销: 全国新华书店

制版印刷: 温州新华印刷有限公司

版 次: 2011年5月第1版

印 次: 2011年5月第1次印刷

印 张: 17.25

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 数: 0001-3000

ISBN 978-7-5503-0048-4

定 价: 168.00元



中国历代鞋饰

CHINESE FOOTWEAR OF PAST DYNASTIES

叶丽娅 编著



中国历代鞋饰

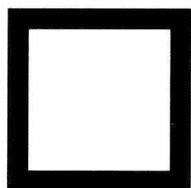
CHINESE FOOTWEAR OF PAST DYNASTIES

总策划 钱金波

顾问 叶大兵

编著 叶丽娅

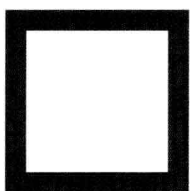
RED DRAGONFLY
红蜻蜓 



简介

CHINESE FOOTWEAR
OF PAST DYNASTIES

《中国历代鞋饰》是红蜻蜓鞋文化研究中心继《中国鞋履文化辞典》后的第二部有关鞋文化研究成果的专著。总策划钱金波、顾问叶大兵、编著叶丽娅。全书分原始社会、夏商周、秦汉、魏晋南北朝、隋唐、宋辽金元、明、清、民国共九个历史时期，向读者介绍中国古代鞋履的发展沿革。四百多张图片，十多万文字，并附有《中国历代精品鞋饰》。全书以文物为依据，结合文献记载、学术研究成果及田野调查资料，综合梳理、比较、筛选出每个历史时期具有特色的鞋履及事件来重点叙述，以图文并茂的形式介绍中国历代鞋饰发展轨迹、时代特色及相关制度。这林林总总、多姿多彩的不同时期的鞋履及饰物，凝聚了华夏祖先的创造发明和聪明才智，具有较高的历史价值和现实意义，它不仅是一部中华民族光辉的鞋履文化发展史，而且，能为今天的鞋类设计师、鞋履制作者提供丰厚的创作资源，以更好地吸收中华民族的文化精华，弘扬民族精神，创造出更多具有中国特色的精美鞋履及饰物。



序 PREAMBLE 乌丙安

作者简介：1929年生，中国民俗学会名誉理事长、中国东方文化研究会副会长、国家非物质文化遗产保护专家委员会副主任、教授。

当我安静地阅读放在案头的这部《中国历代鞋饰》书稿时，首先对于这类民俗专题研究的不断升温，不胜感慨。

关于衣、食、住、行的日常生活民俗研究，历来都是民俗学的热门课题，因为这一个民俗系列的事象是和人科动物演化为人类的“人”与生俱来的，它们既是物质的直接消费民俗，又是非物质的智慧创造和工艺技能民俗。人类的民俗文化传承，首先就是生产、生活的民俗，离开了衣、食、住、行这四大民俗要素，人类也就无法生活生存了。所以，由此而发展起来的服饰、饮食、居住、出行（或旅行、交通）等民俗文化的研究，自然随着社会的前进都有了极其博大精深的成果，既丰富了人类的精神生活，也创造了灿烂的人类文明史。

在以农耕文化为根基的中国，几千年来总是把穿衣、吃饭作为民生的重中之重，特别是在天灾人祸的威胁下，温饱成为民心中最大的企盼。那时，研究粮谷桑麻的丰产多收，解决温饱问题是排在第一位的学问。研究者和绝大多数民众一样，有便宜的鞋穿已经可以“将就”了，哪里还有多余的精力去“讲究”鞋文化呢！改革开放奔小康的三十年实践给中国人带来了最佳机遇，人们几乎都从切身的体验中得到了明确的启示，已经从吃饱穿暖的目标实施了向吃好穿好的新目标跨越。其中有一批审时度势的聪明人瞄准了服饰消费文化的全面迫切需求，做出了满足穿衣需

