

教育部哲学社会科学后期资助项目（编号 14JHQ039）
汉代漆艺文化研究

大漆王朝

潘天波—著

THE DYNASTY OF LACQUER

文化应该首先是生活的文化，而生活必须有适合的工艺陪伴。
汉漆之美深深地扎根于汉代人的生活，这主要归功于汉代众多的无名漆工，我们向汉代漆工致敬！

福建省拓福文教基金资助出版

江苏凤凰美术出版社



“中国大漆艺术”丛书

李砚祖 林云 主编

THE DYNASTY OF LACQUER

大漆王朝

汉代漆艺文化研究

潘天波 著



江苏凤凰美术出版社

福建省拓福文教基金资助出版

图书在版编目 (CIP) 数据

大漆王朝: 汉代漆艺文化研究 / 潘天波著. -- 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2018.9
ISBN 978-7-5580-5342-9

I. ①大… II. ①潘… III. ①漆器-工艺美术-研究-中国-汉代 IV. ①J527

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 203332 号

策 划 芦松敏

责任编辑 方立松 王左佐

装帧设计 焦莽莽 马海云 徐 慧

责任校对 刁海裕

责任监印 朱晓燕 生 嫒

国家教育部哲学社会科学研究后期资助项目 (14JHQ039)

汉代漆艺文化研究

福建省拓福漆艺研究院科研成果

书 名 大漆王朝: 汉代漆艺文化研究

著 者 潘天波

出版发行 江苏凤凰美术出版社 (南京市中央路165号 邮编: 210009)

出版社网址 <http://www.jsmscbs.com.cn>

制 版 南京新华丰制版有限公司

印 刷 南京新世纪联盟印务有限公司

开 本 889mm×1194mm 1/16

字 数 438千字

印 数 1-5000

印 张 32.25

版 次 2018年9月第1版 2018年9月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5580-5342-9

定 价 398.00元

营销部电话 025-68155790 营销部地址 南京市中央路165号
江苏凤凰美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

总 序

中国漆工艺有着长达七千年以上的历史。从对漆树这种自然植物的认知到漆的利用、漆工艺的创生、漆器生活功能的设计、造型和装饰的丰富变化，七千年漆工艺的历史实际上是中国人发现漆树、利用生漆、栽培漆树的生态文化史，是因自然材料而创设相应的工艺进行造物设计和创造的历史，是一部独特的器物造型和装饰的艺术史。在原始文化后期直到东汉末期的近五千年中，漆器是人们生活中重要而精美的标志性器物，是人身份地位和生活品位的象征。东汉以后，以漆器为主的漆工艺发生转向，一是朝着以雕饰为主的方向发展，如各种雕漆（剔红、剔犀等等）；一是以髹涂为主，家具、器具的髹涂涉及面更广，使漆工艺成为一种普泛化的装饰工艺。

今天，我们重新议论漆工艺，主要是基于漆工艺的当代发展实际的检视。中国有数千年辉煌的漆工艺历史，但自清末漆工艺逐渐式微后，尤其是 20 世纪以来现代工业产品在社会生活的所有层面的普及，漆器及其传统漆工艺已经与日常生活越来越远，

而化学漆的广泛使用，也使天然漆的使用范围局限于传统漆器即仿古器的生产方面，或漆画等为数不多的场域。甚至，在这些领域，也出现了用化学漆取代天然漆的趋势和争论。

实际上，传统漆工艺的式微已经由来已久，而现在开始引起一部分专家学者的重视，呼吁重视传统漆工艺，发展当代漆艺，其动机不仅基于对于传统漆工艺的历史文化品质的高度认知，还是基于当下新品质生活的需求。一方面，传统工艺在全面回溯传统文化、重建文化自信的社会思潮中得以被重新认知和发现，另一方面是艺术和工艺的多元化需求和现代生活品质提升需要的结合。为什么我们可以文化自信？因为我们的文化有着极为深厚博大的内涵和久远的历史，值得我们自信，也是我们自立于世界民族之林的法宝和根基。就漆工艺而言，七千年历史文化光辉不仅使我们对传统漆工艺文化充满自信，而且，这种自信也促使我们在历史的基础上传承创新，回应新时代新生活的需求与希冀，这既是应对当代新生活的实际需要，又具有面向未来的前瞻性意义。

