

比德审美的现代设计价值及其实现路径

田园

(河南科技大学 艺术与设计学院, 河南 洛阳 471023)

摘要: **目的** 通过对中国自然审美中比德审美的解读和现代设计价值进行分析,探索传统文化与现代设计融合发展、传承创新的实现路径,从而通过丰富文化内涵提升中国现代设计水平,以设计形式彰显中国传统文化价值。**方法** 从设计的教化功能及其社会责任、弘扬传统文化构建中国设计语系的需要、人民群众对美好生活向往的需要三个维度出发,分析比德审美的现代设计价值。以包装设计为例,从包装设计的四个基本要素——图形、色彩、肌理、造型着手,研究比德审美与现代包装设计融合的具体思维路径与表现方法。**结论** 比德审美具有重要的现代设计价值,将比德审美与设计相结合,在实现设计的社会责任和民族责任的同时,还能够实现形式与审美、功能与文化的和谐统一,实现传统文化在当代设计语境下的传承与发展创新。

关键词: 比德审美; 艺术; 设计; 传统文化; 传承创新

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)22-0489-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.22.054

Modern Design Value of Bede Aesthetic and Its Realization Path

TIAN Yuan

(School of Art and Design, Henan University of Science and Technology, Henan Luoyang 471023, China)

ABSTRACT: The work aims to interpret the Bede aesthetic in Chinese natural aesthetics and analyze its modern design values, explore the realization path of traditional culture and modern design integration development, inheritance and innovation, so as to improve the level of Chinese modern design by enriching cultural connotation, and highlight the value of Chinese traditional culture through design forms. From the three dimensions of the edification function of design and its social responsibility, the need to promote traditional culture to build a Chinese design language family and the needs of the people for a better life, the modern design value of the Bede aesthetic was analyzed. Taking packaging design as an example, starting from the four basic elements of packaging design: graphics, color, texture and shape, the specific thinking path and the expression method for integrating the Bede aesthetic and modern packaging design were studied. The Bede aesthetic has important modern design value. By combining the Bede aesthetic with design, while realizing the social responsibility and national responsibility of design, it can also realize the harmonious unity of form and aesthetics, function and culture, and realize the inheritance, development and innovation of traditional culture in the context of contemporary design.

KEY WORDS: Bede aesthetics; art; design; traditional culture; inheritance and innovation

改革开放以来,受西方设计思想的影响,在艺术设计领域也同样出现了“快餐式”思潮。多年来,我国设计界一种比较普遍的观点认为,放眼今天中国的设计作品,大多是缺乏文化身份的设计,对西方设计和文化的尊崇,导致中国设计成为“拷贝式设计”,

设计师有意无意地割断了中华民族文化之根^[1]。

优秀的设计作品,必然具有深厚的文化内涵,是文化与功能完美融合的设计。新的时代,人民对美好生活的向往,给设计师提出了更新的、更高的要求。同时,在中华民族伟大复兴的历史进程中,世界设计

语系也应该有中国设计文化的一席之地和具有中国自身文化特色的设计语言。所以,设计应该承担起自己的社会责任和民族责任。本文通过对中国自然审美中比德审美的解读,结合中国设计的现实需要,探讨分析比德审美的现代设计价值,探索传统文化与现代设计融合发展、传承创新的实现路径。

1 比德审美

1.1 比德审美的由来

在中国艺术的发展长河之中,许多传统观念影响着创作的形式与内容,而比德审美就是其中非常重要的观念之一。比德审美是中国古代自然审美观最有代表性、影响最大的观点,它是中国独有的审美观念。在“天人合一”思想的影响下,比德审美发源于先秦,成熟于汉朝,在中国古代美学中具有重要地位。“比德”中的“德”是指伦理道德或精神品德,而“比”则指象征或比拟^[2]。“比德”是指把自然物的特性与人们的伦理道德或精神品德联系起来的一种审美观点。比德审美将自然物赋予人类的德、义、仁、善等道德情操,使自然物成为人的道德美、人格美、精神美的象征,用托物言志的手法实现道德与审美的合一。

