

# 千形一箸 信息可视化设计·历史发展

## 流变

在历史的长河中，箸由于其取材便利和使用便捷的优点，而逐渐成为中国最重要的饮食工具。

### 饮食变化的影响

新石器时代

用火加热食物

主要青铜炊具出现，煮食物

先秦

主要青铜炊具出现，煮食物

宋辽金元

瓷器发展成熟，餐具追求精美

隋唐五代

菜分色，丰富精致

秦汉

国力丰富，面食

三国两晋

主要面食，地位占

明清

追求精美餐具

## 起源

箸的出现与人类饮食息息相关，自远古以来，人们开始在陆地上狩猎飞禽走兽以及采集植物作为食物。

### 主要出土地



### 传说故事



远古时期，由于受妻子逼迫，常食下毒饭菜，一药竹枝夹肉，成功避开毒后演变为箸。



妲己为纣王进献，某日纣王过烫，取玉簪夹肉，纣王状同简化为竹木箸。



上古时期，大禹治水，次子启在野外，大禹治水，次子启在野外，大禹治水，次子启在野外。

### 历史凭证

《韩非子·喻老》：“昔者封为象箸而箕子谤”

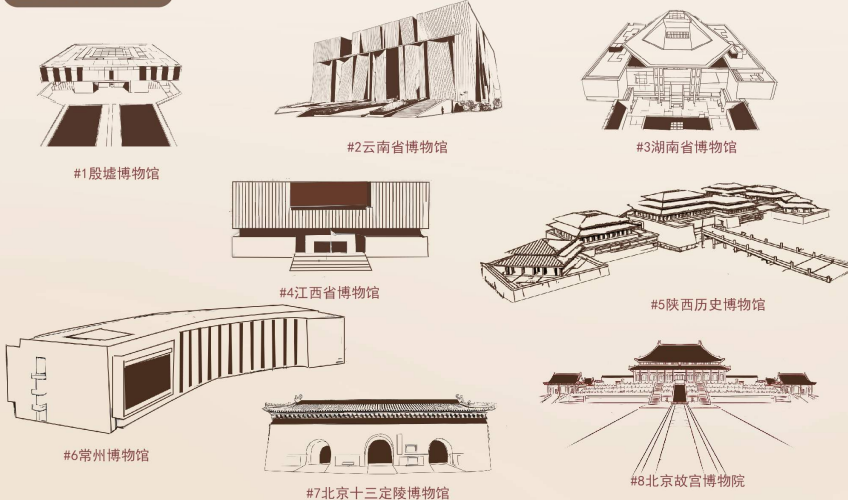
文献记载了箸的名称，由“箸”变为“筴”

《战国策》：“故呼‘箸’为‘筴’”

《康熙字典》：“箸，……今俗呼为筷子”



### 馆藏博物馆



## 技艺

福州漆箸不仅是餐具，更是非遗技艺的载体。体现了“天圆地方”的哲学思想。如今，福州漆箸作为国礼走向国际，成为中华文化的重要符号。

### 福州漆箸

#### 制作工艺

- 选坯**  
精选优质毛竹，切割成均匀的竹筒。
- 裱布脱胎**  
在胎体上逐层裱糊麻布，涂刷生漆，待阴干后脱去内胎，形成轻薄的漆器骨架。
- 拉漆打磨**  
反复涂漆（数十至上百层）、阴干、打磨，形成光滑表面。
- 装饰**  
运用“晕金”“描金”“螺钿嵌”等技法，制作传统纹样。
- 推光**  
以手掌蘸细灰摩擦漆面，使其温润如玉，工期长达15天至一个月。

### 传承人



张国天  
福州漆箸传承人  
福建省非物质文化遗产名录



何福礼  
东阳竹筷传承人  
中国竹工艺大师

王连道  
浙江天竺筷第六代传承人  
《造物者》

# 千形一箸

## 信息可视化设计·艺术特征

### 纹样

纹样的产生,首先是满足功能的需要的,它具有加固、防滑、指示等功能,故而人类造物早期的纹样,大都是实用与审美的有机统一。



### 造型

筷箸作为人们日常生活的必需品,在历史的长河中不断随着人们的生活习俗、审美风尚以、生产力水平以及社会的意识形态的更迭而产生相应的变化。

### 影响因素

### 材质

两头粗中间细形  
(截面圆形)

