

[设计青年谈]

文化诊疗——中华老字号三维文化修复设计研究

王亚亚

湖州学院, 浙江 湖州 313000

摘要: 针对中华老字号在数字文明冲击下面临的存续危机, 突破传统保护模式中“守旧”与“求新”的二元对立, 构建可持续的中华老字号文化生命延续机制。基于中医整体观, 构建“基因、生态、组织”三维文化模型, 通过中医“望闻问切”四诊合参诊断中华老字号核心症候, 进而设计“固基因-疏生态-活代谢”协同疗法。通过中华老字号临床实践验证理论效能, 揭示中华老字号文化生命体通过“自组织拓扑生长、自适应数字迭代、自净化免疫应答”实现动态平衡的代谢规律, 建立“诊断定位、靶向修复、稳态养护”范式诊疗体系。

关键词: 文化诊疗; 中华老字号; 文化修复; 设计

中图分类号: J0 文献标志码: A 文章编号: 2096-6946(2025)02-0001-08

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2025.02.001

Cultural Diagnostics: Three-Dimensional Cultural Restoration Design of Chinese Time-Honored Brands in the Yangtze River Delta

WANG Yaya

Huzhou University, Zhejiang Huzhou 313000, China

Abstract: The work aims to address the survival crisis faced by Chinese time-honored brands under the impact of digital civilization, transcending the "preservation vs. innovation" dichotomy inherent in conventional conservation paradigms, and to construct a sustainable cultural vitality mechanism for these brands. Grounded in the holistic philosophy of Traditional Chinese Medicine (TCM), this study establishes a three-dimensional cultural model ("gene-ecology-organization") and diagnoses core pathologies through TCM-inspired diagnostic methods (observation, auscultation, inquiry, palpation). A coordinated therapeutic framework of "gene stabilization, ecological unblocking, and metabolic activation" is subsequently designed. In conclusion, clinical validations of Chinese time-honored brands confirm the efficacy of this theory, revealing that these brands achieve dynamic equilibrium through metabolic principles characterized by "self-organizing topological growth, adaptive digital iteration, and self-purifying immune response." Furthermore, a systematic TCM-inspired protocol integrating "diagnostic positioning, targeted rehabilitation, and homeostasis maintenance" is established.

Key words: cultural diagnostics; Chinese time-honored brands; cultural restoration; design

收稿日期: 2024-12-12

基金项目: 2024年度国家社科基金艺术学青年项目(24CG216)

中华老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”，具有鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史文化底蕴，在满足居民消费需求方面发挥着重要作用。近年来，党中央、国务院高度重视老字号创新发展工作，商务部等多部门持续推出一系列政策，有力地推动老字号为经济社会发展作出新的贡献^[1]。在全球化与数字化冲击下，中华老字号面临存续危机，传统保护模式难以兼顾中华老字号文化基因本真与数字时代需求。本研究提出文化诊疗学新范式，构建“基因—生态—组织”三维文化生命模型，通过“望、闻、问、切”四诊合参精准定位病理坐标，进而设计“补基因、疏生态、活代谢”的协同疗法。这一体系既破解了“守旧”与“求新”的矛盾，又以“自组织—自适应—自净化”循环机制推动中华老字号文化生命体实现动态平衡。

一、机理：中华老字号三维文化架构

中华老字号的文化生命力，深植于文化基因的稳定传承、文化生态的动态平衡以及文化组织的功能协同。这三者通过“基因表达—生态适配—组织调控”的闭环系统，构筑起一个具备自组织能力的生命有机体。其运作机制可以解析为以下三维互构模型（见图1）。这三者通过动态互构，维持着中华老字号文化生命体的稳定运行，形成了中华老字号从微观基因编码到宏观生态循环的完整生命逻辑链。

（一）中华老字号文化基因的具身认知

人类社会的历史文化、思想精华、实践探索相互作用，共同淬炼出文化因子。这种因子在社会系统中不断演化，形成民族文化的特质并推动社会向前发展，具有一定的稳定性、传承性和发展性。文化是民族历史脉络中较为引人注目的具象特征^[2]。习近平指出：“回顾历史，支撑5000多年中华文明延绵至今的，是根植于中华民族血脉深处的文化基因^[3]”。

