

当代“礼文化”需求下中式婚礼产品的设计开发——以国家图书馆“花开月圆”合卺葫芦杯为例

□ 刘慧雅 国家图书馆国图创新有限公司

□ 王萌萌 参考咨询部知识产权信息服务组

中国作为具有深厚底蕴的礼仪之邦,历经千载岁月变迁,形成了众多极具文化内涵的礼仪制度。伴随着传统文化走入人们日常生活,特色鲜明的“礼文化”应运而生并融入到人生礼、节日礼等礼仪中,彰显着中华文明强大的生命力和创造力。从属于“五礼”并作为其重要组成部分的婚礼,自古以来便被视为人生大喜,包含着人们对新婚生活的殷切期待和诚挚祝福。时过境迁,婚礼的受重视程度和仪式感始终未变。婚礼产品作为仪式过程中不可或缺的一部分,随着文化生产力的日益发展,人们审美力的提升,在沿袭传统文化的基础上,需要寻求新的突破。

一、中式婚礼仪式与婚礼产品

经市场调研,目前市面上婚礼属性的产品,主要的购买人群为筹备婚礼的新人,以自用为主,产品包含传统吉服、喜烛、灯笼、庚帖等传统的婚礼产品^①,这些产品在理论层面体现了中国的传统婚俗文化,在造型上也灵活多变,具有丰富的艺术魅力,但从产品品类上和消费场景上,创意不足,聚焦于送礼人群的婚礼礼品较少。

基于以上现状,为能设计出承载着华夏民族的礼俗文化和真挚情谊的婚礼产品,笔者查阅了国家图书馆藏《仪礼·士昏礼》《礼记》《衮史》等古籍,从中了解古代传统婚仪习俗。古代婚礼又称“昏礼”,于黄昏时举办,包含新妇转席、却扇之礼、同牢共食、合卺而饮等环节。花盛开,月圆满,愿佳偶良缘永结,恩爱百年。因此,中式婚礼系列产品取名“花开月圆”,寓意幸福美满婚姻生活的开始。

以古代婚礼仪式为设计灵感,国图文创推出了“花开月圆”系列合卺葫芦杯,用典雅的美器,再现了千载华夏婚礼中的婚礼仪式。

“花开月圆”合卺葫芦杯设计开发过程

葫芦合卺杯的设计灵感来源于“行合卺礼,饮交杯酒”的婚礼习俗,用之于当代中式婚礼之中,具有一下几个特点:

(一) 以古籍为媒

现在的婚礼仪式上,总少不了夫妻共饮交杯酒的环节。其实,交杯酒作为中国婚嫁的传统习俗,于《礼记》一书中已有所记载。交杯酒还有个古雅好听的名字叫做“合卺”。

“卺”,本指瓢。将瓠(葫芦)一分为二,就有了两个瓢,成了中国早期的合卺杯(图1)。古人云“合卺而酳”,即新婚夫妇各执一卺并盛酒对饮^②。

^① 张量:《文化自觉与儒家婚礼复兴》,《长沙民政职业技术学院学报》2018年第4期,第142—144页。

^② 钟漫天:《合卺之礼——〈中华婚俗文化〉》,《艺术设计研究》2017年第2期,第27—35页。



图1 中国早期的合卺杯

随着时代变迁，合卺之礼也随之改变。南北朝时期的人们会将瓢把以金银锁或五色彩线相连。唐宋时期，瓢逐渐被替换成酒杯。孟元老在《东京梦华录·娶妇》中写道：“互饮一盏，谓之交杯酒。”自此，合卺的另一个名字“交杯酒”被更广泛地流传下来。明清时期皇家娶亲也将合卺礼视为重要仪式，《明史》中说，皇太子纳妃所用合卺，依照古时制度以瓠为器具。

