

符号学在壮绣文创产品中的创新性运用研究

周屹, 刘青青

(桂林理工大学 艺术学院, 广西 桂林 541006)

摘要: **目的** 研究符号学在壮绣文创产品设计中的实际运用, 丰富壮绣文创产品的文化内涵与造型设计方法。**方法** 以 O.V.S 架构为理论基础, 进行符号学设计方法推演。通过壮绣图案纹样、象征寓意等方面的元素挖掘, 对壮绣的文化符号构成进行分类和提取, 构建壮绣文创产品的设计路径。通过 O.V.S 架构设计方法重组壮绣纹样造型元素, 进行壮绣符号的编码和替换, 运用微调、增删、缩放、旋转等方式进行造型演变, 完成壮绣文创产品设计模型的表达。**结果** 运用符号学的观点与设计方法可以有效地挖掘壮绣的文化内涵, 为壮绣文化的造型设计转换提供思路。**结论** O.V.S 架构设计方法能够对两个不同的设计对象进行单位替换, 从而产出新的物体造型。将 O.V.S 架构设计方法与壮绣文化相结合, 能够完成壮绣文化的创新性造型演变, 拓宽文创产品的设计方法与思维。

关键词: 符号学; O.V.S 架构设计方法; 壮绣; 文创产品

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)18-0376-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.18.044

Innovative Application of Semiotics in Cultural and Creative Products of Zhuang Embroidery

ZHOU Yi, LIU Qing-qing

(School of Art, Guilin University of Technology, Guangxi Guilin 541006, China)

ABSTRACT: The work aims to study the practical application of semiotics in the design of cultural and creative products on Zhuang embroidery, and enrich the cultural connotation and modeling design methods of cultural and creative products on Zhuang embroidery. Based on the O.V.S architecture, the semiotic design method was deduced. Through mining the patterns, symbols and other elements of Zhuang embroidery, the composition of cultural symbols of Zhuang embroidery was classified and extracted. The design path of cultural and creative products on Zhuang embroidery was constructed. The modeling elements of Zhuang embroidery patterns were reorganized through the o.v.s design method. The coding and replacement of Zhuang embroidery symbols were carried out. And the modeling evolution was carried out by means of mirror image, addition, deletion, scaling and rotation to complete the design model expression of cultural and creative products on Zhuang embroidery. The use of semiotics and design methods could effectively excavate the cultural connotation of Zhuang embroidery and provide ideas for the transformation of Zhuang embroidery culture. O.V.S architecture design method can replace two different design objects, so as to produce new object modeling. Combining O.V.S architecture design method with Zhuang embroidery culture can complete the innovative modeling evolution of Zhuang embroidery culture and broaden the design methods and thinking of cultural and creative products.

KEY WORDS: semiotics; O.V.S architecture design method; Zhuang embroidery; cultural and creative products

壮绣是壮族文化的物化形式, 是壮族人民日常生活的缩影。由于地理位置的特殊性和民族人口的封闭性, 壮绣的审美理念与文化底蕴都极具民族特色, 是

壮族文化的象征符号之一, 具有极高的文化遗产价值^[1]。但随着现代审美与生活方式的转变, 壮族刺绣工艺品销路不畅, 传承人青黄不接, 壮绣文化面临着空前的

发展困境^[2]。当下, 有关壮绣的研究几乎都是集中在壮族服饰、技艺, 以及文化传承等方面^[3], 而从壮绣的符号构成入手, 研究符号设计方法, 进行元素提取与应用的研究则较少。刺绣文化的传承离不开符号的表达, 符号不仅是文化特征的抽象表达, 其背后也蕴含着深厚的文化内涵与历史情感。因此, 本文从符号学角度切入, 以巴特 O.V.S 架构为理论基础, 探讨壮绣符号的设计应用方法, 寻求壮绣的创新价值和传承路径。

1 壮绣中的文化符号

1.1 壮绣文化符号背景

壮族是中国人口最多的少数民族, 主要分布于广西壮族自治区^[4]。在经历了漫长的历史积淀后, 壮族的文化艺术表现形式变得多样且文化内涵丰富。其中, 壮绣是壮族文化的重要组成部分, 主要应用于服装、背带、鞋面、家居装饰等方面, 是其人文环境、宗教信仰、民族精神的集中体现, 蕴藏着深厚的文化底蕴。

壮族文化符号的形成主要受自然环境和信仰崇拜的影响。壮族地处珠江流域, 雨水充沛、山川秀丽^[5], 自然环境下的动物、植物、自然景象都是壮族刺绣纹样的主要素材。太阳纹、云纹、鱼纹、雷纹等, 都是壮族刺绣中最常见的图案, 表达着壮族人民对自然的崇拜与敬畏。信仰崇拜是构成壮绣文化符号的另一主要元素。在壮族神话故事中, 始祖“姆六甲”被认为从花中诞生^[6], 壮族人民对“姆六甲”的崇拜逐渐转化为对花的热爱, 花的题材也因此被广泛运用于服饰、背带、窗帘等物品中。除此之外, 布洛陀、摩教等信仰崇拜也逐渐演变为壮绣的纹样题材, 被广泛运用到壮族刺绣中。这些都表达着壮族人民的精神信仰和美好夙愿。壮绣中所蕴含的文化符号不仅体现在物体的表象, 其背后蕴含的文化信仰、寓意象征等与本体交融共生, 是壮绣文化传承不可或缺的组成部分。