我们的社会经过改革开放 40 年来的建设和发展，人民生活水平日益提高，在此基础上对生活品质有了更多更高的向往和需求，天然漆制作的漆器，无论内在质量品质和艺术性诸方面都有卓越和不可取代之处，也是高品质生活的器物 and 象征。犹如陶瓷领域开始注重生活陶瓷的创新设计一样，漆工艺为生活的创新设计和规模化生产也应该逐渐提上漆工艺发展创新的议事日程。可以看到，作为中国著名漆工艺产区的福建福州，大批有识之士呼

吁大漆漆器走向新生活，其中身体力行者如拓福集团，致力于此，从传统漆工艺的恢复、研究、创新诸方面一起发力，力推传统漆工艺的现代新生，成立漆艺研究院，开展传统漆工艺的深入系统的研究与创新实践，并设立用于展示交流的平台，其努力不仅局限于国内，亦着眼于国际，连续举办“亚洲漆艺展”，不仅使中国漆工艺的传承与创新建立在国际化的视野之下，也使中国漆工艺的发展居于世界漆工艺创新发展的中心地位。

现在读者看到的中国大漆艺术研究丛书，就是拓福漆艺研究院系列研究的最新成果之一。这套丛书，既收集了中国相关专家学者已有的最新研究成果，举众多专家学者之力，出一批深入的专题研究成果，也规划了面向广大受众进行漆艺文化普及的读本，为漆艺走向广大人民群众的生活开路。犹如使用传统漆器是“小众”一事一样，从事漆艺研究也处于小众的状态，研究者人数有限，其研究深度也有望一步步提升，我们希望更多专家学者加入对传统漆艺的研究中来，加入漆艺的创新中来，共同推进中国现代漆艺的发展和进步。

清华大学美术学院教授 博士生导师 李砚祖

2017年10月

拓福漆艺文创园：亚洲漆文化的特区与美学中心

林云
写在《大漆王朝——汉代漆艺文化研究》付梓之际

在漆艺研究学者潘天波的著作《大漆王朝——汉代漆艺文化研究》即将付梓之时，恰逢“拓福漆艺文创园暨拓福美学中心”开业之际。基于该著是为了“复兴传统漆艺”和“传承中华优秀传统文化”的写作宗旨，兹就当代漆艺的发展现状与担当、拓福漆艺文创园的战略自信与品牌战略以及未来漆艺生活美学构想等议题谈几点个人立场与观点。

一、当代漆艺：困境与转向

在古代中国，漆器艺术一直是一种高端、奢华与显赫的手工艺艺术，但近代以降，中国的漆器艺术在世界的舞台逐渐失去它那辉煌的身份与地位。中国漆艺的逐渐衰微与滑落，从根本上说，有其深刻的社会原因。

首先，漆艺的实用功能退化。现代漆艺的美术化趋势十分突出，也就是说：“从工艺向‘工艺美术’转化时，其过程必然会凸显绘画性的（以及雕刻性的）要素。若是进一步说，就是美术

性要素成为其作品的主要价值。”（柳宗悦）实际上，“工艺与美术是造型美领域内流淌的两条河流，或者说是攀登高峰的两条山路。”（柳宗悦）因此，“由工艺美感向工艺美论进发，只有将这两者进行综合，才能理出未来工艺之正确方向。”美术化的倾向使得漆器工艺的使用功能日趋滑坡。

其次，漆艺的手工性失落。面对大工业机械化时代，漆艺的手工性变得没有意义。现代大工业机械化生产是传统漆艺所望尘莫及的。随着人口的增长，中国庞大的消费，仅靠手工业生产的漆艺无法得到满足，从而“赶制”的假漆艺就诞生了，实际上，即便是这样也是无法满足日益增长的物质文化需求。也因此，大量的瓷器、玻璃、塑料、纤维等生活用品充塞我们的生活空间。

再次，漆艺的传统丢失。我们多年来的漆艺发展在造型上、装饰上很少能学到古人最好的东西，也没有创造出与时代合拍的东西。然而，现代中国漆艺的发展现状不禁使我们有“寒酸”的感觉，能称得上是正确的工艺，抑或拿得出手的漆艺，常常是几件去展览的漆艺。

