

基于中国传统婚嫁礼制的仪式感家具设计研究

肖丽¹, 卫文倩¹, 熊炎²

(1.南昌大学, 南昌 330031; 2.江西科技大学, 南昌 330031)

摘要: **目的** 让文化融入生活, 让设计为人类服务, 提升产品文化软实力和用户体验感。**方法** 通过对仪式与礼制、文化的研究, 探讨仪式感的时间、空间属性, 赋予仪式感设计以文化和情感特征; 研究传统婚嫁文化, 以家具为载体进行实践创作, 提升产品的情感互动体验, 印证仪式感设计的必要性和独特性。**结果** 结合婚嫁文化的仪式感家具设计, 在彰显独特性的同时兼顾了日常使用需求, 突破了仪式时间和空间的限定, 使产品源于仪式、而又高于仪式, 保障了家具作为服务品的广泛性。**结论** 仪式感设计是一种时代设计思想; 仪式感设计运用, 在传承文化、提升用户体验感和幸福感等方面有着积极作用; 具有“仪式感”的家具, 是高情感、个性化的产品, 可增加生活乐趣, 让生活变得更加精致, 进而提升生活品质。

关键词: 仪式感; 家具; 婚嫁; 情感设计; 用户体验

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)20-0300-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.20.035

Design of Ritual Furniture Based on the Chinese Traditional Wedding Etiquette System

XIAO Li¹, WEI Wen-qian¹, XIONG Yan²

(1.Nanchang University, Nanchang 330031, China; 2.Jiangxi University of Science and Technology, Nanchang 330031, China)

ABSTRACT: This paper aims to let culture integrate into life, let design serve mankind, and enhance the soft power of product culture and the sense of user experience. Based on the intensive study of ritual, etiquette, and culture, this paper discusses the space-time qualities of ritual sense, which thus provide the cultural and emotional characteristics for the ritual design. Furthermore, we research traditional marriage culture and use furniture as a carrier for practical creation, which aim to improve the emotional interaction experience and then illustrate both the necessity and uniqueness of the ritual design. The ritual furniture design combined with the marriage culture takes into account the daily use requirements while showing its uniqueness. It breaks through the limitation of the time and place of the ritual, makes the products originate from the ritual but are higher than the ritual, and ensures the universality of furniture as service products. The design of ritual sense is a kind of times design thought; Ritual design is helpful for inheriting the cultural and improving both the experience and happiness of users. Furniture with “ritual sense” which is a highly emotional and personalized product, can increase the pleasure of life, make life more delicate, and thus improve the quality of life.

KEY WORDS: ritual sense; furniture; marriage; emotional design; user experience

收稿日期: 2021-04-30

基金项目: 2020 年江西省文化厅艺术科学规划项目(基于中国婚嫁文化的仪式感产品设计研究, YG2020122); 2020 年国家级创新实践训练项目(基于中国婚嫁文化的仪式感家具设计研究, 2020GC083); 2018 年云南省哲学社科艺术科学规划青年项目(云南少数民族民间竹器设计特征研究, A2018QS23)。

作者简介: 肖丽(1983—), 女, 江西人, 南昌大学博士生、讲师, 主要研究方向为工业设计。

通信作者: 熊炎(1989—), 男, 江西人, 硕士, 江西科技学院讲师, 主要研究方向为产品设计。

仪式感,是文化与礼制的一种显性表现,可激发人们对生活的热情和真诚态度。“人因喜爱而更频繁使用,器物因被使用而美”,具有“仪式感”的家具产品,在提升用户体验感的同时,呈现出来的文化和情感特征能让生活找到久违的独特性,使生活变得更加精致。

1 仪式与礼制

仪式是某种模式行为,一种自愿性的行动表现,造成符号化般的影响或参与真诚生活的过程^[1]。仪式感虽作为新兴名词出现,可对于重礼制的中国来说,文化诞生便附着仪式。仪式的根源便是礼,礼起源于祭祀,祭祀必有其程序和仪式,于是就产生了礼的最初规范,或可称为礼制、礼仪。在中华民族的发展历程中,将统治阶级以约束为目的出发的礼制作为基础构架,并结合老百姓生活中约定俗成的风俗、习惯作为补充,最终形成了蕴含中国千年文化的“礼”。仪式虽根源于礼,却又不同于以约束出发的礼制。伴随着时代的发展而不断演变,仪式已慢慢具备了主动生活、融入生活并热爱生活的特性。