1.2 壮绣文化符号分类

符号学是研究符号本质与关系的人文学科, 最早由瑞士语言学家索绪尔提出, 他将符号定义为“所指”和“能指”相结合的二元关系^[7]。“能指”是事物的外在表达层面, 包括形状、图案、色彩等。“所指”是事物的内在寓意层面^[8], 包括文化、象征、审美等。以二元关系理论为基础, 从符号学的构成角度分析壮绣中的文化符号, 可将其分为两类: 壮绣本体表达出的色彩、纹样、材质; 壮族文化背景下延伸出的象征寓意、审美价值、历史典故、信仰崇拜。壮绣文化符号的分类见图 1。对壮绣符号的分类不仅能探析壮绣的直观审美符号, 还能深入挖掘其背后的隐性含义, 理解显性符号下的文化内涵, 从而便于壮绣文创产品设计的元素提取, 更好地实现文化传承与设计应用。

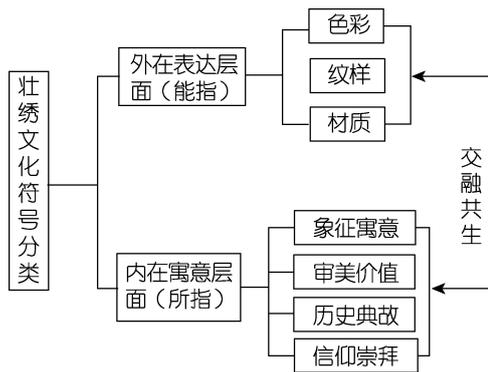


图 1 壮绣文化符号分类

Fig.1 Classification of cultural symbols of Zhuang embroidery

2 壮绣文化符号在文创产品中的应用设计方法

2.1 符号学设计理论

2.1.1 O.V.S 架构

法国社会学家罗兰·巴特在二元关系理论的基础上进一步深入研究, 将“能指”表述分解为空间片段, 将其命名为“意指”单元, 并称最小的“意指”单元为母体 (Matrices), 用图形符号 O.V.S 表示。其中, “O”表示“意指”作用的对象物 (Object), “S”表示支撑物 (Support), “V”表示变项 (Variant)^[9]。例如“一件风衣有一个立起来的领子”这句话就串联成了一个母体。其中, “风衣”是对象物, “领子”是支撑物, “立起来的”是变项。支撑物与对象物是物质性的, 且支撑物属于对象物的一部分, 可互相转换。例如, 西装、裙子、扣子、腰带、袖子等可以是对象物, 也可以是支撑物, 有时甚至可以身兼两职。而变项是非物质性的, 通常指存在状态或性质上的嬗变, 如尺寸、重量、分立、附加等^[10]。

O.V.S 架构理论在使流行群体产生新倾向的同时, 又保留原本的特征与形式。通过将其与传统文化相结合, 能在不改变本意的基础上, 实现传统文化的创新传承。本文基于 O.V.S 架构理论, 对壮绣中的文化符号进行单位拆解, 深入挖掘壮绣的文化符号构造, 为壮绣文创产品的造型演变提供元素参考。

2.1.2 横组合与纵聚合

索绪尔指出一切语言状态都是以关系为基础, 而其中最核心的是横组合关系 (Syntagm) 与纵聚合关系 (Paradigm)^[11]。所谓横组合关系, 是建立在线性基础上各单位的水平关系; 而纵聚合关系, 指的是出现在同一位置上、功能相同的单位之间的垂直关系。这种水平关系和垂直关系共同构成了符号的两个基本轴向^[12]。例如“一扇绿色的门”这句话是由“一扇”“绿色的”“门”三个单位组成的横组合关系, 而“门”

可以用纵向的“窗户”“猪肉”等进行替换，所产生的意义也完全不同。符号学中的横纵轴组合关系，也可以运用于文创产品设计中，其纵向的单位替换与产品造型设计方法不谋而合，为壮绣文创产品的造型设计提供了方法路径。