比德审美观在商周时就初具雏形。《易经》的取象思维和《诗经》的比兴手法与“比德”有着较为密切的联系^[3]。先秦时期,管仲最早提出“何物可比于君子之德”^[4]。先秦诸子百家中,尤以孔子的比德思想表现形式多样、理论性强,对后世产生了巨大而深远的影响,其比德的自然对象也十分丰富多彩。例如,在“有美玉於斯,韞椟而藏诸?”中以美玉比德;在“逝者如斯夫!不舍昼夜。”中以水比德;在“岁寒,然后知松柏之后凋也。”中以松比德;在“与善人居,如入芝兰之室,久而不闻其香,即与之化矣。”中以兰比德。荀子是孔子比德思想的主要阐释者,他在“夫玉者,君子比德焉。”中,第一次将“比”与“德”连用,完成了先秦“比德说”术语的建构。除了先秦的诸子百家,浪漫主义文学的奠基人屈原所创作的《楚辞》开辟了“香草美人”的传统。以香草象征自身高洁的品格,以草木凋零、美人迟暮比拟自己壮志难酬的心境。到了两汉时期,比德审美进一步发扬光大。和先秦相比,汉代比德审美的视野更加宽广,用来比德的自然物从山川河海到花鸟鱼虫,其托物言志的对象囊括了自然界丰富多彩的植物和动物。自此,比德自然审美观被广泛接受并成为新的创作模式,山水雨雪和梅兰竹菊等与中国传统的人格理想范型相融合,对后世的各类艺术包括设计艺术的创作都产生了深刻的影响。

1.2 比德审美与中国古代设计思想

比德审美深刻地影响了中国古代设计思想。在比德审美的影响下,器物被赋予了礼、德等特定性质,

成为某种社会制度性的符号,以引导使用者在使用过程中培养理想的生活方式和精神修养,符合社会的人伦法则,从而达到人、自然、社会三者和谐协调的审美境界。

比德审美体现了古代设计“天人合一”的理念,即通过器物的形制、色彩、纹饰等比象天地,达到人与自然相融相通的理想审美境界,如古代帝王用于祭祀的礼服上的“十二章”纹样:“予欲观古人之象,日、月、星辰、山、龙、华、虫,作会宗彝。藻、火、粉米、黼、黻,絺绣,五采彰施于五色,作服,汝明。”^[5]这“十二章”纹样的设计也依据了类比思维,“日、月、星辰”代表王光照耀,象征君主皇恩浩荡,普照四方;“山”代表稳重,象征君主治理邦国;“龙”则变化无穷,象征君主处理政事善于审时度势等。

比德审美还展现了古代设计中“藏礼于器”的不同规制,《礼记·玉藻》中有:“古之君子必佩玉”“君在不佩玉”“君子无故,玉不去身,君子于玉比德焉”“天子佩白玉而玄组纆,公侯佩山玄玉而朱组纆,大夫佩水苍玉而纯组纆”等。古人赋予了玉道德教化的作用,象征谦谦君子,用玉鸣之声时刻提醒佩玉之人要举止文雅、行为磊落。

2 比德审美的现代设计价值

2.1 设计的教化功能及其社会责任

人们今天的生活,无处不是设计,工业制造、城市建筑及景观、文化创意等都需要设计。可以说,人们生活和工作的方方面面,放眼望去都是设计,设计与生活密不可分^[6]。人们日常生活中接触到的这些不同类别的设计作品,其蕴含着巨大的、潜移默化的力量,人们或身在其中,或直接使用这些作品,自觉或不自觉地耳濡目染,在不同程度上受到作品的文化浸润,所谓的润物无声即在于此。一款优秀的设计,可以传情达意,能够将美化后的视觉形式更加直观地呈现给消费者,甚至还可以传达出更深层次的精神意义,影响人们的思想和行为。这就是设计的教化功能,传统文化独特的教化力可以使诸多社会乃至精神问题得到不同程度的矫正^[7]。

