

# 陶瓷文创产品设计的创新表现与发展探析

刘娜娜

(大庆师范学院, 大庆 163712)

**摘要:** **目的** 探究陶瓷文创产品设计的创新表现与发展。**方法** 从当前陶瓷文创产品的设计原则、陶瓷文创产品中创新陶瓷装饰纹样的应用以及具体应用方式进行分析, 结合当前市场发展的实际情况, 探讨陶瓷文创产品在大环境下找到符合自身发展的方式, 从而得到更好的推广。**结论** 陶瓷文创产品设计不仅要从传统文化中吸取营养, 而且还要从设计理念上考虑到消费者的心理需求, 把陶瓷文创产品设计者自身的灵感元素进行提取、转化、抽象和重构, 分析和提炼其中的文化吸引点和文化内涵。文创产品的设计者应当让陶瓷产品的设计元素变得更加丰富, 具有一定的时代感。

**关键词:** 陶瓷文创产品; 陶瓷装饰纹样; 传统文化

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)06-0318-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.06.053

## Innovative Performance and Development of Cultural and Creative Ceramic Product Design

LIU Na-na

(Daqing Normal University, Daqing 163712, China)

**ABSTRACT:** The work aims to explore the innovative performance and development of cultural and creative ceramic products. The design principles of current cultural and creative ceramic products, the application of innovative ceramic decorative patterns in cultural and creative ceramic products, and the specific application methods were analyzed. How to find a way for cultural and creative ceramic products to meet their own development in the environment for the better popularization was discussed according to the actual situation of the current market development. The design of cultural and creative ceramic products should not only absorb nutrition from traditional culture, but also take into account the psychological needs of consumers from the design concept. The designers of cultural and creative ceramic products should extract, transform, abstract and reconstruct their own inspiration elements, analyze and refine the cultural attraction and cultural connotation. At the same time, the designers of cultural and creative products should enrich the design elements of ceramic products with a certain sense of the times.

**KEY WORDS:** cultural and creative ceramic product; ceramic decorative patterns; traditional culture

陶瓷产品作为我国传统手工业中最重要的一个组成部分, 其本身所蕴含着先祖的智慧。在我国古丝绸之路中, 陶瓷产品作为最重要的商品之一, 承担了中国与其他国家文化交流的方式, 以至于时至今日在很多外国人心中陶瓷都是中国的代称。在现代科技发展的今天, 陶瓷产品的创作和制作都有了新的方式, 能够更好满足设计者的创新思维, 同时也能满足人们的审美要求<sup>[1]</sup>。但是在当前陶瓷文创产品的生产中依

旧存在着产品过于老套的问题, 为此如何提高陶瓷文创产品的创新意识是当前急需解决的问题。

## 1 陶瓷文创产品的设计原则

### 1.1 满足消费者需求

无论是哪种文创产品, 其最重要的一点就是满足消费者的需求, 由于在市场中的消费者年龄、性别、

收稿日期: 2019-11-14

基金项目: 黑龙江省哲学社会科学研究规划项目扶持共建项目“黑龙江石油陶瓷彩绘装饰图案的地域文化价值研究”(16YSE12); 黑龙江省艺术科学规划课题共建项目“大庆油陶彩绘研究”(D029)研究成果

作者简介: 刘娜娜(1976—), 女, 黑龙江人, 大庆师范学院副教授, 主要研究方向为陶艺和国画。

身份等均不同,为此在创作陶瓷文创产品时需要根据不同的市场需求进行创作。陶瓷文创产品的研发人员、文案策划人员等都需要在设计师设计陶瓷文创产品之前做大幅度的市场调研,对不同阶段和层次的消费者进行调研,分析消费者的喜爱元素,然后让设计师根据消费者的需求进行陶瓷文创产品设计,保证设计出的陶瓷文创产品能够满足消费者的物质和精神需求<sup>[2]</sup>。

