

玉在国中

和合玉器和田玉文化解读

中国宝玉石品牌丛书 / 博观 主编

郭粹·著

和合玉器
和田玉文化解读
郭粹 / 著

中国宝玉石品牌丛书 / 博观 主编

北京工艺美术出版社

玉在国中

郭粹
著

北京工艺美术出版社

和合玉器和田玉文化解读
中国宝玉石品牌丛书
博观 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

玉在国中 : 和合玉器和田玉文化解读 / 郭粹著. — 北京 : 北京工艺美术出版社, 2014.10

ISBN 978-7-5140-0546-2

I. ①玉… II. ①博… III. ①玉器—作品集—中国—现代②玉石—文化研究—和田地区 IV. ①J329 ②TS933.21

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第155819号

责任编辑: 陈朝华

装帧设计: 常 念

责任印制: 宋朝晖

玉在国中: 和合玉器和田玉文化解读

郭粹 著 博观 主编

出版发行 北京工艺美术出版社

地 址 北京市东城区和平里七区16号

邮 编 100013

电 话 (010) 84255105 (总编室)

(010) 84255220 (编辑部)

(010) 64283671 (发行部)

传 真 (010) 64280045/84255105

网 址 www.gmcbs.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 北京雅昌艺术印刷有限公司印刷

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 11

版 次 2014年10月第1版

印 次 2014年10月第1次印刷

印 数 1~3000

书 号 ISBN 978-7-5140-0546-2

定 价 300.00元

在我们的传统中，无论是金属、木器，还是陶瓷、织物，没有任何材质比玉更受尊重。

在上层建筑，它被治为玉玺作为国家的象征；

在知识阶层，它被佩在身畔作为君子品德的象征；

在民间，它被当做祥瑞的化身庇佑流年。

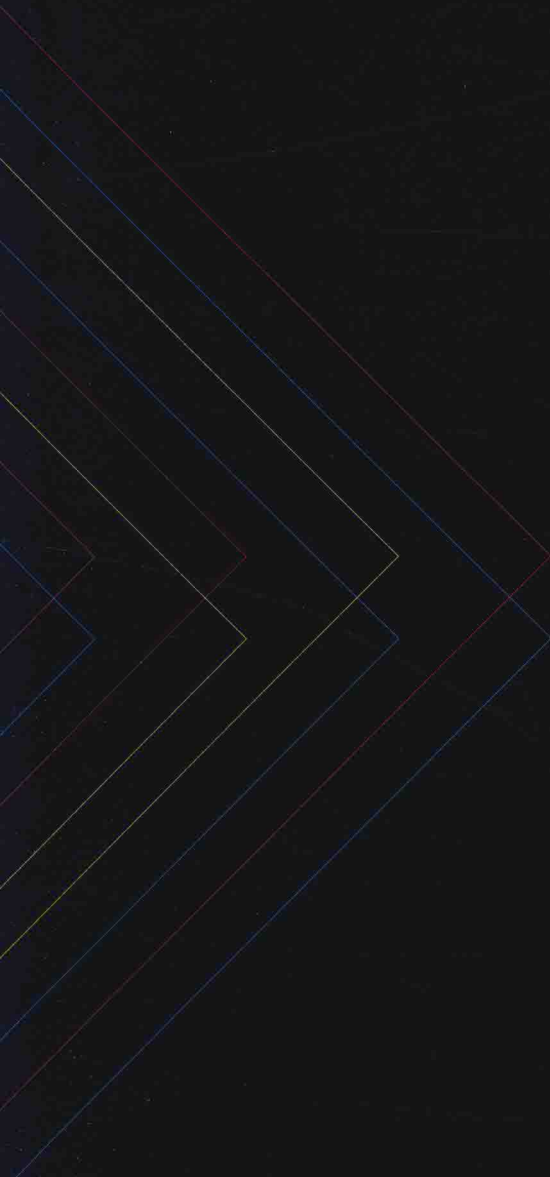
这就不难理解，为什么『国』字的中央是『玉』，

因为玉是我们民族文化与价值观最为妥帖的代言人。

它是我们民族精神的象征

——温和却坚定，从不轻易改变自己。

在我们古老的哲学中，万物都有其意义……





前言

和玉在一起

玉是什么？

这个问题既简单又复杂。简单说，就好比《辞海》里的定义，玉是『温润而有光泽的美石』。它符合宝石的三大必备特征：美丽、稀少、耐久。这和大众对玉石的印象一致：好看、价值极高、历久弥新。