所以,设计应该担负起自身的社会责任。例如,地球资源一天天减少,人们倡导生态文明、鼓励绿色消费,现代设计就应该传达生态文明建设的信息,把可持续设计作为创作时考虑的切入点,实现生态设计,包括设计本身材料应用的“绿色”和“绿色”文化的传递等。世界日益喧嚣,局部的动荡战争、社会变迁、生活节奏加快等带来的各类社会新问题不断出现,如抑郁、毒品、道德滑坡等,这些问题困扰着人类社会,干扰乃至破坏了人类的正常生活,消耗和浪费了大量的社会资源。解决这些问题需要多种方法和不同的途径,其中文化矫正是重要选项。而经过较长

历史时期沉淀和具有广泛社会认同的优秀文化基因能对社会风气进行规制，对人的行为进行规范^[8]。

由于设计已渗透到人们生活的方方面面，设计文化“润物无声”的教化功能日益明显，甚至在某些方面具有不可替代的作用。比德审美的设计理念，有可能使设计师设计出更美的作品，以充分发挥设计的教化功能和矫正作用，尽到设计的社会责任。所以，今天的世界需要比德审美。

2.2 弘扬传统文化构建中国设计语系的需要

格罗佩斯在20世纪初创办包豪斯学院，全球设计师蜂拥而至，由此形成国际化设计潮流。西方设计思想也对中国设计产生了重大影响，100多年后的今天，中国设计中有诸多西方设计的影子和烙印，乃至某些领域已达“言必包豪斯”的地步。不可否认，包豪斯对现代设计有着重大的贡献，但在推进设计风格国际化的同时也带来了文化的割裂。不同民族和国家因其自身迥异的历史、传统、习俗、生活习惯等，很难套用统一的设计模式，也不应该有统一的设计风格。当代中国的设计要充分认识到文化差异性的重要意义，防止自觉或不自觉地陷入西方价值体系，从而导致对西方文化的盲目崇拜。实际上，近100多年来，在世界舞台上中国文化几乎失语^[9]。今天，人们正处在百年未有之大变局的历史机遇中，如何构建中国自身设计语系，通过设计表达自己的文化身份，彰显自己的民族文化，这是中国设计界需要思考和研究的重要问题。

以我国的建筑设计为例，改革开放以来，城市建设得到了飞速发展，但城市建筑缺乏文化性，“火柴盒子”楼房林立，城市建筑风格同质化严重，“千城一面”，使得不少历史古城独有的文脉消失了。出现这种问题的主要原因是设计理念出了问题。设计活动应充分体现设计作品本身的文化内涵，这样的设计才会有独特性和生命力。与此同时，通过文化传承创新，设计活动本身也会发展，并再创造文化。因此，将设计与文化有机结合是设计长远发展的必然。

比德审美充分展现了中国古典美学和审美的独特个性，不仅对古代的设计思想具有重要的影响，对现代艺术设计也具有重要的借鉴意义和参考价值。面对中国设计的现实问题，比德审美可以提供一个很好的解决方案。所以，今天中国的设计需要比德审美。

2.3 人民群众对美好生活向往的需要

改革开放前，由于底子薄、水平低，我国经济发展举步维艰，解决温饱问题是当务之急。所以，很长一段时间谈设计的文化性是一件非常奢侈的事情。改革开放后，由于经济高速发展的现实需要，市场、用户对设计作品的时间要求往往更加迫切。客观上讲，设计师只能尽可能多地满足用户对设计作品的功能要求，几乎无暇考虑作品的文化内涵，加上受西方设

计思想的影响，中国优秀传统文化融入设计不足的这一问题愈发严重。随着我国经济原始积累的逐步完成，人民生活从温饱型进入小康型，经济发展逐步从高速发展转向高质量发展，人们对生活品质也提出了更高的要求，对产品的设计要求已不仅仅满足于其使用价值，而越来越注重其文化内涵所带来的附加价值，包括精神价值、美学价值等。这就要求设计的产品集观赏、把玩、品味、使用等功能于一体。从产品品牌建设角度看，随着生活水平的提高，人们已不满足于对商品使用功能的要求，转而开始追求商品品牌。品牌塑造的独特性在于其文化基因的价值符号及其可识别性^[10]，所以，“设计+文化”的发展空间越来越大。