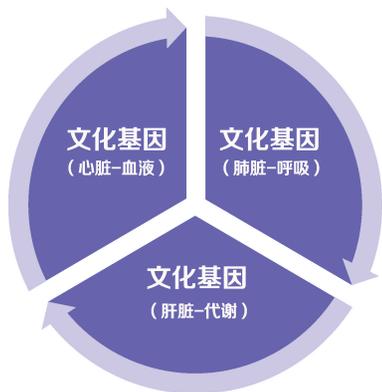


图1 中华老字号三维生态模型

文化基因并非仅仅是抽象的文化符号，而是以工匠的具身性实践为载体的遗传信息链。具身认知是一种与物质世界相关联，通过个体向四周扩散，并形成对世界局部体验的认知模式^[4]。工匠群体在长期生产活动中，借助技艺口诀、器物形制、商道伦理这三重载体形成“身体化知识”。以张小泉剪刀锻制技艺为例，其核心技术被精炼为七十二道工序^[5]。工匠在反复锤炼中形成的肌肉记忆，成为解码这些基因的生理媒介。以第34道“红炉复烧”工序来说，要求工匠们精准判断铁器表面温度，当温度降至暗红色时，二次入火。这一临界点的掌握依赖于工匠肉眼对火候的辨识能力。这种体感经验的代际传承，就像生物基因的转录过程，将抽象的技艺转化为可操作的生理节律，让技艺得以延续。

器物形制则作为基因表达的外显载体，发挥着重要作用。例如扬州漆器“点螺”工艺中的传统纹样，通过视觉符号系统固化文化记忆。而“戒欺”“真不二价”（公平与诚信）等祖训则扮演调控基因的角色，如同伦理开关，约束商业行为的道德边界。

中华老字号是中国品牌文化的符号之一，既是非物质文化遗产，又是宝贵的商业品牌资源^[6]。其发展历程与文化基因的传承、演变紧密相连。作为历经数百年甚至千年商业实践的品牌，中华老字号不仅承载着独特的技艺与商业智慧，更内化了中华文化的核心价值观念，这种文化基因的延续，构成了中华老字号在当代社会保持生命力的关键。

（二）中华老字号文化生态的能量循环

恩格斯认为，人与自然之间的逻辑关系不是征服，而是协调共生关系^[7]。习近平指出：“人类发展活动必须尊重自然、顺应自然、保护自然^[8]。”中华文明历来崇尚天人合一、道法自然，追求人与自然和谐共生。自然万物处在一个平衡的生态系统，某个环节遭到破坏就会打破这种平衡，招致意想不到的灾难。

中华老字号作为民族商业的瑰宝，其存续与发展同样遵循这一生态智慧。中华老字号文化生态是在特定时空背景下，文化元素之间、文化与环境之间所形成的动态平衡系统；其核心理念在于将中华老字号视作一个具有生命力的有机整体，强调文化内部各组成部分的共生关系，以及它们与外部环境的互动机制。

中华老字号的健康生态，既需要维护文化基因的稳定性的（如方言的传承），也应允许创新引发的“基因突变”（如虚拟现实京剧）。文化保护并非制作标本，而是维护一个可持续演进的生态系统。

(三) 中华老字号文化组织的协同律动

中华老字号文化组织,作为文化生命体的神经调控中枢,包含自组织与他组织的双重属性。它既非单纯的企业管理制度,也非静态的技艺传承框架,而是以动态协同方式,搭建起连接中华老字号文化基因表达与生态能量代谢的调控网络。恰似神经系统传递调控信号,这些组织借助连接点,将文化指令精准传导至各执行单元,如同中华老字号分化出的细胞,有条不紊地完成具体的代谢功能,维系文化生命体的稳定运转。

在传统商业文明向数字文明跃迁的进程中,中华老字号的组织进化轨迹,暗含着生命体神经系统的演化规律。以同仁堂的数字化转型为例,其组织架构已从明清时期的“师徒一掌柜一东家”科层制树状结构,逐步演变为具备神经可塑性的分布式网络。在这一过程中,同仁堂始终坚守“炮制虽繁必不敢省人工”的祖训,将其视为核心神经元,与此同时,又分化出区块链溯源节点(同仁堂健康药业)、AI新药研发集群(同仁堂研究院)等新型神经突触,展现出神经系统特有的结构适应性,既传承经典,又拥抱创新。

数字文明时代加速了中华老字号文化组织关系从“物理依附”转向“数字共生”的范式转换。比如,故宫文物修复团队通过5G技术,远程指导景德镇老字号仿古瓷烧制;荣宝斋数字藏品在区块链社区自由流转。由此可见,传统工匠不再是孤立的执行个体,而是通过“组织赋能—中华老字号创新—反哺组织进化”的闭环生态系统,推动文化生命体的可持续发展。这种跨时空的技艺共振,本质上是神经突触在数字维度的延伸与重构,打破了传统的时空限制,促进了文化的交流与传承。

