

## 中国本土化家居产品的现代设计方法研究

缪珂, 潘祖平

(江南大学, 无锡 214122)

**摘要:** 以中国传统家居产品入手, 分析了目前家居产品存在的一些问题, 即在全球化冲击下的设计西化以及对中国传统元素较为肤浅的运用, 在此基础上探讨一些可能将中国传统文化同现代设计相结合的方法, 包括传统元素的抽象运用、应用传统工艺与材质、意为中用形为西用、根植于传统文化及当下生活方式以及延长产品生命周期, 希望能够使中国家居产品更具传统文化气质并对中国家居产品的设计实践起到一些帮助。

**关键词:** 家居产品; 中国传统文化; 传承; 现代设计方法

**中图分类号:** TB472   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1001-3563(2011)18-0071-04

### Research on Modern Design Methods of Local Chinese Household Products

MIAO Ke, PAN Zu-ping

(Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

**Abstract:** Starting with traditional Chinese household products, it analyzed some problems about the present household products. The problems including the household products become more and more western and the superficial use of Chinese traditional elements. On this basis, it discussed some possible ways to combine traditional Chinese cultures with modern design, including the abstract use of traditional elements, application of traditional techniques and materials, using western forms and Chinese means, based on traditional cultures and modern lifestyle, extending the life cycle of product. Using these ways can make Chinese household products with more traditional culture temperament and help the design practice.

**Key words:** household products; traditional Chinese culture; inheritance; modern design methods

家居产品是指日常生活中家中使用的所有与生活相关的产品, 包括一些家具和日常生活用品。由于家居产品的使用环境是在家中, 而中国人对家的理解和寄托又十分特殊, 因而造成了家居产品已经超越了普通产品概念。家居产品不仅仅具有实用功能的作用, 更承载了人们点点滴滴的生活记忆和情感, 它更倾向于物品的概念。而物品较产品而言, 更多地表现了人与物的交流, 更多地承载着情感的功能。因而一些好的物品往往会被人们代代相传, 而产品则可能会被丢弃。所以, 具有中国传统文化气息的家居产品或者能承载人们情感和故事的家居产品往往能够被人们不断传承, 生命周期也相对较长。

## 1 中国家居产品设计现状

### 1.1 全球化背景下设计越来越西化

全球化作为一种趋势不断冲击和改变着观念和

生活方式, 同时设计在全球化的冲击下也变得越来越西化。虽然国际性的设计可以带来传达上的方便, 但是缺乏了民族性的设计, 却是千篇一律的设计, 缺乏生动性和多元性<sup>[1]</sup>。表现在家居产品设计上, 往往追求新的时尚流行趋势, 或是对于某某风格和主意的热衷和追捧, 甚至是对国外一些家居产品进行模仿山寨或者直接进行抄袭。这种盲目追求市场, 抛弃自身传统文化和精神的设计使得中国的家居产品设计缺乏本土化特征和精神气质, 只是一味满足大众猎奇追新的心理, 而不启发和唤醒大众的民族意识。

### 1.2 中国元素的肤浅运用

在家居产品设计越来越西化的同时, 所谓“中国风”的设计潮流也在越来越流行。特别在家居产品领域, 设计师越来越喜欢运用所谓的中国元素进行设计。而这种运用通常有2类手法。一类是对中国传统元素或者符号的直接迁徙和运用。经常会看到将一些传统的图形符号元素贴在产品表面的做法, 例如在

收稿日期: 2011-03-24

作者简介: 缪珂(1988-), 男, 江苏常熟人, 江南大学硕士生, 主攻工业设计。

产品表面贴上一些回形纹、祥云和“梅、兰、竹、菊”等图案;另一种手法相对而言要显得高明些,将传统元素与造型相结合,比如运用一些回形纹做成椅子之类的产品。然而这些所谓的传统元素和产品之间并没有多少关系,而很多设计师则硬生生的将这些元素直接搬到了产品上,这显然只是停留在表面的,对传统元素较为肤浅的运用。更重要的是,很多设计师并没有意识到这一点。他们很自然的认为这些做法就是对中国元素的合理运用,在对外宣传上也是这样宣传,以至于很多消费者也被误导。究其原因,很有可能是他们没有意识到,目前在造型上盲目地以这种方式所能得到的“认同”,其实仍然是在满足西方人对于东方印象的“猎奇”<sup>[2]</sup>。

“中国风”本应该是一种风格,但现在更多是呈现出一种程式化的运动了<sup>[3]</sup>。在国内“中国风”的潮流影响下,设计界普遍认为产品是中国元素得以传承的很好的视觉载体,因而委于产品以重任,使其肩负起传承中国传统文化的职责。然而,这种观念本身就是对“传承”这一概念的错误理解。“传承”本身包含着继承和发展的意思,继承是以尊重其原始客观性的原则对原来中国传统文化的继承,而发展更是应该以适合时代要求为准则对传统文化及其元素进行创新和再利用。因此,只是一味的不假思索的继承,而不问这些元素和产品之间的关系是一种错误做法,更应该在研究和理解传统文化内涵的基础上,对传统文化和元素进行创新利用。