设计是文化传播的先锋^[11]。随着时代发展的需要，设计的过程将更加注重文化^[12]。比德审美可以使设计更有品质、更有文化品位、更能陶冶情操。与此同时，改革开放以来我国取得的巨大经济成就，也为人民群众过上高品质的生活提供了比较坚实的经济基础，中国的经济发展为比德审美提供了广阔的空间。为满足人民群众对美好生活的向往，今天的中国更加需要比德审美。

3 比德审美融入设计的实现路径——以包装设计为例

设计作为一种融入了设计师个人意志的创意性活动，从古代发展到今天，其内涵愈加丰富，外延已拓展至人们工作和生活的方方面面。人们所称的现代设计包括：工业设计、建筑设计、环境设计、城乡规划设计，以及其他艺术设计门类和范畴，每一项设计的细分领域也更加繁杂。随着科学技术和设计手段的不断发展，学科的交叉融合进一步加剧，使得每一门类的设计又互相交叉渗透，乃至整合为新的专业门类。所以，现代设计已经是一个综合的概念，并不仅仅指某一种设计类型。比德审美的解读与研究为现代设计提供了一个新的视角和设计逻辑，本文仅以包装设计为例，通过比德审美与包装设计结合的案例分析，进一步阐释比德审美的现代设计价值及其实现路径。将比德审美与现代包装设计相结合，通过包装中各种设计要素之“象”展现产品的精神与文化之“意”，以“意”生“象”，以“象”表“意”，使“无情之物，变为有情”，使物“著我之色彩”，通过设计活动给包装烙上人文特征与文化之印，实现包装在展示形式、使用功能、精神内涵、文化审美方面的和谐统一。

比德审美在包装设计中的实现路径，分别从包装设计的四个基本要素（图形、色彩、肌理、造型）展开。

3.1 比德审美与包装图形

图形具有视觉语言和文化符号的双重特征，它不

受国家、地域和受教育程度的限制,可以将信息快速、直接、准确地传达给受众。在包装设计中,设计师利用图形传情达意,能够将商品所包含的信息更快捷地传达给特定的消费人群。一款好的包装设计,即使没有文字,消费者依然可以通过包装上的图形进行准确判断。

在比德审美观的视角下,许多中国传统的自然图形都被赋予了深刻的含义,体现了人们对物质和精神的双重追求。这些图形已经成为连接中国人物质生活和精神情感世界的纽带。因此,对于包装中图形的设计,设计师不仅要考虑图形的美感,更要了解图形背后的文化含义,由“意”生“象”,根据产品的语义来挑选合适的图形进行设计。图1为“境道酒”的包装,这款酒的主题为“仁”。“仁”是儒家思想中的“五常”之一,是中国人最注重品格和德行。“智者乐水,仁者乐山”,中国文化赋予山以仁者形象。“仁者,安于义理而厚重不迁,有似于山,故乐山。”山稳重沉静、永恒不变的品格,与仁者的美德极为相似。因此,此款包装以山的图形为主体,运用中国传统的水墨画风格进行描绘,气质洒脱豪迈,完美诠释了“仁”的道德寓意。



图1 一款以山寓“仁”的包装设计
Fig.1 A packaging design that embodies
"benevolence" in mountains

3.2 比德审美与包装色彩

由于色彩具有的视觉优势,相比其他的设计元素,色彩最先起到先声夺人的作用,能在第一时间受到消费者的关注。色彩源于自然,自然界中的色彩与人类的情感有着很大的关联性。例如,太阳是黄色的、火焰是红色的。因此,人在看到红色和黄色等暖色时会感到温暖和炽热,唤起他们积极、兴奋的情感。色彩不仅可以表现情感,同样还具有文化的属性。祖先在感受大自然的斗转星移、四季更迭时,不断积累色彩的经验,也在探索色彩的过程中逐渐建立起了属于自身文明的色彩观念。不同的民族文化缔造出不同的色彩观念,对同一种色彩的理解和认识也不尽相同。例如,对于黑色的看法,中西有着天壤之别。在中国,黑色是中国的五色之一,象征着北方,代表“水”。而在西方,黑色则经常代表死亡、阴森与神秘。再如,古代宫廷的颜色也具有鲜明的特征,宫墙的朱红色,