中华老字号作为传统智慧与现代科学的有机结合体,其文化组织不仅承载着“天人合一”的东方系统思维,还汲取了现代科学理论精华。它的进化,本质可解读为文化生命体为了延续“集体记忆”而进行的适应性改变,如同大脑细胞通过调整连接方式应对外界变化,中华老字号组织正通过结构重组与功能更新,在守护文化基因内核的同时,开辟出一条通向未来的进化之路。

“基因—生态—组织”的协同作用,是中华老字号文化生命体存续机理的核心。借助“具身认知—代谢循环—神经调控”框架,突破了传统文化研究的要素分析范式,将中华老字号重新定义为具有自组织能力的文化生命体,为深入理解和传承中华老字号文化提供了全新的视角和思路。

二、诊断:文化症候群辨析

“文化症候群”根植于特定的文化土壤之中。在不同的文化语境中,人们秉持各异的理念、践行不同的行为模式、遵循着独特的社会规范,这些因素加剧了人们心理与身体层面的冲突,进而催生出特定的“症状”,即文化症候群。

老子《道德经》第五十八章中留下“祸兮,福之所倚,福兮,祸之所伏”的经典论述,此论述深刻揭示了福与祸相互依存、相互转化的辩证关系,彰显了对事物发展规律的深刻洞察。与之异曲同工,中医理论强调阴阳需对立统一且保持平衡,一旦失衡人体就容易生病^[9]。在本研究中,文化症候群隐喻中华老字号在向现代化转型过程中所表现出的系统性问题。

不难发现,中华老字号文化生命体在基因传承、生态适应与组织调控这三个维度上出现了协同失衡。这种病理现象的本质,正如中医理论所言“邪之所凑,其气必虚”(指正气虚弱时,就容易导致疾病的发生),揭示了传统商业文明在数字时代面临的深层次文化挑战,迫切需要进行系统性的诊断和精准的干预。

为实现对中华老字号文化生命体的全面、精准诊断,本研究引入中医“四诊合参”的辩证思维,构建文化生命体的诊断模型。以《黄帝内经》“治未病”理念为指导,通过“望(观其形色)、闻(察其声息)、问(究其源流)、切(辨其脉象)”四诊法,精准定位文化症候的“虚(传承断裂)、瘀(生态阻滞)、毒(基因变异)”病灶。

这种多维诊断框架,不仅可以深入揭示了中华老字号在实体空间衰变、技艺传承断裂、代际认知鸿沟、品牌叙事变异等方面的具体问题,还能从宏观层面洞察中华老字号文化生命体的病理本质,为后续的“治疗”方案制定提供坚实的理论依据与实践指导,助力中华老字号在新时代实现传承与创新的有机统一。

(一) 望诊

“望”即全方位观察,通过从整体上把握中华老字号品牌的空间形态,才能把握其整体性与宏观性^[10]。基于《中华老字号品牌研究系列报告(2023)》数据(见图2),中国现存老字号的数量仅为日本的1.8%^[11](注:截止2024年3月商务部共认定1455个中华老字号)。相较而言,历经工业文明洗礼,其他国家的百年品牌展现出较强的存续能力,中国“百年品牌”数量仍有较大发展空间。可见中华老字号的存续能力仍是目前发展面临的关键挑战。

以中华老字号“张小泉”为例,在其品牌升级过程中,它将传统手工锻造的金属肌理简化为扁平化的线条设

计。这一举措虽然看似迎合了现代审美趋势，实际上却削弱了“千锤百炼”背后所蕴含的深邃历史感，过度符号化问题由此凸显；南京夫子庙的中华老字号群体在摒弃了“前店后坊”的传统布局后，使消费者体验退化为表面的视觉拼贴，暴露了中华老字号在互动链条上可能存在的断裂风险。根据消费增长研究院《2023 中华老字号品牌研究-重塑关系-重构增长》蓝皮书相关数据显示，日本拥有 3.3 万家百年企业，而中国仅有 613 家，这一数据深刻反映出传统商业在转型期间面临的深层次矛盾。

望诊揭示了传统商业空间正面临“形存神失”的困局。数据上的巨大落差警示了文化基因表达的失效，同时符号化改造暴露了认知错位。要实现中华老字号的振兴，须重构“形神兼备”的空间逻辑。一方面，要守护“前店后坊”这一物质载体；另一方面，需恢复工艺展示的文化呼吸功能，在可见的传承中重建消费信任。