但是，玉石比西方宝石多了一项特征，亦即它的精神化——它往往被寄托了某种精神性、道德性的内蕴。这也就使玉的定义丰富了，因为这涉及玉在中国历史传统文化中的寓意及演变，同时，这也更符合中国人对于美的认识、对于自身价值的认识。

在史前时期，玉被用做反映巫覡的玉像，人创造了神，并依靠神的力量来维系社会的秩序。进入夏、商、周时期，玉器的主要功能为礼器、祭器、仪仗、器皿、佩饰等。唐宋之后，随着工商业发达和城市阶层的崛起，玉进入了民间，不再为帝王朝廷专用，工商、富户人家可以从店铺购置玉器用于喜庆、佩戴、文房、宴饮、鉴赏、收藏等方面。长久以来，我们都习惯于用玉来表达美满和希望，上至朝堂，下至市井，可以说玉是中国语境中物质和精神的双重载体，一直被视为中国审美的完美精神。

中国人生性温和而含蓄，喜欢内敛、低调、本性温润的东西，从丝绸、瓷器到玉石都具有这种特质，内涵丰富，可把玩，可琢磨，而且越琢磨越有味道。反观宝石，它张扬，光彩夺目，咄咄逼人，换言之，它宣扬个性，宣扬外向性，这和西方文化不谋而合，熟悉西方文化的人都知道，强调个性是其文化特质，相比起来，中国人更愿意将自己置身于集体之中，家、国、天下才是我们的价值所在。

所以毫不夸张地说，玉和丝绸、瓷器以及古典诗词、山水画，共同建构了中国文化的基因并参与了演进，以至深深烙刻在中国人的心中，不妨去看看古书古画，一定能看出不少玉的身影。很多人说中国人没有信仰，在我看来，玉其实就是中国人的信仰。

玉和中国人崇尚修身养性的君子概念是等同的，君子的特质有很多种，仁、义、礼、智、信、温、良、恭、俭、让，但是他自始至终的任务和追求是不变的：格物，致知，诚意，正心，修身，齐家，治国，平天下。将这些和玉的『十一德』综合到一块，我总结出了诚、正、敬、润、和，事实上，这五个字与玉的物理属性同样吻合。

空而来，每一个时间，每一个人都在于它以丰富的内涵，『苟日新，日日新，又日新』。借助于对具体的紫砂、瓷器、墨等物事的解读，我们尝试给出一种关于『和』文化的自我理解与大家分享，然后再造就、新添一种『和』文化。这是使命，亦是宿命。

实际上，一个团队，假如它秉承着诚挚的服务精神、正直向上的生活理念、恭敬踏实的行为态度、温润的性格品质，那么，和谐的人事关系也便自然而然地生发出来。这是我多年的职场工作所感悟到的道理，我也希望上面提及的五个关键词能对读者有所启迪，因为它们是人一直以来对生活的终极追求：诚意，正心，修身（敬），齐家（润、和），治国（润、和），平天下（润、和）。而之所以齐家、治国、

平天下三者所表达的要义趋近于统一，主要是因为中国社会体系的构建是以家为单位，家的要求正是国家和天下的要求，最为至高无上。

在一个资讯爆炸的时代，很多人感慨价值失落、道德迷惑等，也正由于这点，儒、释、道各家对修身养性、内炼立德的精神重视，仍然具有匡扶补正的功效。尤其儒家提出的做人准则，无不对现代职业道德建设有着重要作用，一些企业还会将它凝练成『企业魂』。这也是上述五个关键词的另一个目的，我们希望从玉出发，与玉同在，成就健全人格，塑造民族气质。相信在这条路上，和合绝不会孤单。

郭粹·和合玉器董事长

二〇一四年三月三日

不可否认，诚、正、敬、润、和的总结过于偏重儒家的价值观，但也照顾到了释家和道家。因为中国文化的构成除了儒家文化，还有释家和道家。在释家追求来生圆满的价值观中，虔诚、正直、恭敬、润泽、和气同样不可或缺；在道家追求现世生长的价值观中，清静无为实则也需要诚、正、敬、润、和作为补充和发展。

「诚」，既含有古人的赤诚之心，又有做人做事需诚意之意。正是由于对自然的真诚理解，我们知悉了物尽其用的道理，从而诞生了丝绸以及瓷器、玉器；正是诚心诚意，我们才能带着积极的情怀入世，自我成就的同时也服务于他人。

