

# 基于江西本土文化的航空创意产品设计

徐波<sup>1</sup>, 成纬<sup>2</sup>

(1.南昌航空大学, 南昌 330063; 2.南昌工程学院, 南昌 330029)

**摘要:** **目的** 针对江西本土丰富的航空文化, 提出江西本土特色航空文化创意产品的系统设计方法与思路, 完善江西本土的航空文创产品市场。**方法** 将江西本土文化特色与航空元素相融合, 利用航空元素标签化、产品功能实用化、造型手法抽象化、文化载体智能化等手法, 充分采用本土材料进行航空创意设计。**结论** 江西本土的航空文化创意产品需要找到文化的共通点融合, 同时符合物以致用的朴实原则。

**关键词:** 江西本土文化; 本土材料; 航空元素; 文化融合; 航空文化创意产品

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)24-0231-05

## Aviation Innovative Product Design Based on Jiangxi Local Culture

XU Bo<sup>1</sup>, CHENG Wei<sup>2</sup>

(1.Nanchang Hangkong University, Nanchang, 330063 China;

2.Nanchang Institute of Technology, Nanchang, 330029 China)

**ABSTRACT:** In view of Jiangxi rich aviation cultures, it presents systematic design methods and conceptions of aviation innovative products directed at the local culture while attempting to perfect the corresponding market. Integrating Jiangxi local cultures and aviation factors, it utilizes local materials to design innovative products while conforming to the principles of labeling cultural factors, pragmatizing products function, abstracting products appearance and intelligentizing culture carriers. To design innovative aviation products of Jiangxi local culture, it is of great importance to find the common ground between cultures and conform to the principles of practicality.

**KEY WORDS:** Jiangxi local culture; local materials; aviation factors; culture integration; innovative products of aviation culture

在“文化创意产业”概念提出之前,文创产品一直以各类旅游纪念品的形式存在,文创产品的概念正式提出将知识融入经济。将产业放在主位,以创意和技术为核心,利用经济为杠杆来撬动产业,将创意、技术、经济、产业有效融合,以实现创意与产业的有效转换,有效整合了各类纪念品市场,整个文化创意产业在全球引起热潮并快速发展,已经成为了很多国家及地方经济文化发展的支柱。江西拥有浓厚的航空历史文化,本文旨在挖掘江西本土文化特色,并应用到航空文化创意产品中,为江西创造多元化的文化创意产品。

## 1 航空文化创意产品

航空文化创意产品是诸多文创产品中的一种,

一直以航空文化纪念品的形式存在<sup>[1]</sup>。它添加并利用了航空文化的造型方式、美学特征、人文精神、文化元素与科技定义,将各元素加以提炼与筛选,并对航空文化产品进行解读和重构,通过设计者对于航空文化的理解,将航空产品的文化元素与实际产品本身的功能与创意相结合,形成新型的航空文化创意纪念品。

在十八大报告中提出的“实施创新驱动发展战略”等关于文化创意产业和设计的重要主张表明,在未来关于地域历史文化创新发展中产品的创新设计已经上升到国家经济和社会发展战略的地位<sup>[2]</sup>。江西地处中国中南部地区,在近代迎来了中国航空工业的发展机遇,同时是全国唯一拥有3个飞机整机制造企业的省份,具有深厚的航空历史背景和强大的航空科

收稿日期: 2017-09-10

基金项目: 2015年江西省艺术科学规划项目(YG2015228); 2017年江西省高校人文社会科学研究规划项目(YS17238)

作者简介: 徐波(1981—),男,湖北人,硕士,南昌航空大学讲师,主要从事航空设计文化与航空创意产品研究。

技研发创新能力<sup>[3]</sup>, 深入挖掘江西本土特色的航空文化产品, 既是对航空文化创意纪念品设计研究的一个深化过程, 又可以提炼江西本土航空文化的精髓, 打造江西本土文化的一张展示名片。

