

唐代团花纹在文创产品设计中的应用研究

陈倩

(重庆交通大学, 重庆 400074)

摘要: **目的** 了解团花纹尤其是唐代团花纹的历史渊源及其艺术特色与价值, 重点探究唐代团花纹在现代文创产品设计中的传承、创新与应用。**方法** 采用文献整理与分析等方法研究中国传统艺术“形意合一, 器以载道”的思想, 与唐代团花纹“形”与“意”相结合进行现代文创产品设计。综合对当前国内博物馆、传统文化研究院等机构开发的文创产品的设计调研, 立足于现代人们的审美情感需求, 探讨唐代团花纹装饰性结构与纹样, 进行直观具象提取或灵活抽象应用的设计思路, 创造出具有中华民族独特人文内涵、能激发人们共鸣的文化创意产品。**结论** 将现代设计语言与唐代团花纹艺术特征融会贯通, 能创作出符合现代人们审美意识和情感诉求的文化创意产品, 提升团花文创产品的附加值, 并以此为载体对民族传统文化进行传承与推广。

关键词: 唐代团花纹; 文创产品; 现代设计应用研究

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)16-0311-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.16.049

Application of Tang Dynasty Group Pattern in Design of Cultural and Creative Products

CHEN Qian

(Chongqing Jiaotong University, Chongqing 400074, China)

ABSTRACT: The work aims to understand the historical origin, artistic characteristics and value of group patterns, especially those in the Tang Dynasty, and focus on the inheritance, innovation and application of group patterns in the Tang Dynasty in cultural and creative product design. The thought of “unity of form and meaning, carrying Tao by means of utensils” in Chinese traditional art was combined with the “form” and “meaning” of group patterns in the Tang Dynasty. Combined with the design research on cultural and creative products developed by national museums, traditional culture research institute, etc. and based on the aesthetic emotion needs of modern people, the decorative structure and pattern of group patterns in the Tang Dynasty were discussed in terms of the design through of direct extraction and flexible abstract application, to create cultural and creative products with the unique cultural connotation of the Chinese nation, which can inspire people’s resonance. The conclusion is that the combination of modern design language and the artistic characteristics of group pattern in the Tang Dynasty can create cultural and creative products that meet the aesthetic consciousness and emotional demands of modern people, so as to enhance the added value of cultural and creative product group pattern, and inherit and promote traditional national culture with this as a carrier.

KEY WORDS: group pattern in the Tang Dynasty; cultural and creative products; research on the application of modern design

团花纹具有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴, 是体现中国吉祥文化的典型视觉符号, 伴随着唐朝经济的繁荣、文化的发达以及对外交流的频繁, 团花纹在唐

朝的使用变得空前盛行。唐人对待外来文化自信、开放的态度, 使其大胆地继承、扬弃、突破了对联珠纹的吸收, 形成了层次丰富、饱满华丽且蕴涵独特民族

收稿日期: 2020-04-06

基金项目: 重庆市教育委员会人文社会科学研究基金项目《长江黄金旅游带视域下重庆传统手工艺发展策略研究》(18KGH052); 重庆市教育科学规划课题《融媒体时代理工科大学学生艺术素质培育策略研究》(2019-GX-323)

作者简介: 陈倩(1979—), 女, 重庆人, 重庆交通大学讲师, 主要研究方向为设计学。

设计美学思想的唐代团花纹。团花纹始于“圆”，“圆”具有均衡的美感，因此在中国传统的美学思想里代表着和谐，“圆”作为具有中国文化精神内涵的重要视觉符号表达了人们对美满生活的向往与追求。在各种外来文化与本土文化的交融与碰撞中，只有将具有鲜明民族文化特征的视觉符号植入文创产品中，才能使其成为传播文化的桥梁，彰显民族特色，这些设计实践对弘扬民族文化、建设当代社会精神文化、构建和谐社会具有重要的现实意义。

