

高阳草木染的当代美学价值重构与品牌化创新路径研究

郭亚丛¹ 刘杰²

1. 河北工程技术学院, 中国·河北 石家庄 050091

2. 高阳县职业技术教育中心, 中国·河北 保定 071500

摘要: 在双碳战略与消费升级双重驱动下, 县域纺织产业集群正经历从量的扩张向质的跃升。本文以河北省高阳县为实证场域, 立足其纺织产业“高端化、智能化、绿色化”(以下简称“三化”)协同发展的现实语境, 聚焦省级非物质文化遗产“高阳草木染”的当代美学价值重构与品牌化创新路径。研究构建价值解码—设计转译—品牌活化的三层方法论框架: 在基础研究层, 从色、质、纹、意四个维度解码草木染的生态美学与不可复制性; 在创新实验层, 探索参数化纹样再生、绿色工艺标准化与数字纺织产品创新; 在战略应用层, 提出融入“高阳优品”体系的金字塔式品牌生态模型与三化协同机制。研究发现: 草木染作为绿色化的活态文化遗产, 可通过美学溢价与数字化赋能, 实现从产业边缘到品牌核心的战略跃迁, 为同类县域传统工艺的创造性转化提供可复制的“高阳方案”。

关键词: 草木染; 三化协同; 当代美学; 品牌化; 县域产业集群; 非遗活化

Reconstructing Contemporary Aesthetic Value and Branded Innovation Pathways of Gaoyang Plant Dyeing

Guo Yacong¹, Liu Jie²

1. Hebei University of Engineering Science, China Hebei Shijiazhuang 050091

2. Gaoyang County Vocational and Technical Education Center, China Hebei Baoding 071500

Abstract: Driven by the dual imperatives of the carbon-peaking and carbon-neutrality strategy and consumption upgrading, county-level textile industrial clusters are transitioning from quantitative expansion to qualitative advancement. Taking Gaoyang County in Hebei Province as an empirical site, this study is grounded in the practical context of the coordinated development of the textile industry toward "high-end, intelligent, and green" transformation (hereafter referred to as the "Three Transformations"). It focuses on the contemporary aesthetic value reconstruction and branded innovation pathways of Gaoyang Plant Dyeing, a provincial-level intangible cultural heritage. The research constructs a three-tier methodological framework of value decoding, design translation, and brand revitalization. At the foundational level, it decodes the ecological aesthetics and irreproducibility of plant dyeing from four dimensions: color, texture, pattern, and meaning. At the experimental level, it explores parametric pattern regeneration, standardization of green processes, and digital textile product innovation. At the strategic application level, it proposes a pyramidal brand ecosystem model that integrates into the "Gaoyang Youpin" (Gaoyang Premium Products) regional brand system, along with a synergy mechanism for the Three Transformations. The findings reveal that plant dyeing, as a living green cultural heritage, can achieve a strategic leap from the periphery of the industry to the core of branding through aesthetic premium and digital empowerment, thereby offering a replicable "Gaoyang Model" for the creative transformation of traditional crafts in similar county-level contexts.

Keywords: Plant dyeing; Synergy of the three transformations; Contemporary aesthetics; Branding; County-level industrial clusters; Revitalization of intangible cultural heritage

1 问题的提出

1.1 研究背景

2020 年中国提出“双碳”目标后, 纺织行业作为传统

制造业中的能耗与排放大户, 面临前所未有的绿色转型压力。中国纺织工业联合会数据显示, 行业正加快构建全链条、全生命周期的绿色低碳循环发展体系。

1.2 高阳纺织产业的“三化”转型与草木染的边缘化

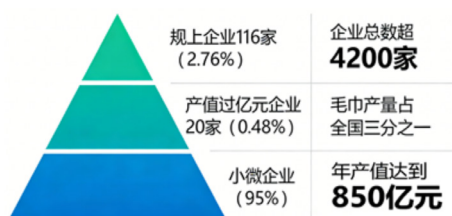


图1 高阳县纺织产业集群企业规模分布图（注：亿元企业为规上企业子集；数据来源：高阳县人民政府，2025）

高阳县拥有 400 余年纺织历史，享有“中国纺织之乡”“中国毛巾·毛毯名城”等称号。截至 2025 年，高阳县拥有纺织类中小企业 4200 家，规模以上工业企业 116 家，纺织业总产值达 850 余亿元，年产“三巾”35 万吨（折合毛巾约 50 亿条），毛毯 4.5 万吨，毛巾类产品全国市场占有率超 30%，产品远销 100 多个国家和地区。近年来，高阳县以高质量发展为引领，推动传统纺织产业走上高端化、智能化、绿色化发展之路。