求、满足戴帽需求和满足穿鞋需求的行业生产经济开发，于是才有了后来形成的鞋文化的繁荣。这是社会发展规律和民俗文化法则所决定的必然结果。正是这个结果创造了“中国鞋都”温州的鞋产业和鞋文化。以红蜻蜓集团为代表，在20世纪的最后十年就是在这里成就了从“数量时代”到“质量时代”的新型鞋产业；21世纪的最初八年就是在这里开拓了“文化时代”的新型鞋文化，从而使中国的鞋行业在将近二十年的时段里做了一次跨世纪的当代产业文明的飞跃。我们不妨把这种飞跃称之为从“产业之履”到“文化之履”的飞跃。

由开创鞋文化新纪元的红蜻蜓集团钱金波策划，由民俗学家叶大兵担任顾问，由民俗学者叶丽娅编著的《中国历代鞋饰》一书，正是在“文化之履”新阶段隆重推出的新成果，很值得特别关注。只要把这部书放在红蜻蜓集团“文化之履”的整个鞋文化发展体系中，就不难估量它的重要价值了。

早在新世纪初，红蜻蜓集团的新型鞋文化带头人就已经认识到：鞋文化要从服饰文化中单列出来，就应该做出对鞋文化的再认识。首先，鞋依然具有和服装一致的共性，即作为物质产品的使用功能，但同时还具有鞋子特有的标识性、装饰性的精神产品的价值。应该承认，鞋有鞋的文化个性，鞋文化的发展只能在鞋文化传统的丰富内涵中探寻继承和创新的根据，而不可能由其他

事物所替代。于是他们先后做了五件大规模开拓鞋文化的事情。

第一件事：成立全国第一家由企业创办的鞋文化研究中心，钱金波亲任中心主任，同时聘请著名民俗学家叶大兵任常务副主任，共同对博大精深的中华鞋文化进行梳理研究。

第二件事：利用对鞋文化的研究成果，先后在杭州、上海、成都、温州和香港等地举行了六次红蜻蜓中华鞋文化展览，以及“中华鞋文化巡演”，短短几年走遍中华大地。以图片与实物相结合的方式，集中展示了从远古到民国时期中华鞋履的发展，以及鞋与历史文化众多领域之间的密切联系，并邀请专业模特用时尚的展示方式将古代鞋履文化做出现代演绎，让观众领略到现代商品与传统文化在冲撞中交融的文化魅力，引起轰动。

第三件事：2001年10月，编纂出版了我国第一部《中国鞋履文化辞典》，并在北京钓鱼台国宾馆举行了隆重的首发式。辞典收词目五千多条，八十四万六千余字，是一部反映我国汉族与其他兄弟民族鞋履文化传统与现状的集大成的辞书，它不仅填补了专项民俗文化辞书的空白，同时也显示出了编纂者全面研究鞋文化的实力水准和厚实的文化功底。

第四件事：我国首部专业鞋文化丛书《东方之履》，由红蜻蜓集团鞋文化研究中心编辑、民俗学家叶大兵主编，已有数辑问世。其中发表了

来自民俗学、历史学、考古学、美学、民间文艺学等诸多领域专家学者多年来在鞋履文化研究方面的成果，展示了中国各民族和各地区的历代制鞋史以及鞋文化发展史的真实面貌，介绍了由鞋所引出的成语、民歌、传说、文学作品、戏曲传奇等丰富多彩的文化记忆。

第五件事：2005年5月，投巨资筹建了中国第一家中华鞋文化博物馆。其占地面积一千五百平方米，展出了三百多件上至先秦下迄民国、不同时期不同民族具有代表性的鞋履和大量生动感人的图片，展现了鞋文化灿烂辉煌的历史。

