

基于闽南红砖建筑装饰艺术的文创产品设计研究

刘敏敏¹, 苏云波²

(1. 仰恩大学, 福建 泉州 362000; 2. 泉州华侨职业中专学校, 福建 泉州 362000)

摘要: **目的** 以研发“世遗泉州”闽南红砖文创产品为目的, 进行闽南传统文化的创新设计研究, 以期能为闽南传统文化创新运用和活化传承提供一定的实践参考。**方法** 挖掘“世遗泉州”独特地域文化, 解读与梳理当地闽南红砖建筑装饰艺术的文化价值, 并提炼当中的文化符号; 结合“日用即道”的设计理念提出研发闽南红砖文创产品要遵循地域性、实用性、情感性和可持续性的设计原则, 以创新手段将闽南红砖建筑艺术与现代产品相融合, 进行闽南红砖茶文化产品实践设计。**结论** 将闽南地区独有的红砖建筑装饰艺术与百姓日常生活相结合, 形成具有独特属性和文化定位的文创产品, 在为当地带来经济效益和社会效益同时, 还有助于传承与保护闽南传统文化资源。

关键词: 文创产品; 世遗泉州; 红砖建筑

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)24-0492-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.24.053

Design of Cultural and Creative Products Based on the Decorative Art of Red Brick Architecture in Southern Fujian

LIU Min-min¹, SU Yun-bo²

(1. Yang-En University, Quanzhou 362000, China; 2. Quanzhou Huaqiao Secondary Vocational School, Fujian Quanzhou 362000, China)

ABSTRACT: The work aims to study the innovative design of traditional culture in southern Fujian with the purpose of developing cultural and creative products themed around the red brick culture in southern Fujian as the "Quanzhou World Heritage", so as to provide practical reference for the innovative application and revitalization of traditional culture in southern Fujian. The unique regional culture of "Quanzhou World Heritage" was explored, the cultural value of red brick architectural decorations in southern Fujian was interpreted and sorted out, and the cultural symbols were extracted. In line with the design concept of "daily life is the rule", it was proposed that the development of cultural and creative products of red brick in southern Fujian should adhere to principles of regional relevance, practicality, emotional resonance, and sustainability. The architectural art of red brick was combined with modern products by innovative means to carry out the practical design of red brick tea culture products in southern Fujian. Combining the unique red brick architectural decorative arts in southern Fujian with the daily lives of its people can lead to the creation of cultural and creative products with distinctive attributes and cultural positioning. This not only brings economic and social benefits to the local area but also contributes to the inheritance and protection of traditional cultural resources in southern Fujian.

KEY WORDS: cultural and creative products; Quanzhou World Heritage; red brick architecture

2021 年 7 月 25 日, “泉州: 宋元中国的世界海洋商贸中心”被联合国教科文组织世界遗产委员会批准成功列入《世界遗产名录》, 成为我国第 56 处世界

遗产^[1]。作为闽南文化主要发源地及闽南文化核心地区, 泉州这座年轻又古老的世界遗产城市迅速成为网络流量密码, 频频在各大社交媒体平台热点新闻中出

收稿日期: 2023-07-14

基金项目: 仰恩大学校级科研培育计划项目 (SK202204); 泉州市社会科学规划项目 (2022E28); 福建省中青年教师教育科研项目 (JAS22181)

现。实现了从“文化圈”到“流量圈”的跨越,备受旅游市场追捧,也为泉州文化旅游产业及文创产品设计带来了巨大的机遇与挑战。习近平主席在党的二十大报告中提出,要推进文化自信自强,铸就社会主义文化新辉煌^[2]。而充分发挥文化遗产的作用,是推进文化自信自强、实现中华民族伟大复兴梦的重要途径之一。因此,我们应积极探索“世遗泉州”的文化创新发展模式,以旅游市场需求为导向,以泉州本土文化挖掘为着力点,以文创设计为驱动力,探索泉州文化遗产的应用新形式,将当地传统文化资源进行创新性转化创造性传承,开发特色文创产品,助力泉州文化旅游产业蓬勃发展。