在智能化层面，2023 年 7 月上线了“高阳纺织产业数字化服务平台/产业大脑”，培育永亮、图强、三利、宏润 4 个省级数字化车间，150 余家企业完成智能化改造，生产效率提高 20%，运营成本降低 15%。在绿色化层面，大力推动印染 V3.0 “零排放”工艺，投资 14.25 亿元建设生态印染产业园，22 家印染企业入园，实现“新鲜水零消耗+废水零排放”双零模式。在高端化层面，从贴牌代工走向自主品牌，柏立信代工 700 元的产品在欧洲售价达 800 欧元；田海涛团队推出“我家毛巾会唱曲儿”系列产品，扫码即可欣赏昆曲经典唱段。

然而，在产业整体跃迁的背景下，高阳草木染这一承载着四百余年纺织传统与独特工艺智慧的非物质文化遗产，却长期处于产业体系的边缘位置：未与“高阳毛巾”区域品牌及“高阳优品”体系形成强关联，未进入 4200 家企业的供应链体系，其文化价值与经济价值之间存在显著的转化断层。

高阳民间染织技艺始于明末，2006 年被列入河北省首批省级非物质文化遗产名录。草木染作为其核心构成，染料取材于植物根、茎、叶、花、皮等天然材料，涵盖绞缬、灰缬、夹缬多种传统染色技法。当地非遗传承人段惠自 2012 年接触草木染以来，恢复了蓼蓝、板蓝根、槐米、艾草、茜草、海州常山等百余种植物的染色技艺，打造了草木染文化园。然而，传承人的个体努力难以抗衡产业体系的结构边缘化，草木染仍停留在研学体验、文创小件等

点状应用层面，缺乏与县域纺织产业集群的系统性耦合。

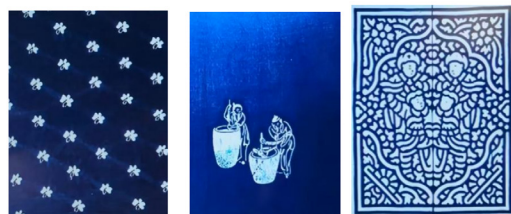


图2 传统印染工艺样例（绞缬、灰缬、夹缬）（图片来源：高阳棉花图纺织博物馆）

1.3 研究问题与方法

本研究聚焦以下核心问题：在县域纺织产业集群“三化”协同转型的现实语境下，高阳草木染如何通过当代美学价值重构与品牌化创新，实现从“被观赏的非遗”到“被消费的产品”再到“被认同的品牌”的三级跃迁？

研究采用多元方法整合路径：2025—2026 年间赴高阳县开展田野调查与文献研究，梳理产业“三化”政策、草木染非遗档案与国内外天然染料研究；在棉花图纺织博物馆开展田野观察与工艺记录，采集不同植物染材的色样与工艺文本；运用设计符号学方法进行纹样形式分析与解构。

研究遵循基础研究、创新实验、战略应用的递进逻辑，提出价值解码—设计转译—品牌活化三层方法论，并建立三化 × 三层协同模型。

2 草木染当代美学价值解码

本章从色、质、纹、意四个维度，系统解码高阳草木染的当代美学价值，建立与产业“绿色化”转型的价值对应关系。

2.1 色

高阳草木染的染料来源广泛，其色谱可归纳为五大色系：蓝色系（蓼蓝、菘蓝发酵打蓝染法）、黄色系（槐米热煮染）、红色系（茜草、红花媒染）、绿色系（艾草、乌桕叶）、褐色系（板栗毛壳、柿染日光氧化）。

草木染色彩的不可复制性源于三重变量：一为生物变量，植物染材受生长季节、光照时长、土壤酸碱度、采摘时机影响，同一植物在不同批次中的色素含量存在显著差异；二为工艺变量，染液浓度、浸染时间、温度控制、媒染剂配比等手工调节，使每次染色都成为独特的化学反应事件；三为时间变量，柿染等工艺依赖日光氧化，日照时长与空气湿度均会影响最终色效。

这种不可复制性在工业标准化逻辑中通常被视为缺陷，但在当代美学语境中却转化为独特价值：每件草木染作品具有唯一属性，满足了后工业时代消费者对个性化与本真性的深层渴求。

