

传统元素融于文创产品设计的表现

薄慧鹏

(晋中学院, 山西 晋中 030600)

摘要: **目的** 探索文创产品中传统元素的借鉴应用。**方法** 传统元素是我国民族文化的一部分, 其色彩、造型、材质等都有丰富的表现形式与深刻的内蕴, 发展至今, 仍有很强的应用价值和长远的发展前景。以传统元素的应用与借鉴需要, 从实际出发分析文创产品市场中的不足, 由此找到必须遵循的设计原则, 并进行传统元素的融入尝试。主要选取传统文字、材质、纹样和建筑等4个方面, 深入分析彼此融合的关键点, 对文创产品的艺术设计之路进行探寻。**结论** 传统元素在符合时代需求和大众审美的前提下, 与文创产品设计相结合, 能够在提高产品价值的同时, 以强大的视觉吸引力和深厚文化内蕴给消费者带来强烈的文化认同感, 从而提升产品的附加价值。

关键词: 传统元素; 文创产品设计; 产品价值

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)14-0339-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.14.042

Expression of Traditional Elements in Cultural and Creative Product Design

BO Hui-peng

(Jinzhou University, Shanxi Jinzhong 030600, China)

ABSTRACT: To explore the reference and application of traditional elements in cultural and creative products. Traditional elements are part of our national culture, and their colors, shapes and materials are rich in expression and profound connotation. So far, they still have strong application value and long-term development prospects. Based on the application and reference needs of the traditional elements, this paper analyzes the deficiencies in the market of cultural and creative products from the practical point of view, thus finding the design principle that must be followed and making attempts to integrate traditional elements. Here it mainly selects four aspects of traditional character, materials, patterns and architecture to, explore the path of artistic design of cultural and creative products by deeply analyzing the key points of integration with each other. On the premise of meeting the needs of the times and public aesthetics, the combination of traditional elements with cultural and creative product design can not only improve product value, but also bring consumers strong cultural identity with strong visual appeal and profound cultural connotation, so as to enhance the added value of products.

KEY WORDS: traditional elements; cultural and creative product design; product value

近年来, 我国的文创产品市场已经从之前近乎空白的现实境遇发展到文创产品越来越多、越来越丰富的状态, 这不仅得益于政府的重视和支持, 还是相关专业人才的积极参与所共同造就的结果。只是在这样繁荣的外表下, 文创产品的设计现状存在着对文化元素应用不灵活的现象。即便设计者成功挖掘并提取了

传统元素的精髓, 却在应用时显得生硬, 甚至出现了胡乱堆砌的现象, 致使整体的设计难以达到预期效果。加上当前的文创产品市场还存在很多的同质化现象, 缺乏特色难以凸显个性魅力。有的设计形式虽然获得了成功, 但难以实现设计风格的成功延续, 短期的设计对保持长期的活力与竞争力形成阻碍, 长期的

收稿日期: 2022-02-13

基金项目: 基于山西文化符号的扶贫旅游文创产品研究 (2020YY259)

作者简介: 薄慧鹏 (1978—), 女, 硕士, 讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

良性发展难以实现^[1]。想要在文创产品设计中开拓新的天地,铸就更加耀眼的辉煌,文化性原则始终是灵魂所在,其所赋予文创产品的文化识别功能能够更好地传递文化信息,对消费者产生一定的影响,有利于促进消费。当然,这种文化性原则还有赖于审美与创新的加持^[2]。做到了这3点,文创产品的艺术效果才能够得以更好地展现,也才能够强化审美趣味。传统元素给设计师带来灵感,而他们也开始在文创产品设计中对此进行深入挖掘,不知不觉中促成了文创产品价值的提升和影响力的强化。

1 传统汉字

汉字的内容、字体、笔画是历史不断推演的产物,其与文创产品设计有很多的契合点,能够满足我国历史文化的传承需要,也能够进一步丰富和体现文创产品的艺术含义^[3]。只是汉字融入文创产品并不是简单结合,而是从全新视角出发,以创新为前提的创造,所承担的责任是使文创产品的内涵更加丰厚、外在更加个性、功能更加人性。