2.2 符号学设计方法

以巴特母体的架构，即符号学中的 O.V.S 三要素作为理论支撑，分解符号中的具体单位，并运用符号学理论中的横组合关系与纵聚合关系来分析单位之间的组合方式与逻辑。横组合关系主要关乎符号单位的排列组合，纵聚合关系主要关乎符号的替换与联想。例如，正常的酱油瓶构造可拆分为三个单位，分别是“瓶嘴”“瓶身”“把手”。各单位组合排列成一个横组合关系。而鸟的构造是另一个可替换的横组合关系，可拆分为“头部”“身体”“尾巴”三个单位。而在日本设计师柳宗理所做的酱油瓶设计中，主要是将鸟的造型元素运用到了酱油瓶设计中，即进行了鸟的构造与酱油瓶构造的单位替换。O.V.S 架构理论与酱油瓶设计，见图 2。如图 2 所示，红色实线代替了蓝色虚线，由于酱油瓶和鸟的造型构造存在功能相似性，都具有出口和提起的功能，因此可以在纵聚合关系中对单位 S1 和单位 S3 进行替换，用鸟的“头部”替代“瓶嘴”、用鸟的“尾巴”替代“把手”，从而赋予产品新的造型设计。在酱油瓶设计中，柳宗理并未操控太强的变项（V），例如改变酱油瓶的大小、材质、粗细等。而是保留了酱油瓶本身的功能性与材质特征，仅在“瓶嘴”和“把手”部分进行了纵聚合的替换，因此显得更加自然与融洽，在为酱油瓶的设计增添趣味性的同时展现了器物之美^[13]。

因此，本文也遵循此设计思路，以支撑物（S）与对象物（O）的替换为主，不对变项（V）操控，以保留物体的典型性。O.V.S 架构设计方法有助于两个物体间的造型设计转换，将其运用到文创产品设计中，能够在不改变其传统特征的基础上，更好地实现文创产品的造型演变。本文基于 O.V.S 架构设计方法探讨壮绣文化的创新应用，为文创产品的设计方法提供参考。

中，能够在不改变其传统特征的基础上，更好地实现文创产品的造型演变。本文基于 O.V.S 架构设计方法探讨壮绣文化的创新应用，为文创产品的设计方法提供参考。

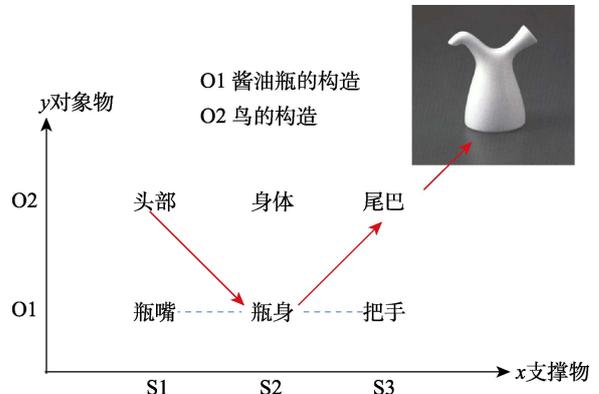


图 2 O.V.S 架构理论与酱油瓶设计
Fig.2 O.V.S architecture method and soy sauce bottle design

2.3 壮绣文创设计研究框架

根据上文对壮绣文化符号的分类及 O.V.S 架构设计方法的分析，构建了壮绣文创设计研究框架，见图 3。研究框架主要分为四个层次。

- 1) 收集大量的壮绣纹样资料，归纳总结壮绣纹样的主题类别、文化内涵，以及象征寓意。
- 2) 提取核心的纹样图案，运用软件 CorelDraw 绘制纹样矢量图。
- 3) 运用 O.V.S 架构理论，进行纹样符号的单位拆解与编码，提取出拆解单位的构造曲线，构建壮绣文创构造曲线库。
- 4) 运用横组合、纵聚合理论，进行拆解单位间的排列组合，对曲线库中所选取的初始文创载体和初始纹样造型进行筛选和基础的形态演变，最终完成具有壮绣民族文化的文创产品设计。

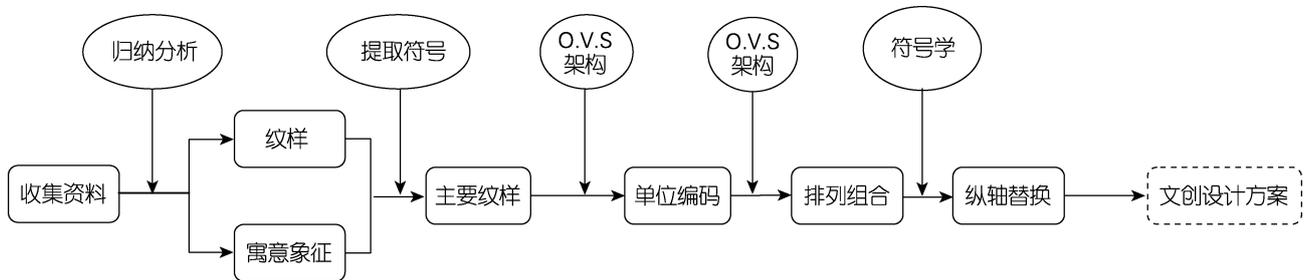


图 3 壮绣文创设计研究框架
Fig.3 Cultural and creative design research framework of Zhuang embroidery