(二) 闻诊

“闻”即倾听之意，充分聆听消费者的声音是准确判断中华老字号当前发展困境的关键。根据《消费增长研究院：2023 中华老字号品牌研究-重塑关系-重构增长蓝皮书》相关数据显示，随着消费主力逐渐转向 Z 世代，38% 的年轻人将老字号视为“童年怀旧的象征”（见图 3）。这种代际认知上的差异提醒我们，仅依靠过往经验来做决策已无法跟上市场的快速变化。因此，建立一个深入洞

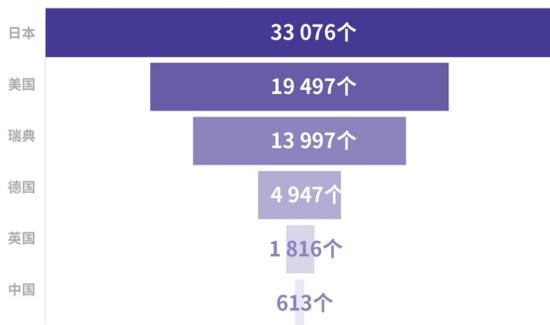


图2 全球各国百年品牌数量图片

察消费者需求的机制变得至关重要，以打破“老字号=过时品牌”的固有偏见。

随着机械化生产的引入，杭州王星记扇庄将机械化代替触感来评估竹骨的柔韧度。这导致消费者反映折扇开合时的手感有所下降，表明传统技艺中通过触觉辨识材料的能力正在遭受冲击。在工业标准化的浪潮下，传统技艺所蕴含的隐性知识正逐渐消逝，这不仅揭示了一个“去身体化”的文化危机，也提醒我们必须采取措施保护和传承这些珍贵的非物质文化遗产。

闻诊揭示了中华老字号正面临“需求误判”和“技艺失传”的边缘化困境。消费者渴望文化体验，而企业大多提供标准化产品；技艺传承者在操作中追求机械化的精确度，却意外地丧失了人文的温度。

(三) 问诊

“问”指的是要积极主动征询不同人群对中华老字号的看法与评价，了解当下的情况。“闻”和“问”有着密切的联系，两者都旨在通过消费者的有效反馈来评估中华老字号的优劣，并对其市场表现提供客观、准确的评价。其核心目的是超越企业自身的主观判断，综合运用问卷调查、舆情分析等方法，揭示中华老字号品牌在消费者心目中的真实形象。

根据消费增长研究院《2023 中华老字号品牌研究-重塑关系-重构增长》蓝皮书相关数据显示（见图 4），消费者对中华老字号概念认知较为模糊。提到中华老字号，消费者主动想起的品牌列表中，半数以上为老牌国货、地方特产和国产大品牌。蜂花、六神、老干妈、百雀

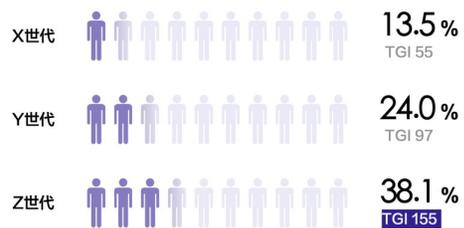


图3 不同代际人群对中华老字号品牌的认知偏差占比和TGI



图4 非中华老字号品牌数量占比以及分类

羚、TCL、华为、比亚迪等这些具有典型“国产、国货”标签的品牌,都被视为中华老字号。这种偏差折射出老字号文化符号的辨识危机,凸显问诊对修正品牌认知坐标的重要性。

“张小泉拍蒜断刀”舆情事件,使“千锤百炼”艺术叙事在ISO标准前失语,引发质量信任的代际滑坡。五芳斋端午祭祀场景的复刻呈现,却未能传递粽叶捆扎背后的家族伦理,使得文化内涵被降维为消费标签,符号价值与精神共鸣渐行渐远。

问诊揭示中华老字号目前正陷入认证失效、叙事断裂、信任危机这三重困境,消费者对中华老字号认知混淆,反映出品牌符号的公共记忆衰退;端午展台沦为拍照背景体现出文化价值的传播降维;舆情危机暴露传统工艺的现代化转化失能。

(四) 切诊

“切”指的是通过把脉来验证自己观察、听闻和询问所得的信息,从而对症下药。作为“望闻问切”的最后一个环节,切诊在全面梳理、综合分析各方面问题的过程中,对中华老字号的创新设计发挥着至关重要的作用。

以内联升千层底布鞋为例,机械纳底工艺虽提升了足部支撑效能,手工纳底触觉辨识度却大打折扣,导致文化DNA表达偏离正轨;安徽臭鳊鱼的工业化发酵流程取代“看天吃饭”传统,切断工艺与自然节律的能量交换,破坏了传统工艺的独特韵味。