1 唐代团花纹概述

1.1 唐代团花纹的历史渊源

《辞海》中“团花”的释义为“四周呈放射状或旋转式的圆形纹样”，因此“圆”是“团花”最重要的视觉语言特征，也是团花的基本构成元素。“圆”是人类古老的抽象装饰图案之一，它源于人类对太阳的敬重和崇拜，代表了中国美学追求的精神内涵。中国古代关于圆的认知潜移默化地影响了唐团花纹形式的发展。魏晋南北朝是我国装饰纹样发生变化的一个重要转折点，民族文化的大融合对中国装饰纹样产生了极大的影响^[1]。其中伴随着丝绸之路传入我国的联珠纹丰富了唐朝团花纹的表现手法及主题，为中国传统装饰纹样的设计语言注入了新鲜的血液，使古老的纹样焕发出了青春与活力。唐代团花纹在初唐、盛唐、中唐、晚唐时期分别呈现出不同的特点。首先从结构上看，初唐和盛唐时期的团花纹大多呈八或十等分的放射状，到中唐及晚唐演变为六等分。团花纹样造型从初唐到晚唐经历了尖角侧卷的莲花花瓣单一趋势，到如意云头纹、卷草、牡丹、茶花等元素的组合，最后到唐代后期发展成为茶花和如意纹组合单一

模式的几个阶段。唐代团花纹形式语言特征的流变见图1，其从初唐的具象写实发展到概括抽象，这一趋势体现了装饰纹样慢慢脱离了宗教符号的指向性，人们更加关注纹样纯粹的视觉效果，装饰纹样的本土化、去内涵化发展为纹样演变的趋势之一^[2]。这些造型语言的变化与当时宗教信仰、民族文化等多种因素的发展密不可分，具有极为明确的时空指示性。

1.2 唐代团花纹的审美内涵

首先，唐代团花纹体现了中国传统的对称审美意识，殷商时期，人们便具有了“四方”和“中”的意识，在儒家“中和”、“中正”之美思想的影响下，逐渐形成了具有中国特色的空间观念^[3]。这种空间观念对中国的建筑、纹样的形式美产生了深远影响，唐代团花纹虽然受到西域联珠纹的影响，但是结构上仍呈现具有中心、对称轴的放射状构图形式。从单体纹样上看，唐代团花纹早期主要朝着复杂、集中的方向发展，到了唐后期造型趋势则朝着单一纹样的多重使用方向上来，这也表现了从重视个体发展到整体格局的艺术观。

其次，团花纹还体现了中国传统美学中的动态空间意识，这源于《周易》的影响。《周易·说卦》中记录“乾为天，为圆”，这源于中国原始的宇宙观，因此，圆被认为是最具变化性的形状，一切的运化关系都包涵其中，太极图是其观念影响下最典型的图形符号^[4]。唐代团花纹在太极文化的影响下形成了独特的“喜相逢”构图，比如敦煌团凤纹见图2，该团花纹被“S”曲线一分为二，展现出“生生不息”、“永恒运转”的动静结合的视觉效果。由此可见，唐代团花纹背后承载着民族巨大的文化信息，在审视这些作品时人们会调动所有的感官来感知其中蕴涵的情绪理念，理性地分析这些视觉符号所代表的时代意义。

