

“一带一路”沿线地区

# 民间工艺美术的传播与交流

史荣利◎著

中国商业出版社

“一带一路”沿线地区

# 民间工艺美术的传播与交流

史荣利◎著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

“一带一路”沿线地区民间工艺美术的传播与交流 /  
史荣利著. — 北京 : 中国商业出版社, 2018. 7

ISBN 978-7-5208-0286-4

I. ①一… II. ①史… III. ①民间工艺—工艺美术—  
研究—世界 IV. ①J53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 116919 号

责任编辑:武维胜

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c\_book.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店经销

三河市铭浩彩色印装有限公司

\* \* \* \* \*

787 毫米×1092 毫米 16 开 16.75 印张 217 千字

2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

定价:68.00 元

\* \* \* \* \*

(如有印装质量问题可更换)

## 前 言

作为文明型国家,中国正在经历从内陆文明向海洋文明、从农耕文明向工业—信息文明、从地域性文明向全球性文明的转型。这是五千年来未有之变局,正在开创人类古老文明复兴与转型并举的奇迹。“一带一路”倡议的提出,充分展示了中国在全球化时代的文明自信与文明自觉。“一带一路”是全方位对外开放的必然逻辑,是文明复兴的必然趋势,也是包容性全球化的必然要求,标志着中国从参与全球化到塑造全球化的态势转变。

中国知识界的杰出人物蔡元培先生曾经说过:“艺术是唯一的世界性语言。”在中国几千年的文明史上,没有任何一种商品能像瓷器那样,改变世界的政治文化和人类的生活。因此,中国被称为“瓷器之国”毫不过分。瓷器,不仅仅是一种盛器,一种商品,还是促进世界文化交流推进文明进程的一种器具,一个行业。在其他工艺美术领域,沿着丝绸之路开展的工艺美术传播更是数不胜数,如16世纪之前,中国的蚕丝被商人运到叙利亚织成透明的薄绸;公元前4世纪坎特伯雷出土的一件中国铜器也是在罗马时代被带到英国的;美索不达米亚发现一块公元3世纪的织物残片,上面有中国典型的汉代图案,被认为是西方对中国艺术最早的直接模仿;14世纪在卢卡和威尼斯,中国的龙纹被用来装饰教堂祭服;18世纪欧洲模仿中国风格的艺术品成为洛可可装饰的一部分……“一带一路”背景下沿线地区及国家间民间工艺美术不仅仅作为一种商品,还作为一种文化传播媒介,通过自身的发展,进而相互影响与促进着。

本书共六章,分为两个部分,第一部分为第一、二章,探讨“一带一路”如何融通中国梦与世界梦,以及在此基础上研究民间工艺美

术传播与交流的内容、意义,“一带一路”上的东西方文化交流;第二部分为本书第三章至第六章,探讨“一带一路”的起点——中国民间工艺美术的传播与交流,并对亚洲、欧洲,以及近现代民间工艺美术的传播与交流展开分析。

本书撰写重点突出以下特色。

学术性。“21世纪海上丝绸之路”建设是中国重返世界舞台中心寻找话语权的努力,“海上丝绸之路”也被人们称之为“陶瓷之路”“香料之路”。本书着眼于中国新话语体系建立的宏观愿景——“一带一路”,探讨东西方的民间工艺美术的伟大成就,分析信息化时代下的民间工艺美术传承与开发。

科学性。本书综合运用史学、考古学、民俗学、传播学,以及自然科学手段进行定性、定量分析,为本书的科学性提供了重要保障。

参考性。本书在分析东西方民间工艺美术传播与交流等内容时辅以一定的说明性图片、图表进行呈现,可谓图文并茂,相信这种方式能对读者阅读与理解产生帮助。

东西方民间工艺美术的传播与交流博大精深、美不胜收。它拥有丰富的、高水准的文化积淀,以及影响世界的工艺水准和传世器具等。仅凭一部专著很难凌其顶、探其底。作者撰写这本《“一带一路”沿线地区民间工艺美术的传播与交流》,旨在提供一个较为科学、系统的东西方民间工艺美术传播与交流的框架,也希望能为东西方民间工艺美术传承与传播尽一份绵薄之力。

此外,本书的撰写借鉴和参考了部分专家的文章与书籍,从这些文章和书籍中作者受益匪浅,在此,对这些专家一并表示感谢。由于作者水平有限,著作难免存在不足之处,恳请老师、同道们斧正。