汉字笔画是汉字的构成基础,其点、横、竖等笔画构成有着很强的识别性与文化性,还兼具间接性,从而构成了汉字的最小单元。这样的传统元素是精髓所在,也是能够助力文创产品设计的有效形式^[4]。如在一款笔画书签的设计中,设计师就对汉字的笔画进行了一种关照,以笔画为整体构思的借力点,并赋予其特定的情感,使其拥有了一种人文情怀,同时选择了金属(黄铜)材质进行拉丝处理,在保留了金属原本质感的基础上,借助汉字笔画的魅力实现了设计构思的升华和设计效果的凸显,见图1



图1 黄铜笔画书签设计
Fig.1 Brass stroke bookmark design
(图片来源于网络N9grf)

汉字的字体也是应用很广的一大元素。其中包含常用字体和创意字体。常用字体如宋体、楷体,且不同的字体有着不一样的情感表达^[5]。这样的传统元素符号在进行文创产品设计的融入时,设计师应从其本身的特点着手,以实际为基准,科学地找准切入点,

进行合理的应用。既可以是有着纤细线条且硬朗的宋体,也可以是棱角分明又中规中矩的楷体等。如一款笔筒的创意设计就是这样的选择的结果。设计师选择了楷体作为主要的创作对象,并从平面的领域挣脱出来,变成了三维立体式,打破了汉字的传统局限,让受众得以更好地感知汉字的线条与结构。另一种创意字体相对更加灵活,这是一种探索性的创作倾向,是对汉字的一种美化^[6]。设计师在设计文创产品时应将产品所要展示的文字元素进行创意表现,或者结合特殊材料进行创意表现,或者使其不同的温度下显示不同的特点,以此来强烈冲击消费者的感官,并对其潜在需求进行相应的关照。这些都是文字的创造性张力的体现,其价值和意义值得肯定和大力推广。

2 传统材质

在当今社会的发展现实中,新型材料总是不断出现,但是传统材质并没有被埋没,而是代表着一种文化和情感,至今仍有着举足轻重的现实地位。这里选取几种代表性的传统材质作为研究对象,探讨其在文创产品设计中的应用方式^[7]。竹子的外在特征是挺拔笔直的枝干、中空的内部,且有着光滑的表皮,这些特点成就了一些文创产品。比如,将竹子设计成扬声器,不需要安装电池就能够借助其内部中空的结构形成天然的扬声器效果,既充满艺术气质,又有着很强的实用性,并体现出一种传统中孕育时尚的艺术张力,将环保、人文理念得到了很好的贯彻。除了竹子的天然材质可以充分利用外,设计师还可以将目光锁定到石材、陶瓷等有着不同材质特性的艺术化应用上,将其物理特性发挥到最大,并在结构和功能上实现创新,从而带来与众不同的艺术效果,加深消费者的印象,促成更深层次的情感共鸣,抑或激发消费者的购买欲^[8]。如茶具的设计也可以借助紫砂这一原材料,进行线条和颜色的勾勒设计,在足够恰当和贴切的应用中给人以心旷神怡、宁静深远之感,同时与品茶的意境相得益彰,见图2。这些传统材质元素看似



图2 清香仙露五色紫砂莲瓣小杯礼盒
Fig.2 Small cup gift box of Qingxiang Xianlu series
five color purple sand lotus petals
(图片来源于网络故宫文创)

简单、传统，却有着自身难以掩盖的特性，对文创产品有着很强的支撑作用，所要依托的无非是设计师的巧妙构思和先进手法。只要设计师在实际的设计过程中能够科学对待，从传统材质中找到现代化的艺术源泉并将其进行发掘和创造，必定可以在未来创造出更多优秀的文创产品^[9]。

3 传统吉祥图案

传统吉祥图案是传统元素中浓墨重彩的一笔，它是其他艺术形式所难以取代的。之所以这样，是因为吉祥图案融入了人们的美好理想和情感寄托，是现代艺术形式的一种灵感来源^[10]。在具体的应用过程中，设计师所要做的事情就是始终保留传统吉祥图案的内蕴和精髓，可以单纯进行直接应用，以加强视觉感染力和文化影响力，让受众感受一种文化的感召和情感的共鸣，也可以进行创造性的艺术改造，但必须坚持初心，切实将文创产品设计与传统吉祥图案的内蕴相联系，实现民族情感的强化与感染^[11]。很多文创产品正是因为借鉴了传统吉祥纹样中植物、动物、器物中的经典元素甚至内部意蕴，才更加耀眼，才能在文创产品市场取得竞争的实质。如创意印章的设计就可以用浮雕的形式将吉祥图案置于印章的上方，让传统文化意味充斥其中，实现一种情感的寄托与展示，进而与时代的发展趋势相符，打造更加贴切的全新意境，见图3。



