

花文化发展及杜鹃红山茶的文化策划

吴刘萍¹, 杨小香², 黄艳娜¹

(1. 广东海洋大学 农学院, 广东 湛江 524088; 2. 阳江市城市综合管理局, 广东 阳江 529500)

摘要:花文化是花卉产业化发展的动力。通过不同语境下花文化发展特性及发展方式的研究, 提出名花文化、乡草文化、花语文化、伦理文化 4 种类型及花文化发展的自发休闲方式和自主商业方式。以此为基础, 结合产业化发展要求, 提炼出中国特产野生花卉杜鹃红山茶的文化基因, 并进行文化策划。

关键词:花文化; 文化发展; 文化策划; 杜鹃红山茶

中图分类号:S68 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-2767(2013)02-0090-04

花文化是基于对花卉生物学特性和生态习性认识的基础上, 由对花物态的观赏、应用, 上升为精神层面, 进而形成一种社会普遍认同的观念^[1]。陈俊愉院士曾提出: 花文化是中华花卉业的宝贵财富及发展主动力, 把发展民族特产花卉提升到弘扬民族文化的高度, 是 21 世纪我国花卉业发展的主方向之一^[2]。我国蕴藏着十分丰富的花卉资源, 常被赞誉“世界园林之母”^[2]。但目前我国民族特产花卉, 特别是野生花卉资源的开发利用、产业化发展显著不足, 大多数原产种类尚没有应用于商品生产或园林绿化建设中^[2-3], 这有科学技术等诸多原因, 也反映了我国现阶段花文化发展的困境。在深厚传统花文化底蕴的基础上, 如何适应新时代特点, 发挥花文化的发展动力, 促进我国特产野生花卉的产业化进程, 具有十分重要的现实意义。

1 花文化发展特性

随着时代语境的变迁和花卉的不断开发创新, 与文化本身的发展一样, 花文化呈现出传承与发展的动态变化。

1.1 传统语境下的花文化

传统语境下的花文化以农耕文明为社会基础, 随着花卉与生活关系的日益密切, 不断地被注入人们的思想和情感, 不断地被融进文化与生活的内容, 从而形成了一种与花卉相关的文化现象和以花卉为中心的文化体系^[4-5]。概括而言, 包容

着文人语境下的名花文化、民俗语境下的乡草文化, 带有很强的民族性和地域性。

1.1.1 文人语境下的名花文化 传统花文化具有厚重的审美价值、饱含高度的道德内涵, 是文人文化的独特表现^[5]。如宋立中在归纳江南士人鲜花品鉴时, 归类为美人论、君子论、品第论、朋友论、客人论和异端论, 通过花文化为媒介, 构建文人阶层闲雅的休闲文化及生活哲学^[6]。文人语境下的花文化重点表现为传统名花文化, 如兰的高雅圣洁、梅的坚贞不屈、荷的清静不染等。名花文化历经时空演变, 与诗词歌赋、风景园林和生活民居等相结合, 成为寄托人生理想、情趣、追求的载体, 抽象成为符号及文学意象, 进而沉淀成民族审美意识, 反映民族的精神灵魂。

1.1.2 民俗语境下的乡草文化 辽阔的幅地、植物资源及民俗的多样性, 使花卉利用呈现多元性, 这种多元性与民俗俚语相关联, 渐成为社会习俗, 表现为具有明显地域特征的乡草文化。以广东为例, 粤语谐音文化与求吉求利的民俗, 形成春节“插桃花、摆金桔”的传统习俗, “桃、图”“桔、吉”同音, 红桃“宏图大展”和金桔的“金吉”吉祥招财含意, 使其成为贺岁的重要花品。乡草文化关注于实用性, 食用、药用等。如端午插艾由药用转为民俗, 而为应对岭南炎热气候的五花茶(金银花、菊花、水翁花、木棉花和鸡蛋花)融入了广东凉茶文化。乡草文化也关注心理感应, 如植物崇拜、植物礼仪和植物祝福等; 如佛山传统的“行通济”习俗中, 人们手捧“生菜”祈求生财吉祥; 粤西民众取带叶胡萝卜红茎翠丛的外形, 喻为“红红火火”, 成为春节家中的必备供品。乡草文化是民间智慧的俗文化, 反映了民众的祝愿和祈望。

1.2 现代语境下的花文化

现代语境以市场经济和生态文明为社会基

收稿日期: 2012-12-03

基金项目: 广东省高等学校本科特色专业建设点资助项目(2010189); 阳江市农业攻关计划资助项目(2011027)

