

万里茶道背景下京张铁路 IP 文创设计探究

Exploring the IP Cultural Creation of Beijing-Zhangjiakou Railway in the Context of the Tea Road

夏田 程瑞雪 王琬

XIA Tian CHENG Ruixue WANG Wan

摘要 本文在万里茶道背景下，对张家口地段的京张铁路文化资源进行整理和研究。通过文献研究与现场调研等方法，将万里茶道与京张铁路相关文化产品的创意设计现状进行多角度分析。将“茶”文化与铁路元素相结合进行提炼和创作，设计出京张铁路文创 IP 形象及相关文创产品，最终将这段历史以崭新的形式呈现在大众面前，不仅弥补了万里茶道和“京张铁路”在文化创意衍生品上面的缺失，也补足了张家口地区文化创意衍生品缺乏，使当地的历史文化被更多人所认识和了解。

关键词 万里茶道，京张铁路，IP，文创设计

Abstract: Under the background of the Tea Road, this article studied the cultural resources of Beijing-Zhangjiakou railway in Zhangjiakou area. Through literature research and on-site research, the creative design status of cultural products related to the Tea Road and Beijing-Zhangjiakou Railway was analyzed from multiple angles. The "tea" culture and railway elements are combined to refine and create, and the Beijing-Zhangjiakou Railway cultural, creative IP image and related cultural & creative products are designed. Finally this history is presented to the public in a new form. It not only makes up for the lack of cultural and creative derivatives of "the Tea Road" and "Beijing-Zhangjiakou Railway", but also makes up for the lack of cultural and creative derivatives in Zhangjiakou area, so that the local history and culture can be recognized and understood by more people.

本文为张家口市社会科学立项研究课题“‘万里茶道’背景下京张铁路文化衍生品设计研究”（2022061）研究成果。

作者简介：夏田，河北建筑工程学院在读硕士，研究方向为艺术设计；程瑞雪，河北建筑工程学院在读硕士，研究方向为艺术设计；王琬，河北建筑工程学院建筑与艺术学院副教授，硕士研究生导师，研究方向为色彩设计、城市环境色彩设计、艺术设计。

Keywords: the Tea Road, Beijing-Zhangjiakou railway, IP, cultural and creative design

一、万里茶道背景与京张铁路历史概况

（一）万里茶道背景

万里茶道是一条以运输交易茶叶为主、拥有明确线路走向的水陆混合交通线路。这条商道贯通南北多种气候带和地形地貌，沿途融入当地自然环境与人文生态，通过茶道实现了南北不同经济类型的互补和民生需求，促进了沿线市镇的兴起与繁荣，实现了中国南方与北方、俄罗斯乃至欧洲思想、知识和价值观等多维度的交流与文明互鉴^[1]。近几年万里茶道的相关申遗工作一直都在进行。从2013年提出申遗倡议到2023年，这10年来，万里茶道的申遗进程不断推进。2023年，作为全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，承载着特殊的历史意义。这一年，万里茶道这一连接中俄两国的“世纪动脉”迎来了其十周年庆典。在这一重要的历史节点上，2023年也是加快推进万里茶道联合申遗的重要一年。

张家口作为万里茶道沿线中的关键节点，其悠久的历史背景为当地居民塑造了深厚的文化认同感。至今，张家口堡的街道还保留着茶文化的气息，如张家口堡东门大街上的康熙茶楼、大玉川茶庄以及与茶文化有关的明清建筑遗存。

（二）京张铁路发展

中国人自主建设的第一条干线铁路是1909年8月竣工的京张（丰台—张家口）铁路。说到中国铁路，京张铁路是必须提及的。这条铁路工程艰巨，是中国首条不使用外国资金及人员，由中国人自行设计投入营运的铁路^[2]，并在2018年1月，入选第一批工业遗产保护名录。它是万里茶道不可或缺的重要节点，连接北京丰台区，经八达岭、居庸关、沙城、宣化等地至河北张家口，全长约200公里，同时也成为展现铁路发展脉络的重要遗产^[3]。

