

# 基于凤翔木版年画的设计应用研究

马文娟, 王怡璇

(西北工业大学明德学院, 西安 710074)

**摘要:** **目的** 提升陕西凤翔木版年画在当代社会的适应性和竞争力, 弘扬中华民族传统文化, 深层挖掘凤翔木版年画的艺术及文化价值, 促进凤翔木版年画的传承与发展。**方法** 通过深入剖析陕西凤翔木版年画的艺术形式和内容素材, 寻找凤翔木版年画适合现代设计产业的切入点。借助凤翔木版年画的文化、工艺、素材, 与现代网络游戏、视频动画、手机 APP、创意童书、文创产品等新型传播方式相结合, 衍生出更具有文化内核与商业竞争力的设计应用。**结论** 陕西凤翔木版年画作为重要的非物质文化遗产, 可通过与现代设计产业结合形成新的设计模式和产品应用, 使凤翔木版年画这种老工艺融入现代生活, 拓展出更加丰富的设计载体和传播途径, 完成“活态传承和活力再现”。

**关键词:** 凤翔木版年画; 传统文化; 非遗传承; 创造转化; 设计应用

**中图分类号:** J5; TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)18-0361-06

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.18.049

## Design and Application of Traditional Fengxiang Wood Engraving New Year Pictures

MA Wen-juan, WANG Yi-xuan

(Northwestern Polytechnical University Ming De College, Xi'an 710074, China)

**ABSTRACT:** The paper aims to improve the adaptability and competitiveness of Fengxiang wood engraving New Year pictures in the contemporary society, propagate the traditional culture, explore the deep value of Fengxiang Wood Engraving New Year Pictures deeply and promote their inheritance and development. The art form of traditional Fengxiang wood engraving New Year pictures was analyzed deeply to find the entry point suitable for modern culture and art. With the help of its technology, materials and content of Fengxiang wood engraving New Year pictures, the design and application with cultural core and commercial competitiveness can be derived by combining with new communication methods such as online games, video animation, mobile phone APP, creative children's books and cultural and creative products. As an important intangible cultural heritage, Fengxiang wood engraving New Year pictures can be combined with modern design industry to create new design mode and product application so as to integrate them into modern life and develop more diversified design carriers and communication tools to complete “dynamic inheritance and vitality reproduction”.

**KEY WORDS:** Fengxiang wood engraving New Year pictures; traditional culture; inheritance of intangible cultural heritage; creation and transformation; design and application

木版年画是古代我国农村常见的一种装饰艺术品。它起源于汉代, 随着宋代雕版印刷技术的出现有了跃进式发展, 并在明、清时期达到顶峰。木版年画的表现内容渗透到了社会的方方面面, 素材涵盖历史故事、戏曲戏剧、人物传记、神话传说、民俗民风等, 被形象地称为“中国社会生活的百科全书”<sup>[1]</sup>。陕西

作为中华文明的发祥地之一, 省会西安更因其“十三朝古都”之名, 在中国历史上长期稳居政治、经济中心, 其文化艺术都达到了当时中国的最高水平。凤翔县位于陕西省西安市以东 140 km 的宝鸡市, 交通便利, 与省会西安的经济、文化交流频繁。在明代中叶木版年画便成为凤翔地区最主要的艺术表现形式, 常

收稿日期: 2020-06-21

作者简介: 马文娟(1982—), 女, 陕西人, 硕士, 西北工业大学明德学院讲师, 主要研究方向为艺术设计。

见种类分为吉祥喜庆画、风俗画、门神门画、戏曲故事画和神码画五大类,被称为“印刷活化石”<sup>[2]</sup>,有非常高的学术研究和艺术价值。凤翔木版年画目前以郃氏家族的“世兴画局”为代表,至今已传承二十一代,被盛赞为“东方智慧的结晶”,作品被国内外多所博物馆及私人收藏。

2006年,经国务院批准,凤翔木版年画被列入第一批国家级非物质文化遗产。2011年,中国邮政以“郃立平凤翔木版年画”作为素材发行了特种邮票一套。《凤翔木版年画》特种邮票见图1。凤翔木版年画的雕刻手法继承了西北地区秦、汉、唐、宋石刻及壁画艺术的技巧,造型借鉴了当地刺绣和剪纸艺术,以其独有的艺术风格展示了普通劳动人民的生活、生产场景以及他们精神生活中的美好愿景。其构图丰满匀称、强调团块的整体布势;采用高饱和度色彩,色相对比强烈;外轮廓线条流畅概括,使图像明确并调和色彩;画面主题明确易懂、装饰特点浓厚<sup>[3]</sup>。此外,绝大部分年画都配有以陕西当地方言写就的押韵文字,以图配文、以文衬图,并收录了大量陕西地区的民间口诀口歌,既解释了年画内容,又反映了当时的民风民俗,是陕西地方历史文化的真实缩影。