正如爱情是恒久的追求，美好的事物从来都是我们生活中不可或缺的。这是「正」所要讲述的：纯正、美好、纯粹、醇和、中正……太多美好的寄寓被写进《红楼梦》的木石前盟里，依存在苏州东山雕花楼、沧浪亭以及痕都斯坦玉器之上……借助于它们的存在，我们时刻提醒自己，原来，生活中凡俗种种，却依然有不泯的美丽。

是的，「敬」有很多表示，无论是古时人们在制造青铜器礼器时传达出的敬畏，还是现代女性在复兴佩玉礼仪时重拾的恭敬礼节，或者工作时体现出来的敬业精神，都是敬。说白了，敬神也好，敬业也罢，人们始终追求的是对自己内心的一种尊敬。

至于「润」，它在生活里无处不在，从水、音乐到茶、酒、玉，文化的成长和深化需要润泽，人的成长同样需要滋润。润是国人的价值观，作为形容词，我们对「珠圆玉润」的定义再熟悉不过，不张扬、不炫目的样态，代表了这个民族的深度，反而令人韵味再三。润同样也是国人的方法论，作为动词，潜移默化地影响，「润物细无声」一直都是中国人的生存哲学。

最后是「和」。从字面意思来推测，老祖宗造字的构想约略再朴实不过：一禾一口，有口饭吃就是「和」，但作为词性最丰富的字之一，「和」的意义当然也极为庞杂。持续演化下来，它就像一块饱蘸中国文化的海绵。所有中国文化，都能在「和」里面找到归宿。「和」文化并非凭

第一卷 诚

1

锦衣——经天纬地之真诚
玉食——独立、自由、赤诚
国礼——诚意地栖居于世界
出尘——心诚则灵，洁净如洗
医者说——真诚地顺应自然
楮珠辨——内外兼修的诚实
如火，如茶——精诚于己

第二卷 正

43

指尖，心上——文化之上的中正声响
风姿——兼备纯正形神
香风如沐——一样的清正、淡雅
木石前盟——遇见纯正祝愿
庭园深深深几许——守正出奇的美和秩序

第三卷 敬

73

雕刻石光——手工里的敬畏心
在水一方——敬于心，饰于形
宣德年间的香尘——敬天与敬己
器势撼人——致敬永恒初心
物外——超越时空的敬而爱
「金」艺求精——敬业成就的成就

目次

第四卷润

101

仪轨再续——润物无声的文化传统
曲水流觞也留情——物事终被滋润
晴窗细分茶——被润养的生活
美酒夜光杯——酒润心怀话风流
日月光华——温润之光，醉心而沧桑
怀袖风雅——遥想那温润心灵的传统

第五卷和

127

活色——形神俱在是谐和
转泥幻化——应和之力的心灵意趣
金玉表里——以玉比德，以金和玉
冰肌玉骨——殊途同归的融和
墨色氤氲——万象皆可调和
涟漪声响——温和从容，岁月静好

后记

跋——借玉之光，重返故园
附录——玉器的商业进化史

第一卷

诚

chéng

诚，言之确凿，后倾力而赴，意态卓绝。玉，态柔而实凛冽，诚之象，莫若如此。玉璞往古而为国礼，接中医玄理之隐秘，扬魏晋风流之乖张。展风采于异域，蕴情怀于人心。然融三教于一，彪炳春秋，无它，足表世人敬天法礼之亦诚尔。