2 仪式感设计

信息化时代来临,设计师们在感受快捷、共享的时代节奏之时,也同步思考着如何通过产品设计来吸引顾客、提升用户体验感、增加生活的幸福感。蕴含文化、承载人类情感需求的仪式感设计应运而生。

2.1 设计趋势

物质生活是人的第一需求,许多设计思想都源于物质生活,只有在满足第一需求的基础上,才能实现更高层次的精神需求,进而引导设计的发展、提高生活质量。如,卧房家具中床的变化,从最初的木架床到箱式床、多功能床、人体工程床、智慧床等,体现出以“物质生活需求”为出发点引发的家具产品功能与形式的变化。

精神生活是伴随着物质生活的发展而变化的,在复兴民族文化、提高文化自信的时代背景下,家具产品研发应投入更大的精力挖掘民族文化基因,打造富有文化语义的现代产品。这是对产品精神功能的锤

炼,可改善产品千篇一律无特色的现状,体现个性化设计。如,基于各类传统文化、礼制的仪式感产品的设计、研究,正是民族文化的映射,也是人们热爱生活、敬重生命的情感体现。可以说,仪式感设计是具有高情感、个性化、带有传统文化痕迹的一种时代设计思想。

2.2 必备属性

2.2.1 时间与空间属性

仪式与礼的关联性,诠释了“仪式、仪式感”是具备时间和空间属性的——仪式是在特定的时间、地点产生的特殊活动,时间属性可呈现出不同时间维度上的社会面貌;空间属性则展现出不同空间领域内的社会活动详情。

2.2.2 文化与情感属性

仪式是文化的一种符号展现,它既可以是对宗教信仰的虔诚,也可以是地域民俗的依托。在《情感化设计》一书中,唐纳德·诺曼探讨了3种不同层次的设计:本能、行为和反思^[2]。本能设计侧重产品的外形;行为设计注重功能,讲究效用;反思水平的设计,则注重信息、文化承载以及产品的精神功能意义,强调独特性、个人满意度和记忆。显然,仪式感设计更接近于反思层级的设计。例如婚礼或葬礼这种带有或喜或悲情绪的仪式,对于其中物件都有特殊要求。当人们看到与其相关的设计时,便能立即勾起人们的回忆。就像解锁记忆的钥匙,唤醒人们寄托于此的情感。仪式感设计正是文化与情感的载体,代表着积极乐观的生活态度,能让人产生共鸣的情感体验。注重仪式感是提升生活幸福指数的重要途径。

2.3 设计运用

仪式感设计在一些领域已有运用与体现,在UI设计中增加仪式感可以减少人机交互的枯燥,让普通单调的各项操作有了更多的含义,实现心灵的对话^[3]。首先,仪式和空间。一方面,仪式对空间有渲染功能,通过在空间中进行的仪式行为,使空间产生情感与价值^[4];另一方面,空间是仪式得以举行的必要场所,作为仪式的载体,空间有不同的形式表现^[4]。