## 1.2 以创意性为核心

和其他产品不同,陶瓷文创产品最重要的一点就是能够体现创意和创新,要求设计者在进行陶瓷文创产品设计中需要将设计灵感中存在的文化内涵呈现给大众,并且需要将具有特定象征意义的符号引入到产品设计当中,让人们能够通过陶瓷文创产品感受到产品背后所蕴含的意义,让消费者在看到陶瓷文创产品之后就能由内而外感受到陶瓷文创产品所具有的创造性和文化性<sup>[3]</sup>。在陶瓷文创产品的设计过程中,作为设计者可以对自身灵感元素进行提取、转化、抽象和重构。作为陶瓷文创产品设计者可以从我国丰富且极具特色的文化中捕捉和挖掘美的元素,让其成为自己设计的灵感,同时加入自身对于文化的理解和审美取向,这样的陶瓷文创产品能够表达出自身情感也可以表达出陶瓷文创产品所具有的意义。但是作为陶瓷文创产品的设计者必须要意识到无论是什么形式的创新,都离不开对当下时代背景的考量,离不开对当前流行元素的使用。在陶瓷文创产品进行设计之前必须要经过大量的市场调研,借助大数据了解当前的市场情况,了解消费者的心理,知道消费者喜欢什么,同时确定目标群体进行设计<sup>[4]</sup>。在选择完设计理念和消费群体之后,还需要根据其中所存在的文化吸引点以及文化内涵进行设计分析,将其中所含有的寓意进行提炼。比如在当前文创产品的设计中有很多设计者融入了影视元素,在进行陶瓷文创产品的设计时也可以将影视元素融入其中,影视剧《镇魂》就是当下很多女性受众群体所喜欢的元素之一,作为陶瓷文创产品设计者可以将其中两位主要角色赵云澜和沈巍制作成Q版,在取得版权之后可以将其形象制作成水杯、钥匙扣、手链等不同的陶瓷文创产品,这些仅仅能够获得市场利益,也可以将陶瓷文创产品推向大众。作为陶瓷文创产品设计者也应该找到其中的内涵,发掘兄弟情,让大众意识到情感是能够改变很多事情并且能够作为推进事情走向的作用力<sup>[5]</sup>。

## 2 陶瓷装饰纹样的应用

陶瓷装饰纹样是体现陶瓷艺术的重要环节之一,陶瓷装饰纹样可以直接体现出设计者自身的美术功底以及艺术审美态度。很多陶瓷文创产品设计者在面

对陶瓷装饰纹样创作中都会花费大量的时间进行创作,从陶瓷装饰纹样角度分析,采用最多的两种方式分别为植物纹样与几何纹样,在当前的陶瓷文创产品中这两种类型的纹样都得到了有效的应用<sup>[6]</sup>。

### 2.1 植物纹样

陶瓷文创产品的绘制过程中,有很多陶瓷装饰纹样都选择了植物纹样。在植物纹样中最具有代表性的纹样之一就是唐草,和其他的植物纹样不同,唐草本身由于其具有自由度高、曲线优美等等不同的特点被很多陶瓷文创产品设计者广泛应用<sup>[7]</sup>。这一植物纹样设计灵感来源于树木的缠枝,陶瓷文创产品设计者通过改变植物原本的卷曲形状,或者是利用唐草本身所具有的连续性的波卷样式,让唐草图案最终变成具有一定的规律性以及规则性的植物纹样。很多陶瓷文创产品设计者在应用唐草这一植物纹样时,多半会选择制作成套陶瓷文创产品,让消费者在应用这一套陶瓷文创产品时能够感受到属于唐草本身的独特感受,感受到来自唐草本身的流畅感。在植物纹样中还有很多具有独特意义的植物纹样比如牡丹、莲花、竹子、梅花、桂花、柳枝等等,由于其本身具有特殊的象征意义,在当前的陶瓷文创产品中也大量的被使用,表达了人们对于美好生活的向往,在陶瓷文创产品设计中也可以应用很多在当前时代下人们为其赋予的新含义的植物纹样<sup>[8]</sup>。

### 2.2 几何纹样

几何纹样作为陶瓷装饰纹样中比较常用的纹样之一,在使用中多使用回纹与八宝纹,但是这两种几何纹样使用的次数相对较多,要求陶瓷文创产品设计者在应用几何纹样时可以融入自身对于回纹与八宝纹的理解,让回纹与八宝纹散发出新的意义<sup>[9]</sup>。在几何纹样中回纹主要指的是利用来回迂折进行形成的“回”字纹路,当前很多陶瓷文创产品设计者在使用回纹时多对其进行了改良,包括二方连续排列或者是四方连续排列,但是很多当代的陶瓷文创产品应用回纹时都将其作为一种辅助装饰纹样,比如戒指、戒圈等等饰品。八宝纹本身具有一定的寓意,在古时在瓷器中应用八宝纹所代表的是对美好生活的向往以及吉祥如意,其本身是由八种寓意吉祥的宝物或器物环绕一周进而所形成的特殊纹样,但是在实际应用中可以发现八宝纹是几何纹样中十分复杂且繁琐的纹路之一,无论是设计、烧制或者是将其融入到陶瓷文创产品都具有一定的困难<sup>[10]</sup>。作为陶瓷文创产品设计者在应用八宝纹的时候可以发挥主观能动性,也就是不仅仅注重它的形状,也可以对其进行适当的改动和改变,将八宝纹更好地融入到自己的创作中,这样不仅仅能够让八宝纹具有现代感,同时也能够让产品的设计元素变得更加丰富,具有一定的时代感。