[1] 黄柏权、平英志：《以茶为媒：“万里茶道”的形成、特征与价值》，《湖北大学学报（哲学社会科学版）》2020年第6期，第69—80、167页。

[2] 孙宏旭：《百年京张》，《设计》2019年第12期，第9页。

[3] 刘歆、荣欣：《浅谈万里茶道文化背景下京张铁路景观再生研究》，《艺术与设计（理论）》2021年第1期，第62—64页。

京张铁路由詹天佑主持修建，为了表现这条路是由中国人所修，他在设计中加入了很多中国元素。比如，屋檐搏风板上的太极图、排水孔铁算子上的寿字图、苏州码子计算方式等。京张铁路的竣工，诞生了中国第一套自行制定的铁路标准设计图。从此以后，中国铁路统一采用1.435米的世界标准轨距^[4]。

（三）研究意义

随着时间的推移，万里茶道和京张铁路逐渐被遗忘。在举办冬奥会期间，京张高铁也受到国内外运动员的一致赞扬。追溯京张铁路的发展历史，在过去百年间，从京张铁路到京张高铁的飞跃展现了我国铁路事业的巨大进步。这段历史见证了我国铁路技术的不断革新与提升，彰显了我国在交通领域的卓越成就，也彰显着新时代的铁路精神。在政治方面，本次研究意在积极响应国家万里茶道申遗的背景及政府推动京张铁路文化保护的政策。经济方面，有关茶文化与铁路文创产品可以作为旅游业的组成部分，吸引游客打卡、参观，以此推动张家口旅游的发展，游客也可以带走一些独特的纪念品。文化方面，万里茶道是古代中国与俄罗斯之间的一条重要贸易路线，始于17世纪，繁荣了近200年。京张铁路作为中国第一条自主设计并建造的铁路，具有非常重要的历史意义。本项目旨在结合万里茶道的历史文化背景，设计京张铁路的文创IP形象，以传承和弘扬中国铁路文化和茶文化。

二、京张铁路文创产品现状分析

（一）京张铁路文物遗存现状

2018年，河北省人民政府公布京张铁路张家口段文物遗存为河北省第六批省级文物保护单位。现存的京张铁路旧址周围仍保留着原有建筑，并在此基础上打造了一条以铁轨为基础的商业街，即老火车步行街。铁轨上铭刻着京张铁路建设的重要时间节点，见证了这段历史的辉煌与变迁（如图1）。张家口工业文化主题公园的园内设有五大功能主题，其中就有京张铁路文化区，标志



图1. 张家口段老火车步行街京张铁路时间节点

[4] 《京张百年：一部中国现代铁路简史》，https://www.ccdi.gov.cn/toutiao/201912/t20191231_206899.html，2019年12月31日，访问日期：2023年8月14日。

性景观有詹天佑铜像。这似乎也在回望这座城市的百年沧桑，园中设计处处诉说着京张铁路的百年历史。

（二）相关文创产品现状

在国内，有着大量的优秀传统文化作为内容供给，比如故宫文创，它在淘宝等电商平台近年来的销量，反映出了文创市场的广阔前景；《文物戏精大会》等作品在短视频平台引发巨大的关注；大唐不夜城等文旅行业的爆火。这些无一不说明了优秀传统文化的魅力。为了盘活公共文化空间，利用设计+文化是大势所趋。

1. 类别现状

近年来，国家也越来越重视万里茶道，并将它列进了非遗名单。有关万里茶道文化及历史的研究热度还在持续增长，而关于文化创意产品的研究较少。王公为通过对万里茶道沿线节点市镇的梳理，提出了内蒙古旅游产品开发的对策建议^[5]。大部分设计师以茶道文化为核心，设计的产品包括茶具、茶叶、茶道艺术品等，以传统茶道文化为灵感，通过创意设计和工艺制作，打造出独特的茶道艺术品和产品。如（表1）所示，万里茶道文化相关的衍生品发展也相对成熟，由于是古茶道，大部分的文化衍生品与茶相关，而万里茶道与其他文化结合的文创产品是比较少的。