其次,仪式感包装是有意识营造仪式感的产品,仪式感喜糖包装见图1^[1]。图1a的喜糖包装设计采用

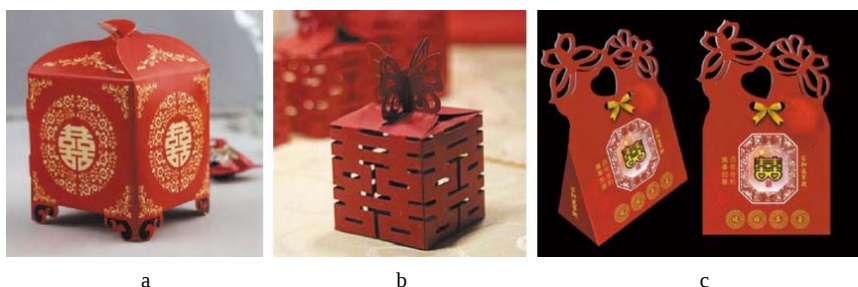


图1 仪式感喜糖包装^[5]
Fig.1 Ritual candy packaging



图2 朝珠耳机
Fig.2 Chaozhu headphones

了中国传统的轿子型，4个立面的纹饰是团花纹，中间是“双喜”字样，凸显婚庆主题^[5]。类似例子还有图1b、c的两款仪式感喜糖包装设计，运用喜、蝴蝶、莲花、石榴等元素，蕴藏着“百年好合”“多子多福”“家和万事兴”的文化、精神内涵。

再次，仪式感产品设计有多种表达形式，可从色彩、装饰图形、材质、产品形态诸多方面入手。朝珠耳机见图2，其是故宫文化创意团队借鉴了清代朝服配饰——“朝珠”的形态，结合蜜蜡材质，并辅以后耳机的现代功能，创新所得的一款具有传统外观、高科技内核的仪式感设计。创新理念就是通过借鉴、模仿具有仪式感象征意味的物件，借助消费者对仪式感链接文化的认知与联想，增加产品的仪式感。消费者对“朝珠耳机”真实的仪式感体验是“拥有皇家姿仪”“像是批奏折，超酷炫！”“享受路人朝圣目光”等。从仪式感设计在UI、包装、建筑空间以及现代产品设计中的运用，可以看出，仪式感设计不但可以作为情感和文化的表达渠道，也能为各时间轴上的不同空间起到渲染、优化作用。

2.4 设计意义

仪式感设计对于生活的意义就在于，激发了人们对生活的真诚态度，以面对生活里看似无趣的事情，让人不自觉地热爱和珍惜生命中的美好。在繁忙的都市生活中，仪式感设计更像是返璞归真。如“过年”是中华民族的传统仪式，哪怕每年都得顶着春运的压力，也要回家团圆。圆桌，则是承载着年夜饭的记忆、有着浓郁情感意味的仪式感家具。圆桌一摆、年夜饭上，对联一贴、爆竹声响，仪式不可少，年味才浓。可以说，仪式感设计往往是串联记忆网络的起点，更符合人们对情感的追求。

3 婚嫁礼制中的仪式感

《礼记·昏义》中说：“昏礼者，将以合二姓之好，上以事宗庙，下以继后世也，故君子重之。”^[6]婚姻是人生大事，婚礼更是中国传统文化精粹之一。其中

繁复的婚礼流程、精工细作的红妆家具、光彩照人的红妆服饰以及温婉动人的新人妆容，这些都是中式婚礼中仪式感的体现。

3.1 婚嫁流程、仪式发展历程

中国传统婚嫁文化源于周制婚礼，周代婚礼简朴，整个仪式宁静、安详，重视的是夫妻之义和结发之恩，夫妻“共牢而食，合卺而酹”^[7]。仪式流程简单，没有华贵隆重的聘礼，也没有喧闹的筵席，只有嫁女之家三日不熄烛火，在盈盈烛火中思念远嫁的女儿，以及夫家三日不举乐以安慰思念双亲的新娘。到了汉代，婚制婚礼不断发展，同时受到了外来民族的影响，渐渐形成了以汉代婚嫁礼制为代表的中国婚嫁民俗文化。其婚嫁仪式流程愈来愈多，三书六礼、三朝回门、迎亲、大红花轿、凤冠霞帔、跨火盆、拜天地、掀盖头、闹洞房、剪烛等，每一个流程都是婚嫁仪式的解读。如“剪烛”，这一仪式是指在新婚之夜，新郎新娘一起剪去燃烧殆尽的红烛烛芯，确保红烛彻夜燃烧，寓意两人可以厮守一生，长长久久。故也用“剪烛”这个词语代表夫妻之间的情深意重。自唐代开始，婚嫁礼节逐渐繁重，据唐封演《封氏闻见记·花烛》：“近代婚嫁有障车、下婿、却扇及观花烛之事。又有卜地、安帐、并拜堂之礼。上自皇室，下至士庶，莫不皆然。”^[8]加上贺客和婚宴的出现，婚礼氛围从周代最初的安静优美转为隆重欢庆。