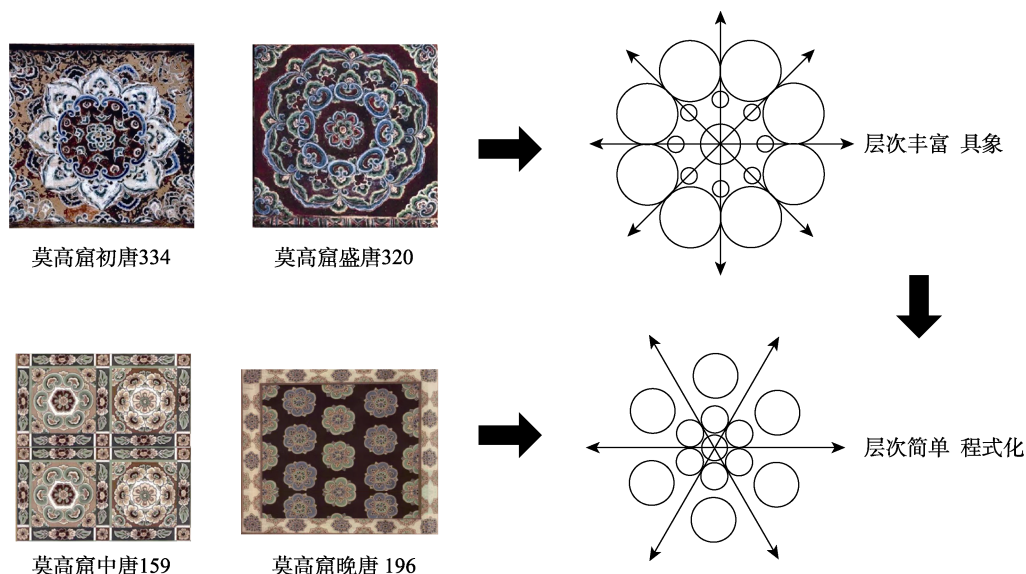


图1 唐代团花纹形式语言特征的流变

Fig.1 Change of language features of group patterns in the Tang Dynasty



图2 敦煌团凤纹
Fig.2 Dunhuang phoenix pattern



图3 北京奥运会 VI 系统辅助图形设计
Fig.3 Auxiliary graphic design of VI system for Beijing Olympic Games

1.3 唐代团花纹与现代设计的共通性

1.3.1 唐代团花纹造型的吉祥文化表意

中国吉祥纹样源于古老的图腾文化,伴随制造工艺的发展和人们意识形态的变化,吉祥纹样的形式感到商周时期逐渐丰富起来,到隋唐时期随着民族文化的融合日趋完善。中华民族创造并热爱吉祥文化,它游离于图形、文字等载体之间,在雅俗之间表达着人们生活的方方面面,团花纹将吉祥文化具象化,艺术化地展现了人们对幸福圆满生活的追求,其具有强烈的民族文化印记^[5]。团花纹代表了中华儿女“天圆地方”的独特审美理念,它经过历代发展始终保持着“圆”的形态,这种对“圆”的热爱与追求到唐朝时发展得更加成熟与完善,雍容圆润的团花展现了唐人开放包容的文化态度,完美地诠释了盛世唐朝人们对生活的激情。唐代团花纹丰富的视觉构成元素能给现代设计提供更多视觉语言的选择,同时,团花纹自身固化的宗教信仰和祈福辟邪等社会功能又能使这些新的视觉语汇更易被人们包容与接受。

1.3.2 唐代团花纹造型宽泛的衍生应用

中国传统艺术讲究“形意合一,器以载道”,《周

易·系辞上》说:“形而上者谓之道,形而下者谓之器”,“道”先于“器”,“器”为“道”的载体^[6],团花纹作为吉祥文化“道”的物化,是形式与内涵的统一,它完美地展现了中华民族独特的审美理念,具有旺盛的生命力,在现代设计中被广泛地应用与传承下来。

从团花纹的外部形态看,一般建立在圆形或者类圆的基础上,比较常见的外部形态为平滑圆形、波浪纹圆形、花卉状圆形等。在外来文化的影响下,唐代团花纹的圆形外部结构逐渐演化为隐性类圆骨骼结构,由单体骨骼构成类圆形。唐代团花纹的内部结构蕴涵着更多的吉祥寓意,唐朝不同时期团花纹的内部构成模式都与当时文化背景下人民的祈福与审美心理紧密相连,这是唐团花纹“形”之于“意”的变化,“形意合一”是一个衍生发展的动态过程,在新的时代文化背景下,它依然可以不断地丰富衍生下去。