图3 上善若水-印章
Fig.3 As good as water-seal
(图片来源于网络文创)

4 传统建筑

传统建筑不仅在形式上有着自身的特点，还有着更深层次的文化价值和艺术价值，是传统元素中的代表^[12]。对文创产品设计而言，若能将这样一种传统元素进行艺术化的改造，无疑会促进这一元素的长久传承，现实意义不容小觑。花窗是传统建筑元素的代表，是一种美的化身，整体并不封闭，还有着一定的艺术

构思，是营造空间意境的有效元素^[13]。在图案方面，喜鹊、凤凰、冰裂纹、云纹，还有梅花等植物花纹都是有着吉祥寓意的图案纹样，带给人们近乎完美的视觉体验。这样的图案所搭配的花窗造型也十分出彩，与图案纹样相辅相成，无论是圆框、六角形框还是花瓶状框，都是一种艺术表现力的彰显，是景致和空间的有效延伸，丰富了人们的体验感。将这些元素进行艺术化的整理和提炼，再进行现代化的审美加工创作，其可塑性令人叹服，能够在尊重时光和历史的前提下，赋予传统元素更加多样化的艺术表达，铺就一条宽阔的发展道路。具体到艺术化的应用创作手法，设计师可以从提炼、重构、联想、想象和演绎等方法进行思路的拓展和实践的支撑，找准定位^[14]。从花窗的表层形式中搜寻内在蕴含，对其进行现代审美解读，将花窗元素中所蕴含的人们对美好生活的热情和向往进行艺术化演绎，造就情感的连接点，挖掘花窗元素与产品的关联点，借助更深层面的变形、分解与重构，创造出独特的产品形式，并赋予文创产品以深刻的文化内蕴。一款小型创意书架的设计就是设计师对花窗元素的艺术化应用的案例实践。设计师将有着强大视觉表现力的冰裂纹进行了艺术化加工，对其纹样和线条进行艺术提取和改造，然后将喜鹊和梅花的图案融入外形设计中，并借助浮雕的形式呈现在置物架正面，意欲表现的是“喜上眉梢”。另外，为了显得更加精致和有分量，设计师还设计了金色的榫卯结构，让整个书架的表现形式变得富有美感又蕴含深厚，整个设计搭配庄重又大气，既有深厚的传统寓意，又有现代审美的关照^[15]。

5 结语

除了以上几种传统元素的借鉴与应用，文创产品的灵感来源还有很多，诸如传统节日、神话传说等的引入，这些传统元素的精髓代表与文创产品的交融，带来了传统意蕴的升华，促成了文创产品形式的革新，也造就了内与外、形与情所呈现的艺术效果。在以后的设计过程中，这些传统元素仍然值得人们深入探究，值得文创产品设计领域进行科学合理的借鉴。文中的相关分析是传承传统的选择，也是艺术创新的一种新途径，只是在实施过程中，设计师必须将设计与现实相联系，从传统元素中获得更多的设计灵感，关注每一个设计细节，如此才能使文创产品在实现使用价值的同时，多一些收藏和馈赠，抑或思考的价值，更好地满足人们物质和精神层面的需求，让文创产品借助传统元素的东风和设计师的创意思维，实现更加有效且长久的发展。