3 壮绣文创设计实践

3.1 壮绣文化符号提取

通过对壮族刺绣相关文献的整理与筛选，将壮绣的纹样图案分为四种。

- 1) 以动物为主的纹样图案。这些图案主要来源于壮族人民生活中的动物形象，如蛙纹、蝴蝶纹、凤纹等。
- 2) 以植物为主的纹样图案。这些图案主要是壮族特殊地域下植物形象的再现，如牡丹花纹、梅花纹、

石榴花纹等。

3) 以自然景观为主的纹样图案, 如云纹、雷纹、太阳纹等。

4) 以宗教题材为主的纹样图案。这些图案大多源于壮族的信仰崇拜^[14], 如万字纹、寿字纹等。

壮绣纹样图案是壮族文化内涵的外在表现形式, 蕴含了壮族的社会生活、宗教信仰、审美观念, 包含着深刻的象征寓意, 是壮族文化传承的重要信号。壮

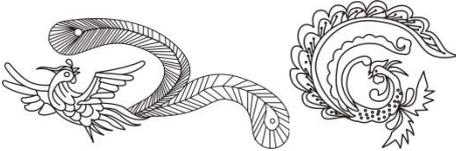
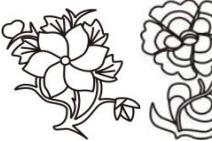
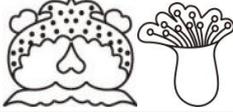
绣纹样造型提取(部分), 见表 1。

3.2 壮绣文创设计过程

随着慢生活理念的渗入, 品茶文化成为了现代人推崇的生活方式之一。饮茶能够舒心解压、休养身心。饮茶要将茶水从茶壶倒入公道杯再引入品茗杯, 因此茶具的选择尤为重要^[15]。

本文选取茶具作为文创设计的载体, 以壮绣纹样

表 1 壮绣纹样造型提取(部分)
Tab.1 Extraction of patterns and shapes of Zhuang embroidery (partial)

类型	纹样名称	符号提取	象征寓意
动物纹样	凤纹		长寿平安、功名利禄
	蝴蝶纹		美好吉祥、子孙万代
	蛙纹		生殖崇拜、图腾崇拜
植物纹样	梅花		花开富贵、福禄多子
	牡丹花		荣华富贵、繁荣昌盛
	石榴花		多子多福、吉祥平安
自然纹样	太阳纹		安居乐业、自然崇拜
	雷纹		美好生活、自然崇拜
	云纹		高升如意、自然崇拜
宗教纹样	万字纹		吉祥万福、宗教崇拜
	寿字纹		福寿绵长、万寿之意

中最具代表性的牡丹花为设计对象,从茶壶、公道杯、品茗杯三种茶具入手进行壮绣文创产品的设计实践。

3.2.1 壮绣茶壶设计

茶壶是茶具中最重要的器皿,主要用于泡茶和斟茶^[16],正常的茶壶构造可分为“壶盖”“壶身”“把手”“壶嘴”四个单位,而牡丹花的构造可分为“花冠”“花柄”“叶子”三个单位。将茶壶和牡丹花的单位及其组合关系对应到坐标轴中,由于“花冠”与“壶盖”都具有覆盖功能,“花柄”与“把手”都具有提携的功能,因此可以在纵聚合关系中进行单位 S1 和单位 S3 的替换,用牡丹花的“花冠”代替“壶盖”,用“花柄”代替“把手”。O.V.S 架构理论与壮绣茶壶设计,见图 4。将选取出的牡丹花替换单位(“花冠”和“花柄”)与茶壶的未替换单位(“壶身”和“壶嘴”)进行结构分解与造型归类,构建壮绣茶壶的构造曲线库,见表 2。

壮绣茶壶构造曲线库由集合{A1,A2,A3,A4,A5}∪{B1,B2,B3,B4,B5}∪{C1,C2,C3,C4,C5}∪{D1,D2,D3,D4,D5}组成,从壮绣茶壶的构造曲线库中任意选取 A3 和 B4 作为壮绣茶壶壶盖和把手的初始演变线条,对其进行增删、缩小、微调、分离、旋转等变形步骤,最终完成壮绣茶壶的壶盖与把手造型设计。任意选取 C4 和 D2 作为壮绣茶壶的壶身与壶嘴初始演变线条,将变形后的牡丹花构造 A3 和 B4 与茶壶构

造 C4 和 D2 进行组合,最终完成壮绣茶壶设计。壮绣茶壶造型演变过程,见图 5。

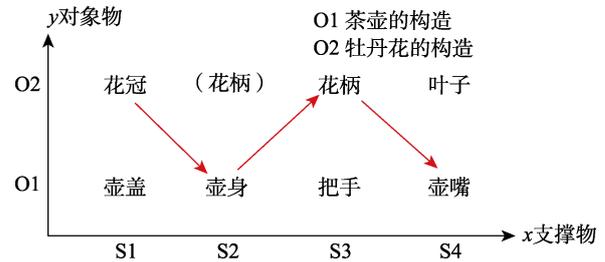


图 4 O.V.S 架构理论与壮绣茶壶设计
Fig.4 O.V.S architecture and Zhuang embroidery teapot design