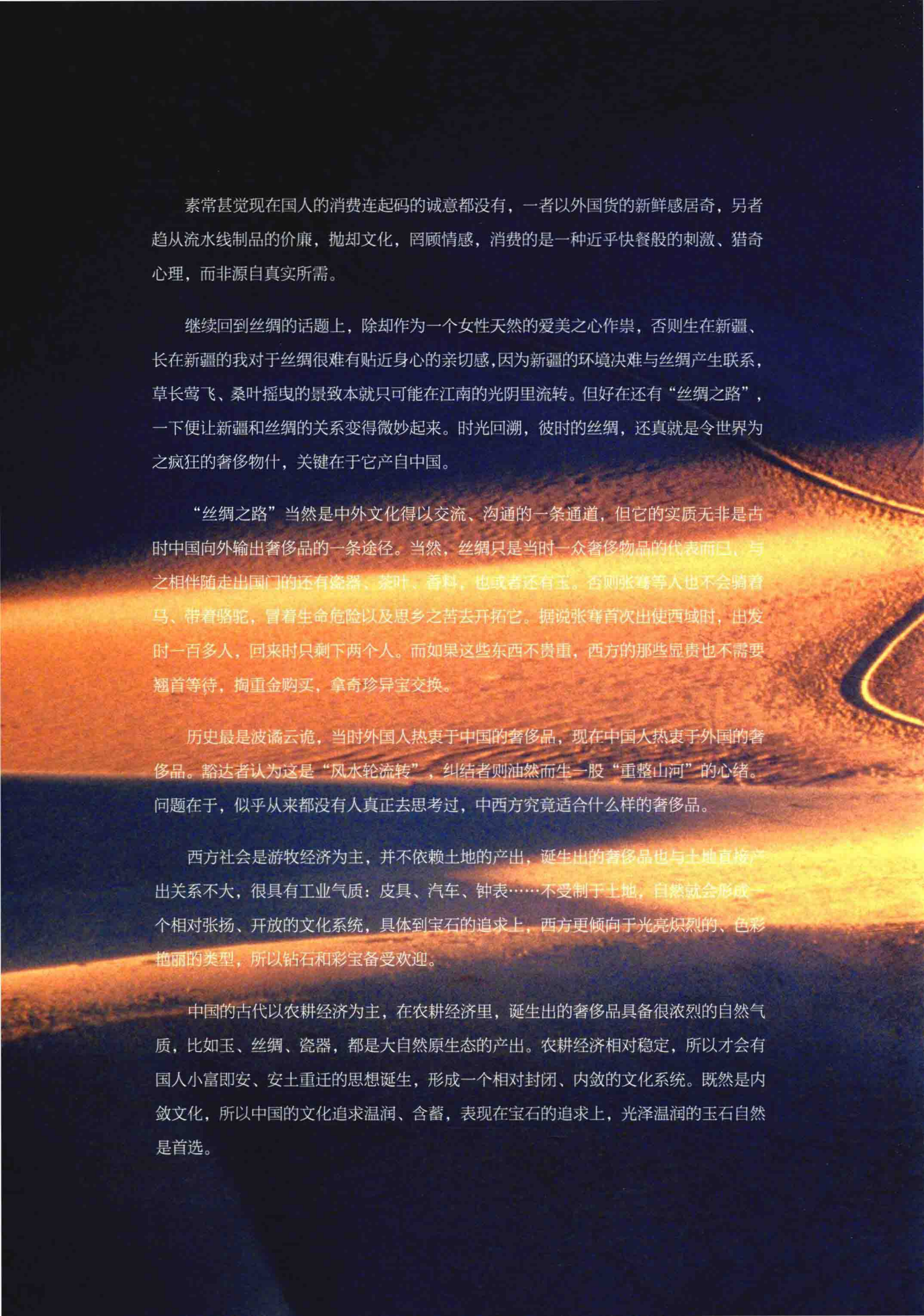
锦衣

「经天纬地之真诚」

奢侈品是个热门话题，妆挂着国外大牌的社会精英早早不新鲜，中国游客把国外奢侈品门店变为菜场早市的新闻也寻常可见，仿佛格调、品味只有在那些国外大牌身上才寻得见，更有甚者直言——中国是没有奢侈品品牌的国家。这话虽点明了当下的尴尬，但也太过偏激。殊不知中国曾是世界上最大的奢侈品输出国，一条穿行西域大漠的丝绸之路，早已将我们民族延续了几千年的优雅与从容传递到西方，只是我们似乎已经忘怀了那份曾经的情怀，也丧失了对自己文化真诚的感知和体认，从众而迷茫，不识来路，不知去向……

身为中国女性，难免不以拥有几件丝织品为傲，柔顺的触感，轻盈的质地，抚摸而生熨帖，幸福感油然而生。但即便如此，以人们现在的生活境遇，丝绸并非遥不可及，但第一次把丝绸和奢侈品的概念等同起来，是因为朋友买的爱马仕（Hermes）丝巾。尽管不是狭隘的民族主义者，可这种感觉显然不快，倒不仅是因为其虚高的几千元的价格，而是作为丝绸最早输出国的中国，现在却把这种优势拱手让给了别人，甚至还反转过来追慕别人，情感上一时难以接受。同样如此的，或许还有瓷器。杞人忧天如我，实在禁不住揣度，是否还会有他物紧步后尘？

也真奇怪得紧，这些西方所谓的奢侈品，现在倒也着实俘获了一批人的心智。耳闻目睹，乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）西装，王薇薇（Vera Wang）婚纱，普拉达（Prada）包袋，蒂凡尼（Tiffany）珠宝……攻城略地，早已经进入国人服装配饰的阵营，中国人寄居在别人的审美中过活，这种处境，我越想越觉得不自在。