无论是安静细致却带有震撼人心力量的周代婚制，还是流程繁琐、隆重欢庆的汉代婚礼，其中的每一个流程都是仪式感的体现，代表了对新人的祝福，预示夫妻和美的生活。近些年，越来越多的年轻人选择中式婚礼，感受仪式感带来的喜悦与幸福感。可以说追寻文化根源、重视传统民俗，已渐渐成为现代人的新时尚。自然地，与中式婚礼匹配的、具有仪式感意味的各类产品应运而生，如仪式感婚嫁系列家具产品。

3.2 古典红妆家具——十里红妆

古时富庶人家嫁女时有“良田千亩，十里红妆”的丰厚嫁妆，指的是大到良田、山林，小到床、柜、箱、棺材，小到一针一线应有尽有，如此丰厚的嫁妆由挑夫组成迎亲队伍一一送往男方。家具都是“三两黄金，一两朱”的朱金工艺家具，朱漆髹金、流光溢彩，加上浩浩荡荡、蜿蜒数里的红妆队伍，就像一条披着红袍的金龙，故称“十里红妆”。用于婚嫁的家具就称为红妆家具，因十里红妆中朱金工艺的家具占比最大，故人们也用十里红妆来指代婚嫁家具。

有学者将中国古典家具分为御用家具、寺庙家具、民间家具和十里红妆家具4大类，将十里红妆家具从民间家具中单独列出，有以下3个方面原因：一是，十里红妆是内房家具，诠释着古时女性神秘的生活图景和个性化需求；二是，制作红妆家具的朱金木

雕和泥金彩漆工艺是独特的工艺美术；最后，十里红妆更是一种文化现象，是以汉代婚嫁礼制为代表的传统婚俗文化仪式感的直接体现。如，嫁妆中最重要、最具仪式感的家具当数“千工拔步床”，流行于明清时期，其体型之巨大，千金小姐迈着碎步绕床走一圈需要百步，因此又名百步床。拔步床的精髓在于强大的功能整合以及精美而细腻的雕刻工艺。床上的图案纹饰多种多样，或人或兽、或龙或凤，有叮咚的小桥流水，也有百鸟嬉戏，装饰效果很强，且大部分是图必有意、意必吉祥^[9]。拔步床和红妆家具见图 3，由于拔步床做工十分繁琐、装饰华丽、耗时长，令该家具成为财富和地位的象征，是古代富裕人家嫁妆中的必备物。这样地耗尽心力来打造一张婚床，充分表明了人们对家具承载着的情感与仪式感的重视。

又如，古时女子出嫁，箱柜是不可或缺的，它们是“十里红妆”中非常重要的储物家具，聘礼、首饰、女红、衣物等皆放置其中，传统红妆家具见图 4。有精致的梳妆箱（如图 4ac）、古朴的衣箱（如图 4d）、华贵的多宝盒（如图 4e）和精雕细琢的书箱（如图 4f）。此时，家具已不仅仅是储物的器具，更是一个瑰丽丰富的世界，在营造出浓浓仪式感的同时，也是出嫁女子身份的象征。