2. 题材分析

张家口有着先天的自然资源及独特的地域文化，可以进行文创设计的素材很多。各种题材的文创产品层出不穷，例如，大境门的大好河山文创雪糕和棒棒糖、城市手绘明信片、张家口方言的冰箱贴等，以及冬奥和后冬奥时期的相关文创产品。这些都在一定程度上凸显了张家口的地域文化特色。近年来，张家口深入挖掘当地冰雪冬奥文化、长城文化、万里茶道文化、非遗文化等，培育了“冬奥礼物”“万全有礼”“境门有礼”等一系列文创品牌，设计开发出300多款系列文创和旅游商品，生动讲述了张家口故事^[6]。而对京张铁路历史挖掘较少，但也举行过文创和旅游商品创意设计大赛，设计开发出多款系列文创和旅游商品，文创产品的传播形式，

[5] 王公为：《“万里茶道”内蒙古段旅游产品开发策略研究》，《北方经济》2019年第1期，第58—61页。

[6] 李雅雯：《文创“小”产品讲述“大”故事》2022年5月21日，<http://www.zjknews.com/lvyou/zjklvyou/202205/21/372060.html>，访问日期：2023年8月14日。

能更加生动讲述张家口的故事，传承地域文化。而京张铁路文创旨在通过设计、创意，将京张铁路的历史、文化和风景融入各种产品和项目中，以推广和传承京张铁路的价值。以下是对相关的京张铁路文创产品设计提取所做的现状分析（见表2）。

目前，万里茶道文化衍生品的创作题材基本以茶为中心进行设计，但是几乎没有与万里茶道相关的节点城市文化、万里茶道与其他文化相融合等方面的设计。万里茶道是我国非常重要的一条历史文化之路，其重要性不亚于“丝绸之路”。万里茶道相关的文化衍生品较多，产品多与茶叶相关，并且在万里茶道节点城市有许多因为万里茶道影响而成立的茶叶公

表1 万里茶道文创产品现状分析表

| | | | | |
|------|---|---|---|---|
| 产品实图 |  |  |  |  |
| 载体 | 宣传海报 | 科普插画 | 丝巾 | 茶叶礼盒 |
| 元素 | 万里茶道节点城市元素 | 岩茶制茶十二画 | 万里茶道节点城市元素 | 武汉经典文化与茶元素 |
| 材质 | 纸质 | JPG | 蚕丝 | 铜 |
| 价格 | 无 | 无 | 80元 | 500元 |
| 色彩 | 彩色 | 彩色 | 彩色 | 绿色 |

表2 京张铁路文化产品现状分析表

| 产品实图 | 载体 | 元素 | 材质 | 说明 |
|---|-----|--------|----|---------------------------------------|
|  | 纪念碑 | 字样 | 木制 | 以京张铁路为设计元素的京张铁路纪念墨。 |
|  | 石砟 | 铁路 | 石头 | 在京张铁路青龙桥站著名的人字形铁道的附近采集了石砟（构筑铁路道床的碎石）。 |
|  | 帆布袋 | 特色建筑 | 帆布 | 以手绘风格绘制的京张铁路帆布袋，包含特色建筑。 |
|  | 礼品盘 | 铁路 | 塑料 | 设计吸取中国古建筑中传统木质结构的橱窗特点和建筑风格。 |
|  | 雪糕 | 张家口大境门 | 食品 | 以大境门为造型元素制作的雪糕，更可以全方位地宣传张家口文化遗产。 |

司，由此也推动了万里茶道相关文化衍生品的创新及需求。近年来，“饮茶风”在年轻人中火起来，万里茶道相关文化衍生品受众人群年龄在20—80岁之间，受众群体非常广，老少皆宜，售卖的方式结合了线上和线下。但是目前，万里茶道还只是停留在“茶”的层面，对万里茶道的其他相关文化挖掘得较少，系列文化衍生品则更少，所以这也是万里茶道文化可以继续发展和推进的另一个方向。