第六件事：正是这部《中国历代鞋饰》的公开问世。

这部图文并茂的著作有两点编著者的独特思考很值得关注和称赞：

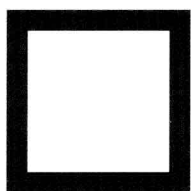
第一，本书书名中“鞋饰”一词的提出，别出心裁。众所周知，在民俗文化的传统分类惯例中，“服饰”一词是一个囊括服装、冠戴、鞋履及相关配饰的统称名词，也是日常消费生活习俗中与饮食、居住并列的一个分类名称。穿衣、穿鞋、戴帽具有统一的文化共性，彼此相依相存。在服饰民俗志中记述服装形制、着装习俗时，也一定会连带记录相配套的鞋帽的形制和相关习俗。但是，在研究中，人们注意到鞋和帽在其功能性的特点方面，还有许多独特的个性，不是一般性的服装属性可以替代的。尤其是鞋靴，在中国传统的衣、食、住、行四大习俗分类中，它既

有穿着类的饰品属性，又有出行类的工具属性，而且鞋靴这种载人行路的工具性特征是十分重要的和独特的。有些服饰研究专家曾经举出古人的解释作证，说鞋履古代又称“足衣”，强调它和服装的共性，其实，这样的解释除了咬文嚼字之外，并不能对鞋的独特功能做出否定，因为古人还常常说起“千里之行，始于足下”，这就一语道破了踩在脚下的鞋履有其独具的使用价值和文化价值。本书编著者在书中多次出现了“鞋饰”与“服饰”平行使用的表述，充分反映了编著者着力彰显鞋文化遗产的选题立意。这一个特点是对鞋文化的一种再认识，似乎不必大惊小怪。从文化的微观研究考察，以往的服饰文化整体研究中，对鞋帽的关注程度和研究分量，显然偏弱偏轻，处于服装的配饰或从属地位，一旦把鞋文化郑重地摆放在显微镜下、放大镜下审视，立刻就能发现鞋文化遗产的积淀特别深厚，探索的空间十分博大，从服饰文化领域把鞋饰文化部分相对地提取出来进行专门研究，显然很有必要。本书在这一点上的突破或创新应当受到支持和称赞。

第二，使用了历史分期的序列对历代的鞋履做出说明、解析或评介；而不采取鞋履分类法展开描述，也是本书结构和叙述方式的一大特点。鞋履的分类像服装的分类一样十分复杂，关键在于分类的标准难以确立，因为作为分类的依据可以是多角度的和多属性的。用鞋的材质、样式、用途划分，用穿鞋人的职业、身份、性别、年龄划分，用所处

季节、环境、风俗习惯划分，都可能分成许多类别。但是，如果想了解人类从古至今制作鞋、穿用鞋的文化轨迹和流变，以上所有的分类都不可能奏效，唯有按照人类社会发展的历史沿革展开研究，才有可能达到目标。在这里，有一个难点需要着力克服，那就是必须拥有足够实证的有形有效的材料。因为，千万年来的鞋履实物绝大多数早已经霉烂灰飞，化为尘埃；仅有的考古发掘的出土鞋履，数量有限，不免以偏概全，难以为证，缺乏典型性。二十五史书及各类典籍笔记的相关记载也因缺乏直观而需要注解诠释，甚至不得不猜测判断。本书编著者最终选择了这一条艰难的治学之路，对几千年传承下来的典籍资料和一个世纪以来的考古发掘报告、图片、资料，进行了仔细的钻探、筛选、鉴别、比对、分析和归纳，并对有说服力的史实或物证进行了认真仔细的钩沉梳理，最后完成了这部图文并茂的具有文化史意义的鞋文化研究专著。这对于当代物质文化遗产和非物质文化遗产的保护与弘扬，对于我国当代制鞋产业的创新和文化提升，都有可以预见到的直接的重要意义和价值。

本书的出版，显然把我国新世纪的“文化之履”进程又推向了一个新阶段；编著者叶丽娅研究员也因此为中华民族鞋文化遗产的研究与弘扬作出了杰出的贡献。



从鞋文化到文化鞋 钱金波

FROM SHOES' CULTURE TO CULTURAL SHOES

作者简介：1964年生，高级经济师，现任浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司董事长兼总裁。红蜻蜓企业及品牌创始人，第七届中国青年五四奖章获得者，第十届浙江省人大代表，红蜻蜓鞋文化研究中心主任。