作者

2018年1月

# 目 录

第一章 概述 .....	1
第一节 “一带一路”背景下的民间工艺美术研究 .....	1
第二节 民间工艺美术传播与交流的意义 .....	9
第二章 “一带一路”上的东西文化交流 .....	11
第一节 古代新疆与丝绸之路 .....	11
第二节 唐代安西都护府与丝绸之路 .....	17
第三节 丝绸之路上的北庭 .....	23
第四节 古代中西的海上丝绸之路 .....	24
第五节 明代郑和的海外遗迹 .....	27
第三章 中国民间工艺美术的传播与交流 .....	35
第一节 服饰艺术 .....	35
第二节 民间娱乐 .....	78
第三节 生活用品 .....	97
第四节 织染工艺 .....	134
第四章 亚洲民间工艺美术的传播与交流 .....	153
第一节 古代印度 .....	153
第二节 古代日本 .....	165
第三节 古代波斯 .....	182
第四节 古代伊斯兰 .....	189

第五章 欧洲民间工艺美术的传播与交流 .....	195
第一节 家具工艺 .....	195
第二节 金属工艺 .....	201
第三节 陶器工艺 .....	205
第四节 织染工艺 .....	208
第六章 近现代民间工艺美术的传播与交流 .....	211
第一节 艺术与手工艺运动时期工艺美术 .....	211
第二节 新艺术运动时期工艺美术 .....	218
第三节 包豪斯时期工艺美术 .....	225
第四节 民间工艺美术的传承与保护 .....	231
第五节 信息时代的民族民间工艺美术 .....	251
参考文献 .....	261

# 第一章 概述

目前,全球一体化语境中的民族政治与民族文化主体意识正在积极建构中,而民间工艺和艺术遗产则以一种人文资源的形式被用于其中,同时,也被活用为当地的文化与经济的全新建构方式,这既对当地文化进行了重新塑造,也使经济增长点有了新的突破。

## 第一节 “一带一路”背景下的民间工艺美术研究

中国是欧亚大陆上的重要国家,也是向太平洋开放的海洋大国。长期以来,中国以灿烂的内陆农耕文化对世界文明产生了巨大的影响。党的十八大提出了中华民族全面振兴的宏伟目标,包括建设海洋强国。2013,年习近平主席提出以建设“一带一路”作为实现该宏伟目标的现阶段任务的重要战略构想。国家战略的转移需要新的理论、新的知识体系与新的话语体系,对于农业文明高度发达的中国而言,建设富有中国气质的、与海洋强国相适应的新知识体系、新话语体系、新理论更是刻不容缓。

中华民族的伟大复兴,通过什么渠道实现中国梦?中国崛起的关键阶段要通过什么样的主动性来建立国际话语权?中华民族的伟大复兴对人类文明有什么责任?建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”就是对这些问题最好的回答。<sup>①</sup>

---

<sup>①</sup> 王义桅.“一带一路”机遇与挑战[M].北京:人民出版社,2015.

“一带一路”倡议的重要内容包括政策沟通、设施连通、贸易畅通,以及创新贸易模式、发展跨境电子商务和其他新的商业业态;扩大服务业,开放区域服务业;加强金融监管合作,推动签署双边监管合作谅解备忘录,逐步建立有效的监管协调机制等。

另外,在教育领域,该倡议扩大国际学生规模、办学合作,提供1万个政府奖学金名额,中国深化与沿线各国人员的交流合作。充分发挥政党和议会的桥梁作用,加强沿途各立法机构、主要政党和政治组织之间的友好交流。欢迎国家智囊团在沿线开展联合研究、合作与论坛。

为此,本书希望建立一个与海洋强国相适应的新知识体系,探讨中国瓷器不仅仅作为一种商品,还作为一种文化传播媒介如何通过自身的发展,进而影响、改变世界。

从宋代到明末,中国的瓷器在世界上每到一处,就会掀起一股瓷器的热潮,并影响了当地人的生活方式、当地的文化,甚至改变了当地的制造业。世界上还没有第二种商品能在几百年的时间里长期做到这一点。今天,当一些中国人热捧一些世界名牌商品,比如美国的苹果手机、法国路易威登和香奈儿的手袋、德国奔驰和宝马的汽车,一掷千金地高价购买时,我们也会感叹什么时候中国的商品能成为全世界认可的名牌,能卖个好价钱。其实,在18世纪之前中国的瓷器就是这样的商品。