素常甚觉现在国人的消费连起码的诚意都没有，一者以外国货的新鲜感居奇，另者趋从流水线制品的价廉，抛却文化，罔顾情感，消费的是一种近乎快餐般的刺激、猎奇心理，而非源自真实所需。

继续回到丝绸的话题上，除却作为一个女性天然的爱美之心作祟，否则生在新疆、长在新疆的我对于丝绸很难有贴身心心的亲切感，因为新疆的环境决难与丝绸产生联系，草长莺飞、桑叶摇曳的景致本就只可能在江南的光阴里流转。但好在还有“丝绸之路”，一下便让新疆和丝绸的关系变得微妙起来。时光回溯，彼时的丝绸，还真就是令世界为之疯狂的奢侈物什，关键在于它产自中国。

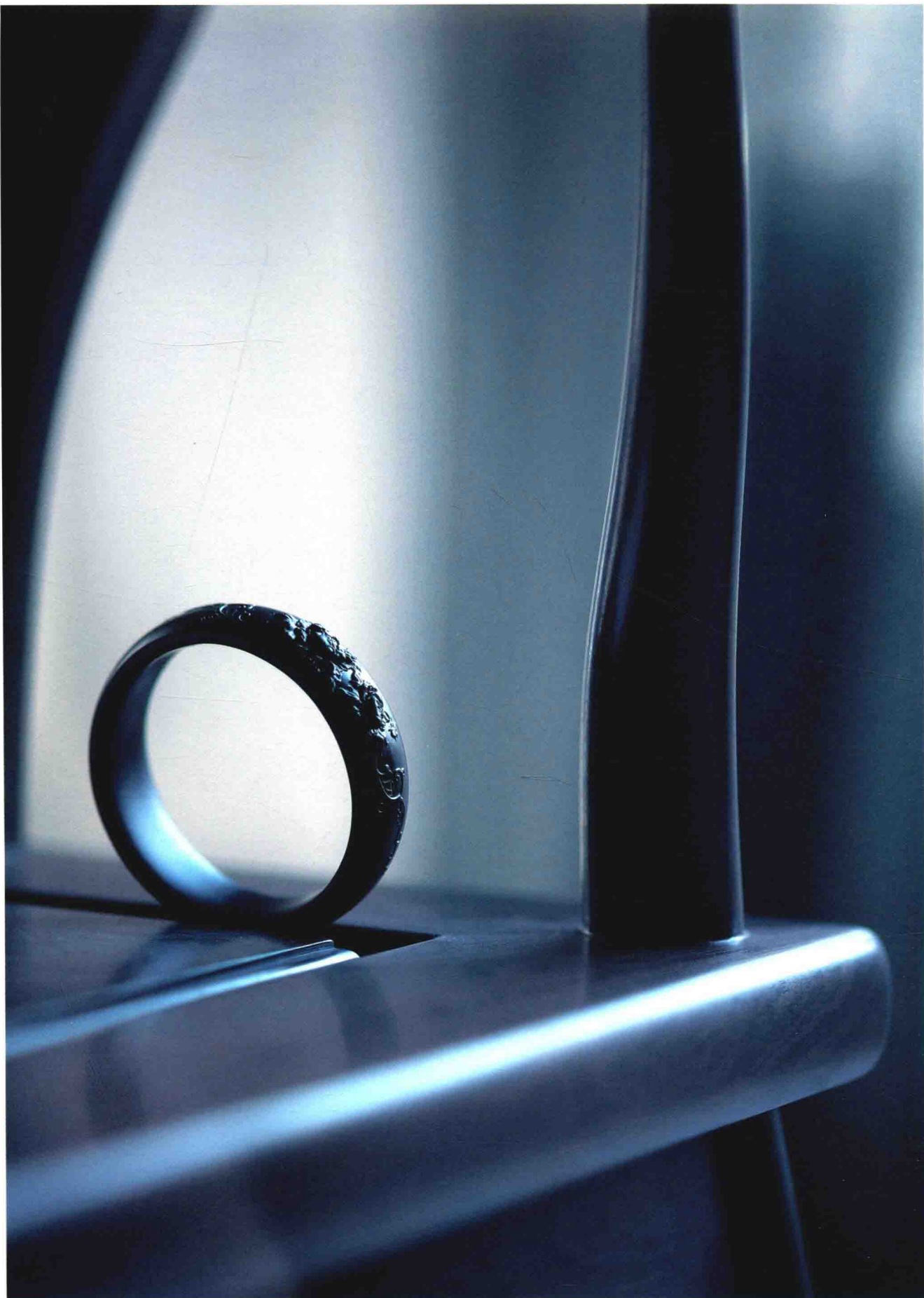
“丝绸之路”当然是中外文化得以交流、沟通的一条通道，但它的实质无非是古时中国向外输出奢侈品的一条途径。当然，丝绸只是当时一众奢侈物品的代表而已，与之相伴随走出国门的还有瓷器、茶叶、香料，也或者还有玉。否则张骞等人也不会骑着马、带着骆驼，冒着生命危险以及思乡之苦去开拓它。据说张骞首次出使西域时，出发时一百多人，回来时只剩下两个人。而如果这些东西不贵重，西方的那些显贵也不需要翘首等待，掏重金购买，拿奇珍异宝交换。