金秋十月，正值红蜻蜓集团公司十五周年庆典的吉祥时刻，红蜻蜓鞋文化研究中心的叶丽娅研究员编著的《中国历代鞋饰》就要出版了，这是红蜻蜓公司的一件大事，也是我们鞋文化研究中心继出版《中国鞋履文化辞典》后，结出的又一个丰硕成果。

红蜻蜓鞋文化研究中心自一九九九年十月成立以来，相继出版了《中国鞋履文化辞典》、《东方之履》等一部又一部高水平鞋文化研究的专著，受到社会各界的广泛好评。而今，又百尺竿头更进一步，出版《中国历代鞋饰》，将是对中国鞋服行业的又一个巨大贡献。

《中国历代鞋饰》依照时间顺序，将原始社会、夏商周、秦汉、魏晋南北朝、隋唐、宋辽金元、明、清、民国等九个历史时期中国古代鞋履的发展沿革，向读者一一介绍，共有四百多张图片，十多万文字，并附上《中国历代精品鞋饰》。该书清晰地再现了中华民族光辉的鞋履文化发展历史，对在新的历史时期，如何进一步弘扬民族精神，尤其对今日中国鞋服业的时尚消费品牌，进行自主创新，转变经营方式，推动经济结构调整，都会产生积极的影响和作用。

十多年前从创业的第一天开始，我就鲜明地提出“品牌开路，文化兴业”，当我们的钱还只够用来购买设备和技术的时候，我就把钱用在了鞋文化上，因为品牌与文化的关系，如同人与影子的关系，没有深厚的文化作底蕴，就难以孕育最优秀的品牌。2000年春天，红蜻蜓作为内地唯一被邀请的企业在香港鞋展上单独举办中华鞋文化展。次年5月，在瓯北阳光大道创建了全国第一家中华鞋文化展馆。此后，又相继在永嘉、上海、重庆等地开辟中华鞋文化展馆与中华鞋文化走廊，直至2005年5月，红蜻蜓十周年庆典之时迎来了中国第一家鞋文化博物馆的揭牌仪式。2009年，红蜻蜓参加世界鞋都意大利米兰国际顶级鞋展

(MICAN)，成为该展自创办开始，四十多年来，第一个进入三号精品馆的东方鞋业品牌，红蜻蜓终于带着自己的品牌和文化开始与世界品牌同台竞技。今天，在红蜻蜓新股份大楼，我们投入巨资建造的新一代中国鞋文化博物馆即将诞生了。

从2005年红蜻蜓公司成立十周年开始，红蜻蜓将企业发展战略适时地调整为“归零跨越、穿越时空”。到2010年，红蜻蜓又提出“完美蜕变”，探求创造基业长青的百年品牌，目前正以鞋业为主，沿着鞋服行业的同心圆展开，将鞋、皮具、服饰等整合为同一个红蜻蜓品牌，并以红蜻蜓国际时尚集成店的方式进行渠道创新，再一次创造了行业的差异化经营。与此同时，面对后奥运、后世博的全球融合趋势，红蜻蜓又提出“东创西引”，研发全球布局并引入国际品牌，一年两季主题化趋势发布，同步欧美时尚，设计跨界艺术，既传承东方鞋履文化又开始融合西方百年品牌的优秀经验，力图融合东方与西方、古老与现代、传统与时尚，在更为广阔的视野之下为我们的顾客带去美的愉悦和体验，成为中国“引领行业风尚，开启原创生活”的先行者，为中国品牌寻找与时俱进的文化载体。

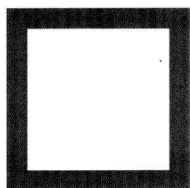
如果说，龙画好了，需要点睛的话，那么鞋饰就是鞋这一条龙的眼睛。它不仅仅是塑造鞋美

感的必不可少的配件，而且，随着人类消费文明的不断进步，还将肩负起代言新时尚潮流的重任。从西方发达的消费文明轨迹来看，鞋饰最终将会成为鞋的物理属性，包括形制、材料、工艺乃至技术的核心“感官代言人”，成为社会交往时候情感诉求的鲜明符号。