宫殿屋顶的亮黄瓦,皇帝龙袍、茶具等生活用品的明黄,都是皇权的象征,民间不得使用,稍有差池可能就有“僭越”之罪^[13]。

在包装设计的过程中,当设计师在比德审美的关照下去进行色彩的选择时,需要结合产品自身的特性,充分考虑色彩的情感属性和文化属性。在中国白酒市场上,洋河“蓝色经典”系列白酒以色彩“出圈”。品牌商以蓝色命名,设计师将蓝色锁定为产品的标志色,相对于红、黄等白酒设计的传统色调,塑造了经典的蓝色品牌形象,打造“蓝色”文化,实现了产品的差异化。“天之蓝”的瓶子包装上半部分为天空般深邃的蔚蓝色,由上至下逐渐变为清透的天蓝色,瓶底则全部变为透明色,见图2。透过晶莹的水晶瓶身,消费者可以看到清澈的美酒。整个瓶身的设计优雅而简约,塑造了如天空般云淡风轻的包装形象。在中国古代,蓝色不属于五行的正色,但是画家经常使用青蓝色绘制山川、湖海等自然物。因此看到蓝色,总能让人联想到中国文人画中所展现的,宁静致远的情怀。与大自然相联系,看到蓝色,人们必然会联想到湛蓝的天空,无边的海洋,感受到广阔、悠扬、高远。设计师正是抓住了蓝色的情感属性和文化属性,运用比德审美思维,以蓝色来象征君子博大的胸怀和悠然的心境。



图2 象征君子博大胸怀和悠然心境的一款设计
Fig.2 A design that symbolizes the broad minded
and carefree mood of a gentleman

3.3 比德审美与包装肌理

肌理是物体展现的肌肤与纹理,包括纹样、质地、光泽、痕迹等。肌理包括视觉肌理和触觉肌理两种表现形式。它是包装设计中唯一一个占据两种感官体验的元素^[14]。如金属的坚硬、丝绸的华贵、羽毛的轻柔等,每一种肌理都有属于自己的特性。当人们凭借视觉或触觉感受不同肌理时,所引发的身心感受也不尽相同。在包装设计中,肌理反映了包装材料表面的状态,与材料本身的属性和加工工艺有关。肌理就是包装的皮肤,恰当使用不仅能够增强包装设计的艺术效果,还能传递出产品的特有属性、价值,以及情感。

在比德审美观的影响下,设计师可以选择通过包装表面具有强大感染力的肌理来展现产品内在的情感,彰显独特的情怀。例如,中国文化语境中的“金”,它不仅是中国五行之一,更被文化赋予了多重美好的寓意。它是尊贵、坚毅、权力、富有、美好和纯粹的象征。自古以来,“情比金坚”“金口玉言”“金玉良缘”“一诺千金”等关于“金”的美誉比比皆是。“金”不仅有十分美好的文化属性,其所呈现的耀眼光芒和坚硬的质地也极具艺术张力。如图3所示,设计师在卡姿兰“鎏金箔缎唇膏”的包装设计上,通过艺术设计的手法将“金”元素进行了淋漓尽致的展现,完美地诠释了“鎏金”的主题。这款唇膏是卡姿兰品牌推出的首支高奢口红,包装设计采用独特的流线形态切割工艺,构建出包装表面流光溢彩的立体肌理。透过光线形成面与面之间的折射,从任何角度上来看,这款包装在视觉上都尽显黄金般耀眼璀璨的光泽,以此来象征新时代的女性,表达品牌独特的价值和情感。新时代的女性是独立和美好的化身,在她们的身上不仅有黄金般华丽优雅的气质,更具备黄金般坚毅勇敢的时代精神。层层错落的肌理比喻将时间打成碎片,象征着卡姿兰“鎏金箔缎唇膏”见证女性每一个值得铭记的高光时刻。