历史最是波谲云诡，当时外国人热衷于中国的奢侈品，现在中国人热衷于外国的奢侈品。豁达者认为这是“风水轮流转”，纠结者则油然而生一股“重整山河”的心绪。问题在于，似乎从来都没有人真正去思考过，中西方究竟适合什么样的奢侈品。

西方社会是游牧经济为主，并不依赖土地的产出，诞生出的奢侈品也与土地直接产出关系不大，很具有工业气质：皮具、汽车、钟表……不受制于土地，自然就会形成一个相对张扬、开放的文化系统，具体到宝石的追求上，西方更倾向于光亮炽烈的、色彩艳丽的类型，所以钻石和彩宝备受欢迎。

中国的古代以农耕经济为主，在农耕经济里，诞生出的奢侈品具备很浓烈的自然气质，比如玉、丝绸、瓷器，都是大自然原生态的产出。农耕经济相对稳定，所以才会有国人小富即安、安土重迁的思想诞生，形成一个相对封闭、内敛的文化系统。既然是内敛文化，所以中国的文化追求温润、含蓄，表现在宝石的追求上，光泽温润的玉石自然是首选。





毫不夸张地说，在中国的文化基因、文化系统里，玉，和中国的所有精致物品如瓷器、茶、红木家具等，乃至衣、食、住、行的气质最为贴合，同属于一个审美系统。

进一步说，玉在所有中国固有的精致物品中，存在历史最长，并且从无间断，一直参与中国文化的演进，从始至终葆有极高地位。这种地位，即使同为中国符号的瓷器、茶、丝绸都无法与之相媲美。所以，涉及文化追求、精神消费，中国人最先需要的，就应该是玉。

时常听到很多人说中国没有奢侈品，我是绝不赞成的，前面所说的“丝绸之路”已经是最好的例证。在这个基础上，我甚至可以说，没有人比我们更懂奢侈。宏观点说，国人懂生活，极重养生和修心，有自己的节奏和腔调，这种腔调就是奢侈，具体到玉，更是如此。玉是有人格的，说它是儒家的“学生”，是由于它懂得人世，价值连城。说它追随道家，是因为它以自身的经历告诉我们，人要顺乎自然，怀有敬诚之心，忘我，方能“天地与我并生，而万物与我为一”。层层衍化，玉在国人的理解中，甚至可以等同于天地的经纬，“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”。

因此，浸染儒道之思的玉是国化的。这就是为什么我们看到玉就会产生亲切感，而接触钻石，则觉其仿佛舶来物，始终缺乏认知上的归属感。再者，面对玉石上那些飞禽、山水等中国古典图案，聆听“和氏璧”背后的故事及告诫、启迪，浩瀚深邃的中国文化瞬时能和你对话，产生关联。

西方人活得通透且坦率，无论东方人对玉如何痴狂，他们不懂，自然也就不为所动。很多中国人横扫国外各大奢侈品牌的专卖店却不被外人所尊重，因为在他们眼里，以金钱作为路引，连自己的需要都拎不清的人，荷包满满也掩盖不了虚无的十足优越感，无法更不可能达成物与人、人与人之间的沟通，缺乏诚意的消费当然惹人生厌。你既非真诚，我又何苦真诚待你？其实消费自始至终都是件挺个人的事情，跟风和逢迎，最终丧失的只能是个人的乐趣，真诚地面对自己，面对自己的文化，走遍天下都不怕。

中西文化当然无法完全共通，可真诚的情感却是共通的。西方人在西装服饰里步履生风，而有且只有在玉里，我们才能找到归宿。于是，我突然意识到，身为中国女性，不拥有几件玉也是难为情的。