2.2 质

草木染的质不仅体现在视觉层面，更在于触觉感知。高阳草木染的载体以高阳土布（手工棉纺织物）为主，亦兼容麻、丝等天然纤维。土布采用传统手纺手织工艺，纱线粗细不匀、布面偶有棉结，形成天然的肌理感。染色过程中，植物单宁、黄酮类化合物与纤维素发生轻度交联，使织物手感更加柔韧，且随着使用时间的推移，色泽会逐渐呈现出温润的包浆感。

高阳草木染的独特之处在于其防染介质。高阳灰缬采用农家自制的黄豆面作为防染剂，用草木灰作浆料，染出的布匹质感鲜明、古朴典雅。这种手作温度在高端家居、文创礼品领域具有显著的溢价空间。

2.3 纹

高阳草木染涵盖灰缬、夹缬、绞缬三大防染技艺，形成完整的“纹”之谱系。灰缬以本地黄豆面防染为核心，并以草木灰作浆料，边缘呈独特毛边效果；夹缬以对称夹板夹压防染，图案多为吉祥纹样；绞缬（扎染）则呈现自然晕染花纹。

从符号学视角看，高阳草木染纹样包含三层编码：自然编码：扎染的晕染效果、灰缬豆面防染的随机肌理，均非人工精确控制，而是自然之手的参与；民俗编码：牡丹象征富贵、莲花象征纯洁、麒麟象征祥瑞，承载着高阳地区的民间信仰；工艺编码：黄豆面防染的毛边、草木灰媒染的斑驳，是特定工艺条件的痕迹，构成了不可伪造的地域性工艺符号。扎染的随机性流动、灰缬的边缘肌理、夹缬的对称图式，都为当代设计转译提供了符号资源与形式基础。

2.4 意

草木染的“意”不仅指向视觉美感，更指向深层的生态哲学。中国传统色彩观以五色对应五行，草木染的色彩取自自然、归于自然，完整体现了“天人合一”的生态智慧。高阳草木染传承人强调顺时而染：春染茜草之红、夏染蓼蓝之青、秋染柿实之褐、冬染板栗之赭，这种时序观与当代可持续时尚倡导的慢生产理念高度契合。

生态美学强调审美体验与生态伦理的统一。草木染的生态美学可从三个维度进行当代转译：时间维度上，四时之色将季节节律转化为产品叙事；空间维度上，在地之色将太行山及周边区域地理标识转化为品牌基因；伦理维度上，低碳之色以每千克产品对比化学染色可减少碳排放339克的碳足迹数据为背书，将生态责任转化为消费认同。

通过对草木染作品的视觉文化分析与审美体验阐释，

发现其自然色泽、手作肌理、不可复制性等特征，契合了后工业时代消费者对本真性与疗愈感的深层心理需求。

2.5 价值解码与绿色化映射

上述色、质、纹、意四维美学价值，与产业绿色化转型形成如下对应关系：

表 1 草木染美学维度与绿色化转型映射表

美学维度	核心价值	绿色化对应
色	自然色谱、不可复制、低碳属性	天然染料替代化学染料，降低碳排放
质	触觉肌理、手作温度	减少化学助剂，提升产品生命周期
纹	三大防染技法、地域性工艺符号	传统工艺活态传承，文化多样性保护
意	天人合一、顺时而染、在地性	生态伦理与可持续消费认同

3 设计转译与产品创新实验

3.1 纹样转译

基于上述形式分析，本研究提出传统纹样的当代设计转译策略，以设计学解构、重构方法论为核心，形成三条路径：其一，意趣抽象，提取扎染水波纹的流动韵律与灰缬豆面防染的随机肌理，通过简化、夸张、拓扑变形等设计手法，剥离其具体物象，保留其气韵生动之意，生成兼具东方意蕴与当代审美的抽象图形；其二，对称破形，在保留夹缬基本图式可识别性的基础上，引入适度的非对称、错位与留白处理，打破传统纹样的绝对均衡，赋予其当代视觉张力；其三，肌理转译，将黄豆面防染形成的独特毛边质感与草木灰媒染的斑驳痕迹，转化为数字印花设计中的可控渗化语言，实现手工温度与数字精度的美学对话。