### 3 创意思维的应用

#### 3.1 传统文化的探索创新

中国传统文化一直以来都是现代陶瓷文创产品的创作源泉,在陶瓷文创产品创作设计中借用中国传统文化也是很多陶瓷文创产品设计师的灵感来源,在当前陶瓷文创产品设计中必须要意识到,需要将中国传统文化融入到陶瓷文创产品中去进行传承。如何利用好中国传统文化,打造出更符合人们审美需求的陶瓷文创产品是当前很多陶瓷文创产品设计师需要考虑的问题之一<sup>[11]</sup>。在陶瓷文创产品设计中需要设计出生动形象,并且具有鲜明时代个性的陶瓷文创产品,只有这样陶瓷文创产品才能够获得较高的关注度以及大众认可度,在陶瓷文创产品设计师利用中国传统文化应用在陶瓷文创产品时绝对不可以生搬硬套,将中国传统文化应用在陶瓷文创产品中不是将一幅传统的山水画刻印在陶瓷文创产品,更不是给中国传统文化套上一个光怪陆离的故事<sup>[12]</sup>。陶瓷文创产品的创新是要求设计师结合中国传统文化和自己的审美理念、内心感受等等来进行再次的创新设计,这样的产品才叫做陶瓷文创产品,而且每一件精美的陶瓷文创产品的背后都有自己的故事和深刻的文化内涵。陶瓷文创产品若要引发关注赢得市场,就需要设计者对中国传统文化深入了解的同时对中国传统文化进行保护性的开发<sup>[13]</sup>。作为陶瓷文创产品设计师需要分辨出中国传统文化中有哪些理念文化需要传承,有哪些理念是可以创新的。比如陶瓷文创产品设计师可以将《千里江山图》截取部分作为几何纹样应用在陶瓷文创产品中等等,这样既可以让人们了解历史又可以对中国传统文化产生浓厚的兴趣。另外,也可以在陶瓷文创产品的制作过程中借鉴和复刻清朝的工艺,让消费者更好的感受到中国传统文化。

#### 3.2 互动式体验设计

当前的陶瓷文创产品设计中增强互动式体验设计也是陶瓷文创产品重要的发展趋势之一,在陶瓷文创产品设计中有效的运用创意思维可以增强消费者和陶瓷文创产品的交互关系,让消费者真正融入到陶瓷文创产品中,更好地了解陶瓷文创产品的性能,去感受陶瓷文创产品背后的故事<sup>[14]</sup>。同时要求陶瓷文创产品设计师在设计中需要增加陶瓷文创产品的文化内涵,设计者也需要考虑到如何让消费者通过陶瓷文创产品进行互动,增加陶瓷文创产品的文化属性。比如设计一套月圆月缺的茶具,设计者可以通过对茶杯圆缺的设计让消费者感受到月圆月缺,更加深入的理解团圆的意义。

### 4 结语

综上所述,作为印证我国传统文化的艺术代表之

一的陶瓷艺术,无论是从艺术设计方面还是从产品形式方面,都呈现出相对多样局面,但是陶瓷文创产品在生产中依旧会受到审美、设计过程以及制作工艺的影响。在现代审美中,人们越来越发现陶瓷产品的美好,也逐渐开始使用陶瓷产品,作为陶瓷文创产品的创作者依旧需要发挥创新意识,让陶瓷文创产品与现代产品在设计理念之间进行有效的融合,只有这样才能凸显出陶瓷文创产品自身的优势,让陶瓷产品与现代审美相融合,为现代产品在设计 and 创作中提供更多的灵感,并且能够更好地继承和保护陶瓷艺术。

#### 参考文献:

- [1] 房峰. 以文创产品开发推动河南陶瓷文化产业发展的策略研究[J]. 美与时代, 2018(11): 93-94.  
FANG Feng. Strategic Research on Promoting the Development of Henan Ceramic Culture Industry by Developing Creative Products[J]. Meiji Times, 2018(11): 93-94.
- [2] 袁学丽. 传统文化在景德镇日用陶瓷设计中的表现[J]. 艺术研究, 2018(4): 218-219.  
YUAN Xue-li. The Performance of Traditional Culture in the Design of Jingdezhen Daily-use Ceramics[J]. Art Research, 2018(4): 218-219.
- [3] 冯绍华, 冯琳馨, 冯绍文. 景德镇创意陶瓷产业发展与“一带一路”旅游业文创产品开发[J]. 景德镇陶瓷, 2018(5): 1-5.  
FENG Shao-hua, FENG Lin-qing, FENG Shao-wen. The Development of Creative Ceramics Industry in Jingdezhen and the Development of “One Belt and One Road” Tourism Products[J]. Jingdezhen Ceramics, 2018(5): 1-5.
- [4] 叶兵. 论“互联网+”促进日用陶瓷产品创新新形式[J]. 景德镇陶瓷, 2018(5): 18-19.  
YE Bing. On “Internet+” to Promote New Forms of Daily Ceramic Products Innovation[J]. Jingdezhen Ceramics, 2018(5): 18-19.
- [5] 任允鹏. 淄博陶瓷产业发展的几点建议[J]. 山东陶瓷, 2018(5): 15-21.  
REN Yun-peng. Several Suggestions on the Development of Zibo Ceramic Industry[J]. Shandong Ceramics, 2018(5): 15-21.
- [6] 赵靖. 浅析日本无印良品陶瓷产品造型设计[J]. 山东工业技术, 2018(22): 30-31.  
ZHAO Jing. Brief Analysis on the Modeling Design of Japanese Muji Ceramics[J]. Shandong Industrial Technology, 2018(22): 30-31.
- [7] 庞野营. 论日用陶瓷产品设计中的情感交互[J]. 工业设计, 2018(10): 33-34.  
PANG Ye-ying. On Emotional Interaction in the Design of Domestic Ceramic Products[J]. Industrial Design, 2018(10): 33-34.
- [8] 韩军. 日用陶瓷——茶具产品语意设计研究[J]. 设计