## 1 凤翔木版年画的素材研究与分析

凤翔木版年画的文化内涵丰富、表现形式多样,为了使其适应现代社会的发展需求,提高自身价值及商业竞争力,应首先对凤翔木版年画的素材进行深入的分析,才能提炼精髓,与现代设计产业相结合,进行创造性转化。根据素材内容可分为故事类、人物及动植物类、民俗民风类。

### 1.1 故事类

陕西凤翔木版年画的故事素材涵盖了丰富的历史事件、神话传说、戏曲戏剧、寓言典故等。其中历史事件及寓言典故往往是民间艺人用自己听过或亲身经历的题材进行年画创作,从布局、装饰、造型、层次上真实地反映了不同时期的历史发展并传递出积极的教育意义,如《仁义寨大交兵》《白朗过秦川》《马芳困城》《唐氏乳母》《三娘教子》等,这类素材对民众了解历史特征、人物画像、社会寓意都有不可忽视的作用;而神话传说及戏曲戏剧故事取材于故事中的典型场面和造型,故事情节跌宕起伏、引人入胜,深受民众喜爱,例如《白蛇传》《猫山王》《苏护进妲姬》《李逵夺鱼》《火焰驹》等<sup>[4]</sup>。清代凤翔木版年画作品《白蛇传》见图2。



图1 《凤翔木版年画》特种邮票

Fig.1 Special stamps for “Fengxiang Wood Engraving New Year Pictures”



图2 凤翔木版年画作品《白蛇传》

Fig.2 Fengxiang wood engraving New Year picture “White Snake”

另外,这些故事类年画极易转换成为现代设计素材,可以将艺术形象、故事情节重新整理、编排,并借助现代媒介以游戏、漫画、童书、动画等形式进行传播,从而让中国传统文化以新的形式进入大众视野。

### 1.2 人物及动植物类

人物类在凤翔木版年画素材中类型众多,以十美、将军、武门神、文门神、门判、天地全神等最具特色、艺术价值最高。其中,《十美图》包括了鱼乐图、倩女寻梅、佳人爱菊、天仙、送子、蟾宫折桂、官带留传、三元报喜、端桃献寿,以生动的画面描述了女性从青少年至老年的生活过程,体现出古时中国人心中“十全十美”的圆满观。门神、门判神态刻画惟妙惟肖,给人威严雄伟、气宇轩昂之感;画面穿插、呼应、疏密关系恰到好处,线条笔意主次分明,体现了西北民间艺术的手法和风格。清代凤翔木版年画作品《十美图》见图3。

凤翔木版年画中的动植物造型多为陪衬,常与主体人物同时出现,起到平衡构图、增强画面的作用。其名称寓意、轮廓造型、装饰风格各有特色,如《乘狮献果》《雄鹰镇宅》《四季花瓶》《镇宅神虎》《龙凤钱马》等,可以为传统风格的平面海报、商品包装、展览展示设计提供更多的素材和启发。

### 1.3 民俗民风类

凤翔木版年画中的风俗画一部分描绘了人民衣食住行的画面和农作时的劳作场景,风格写实、气氛欢乐。例如,清代作品《男十忙》表现了农村的田园风光以及农忙期间男性在田间耕作、收割的场面;《女十忙》描绘了农村女性手工织布场景,并且展示了传统布匹的生产工具和生产步骤。这些富有强烈时代感

的年画素材,使封建社会时期日出而作、日落而息、男耕女织、自给自足的场景跃然纸上,为民众了解传统习俗及古代人物的服装服饰、生活生产场景、手工工具等提供了大量宝贵的形象资料。

另一部分风俗画与传统节气及民俗文化主题密切相关,运用平面化、装饰化的构图,完整且通俗地体现了中华民族博大深厚的文化底蕴,如《二十四节气》《四时报喜》《春牛图》《万象回春》等。另有《风调雨顺》《国泰民安》《吉祥如意》等作品寄托了民众美好的生活期盼。