以古籍为媒，花开月圆葫芦合卺杯，呈现了中式婚仪的古典韵味，诠释华夏民族的浪漫与温情。愿天下有情人终成眷属，结锦绣良缘，秦晋之好。

（二）设计之精美

1、葫芦双杯，祝福绵长

古代合卺礼中使用的瓠（葫芦）是一种非常苦涩的植物，用来盛的酒是苦酒。所以，在婚礼中夫妻用一分为二的葫芦作为容器来饮合卺酒，不但可以象征夫妻二人合二为一，从此百年好合，而且也有让新娘新郎同甘共苦、相互扶持的意思。正如《礼记》所说：“共牢而食，合卺而醑，所以合体，同尊卑以亲之也”（图2）。由此可见，用葫芦为容器饮交杯酒并不是一种偶然，更不是随意为之，它蕴含了古人对新郎新娘的无尽的美好祝愿。除此之外，由于葫芦天生多籽，婚礼中也多用葫芦来表示多子多福的新婚祝福。

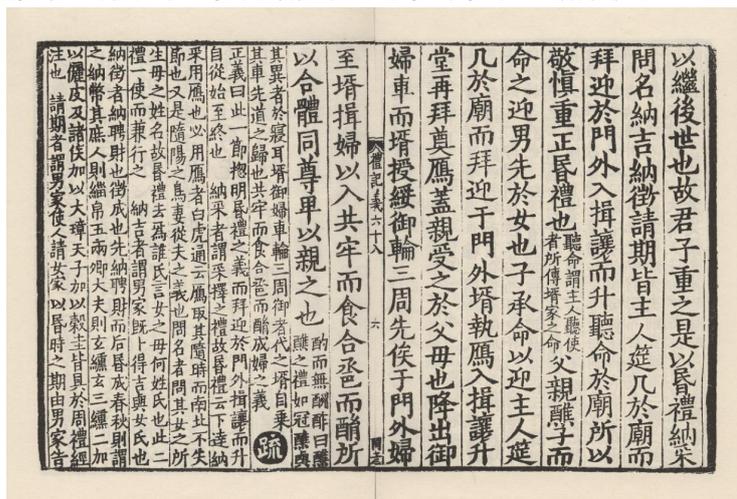


图2 礼记正义七十卷 （唐）孔颖达撰

宋绍熙三年（一一九二）黄唐两浙东路茶盐司刻宋元递修本 国家图书馆藏

“花开月圆”合卺葫芦杯设计之初，选择葫芦双杯的造型，在深化设计的过程中，出现造型单一的问题，因此，笔者又从国家图书馆藏《芥子园画传》找到了精美的“芍药花”图案（图3）。“多情红药待君看”（宋·韩元吉《浪淘沙·芍药》），芍药花自古有情有所钟、难舍难分、真诚不变的美好寓意^①。将葫芦和芍药花结合，组成婚礼中最特别的结情之约。



图3 芥子园画传五卷

清康熙十八年（1679） 李渔刻彩色套印本 国家图书馆藏

2、彩丝系定，良缘永结

早在南北朝时期，人们就将合卺礼中的两个瓢以金银锁或五色彩线相连，寓意“千里姻缘一线牵”^②。在“花开月圆”合卺葫芦杯上使用丝线相连，让两杯子在空间上产生关联。为保证举杯时，两位新人之间距离合理，绳子设计为半米长，如此长的红绳，直接呈现出来显得有些简单，因此，笔者选择在绳子中间增加同心结的设计，保证了产品的美观，又表达了良缘永结的祝福（图4）。