首方足圆

两头粗中间细形  
(截面扁方)

两头粗中间细形  
(截面扁圆)

扇方形

圆柱形

首粗足细  
(截面圆形)

首六棱足圆

#### 饮食结构直接影响

手抓饮食—无固定形态  
面食/烤肉—扁平/短筷  
粒状食物—细长筷子口

材料限制与技术发展  
塑料工业化:一次性筷子普及  
金属冶炼技术:催生金属筷  
竹木丰沛区:发展天然材质

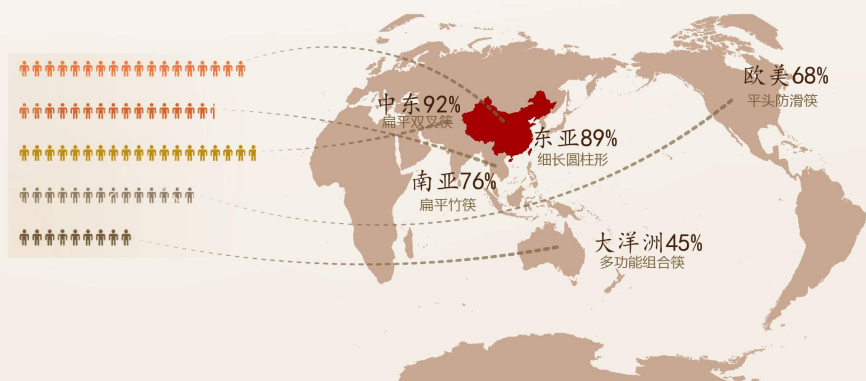
#### 文化符号的投射

儒家等级制  
佛教戒律  
图腾崇拜

#### 地理环境的适应

多雨潮湿:东南亚地区发展  
烟熏竹筷  
游牧民族:随身携带折叠筷  
游牧民族

### 世界各地使用不同造型筷箸比例



## 礼仪禁忌

筷子作为中华饮食文化的核心载体，其使用礼仪与禁忌承载着千年的哲学思想、伦理规范与社会隐喻。这些规范既是餐桌秩序的视觉语言，更通过“以器载道”的方式，将谦逊、敬畏与和谐的价值代代相传。



竹身玉骨身  
巧来珍膳味  
白

玉箸一双横

佳肴味几重

明月投箸谁能识

花前一杯重鼎食

## 哲学关联



## 语言符号

汉语成语：“借箸代筹”  
“筷乐”谐音营销  
“多个人多添双筷子”