现代设计寻求丰富多元的视觉表达,设计师必须把握“道”与“器”的辩证统一关系,如同唐代团花纹一样,将形式与寓意紧跟时代脚步。现代设计可以通过对唐团花纹元素的拆分、切割、变异、重构等方式,或抽象或具象地衍生传承这一极具生命力的吉祥纹样,比如北京奥运会 VI 系统辅助图形设计见图3,就是对团花纹成功运用的典型案例。

2 唐代团花纹在文创产品设计中的应用价值

2.1 唐代团花纹的审美价值

唐代团花纹之美在于它是“有意味的形式”,即它是沉淀了社会内容的形式,人们的审美情感源于“有意味的形式”,唐代团花纹作为唐朝装饰纹样的典型代表,是精神生产、意识形态的产物。唐代团花纹独有的装饰符号语言至始至终演绎着中国古代关于圆的哲学思想,如太极、阴阳、方圆的转换与相通等,具有强烈的东方审美特征,能给人们带来极大的精神享受,引发人们的审美共鸣。近年来一些深受人们喜爱的文创产品往往都是传统文化符号与现代设计语汇完美融合的形式,将唐代团花纹应用于文创产品的设计中能使产品具有和谐的美感,满足消费者的审美需要,其具有现代设计中具有较强的适用性和强大的经济潜力。

2.2 唐代团花纹与情感共鸣

情感设计是现代设计取得成功的关键因素。文化创意产品作为一种艺术的衍生品,它是集文化与创新创意为一体的产品,其核心为文化的表达^[7]。它应用现代设计语言将原生艺术品所蕴涵的文化内涵、美学气质、人文精神等进行重构与解读,形成具有创新创意的作品。现有的研究已证实:文创产品所使用的文化符号与人们的情感共鸣存在着密切联系,一个成功的文创产品应关注情感需求,满足人们的精神追求。

唐代团花纹是具有丰富人文内涵的文化符号,它能为引发情感共鸣提供丰富的视觉要素,以产品形式向人们传递感情,进行沟通时能在一定程度上弱化距离感,促进情感共鸣的实现,进而获得理想的设计效果,提升产品的文化价值。

3 唐代团花纹在文创产品设计中应用的转化方法研究

3.1 唐代团花纹文创产品的设计流程

传统文化是流动的,在现代社会要被传承下去必须对其进行重构,不断地融入现代的审美元素^[8],紧跟时代的步伐。在将唐代团花纹应用到文创产品的设计实践中,设计师需要把握其艺术精髓,用现代设计语言诠释团花纹的精神寓意。

文创产品的设计过程是赋予产品文化新面貌的过程,为人们创造物质和精神的差异化体验。在设计唐代团花纹文创产品时,应根据人认知与情感的三层次,即本能层次、行为层次和反思层次,对唐代团花纹的三层次进行深入挖掘,将这种装饰纹样与文创产品的设计语言进行转化^[9]。从本能层次上看,应将唐团花纹的艺术特征,通过产品的造型、色彩、图形等展现出来;从行为层次上看,要强调产品的功能性,使新设计的产品具有较大的使用价值;从反思层次上看,要深入挖掘唐团花纹背后的故事、文化内涵和宗教信仰等,与人们进行心灵的对话,创作形意合一的产品。