3.2 草木染绿色工艺实验与低碳标准化

草木染从手作经验到可重复工艺的转化，是设计转译与产业对接的关键环节。本研究从设计方法论视角，提出草木染工艺的标准化路径并非对手工性的消解，而是对工艺语言的转译与规范，即将口传心授的隐性经验转化为可共享、可迭代的显性知识。在田野调查中，通过对高阳棉花图纺织博物馆非遗工作室染制过程的深度观察与工艺记录，梳理出草木染的核心工艺变量：染材的采集时令与部位、萃取的介质与火候、媒染的剂料与时机、固色的环境与时长。这些变量共同构成了草木染的工艺语法，其标准化不是追求工业化的绝对统一，而是建立可控的不确定性区间：在保留手工韵味的前提下，确保产品品质的基本稳定与生态属性的可验证性。

在生态属性方面，建议推出“高阳草木染生态美学认证”标识，作为“高阳优品”区域品牌的子认证体系，其

认证标准应涵盖染材来源的在地性、工艺过程的手工性比例、成品的生态友好度等维度，使“绿色化”从技术指标升华为文化叙事。

3.3 三大产品线创新实验

家居产品线：“四时之色”系列。以四季草木染色系为叙事主线，开发毛巾、浴巾、床品四件套等。四季分别以茜草红、蓼蓝青、柿染褐、板蓝根靛为主调，搭配相应防染纹样。工艺上采用草木染底色 + 数字印花图案的复合工艺，兼顾手作温度与图案精度。

文创产品线：“高阳染谱”系列。以可携带的非遗为定位，开发丝巾、香囊、茶席等轻量级文创产品。染谱丝巾以信息可视化方式呈现色谱与工艺图谱，附带二维码溯源。“草木染香囊”以艾草、薄荷、薰衣草等兼具染色与芳香功能的植物为染材，开发色香一体的草本香囊。

数字纺织产品线：“会唱曲的草木染”系列。延续永亮纺织品有限公司田海涛团队昆曲毛巾的创新思路，在织物中嵌入 NFC 芯片，消费者触碰即可触发数字内容与溯源信息。

3.4 设计转译与智能化

设计转译三个维度与智能化技术的对应关系如下：

表 2 设计维度与智能化技术对应表

设计维度	智能化对应	具体动作
参数化纹样	数字设计工具、产业大脑资源库	纹样数据库、云端共享
工艺标准化	数字化品控、低碳认证	参数优化、色牢度提升、碳足迹核算
数字纺织	物联网、NFC、二维码溯源	会唱曲的草木染、碳足迹可视化

4 品牌化创新与三化协同模型

4.1 品牌生态体系构建

本研究提出高阳草木染品牌生态体系的“四层金字塔”模型：

顶层为高端定制。面向高净值人群与收藏市场，推出大师手作系列，由传承人亲自染制，每件作品附带手写证书、染材标本、创作纪录片。家居类单价 2000—5000 元，艺术品类 1 万—5 万元。渠道为私人订制、艺术画廊、高端酒店联名。

第二层为品牌联名。与国内外设计师品牌、文化 IP 开展联名合作。参考山东“青云染”将非遗传承技术应用到文创产品开发中的成功路径，高阳草木染可探索与“例外”“生活在左”等品牌联名，或与河北博物院等文化 IP 合作。

第三层为标准产品。面向大众消费市场，推出高阳草

木染标准产品线。通过手工染底色 + 数字印花 + 扫码溯源的复合工艺控制成本。家居类单价较普通产品高 50%—80%，文创类 100—500 元。渠道为“高阳优品”旗舰店、电商平台、文旅景区。

第四层：体验经济。面向研学与文旅消费者，在棉花图纺织博物馆、布里留法工艺学校景区设立草木染体验工坊，提供从采摘到染制的全程参与式体验（198—598 元 / 人）。这一层不直接产生产品销售收入，但承担品牌教育、用户培育、内容生产的战略功能。

4.2 融入“高阳优品”区域品牌

“高阳优品”已建立高于国家和行业标准的优品标准体系与“一品一码”溯源系统，并于 2025 年入选工信部首批中国消费名品区域品牌。草木染融入该体系需完成三项对接：

标准对接。制定《高阳草木染优品标准》，明确染材来源（限定高阳本地及太行山区域植物）、工艺规范（手工萃取比例 ≥ 30%、化学媒染剂禁用清单）、色牢度指标（耐洗 ≥ 3 级、耐光 ≥ 4 级）、碳足迹上限（≤ 10kg CO₂ e/kg 布）等。