最后，漆艺的装饰性与资本动机的纠缠。面对资本市场，中国漆艺的商业动机性装饰是不可避免的。走在平遥古城，琳琅满目的漆器几乎都带有工艺装饰的意味，其装饰的基本动机不是为了工艺的实用，而是增加资本的份额而已。北京的雕漆也基本是为了出口，漆艺市场的直接动机就是为商业资本市场服务，也没有考虑国内民众的生活需要。如此，漆艺的髹饰也就失去了工艺的本质，失去了漆工艺装饰的目的。

面对困境中的现代中国漆艺，也似乎迷失得找不到自己。漆

画，就是一种“华丽”的转身，从实用的漆器中脱离，俨然变成一种独立的画种——漆画。我不是否定漆画，而是为漆器的装饰画功能的独立而感到一种漆艺的危机——从实用装饰美向纯美术装饰的危机。工艺需要的是“用”与“看”的统一，只有“看”的工艺，就失去工艺的生活性，仅靠艺术性的漆艺是没有前途的。当代漆艺的复兴，必须具备两条腿——“用”与“看”。

二、当代漆艺：生态危机中的担当与对话

20世纪90年代兴起的一种设计理念叫“生态设计”。生态设计的核心原则是“3R原则”，即减少原则（Reduce）、再使用原则（Reuse）与再循环原则（Recycling）。这些原则是一个整体的、联动的与共生的整体，尤其是当下的生态设计已经牵动着全社会的生产、消费与文化的整体行为，它不仅是一个设计的立场，更是一个文化的立场，甚至是一个生存哲学的价值立场。当代漆艺在这场生态危机中又有何担当呢？答曰：“漆艺生态”是在生态危机中的担当。

漆艺研究学者潘天波在《现代漆艺美学》中如是说：资源（能源）担当是漆艺美学首先关心的问题。资源是人类生命活动的物质基础，面对全球的资源危机，再生资源研究与开发被提上各国政府的议事日程，资源安全也是不可回避的问题……大漆，作为生物资源的最大优势：自然、再生与环保。所以，大漆在能源枯竭的今天，理应担当起重任。环境（环保）担当是漆艺美学的另一主题视域。环境危机是当代社会能源供需矛盾、工业化飞速发

展、人口过快增长与消费增长等现状下的议题。环境问题已经与地球生存与人类未来成为同一重要的题域。环境与生态、环境与人口、环境与经济、环境与可持续、环境与文化、环境与能源、环境与粮食、环境与生命……这些议题是 20 世纪后期以来最为“耀眼”的词汇。漆艺与环境、漆艺与空间环境、漆艺与生态、漆艺与生活空间……这些论题不仅在中国、日本、韩国等国家的生漆论坛以及学者论文中多有出现，说明大漆在环境生态危机中的担当确实被提到一个文化、哲学与生态的意义高度。漆艺如何担当环境生态？在一个设计关乎“谋杀”的新文明时代，文明的设计师与社会学家已经充分认识到设计对于社会的重要意义。设计治国、设计救厂的思想不再是新鲜的事，设计是谋杀、设计是浪费也不再是特别的思想。在此背景下的社会，漆艺设计的环境生态性与空间生态，以及漆艺设计的环保主义与对生命的关切变得十分紧迫。现代空间中的化学漆，尤其是建筑装饰，这些化学漆的使用，实际上是一场生命的“谋杀”设计。生活（生命）担当是漆艺美学关涉的实用价值与文化价值。漆艺是生活的伙伴，漆艺是生活的伴侣。生活中需要漆艺的实用与文化，没有实用的漆艺以及缺少文化的漆艺，不是漆艺美学所需要的。美学不是玄学，漆艺美学就是证明。美学也不是漆艺的帮凶，漆艺需要美学获得智慧，美学需要漆艺谋求实用价值。因此，漆艺美学在生活性，具有实用价值与文化价值。漆艺美学所担当的生活，也就是日常的生活、使用的生活、文化的生活。漆艺文化，本身就是造物的文化，造物文化的目的就是为了实用与使用。当代造物文化常常披上美学的外衣，担当审美抑或装饰的使者，甚至成为商业