## 2 江西本土文化

江西地处中国中南部地区, 地域山水独特、历史源远流长、人文景观与自然资源丰富。文明历史可以上溯到距今一万年以前, 在源远流长的历史长河中文学、戏剧、宗教、哲学等方面名人辈出, 独领风骚, 出现了大批行业的巨匠名人; 庐山东林寺与龙虎山分别代表了佛教净土宗与道教的祖庭<sup>[4]</sup>; 傩舞、傩戏、傩俗、傩面、傩庙组成了富有江西地方特色的赣傩文化群。

最富盛名的景德镇瓷器天下闻名, 美轮美奂的陶瓷艺术、精湛卓越的制瓷工艺, 别具一格的瓷业习俗, 丰厚悠久的历史底蕴, 造就了独具特点的陶瓷文化。江西也是竹林之乡, 在殷商时期就跨入了“竹子文明”的时代, 汉唐时期, 竹器具与竹文化开始盛行, 明清时期达到顶峰, 形成了独具特色的竹器物文明<sup>[5]</sup>。

江西被誉为“红土地”, 是一个红色文化资源大省, 数量多、分布广、类型全、品位高, 被称为“红色摇篮”, 拥有大量的革命胜迹、旧址和纪念物, 更重要的是通过这些历史遗迹可以挖掘出更多无形的文化历史资产<sup>[6]</sup>。

同时, 江西作为内陆省在近代与航空结缘, 有着一段传奇的发展机遇, 1934年3月航空署迁入南昌, 1935年国民政府行政院与意大利4家航空公司代表签订了合办中央南昌飞机制造厂的合同, 期间南昌成立国立清华大学航空研究所, 1937年2月工厂建成, 4月开始制造飞机, 与之配套的中国航空器材制造厂

股份有限公司与航空机械学校亦在江西成立<sup>[7]</sup>。

## 3 江西本土文化元素在航空文化创意产品中的应用方式

航空文化创意产品可以是将本土文化体现于航空产品之上, 也可将航空元素融入江西本土文化之中, 两种思路都能得到最终的航空创意产品, 以创意手法和文化元素的应用方式来看, 主要体现在以下4个方面。

### 3.1 航空元素标签化

标签化是设计中常用的一种方式, 能直接鲜明地表达涵义。通常利用贴牌、印刻、模型等方式解释产品的附加涵义, 使用上比较广泛, 但设计的意义并不强烈。在某些特定的场合与日期中, 如纪念馆、活动中, 寻找特定的航空产品或元素进行标签化, 将这类产品投放于特定场合中依然具有特定意义<sup>[8]</sup>。

最直观的航空元素无疑以飞机和相关航空故事最为代表性。可以将民国江西的航空故事、红色革命的“机缘巧合”(红军攻打漳州时, 俘获一架英制阿弗罗616“飞鸟”式教练机, 后转移到瑞金, 命名为“马克思”号)、洪都制造的生产机型等直接与飞机原型紧密相连的故事, 以产品媒介的形式直接表现出来, 提取航空元素的历史本源, 符合江西本土的航空文化, 可以直接将明信片、图案纪念章、纪念册、纪念衫等媒介物直接套用特定的飞机元素, 结合一定的艺术手法, 成为标志性航空文化图案印刻在这类纪念载体上。笔者绘制的“马克思”号飞机手绘图形(见图1)可以放置在多种媒介上, 如明信片、体恤衫、纪念章等, 也可将其做出效果、结合文案一起运用, 达到推广的效果。