第一作者简介: 吴刘萍(1972-), 女, 江西省萍乡市人, 硕士, 副教授, 从事园林植物应用及景观恢复研究。E-mail: wuliu72@163.com。

础,花卉成为重要的商品,走上产业化发展之路。花文化“超越本土”、卷进新的时空序列,融入到全球化的商业语系。同时,又基于生物多样性保护、特有资源的开发,“回归本土”,融入生态语系之中,形成人与自然的特色伦理文化。从而,形成包括商业语境下的花语文化、生态语境下的伦理文化,带有强烈的功利性和科学性。

1.2.1 商业语境下的花语文化 批量生产、易于流通、快速传播的商业化运作以及全球化的商业氛围,使花文化与商业消费心理相结合,引领消费。从而,在传承名花文化和乡草文化的基础上,以大宗切花、盆花等商品为主,形成以花相为主体的系统商业花语,通过物态的观赏性表达商业的功利性。如大花蕙兰因花朵雍容华贵,象征着丰盛、祥和;凤梨因色彩鲜艳,叶色美丽,寓意财运高涨,这些市民喜闻乐见的“福、禄、寿、喜”等花语,成为市井文化的有机部分。同时,现代花语在传承中创新,依据商品特性细分,如传承“爱情”的玫瑰(现代月季),依其色彩、品种及商品组合,细分为系列语言;富贵竹依托“花开富贵,竹报平安”,培育塔式“开运竹”“花篮竹”“清水翠竹”及“弯竹立花”等不同类型商品,以对应多元的商业活动。

1.2.2 生态语境下的伦理文化 全球化的商业运作与乡土化的资源开发,是现代语境下花文化的时空特征。乡土野生花卉资源的开发,是生态文化的表型,表现了生态语境下“人与自然”的伦理,表达生物多样性保护的本质内涵,成为自然、本土的代言。如澳大利亚最重要的乡土野生木本花卉西澳蜡花(商业名:“淘金彩梅”),南非的帝王花、珍殿花、蓝百合等特色花卉,不仅分别成为该国主导性的出口商品花卉,也是其本土花卉资源及其多样性的代名词。新花卉物种及品种的特有新奇,还满足了商业文化猎奇的特质,表现为立足本土“全球战略”和放眼全球“本土实践”的有机结合,以色列的花卉业正是通过不断引进与开发各地的野生花卉资源,不断充实新种类,成就其花卉产业的世界地位。从而,作为生态伦理文化的载体,具有特殊观赏价值的野生花卉资源、具有重要育种潜在价值的关键花卉种类的开发成为世界花卉新品种发展和推动整个花卉产业发展的源动力^[3]。

2 花文化发展方式

2.1 自发的休闲方式

传统语境下的花文化以自发的方式,经历了

漫长的历史发展过程,通过诗词歌赋、风景园林、生活装饰和民俗节庆等载体,与整体文化相融发展,成为传统文化特殊组分^[5]。如我国传统名花牡丹,在中国的价值和寓意已经远远超出了其作为物质层面的植物品种本身,有关牡丹的诗词、绘画、文学、雕塑、音乐和戏剧等表型成为牡丹文化的重要内容,源远流长^[7]。从而,花文化虽在客观上促进了传统花卉的发展,但主观上并不以花卉产业的发展为目的,休闲为其主要特征。

2.2 自主的商业方式

现代语境下的花文化与产业化发展紧密相关,通过自主策划,建立相互支撑的理念、行为和视觉系统,利用多元的载体和媒介、全球性的信息和交通网络,迅速传播,推销观念、意识及产品,以商业的方式促进产业发展。文化发展必须与商品化、生态化相结合,具体包括品牌形象、媒介推广和生态保护等方式。

2.2.1 品牌形象 品牌形象集合图像、概念及意识,是商业文化的核心。借鉴商业模式,花文化不仅通过物态系列产品,还通过设计文化载体,包括专类园、标识和艺术品等,展现花卉文化内涵,集合为品牌形象。如卓锦·万代兰(胡姬花),1983年确立为新加坡的国花,成为城市及国家的形象品牌,象征卓越锦绣、万代不朽;山茶花成为我国多市的市花,浙江金华市就誉为“中国茶花之乡”;而金华的中国茶花文化园、国际山茶花物种园^[8]、新加坡植物园里的胡姬园和胡姬花饰商品(胸针、丝巾、明信片等)均是各自花卉品牌形象的主要组成。