如果说，在《中国历代鞋饰》出版之前，红蜻蜓鞋文化研究中心还处在理论研究为主阶段的话，那么，该书的出版便意味着红蜻蜓已经跨上文化鞋理论进入实践的阶段。从抽象的概念到具体的产品，从学术名词到生动的尚品，这将是一次了不起的跨越，成为红蜻蜓尚品文化开始完美蜕变的又一个新的里程碑。

红蜻蜓鞋文化研究中心每出一次成果，都会推动红蜻蜓品牌的传播与提升。如《中国鞋履文化辞典》的出版，推动了红蜻蜓品牌在全国的路演；《东方之履》丛书的出版，又呼应了红蜻蜓欧洲信息中心的成立。相信此次《中国历代鞋饰》专著的出版，也必将在全球鞋服行业信息荟萃的舞台，扮演不可替代的重要作用，成为红蜻蜓公司“引领东方风尚，开启原创生活”的鲜活注脚。

文化力就是凝聚力，文化力就是感召力，文化力就是竞争力。去看看我们的《中国历代鞋饰》吧！那五彩缤纷的图案，丰富多彩的颜色，千变万化的样式，精工细致的手艺，那朝，那代，那款，那式，似曾相识的精美鞋靴，从鞋文化到文化鞋，你就会感觉到中国元素震撼世界的文化力量。这是在中华大地上流行了几千年的文化延续，这是千古永恒的潮流轮回。让我们的设计师在这流淌着祖先聪明智慧的《中国历代鞋饰》中寻找创新的灵感，获取领航的源泉吧！把鞋服行业的文化延续和现代设计相结合，把更多的精力放到产业文化的营造上来！



鞋之韵

RHYME OF SHOES 叶大兵

作者简介：1928年生，中国民俗学会顾问，温州大学兼职教授，温州市民俗文化研究所所长，红蜻蜓鞋文化研究中心常务副主任。

《中国历代鞋饰》是一部研究我国不同历史时期鞋履样式、工艺的专著。它是对我国几千年鞋饰的集中展示。为此，作者花费不少心血，用了近五年时间，不断收集历代鞋履的实物图片，并按历史分期从中精选了四百多双有代表性的鞋履，加以排比、分析、研究和具体描述，使它们直观地摆在我们面前，林林总总，千姿百态，琳琅满目，美不胜收。这是历代人民创造、传承、享用的文化财富和智慧结晶。此书图文并茂，不仅适合广大读者阅读，而且是一部提供给全国鞋企业领导层、专业技术人员和全体员工了解历史，学习传统，研究创新，值得一看的鞋文化书籍。

鞋饰，是文化的结晶。在不同鞋饰中蕴藏着不同的鞋韵。鞋韵，风韵，风采，风度也。换句话说，鞋韵，是古今鞋履的风格和特色。它代表了不同历史时期的鞋文化，也是古今广大消费者对鞋履进行审美的基本要求。因此，通过鞋饰反映出来的鞋韵，是无声的语言，它不仅传递文化信息，追溯历史源流，而且把握流行趋势，展现时代风采。下面简略谈谈鞋韵在鞋履生产中的重要性和现实意义。

首先，通过鞋韵，可以了解历代人们的审美特征，明古详今，深入体察鞋文化的演变与发展。中国的制鞋史，从古至今，有史有物可考的至少已有五六千年的悠久历史。这在世界上是独一无二的。无论在鞋履造型、色彩和制作上，都有丰硕的成果。几千年来，我国的传统鞋履不仅仅是人们的生活必需品，式样众多，工艺精巧，而且具有丰富的特殊的内涵。它们既是等级的标志，又是礼仪的规范；既是男女婚姻的信物，又是人们求子的象征。在一般意义上说，鞋履还是民间的吉祥物。但不管是哪一种象征，其中共同的是鞋履的个性和风韵，它浓郁的中国特色，集中反映了我国历代人们的审美观和对美的执着