中华老字号的文化症候群诊断,不仅是学术层面的理论探索,更是中华老字号文化生命体在数字时代的生存预警。通过四诊合参的系统性剖析,我们得以透视传统商业文明机体在现代化转型中的深层矛盾,并为文化基因的传承与创新提供解剖学级的认知图谱。这一研究既延续了中医“辨证施治”的智慧传统,又回应了全球文化遗产保护的当代命题,在理论与实践的双重维度上具有启示价值。

三、干预:文化修复疗法

中华老字号的文化修复需突破“头痛医头、脚痛医脚”的局部治理范式,转向“标本兼治”的系统性治疗策略。文化修复在整体上部分借鉴中医“补虚、泻实、温通”的治疗原则,构建“基因修复、生态疏通、代谢激活”三维协同框架。

补法通过数字化技术固化文化基因,泻法借助跨界融合重建生态循环,温法依托数字中枢激活代谢调控,三者形成“固本培元、疏经活络、调和阴阳”的协同机制,深度

呼应中医“气血周流”理论。也就是说,通过修复文化基因链、疏通生态网络阻滞、优化系统调控功能,最终实现中华老字号文化生命动态平衡与可持续发展。

(一) 补虚:固本培元的基因修复

中华老字号“补法”聚焦于修复文化基因链的断裂,通过强化技艺传承的具身性、符号系统的转译力与伦理价值的约束力,重塑文化生命的核心密码体系。所谓“固本培元”,即通过巩固文化根基(本)与培育发展活力(元),恢复中华老字号作为文化生命体的内在平衡。

1. 技艺基因的数字化具身

针对隐性知识流失问题,构建“师徒制+虚拟现实”的混合传承模式。以杭州王星记扇业为例,企业将传统制扇工序转化为可穿戴设备捕捉的体感数据,使学徒在虚拟场景中形成肌肉记忆。这一技术路径既保留具身认知的生理特性,又突破时空限制,显著提升技艺传承效率。

2. 符号基因的拓扑转译

借助视觉心理学原理,对传统符号进行创新转化。海派旗袍则为一个典型案例,它将采用静态刺绣纹样的工艺与光敏变色丝线刺绣进行融合,使纹样随体温变化呈现动态美学效果。这种创新改造既延续了传统符号的连续性特征,又赋予其现代审美意涵,有效增强年轻群体对文化符号的认同,在现代社会中焕发出新的活力。

3. 伦理基因的现代表达

将祖训伦理融入可操作的商业标准体系。胡庆余堂将“戒欺”祖训具象为涵盖药材道地性、古法工序完整度、服务质量响应等多维度的质量规范。通过标准化认证强化伦理约束力,促进传统文化基因在现代商业环境中的适应性进化。

(二) 泻实:通经活络的生态疏通

中华老字号“泻法”旨在疏通文化生态系统的阻塞,通过构建跨界能量通道、优化代谢路径与重塑共生关系,恢复文化生命体的自循环能力。

首先,构建跨界生态链,推动“文化+科技+商业”的跨界融合。例如,南京云锦研究所联合科研机构,将传统织造技艺与新材料技术结合,开发兼具文化内涵与科技质感的创新产品。此类实践不仅能够拓展文化能量的辐射范围,更能激发公众对传统技艺的深层认知兴趣。

其次,疏通政策供氧层,建立动态评估的文化健康监测机制。通过构建长三角中华老字号联盟设计多维度评价体系,实现数字化技术实现数据透明化管理,推动政府部门依据企业文化存续状态实施差异化扶持策略,为濒

危中华老字号提供精准救助,为创新活跃者的中华老字号释放发展空间。

最后,激活代谢共生网络,培育“老字号+新业态”的共生共同体。搭建资源共享平台,推动中华老字号与潮玩品牌、科技企业深度合作,通过联合开发文化衍生品、共享消费流量等方式,形成传统与现代的能量交换网络,助力中华老字号突破代际认知壁垒。

(三) 温通:培元固脱的代谢激活

“温法”专注于激活文化生命体的代谢机能,借助技术赋能提升能量转化效率、凭借组织变革增强调控活性、通过代际对话重塑意义网络,以此达成文化生命体的稳态延续。这一过程与杜威(John Dewey)《艺术即经验》专著中的美学理论形成深刻共鸣。