目前，京张铁路文化衍生品种类较少，京张铁路文化不经常被作为“铁路文创”创作的题材，并且市面上存在的京张铁路文化衍生品大多是不成体系的单个商品，缺少创意和文化性，不能很好吸引大众的目光，受众群也较小。而市面上的“铁路文创产品”大多也是文具和生活用品，并且创作题材大多以“铁路”本身为题，并没有对背后的文化进行挖掘，同时也缺少创新性，因此需要提供创新、富有新意的文化产品。

三、现存问题与策略分析

（一）现存问题

1. 文化内涵缺乏

文创产品的设计必须具备文化内涵这一基本特性，具有文化内涵的文创产品能够将用户引入产品的文化背景和情感中。通过文字、图像等形式讲述故事，以吸引用户的兴趣和共鸣，让人们感同身受，在体验中学习和了解文化内涵，更好地理解 and 探索这些产品背后的文化故事。有些京张铁路的文化创意产品在设计的过程中，往往忽视了文化内涵的深度和广度。只是简单地将某个文化元素进行表面化地运用，而没有深入挖掘其背后的意义和内涵。例如，直接把铁路上的石砟放到礼盒中，或是简单地在产品上刻上京张铁路几个字就可以作为文化创意产品，这样的产品虽简单明了地展现了京张铁路特色，但文化内涵方面有待提升。只是简单地将某个文化元素进行运用，而没有传达京张铁路的存在意义及特点，无法引起消费者的共鸣。

2. 文化特色缺失

消费者在购买文化创意产品时，会根据其造型、色彩、材质等来判断产品优劣。一些文创产品文化特色缺失的原因一方面是设计者在设计和创新方面存在不足，很多产品只是简单地模仿已有的文化产品或者传统手工艺品，缺乏独特性和创新性。另一方面是有些文创产品过于商业化，只追求市场的需求和销售额，而忽视了文化传承和保护的重要性。这样也间接导致文化元素的流失和失真。文创新颖的造型会更加吸引消费者的注意，突出产品本身的文化内涵及地域性，这需要在独特的设计中凸显文化特点。根据调查分析，目前有关京张铁路的文化创意产品文化特色表达不明显，有些产品只是将铁路相关元素绘制到产品上，手绘表现形式虽然具有原创性，但是在产品的造型设计及文化上并未展现特色，缺少创新，不容易吸引游客的注意力。

（二）策略分析

1. 深度挖掘文化资源

文化创意产品的设计想要表达出一定的文化和内涵，就要对所研究的文化资源进行全面、深入的挖掘和分析，以获取更多有价值的信息和知识。将文化资源整合并提取出具有典型性的设计元素，融入旅游纪念品的设计中。在万里茶道背景下，京张铁路IP文创产品的设计也要通过前期调查研究，深入挖掘背后想要表达的文化和内涵。例如，敦煌研究院将壁画中瑞兽——虎的形象进行提取后进行延伸设计。瑞兽是中国传统的吉祥神兽，有着平安、驱邪等寓意，但是原本的瑞兽形象过于单一、凶狠，所以敦煌博物馆将传统视觉做出更加现代化的图形感受，让视觉年轻化，但其中又蕴含着古老的文化艺术，可以用在现代产品视觉上。万里茶道作为非物质文化遗产越来越受到重视，福建作为万里茶道的起点，建立了“福茶”品牌，洛阳万里茶道博物馆也正式开馆，但是各地的地域文化还需深度挖掘，在继承历史文化的基础上做到文化资源整合。文创产品将文化背景融于设计当中，不仅能够起到文化传播的作用，也能够提升产品本身的艺术价值与经济价值，满足市场的需求^[7]。