3.2.2 壮绣品茗杯设计

品茗杯主要用于品茶和观茶^[17],其基础款的构造可分为“杯口”“杯身”“杯托”三个单位,由于牡丹花的“花冠”与品茗杯的“杯口”都具有包裹作用,“叶子”和“杯托”都具有支撑作用,因此在设计中可以进行单位 S1 和单位 S3 的替换,用“花冠”代替“杯口”,“叶子”代替“杯托”,O.V.S 架构理论与壮绣品茗杯设计,见图 6。由于“花冠”的构造曲线已经在茶壶设计中提取完成,由集合{A1,A2,A3,A4,A5}组成,因此在壮绣品茗杯构造曲线库中仅提取牡丹花的“叶子”和品茗杯“杯身”的构造曲线,依旧对选

表 2 壮绣茶壶构造曲线库
Tab.2 Structural curve library of Zhuang embroidery teapot

分类	1	2	3	4	5
花冠 (S1 和 O2)					
花柄 (S3 和 O2)					
壶身 (S2 和 O1)					
壶嘴 (S4 和 O1)					
茶壶参考 样图					

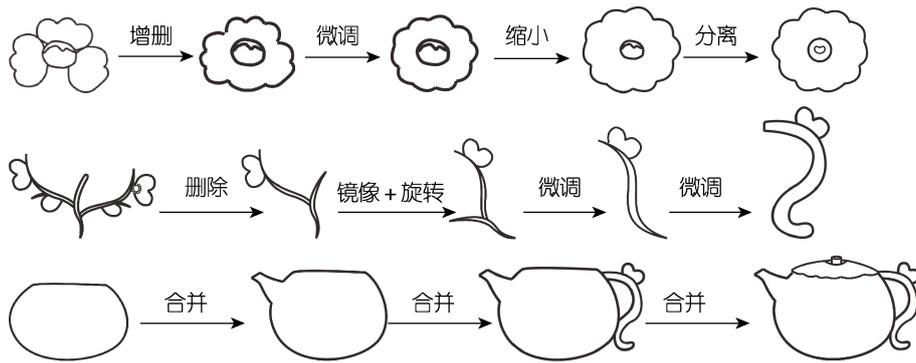


图 5 壮绣茶壶造型演变过程
Fig.5 Evolution process of Zhuang embroidery teapot shape

取出的替换单位 (牡丹花的“叶子”)与未替换单位 (品茗杯的“杯身”)进行结构分解与造型归类, 构建壮绣品茗杯构造曲线库, 见表 3。

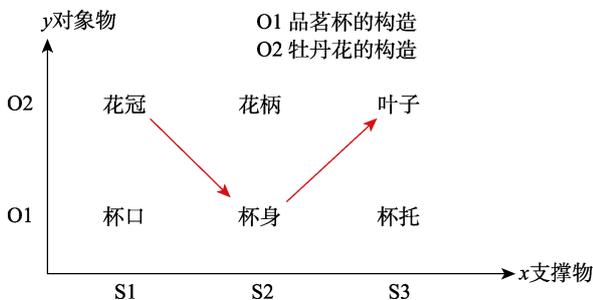


图 6 O.V.S 架构理论与壮绣品茗杯设计
Fig.6 O.V.S architecture and Zhuang embroidery tea cup design

壮绣品茗杯构造曲线库由集合 {E1,E2,E3,E4,E5} ∪ {F1,F2,F3,F4,F5} 组成, 从壮绣品茗杯及茶壶的构造曲线库中任选 A5 和 E4 作为壮绣品茗杯“杯口”和“杯托”的初始演变线条, 同样运用增删、微调、旋转等方式进行造型演变, 完成壮绣品茗杯的“杯口”与“杯托”造型设计, 任意选取 F2 和 F3 作为壮绣品

茗杯的“杯身”初始演变线条, 将变形后的 A5 和 E4, 分别与 F2 和 F3 进行组合, 最终完成壮绣品茗杯的造型设计。壮绣品茗杯造型演变过程, 见图 7。

3.2.3 壮绣公道杯设计

公道杯又称茶海, 主要用于中和茶汤的浓淡^[18], 构造可分为“杯口”“杯身”“把手”三个单位。由于牡丹花的花冠与品茗杯的“杯口”都具有包裹功能, 牡丹花的“花柄”和公道杯的“把手”都具备手握功能, 功能间存在相似性。因此, 可以进行纵向单位 S1 和单位 S3 的替换, 用花冠代替“杯口”, 花柄代替“把手”。O.V.S 架构理论与壮绣公道杯设计, 见图 8。同样由于“花冠”和“花柄”的构造曲线已经在茶壶和品茗杯设计中提取完成, 由集合 {A1,A2,A3,A4,A5} ∪ {B1,B2,B3,B4,B5} 组成。因此, 在壮绣公道杯构造曲线库中仅提取公道杯“杯身”的造型曲线。壮绣公道杯构造曲线库, 见表 4。