1 研发闽南红砖文创产品的价值与意义

1.1 文化保护与文化传承

闽南红砖建筑作为闽南文化代表性符号,不仅是闽南多元文化的物质性体现,更是记录闽南地区社会发展、人们生活方式和精神文明的重要载体。然而,随着工业时代的到来,城市大规模的建设使诸多具有文化价值的传统建筑遗产被强行拆毁或并未得到保护性修缮。因此,要使这些文化遗产受到关注并能长期发展,就不能一直停留在“遗产”维度,需要切实“活化”并融入当代生活,使其成为可使用、可欣赏、可体验、可感悟、有共鸣的^[3]文化遗产,是富有生命活力的文化遗产。在体验经济时代,“文化遗产+文创”无疑是文化遗产活化的最佳路径,通过文创的经济活动能够让文化遗产得到发展和可持续的保护。因此,研发基于闽南红砖建筑装饰艺术的文创产品不仅是对传统文化遗产的保护和传承,更是予以文化遗产新的存在方式。

1.2 文旅融合与文创产品

“文化+旅游”已成为时下热门旅游新方式,泉州市文化旅游产业依托“东亚文化之都”及“海上丝绸之路”发展战略先行区之一而迅猛增长,接待的境内外游客人数不断增多^[4]。而“世遗泉州”这一流量密码彻底激活了当地文化旅游产业,除了海内外游客,众多文化名人、明星、自媒体等纷纷到当地“打卡”,让世遗泉州成为“流量担当”。泉州市人民政府也在2022年1月发布了《泉州市人民政府关于加快推进旅游业高质量发展的实施意见》,提出了要将“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”世界文化遗产品牌影响力、美誉度进一步提升,主客共享世界遗产城市的宜居之美、文化之美、品质之美^[5]。因此,大力推进文旅融合的产业模式、打响世遗泉州“文化牌”成为后申遗时代下,泉州流量变现的重要发展方向。

文创产品作为时下热门商业与文化结合的产品,它不仅是文旅产业的重要组成部分,更是文化传播的

重要媒介。通过研究文创产品设计趋势,了解消费者的文化需求,在不断开发创新性的文创产品同时,吸引并引导更多的文化消费者了解传统文化遗产。因此,研发“世遗泉州”文创产品需要将闽南特色文化融入其中,围绕独有的闽南红砖建筑文化资源进行文创产品研发、品牌设计、生产制造、市场销售等^[6],推动泉州文旅产业发展。

2 闽南红砖建筑装饰艺术解读

闽南红砖建筑“皇宫起”是闽南地区特有的传统民居建筑,闽南文化学者黄金良^[7]曾以“红砖白石双拔器,出砖入石燕尾脊,雕梁画栋皇宫起,石雕木雕双合璧”简要而准确地概括了传统红砖建筑艺术的特色。“红砖白石”点出闽南红砖建筑独特的建筑色彩,因其遵循我国传统民居“就地取材”的营造方式,所以不论是建筑室外砖墙、立面装饰、屋顶瓦片及室内地砖等,皆大量采用闽南地区所特有的稻田泥土制成,造就了鲜明的“红砖厝”建筑,见图1。“出砖入石”则是展现闽南红砖建筑独特的营造技艺,形状各异的石材与红砖赤瓦交垒叠砌,构筑具有形式美感的墙体。“雕梁画栋皇宫起”和“石雕木雕双合璧”则强调了闽南红砖建筑精美绝伦的装饰图案与丰富的装饰语言。因此,笔者从闽南红砖建筑的形式美感、装饰语言与文化内涵三个方面进行解读。



图1 泉州老城区“红砖厝”建筑群
Fig.1 "Red brick house" architectural complex in Quanzhou Old Town