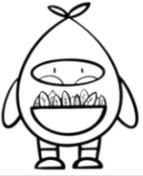
2. 注重产品的美观性

美观性是文化创意产品中一个非常重要的特征，是较直观吸引观众目光的特征。文化创意产品的目的是在传承和保护传统文化的同时，为人们的生活增添美感和乐趣。因此，设计京张铁路文创产品时不仅要满足基本的审美需求，还要让人们通过欣赏文创产品的设计进一步深入了解文化背后的故事，为人们带来更加美好的生活体验。京张铁路文化创意衍生产品设计应该从产品本身出发，打破常规设计手法，寻找创新点重点突出产品的独特属性。以万里茶道文化为背景，开发京张铁路文创产品，可以设计成动漫中卡通玩偶的形象，活泼可爱的形象卡通化后的元素分别进行了立体和平面形式的运用，与具体产品的使用方式、造型特征融合得更自然生动^[8]。此外，关于京张铁路衍生品发展策略的提出也为京张铁路衍生品的研

[7] 李婷婷：《地域文化视角下的文创产品创新设计策略分析》，《艺术品鉴》2019年第15期。

[8] 朱彦：《长三角区域高铁文创产品设计研究》，《设计》2021年第20期，第116-119页。

表3 万里茶道背景下京张铁路IP设计流程

| 姓名设定 | 参考图 | 元素提取 | 形象转换 | 设计意向 |
|----------|---|----------------------|---|---|
| 京京 章章 |  | 铁路工作人员 |  |  |
| 贴贴 |  | 茶叶 (万里“茶”道吉祥物的代表) |  |  |
| 璐璐 |  | 茶杯 (饮茶人的代表) |  |  |

究注入新的活力。

四、万里茶道背景下京张铁路文创设计

（一）设计构思

1. 设计理念

（1）文化融合：将万里茶道的历史文化和京张铁路的铁路文化相融合，突出两者之间的历史联系和地域特色。

（2）创新性：通过创意设计，赋予IP形象独特的个性和魅力，使其在市场上具有吸引力。

（3）可塑性：确保IP形象具有足够的可塑性，可以应用于不同的媒介和载体，如文创产品、游戏、动画等。

2. 设计构思及过程

（1）形象设计

IP是用户情感互动最直接的一种符号。以京张铁路为主题，融合茶叶元素，分别进行了4个具有鲜明特色和亲和力的人物形象设计，名字为“京京、章章、贴贴、璐璐”（表3）。京京和章章为铁路的工作人员，京京为男性角色，章章为女性角色，二者身穿中国铁路的工作制服。京京和章章的形象参考了中国铁路工作人员的人物特点。贴贴为茶叶，是万里“茶”道吉祥物的代表，其IP形象茶叶的形状为设计元素；璐璐为茶杯，是饮茶人的代表，其形象

参考了茶杯的样式并把茶的香气作为设计元素，将二者进行结合后设计而来。

(2) 颜色选取

随着科技的不断进步，京张铁路绿皮列车逐渐退出人们的视线。该IP人物形象设计，选用了张家口老版绿皮火车的颜色作为主要参考。在20世纪80年代初，张家口主要使用的是绿皮火车，而这一颜色也是中国铁道列车的标志性代表。然而，随着科技的进步，京张铁路的绿皮火车已逐渐退出历史舞台。在迎接张家口站和高铁新时代的同时，希望能够通过本次文创IP设计的形象让人们回忆起这段曾陪伴张家口人半个多世纪的南站，让更多人了解京张铁路的历史故事，唤起人们对这一历史的记忆，并让更多人了解京张铁路的历史故事。蓝色、绿色、橙色，以及红色系都是铁路文创产品设计的高频用色，与文创产品所体现的文化内容相对应，能够凸显文化内涵^[9]。这款在万里茶道背景下的铁路IP形象整体是绿色系。在色彩选择上，京京和章章均以绿色调为主，旨在营造一种温馨、亲切的氛围，让人们感受到宁静与舒适。这种色调的运用，不仅能够展现出人物的亲和力，还能在视觉上给予观众宁静的享受，有助于提升人物形象的认知度和好感度。贴贴是一个茶文化的吉祥物，它可爱的形象采用了茶叶本身的颜色，身体用不同深浅的绿色进行搭配处理，象征着青春与活力。璐璐的形象代表中老年或是喜欢饮茶之人，因此杯子固有色以淡灰色为主进行整体形象的搭配。