## 哲学思想



天圆地方

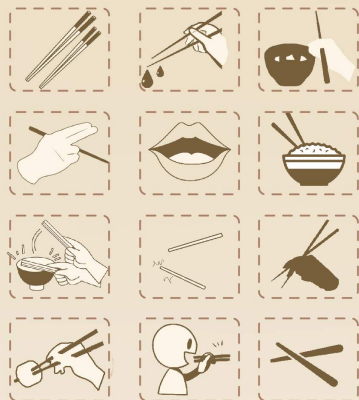
首方足圆，圆的象征天，方的象征地，对应天圆地方。是中国人对人和世界的关系理解。



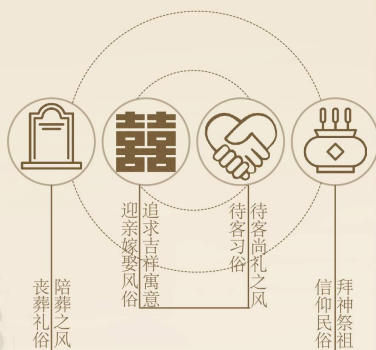
阴阳平衡

太极是一，阴阳是二。一分为二，代表万事都有对立面组成的。合二为一，阴阳结合，意味着完美的结果。中国人讲究合二为一。

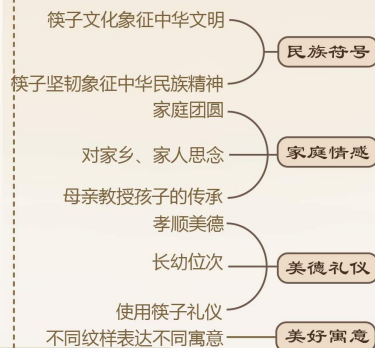
## 十二忌讳



## 民俗习惯

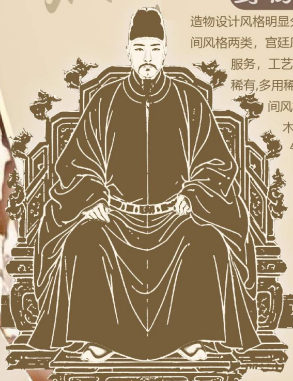


## 承载情感



## 身份阶层

造物设计风格明显分为宫廷风格和民间风格两类。宫廷风格为少数封建贵族服务，工艺精致严谨，材料珍贵稀有，多用稀有材料进行镶嵌。而民间风格，自然且质朴，多为竹木类筷子，且具有浓厚的生活气息。



《红楼梦》



## 情感载体



### 发展趋势

1 传统装饰的简化

2 材料的健康化

3 环保与可持续性设计

4 传统工艺的现代化

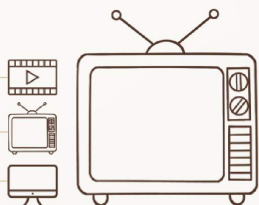
5 形制的专用化

**传统媒介** 传统媒体在筷子文化的传播中起到了重要的普及作用，尤其是在早期阶段。

#### 报纸杂志



#### 电视节目



《舌尖上的中国》第一季播出后，相关话题的讨论量超过1亿次，其中筷子的使用场景被多次提及。

电视剧《琅琊榜》中“分餐制与筷子礼仪”情节单集播放量超2亿（腾讯视频数据）。

电影《饮食男女》（1994）中筷子使用镜头引发西方观众对中国餐桌礼仪的关注，IMDb评分7.8，全球票房约3200万美元。

#### 影视文学作品

影视剧和文学作品通过情节设计和场景布置，将筷子文化融入其中。

##### 影视剧



##### 文学作品



### 传播情况

#### 新媒体

短视频平台



TikTok

# 我是不白吃



104.9W 点赞

# 筷子话题



97.7亿 播放

# 双枪品牌



36.5W 粉丝

#### 社交媒体



微博上关于筷子文化的话题标签（如#筷子文化#、#中国传统餐具#）阅读量累计超过50亿次。

微信公众号中，关于筷子文化的推文平均阅读量在1万-5万之间，部分优质内容阅读量突破10万+。

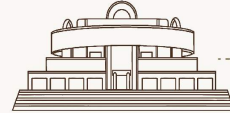
#### 教育与博物馆

教育和博物馆是传播筷子文化的重要渠道

##### 学校教育



##### 博物馆展览



故宫博物院的“筷子文化展”吸引了超过50万人次参观。

### 衍生文化

#### 文创与IP联名筷子

故宫文创系列

IP/动漫联名

#### 艺术与手工艺创新

#### 科技与功能性产品

非遗工艺筷子

当代艺术跨界

泥塑/潮玩筷子

智能筷子

环保创新

#### 品牌营销活动案例

#### 社会公益与倡议

餐饮品牌

海底捞：“用筷子捞面挑战”  
必胜客：“披萨筷子”  
可回收筷子

快消品

奥利奥x筷子：限定款赠送“饼干色筷子”  
钟薛高：雪糕棍设计为“可回收筷子”

文化输出

宜家：推出“FÖRNUFTIG 筷子套装”  
乐高：“中华美食系列”筷子拼砌件

环保行动

文化保护