图 3 拔步床和红妆家具
Fig.3 Babu bed and marriage furniture

4 仪式感婚嫁系列家具设计

通过对中国传统婚嫁礼制形成历程、表现形式以及红妆家具中仪式、礼制的研究，认为仪式感家具产品对新人和婚姻的意义是异乎寻常的，那到底什么是仪式感家具设计呢？

4.1 仪式感家具设计

家具作为一类重要的工业产品，也愈发注重情感化的表达。这是因为家具不仅仅是一种有实用价值的产品，更是一种生活方式，一种审美体验的载体^[10]。仪式感家具设计是以家具产品为载体，将“仪式感”这一抽象“角色”进行具象的表达与呈现，可赋予家具更深层的情感内涵，是家具的一种升华。如果对每天使用的家具产品赋予仪式感的设计表达，将有利于激发使用者积极、主动的生活热情。需要同步注意的是，家具为人类提供了广泛的服务，有学者认为它是每天与人接触时间最长的工业产品，具有使用的普遍性特征。这是仪式感时间、空间属性与家具产品普遍性特征之间的矛盾。然而，这一矛盾是相对的，是可融合的，为家具产品的突破与创新提供了思路。优秀的仪式感家具设计，应避免让使用者一味沉浸在过去的仪式中，更多地应把这种热情和态度带入到未来的生活中。可以说，仪式感家具是既特别又普通的，既适合在特殊日子使用，也存在于日常生活中却不造成违和感的家具。

4.2 仪式感家具设计方法探析

4.2.1 通过符号的解构来表达仪式感

相对于功能产品而言，仪式性产品设计更加注重于表达自身所蕴含的文化和精神理念^[11]。文化和精神是抽象的，需要以具体的产品为载体进行转述与呈



图 4 传统红妆家具——梳妆箱（a—c）、衣箱（d）、多宝盒（e）、书箱（f）
Fig.4 Traditional marriage furniture: Dressing box(From a to c), Clothes box(d), Treasure box(e) and Book box(f)

现。由符号学引申出来的解构设计手法正是一种能提炼文化、精神中的象征性符号,将原本物象的结构体系视为一个先验存在的符号系统,从而在这一符号系统内部寻求在特殊语意中的新的程序编码^[12],进而创造出全新的设计物象。具体为:在特定的语境下对具有仪式感象征性符号元素进行不同的变形和组合排列,通过删减、添加、夸张、合并、变形等图形设计手法,形成视觉刺激,让受众产生构思和联想;进而实现将文化、精神融入新产品中,将隐性的仪式感进行了显性的表达,最终获得用户认同感和归属感。

4.2.2 通过氛围的营造来呈现仪式感

仪式感的时间、空间属性可通过营造氛围得以呈现。营造氛围指的是通过设计出一种情景模式,让用户专注于产品本身,从而获得包括仪式感在内的多层次情感体验,提升用户参与感^[11]。通过更换家具材质、调整家具摆放位置、设计与搭配不同种类和色彩的家具配饰等措施,即可营造出婚嫁当日喜庆、庄重的仪式感,也可营造日常生活中夫妻相敬如宾、互助互爱,对生活真挚、热爱的仪式感。通过氛围营造感受到的仪式感可使平凡的生活不再沉闷,激励人们珍惜当下、热爱美好、高品质的生活,传递一种生生不息的力量与信念,亦是特色文化与精神的呈现。

4.3 “执子之手”卧房家具系列设计实践

4.3.1 婚床

李渔在《闲情偶寄》中写道:“人生百年,所历之时,日居其半。日间所处之地,或堂或庑、或舟或车、总无一定之在,而寝间所处,则只有一床。”由此可见,从古至今,床在生活中占据着重要地位。

“天作之合”婚床——八抬大轿、龙凤大喜床及元素演变过程见图5。婚床是红妆家具的重要组成部分,洋溢着女性特有的温柔气息,直接体现了女性的审美意趣^[13]。“执子之手”婚床床头运用了“八抬大轿”和“龙凤呈祥”的婚嫁元素。自宋代始,轿子用

于娶亲逐渐成为民俗,初嫁女子坐花轿,八人抬一轿,是为明媒正娶,同时示以富贵。对迎娶新娘的轿子侧轮廓进行提炼、变形、延伸运用,得“天作之合”婚床床头外轮廓形态(如图5a)。“龙凤呈祥”这一成语出自汉孔鲋《孔丛子记问》:“天子布德,将致太平,则麟凤龟龙先为之呈祥。”^[14]龙凤纹样通常成对运用于红妆家具中,如溥仪大婚时的“龙凤大喜床”。故在床头板镶嵌饰以龙凤纹样,并选用金色与床头朱色形成对比,亦沿用了红妆家具中朱、金双色搭配规律,仪式感油然而生,寓意新人是天作之合、幸福美满(如图5b)。床单、被套、枕套等家具饰品,则设计为红、蓝双色,既有对传统婚庆色彩的追忆、营造仪式感,也满足了现代时尚配色的要求(如图5c)。红色寓意女主人温柔体贴、温婉娴淑,蓝色寄意男主人成熟稳重、温文尔雅。