1. 技术赋能推动代谢升温

利用数字技术构建文化价值转化系统。以荣宝斋为例,其中开发的书画鉴证元宇宙平台,运用区块链技术为每件作品生成独一无二数字标识,同时结合人工智能对历代作品艺术特征展开分析,不仅缩短交易周期,还能保证传承人持续获得文化回馈,从而促进创作与传播的良性循环。

2. 组织变革促进神经元活性复苏

对企业内部的决策反馈机制进行重新构建。光明乳业搭建起融合老师傅感官经验与市场需求的数字化中枢,通过实时将传统工艺参数与消费数据进行匹配,极大地提高了产品创新的成功率,实现了组织机能在代际间的协同发展。

3. 代际对话实现意义再生

发起青年文化解码行动。百雀羚联合创意社区,鼓励年轻群体运用数学符号、视觉艺术等现代语言,重新解读中华老字号文化基因。通过跨代际的符号交流,生成全新的文化阐释路径,使传统价值在当代语境中重焕生机。

(四) 系统协同治疗

在中华老字号文化传承与发展过程中,其文化生命体的修复是一项极为关键且复杂的工程,需借助三维疗法协同运作,打造“补法固基-泻法疏络-温法促活”的耦合机制。这一创新机制的理论源头,可追溯到中医经典的“君臣佐使”思想。其中,中华老字号基因修复作为文化传承的根基,为中华老字号文化本体的稳定性筑牢防线;生态疏通犹如文化脉络的清道夫,确保中华老字号文化能量的顺畅流动;代谢激活则成为激发系统自组织活性的催化剂,为中华老字号文化发展注入源源不断的动力。

以东阿阿胶的成功实践为范例,东阿阿胶通过复兴复古熬胶技艺,以补法夯实文化根基;构建文旅康养生态链,借泻法打通文化产业发展的脉络;激活数字代谢系统,用温法点燃创新活力,最终实现了品牌文化生命力的复苏与传承。在这一过程中,中医“形神合一”的理念展现得淋漓尽致,基因修复守护文化本体,如同守护文化的“形”;生态疏通贯通能量脉络,恰似滋养文化的“气”;代谢激活凝聚创新精神,仿若铸就文化的“神”。这一协同机制深刻表明,只有在“稳定基因内核”与“拥抱现代性”之间搭建起辩证统一的桥梁,才能助力文化生命体迈向健康发展的轨道。

“临床研究”证明,修复中华老字号所代表的文化生命体,必须遵循“辨证施治”这一中医学理念,展开全方位、多层次的系统性的疗愈。当文化生命体出现基因异化、生态梗阻、组织麻痹等问题时,需要精确运用补法、泻法、温法等干预策略,同时高度重视三维疗法之间的协同共振效应,以实现了对文化生命体的有效修复与全面激活。

中华老字号是民族文化的重要组成部分,其商业文化理念承载着中华民族的价值取向,影响着中华民族的生活方式,凝聚着中华民族的自我认同,抢救和保护中华老字号,不仅是全社会的共同责任,更是建设社会主义先进文化、共建和谐社会的体现,其重大的现实意义和深远的历史意义是不言而喻的。

四、代谢:文化稳态养生

“代谢机制”作为“文化诊疗”的关键内核,其目标在于构建一个能让文化生命体自主循环、持续发展的稳定系统。以医学代谢理论为基石,借助隐喻手法,通过自组织、自适应、自净化三个维度,探究中华老字号如何在数字文明的时代浪潮中达到文化基因的动态平衡,进而构筑起抵御熵增、维持文化健康的免疫屏障。

(一) 自组织:引领代际传承的拓扑生长

自组织是相对于他组织而言的,二者虽然共同致力于实现系统的有序,却拥有差异化的目标追求和实践逻辑。自组织系统以活力为目标,通过组织内成员之间的内在心理契约自发地走向有序;而他组织则以效率为目标,凭借组织管理者的外部指令和强力控制被迫实现有序^[12]。自组织是文化系统无序中涌现秩序的生命本能,展现为代际传承进程中的拓扑觉醒。这一创新机制,打破了中华老字号长期以来“父传子承”的单一线性传承模型,通过节点网络的重组,实现文化基因的创新性传承。如今,Z世代的中华老字号传承人不再局限于机械照搬、

被动接受传统技艺,而是化身“文化神经元”,在虚拟与现实相互交织的拓扑空间中,实现自我发展与繁衍。

自组织的深层驱动力,源于文化系统对抗熵增的拓扑守恒本能。恒源祥“数字族谱”工程便是生动的例证。企业将经历百年羊毛质检标准,铸造成 NFT 徽章链,Z世代员在元宇宙时装周虚拟走秀,通过拓扑映射的方式,激活“羊毛朋克”亚文化社群,实现代际认知的甚多交互与融合。自组织的革命性使文化传承从线性时间的独木桥,蜕变为数字空间中的立交桥,每个节点都可作为新秩序的孵化器。