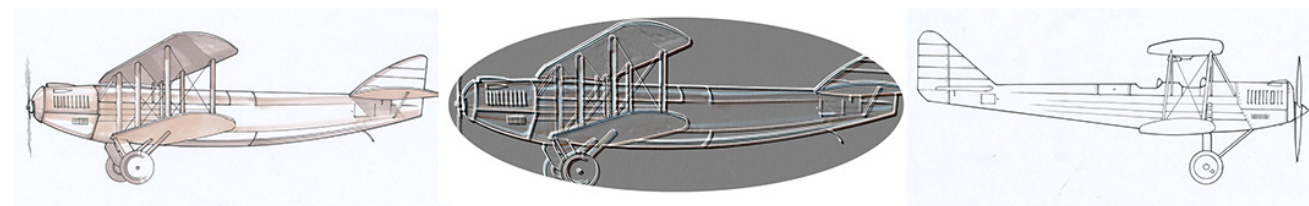


图1 “马克思”号手绘效果图及应用图

Fig.1 "Marx" free-hand sketch and application drawing

### 3.2 产品功能实用化

实用化能让文化产品更好的融入到生活中, 加大文化创意产品的功能设计, 对文化的普及性、生活化有重大意义, 更有利于将设计融入生活, 在实现产品功能化的方式上, 可以是航空特征产品增加实用性, 也可以是实用小产品拥有航空元素<sup>[9]</sup>。

航模摆件、航空收藏品等主要有欣赏与教育意义, 单纯的摆放与收藏难以持续其欣赏意义, 而作

为教育意义也难以普及到普通大众生活之中, 整体的航模可以最直观地体现于航空文化, 但其产品本身的实用意义不大, 在现代社会中作为礼品常常被束之高阁, 失去了本身的文化传播意义。对航模产品可以转换设计思路, 如将其套用到玩具之上, 使之具有玩具功能, 玩具飞机无疑对文化的传播广度更有积极意义<sup>[10]</sup>。飞机零部件能作为特殊收藏品永久保存, 但在生活中很难有此类机会, 其保存条件

也较难具备，同样飞机零部件也是直观展示航空文化的一个代表，比如涡轮、螺旋桨等直观的航空元素，也有直升机身、尾翼形态等隐性仿生飞行形态，在产品设计中，美国的达拉斯工程公司在 20 世纪 20 年代初直接将飞机螺旋桨的功能运用在风扇产品上，生产的鱼雷飞机电风扇（见图 2）风靡全美国，使航空的元素牢牢的印刻在生活用品中，推广到千家万户，增强了文化推广的有效性<sup>[11]</sup>。

### 3.3 造型手法抽象化

抽象在现代艺术中占有突出地位，它将艺术基本要素进行抽象组合，创造出抽象形式，突破了艺术必

须可以辨认形象的界限，在设计上是一门重要的方法。通常在设计中将事物以简单的点、线、面，空间几何体和色块进行概括，提取事物的特征，突出事物的主要特点，既抛弃了原事物的外貌特征，又还原了事物的本质，从而创作出与原事物有一定关联的新作品，达到似与不似的平衡点<sup>[12]</sup>。

在现代快节奏的消费经济中，有 3 种风格常常能触动人心，分别是饱满化、简化、情趣化。饱满化能让产品变得易于接受，如一个飞虫形的产品，可能外形会让部分人具有恐惧感，设计上只需将其变得饱满，让飞虫“肥”化，形象变萌，马上就能弱化本身的形象，让多数人接受（见图 3）。