3. IP 形象和文创产品效果图

(1) 三视图及组合

在IP形象设计中，三视图作为全面展示形象细节和特点的重要手段，具有不可或缺的地位。在创建三视图时，需遵循一些关键原则。首先，视角的统一性是至关重要的，这意味着三个视图都应在同一水平线上进行观察和呈现，以确保IP形象在不同角度下看起来都是协调一致的。并且，需要充分展示IP形象的细节设计，包括颜色、纹理、图案等元素。这些细节的完善将进一步提

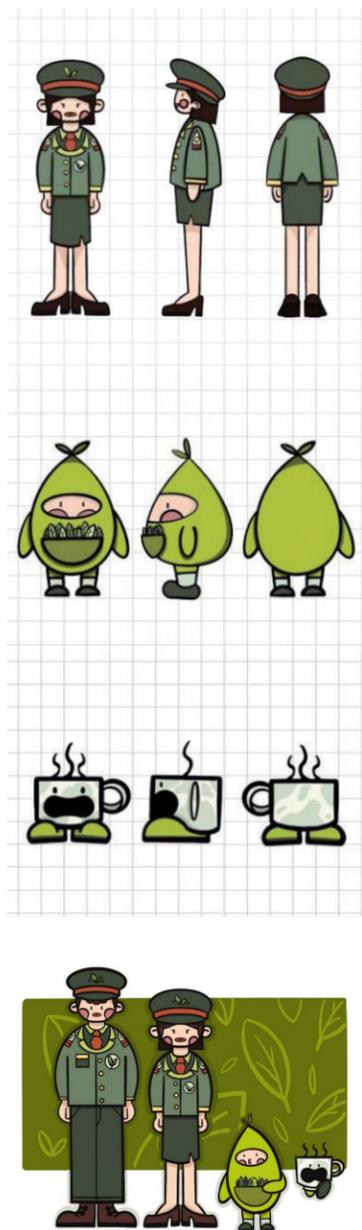


图 2. IP 形象三视图及组合

[9] 成寓寓：《铁路文创产品设计的色彩应用研究》，《流行色》2022年第11期，第17—21页。



图 3. 万里茶道背景下京张铁路文创产品展示

[10] 胡昊琪、刘博敏、黄媛媛：《基于层次分析法的铁路文创产品设计研究》，《设计》2023年第21期，第14—17页。

升IP形象的完整性和视觉效果，更准确地传达IP形象设计的核心要素和细节要求。这种表达方式不仅有助于提升设计的专业性，还能更好地向目标受众传达IP形象的独特魅力和价值。这款文创IP形象不仅是对张家口老版绿皮火车的致敬，更是对京张铁路历史的传承和弘扬。希望通过这一设计，让更多人了解并珍视这段历史。本次人物IP形象及吉祥物IP三视图展示如图2。

(2) 系列铁路文创产品展示

根据IP形象的特点和故事背景，设计出系列铁路文创产品，以茶文化 with 铁路历史的融合为核心，展现了文创产品的独特魅力。这些产品以餐饮系列为主导，涵盖饮品、餐盒、包装袋等多种类型（如图3、图4），为乘客的日常出行提供了便捷和舒适的使用体验。通过精心设计的IP形象，茶文化与京张铁路的历史紧密相连，让人们在使用这些产品的同时，能够感受到深厚的文化底蕴。这些文创产品不仅体现了独特的文化元素和创意思维，更在实用价值的基础上，展现了传统与现代的完美结合。系列铁路文创产品展示出了不可替代的重要意义和价值，它们不仅承载着历史文化，更是传承与创新的结合体。铁路文创产品的设计，让人们更加直观地感受到传统文化的魅力，同时也为现代生活注入了新的活力。此外，这些文创产品还具有实用价值。无论是饮品、餐盒还是包装袋，都是人们日常生活中不可或缺的一部分。文创产品存在的价值在于文化的传递，因此在提取演绎铁路文化时要对其进行梳理，不仅要关注铁路历史，也要关注当下铁路时代的发展^[10]。将文化元素融入这些实用产品中，不仅提升了产品的使用价值，还为消费者提供了更加丰富多元的选择。设计在保持实用性的基础上，充分展现了传统文化的魅力。这些兼具文化价值和实用价值的产品，无疑在现代社会中具有重要的意义和价值。