图3 象征新时代女性的一款口红包装设计
Fig.3 A lipstick packaging design that symbolizes women in the new era

3.4 比德审美与包装造型

包装的造型指的是包装的整体构造和形态,它是包装设计重要的视觉构成元素之一,传递着包装的整体风格和精神意向。好的包装造型不仅具有保护性,同时也是商品语义或者文化情感的外化。

在比德审美观的影响下,包装设计师可以通过模仿丰富多彩的自然物来传情达意。通过包装造型建立起产品与消费者沟通的桥梁。对于具有传统文化内涵的商品,托物言志的比德审美尤其有利于文化的表达与传承。仍以白酒的包装设计为例,在中国,受儒家思想影响,“酒德”“酒礼”等酒文化源远流长。因此,

酒不仅仅是一种客观的物质存在,还是一种文化和精神的象征,酒的文化折射出了中国人对伦理道德和社会理想的追求。一款好的酒包装不仅是承载商品的容器,更是文化精神的载体。图4为一款竹叶青酒的包装设计,设计师选取了竹子的形态作为白酒包装的造型设计。在中国传统文化中,竹子由于其本身生长的正、直、虚心等自然特征,常常被比作为“君子”,引无数文人墨客为之挥毫吟咏。古人曰竹有十德:“竹身形挺直,宁折不弯,曰正直;竹虽有竹节,却不止步,曰奋进……”。古人经常将竹子用来“比德”,赋予了竹子正直、奋进、质朴、奉献、节制等美好象征。此款包装名为“竹节”,小酒瓶外形模仿了竹节的形状,三瓶堆叠在一起形成一根大竹子,使得整体包装更添几分生动和活泼。小瓶分装的酒量适度,拿捏舒适,符合人机工程学,不仅便于大家一起分享,同时以礼藏器,象征着有礼、有节、有度的君子之道和中国丰富的酒文化。



图4 “竹节”——象征有礼、有节、有度的一款设计
Fig.4 "Bamboo Joint": a design symbolizing etiquette, etiquette, and generosity

4 结语

文化需要通过特定的行为模式一代代传递下去。设计作为一种面向生活、面向大众、面向市场的文化行为,可以实现文化的传承与创新。现代设计发展到当今的多元化时代,不仅应该兼备功能性和审美性,同时还要承担展示产品语义、构建品牌形象、弘扬民族文化的责任与使命。这使得设计师不得不重新审视中国优秀的传统文化,深刻剖析本民族的价值观念、思维方式、审美情趣和社会行为模式。中国五千年璀璨的文化,蕴藏着巨大的精神力量。审美是人类融入到生活之中的生命体验。从传统文化中汲取养分,运用具有生命力的现代设计语言,将“审美文化”外化为“器物”之形式,这是设计师不可推卸的责任,也是设计师寻找设计灵感、创作优秀作品的基础和丰富源泉。

本文通过对中国自然审美中比德审美的解读,将比德审美与现代包装设计相结合,让文化通过包装设计的图形、色彩、肌理、造型等方式进行精彩呈现,

在提升包装设计水平的同时,使用户感受到传统文化之美,从而陶冶情操。文化的传承创新和发展离不开技术与人文的结合,作为一名优秀的中国设计师,只有对中国传统文化深刻理解,才能善用中国传统文化,并创造性地转化中国文化,进而不断探索传统文化的传承创新路径,这才是中国设计在世界设计界发出中国声音的必由之路。同时,笔者也期待中国设计能够通过展示中国优秀民族文化,不断丰富全球艺术设计话语体系。

参考文献:

- [1] 李砚祖. 设计的建设责任[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2007, 10(2): 1-3.
LI Yan-zu. Building Responsibility of Designs[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2007, 10(2): 1-3.
- [2] 周均平. 审美走向自觉--论秦汉审美文化的历史地位[J]. 山东社会科学, 2010, 8(1): 95-104.
ZHOU Jun-ping. The Aesthetics toward Consciousness: Historical Position of the Aesthetic Culture of Qin and Han Dynasties[J]. Shandong Social Sciences, 2010, 8(1): 95-104.
- [3] 何颖. 论中西诗学中自然美观念的差异性[J]. 湛江师范学院学报, 2012, 20(4): 76-79.
HE Ying. Chinese and Western Poetics Natural Beauty Viewpoints Differing in[J]. Journal of Zhanjiang Normal College, 2012, 20(4): 76-79.
- [4] 付军龙. 比德于众禽--也论中国古代的“比德观”[J]. 北方论丛, 2007, 13(4): 21-24.
FU Jun-long. On the View of "Bi De" in Chinese Ancient[J]. The Northern Forum, 2007, 13(4): 21-24.
- [5] 林丹娜. 清代龙袍纹样背后的意义[J]. 才智, 2014, 8(6): 257.
LIN Da-na. The Meaning behind the Dragon Robe Pattern in Qing Dynasty[J]. Intelligence, 2014, 8(6): 257.
- [6] 宗立成, 王娜娜. 设计文化之源与核心因素研究[J]. 设计艺术研究, 2021, 10(4): 138-142.
ZONG Li-cheng, WANG Na-na. On the Source and Core Factors of Design Culture[J]. Design Search, 2021, 10(4): 138-142.
- [7] 金刚, 万光侠. 新时代弘扬中华优秀传统文化服务现代化建设问题研究[J]. 理论学刊, 2018, 9(2): 144-152.
JIN Gang, WAN Guang-xia. Research on the Modernization Construction of Carrying forward China's Excellent Traditional Culture in the New Era[J]. Journal of Theoretical Studies, 2018, 9(2): 144-152.
- [8] 赵传海. 论文化基因及其社会功能[J]. 河南社会科学, 2008, 12(2): 50-52.
ZHAO Chuan-hai. On Cultural Genes and Their Social Functions[J]. Henan Social Sciences, 2008, 12(2): 50-52.
- [9] 赵健. “文化自卑”与“技术崇拜”制约着当代中国书籍设计[J]. 美术观察, 2008, 10(12): 22-23.
ZHAO Jian. "Cultural Innumerical" and "Technical Worship" Restrict Contemporary Chinese Books Design[J]. Art Observation, 2008, 10(12): 22-23.
- [10] 刘甜, 林家阳. 文化基因视域下文旅特色小镇品牌塑造实践研究[J]. 包装工程, 2020, 41(2): 89-96.
LIU Tian, LIN Jia-yang. Study on the Brand Building Practice of Tourism Characteristic Town from the Perspective of Cultural Gene[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(2): 89-96.
- [11] 赵农. 设计: 另一种推动中国进步的方式[J]. 设计艺术研究, 2011, 9(1): 15-18.
ZHAO Nong. Design: Another Way to Push China Forward[J]. Design Research, 2011, 9(1): 15-18.
- [12] 吴琼. 人工智能时代的创新设计思维[J]. 装饰, 2019, 20(11): 18-21.
WU Qiong. Innovative Design Thinking in the Era of Artificial Intelligence[J]. Art&Design, 2019, 20(11): 18-21.
- [13] 龚琦芳, 周起扬, 徐超, 等. 故宫飞檐脊饰图像再设计与数字艺术表现应用[J]. 包装工程, 2023, 44(8): 253-264.
GONG Qi-fang, ZHOU Qi-yang, et al. Redesign and Digital Art Expression Application of Cornice Ridge Decoration Image in the Forbidden City[J]. Packaging Engineering, 2023, 44(8): 253-264.
- [14] 田园. 《齐物论》“万物齐一”思想在现代仿生包装造型设计中的运用研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2017.
TIAN Yuan. Research on the Application of "Everything as the Same" Thought in the Design of Modern Imitative Packaging Design[D]. Wuhan: Wuhan University of Technology, 2017.

责任编辑: 蓝英侨