的“硬币”，不仅破坏了美学的合法性，也颠覆了造物本身的功用性目的。花哨的物质外衣，抑或美学外衣始终不能覆盖虚无的实体。漆艺，不需要花哨，漆艺不需要没有生活意义的美学外衣，它所担当的是生活性。审美（美学）担当是漆艺美学最高层次的哲学使命，抑或是美学担当。漆艺美学在空间充塞物质，抑或“琳琅满目”的时代里，漆艺确乎有一种“救赎”作用。在资本社会里，所谓生活审美化，实际上就是资本人利用美学的“救赎”功能的“鼓吹”，目的是“救资本”，充满血腥的铜臭性的工厂里，美学的进入，使得空间里的空气从先前的凝重变得稍有缓和，美学成为一种资本的策略与权力。在中国，漆艺美学的生活空间是没有的，就连“漆艺美学”的词汇也是第一次跃然纸上。在中国家庭根本就没有漆艺，在市场上的漆艺多半是为了装饰或出口，实用的生活性的漆艺不见踪影。这种现状使得漆艺美学的时代担当变得十分艰巨，我们需要在生产、消费、文化等多个层次上改变漆艺观念，抑或静下心来向东亚韩国漆艺或日本漆艺对话，抑或静下心来与传统对话。

对话是一种学习立场，这种立场在漆艺美学的复兴中具有重要作用。与传统对话，就是不要忘记传统，也不要只停留在传统上，对待传统就像对待对话的对方一样，眼界要游弋于对方，更要有反馈的眼神，在自己与对方之间做“游刃有余”般的传递与表达。传统漆艺的优点与长处是我们学习的地方，但时代的发展也有不适应的地方。在对话中，我们才能有平等的身份与学习的眼光，譬如与日本漆艺对话或韩国漆艺对话，对话的本身就是交流，身份的平等是重要的，不要以为东亚国家的漆艺是从中国学来的，就忘却对话的情趣与动机，因为他们确实比我们的漆艺要先进，确实在当代生

态与资源危机下，他们的漆艺做得比我们好。所以，我们只有跨界的对话，在时间与空间的对话中才能实现漆艺生态的现代复兴。

三、拓福漆艺文创园：战略自信与品牌构想

福建拓福文化发展有限公司投资的亚洲第一个“漆艺文创园”，2014年开工建设，建筑面积11万平方米，将于2018年年底开业，开业后将汇聚亚洲各国漆艺术家、漆工艺家、漆设计师、漆文化学者等相关人员，研发、展览、销售漆家具、漆茶具、漆餐具、漆文具等，将成为中国漆文化产业发展的分水岭，并将推动福州市成为亚洲漆艺中心。

“漆艺文创园”是世界性的漆文化产业发展的一个独特创举，也是当代企业家文化自觉与文化自信的一种表现。实际上，中国漆艺文创园的历史可以追溯到汉代的蜀、汉郡漆工厂以及明代御用漆器作的“果园厂”。但在现代意义上的文化产业园视角，福建拓福文化发展有限公司投资的“漆艺文创园”还是世界上文创产业发展的首块“试验田”。那么，这种规模化、集团化、集约化、现代化的“漆艺文创园”的创建是基于何种文化自信呢？

首先，“漆艺文创园”的创建来自中国漆文化的自信。漆文化是中国文化的“专有名词”，漆的故乡在中国。在中国文化史上，比汉字还要古老的漆文化，它具有其他文化无可比拟的优势与地位。在时间层面，在至少7000—8000年的文化发展史上，漆文化从未停止过为人民服务；在空间层面，世界上任何一个文明国度，中国漆艺都积极参与，并改变了他们的生活方式与文明进程。因

此，中国漆文化是世界文化史上的一朵奇葩，也是世界艺术史上的一朵玫瑰。我相信，在中国的未来，会有更多的“漆艺文创园”。这不仅是文化产业发展的需要，也是审美文化向往的中国国民的需要，更是中国梦复兴之后的世界大国文明发展的使然。

其次，“漆艺文创园”的创建来自中国亚洲文化市场的自信。在全球范围内，亚洲文化圈的漆艺生态是其他地区所无法比拟的。在古代历史上，以中国为中心，漆文化已然向东亚、东南亚、南亚、西亚、中亚、北亚等国家作环靶状辐射，尤其是东亚与东南亚等地区的国家受中国漆文化影响深远。因此，亚洲漆文化生态圈已然彰显出前所未有的文化活力与基础。“拓福漆艺文创园”必将成为亚洲漆文化复兴的代表，更将是亚洲漆文化交流的特区。在“一带一路”背景下，福州链接世界的文化枢纽自然也是中国漆文化再度向世界进发的“特港”。