自组织机制本质上是道家“无为而治”的现代转译。它不依赖中心化指令,而是通过系统内生的非线性作用,如B站民乐UP主社群中不断迭代的递归式互动,在开放包容的环境中达成动态平衡。这种状态恰如莫比乌斯环,看似表面的断裂,实则深层体现了无缝衔接。凭借这种自组织智慧,中华老字号文化定能在数字文明的熵增漩涡中,淬炼出抵御时间侵蚀的拓扑铠甲,实现长久传承与发展。

(二) 自适应:数字迭代浪潮中的进化哲学

自适应作为中华老字号文化在变迁浪潮中维持稳定状态的关键机制,展现出一种动态的生存智慧。它既不是对传统的固执坚守,也不是对现代性的完全屈从,而是在持续的调整与变革中,重塑中华老字号独特的文化基因表达方式。通过数字化转型,中华老字号品牌不仅可以提升自身实力和竞争力,还可以为消费者带来更优质的体验和服务,进一步弘扬我国优秀传统品牌的文化价值^[13]。以沈大成糕团的数字化转型为例,面对工业化生产对传统手工制作的冲击,它引入3D食物打印技术尝试复刻莲蓉酥的褶皱形态,但做出来的糕团口感下降。面对这一问题,沈大成开启自适应调整:一方面,保留手工揉面的核心工序,把打印技术定位为造型辅助工具;另一方面,推出“苏式糕团记忆盲盒”,将老师傅手工操作的独特韵味转化为 NFT 数字证书。这种巧妙融合了机械与手工的策略,如同中医经络学说中追求的阴阳平衡,即便在技术冲击下,也能让中华老字号的文化特色得以完整保留。

自适应所蕴含的智慧,其关键在对“文化时差”进行创造性转化。光明冷饮通过大数据进行口味迭代实验,这一过程体现出了延迟满足的特征。根据消费趋势的算法的推荐,光明冷饮推出了杨枝甘露味冰淇淋。虽然线下铺货销量峰值延迟两周,但光明冷饮巧妙利用这一“数据延迟”激发了消费者的怀旧情感,实现了工业化生产的味

觉标准化与手工冰棍的随机美感之间的动态平衡。同样,朱炳仁铜雕工坊的 AI 创作中,算法生成的现代主义雕塑对传统审美构成挑战,但其参数化模型反过来促使工匠重新认识手工“一锤一錾”技艺价值,数字技术与手工技艺在相互碰撞与共生的过程中,催生出新的美学范式。

从本质上讲,文化系统的自适应是符号免疫系统的应激训练。以王老吉品牌的跨文化传播为例,当遭遇“凉茶即苦中药”的认知壁垒时,王老吉启动“符号透析”工程:其一,将“祛湿解暑”概念重新包装为“东方能量水”,对标西方运动饮料概念;其二,保留经典的“吉文化”红罐设计,并加入英文“LUCKY”(幸运)字样;其三,在广告中呈现篮球运动员中场休息畅饮画面。这一系列举措如同为凉茶配备了翻译器,用西方受众熟悉的语言,传播中国独有的品牌养生智慧。凤凰自行车的“时光魔法”同样精妙,借助区块链技术将生锈车架的腐蚀纹路转化为数字艺术品,经过改造的旧车入驻美术馆,化身为怀旧艺术装置,成功将物质的损耗转化为抵御符号异化的文化抗体。

自适应机制最终体现在虚拟与现实界面的代谢循环当中。荣宝斋书画修复的混合现实系统构建了自适应训练环境,学徒在虚拟空间里的每一次失误不再受到责罚,而是触发 AI 生成的修正路径图谱。这种容错机制让传统的“师道尊严”向数字时代的“试错教育学”转变。自适应并非被动应对,而是文化生命体在数字洪流中练就的太极推手,将外界冲击力巧妙转化为进化的动力,在持续变化中实现更高层次的守恒。

(三) 自净化:文化生命的免疫应答

自净化是中华老字号文化生命体在遭遇内生危机时,开展自我修复与革新的关键机制。从本质上来说,它是中华老字号文化基因在对抗熵增中淬炼出的免疫诗学。这一机制主要通过“识别、转化、升华”三个层面的净化过程,发挥强大作用。在此过程中,文化系统宛如白细胞吞噬外来威胁;又似充满智慧的炼金术士,将潜在的毒素巧妙转化为有益抗体,推动文化的新陈代谢与健康发展。