## 2 探索具有中国气质家居产品的现代设计方法

### 2.1 传统元素的抽象运用

在现代家居产品设计中,传统元素主要作为产品的装饰手段,以语意的形式与产品的使用语境、功能语境相配合,使传统元素的装饰与产品之间产生合乎逻辑的关系,丰富产品的表现形式。而这种装饰元素的运用,并不是不加思索的直接搬用,而是需要对传统元素进行抽象化的提炼。以符合现代人审美的形式图形或纹样加入产品设计中,而这种元素的加入并不只是起到装饰和美化的作用,更重要的是元素的加入能够在产品中适当的表现某种功能。传统元素现在运用比较多的做法是将原来二维元素转换为三维的立体形态,作为造型元素运用到产品

设计中,而不是简单将元素运用于二维装饰作用,或者在产品造型的局部运用抽象了的传统元素进行设计。当然,元素的选取要经过仔细的考虑,元素与产品之间应该存在必要的逻辑关系,语意之间要相同,还要符合当时当地的语境,而非是随意的运用毫不相干的传统元素。

中式的精髓在于意境的表达,而抽象正是表现这种中式精髓的良好方式。中国画中讲究写意不写实,而在表达具有中国气质的家居产品时同样需要运用这种技法。将中国传统元素进行提炼抽象运用,尽量表现得内敛而深刻,以更好地传达东方的精神气质。如果说用元素表现功能是表达具有中国气质的家居产品的好方法,那么,用元素表现意境可以说是更高的一个层次。从功能到意境的表达是传统元素运用的升华。例如:上海“半木”原创家居品牌设计师吕永中设计的篆书系列家具,见图1,从中国传统书法中寻



图1 篆书椅、屏风、矮几、桌椅组合

Fig.1 Seal chair, seal screen, seal tea table, seal table and chair

找灵感。中国篆书笔画,抑扬顿挫,起笔、运笔、收笔无不传达中国人的内敛与力量。设计师将这种篆书笔画作为元素,进行抽象运用,表现了一种空灵中质朴的意境。

### 2.2 应用传统工艺与材质

中国的传统工艺是造物的活动,它一开始就体现了实用与审美、物质与精神的有机统一,从起源、实用功能、审美、人与自然的亲和等几方面体现着中国传统文化的思维特征<sup>[4]</sup>。将中国的传统工艺应用于现代家居产品的创新设计中,不仅仅能够打破西方工艺思维方式的局限性,更能很好地传达东方的思维方式,同时使家居产品体现出独特的中国气质和精神。将中国古代人民的智慧结晶通过设计融入到日常生活中,同样也是创造本国特色原创家居产品的必要方式。

在应用传统工艺的基础上,挖掘具有本土特色的材质同样是体现中国气质家居产品设计的必要手段。从设计的角度而言,工艺和材质本身就是紧密联系在一起,无法孤立的看其中的任何一个。使用何种

工艺往往是以运用何种材质为基础的,材质的不同决定了工艺的运用。中国有很多特有的非常有特色的本土材质,例如陶瓷、木材、竹材、纸张、藤、金属、石材和毛毡等。这些本土材质不仅普遍存在,取材方便,而且性能稳定,成本相对较低,更重要的是它们都拥有悠久的历史,拥有历史认同感。本土材质配以传统的工艺,应用于现代的家居产品设计能够很好的体现产品的本土精神气息。例如:上海设计师王杨设计的“双喜”热水瓶,见图2,运用传统黄铜材质配以中



图2 双喜热水瓶

Fig.2 Double Happiness thermos

国的双喜标志,打造出一种耳目一新的感觉。热水瓶在一代人心里有着很深的烙印和感受,饱含了很多生活记忆,然而随着现在生活水平的提高,热水瓶也逐渐淡出了人们的生活。然而,这种记忆却无法抹去,当原本普通而又相对陈旧的物品被赋予新的设计时,它也就焕发了新的生命力。又如,设计师辛瑶瑶设计的“没有骨架的宣纸灯”,见图3,运用宣纸结合简洁的



图3 没有骨架的宣纸灯

Fig.3 The rice paper lamp without skeleton

外形进行塑造,而完全不运用骨架,这种对传统材料的挖掘利用和对工艺的探索都是十分有意义的。

### 2.3 意为中用形为西用

从设计角度而言,东方注重意义和关系,而西方更注重形式的表达<sup>[5]</sup>。也就是说东方人更看重产品能否表达意义和关系,而西方人更注重产品形式感和形态的问题。现代设计本身是从西方发展起来的,特别是产品设计,是西方工业化的产物。而目前我国的设计体系和方法也主要沿用了西方的。诚然,现在非常

需要表达具有中国本土特色的家居产品设计,但是由于整个现代设计方法和技法是西方的,那么,是否意味着需要完全推翻西方的设计体系而重新建立中国自己的体系,以此来创造自己的产品?回答是否定的。与西方设计观点兼容并蓄、取长补短是对的,但不能因此否定另一种有可能植根于本土化思维方式的新的设计理念的存在与成长。