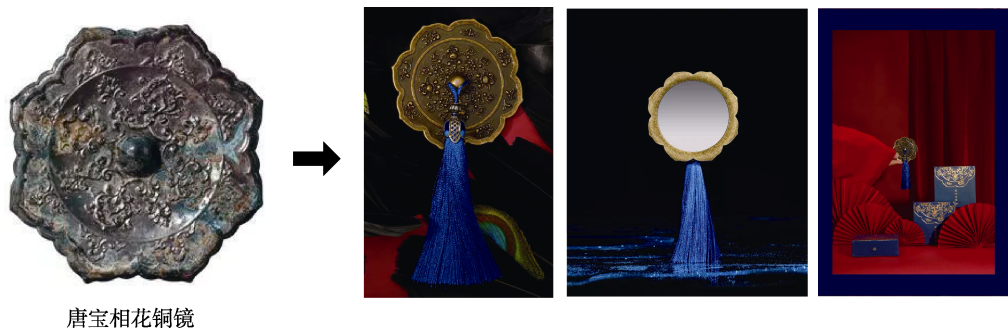
3.2 对唐代团花纹装饰语言的提炼、创新与融合

传统文化元素的现代转化手法是非常复杂且广泛的,作用于实物层面的文化符号通常运用直接或者间接的手法展现出来,通过直观的形象间接地展现符号背后的意义^[10-11]。对唐代团花纹的“形”与“意”要充分推敲,理解其形神内涵,在此基础上融汇文创产品的设计语言,使其精气神融入到现代的文创产品中,具体可以从以下几个角度进行设计。

对唐团花纹装饰性的结构与纹样进行具象提取应用,这种方法的核心意义在于更为直观地展示唐团花的人文内涵。现代文创产品《迷你化妆镜》见图4,

以宝相花为主题的产品设计《迷你化妆镜》充分体现了唐代团花纹的文化魅力。宝相团花纹作为唐团花经典装饰纹样的代表备受唐朝人民的喜爱,宝相纹团花具有端庄、典雅的艺术形象,是唐朝恢弘之美的视觉符号代表之一,在盛唐时期极为盛行。盛唐时期的宝相花主纹初以六片花瓣环绕中心花钮,寓意“神仪内莹,宝相外宣”,象征佛主的“神妙庄严”之相。后发展为用花卉组成的六束团花,枝藤蔓延、间饰飞蝶、富丽华美。设计师取宝相花镜形制,在尺寸上加以调整,并仿青铜古色,小巧精致、便于携带,将盛唐之美映照得淋漓尽致。现代文创产品《宝相花书签》见图5,此设计源于莫高窟盛唐第319窟,完整地保留了莫高窟宝相花造型元素,只在色彩的搭配上选择了纯度更高、颜色更艳丽的组合方式,为整体产品的设计增添了些许现代时尚的气息。对传统纹样视觉语言进行具象提炼的设计手法的目的是要通过这些人们所熟悉并喜闻乐见的具体符号元素去引发消费者的共鸣,从而达到认知的第三层次反思作品的精神内涵,获取心灵的享受,欣然理解并接受新的产品。

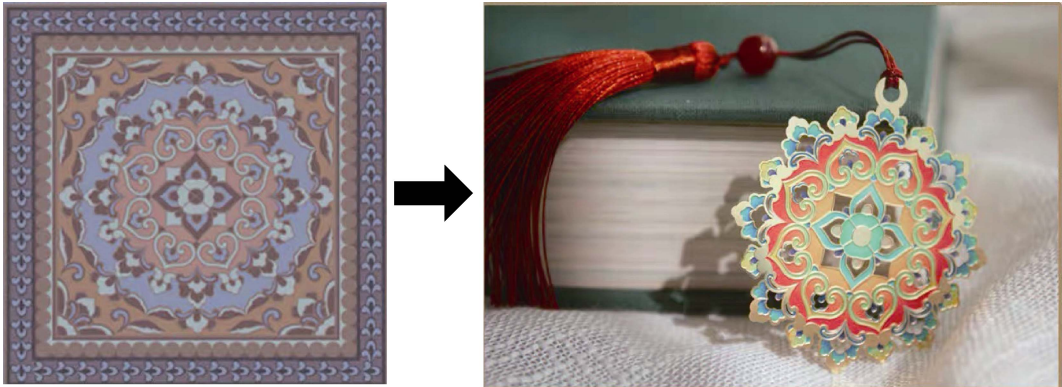
对唐代团花纹装饰性的结构与纹样进行抽象继承应用,这是一种更灵活的传承方式,具体设计通常包括对唐团花的形式特征进行打散、简化、重组、变异等,唐团花基本结构类型见图6,唐团花的基本纹样见图7。这种设计的核心在于“以形写神”,“形”必须灵活地再现传统客观物象的神韵,在似与不似之间追求超越传统、符合现代审美理念的艺术形象,比如现代文创产品设计《花间迷蝶·金属书签》见图8,此设计从视觉元素上运用现代艺术手法对敦煌莫高窟牡丹、莲花、茶花、如意云头纹等进行简化、解构、重组;从结构上将团花纹中心向四周放射的“放射式”和“对称式”结构进行骨骼变异处理,形成了更为灵活的“均衡”形式美。两只蝴蝶一大一小的构成使整个文创产品的空间变得更为灵动,轻盈的蝴蝶穿插于各式花间,展现出双蝶飞舞、花间迷漫的优美场景。设计在工艺上采用0.5 mm黄铜镂空蚀刻,线条细腻流畅且层次丰富,人工针式入注点漆,色彩鲜明亮丽,彰显了唐团花的富贵华丽,使传统纹样的神韵真正地融入现代设计中,达到了“形”与“神”的高度统一。