李子柒的跨文化叙事,为自净化机制的运行提供了例证。当东方农耕的“慢基因”遭遇消费主义“快消化”冲击时,由文化学者、技术专家和艺术策展人等组成的“文化网络”被迅速激活。他们将二十四节气重新编码,实质成为数字艺术的时间标记。通过这一举措,在数字化环境中成功实现了文化符号的净化,推动文化意义的重生与传播。

自净化的深层力量,源自对创伤记忆的创造性重塑。以回力鞋为例,尽管曾被批评质量不佳,但现在消费者通

过手机AR技术扫描鞋底,可以看到展示出的90年代工人制鞋的怀旧影像,将曾经的负面历史转化为情感卖点。

文化自净化的终极智慧,体现在“与问题共存”的动态平衡哲学中。豫园灯会的“数字调节系统”便是典型案例。该系统运用智能技术,对游客的审美疲劳周期进行精准预测,并在传统灯笼里中融入感应装置。当游客靠近时,灯笼便会讲述与之相关的历史故事,极大提升游客的体验感。就像吴良材眼镜店坚持手工打磨镜架,虽然比机器慢三天,但顾客却更加珍视这份“低效率”背后的匠心。这种经营理念,与道家“与世无争”的古老思想不谋而合。真正的文化纯净性,并非存在于脱离现实的无菌环境,而是体现在文化生命体在复杂世界中磨炼出的适应能力。如同龙泉青瓷的“开片”技艺,将烧裂裂纹升华为美学特征,在看似破碎的表象下,绽放永恒的生命力。

自净化机制的本质,是文化基因在自我更新过程中,实现的螺旋式上升进化。当张小泉将“拍蒜断刃”引发的信任危机,转化为全民参与的锻造挑战赛;当荣宝斋运用数字技术,详尽记录每一次古画修复的细节,我们看到的不仅是危机应对策略的创新升级,更是文化生命体在创造性更新过程中,实现的基因跃迁。这种淬炼成钢的净化智慧,终将使中华老字号文化在数字时代的浪潮中,蜕变为更具韧性、更具活力的全新生命形态。

五、结语

从“文化诊疗”的靶向干预到“文化代谢”的动态平衡,中华老字号修复工程终在生命系统的隐喻中完成理论闭环,它既非博物馆式的标本封存,亦非商业逻辑的彻底驯化,而是在代谢循环中保持文化基因的拓扑完整。恰如中医所言“正气存内,邪不可干”,一个具备自组织活

性、自适应弹性与自净化智慧的文化生命体,自能在时代湍流中维系其永恒生长的“气韵生动”。这种以代谢机制为核心的养护之道,不仅为长三角老字号提供可持续发展路径,更对全球化时代的文化遗产保护具有范式革新意义。

参考文献

- [1] 洪剑儒. 持续擦亮老字号“金字招牌”[N]. 国际商报, 2025-03-14(1).
- [2] 刘晓玲,徐悦. 中国共产党青年工作的文化基因[J]. 思想教育研究, 2025(1):98-102.
- [3] 习近平. 携手建设更加美好的世界:在中国共产党与世界政党高层对话会上的主旨讲话:2017年12月1日[M]. 北京:人民出版社, 2017.
- [4] 莫里斯·梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉,译. 北京:商务印书馆, 2001.
- [5] 浙江省档案馆. 张小泉剪刀锻制技艺[J]. 浙江档案, 2007(8): 32-33.
- [6] 刘强,厉春雷. 中华老字号业态创新:理论、路径与案例[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2019.
- [7] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译. 列宁选集—第四卷[M]. 3版. 北京:人民出版社, 2012.
- [8] 习近平. 习近平著作选读—第一卷[M]. 北京:人民出版社, 2023.
- [9] 田原. 现代设计文化理念[M]. 济南:泰山出版社, 2010.
- [10] 陈小燕,李卫国. 新农村建设中公共空间设计的“望、闻、问、切”——以广州市番禺区洛浦街沙溪村为例[J]. 规划师, 2009, 25(S1):56-58.
- [11] SDN北京. 中华老字号品牌研究系列报告(2023)[R]. 北京: SND北京, 2023.
- [12] 魏亚丽. 自组织理论视域下课堂活力生成的机理及路径[J]. 教育理论与实践, 2025(10):58-64.
- [13] 陈怡,李昉,李昀伶. 从税收视角看天津“老字号”企业发展[J]. 天津经济, 2023(12):27-29.