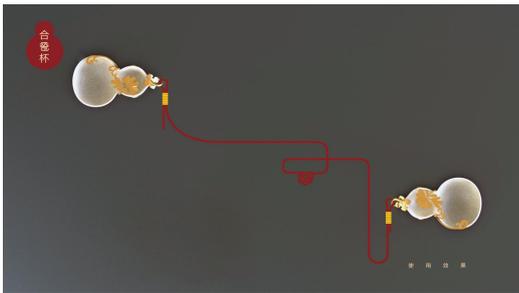


图4 “花开月圆”合卺葫芦杯上使用丝线相连，绳子中间增加同心结的设计

（三）制作之优良

1、精美杯型，精致美器

^① 宋焕芝、于晓南：《中西方芍药花语及其景观应用》，《中国风景园林学会、中国风景园林学会2011年会论文集》（下册），北京林业大学，2011年。

^② 陶绮雯：《陶瓷实用艺术作品著作权和外观设计专利竞合保护解决》，《佛山陶瓷》2023年第10期，第75—78页。

“花开月圆”合卺葫芦杯诗意的再现了典籍中记载的葫芦双杯，造型复古别致，秀丽精雅。杯身选择陶制，冰心玉润，具有古韵悠然的质感。杯子外壁选择上烛下红妆的大红色，色泽纯正，喜庆与典雅融为一体，色泽纯正，尽显东方之美。

两个单杯在美感上单一，使用时葫芦一头高一头低，因此增加金属芍药花纹样，美化杯子的同时，巧妙的通过芍药花的藤蔓作为杯子的支撑，让杯子前后高度平衡，在桌面可以平稳站立。芍药花纹选择黄铜镀真金的材质工艺，红金两色彰显富丽华贵，极具观赏性和收藏性（图5）。

“花开月圆”合卺葫芦杯如此多的细节，全部完美呈现，也得益于在香港从业几十年的老师傅们亲自把关，匠心制作。



图5 杯子增加金属芍药花纹样和藤蔓支撑

2、苏窗托盘，雅穆极简

中式婚礼是注重细节的礼仪，“花开月圆”合卺葫芦杯，为增加使用的仪式感，附送一个苏窗木托盘盛装合卺葫芦杯。托盘选择胡桃木的实木材质，与杯子一样具备高颜值和高品质。合卺葫芦杯在合卺礼的最后一个流程是，需要将两杯对放，合二为一，以丝线绑定，一仰一合放置于托盘之上，寓意夫妻同心合体，天造地设，白头偕老（图6）。



图6 两杯对放，合二为一，以丝线绑定，一仰一合放置于托盘之上

3、祝福贺卡，永结同心

“花开月圆”合卺葫芦杯主打婚礼礼品，产品中附有花开月圆贺卡一张，贺卡两端绑定红绳，缓缓打开贺卡，红绳系为同心结，贺卡上写有古文祝福词：“赤绳系定，白头永偕；合卺同心，福禄相连；凤凰于飞，花好月圆；贺尔新婚，琴瑟百年”。简短的32个字，蕴含了对新人最真诚的祝福（图7）。



图7 花开月圆贺卡两端绑定红绳，缓缓打开贺卡，红绳系为同心结

4、合卺而酌，仪式美学

合卺葫芦杯作为婚礼酒器，单杯容量设计为25ml。而两杯合起来为50ml，刚好为一两的容量，寓意两两为半，合二为一。

5、精美包装，天造地设

“花开月圆”合卺葫芦杯为套装礼盒，包含合卺葫芦杯一对，苏窗木托盘一个，花开月圆贺卡一张，还有合卺礼介绍册一份。礼盒包装为天地盖形式，上下两层的结构，按照合卺礼流程，放置产品，让使用更具有仪式感。盒面采用葫芦造型镂空芍药花叶纹为主形象，以丝网印金的工艺印有“花开月圆”产品名及“鸳鸯于飞，毕之罗之”“君子万年，福禄宜之”等《诗经》中描绘爱情婚姻的诗句（图8）。



图8 “花开月圆”合卺葫芦杯礼盒

（四）原创的外观专利

国图文创作为创新性团队，在产品的研发中很重视原创性。2022年6月，在“花开月圆”合卺葫芦杯套装定样后，国图文创团队就“葫芦对杯（芍药纹）”申请了外观设计专利。经国家知识产权局的审核，于2022年10月，授予北京国图创新文化有限公司专利权，颁发外观设计专利证书并在专利登记簿上予以登记。

“葫芦对杯（芍药纹）”外观设计专利的取得，不仅区别于市面常规婚礼产品同质化竞争，填补了原创性合卺礼礼仪产品的空白，还使得国图文创团队的创新价值、品牌价值及在文创行业的核心竞争力有所提升^①。