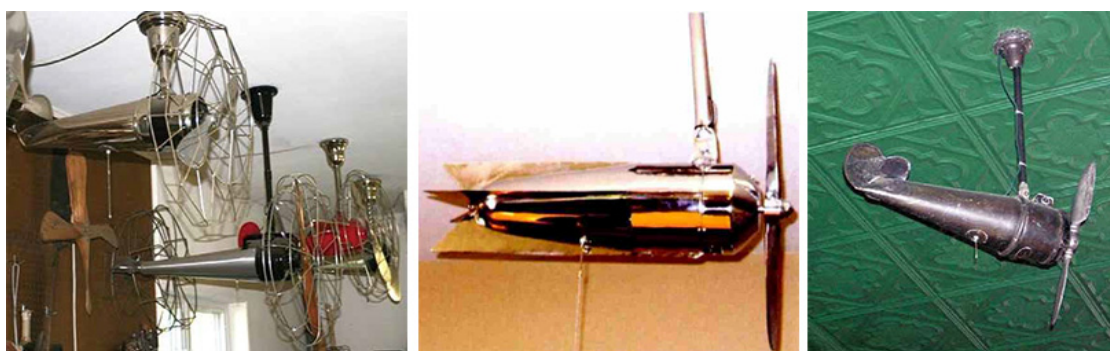


图 2 鱼雷飞机电风扇  
Fig.2 Torpedo-plane shaped electric fan



图 3 旅游观光飞机概念设计  
Fig.3 Sight-seeing plane concept design

在添入本土航空元素的产品中，可以将形象向飞机外形靠拢并萌化，保留产品功能并易于让人接受，同时也为产品增加航空元素。简化其实也是一种萌化，将形象特征提炼保留，留下传神的线面与外形，使具象的产品变得简洁抽象。情趣化是现代十分流行的一种设计趋势，符合现代轻松时尚的特征，利用诙谐的设计语言解释严谨古板的产品，使产品变得幽默亲切，具有良好的文化接受力，同时使文化涵义更加轻松自然，易于接受，大大提高消费者对文化产品的拥有欲望。如在航空文化产品中添加现代的语言，让文化变得穿越时空，使产品的故事话题变得相对轻松，易于接受，在此类题材的设计中不可体现对文化的“亵玩”，否则会造成对历史文化的否定。

### 3.4 文化载体智能化

智能化在快速改变人们的生活方式。有效提高对

航空文化产品的消费，在应用方式上利用文化载体的智能化是关键的一步，可以充分考虑将文化元素与智能产品或电子产品有效地结合，如 U 盘、手机壳、移动电源、手环、耳机等智能产品增添本土的航空元素，将文化产品智能化，对航空文化创意产品本身的推广是非常有利的。耳塞与 U 盘设计（见图 4），主要利用了无人机外形与机翼元素。



图 4 耳塞与 U 盘的设计  
Fig.4 The design of earplug and flash disk

## 4 江西本土化的航空文创产品设计

了解本土文化在航空文创产品中的应用方式,结合文创设计的要点,首先将本土历史性元素进行提炼,并融合到实际产品中去,使航空产品具有本土的文化涵义,既体现出本土化的特征,又揉入了特定的航空文化元素,达到功能与艺术的统一,同时具有纪念的价值。

在航空系列产品中直接添加红色元素最能体现江西本土特色,但设计的意义很小,综合现代绿色再生设计特点,充分考虑利用本土材料作为载体将本土文化恰当表现出来,竹器体现了绿色设计的概念,回归本土,体现了最质朴的本土特色。

竹器轻盈质朴、纹理丰富深受文人骚客们的喜爱,广泛的用于生活中<sup>[13]</sup>。竹梳是生活中的一样小产品,使用人群广,将航空文化元素代入其中进行重新设计,将竹器的材料特征与航空产品创意相结合,提升江西本土化的航空产品文化内涵。

航空文化创意梳子设计系列(见图5),选用了中国最具特色的空警2000、利剑无人机及歼31战斗机作为形态元素进行思考,将具体飞机简单化、平面化、代表化,找出飞机的代表特征,利用平面图形将其提炼使其具有原有飞机的特征,将飞机形态融入梳子外形,同时保留梳子的使用功能,又能渗入到竹器的功能形态中去。



图5 航空文化创意梳子设计系列

Fig.5 Serial design of innovative combs inspired by aviation culture

## 5 结语

打造江西本土的航空文化创意产品需要将江西本土文化对应融合,寻找文化的共同点,同时符合物以致用的原则,给予航空文化产品使用功能,利用创意思维与设计手法进行深度思考与挖掘,充分将航空元素、产品、江西本土文化、航空文化几点要素有效融合,打造出平民化、实用化、易推广化的江西本土航空文化创意产品,体现出江西本土的航空文化特色。

### 参考文献:

[1] 韩建昌,秦燕.通用航空文化的精神特征及其社会

价值[J].西北工业大学学报,2014,37(3):70—74.