这类素材通过挖掘、整理,极易以文创产品、童书作品的形式进入现代生活和教育应用场景,完成文化艺术的教育启蒙和对该项非遗的传承发扬。

## 2 凤翔木版年画的创造性转化与创新性发展

现代出版业的发展、互联网技术的进步、电子产品的更新、生活方式的升级、传播途径的多元化,对仅依靠手工雕版印刷且用途单一的凤翔木版年画造成了巨大冲击。不过随着近年振兴传统文化呼声的提高、非物质文化遗产保护工作的开展,凤翔木版年画找到了更多的传承途径与发展思路<sup>[5]</sup>。国务院曾在《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中指出,非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要内容,要对其进行完整的保护传承;十九大会议中习近平总书记提出“文化自信”并再次强调“要加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发,使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调……要推动中华文明创造性转化、创新性发展,激活其生命力”,这为传统凤翔木版年画与现代设计产业的结合提供了坚实的政策基础和理论指南。



图3 凤翔木版年画作品《十美图》

Fig.3 Fengxiang wood engraving New Year picture "Ten Beautiful Pictures"

近年来凤翔木版年画积极尝试异业合作,并完成了多项创造性设计转化。例如,为广汽传祺 GA6 量身定制,以“穿越传祺,行走天涯”为主题打造作品,完成了“行走的美术馆——艺术十城巡展”;为延安卷烟厂“延安 1935”宣传微电影刻制纯手工道具;助力腾讯手游,凭借高度契合的文化内涵完成了“QQ 华夏”游戏,引领青年一代深入地了解传统文化魅力;携手京东,联合年轻的插画师和交互设计师将传统年画用手机 APP 的方式呈现出来;与手机品牌 vivo 联手制作年画风格的动画,实现传统与现代融合;完成中国第一本手工雕版印刷日历,让日历这种生活化的常用产品成为传统木版年画的有效传播载体。

### 2.1 网络游戏设计

为了结合“年画重回春节”主题活动,以《山海经》为背景的战斗题材游戏“QQ 华夏”在 2019 年春节期间联手凤翔木版年画完成了专属游戏的开发,实现了凤翔木版年画在游戏领域创新应用的探索。此次年画专版推出了传统年画风格的游戏装扮和道具,包括游戏中玩家最常用的“天衣”、“坐骑”、“战魂”三个主要内容,以及其他配套的美术表现。

凤翔木版年画中的经典形象“门神”是“天衣”的设计灵感来源。门神的形象源自黄帝时期的神荼、郁垒两位镇鬼武神,其造型、元素、配色都十分契合游戏中的使用场景,玩家可以穿着门神天衣,化身为两位门神的造型在游戏中四方征战。当玩家在游戏中遨游驰骋时,身边总有坐骑相伴,而游戏中的“坐骑”是利用木版年画中“狮子”的形象进行加工的,这映射了传统春节舞狮的习俗并寓意春节吉祥。此外,还将年画中的经典形象“娃娃抱鲤鱼”作为基础,通过 3D 建模的形式还原到游戏中,预示了“连年有余”的喜庆含义。凤翔木版年画与腾讯手游的跨界合作

“QQ 华夏”见图 4。

### 2.2 视频动画设计

国产手机品牌 vivo 为了迎合了年轻人的审美习惯、娱乐习惯和消费理念,基于我国传统春节的习俗文化,将凤翔木版年画中“挂灯笼、贴春联、迎财神”的场面素材以视频动画的形式展现出来,让原本静止不动的传统年画以一幅幅的动画形式活灵活现地连贯呈现,增加了趣味性和新鲜感,真正做到了“民俗不俗,老传统跨界新时尚”。

这次年味十足的新尝试完成了中国传统文化的再生,使 vivo 品牌以中国本土化的形式融入手机视频,挖掘国产品牌的价值并吸引年轻人走近凤翔木版年画,以新的体验方式使当代年轻人感受传统与现代、真实与虚拟、老工艺与新技术产生的碰撞之光<sup>[6]</sup>。凤翔木版年画与 vivo 品牌合作的手机动画见图 5。

### 2.3 手机端 APP 设计

凤翔木版年画迎合移动互联网消费热潮,与电商品牌京东联手,将年画中的《佳人爱菊》《状元及第》《财神进家》等素材进行二次加工,完成了插画创作。与交互设计师合作,将插画作品融入手机端 APP,并加入新年相纸的功能,实现了内容与情景的互动。

该 APP 展现了年轻人实现恋爱、招财、送子等愿望的美好寄托,京东品牌 IP 小狗 Joy 贯穿始终,代表天降神犬为世间派送幸福和喜悦。APP 还配合年轻人热衷手机社交和自拍的生活方式,可以随机生成新年相纸和祈愿符文。最终这款 APP 借助移动传播优势,完成了用户量一亿的突破,不但让更多年轻人关注到了传统木版年画,也提升了品牌商业价值,获得了超流量的宣传<sup>[7]</sup>。凤翔木版年画与京东联手跨界尝试见图 6。