三、“花开月圆”系列产品成功经验总结

合卺葫芦杯2022年11月2日上线，2022年双十一活动期间销量爆发，随后持续增长；到2023年底，销售量为6320套，销售额400多万，成为国图文创的高客单价优质爆品，这也奠定了国图文创涉足婚礼礼品赛道的基础。2023年，国图文创先后推出“花开月圆”中式婚礼套装、“灵鹊兆喜”等婚礼文创产品，也取得较好的销量。以合卺葫芦杯的成功为例总结经验，其具有以下几个特点。

（一）精准的人群及使用场景

1、可送人的结婚礼物

中国古来被称为“衣冠上国，礼义之邦”，人与人的交往注重“礼尚往来”。婚礼是人生中的一件大事，在这个特殊的日子，送上一份特别的礼物是对新人最好的祝福。合卺葫芦杯寓意美好，仪式感强，包装尺寸得体，拿得出手，是亲友闺蜜婚礼礼赠佳品。（图9）



图9 包装尺寸得体，是亲友闺蜜婚礼礼赠佳品

2、可自用的中式婚礼产品

^① 陶绮雯：《陶瓷实用艺术作品著作权和外观设计专利竞合保护解决》，第75—78页。

现在越来越多的年轻人认可传统礼仪，选择中式婚礼的形式完成人生大事。“合卺礼”作为中式婚礼中重要环节，合卺葫芦杯既可以作为婚礼仪式道具使用，又因其重要的爱情见证，可以作收藏品、装饰品永久留念。

（二）超高辨识度

1、造型别致，款式差异化显著

在众多常见的婚礼器具类礼品中，合卺葫芦杯造型突出，属于传统中式风格，设计新颖，做工精致，差异化显著。

2、高颜值，一见钟情

目前市面上的“合卺礼”道具，均为真实的葫芦植物简单加工而成，而“合卺葫芦杯”选择葫芦造型加芍药花装饰，更具有美感和文化属性。

（三）高品质

1、做工精美，好评率高

在国图文创电商平台，这款产品好评众多，其中出现频率最高的词语为“精致”。可以看出，经过市场检验，消费者对产品的做工认可度很高。

2、重要日子搭配高端产品，价格能接受

婚礼作为高消费的场景，合卺葫芦杯 666 元的售价，无论是自用还是送礼，都在人们对婚礼产品的消费能力之内。再加上其可在婚礼重要仪式中使用，合卺葫芦杯成为了高性价比的婚礼产品。

（四）低竞争

1、竞店无类似产品

在合卺葫芦杯推出之前，很多文博系统文创店，都鲜有婚礼系列产品销售，更没有针对中式婚礼仪式设计开发的产品。合卺葫芦杯在竞店中脱颖而出，成为了独一无二的存在。

2、本店高客单价产品少

过去，国图文创的产品客单价两级分化严重，一大部分产品为三百元以下的中低客单价产品，另一小部分为千元以上的高客单价的复仿品。缺少三百至一千元之间客单价的产品，对应的就是消费者高客单价送礼需求的空缺。合卺葫芦杯的出现刚好填补了这一部分的缺失，也使其在这一段客单价具有低竞争的情况。

（五）独特的文化内涵

传统的结婚送礼习惯，人们选品以单一的实用属性为主要需求，小家电、家居用品、床品等成为婚礼礼品首选。但是，这类产品往往缺少文化属性，合卺葫芦杯以中国传统婚礼礼仪为基础进行设计开发，因此，具备独特的文化内涵。

中国传统礼仪文化经过几千年的发展与继承，形成了独特的东方文化审美。国家图书馆“花开月圆”中式婚礼系列产品的成功，充分说明了好的中国设计是与传统文化密不可分的。国图文创团队以此为契机，更多的提炼传统礼仪文化的审美元素和本质特征，与现代设计有机结合，衍生出“礼出东方”这一“礼文化”品牌，真正形成具有中国特色的新时代礼仪产品品牌，使中国传统礼仪文化在新时代焕发生机。