当蒙古人从整个欧亚大陆退出后,突厥人的一支后裔、奥斯曼人建立了横跨欧亚非的新帝国——奥斯曼土耳其帝国。1453年他们灭亡了持续了上千年的东罗马帝国,控制了欧亚非贸易的要冲——伊斯坦布尔(当时叫君士坦丁堡),土耳其帝国的国王也成为了当时西亚和东欧最有权势及财富的人。土耳其人对中国的青花瓷器有着特殊的喜好。他们用青花瓷盘作为清真寺和宫殿的装饰品。国王和贵族们不惜重金,购买了大量的中国瓷器作为日用品。我们今天或许认为瓷器是再便宜不过的东西,但是在当时中东和巴尔干最强盛的土耳其帝国里,能使用瓷器便是奢侈。他们的银币曾经是世界上最主要的流通货币,土耳其帝国的商

人带着白银来到中国购买瓷器、丝绸和茶叶，也带动了中国手工业的繁荣。感谢土耳其人的祖先对中国瓷器的钟爱，在他们昔日的皇宫，今天的伊斯坦布尔博物馆里，珍藏了一万两千多件中国元、明时期的瓷器，其中主要是青花瓷，包括一些非常珍贵的元青花。欧洲人对瓷器的了解要晚于中东和巴尔干人，虽然马可·波罗将瓷器介绍到了欧洲，但是很多欧洲人对他描述的这种神奇的盛器还是将信将疑。毕竟大部分国家的人没有见过，而眼见才为实。感谢一些无意间传播了文明的商人，他们将中国瓷器从中国经过阿拉伯和巴尔干地区运往欧洲各地，其中有一件元代的青瓷瓶途经匈牙利、意大利、法国和英国，最后来到了欧洲最西边的爱尔兰，这是有档案记载的最早到达西欧的瓷器。正是因为这件瓷器，让很多欧洲人相信马可·波罗所言非虚。但是当时，瓷器在欧洲属于可遇不可求的珍品，虽然在中国已经进入每个家庭的生活。我们今天很难想象没有瓷器用什么吃饭。这对中世纪的欧洲人来讲，确实是个大问题。从罗马帝国到中世纪结束的一千多年里，欧洲人吃饭用的盛器就没有什么变化。历史学家们借助计算机图像复原技术，复原了在米兰圣玛利亚感恩教堂里达·芬奇著名的壁画《最后的晚餐》里面的细节，发现画中使用的盘子是锡做的，而喝酒的杯子是玻璃做的。锡盘子有很多缺点：很软，也不耐磨，容易损坏。玻璃杯子装酒固然好，但是装不了烫的东西。

到了中世纪末期，欧洲尤其是意大利开始接触到来自东方的奢侈品。历史上有名的富商洛伦佐·美第奇有一天收到了一件贵重的礼物，这是一件来自中国的瓷器，是一位埃及苏丹送给美第奇的。美第奇从来没见过这么精美的瓷器，他非常喜爱，后来斥重金收罗了将近 400 件中国瓷器。

美第奇家族被瓷器这种漂亮的釉色和惊艳的工艺所吸引，这个家族最喜欢资助发明、艺术创作和革新，整个文艺复兴是他们家族赞助出来的。

于是，美第奇家族在 1575 年集中了地中海地区最好的陶匠，试图仿制中国的瓷器。他们实验了各种可能烧出白色瓷器的原

材料,包括黏土、蛋壳、玻璃,等等。很遗憾,当时还没有现代的化学学科,这些陶工不了解高岭土的成分,也没有办法达到 1250 度的窑温,因此,美第奇家族的瓷器仿制以失败而告终。但是,他们的努力带来了一个副产品——一种仿青花的陶器餐盘,今天成了佛罗伦萨传统的手工艺品,而且意大利的一些饭馆里还在使用。美第奇家族在大约 200 年间控制着欧洲的金融业,并和很多王室联姻。他们对瓷器在欧洲贵族中成为一种时尚起了很大的作用。当时的欧洲贵族热衷收藏中国瓷器,就如同今天中国的有钱人热衷收藏玉器一样。但是,那时世界上只有在中国能够买到瓷器,于是欧洲的商人们便不远万里来到了中国。