图 4 “QQ 华夏”  
Fig.4 “QQ Huaxia”



图 5 与 vivo 品牌合作手机动画  
Fig.5 Mobile animation cooperation with vivo brand



图 6 与京东联手跨界尝试  
Fig.6 Cross border attempt with Jingdong



图 7 “雕刻时光”  
Fig.7 “Carving Time”

### 2.4 文创产品设计

“雕刻时光”手工雕版印刷日历是将凤翔木版年画的工艺、素材以生活中最常用的日历作为载体展现出来，将传统文化精髓融合在现代文创产品设计当中<sup>[8]</sup>。该日历以现代复刻量产化和保留手工艺本质作为基础，以中国二十四节气和七十二候作为素材来源，以现代的视觉设计形式，记录了中国最有智慧的古老历法。

“雕刻时光”手工雕版印刷日历在制作过程中保

留了凤翔木版年画传统的选材、雕版、印刷、套色等工艺流程，在平面处理上适应现代人的视觉习惯，经过了视觉设计优化、现代排版方式、工业化印刷，形成了大众使用频率很高的现代产品<sup>[9]</sup>。整本日历结合了天文、气象、物候知识，并在每一页保留了记事功能，同时设置了能够互动的涂色小游戏，完成了凤翔木版年画的创造、创新，改变了年画表象却承载了非遗精髓。“雕刻时光”手工雕版印刷日历见图 7。



图8 凤翔木版年画作品《西游记》  
Fig.8 Fengxiang wood engraving New Year picture "Journey to the West"

## 2.5 童书设计

凤翔木版年画作为传统连环画的雏形,曾经承担着重要的教育及艺术启蒙作用,但传统出版物也应该与现有教育模式接轨,迎合市场,在童书的设计实践中发展创新,以童书的形式完成木版年画从技艺保护到开发应用的过渡,最终“讲好中国故事”<sup>[10]</sup>。凤翔木版年画中的《白蛇传》《西游记》《封神榜》《二十四节气》等都是儿童及青少年耳熟能详的内容,在趣味性和艺术性上均满足孩童的阅读和审美需求,是不可多得的童书设计转化素材。凤翔木版年画清代作品《西游记》见图8。

凤翔木版年画与童书设计、出版结合,从中获取灵感、提炼素材,一方面能够挖掘出深刻的教育意义,另一方面对儿童及青少年传承中华优秀传统文化将起到极大的推动作用。

通过将传统凤翔木版年画与现代设计载体、传播媒介相融合,形成了一批与现代生活、教育、娱乐相匹配的“新创作、新作品、新应用”,这些深受市场认可、消费者喜爱的网络游戏、视频动画、手机APP、创意童书、文创产品等,充分证明了凤翔木版年画能够很好地融入现代应用场景,并具有极高的再开发潜质和设计应用价值。另外,这些积极的探索与尝试激活了凤翔木版年画自身的文化生命力、为传统文化复兴注入了新鲜血液,最终得以实现“文化自信”的目标,“推动中华文明创造性转化和创新性发展”。

## 3 结语

日本民艺学家盐野米松在《留住手艺》中说道:“很多传统工艺都消逝了,消逝的原因有几个,其中

最大的应该是人们不再需要它们了。”凤翔木版年画经历了五百多年的风雨和波折走到了今天,也面临着相似的困境。究竟该以怎样的思路和方式去保留它?如何让它有效地融入现代生活,完成从技艺保护到衍生产品开发应用的过渡?如何使其真正体现“见人见物见生活”、“活态传承、活力再现”等非遗保护理念?

与现代设计产业结合将是其发展的有效路径,以新作品、新形式将凤翔木版年画这一民间艺术融入生活、教育、娱乐等各领域,不断优化其创作生态,拓展现有的设计载体和传播途径;对凤翔木版年画进行创造性转化,使其“与当代文化相适应,与现代社会相协调”,最终带动凤翔木版年画的创新性发展,使这份古老的非物质文化遗产更好地传承下去。

## 参考文献:

- [1] 王树村. 中国年画史[M]. 北京: 北京工艺美术出版社, 2002.  
WANG Shu-cun. The History of Chinese New Year Pictures[M]. Beijing: Beijing Arts and Crafts Press, 2002.
- [2] 薄松年. 中国年画艺术史[M]. 长沙: 湖南美术出版社, 2008.  
BO Song-nian. Art History of Chinese New Year Pictures[M]. Changsha: Hunan Art Press, 2008.
- [3] 冯骥才. 中国木版年画集成-凤翔卷(精)[M]. 北京: 中华书局出版社, 2010.  
FENG Ji-cai. Integration of Chinese Woodblock New Year Pictures-Fengxiang Volume (Fine)[M]. Beijing: Zhonghua Publishing House, 2010.