最后，“漆艺文创园”的创建来自中国企业家的自信。中华民族是勤劳、智慧的民族，中国企业家是一大群具有文化良知的财富创造者。在中国东南沿海，企业家一直是中国产业文化的发起者与领头人。“拓福漆艺文创园”的创建必将吸纳中国一大批最优秀的企业家来园区创业与发展；同时，也要吸纳国内外成功的企业家投资漆文化产业园，共同为中国漆文化的复兴贡献中国企业家的力量。实际上，也只有优秀企业家的加入，漆艺文创园才能得以发展与繁荣。

在品牌构想层面，“拓福漆艺文创园”的创建首先要进行“品牌计划”。“拓福漆艺”的品牌构想大致分以下几个阶段性布局：

第一阶段，漆艺文创园的品牌建设。梳理漆文化创意产业发展

与品牌建设的关系,定位漆文创产业品牌建设文化理念与价值意义。

第二阶段,漆艺文创园产品的创意设计与品牌构建。确立漆文化创意产品特性与序列,创意设计漆文化创意系列产品,整理漆文化创意产品品牌建设相关性文献,树立拓福漆文化创意产品品牌形象,尤其是在漆品牌联想与品牌形象、品牌视觉识别设计、品牌个性特征设计等层面展开品牌构建。

第三阶段,互联网时代漆艺文创园产品的品牌营销。分析漆艺文创园营销环境变化与营销变革,明确漆艺文创园产品品牌消费特点,构建漆艺文创园产品品牌营销策略,进而展开漆艺文创园产品品牌网络营销。

第四阶段,漆艺文创园产品的品牌传播。分析漆艺文创园媒体环境变化与传播变革,确立漆艺文创园产品品牌传播策略,进而展开漆艺文创园产品品牌网络传播、漆艺文创园的产品品牌故事传播、漆艺文创园产品品牌传播创意管理等活动。

第五阶段,漆艺文创园的集群品牌的形成与发展。分析漆艺文创园产业集群与集群品牌特征,形成拓福漆艺文创园产业集群品牌的演化路径与形成机理,预测漆艺文创园产业集群品牌生命周期,形成拓福漆艺文创园产业集群品牌发展战略。

简言之,拓福集团的“漆艺文创园”旨在打造漆艺文化复兴的代表者、漆艺文艺运动的启蒙者和漆艺产业发展的示范者。

四、拓福美学中心：诗意地漆居

海德格尔美学的一个基本思考维度——人如何在。为此,他

提出了一个极富哲理的命题：“人诗意地漆居。”在他看来，豪华的空间与富丽装饰的建筑，这只是占据空间而已，绝非是“诗意地漆居”，因为“诗人之本质乃是漠视现实，是造梦而非劳作”。包括手工产品在内的人工产物，在海氏看来，它是人类“筑居”之物，人们一旦被它“宰制”，必将失去“诗意”的本质。实际上，对于漆艺产品一样，在海德格尔那里，要想“诗意地漆居”，必然进入“诗”的空间。借此，我们用“诗意地漆居”这一命题来强调漆艺美学所追求的理想与境界。

大漆的美学理想是诗意地“漆居”，为人们诗意地生活而提供手工产品。在此，“漆居”至少包含以下三层要义：第一层，大漆作为生物资源，是自然界的恩赐，本身与自然是一种“漆居”状态，在自然空间里，它没有功利目的。第二层，当它被“抛到这个世界上”，大漆作为手工艺的媒材，在精制、髹涂、装饰、研磨中，它仍然保持自然的本质，不贼亮、不变性，而又有了新的内涵：耐热、防酸、绝缘、防辐射、附着力强、防潮、防霉等。第三层，一切漆艺产品为的都是“漆居”在空间里——艺术化的存在，而不是占据空间的物体，在空间中成为生活的伴侣。因此，我们可以说，大漆，是“诗意地漆居”在世界上与自然里。