参考文献：

- [1] 郝凝辉. 文创产品设计理论研究和实践探讨[J]. 工业

- 设计, 2016(9):73.
HAO Ning-hui. Theoretical Research and Practical Discussion on Cultural and Creative Product Design [J]. Industrial Design, 2016(9):73.
- [2] 姜琳. 文创产品设计中的传统元素应用[J]. 工业设计, 2016(12): 127.
JIANG Lin. The Application of Traditional Elements in Cultural and Creative Product Design[J]. Industrial Design, 2016(12): 127.
- [3] 王馥鑫, 孟嘉怡, 张小英. 传统文化元素在文创产品设计中的应用研究——以洛阳为例[J]. 山东青年, 2019(4): 171-172.
WANG Fu-xin, Meng Jia-yi, Zhang Xiao-ying. Research on the Application of Traditional Cultural Elements in the Design of Cultural and Creative Products——Taking Luoyang as an Example[J]. Shandong Youth, 2019(4): 171-172.
- [4] 王立森. 地域文化符号在现代产品设计中的应用[J]. 工业设计, 2017(2): 69.
WANG Li-sen. Application of Regional Cultural Symbols in Modern Product Design[J]. Industrial Design, 2017(2): 69.
- [5] 陈雨健, 谷晓. 基于中国传统文化的文创产品设计[J]. 东京文学, 2019(1): 52-53.
CHEN Yu-jian, GU Xiao. Cultural and Creative Product Design Based on Chinese Traditional Culture[J]. Tokyo Literature, 2019(1): 52-53.
- [6] 马磊. 植入地方文化的宁波旅游文创产品设计研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(6): 86-86.
MA Lei. Research on Ningbo Tourism Cultural and Creative Product Design Implanting Local Culture[J]. Tourism Overview (2nd half of the month), 2019(6): 86-86.
- [7] 谭斯焯. 传统材质与工艺在当代文创产品设计中的应用[J]. 艺术科技, 2019, 32(3): 186.
TAN Si-ye. The Application of Traditional Materials and Crafts in the Design of Contemporary Cultural and Creative Products[J]. Art Technology, 2019, 32(3): 186.
- [8] 于宁, 刘建宇. 文旅融合视角的孔子旅游文创产品设计开发浅析[J]. 现代交际, 2020, 521(3): 87-88.
YU Ning, LIU Jian-yu. Analysis on the Design and Development of Confucius Tourism Cultural and Creative Products from the Perspective of Cultural and Tourism Integration[J]. Modern Communication, 2020, 521(3): 87-88.
- [9] 李多. 论插画艺术在文创产品设计中的作用及其应用原则[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2020(2): 136-137.
LI Duo. On the Role of Illustration Art in the Design of Cultural and Creative Products and Its Application Principles[J]. Cultural Relic Appreciation, 2020(2): 136-137.
- [10] 张茜, 赵立石. 基于地域文化的黑龙江文创产品设计探析[J]. 工业设计, 2019(5): 125-126.
ZHANG Qian, ZHAO Li-shi. Analysis of Heilongjiang Cultural and Creative Product Design Based on Regional Culture[J]. Industrial Design, 2019(5): 125-126.
- [11] 章文. 比喻式设计在文创产品设计中的应用[J]. 美与时代·城市, 2014(11):56-56.
ZHANG Wen. Application of Figurative Design in Cultural and Creative Product Design[J]. Beauty and Time · City, 2014(11):56-56.
- [12] 王成凤, 徐圣超. 浅谈地域文化元素在文创产品设计中的应用[J]. 艺术科技, 2017(9): 34-35.
WANG Cheng-feng, XU Sheng-chao. On the Application of Regional Cultural Elements in the Design of Wenchuang Products[J]. Art Science, 2017(9): 34-35.
- [13] 曹馨妍. 美丽乡村旅游建设中传统民俗文化元素的创新转化[J]. 工业工程设计, 2021, 3(1): 60-64.
CAO Xin-yan. Innovative Transformation of Traditional Folk Culture Elements in the Beautiful Village Tourism Construction[J]. Industrial & Engineering Design, 2021, 3(1): 60-64.
- [14] 向勇, 白晓晴. 全程创意生产观下文创产品的设计策略研究[J]. 工业工程设计, 2021, 3(4): 5-11.
XIANG Yong, BAI Xiao-qing. Research on the Design Strategy of Cultural and Creative Products under the Whole-Process Creative Production View[J]. Industrial & Engineering Design, 2021, 3(4): 5-11.
- [15] 王先昌, 梁洁雯, 彭雅莉. 基于中国传统建筑元素的文创产品设计研究——以花窗为例[J]. 设计, 2020(13): 23-25.
WANG Xian-chang, LIANG Jie-wen, PENG Ya-li. Research on the Design of Cultural and Creative Products Based on Chinese Traditional Architectural Elements——Taking Stained Window as an Example[J]. Design, 2020(13): 23-25.

责任编辑: 陈作