唐宝相花铜镜

图4 现代文创产品《迷你化妆镜》

Fig.4 Modern cultural and creative product “Mini Makeup Mirror”



莫高窟 第319窟 盛唐

图 5 现代文创产品《宝相花书签》
Fig.5 Modern cultural creation product “Baolianghua Bookmark”

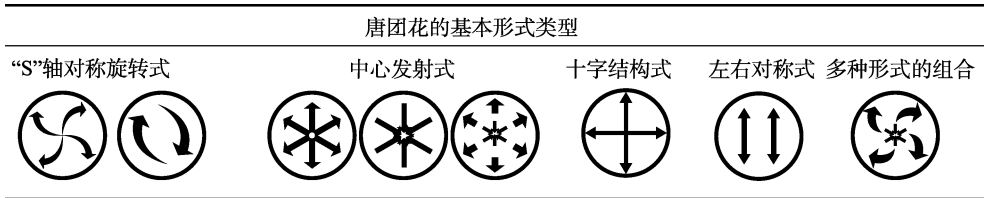


图 6 唐团花基本结构类型
Fig.6 Basic structures of group patterns in the Tang Dynasty

唐团花的基本纹样			
初唐	盛唐	中唐	晚唐
莲花纹为主	牡丹花纹为主	多种花卉的组合	以茶花纹为主
尖瓣莲花纹	尖瓣侧卷瓣	茶花如意云头纹	茶花、如意纹的组合
侧卷瓣莲花	莲花瓣造型	偏圆石榴纹	
少量石榴纹	如意纹	枝叶造型 卷草纹	
		龙纹、鸟纹等动物纹样	

图 7 唐团花的基本纹样
Fig.7 Basic group patterns in the Tang Dynasty



图 8 现代文创产品设计《花间迷蝶·金属书签》
Fig.8 Modern cultural and creative product design “Metal Bookmark of Butterflies among Flowers”



图 9 现代文创产品设计《三兔系列首饰》

Fig.9 Modern cultural and creative product design "Three Rabbit Series Jewelry"

3.3 将唐代团花纹吉祥如意融入文创产品设计中

在设计唐团花文创产品时,要将消费者的情感诉求融入到产品造型中,比如当代饰品的设计就要考虑到人们佩戴产品的情感需求,运用传统吉祥纹样的内涵再辅以现代设计手法来传递产品的文化情感。比如现代文创产品设计《三兔系列首饰》见图9,其设计图案来源于莫高窟初唐第205窟中三兔莲花藻井图案,据《佛本生经传》记载,兔乃是佛本生之一,牺牲自己以保全同伴及他人,后被送入月亮供奉。在井中莲花花芯中三只兔子共耳,相互追逐永无止境,如前世今生来世一般循环往复,这是当时人们对于虚无缥缈佛国世界天马行空奇思妙想的真实写照。设计师选取敦煌具有代表性的“三兔”纹样为设计主体,在四周以祥云纹饰做装饰,这种巧妙的组合,使画面形成了生生不息的旋转感,以动感打破方圆的静稳。银色的使用彰显了三兔饰品的时尚风格,整个产品的设计打破了传统唐代团花纹的禁锢,将古典写意的基因用现代设计手法进行传承,同时唐代团花纹背后的吉祥如意使消费者欣然接受这样的文创产品,大大提升了产品的附加值。