2.2.2 媒介推广 媒介推广是传播及强化品牌的有效方式。现代语境花文化发展模式不仅利用诗词歌赋等传统媒介,还利用信息量大的网络、旅游、花会和花节等进行主题推介。如荷兰郁金香产业中的重要一环即为郁金香花文化主题旅游,库肯霍夫花园成为世界上最大的郁金香公园和最热点的花卉旅游点。

2.2.3 生态保护 科学技术成为重要的文化范式,生态保护则为科学文化的根和源泉。如好望角自然保护区和开普植物王国成为观赏和了解原生态帝王花的最佳景点。

3 杜鹃红山茶文化基因及文化策划

3.1 杜鹃红山茶概述

杜鹃红山茶(*Camellia changii* Ye),属山茶科、山茶属、红山茶组,为常绿灌木或小乔木,1986

年被华南植物园植物学家卫兆芬发现并命名。是中国特有种、稀有种,被《中国物种红色名录》列为极危种(CR)^[9]。野外自然群落仅见于广东省阳春市鹅凰嶂自然保护区内,原始物种仅 800 多株(见图 1)。杜鹃红山茶具有极高的观赏和开发价值,是山茶花家族中唯一四季开花的物种(见图 2)。

作为我国特产的具有特殊观赏价值的野生花卉资源和有重要育种潜在价值的关键花卉种类,2003 年,杜鹃红山茶在金华国际茶花大会上亮相后,得到世人高度关注。政、产、学、研对其进行产业化开发与研究,如何在传承和发展中,适应现代语境下产业化发展的文化培育益显重要。



图 1 杜鹃红山茶的原生群落

Fig. 1 Primany Community of *Camellia changii* Ye



图 2 杜鹃红山茶

Fig. 2 *Camellia changii* Ye

3.2 杜鹃红山茶文化基因解析

花卉本身固有的“真、善、美”是花文化的核心基因,杜鹃红山茶固有的物态特征和科学内涵蕴涵着其特有的文化基因。通过对其主要特征的分析,可解析其主要文化基因,据此建立了杜鹃红山茶的文化体系(见表 1)。

(1)外形文化基因可解说为:杜鹃红山茶、四

季山茶;(2)商品文化基因解说为:返老还童特性、古寿山茶、贝贝山茶;(3)科学内涵派生出文学意识,依据其名花文化及特有性,解说为:出身名门的胜利之花、幸运山茶;(4)依据地域特色及山茶花体系,解说为:“茶氏三房”“茶花三姐妹”中的粤山茶;(5)依据其生理特性,解说为:植物界的大熊猫。

表 1 杜鹃红山茶的主要特征与文化基因解析

Table 1 Main features of *Camellia changii* Ye and Analysis on its cultural gene

| 主要特征 Main feature | 具体内容 Specific content | 文化基因 Cultural gene | 文化解说 Cultural explanation |
|--------------------------------|---|-----------------------|--|
| 物态特征 Appearance feature | 花叶俱美 花瓣颜色红艳、着花繁密、花型漂亮;叶形似杜鹃花叶,叶面光滑、浓绿、枝叶紧凑 | 杜鹃红山茶 | 与山茶花、杜鹃叶的神形、渊源 |
| 四季开花 四季山茶 | 盛花期在 5~9 月 | 四季山茶 | 与冬山茶的时空际遇 |
| 系列规格 | 以高州油茶为砧木,通过嫁接,其规格及产品类型可从小型盆栽到园林景观花树 | 返老还童 古寿山茶 贝贝山茶 | 嫁接古茶树,长出娇美的花 寿命长,古朴硕壮之美 小型盆栽 1 a 可开花 |
| 科学内涵 Scientific connotation | 名花家族 中国传统“十大名花”之一山茶花家族的新成员 | 胜利之花 | 传承和嫁接山茶花家族深厚的文化内涵,贵胄名门、理想爱情之花、谦让之花、纯洁之花 |
| 唯一产地 | 广东阳江为其唯一的原产地,仅见于广东省阳春市鹅凰嶂自然保护区内 | 幸运山茶 | 生于广东最古老的陆地,惟一没有被海水侵蚀过的地区,没有受到第四纪冰川的直接作用 |
| 地域特征 | 广东地域特色的茶花新种 | 粤山茶 | 与山茶花(华东山茶、川山茶和晚山茶)、滇山茶的亲缘关系,“茶氏三姐妹”“茶氏三房” |
| 珍稀濒危物种 | 国家一级保护植物,自然种群仅 800 多株 | 植物界的大熊猫 | 与金花茶同为国家一级保护植物,生物多样性保护的内涵 |