溯源对接。将草木染产品纳入“一品一码”系统，扫码可查看染材溯源、碳足迹数据与传承人信息。

渠道对接。在柔软市集设立“高阳草木染”专区，借助电商平台开设草木染品类频道。

4.3 美学溢价机制

高端化的本质是“美学溢价”的实现。本研究提出三阶实现路径：一阶功能溢价（+30%—50%），以天然无害、抗菌养生等功能性卖点实现初级溢价，如艾草染毛巾兼具染色与抗菌双重功能；二阶文化溢价（+60%—100%），以非遗传承、手工温度、地域文化等叙事实现中级溢价，关键在于讲好高阳纺织从近代工业化到回归传统草木染的文化叙事；三阶身份溢价（+100%—200%），以可持续生活方式、文化身份认同等符号价值实现高级溢价，目标用户不仅是购买一条毛巾，更是购买一种与自然共生的生活态度。

4.4 社群化与数字化营销

传承人 IP 化运营。段惠可作为“高阳草木染”的核心 IP，在抖音、小红书等平台开设账号，发布一日一染系列短视频，记录不同季节的染材采集、萃取实验，展现真实的传承人生态。建立“高阳草木染爱好者”社群，定期举办线上云染课、线下采染游，构建从观众到粉丝到共创者的用户成长路径。

数字化营销工具。开发“高阳草木染 AR 试色”小程序，用户上传家居环境照片即可虚拟预览搭配效果；建立用户绿色账户，将消费行为转化为可持续生活方式的游戏化参与。

4.5 三化协同机制

本研究的核心理论贡献在于构建“三化 × 三层”协同模型：



图 3 高阳草木染“三化 × 三层”协同创新框架图

绿色化—价值解码：草木染的生态美学为产业绿色转型提供了文化合理性与独有的消费叙事，使绿色化不仅是技术合规要求，更成为品牌差异化资产。

智能化—设计转译：产业大脑的数字化基础设施为草木染的当代设计转化提供了技术支持，使传统手作得以接入现代设计生产体系。

高端化—品牌活化：“高阳优品”区域品牌的升级为草木染提供了品牌背书与渠道入口，而草木染的文化溢价又反向提升了“高阳优品”的品牌厚度，形成区域品牌 + 子品牌的共生关系。

在组织层面，建议成立“高阳草木染产业联盟”，整合传承人、数字化车间、电商与文旅四类主体，形成垂直分工体系。

5 结论与展望

5.1 主要结论

第一，草木染具备与产业“三化”转型深度耦合的战略价值。高阳草木染不仅是省级非物质文化遗产，更是绿色化的活态文化资产、智能化的数字设计资源、高端化的品牌溢价载体。其色、质、纹、意四维美学价值与产业转

型需求形成精准对应。

第二，价值解码—设计转译—品牌活化三层方法论具有可操作性，从基础研究到创新实验再到战略应用，构建了完整的转化通道。

第三，三化协同机制是县域非遗活化的关键制度创新。单一维度的保护或开发均难以突破非遗边缘化困境，唯有将传统工艺置于产业集群转型的整体框架中，通过绿色化赋义、智能化赋能、高端化赋值，才能实现文化价值与经济价值的协同放大。

5.2 未来展望

随着人工智能生成内容（AIGC）技术的发展，草木染纹样的创新设计将迎来新的可能性；随着区块链技术的成熟，产品的溯源与版权保护将更加可靠；随着碳交易市场的完善，草木染的相对减排与低碳价值有望转化为量化的经济收益。高阳草木染的当代转化，不仅关乎一项非遗的生死存亡，更关乎中国县域传统产业如何在“三化”协同中实现“以文化人、以文兴业、以文润城”的深层命题。

参考文献：

[1] 王文章. 非物质文化遗产概论[M].北京：文化艺术出版社，2006.

[2] 王越平. 回归自然——植物染料染色设计与工艺[M]. 北京：中国纺织出版社，2013.

[3] 高阳县人民政府. 高阳县 2024 年国民经济和社会发展统计公报[R]. 2025.

[4] 高阳县人民政府. 高阳县纺织产业高质量发展三年行动计划 (2024—2026 年) [Z]. 2024.

[5] 中国纺织工业联合会. 纺织工业提质升级实施方案 (2023—2025 年) [Z]. 2023.

[6] 中国纺织科学研究院. 植物染纺织品全面实现可溯源双碳目标下助力行业品牌发展[EB/OL]. 2023-03-31.

[7] 于榕. 草木染技艺在室内空间设计中的活态传承[J]. 印染, 2024, 50(05): 106-109.

基金项目：本文为中国工艺美术学会 2025 年度工艺美术科研课题理论类一般项目；编号：CNACS2025-B-I-37。