4.3.2 梳妆台

“秀外慧中”梳妆台见图6。以唐代花间词派鼻祖温庭筠的《菩萨蛮·小山重叠金明灭》为灵感,将词中“小山”通过镂空装饰手法置于圆镜前后(如图6a),同时意指女子发髻波澜起伏的样子如重叠的山峦。由于古代女子头发极长,夜间往往挽成松髻,而非人们想象的披头散发^[15]。大小圆镜(如图6c)作词中“前后镜”,意为花好月圆,也有好事成双的意味;左侧大圆镜可整体照面,右侧小台镜可根据需求调整角度,用于护肤、化妆等精细的局部照面。四腿向下渐收,纤细隽秀;腿部的金属包边(如图6b),宛如词中被眉妆漫染、叠盖了部分却不失装饰之美的“额黄”,局部的装饰点缀使家具更具现代感。

4.3.3 边柜

“郎才女貌”边柜见图7。古时婚嫁流程多,男方婚前需送聘礼,女子出嫁当日要带嫁妆。在这些活动中,聘礼和嫁妆都是用特定担、架、箱,由挑夫或挑或抬送至新人家。“郎才女貌”组合边柜(如图7下),是提炼古时红妆家具中各类箱体形制(如图4)制作而成的现代组合家具,仿佛再现了迎亲队伍搬运

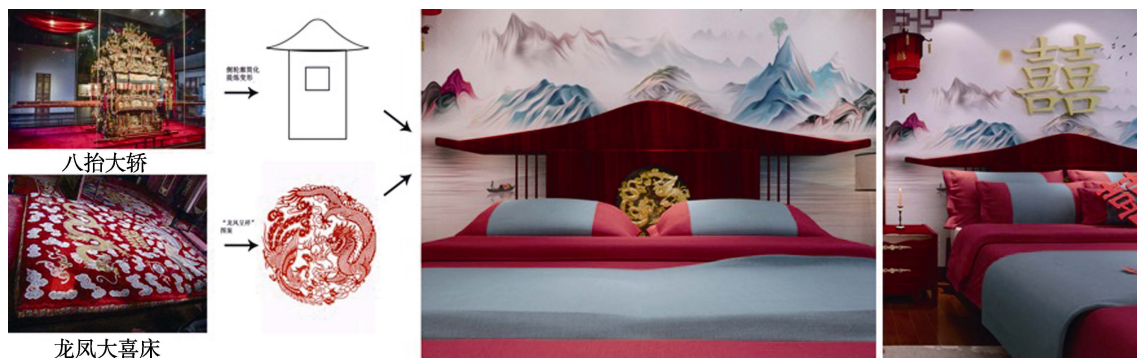


图5 “天作之合”婚床——八抬大轿、龙凤大喜床及元素演变过程

Fig.5 “A match made in heaven” Wedding bed: Large sedan chair carried by eight people、Marriage bed with Dragon and Phoenix patterns and its evolution



图 6 “秀外慧中” 梳妆台
Fig.6 “Beautiful and intelligent” dressing table

一件件嫁妆时的热闹情景，洋溢着仪式和幸福的味道。

以运输聘礼和嫁妆的家具为原型设计的边柜，形态方正，渐收的圆腿、半月形拉手、翘头及简化的罗锅枨装饰，精致又不失稳重，谓之“郎才”（如图 7 上）。古代女子陪嫁的各类梳妆箱、多宝盒和衣箱（如图 4）形制相仿、大小各异，将其进行叠加组合形成柜体，同步提炼挑担支架外轮廓元素，延伸运用以打造悬挂功能（如图 7 中右）。高挑的右侧边柜（如图 7 中右），除了有与左侧边柜（如图 7 上右）相呼应的渐收圆腿、黄铜装饰件外，更是通过向上缩减箱体尺寸和营造虚空间来表达女性的轻盈、柔美，谓之“女貌”。可见，“郎才女貌”组合边柜既有形式上的统一，