当时地中海和中东地区已经被奥斯曼土耳其帝国控制,欧洲人只能绕道而行。最先到达中国的欧洲船队是葡萄牙人,他们绕过好望角,先来到印度,然后在 16 世纪初来到中国。后来他们从明王朝手里租借了澳门,并且建立了货栈。愿意跑到两万公里以外的中国做生意的葡萄牙人不是很多,因此,葡萄牙的贸易公司也雇佣一些印度人来到澳门。这些印度人中,有一些人便在澳门成家生子,一代一代繁衍下来,直到 1999 年澳门回归中国之前,他们还在澳门做生意。这些人家都藏有不少当年留下来的中国贸易瓷器,有的人家至今还把这些瓷器挂在墙上作为装饰品。

这些瓷器见证了中国和欧洲之间的瓷器贸易历史。葡萄牙国王曾经用 260 件中国瓷器装饰了桑托斯宫的天顶,这表明在当时欧洲最富有的皇室眼里,瓷器是美和财富的象征。

我们今天感叹需要出口一亿双运动鞋才能从美国购买一架波音飞机,而在大航海时代的欧洲人购买中国商品何尝不是如此。1492 年,代表西班牙王国出行的意大利水手哥伦布发现了美洲大陆;1545 年,西班牙人在玻利维亚发现了银矿,第二年他们在墨西哥的萨卡特卡斯发现了更大的银矿,这个银矿至今仍然是世界三大银矿之一。在随后的 150 年里,他们从美洲带走了约一万六千吨(约五亿两)白银。这些白银,有三分之一用来购买中国的

货物,主要是瓷器和茶叶。对当时的欧洲人来讲,瓷器是财富和地位的象征;而对中国人而言,则让中国赚足了欧洲人发现新大陆后 150 年里的红利。在中国的海港城市泉州,商人们翘首期盼着从墨西哥驶来的西班牙大帆船队,他们用墨西哥产的白银高价换取中国的瓷器,然后再以大约六倍的价格卖给欧洲人。

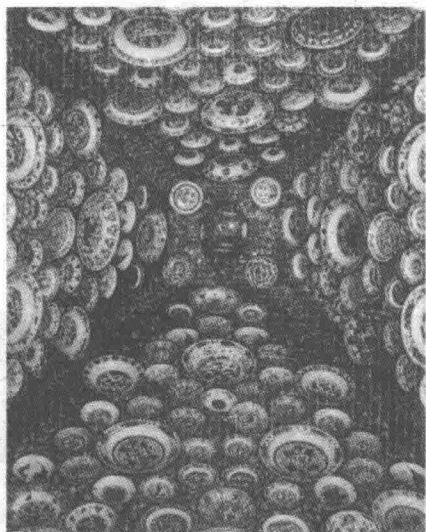


图 1-1 葡萄牙桑托斯宫的瓷器天顶

葡萄牙人和西班牙人结束了奥斯曼土耳其帝国对东方贸易的垄断。在 16 世纪,世界的贸易中心转移到了欧洲的伊比利亚半岛。西班牙的银币比索也取代了奥斯曼土耳其的银币,成为世界贸易市场的硬通货。但是,好景不长,1579 年,从西班牙独立出来的殖民地荷兰很快成了大航海时代的主宰。1602 年,荷兰和葡萄牙开始了争夺海权的荷兰—葡萄牙战争。

第二年,荷兰(东印度公司的)战舰在新加坡附近截获了葡萄牙的商船斯塔卡特尼娜号(Santa Catarina),并且以走私为名没收了船上的货物,包括大量的中国瓷器。荷兰人把这些瓷器拿到阿姆斯特丹和密德堡去拍卖,前来参加瓷器拍卖的,除了本地商人,还包括法国王室和英国王室的外交使节。通过这次拍卖,西欧和北欧的王室开始对中国瓷器产生了兴趣。随着荷兰对葡萄牙在军事上的胜利,荷兰夺取了葡萄牙在印度洋的很多航道的主导