那么，对于漆艺产品必然具有“诗意地漆居”的艺术限定性，譬如大漆是自然的恩赐，那么漆艺产品也当是自然的恩赐，这就意味着一切非自然的漆艺产品，抑或破坏自然的漆艺产品，我们不能称它为“诗意地漆居”；当大漆被“抛到这个世界上”后，如果失去自然的本性，没有自然的作用，抑或追求珠光宝气的“淫饰”，为华丽的建筑空间装点，也不能称之为“诗意地漆居”；

凡是失去生活伴侣的身份，占据在空间里没有一点实用的功能，抑或挂在墙上，陈列在展览馆里的漆艺，也不能叫“诗意地漆居”。

如此看来，“诗意地漆居”的首要条件为“漆艺”，它的内涵是“漆居”的本质性条件。正如海德格尔认为，正是诗意才使得漆居变成漆居的样子。但“漆艺”的内涵至少包含“漆意”与“诗艺”的规定性。“漆意”是指漆艺产品不能脱离“漆”，如“漆画”，没有“漆意”，就是一般的美术画了，这是漆艺产品的自然性本质所在；“诗艺”，是指漆艺产品的“漆居”的品行，具有诗歌一般的本性，漠视现实的“名利”与“贪娱”，自然的存在，诗意的存在。也就是说，漆艺产品始终要以漆性（如海氏的“神性”）来度量自身。那么，“漆性”又是什么呢？简而言之，就是天然中有真性、手艺中出造化、生活中见大用、审美中写诗意。一切漆艺产品必须具有这些“漆性”，才是真正的漆艺。从环境与能源角度看，“漆性”更是可贵，大漆可再生性与环保性，在生态危机的今天，是最为自然的绿色资源与绿色产品。

从美学视野看，“诗意地漆居”，是一种生活态度与生活理想。因为“诗意地漆居”，就是如同大漆一样的自然的漆居、艺术的漆居，即“漆性”的漆居。实际上，当代人们呼唤生活的审美化，抑或审美化的生活，“诗意地漆居”性生活就是一个选择。像大漆一样，从自然中来，到自然中去；一切为了自然的生活，一切生活的自然。对于人类本身来说，这样的生活才是“漆彩人生”。一切如同化学漆一样“贼亮”的人生，不是本然的状态；一切如同异化漆艺那般“珠光宝气”的生活，也不是本真的境界。在物欲横流的社会里，我们渴望大漆一般自然的生活，渴望大漆

一般的静穆，渴望大漆一般的单纯，渴望大漆一般的诗意。然而，大漆的辉煌已然淡出人们的视野，生活中已经没有了大漆的身影，尤其在中国。在中国宽敞的室内，连富贵人家里，也见不到一件漆艺产品。“诗意地漆居”，离我们还有一段距离。但我想，漆性的“崇高”，也一定唤醒漠视大漆的群体，重塑大漆汉唐的辉煌。

最后，“诗意地漆居”，也是一种生活标准。在此，我想引用当代英国著名学者齐格蒙特·鲍曼（Zygmunt Bauman，1925— ）充满智慧的语言结语：“人类存在的适当与否，是通过特定社会的高尚生活标准来衡量的，不能依照这种标准，本身就是苦恼、痛苦和自我屈辱的来源。”所谓“诗意地漆居”，就是“高尚生活标准”：自然、静穆、单纯、诗意。现当代生态危机中的人的“苦恼、痛苦和自我屈辱”，就是破坏了这样的生活标准。在漆艺与生活标准上的优良“合作”，要数当代日本，日本漆艺产品之所以与高标准的漆艺相结合，主要是日本的化学工艺在世界上是很先进的；日本国家对传统手工艺十分注重它的现代化转换；日本民众也是十分爱漆的民族，从事漆艺的人数仅次于陶业；日本漆艺的多量生产与高低档并行的模式也是漆艺普及的原因。在日本的普通家庭，诗意地漆居，就是“高尚生活标准”的体现。

拓福人提醒，让我们“诗意地漆居”吧！在这样的漆居里寻觅漆艺的过去，实现漆艺的生活真谛，救赎失落的漆艺灵魂，追求美学的漆艺诗意。“拓福美学中心”将为“诗意的漆居”提供样板！

福建省拓福集团有限公司董事长 林云

2018年2月8日