结语

基于京张铁路张家口段的实地考察与万里茶道展览

资料的整理分析,本文深入挖掘了文化产品设计存在的问题。针对这些问题,在万里茶道的大背景下探讨了京张铁路文创IP设计的思路与方法。这些文创IP产品不仅是茶道文化传播的媒介,更展现了张家口铁路文化的独特魅力。产品不仅为当地市民和外来游客提供了一个重新认识茶文化和铁道历史的契机,也使得历经百年历史的京张铁路在万里茶道的推动下焕发新的辉煌。在万里茶道申遗的背景下,京张铁路文创IP产品的设计需充分考虑茶道文化的传承与创新。为此,需要深入挖掘张家口铁路文化的历史底蕴,并结合现代审美和市场需求,创造出既有传统韵味又不失现代感的文创产品。同时,还应注重产品的实用性和趣味性,以满足不同消费者的需求。不仅可以提高产品的质量和文化内涵,还能促进当地经济的发展和文化的传承。京张铁路文创IP设计,应深挖张家口铁路文化的独特魅力,精准对接市场需求,融入现代审美,打造兼具传统韵味与现代感的文创产品。此举不仅有助于启发本地市民及外来游客重新审视茶文化与铁道历史,同时也能为未来的文创设计者提供新颖的设计理念与方向。通过与地方手工艺人、设计师、艺术家等的深度合作,进一步推动地方经济的繁荣与文化的传承。在城市发展与历史文化遗产的进程中,应持续挖掘并塑造城市的历史文化,运用多元化的艺术手法,充分展现京张铁路的特色文化价值。



计时器



手机壳



奶茶杯包装



深色牛皮纸手提袋



帆布袋

图4. 万里茶道背景下京张铁路文创产品展示

朱谦之美学思想对当代中国油画创作的启示

The Aesthetic Thought of ZHU Qianzhi and Its Inspiration on Contemporary Chinese Oil Painting Creation

梁永峰 LIANG Yongfeng

摘要 朱谦之的“唯情论”“宇宙美育”思想为当代中国艺术家提供了深邃而有启发性的思想体系。本文以朱谦之的“唯情论”和“宇宙美育”思想为理论核心,讨论了“真情之流”蕴含的“真情”与“直觉”、“宇宙即我,我即宇宙”蕴含的“人和于天”与“以美为本体”的自我修养,对当代中国油画创作思想的借鉴启示。结论提出,当代中国油画家们应以朱谦之美学思想为鉴,通过对创作的深入思考和对审美观念的深入研究,建立起明晰的审美认知体系,开启自己的创作灵感。

关键词 朱谦之, 美学, 当代中国, 油画创作

Abstract: The aesthetic philosophy of Zhu Qianzhi, particularly the “Theory of Sole Sentiment” and the “Universal Aesthetics Education”, offers a profound and inspiring conceptual framework for contemporary Chinese artists. This study takes Zhu Qianzhi’s “emotionalism” and “cosmic aesthetic education” as the theoretical core, discussing the notions of True Emotion and Mystic Intuition within the “flow of true feelings”, as well as “The harmony between humanity” found in “The universe is me, and I am the universe” and the heavens. Additionally, it explores the self-cultivation aspect of “The essence based on beauty” and its relationship with contemporary Chinese oil painting creation.

作者简介: 梁永峰, 浙江师范大学教授, 博士, 中国美术学院高级访问学者, 研究方向为油画教学研究。