壮绣公道杯构造曲线库由集合 {G1,G2,G3,G4,G5} 组成, 从壮绣构造曲线库中任选 A4 和 B2 作为壮绣品茗杯“杯口”和“把手”的初始演变线条, 继续运用基础变形方式进行删除、微调、旋转等, 完成壮

表 3 壮绣品茗杯构造曲线库
Tab.3 Structural curve library of Zhuang embroidery tea cup

分类	1	2	3	4	5
叶子 (S3 和 O2)					
杯身 (S2 和 O1)					
茶壶参考样图					

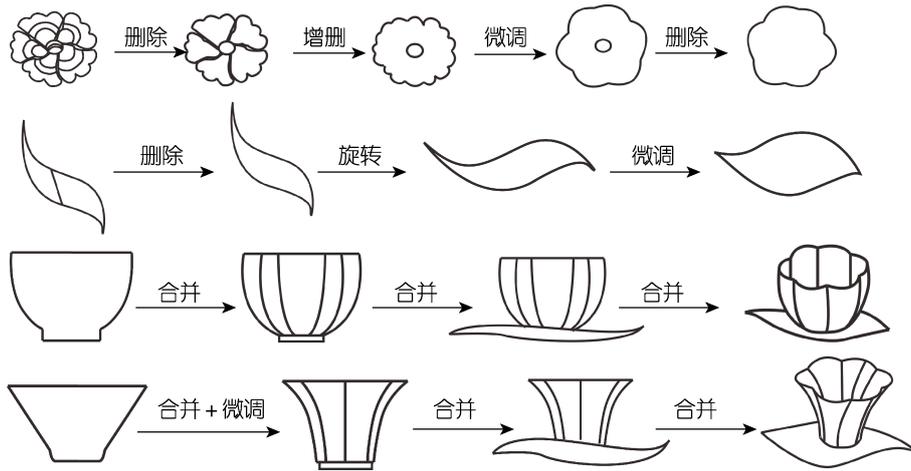


图7 壮绣品茗杯造型演变过程

Fig.7 Evolution process of Zhuang embroidery tea cup shape

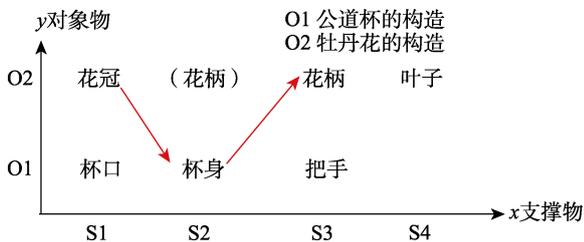


图8 O.V.S架构理论与壮绣公道杯设计

Fig.8 O.V.S architecture and Zhuang embroidery justice cup design

绣公道杯“杯口”与“把手”的造型设计，任选 G2 作为壮绣公道杯的“杯身”初始演变线条，将变形后的 A4、B2 和 G2 进行合并和微调，最终完成壮绣公道杯设计。壮绣公道杯造型演变过程，见图 9。

3.3 壮绣文创设计应用

牡丹花是壮族文化的代表符号之一，蕴藏了极深的艺术价值与文化信仰。壮绣茶具造型设计以牡丹花为演变原型，通过 O.V.S 架构分解牡丹花与茶具中的

表4 壮绣公道杯构造曲线库

Tab.4 Structural curve library of Zhuang embroidery justice cup

分类	1	2	3	4	5
杯身 (S2 和 O1)					
茶壶参考 样图					

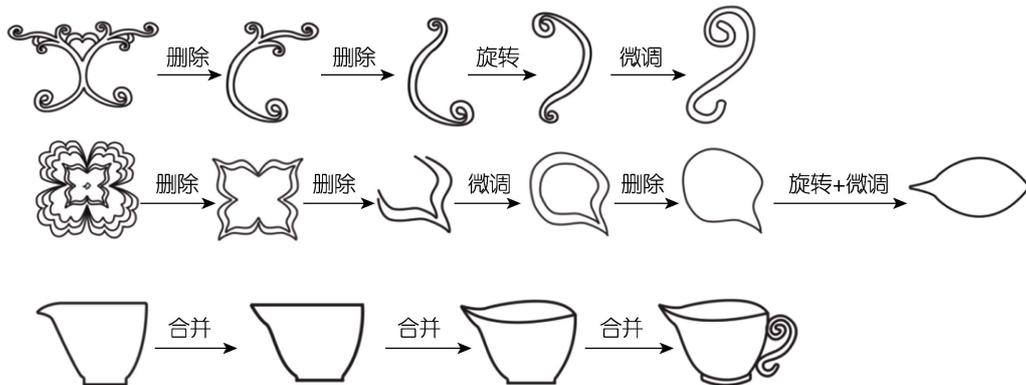


图9 壮绣公道杯造型演变过程

Fig.9 Evolution process of Zhuang embroidery justice cup

单位构成,进行各单位间的组合替换,对壮绣茶具构造曲线库中A5、B2、E4等造型元素进行演变与组合,实现牡丹花茶具的创新设计,使茶具能够体现牡丹花造型的基本特征。壮绣茶具造型设计,见图10。