从设计技法上来说,在产品的形式感上还是要用西方相对简洁的形式,毕竟现在处在全球化的背景下,生活环境和方式已经较原来有了较大的改变。如果还是沿用原来的形式未必合适,也未必被现在的消费者所接受。而需要做的用东方的方式来解决当下的问题而用西方的形式表现出来,透过形式来表现东方的意义和精神。当然,对于设计师而言就需要不断体会和挖掘东方的精神内涵和人与物之间的微妙关系。这点需要学习日本。日本设计之所以会成功,就是因为他们对本国传统设计的技术和艺术进行深入研究,把握其内在的规律和精神,再将其与西方思想进行交融,这样设计出来的作品才可能具有时代性<sup>[6]</sup>。例如:现在看日本“无印良品”的设计,见图4,可以发现它的表现形式是很西方很国



图4 日本无印良品的家居产品

Fig.4 Household products of MUJI

际化的,但是,在其简洁的表现形式之下无不透露着日本禅宗文化的气质和特点。

### 2.4 根植于传统文化及当下生活方式

乔治亚罗曾说过:“设计的内涵就是文化”<sup>[7]</sup>。要设计具有中国本土气质的家居产品就必须扎根于本土文化之上,同时还必须关注中国当下的生活方式。提升对中国传统文化内涵的理解,挖掘更深层次的文化精髓,是设计师必须要做的,而不是仅仅停留在对传统元素表象的肤浅传达上。传统文化是中华民族



在过去几千年的时间里不断积累和发展过程中保留的文化的精华部分。虽然来源于过去,在利用传统文化的同时往往也要进行时间上的一番追溯,而在理解其意义方面也更愿意将其归纳为文化的过去式范畴。然而,对传统文化的理解不应该只停留在过去的文化层面,传统文化是产生于过去而一直延续到现在的文化成果。因而在将传统文化应用到设计的过程中时,并不能只将传统文化认作是文化的过去式,更应该将其理解为文化的现在进行时<sup>[8]</sup>,传统文化在新的社会、新的语境下将焕发新的生命力。同时现在人的生活方式较之过去已经有了很大的变化,关注和善于发现这种变化才能使设计符合时代要求。应当将传统文化作为一个更加宽泛的载体运用于产品设计中,体现传统与现代观念的对立统一,而现代的生活方式与传统本身就有许多契合之处,自然可以成为生活方式或思维方式的传承。

### 2.5 延长产品生命周期

目前家居产品的生命周期都比较短,这当然和现在人们物质生活水平提高以及产品更新换代速度加快,新产品层出不穷有着密切的关系,同时,这也与产品的质量和品质有关。然而,这点却常常被忽视,从企业和设计师的角度来看,他们总是不断推出新产品以满足人们的追新猎奇的愿望。站在市场的角度,这种做法显然无可厚非,但是对于设计师来说应该致力于提高产品的品质而不是一味的追求数量,这是责任。假设一个产品的品质很高,人们不会很快去丢弃它,人们可能会珍惜、爱护它。需要通过提升产品的品质来激发人们的这种惜物精神,这点对于家居产品来说尤其重要。家居产品由于经常出现在人们的生活环境中,陪伴着人们的日常生活,久而久之人们应该对它产生一种精神依赖和情感。

那么,怎样才能提升产品的品质? 现在通常认为产品的品质只是产品的质量,只要好用便可。然而,现在产品在使用质量上基本都能满足人们的要求,人们更侧重于产品的情感和精神诉求。因而,更应该注重产品情感的表达,致力于做有文化的产品,使产品能够与用户产生共鸣。同时,这样也能延长产品的周期,使家居产品向物品的角色转化,使之得以传承。从社会的角度看,这样做是很好的可持续设计理念实践方式,具有一定的社会意义,而非现在的只是所谓运用环保材料或是废物利用。

## 3 结语

中国家居产品要想在全球化的设计浪潮中不被淹没,就应当探寻一条具有本土特色的发展之路。对于设计师而言,需要立足于当下,关注现代生活方式并且充分吸收西方的先进设计理念和方法;同时联系过去,根植于中国传统文化本身,拾取中国文化的记忆片段,将传统精神与现代设计巧妙结合;还要探索未来,把握设计的发展趋势,不断探索挖掘中国本土设计的方法,推动本土家居产品的创新和传统文化的传承与发展。

### 参考文献:

- [1] 王受之.世界平面设计史[M].北京:中国青年出版社,2002.
- [2] 王宁.从中国传统审美观念谈“中国风”造型味道[J].包装工程,2009,30(2):196.
- [3] 童慧明.工业设计教育新机遇[M].北京:北京理工大学出版社,2010.
- [4] 赵力强,郑阳,洪华.中国传统民间工艺应用与现代设计的方法探索[J].创意与设计,2010(9):102.
- [5] 罗怡.在中国设计[M].北京:文化艺术出版社,2010.
- [6] 路玲娟.中国元素走向全球化设计的探索[J].包装工程,2010,31(20):105-106.
- [7] 冯青.产品设计中的本土化设计研究与应用[J].包装工程,2010,31(16):56.
- [8] 宋强,戈景刚,叶振合.产品设计继承传统文化的方法[J].包装工程,2008,29(2):167.