HAN Jian-chang, QIN Yan. The Spiritual Characteristics and Social Value of General Aviation Culture[J]. Journal of Northwestern Polytechnical University, 2014, 37(3): 70—74.

[2] 董旻,刘威,芦博文.基于沈阳故宫历史文化的文创产品设计研究[J].包装工程,2017,38(4):11—16.

DONG Yang, LIU Wei, LU Bo-Wen. Cultural Creative Product Design Based on Shenyang Imperial Palace History and Culture[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 11—16.

[3] 杨群峰.中国一航整合民机产业[N].中国民航报,2007-08-31(001).

YANG Qun-Feng. China Yi Hang Integration of the

- Civil Aircraft Industry[J]. CAAC NEWS, 2007-08-31(001).
- [4] 潘莹. 江西传统聚落建筑文化研究的方法[J]. 江西社会科学, 2003(12): 211—212.  
PAN Ying. Research Methods of Traditional Settlement Architectural Culture in Jiangxi[J]. Jiangxi Social Sciences, 2003(12): 211—212.
- [5] 颜勇. 竹器艺文理略[J]. 新美术, 2015(1): 55—64.  
YAN Yong. The Literature and Art Theory of Bamboo Articles[J]. New Art, 2015(1): 55—64.
- [6] 曾智林. 广州特色的旅游纪念品设计与开发初探[J]. 装饰, 2009(7): 104—105.  
ZENG Zhi-lin. Preliminary Study of the Design and Development of Tourist Souvenir with Guangzhou Characteristics[J]. Zhuangshi, 2009(7): 104—105.
- [7] 傅海辉. 抗战时期空军航空研究院科研工作之研究[D]. 上海: 上海交通大学, 2015.  
FU Hai-hui. Research Work of Air Force Aviation Research Institute during the Anti Japanese War[D]. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University, 2015.
- [8] 王雅莲. 珠海国际航展创意礼品设计研究[J]. 美术教育研究, 2015(5): 72—74.  
WANG Ya-lian. Research on Creative Gifts Design of Zhuhai International Air Show[J]. Art Education Research, 2015(5): 72—74.
- [9] 王婷. 中国传统器物对现代设计的启示[J]. 包装工程, 2013, 34(16): 123—126.  
WANG Ting. Revelation of Traditional Chinese Products on Modern Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(16): 73—76.
- [10] 刘玉琪, 殷晓晨. 探究中国文化元素在当代产品设计中的应用方式[J]. 设计, 2016(9): 116—117.  
LIU Yu-qi, YIN Xiao-chen. Analysis of the Application Way of Chinese Culture Elements in Contemporary Product Design[J]. Designer, 2016(9): 116—117.
- [11] 斯蒂芬·奥斯丹尼. 空气动力学与电风扇设计的演变[J]. 装饰, 2014(1): 28—35.  
STEFAN O. Aerodynamics and the Evolution of Electric Fan[J]. Zhuangshi, 2014(1): 28—35.
- [12] 杨艺. 创意产品设计融入文化元素的研究分析[J]. 湖北美术学院学报, 2013(2): 75—78.  
YANG Yi. Research and Analysis of Creative Product Design Incorporating Cultural Elements[J]. Hubei Institute of Fine Arts Journal, 2013(2): 75—78.
- [13] 徐江华. 竹器物审美形态在航空文化产品中的应用[J]. 包装工程, 2016, 37(24): 146—149.  
XU Jiang-hua. Application of Aesthetic Ideology of Bamboo Utensils in Aviation Cultural and Creative Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(24): 146—149.