3.3 杜鹃红山茶文化发展策略

加强内在基因的外在表现,建立相互支撑的理念、行为和视觉系统,是杜鹃红山茶文化发展的主体策略。

3.3.1 理念系统 提取内核,精炼理念,建立杜鹃红山茶文化品牌。聚焦杜鹃红山茶的文化体系,生态伦理文化是培育、提升、精炼和传播的关键点,是杜鹃红山茶的内核。应围绕生态伦理特征,开拓创新,加强育种、培育研究,提升商品的规模化、品质化和系列化,将内在的育种关键种类、特产野生花卉等科学意识转化为大众普遍认同的审美理念,建立杜鹃红山茶的“四季山茶”“幸运山茶”“粤山茶”的品牌战略。

3.3.2 行为系统 加强行为活动,建立“传承—嫁接—根植—融合”的行为系统,扩大杜鹃红山茶文化的影响。即传承地缘特色,加大杜鹃红山茶的保护,解析唯一原产地鹅凰嶂自然保护区的自然生态环境和生物多样性文化,加强杜鹃红山茶科学文化研究;嫁接山茶花深厚的传统名花文化基础和多样的商品品系,探寻山茶花体系的文化亲缘和血缘亲缘,开出“粤山茶”的奇葩;根植城市,提议作为阳江市市花,引入城市生态园林建设,建立杜鹃红山茶迁地保护园、杜鹃红山茶专类园、赏花径和茶花庭院等,成为城市标识;融合地方旅游开发、招商引资等工作中,开展杜鹃红山茶主题花会、花节等,加强品牌的传播,放大文化发展效应,提高知名度。

3.3.3 视觉系统 精心设计文化载体,突出表现文化内涵,提升杜鹃红山茶文化品质。重点研究杜鹃红山茶的植物配置方式,景墙、景灯、景雕、杂花铺地、解说标牌等园林形象设计,建设集观赏、休闲、游憩于一体的精品园林;研究杜鹃红山茶引种、种植、栽培等生产圃地的生态视觉设计,建立娱乐、科普宣传、接待服务以及生产科研等于一体的综合性旅游景区。研究礼品、装饰、市花标识等艺术视觉设计,建立城市印象氛围。

参考文献:

- [1] 张启翔. 中国花文化起源与形成研究(二)——中国花文化形成与中华悠久文明历史及数千年花卉栽培历史的关系[J]. 北京林业大学学报, 2007, 29(S1): 75-79.
- [2] 陈俊愉. 跨世纪中华花卉业的奋斗目标——从“世界园林之母”到“全球花卉王国”[J]. 花木盆景, 2000(1): 5-7.
- [3] 张启翔, 潘会堂. 中国新花卉作物与城市园林绿化建设[J]. 中国园林, 2009(1): 71-74.
- [4] 周武忠, 陈筱燕. 花与中国文化[M]. 北京: 中国农业出版社, 1999: 1-250.
- [5] 周武忠. 中国花文化研究综述[J]. 中国园林, 2008(6): 79-84.
- [6] 宋立中. 闲隐与雅致: 明末清初江南士人鲜花鉴赏文化探论[J]. 复旦学报, 社会科学版, 2010(2): 82-91.
- [7] 孟欣慧. 牡丹文化及其园林应用[J]. 安徽农业科学, 2011(13): 7878-7880, 7883.
- [8] 周巍, 王小德, 周小洁, 等. 浙江金华茶花文化旅游的开发前景初探[J]. 安徽农业科学, 2005(8): 1473-1474, 1476.
- [9] 汪松, 解炎. 中国物种红色名录[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 362.

Flower Cultural Development and Cultural Planning of *Camellia changii* Ye

WU Liu-ping¹, YANG Xiao-xiang², HUAN Yan-na¹

(1. Agricultural College of Guangdong Ocean University, Zhanjiang, Guangdong 524088;

2. Urban Comprehensive Administration of Yangjiang City, Yangjiang, Guangdong 529500)

Abstract: Flower culture is the power of flowers industrialization development. By studying the development characteristics and development mode of flower culture in different context, the development modes of spontaneous-leisure and independent-business of four types flower culture, which famous-flowers culture, native-flowers culture, language-flowers culture and ethics-flowers culture, were put forward. On this basis, combined with industrialization development requirements, the culture genes were refined and some cultural planning of Chinese special wild flowers *Camellia changii* Ye were put forward.

Key words: flower culture; cultural development; cultural planning; *Camellia changii* Ye