图10 壮绣茶具造型设计
Fig.10 Shape design of Zhuang embroidery tea set

以O.V.S架构为基础的壮绣茶具设计,能够在满足产品实用功能的同时实现产品造型的创新,其文创造型方案具有多种可能性。本文仅提取了部分元素进行创新设计。通过设计实践不难看出,以O.V.S架构为理论基础的设计方法具备可行性,在文创产品造型开发的同时,能够进一步挖掘与传播其背后的人文思想。

4 结语

壮绣中的纹样造型不仅是壮族人民的生活缩影,更是壮族人文精神的高度凝结。基于壮绣纹样进行的文创造型设计,有利于实现壮族文化的活态传承,能够更准确地进行壮绣文化的形象转译。本文在文创产品的造型方面,运用O.V.S架构深入剖析了壮族文化中的外符号元素,进行了文化符号的演变与替换。

运用O.V.S架构理论进行的壮绣文创产品设计同样适用于其他文创造型演变,O.V.S架构理论能够归纳出不同物体间的相同属性,将壮绣中的平面纹样转化为立体造型,不仅丰富了壮绣文化的传播形式,对符号学与传统文化的结合也具有实践意义。

参考文献:

[1] 曹权玺. 壮族文化元素在家居产品设计中的应用研究[J]. 轻工科技, 2020, 36(2): 97-98.
CAO Quan-xi. Research on the Application of Zhuang Cultural Elements in Home Product Design[J]. Light Industry Science and Technology, 2020, 36(2): 97-98.

[2] 玉时阶, 玉璐. 广西少数民族服饰文化现状与传承保护[J]. 广西民族师范学院学报, 2012, 29(4): 1-8.
YU Shi-jie, YU Lu. The Status of Guangxi Ethnic Costume Culture and Its Protection and Inheritance[J]. Journal of Guangxi Normal University for Nationalities, 2012, 29(4): 1-8.

[3] 曾艳红. 广西壮族传统刺绣的艺术特点及成因探析

[J]. 轻纺工业与技术, 2021, 50(2): 19-22.
ZENG Yan-hong. An Analysis of the Artistic Characteristics and Causes of Traditional Embroidery of Zhuang Nationality in Guangxi[J]. Qingfang Gongye Yu Jishu, 2021, 50(2): 19-22.

[4] 胡金龙, 滕耀宝, 樊亚明, 等. 广西壮族自治区传统村落空间分布及影响因素分析[J]. 桂林理工大学学报, 2021, 41(3): 580-588.
HU Jin-long, TENG Yao-bao, FAN Ya-ming, et al. Spatial Distribution and Influencing Factors of Traditional Villages in Guangxi Zhuang Autonomous Region[J]. Journal of Guilin University of Technology, 2021, 41(3): 580-588.

[5] 覃乃昌. 布洛陀: 珠江流域原住民族的人文始祖[J]. 广西民族研究, 2004(2): 46-61.
QIN Nai-chang. Buluotuo: The Humanities Ancestor of the Aboriginal Ethnic in Pearl River Valley[J]. Study of Ethnic in Guangxi, 2004(2): 46-61.

[6] 郭星. 论姆六甲神话对壮族“花婆节”仪式的影响[D]. 昆明: 云南大学, 2019.
GUO Xing. On the Influence of Maliujia Myth on the Ceremony of "Huapo Festival" of Zhuang Nationality[D]. Kunming: Yunnan University, 2019.

[7] 赵毅衡. 符号学原理与推演[M]. 第2版. 南京: 南京大学出版社, 2016.
ZHAO Yi-heng. Semiotics Principles & Problems[M]. 2nd ed. Nanjing: Nanjing University Press, 2016.

[8] 杜鹤民. 基于产品语义的形态仿生设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 60-63.
DU He-ming. The Form Bionic Design Based on the Product Semantics[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 60-63.

[9] 肖朝阳. 罗兰·巴特的时装符号思想研究[J]. 美育学刊, 2019, 10(6): 112-117.
XIAO Zhao-yang. A Study on Roland Barthes's Semiological Thoughts of Fashion[J]. Journal of Aesthetic Education, 2019, 10(6): 112-117.

[10] 巴特·R. 流行体系: 符号学与服饰符码[M]. 敖军, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
BARTHES R. Fashion System: Semiotics and Dress Code[M]. Ao Jun, translated. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2000.

[11] 孙华锋, 郑林欣. 基于两轴分析法的标志设计中文化符号构建研究[J]. 包装工程, 2020, 41(22): 258-263.
SUN Hua-feng, ZHENG Lin-xin. Construction and Research of Cultural Symbol in Logo Design Based on Two-axis Analysis Method[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(22): 258-263.