(下转第 394 页)

- Technical Education, 2018(18): 68-73.
- [4] 潘天波. 工匠精神的社会学批判: 存在与遮蔽[J]. 民族艺术, 2016(5): 19-25.  
PAN Tian-bo. Sociological Criticism of Craftsman Spirit: Existence and Shelter[J]. National Art, 2016(5): 19-25.
- [5] 保罗·罗杰斯. 设计[M]. 杭州: 浙江摄影出版社, 2012.  
RODGERS P. Design[M]. Hangzhou: Zhejiang Photography Press, 2012.
- [6] 理查德·桑内特. 匠人[M]. 上海: 上海译文出版社, 2015.  
SANNETT R. Craftsman[M]. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 2015.
- [7] 秋山利辉. 匠人精神: 一流人才育成的 30 条法则[M]. 北京: 中信出版社, 2015.  
AKIYAMA T. The Spirit of Craftsman: 30 Rules for the Cultivation of First-class Talents[M]. Beijing: China Citic Press, 2015.
- [8] 喜多俊之. 给设计以灵魂——当现代设计遇见传统工  
艺[M]. 北京: 电子工业出版社, 2012.  
KITA T. Hunan Gives the Soul of Design: When Modern Design Meets Traditional Craft[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2012.
- [9] 邹其昌. 论中华工匠文化体系——中华工匠文化体系研究系列之一[J]. 艺术探索, 2016, 30(5): 74-78.  
ZOU Qi-chang. On Chinese Artisan Cultural System: One of the Research Series on Chinese Artisan Cultural System[J]. Art Exploration, 2016, 30(5): 74-78.
- [10] 邹其昌. 《考工典》与中华工匠文化体系建构——中华工匠文化体系研究系列之二[J]. 创意与设计, 2016(4): 23-27.  
ZOU Qi-chang. "The Code of Engineering Examination" and the Construction of Chinese Artisan Cultural System: the Second in a Series of Studies on Chinese Artisan Cultural System[J]. Creativity and Design, 2016(4): 23-27.

(上接第 366 页)

- [4] 王文章. 年画世家——年画传承人邵立平口述史[M]. 北京: 中央编译出版社, 2010.  
WANG Wen-zhang. The Family of New Year Pictures - Oral History of Tai Liping, the Inheritor of New Year Pictures[M]. Beijing: Central Compilation and Translation Press, 2010.
- [5] 陈绘. 中国民间木版年画的“色”与“彩”[J]. 美术大观, 2019(7): 75-77.  
CHEN Hui. Color and Color of Chinese Folk Woodcut New Year Pictures[J]. Grand View of Fine Arts, 2019 (7): 75-77.
- [6] 靳鹤琳. 中国传统文化元素与动态视觉设计的融合与创新[J]. 包装工程, 2019, 40(16): 83-86.  
JIN He-lin. Integration and Innovation of Chinese Traditional Cultural Elements and Dynamic Visual Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(16): 83-86.
- [7] 蒋家华. 明清社会图像消费的区隔化——以绵竹木版年画为例[J]. 美术大观, 2019(12): 135-137.  
JIANG Jia-hua. Differentiation of Social Image Consumption in Ming and Qing Dynasties: a Case Study of Mianzhu Woodcut New Year Pictures[J]. Grand View of Fine Arts, 2019(12): 135-137.
- [8] 申晟, 许雅柯. 传统文化在创意产品设计中的运用[J]. 包装工程, 2019, 40(2): 236-239.  
SHEN Sheng, XU Ya-ke. Application of Traditional Culture in Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(2): 236-239.
- [9] 邵高娣. 20 世纪三四十年代陕西关木版图画遗珍之探讨[J]. 美术观察, 2018(7): 107-113.  
TAI Gao-di. Discussion on the Remains of Woodcut Pictures in Shaanxi Guanzhong in the 1930s and 1940s[J]. Art Observation, 2018(7): 107-113.
- [10] 龚捷, 秦赛一. 媒介融合时代出版的回归与路径探析[J]. 出版广角, 2018(18): 15.  
GONG Jie, QIN Sai-yi. The Return and Path of Publishing in the Era of Media Integration[J]. Publishing Wide Angle, 2018(18): 15.