也有形态和功能上的变化。通过半月与满月黄铜装饰件的变化、家具体量轻重、虚实空间的对比，营造出“郎才”和“女貌”不同的形态；“女貌”高挑的支架，实为衣帽架，更加吻合现代的生活方式。

4.3.4 独特性与普遍性

仪式有时间、空间属性，家具产品则具备使用的普遍性特征。将仪式融合在家具设计中时，应注意独特性和普遍性的融合，才能设计出在特定时间段和日常生活中都能兼顾使用的家具产品，让仪式感浸入生活，也保障了家具作为服务品的广泛性。

不同材质系列的婚庆场景图和日常使用场景见图 8。“执子之手”卧房家具可选用不同材质、不同色系进行表达，红木与桦木，红色、蓝色、白色、黄

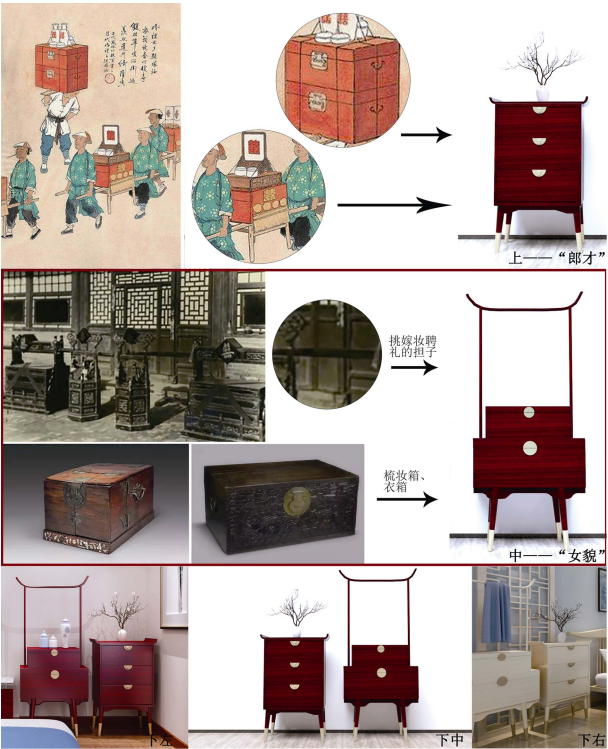


图 7 “郎才女貌” 边柜
Fig.7 “Perfect match” side cabinet



图 8 不同材质系列的婚庆场景图和日常使用场景
Fig.8 Wedding scene and daily scene of different material series

色和灰色,通过不同材质、不同颜色软装饰品的搭配(如图8中),可实现婚庆情境(如图8上)与日常生活场景的自由切换(如图8中和下),凸显仪式感家具独特魅力的同时亦兼顾了家具使用普遍性的特征和要求。如,红木材质可搭配红蓝、白蓝色配饰以营造出新中式家居风格;桦木材质搭配红蓝、黄白蓝灰色调的软装则又可解读为北欧风格和现代风格。可见,材质、色彩的丰富搭配最大限度地满足了不同客户群体的审美偏好,具有更大的市场前景。

5 结语

十里红妆家具逐渐式微、几乎消失,但它承载的人类情感和仪式感理应传承、延续。生活需要仪式感,这是对生命的一种敬畏、是对生活的尊重与热爱、也是对幸福的追求以及对自己的重视;仪式感的化归与呈现又少不了产品作为媒介和载体。仪式感家具,正是用艺术之美使文化、仪式和情感得以显性表达,为消费者带来真实又愉悦的情感体验,是有热度、有情怀,能够提升生活品质的家居必备品。仪式感婚嫁家具承载的独特器型造物之美和浓郁的人文色彩,代表着月老的祝福,进而激发出人们热情、精致的生活态度。用仪式装点生活,用产品表达仪式。

参考文献:

- [1] 周鸿雁. 仪式华盖下的传播: 詹姆斯 W 凯瑞传播思想研究[D]. 上海: 上海大学, 2011.
ZHOU Hong-yan. Communication Under the Ritual Canopy: a Study of James W. Carey's Thoughts on Communication[D]. Shanghai: Shanghai University, 2011.
- [2] 向帆, 谭亮. 情感热潮下的冷思考:《情感化设计》评述[J]. 装饰, 2019(4): 79.
XIANG Fan, TAN Liang. Calm Thinking on the Craze of Emotion: Review on Emotional Design[J]. Zhuang-shi, 2019(4): 79.
- [3] 刘亮亮. 文化的丰盛——UI 设计中的仪式感[J]. 美术大观, 2018(5): 100.
LIU Liang-liang. Abundant Culture-Ritual Sense in UI Design[J]. Grand View of Fine Arts, 2018(5): 100.
- [4] 苗保军. 仪式感建筑空间设计研究[D]. 北京: 北京建筑大学, 2018(6): 11.
MIAO Bao-jun. Ritual Architectural Space Design Research[D]. Beijing: Beijing Architecture University, 2018(6): 11.
- [5] 郭肖蕾. 仪式感包装探析[J]. 中国包装, 2016(1): 41.
GUO Xiao-lei. Analysis of Ceremonial Packaging[J]. Chinese Packaging, 2016(1): 41.
- [6] 包媛迪. 清代浙东婚床研究[D]. 北京: 清华大学, 2013(1): 11.
BAO Yuan-di. Research on Painted Marriage Bed in East Zhejiang from Qing Dynasty[D]. Beijing: Tsinghua University, 2013(1): 11.
- [7] 顾涛. 论古典婚礼根植于人之情性[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2012(27): 89.
GU Tao. On the Classical Wedding Rooted in the Inertia of People[J]. Journal of Tsinghua University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2012(27): 89.
- [8] 姬慧. 浅探陕北婚礼风俗——障车[J]. 西安社会科学, 2012(4): 82.
JI Hui. A Brief Exploration of the Wedding Custom in Northern Shaanxi: Barrier Vehicles[J]. Xi'an Social Science, 2012(4): 82.
- [9] 牛璐璐. 明清“拔步床”的渊源及文化内涵研究[J]. 中国民族博览, 2018(1): 82.
NIU Lu-lu. A Study on the Origin and Cultural Connotation of “Babu Bed” in Ming and Qing Dynasties[J]. China National Expo, 2018(1): 82.
- [10] 余继宏, 吴智慧. 家具形态的符号学特性分析[J]. 艺术百家, 2008(6): 231.
YU Ji-hong, WU Zhi-hui. Semiotic Analysis of Furniture Form[J]. Art Hundred Schools, 2008(6): 231.
- [11] 李艳, 李梦盼. 基于仪式感的现代产品设计探析[J]. 工业设计, 2020(3): 61-62.
LI Yan, LI Meng-pan. Exploration on Modern Product Design Based on Ritual Sense[J]. Industrial Design, 2020(3): 61-62.
- [12] 周至禹. 思维与设计[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
ZHOU Zhi-yu. Thinking and Design[M]. Beijing: Peking University Press, 2007.
- [13] 董千. 中国家具艺术 十里红妆——深深女儿情 悠悠江南梦(中)[J]. 金融管理与研究, 2010(5): 75.
DONG Qian. Chinese Furniture Art, Ten Miles Red Makeup: Deeply Feeling for Daughters, Long Jiangnan Dream (Middle)[J]. Financial Management and Research, 2010(5): 75.
- [14] 肖莉, 林钰婷. 俗语与中国人的婚恋观[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2013(12): 38.
XIAO Li, LIN Yu-ting. Vulgarism and Chinese Views on Marriage[J]. Fujian Forum (Humanities and Social Sciences Edition), 2013(12): 38.
- [15] 王世立. 别样视角看温庭筠《菩萨蛮》中的“小山”及欢情[J]. 长春教育学院学报, 2011(9): 5.
WANG Shi-li. Looking at “Xiao Shan” and Huan Qing in Wen Ting-yun's “Pu Sa Man” from a Different Perspective[J]. Journal of Changchun Institute of Education, 2011(9): 5.