[12] 赵寰. 符号学视野的广告策略与修辞[J]. 重庆社会科学, 2012(6): 65-70.
ZHAO Huan. The Advertising Strategy and Rhetoric in the Symbol Perspective[J]. Chongqing Social Sciences, 2012(6): 65-70.

[13] 刘晓春. 从柳宗悦到柳宗理——日本“民艺运动”的现代性及其启示[J]. 民族艺术, 2018(1): 83-90.

- LIU Xiao-chun. From Soetsu Yanagi to Sori Yanagi: The Modernity of Japan's "Folk Arts Movement" and Its Enlightenment[J]. National Arts, 2018(1): 83-90.
- [14] 陈丽琴. 广西壮族民间刺绣的艺术特色[J]. 社会科学家, 2018(1): 149-153.
CHEN Li-qin. Artistic Characteristics of Folk Embroidery of Zhuang Nationality in Guangxi[J]. Social Scientist, 2018(1): 149-153.
- [15] 詹秦川, 王宁鑫, 李子阳, 等. 基于立春节气的文创茶具设计与方法研究[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 176-181.
ZHAN Qin-chuan, WANG Ning-xin, LI Zi-yang, et al. Cultural and Creative Tea Set Design and Method Based on the Beginning of Spring[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 176-181.
- [16] 高方志刚. 浅析陶瓷类古典茶具的实用性设计[J]. 福建茶叶, 2018, 40(8): 154.
GAO Fang-zhi-gang. Analysis on the Practical Design of Ceramic Classical Tea Set[J]. Tea in Fujian, 2018, 40(8): 154.
- [17] 刘柏良, 叶根军, 林赛金, 等. 智能茶具产品研究及设计开发[J]. 科技传播, 2019, 11(2): 171-173.
LIU Bo-liang, YE Gen-jun, LIN Sai-jin, et al. Research, Design and Development of Intelligent Tea Set Products[J]. Public Communication of Science & Technology, 2019, 11(2): 171-173.
- [18] 张扬. 中国古代酒器“公道杯”设计研究及创新设计应用[J]. 包装工程, 2020, 41(14): 325-331.
ZHANG Yang. Design Research of the Ancient Chinese Wine Utensil "Fair Cup" and Application of Its Innovative Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(14): 325-331.

责任编辑: 蓝英侨

(上接第 353 页)

- [7] 罗茜. 非遗视域下文创产品设计实践与开发策略研究[J]. 今古文创, 2021(10): 81-82.
LUO Qian. Research on the Design Practice and Development Strategy of Innovative Products from the Perspective of Intangible Heritage[J]. JinGu Creative Literature, 2021(10): 81-82.
- [8] 李立, 隋金希, 侯俊同. 增材制造技术下的渔村草坪灯形态设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(16): 36-41.
LI Li, SUI Jin-xi, HOU Jun-tong. Shape Design of Lawn Lamp in Fishing Village under Additive Manufacturing Technology[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(16): 36-41.
- [9] 姚雅倩, 许金叶, 沈钰. 以文创产品形式推动扬州"非遗"文化保护与传承问题研究[J]. 今日财富, 2019(7): 188-189.
YAO Ya-qian, XU Jin-ye, SHEN Yu. Research on Promoting the Protection and Inheritance of Yangzhou's Intangible Cultural Heritage in the Form of Cultural and Creative Products[J]. Fortune Today, 2019(7): 188-189.
- [10] 赵佳, 刘梦, 张晓婷. 基于非遗文化视域的文创产品设计研究[J]. 艺术品鉴, 2019(24): 199-200.
ZHAO Jia, LIU Meng, ZHANG Xiao-ting. Research on the Design of Wenchuang Products from the Perspective of Intangible Cultural Heritage[J]. Appreciation, 2019(24): 199-200.
- [11] 徐鸣, 马晓昱. 基于文化自信的非遗与文创研究综述[J]. 工业工程设计, 2020, 2(6): 1-11.
XU Ming, MA Xiao-yu. Review of Intangible Cultural Heritage and Cultural Creativity Based on Cultural Confidence[J]. Industrial & Engineering Design, 2020, 2(6): 1-11.
- [12] 郑娟. 传承“非物质文化遗产”的文化创意旅游产品设计[J]. 西部皮革, 2019, 41(10): 43-44.
ZHENG Juan. Design of Cultural Creative Tourism Products Inheriting Intangible Cultural Heritage[J]. West Leather, 2019, 41(10): 43-44.
- [13] 王金宁. 博物馆天然适合非遗文创产品开发[J]. 文化月刊, 2018(10): 91-92.
WANG Jin-ning. Museums are Naturally Suitable for the Development of Non-Legacy Products[J]. Cultural Monthly, 2018(10): 91-92.
- [14] 张佳翔. 基于非物质文化遗产的文创产品开发研究[J]. 今古文创, 2021(13): 73-74.
ZHANG Jia-xiang. Research on the Development of Wenchuang Products Based on Intangible Cultural Heritage[J]. JinGu Creative Literature, 2021(13): 73-74.

责任编辑: 陈作