4 结语

唐代团花纹悠久的历史 and 强盛的生命力正是源于其特有的中华文化背景、审美观念、宗教信仰、生命意识、伦理情感等,它体现了人民大众追求幸福平安的美好愿望。中华儿女创造了团花纹,并用这种独特的纹样诠释着内心的追求,它不仅能为现代设计提供丰富的视觉素材,而且能赋予产品独特的文化魅力,引起人们的情感共鸣,促进我国文化创意产业的发展。面对全球化的语境,必须建立文化自觉,深入挖掘历史传统文化,并结合当前社会环境进行抽象地传承与实践。

参考文献:

- [1] 宋晓丽. 唐代团花及其应用研究[D]. 苏州: 苏州大学, 2012.
SONG Xiao-li. Mission Flower and Its Application in the Tang Dynasty[D]. Suzhou: Suzhou University, 2012.
- [2] 张春佳. 敦煌莫高窟唐代团花纹样形式语言流变特征研究[D]. 北京: 北京服装学院, 2018.
ZHANG Chun-jia. Characteristics of the Language Changes of the Patterns of the Tang Dynasty in the Mogao Grottoes of Dunhuang[D]. Beijing: Beijing Institute of Fashion, 2018.
- [3] 李炫灵. 唐代团花纹样视觉设计语言研究[D]. 西安: 陕西大学, 2018.
LI Xuan-ling. Visual Design Language of the Mission Flower Pattern of the Tang Dynasty[D]. Xi'an: Shaanxi University of Science and Technology, 2018.
- [4] 吴国荣, 范猛, 蔡克中. 海昏侯漆器纹饰在文创产品中的设计融合研究[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 310-313.
WU Guo-rong, FAN Meng, CAI Ke-zhong. Design and Integration of Lacquer Ware in Haihunhou[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(24): 310-313.
- [5] 卢世主, 舒利香. 艺术化的理想——读张道一先生的《吉祥文化论》[J]. 美术与设计, 2018(2): 163-166.
HU Shi-zhu, SHU Li-xiang. The Ideal of Artistry: Reading on Auspicious Culture by Zhang Dao-yi[J]. Fine Arts & Design, 2018(2): 163-166.
- [6] 邱蔚丽, 邱赤炼. 旅游纪念品设计中传统地域文化元素的意义[J]. 包装工程, 2012, 33(20): 109-112.
QIU Wei-li, QIU Chi-lian. The Meaning of Regional Culture Elements in Souvenir Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(20): 109-112.

(下转第 322 页)