权,并且开始在欧亚贸易中崭露头角。荷兰人在世界上建立了几十座贸易站,其中围绕中国的就有三座,它们是台湾地区的热兰遮城、日本的长崎和越南的河内。荷兰人在中国定制了专门销往欧洲的青花瓷器,这就是曾经垄断欧洲瓷器市场的克拉克瓷器(Kraak)。由于产量很大,现在这种瓷器在世界各地,甚至非洲的博物馆、古玩店和一些人家中都能找到。荷兰东印度公司从这些瓷器中可以获得300%的利润,因此,他们每年从中国大量订购瓷器,欧洲人的档案工作做得非常好,他们当年的很多订单现在仍能找到。比如在1614年,荷兰商船戈尔德兰号(Gelderland)一次就向中国订购了大约七万件瓷器,总价达到了11545弗洛林,约合今天的一百多万美元。



图 1-2 荷兰 17 世纪绘画中的克拉克瓷器

400年前,瓷器是欧洲了解中国的窗口。经过大航海时代,欧洲已经开放,和亚洲一起登上世界舞台。瓷器在当时是承载着中华文明的高科技产品,在欧洲是文明和财富的象征。瓷器上的中国人物和风景,大大增强了欧洲人对中国的好奇心,也使他们对古老的东方文明产生了一种崇拜之情。从那时起直到今天,在欧洲,还有后来的美国,中产家庭大都有一个带玻璃门的瓷器柜,里面展示着(不是擦着摆放着)各种瓷制的餐具,这种瓷器柜就叫China。如果一个顾客去欧美的家具店,说想买China,那不是要买瓷器,而是指买瓷器柜。家里没有瓷器柜,会被认为没有品位。



图 1-3 美国著名的家具品牌托马斯维尔制作的瓷器柜

对瓷器的热衷,民间尚且如此,上流社会就更显狂热。在贵族和王室成员的宫殿里,都设有专门的瓷器室,里面摆放着珍贵的中国瓷器,他们甚至在瓷器收藏上互相攀比。17世纪末,德国普鲁士国王腓特烈一世(Friedrich I, 1657—1713)是个瓷器迷。无论从数量还是质量上讲,他的收藏都是首屈一指。他还专为王后在宫殿里修建了一个豪华的瓷器室,以彰显普鲁士强盛的国力。而在同时期,他的对头、德国南部萨克斯公国的国王奥古斯都二世(Augustus II the Strong, 1670—1733)也把国家治理得空前繁荣,他对外向德国南部和波兰扩张,对内在首都德雷斯顿大搞建设,处处想压过腓特烈一世。奥古斯都二世在参观了普鲁士夏洛特宫的瓷器室后,决定建造一间更大的瓷器室,并陆续收集了两万 multiple 件中国的瓷器。他对瓷器的热爱可以说到了近乎痴狂的程度,他曾经以 600 名近卫骑兵从腓特烈一世手中换来了 150 个大型龙纹瓷缸。当然,更多的瓷器是他直接从中国买来的。欧洲的宫廷不仅使用和收藏瓷器,而且还或多或少地模仿东方的生活方式,其中最典型的的就是饮茶。很多国王都在自己的皇宫里建造了茶室,里面的绘画和雕塑的主题都与瓷器上描绘的中国人的生活一致,贵族们就

在这样的环境中享用中国的茶叶。在 17、18 世纪的欧洲,这种文化现象持续了很长时间。中国瓷器已经不仅仅是一种精致的商品,而且还是一种文化的传播媒介,成为一种文明的象征。

福建泉州是宋代对外贸易的中心,在这里中国的商人将瓷器装上远洋货轮,然后经过中国南海,穿过马六甲海峡一直到达印度尼西亚,即当时的爪哇国西部。从那里往西的印度洋是阿拉伯帝国的势力范围,往东的太平洋则是中国人的天下,这样印度尼西亚就成了双方货物的中转站。今天在印度尼西亚,依旧保留有很多宋代的青瓷。有两件小事可以说明在宋代当地的居民对这些漂亮的瓷器非常喜爱,甚至到了迷信的地步。第一件事是他们在祭祀中使用的是中国的瓷器,因为祭祀要用最好的器皿。第二件小事更有意思。很多宋代留下来的青瓷器都有缺口,问一下当地人才知道,当年的爪哇人相信漂亮的瓷器拥有魔力,于是他们把瓷器碾成粉入药了。今天,在印度尼西亚的一些药店里,依然在销售主要成分为高岭土的治疗痢疾的药。用 Google 搜索一下高岭土和痢疾这两个词的英文 Kaolin 和 Dysentery,就能找到很多用高岭土治痢疾的偏方,内容大多来自东南亚和印度。中国瓷器的输出,在无形中影响着世界一些民族的生活习惯。