- 艺术研究, 2018(5): 110-114.
- HAN Jun. Semantic Design of Domestic Ceramics Tea-ware Products[J]. Design Art Research, 2018(5): 110-114.
- [9] 康永. 也谈“十三五”期间建筑卫生陶瓷行业改革方向及发展目标[J]. 陶瓷, 2018(10): 18-27.
- KANG Yong. Also on the Reform Direction and Development Goals of the Building Sanitary Ceramics Industry During the 13th FiveYear Plan Period[J]. Ceramics, 2018(10): 18-27.
- [10] 李海东. 中国建筑陶瓷产业升级研究——以夹江陶瓷产业集群为例[J]. 江西科技师范大学学报, 2018(5): 62-72.
- LI Hai-dong. Study on the Upgrading of China Building Ceramics Industry Taking Jiajiang Ceramic Industry Cluster as an Example[J]. Journal of Jiangxi Normal University of Science and Technology, 2018(5): 62-72.
- [11] 郑刚强. 陶瓷类文创产品设计开发方法与模式研究[J]. 山东工艺美术学院学报, 2018(5): 19-23.
- ZHENG Gang-qiang. Research on the Design and Development Methods and Models of Ceramic Creative Products[J]. Journal of Shandong Institute of Arts and Crafts, 2018(5): 19-23.
- [12] 林国枝. 三维数字化建模在陶瓷生产中的应用[J]. 科技传播, 2018(19): 128-129.
- LIN Guo-zhi. Application of 3D Digital Modeling in Ceramic Production[J]. Public Communication of Science & Technology, 2018(19): 128-129.
- [13] 林泽佳. 以陶瓷为主的复合媒材设计案例分析[J]. 工业设计, 2018(9): 147-148.
- LIN Ze-jia. Case Study of Ceramic-based Composite Media Design[J]. Industrial Design, 2018(9): 147-148.
- [14] 许晓云. 基于生态美学的日用陶瓷产品研究[J]. 艺术与设计, 2018(9): 97-99.
- XU Xiao-yun. Research on Daily Ceramic Products Based on Ecological Aesthetics[J]. Art and Design, 2018(9): 97-99.

(上接第312页)

- [11] 傅晶. 魏晋南北朝园林史研究[D]. 天津: 天津大学, 2015.
- FU Jing. A Study of Landscape History in the Wei, Jin, and South and North Dynasties[D]. Tianjin: Tianjin University, 2015.
- [12] 葛璐娜. “竹林七贤和荣启期图”——墓葬砖印拼镶壁画研究[D]. 杭州: 中国美术学院, 2015.
- GE Lu-na, Study on Mosaic Mural in Tomb Brick Printing of “the Seven Sages of the Bamboo Groves and Rong Qiqi”[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2015.
- [13] 郑岩. 魏晋南北朝壁画墓研究[D]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2001.
- ZHENG Yan. Study on Mural Tombs in Wei, Jin, and South and North Dynasties[D]. Beijing: Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences, 2001.
- [14] 町田章. 南齐帝陵考[J]. 东南文化, 1986(1): 43-63.
- MACHIDA A. Analysis of NanQi Emperor Mausoleum [J]. Southeast Culture, 1986(1): 43-63.
- [15] 夏于全. 妙法莲花经[M]. 北京: 蓝天出版社, 1998.
- XIA Yu-quan. Lotus Sutra[M]. Beijing: Blue Sky Press, 1998.
- [16] 田自秉. 中国纹样史[M]. 北京: 高等教育出版社, 2003.
- TIAN Zi-bing, History of Chinese Patterns[M]. Beijing: Higher Education Press, 2003.