- [5] 翁利. 探究中国傩面具的产生之源[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2008(3): 111-113.
WENG Li. Source of the Nuo Mask[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Art and Design), 2008(3): 111-113.
- [6] 殷攻晖, 李韧. 探析巫傩文化中面具的造型艺术形式与意义[J]. 现代装饰(理论), 2015(2): 202.
YIN Gong-hui, LI Ren. Analysis of Mask Art Form and Meaning in Witch Nuo Culture[J]. Modern Decoration(Theory), 2015(2): 202.
- [7] 杨芳. 湘西傩面具艺术与地方性旅游工艺品创新设计研究[D]. 昆明: 云南师范大学, 2014.
YANG Fang. Xiangxi Nuo Mask Art and Innovative Design of Local Tourism Handicrafts[D]. Kunming: Yunnan Normal University, 2014.
- [8] 叶大兵. 谈民俗艺术与造型艺术[M]. 北京: 中国美术学院出版社, 2008.
YE Da-bin. About Folk Art and Modeling Art[M]. Beijing: China Academy of Art Press, 2008.
- [9] 汪鸿. 赣傩面具的艺术符号探微[J]. 装饰, 2010(2): 133-134.
WANG Hong. Exploration of the Art Symbols of Jiangxi Nuo Mask[J]. Zhuangshi, 2010(2): 133-134.
- [10] 刘静. 傩面具的意向美及其文化意义[J]. 学术界, 2015(2): 171-177.
LIU Jing. Intention of Nuo Mask and Its Cultural Significance[J]. Academic Circle, 2015(2): 171-177.
- [11] 罗云, 钟璞. 文化人类学视野下的湘西傩面具源流考[J]. 民族艺术研究, 2016, 29(4): 218-224.
LUO Yun, ZHONG Pu. The Origin and Development of Nuo Mask in Xiangxi from the Perspective of Cultural Anthropology[J]. Studies in National Art, 2016, 29(4): 218-224.
- [12] 赵常春. 湘西傩面具的文化价值与装饰特征[J]. 美术大观, 2017(11): 68-69.
ZHAO Chang-chun. Cultural Value and Decorative Features of Nuo Mask in Xiangxi[J]. Art Panorama, 2017(11): 68-69.
- [13] 邓世维, 周嘉伟, 陈飞虎. 傩面具表情符号的趣味性设计[J]. 包装工程, 2017, 38(8): 67-71.
DENG Shi-wei, ZHOU Jia-wei, CHEN Fei-hu. The Interesting Design of Emotion Symbols in Nuo Masks[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(8): 67-71.
- [14] 刘春雷, 李萌. 以抽象视觉语言为特征的简约包装设计[J]. 包装工程, 2014, 35(10): 8-12.
LIU Chun-lei, LI Meng. The Concise Packaging Design Characterized by Abstract Visual Language[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(10): 8-12.
- [15] 李柏山. 巫傩文化创意设计与重塑神秘湘西旅游探究[J]. 怀化学院学报, 2012, 31(6): 4-5.
LI Bai-shan. Witch Nuo Culture Creativity Design and Remodeling of Mysterious Xiangxi Tourism Research[J]. Journal of Huaihua University, 2012, 31(6): 4-5.

(上接第 316 页)

- [7] 米满宁. 传统吉祥纹样与现代婚庆用品包装设计[J]. 美术与设计, 2010(5): 101-105.
MI Man-ning. Traditional Auspicious Patterns and Packaging Design of Modern Wedding Products[J]. Fine Arts & Design, 2010(5): 101-105.
- [8] 涂伟, 郑洁. 非物质文化遗产长乐故事会的文创产品开发策略[J]. 包装工程, 2019, 40(10): 119-124.
TU Wei, ZHENG Jie. Development Strategies for Cultural and Creative Products on Changle Story-telling Session of Intangible Cultural Heritage[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(10): 119-124.
- [9] 司纪中. 何香凝绘画作品在文创产品设计中的应用[J]. 出版广角, 2019(3): 79-81.
SI Ji-zhong. HE Xiang-ning's Paintings in the Design of Cultural and Creative Products[J]. View on Publishing, 2019(3): 79-81.
- [10] 徐丽平. 基于心理共鸣策略的地域文化符号在文创产品设计中的应用[J]. 管理纵横, 2018(460): 109-114.
XU Li-ping. The Application of Regional Cultural Symbols in Cultural and Creative Product Design Based on Psychological Resonance Strategy[J]. Management World, 2019(460): 109-114.
- [11] 张鹏, 林鸿. 产品语义学视角下的中国传统葫芦纹样研究[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 57-64.
ZHANG Peng, LIN Hong. Study on Chinese Traditional Calabash Patterns from the Perspective of Product Semantics[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 57-64.