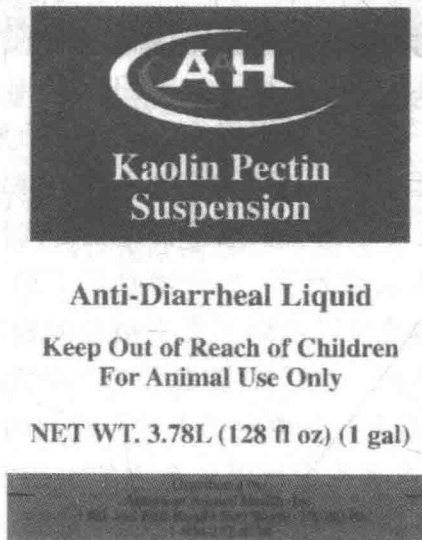


图 1-4 高岭土做的药

去印度旅游过的人都会注意到两个奇怪的现象。第一,在印度街头,今天依然能看到人们使用一次性的陶器,用完了就扔掉。这些陶器都是在城市郊区的农村当街用干牛粪烧制的,而制陶的黏土在印度随处可见,因此成本很低。为什么印度会有这样(不环保)的习惯呢?这跟印度的种姓制度有关。不同种姓之间是不能混用餐具的,否则就得扔掉。既然得扔掉,不如使用廉价的陶制杯子和盘子。第二个现象就是用沙子洗碗和盘子,大部分中国人不明白其中的道理。我在请教印度的同事后了解到,这和早期中国青瓷器有关。早期的青瓷器经过丝绸之路来到印度时,非常昂贵,以至于即使被不同种姓的人用了,主人也舍不得扔掉,而是用细沙擦洗一遍重新使用,这个习惯保留至今,虽然很多锅碗瓢盆是用不锈钢而非陶瓷制作的。在印度出土的早期青瓷器上,可以看到底部均留有被细沙打磨过的痕迹。

“21世纪海上丝绸之路”建设是中国重返世界舞台中心寻找话语权的努力,“海上丝绸之路”也被人们称之为“陶瓷之路”“香料之路”。因此,本书不仅着眼于中国新话语体系建立的宏观愿景——“一带一路”,探讨中国陶瓷艺术的伟大成就,分析中国陶瓷艺术如何影响世界的文明进程,同时也就其他民间工艺美术的传播活动展开探讨。

## 第二节 民间工艺美术传播与交流的意义

工艺美术与人类生活息息相关、紧密相连,在人类历史上始终有着特殊的地位。工艺美术,顾名思义是人类对物质材料进行加工处理,使其具有实用和欣赏价值的一门造型艺术。工艺美术的发生,首先是满足人类自身生活之需,然后上升至哲学、宗教、美学层面,是人类造物技艺与审美情趣的有机融合与体现,从而构成一个特殊的门类和学科。

工艺美术的活动渗透到人类衣、食、住、行等社会生活的各个

方面。手工艺制作的各类器物,不仅满足日常物质生活之需,同时也反映出人们的生活理想、审美趣味和历史性的生活方式,由此凸显出工艺美术具有实用性、生产性、创造性和审美性的特性。

不同历史时期的工艺美术品,不仅客观地反映出在不同时代里不同的制作技艺水平和造物设计审美观念,同时也与社会生产力的进步有着必然的联系。

在中华民族上下五千年文明历史中,工艺美术取得了灿烂辉煌的成就。在相当长的历史阶段中,许多物质生产力和手工艺技术水平都处于世界领先地位。在西方和东方各民族文化之间的交流融合中,中华民族在新石器时期的陶器彩绘、玉器雕刻等方面显示出民族文明的曙光,商周时代的青铜器,汉代的丝绸、漆器,唐代金银器,宋代的瓷器等都有规模宏大、技术精湛的历史,并以其精美的手工制作而著称于世,到了明清时期则更是进入了一个鼎盛时代。中华民族创造的工艺美术文化在世界工艺美术文化史中独树一帜。

毫无疑问,我们应该继承并发扬这份珍贵的民族文化遗产,使中华民族走向新的辉煌。