2.1 形式美感

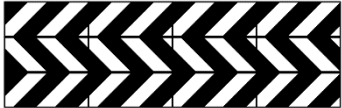
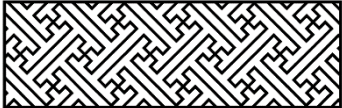
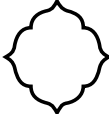
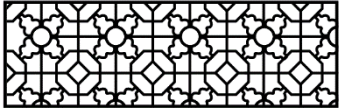
闽南红砖建筑装饰的形式美感体现在统一、均衡、秩序和富有韵律上。首先,色彩的协调统一是闽南红砖建筑最为突出的特点。闽南地区独特的“红砖、赤瓦、白石基”建筑,皆是就地取材、因地制宜所建。由于当地稻田泥土中含有较高的铁元素,烧制砖块时产生的化学反应会将黏土中的铁元素转化成三氧化二铁,呈现纯正艳丽的“胭脂红”;而作为本土盛产的石材,花岗岩也被广泛地用于房屋建造之中。“红砖白石”这一顺应在地资源特性、因材施教的方式却恰如其分地将两种颜色杂糅,呈现和谐统一又富有韵

律的建筑集群色彩；展现出沉稳、柔和、亲切、不具有攻击性的鲜活气质，与闽南人爱拼敢赢的奋斗精神相呼应。这独具一格的色彩表现在建筑思想上少了一份中原文化的含蓄，多了一份自由开放的表现^[8]。闽南红砖建筑的色彩不仅符合我国民间传统色彩喜好，更与当地浓郁的宗教文化氛围相映成趣，这些富有烟火气的人居环境色彩，使得“闽南红”具有了独特的生命力。

闽南红砖建筑的形式美感还体现在其墙体装饰上。闽南传统红砖建筑依循中式传统建筑大屋顶、屋身及地基组成的构造形式，其建筑墙体为建筑装饰特

色之所在。闽南红砖建筑屋身多为实砌砖墙，为了不使红砖清水墙面看起来单调乏味，工匠会特意将砖块堆砌成四方连续等不同类型的几何装饰图案，常见有古钱纹、龟背纹、万字纹、八达纹等。此外，红砖在入窑烧造时会以斜向叠加的方式摆放，由此堆码烧制时的松枝灰烬落于砖块空隙之间，使其表面形成红黑交织的色彩纹理，即使运用简单的工字砌筑，也能自然形成“<”形的图案，使墙体呈现生动的装饰效果。清水墙面结合不同构成手法的砌筑方式，增添了红砖建筑墙面的趣味性和艺术性，具有统一、均衡和秩序的视觉效果，呈现几何形式美感，见表 1。

表 1 闽南红砖建筑装饰形式美感
Tab.1 Aesthetic feeling of red brick architectural decoration in southern Fujian

几何图案	单元形	构成方式	单元形重构图形
		平移、镜像、重复	
		平移、镜像、重复	
		平移、重复	
		平移、重复	

2.2 装饰语言

闽南红砖建筑上承中原建筑装饰文化同时也融合了地方特色。因此，不论是所使用的材料、选取的题材、施以的工艺、呈现的视觉效果都展现了闽南红砖建筑装饰独特的工艺之美和文化内涵。闽南传统建筑装饰所使用的工艺繁多，包括石雕、砖雕、木雕、彩绘、灰塑、剪瓷雕等。工匠们就地取材并因材施工，依据不同的建筑构件所需，合理选用不同的材料及技法；造型多变、线条流畅、构图合理，充分体现了闽南红砖建筑精巧、秀美的装饰风格，将能工巧匠卓越的想象力与创造力淋漓尽致地展现出来；装饰题材丰富，不同主题与不同装饰语言增添建筑美感的同时，也为闽南传统建筑营造了独特的地域乡土气质。

“图必有意，意必吉祥”是中国传统纹样的主要特点，同样也是传统建筑装饰艺术的重要特征之一，它集中展现了中国老百姓趋吉避凶的朴素愿望。而闽南红砖建筑的装饰纹样延续了这一规律并创造出了诸多具有本土特色的装饰艺术。通过分析闽南红

砖建筑的屋顶、墙体、勒脚、窗户、檐边的装饰可以发现，当中运用了大量不同题材的吉祥装饰纹样，多以谐音、比喻、传说、附会等形声或会意的手法来呈现；类型丰富，包括抽象几何类、人物故事类、植物瓜果类、器物类、动物类、文字类等。这些具有吉祥寓意的装饰纹样，不仅美化着建筑外观和人居环境，同时也展示着传统观念中“儒释道”的互补机制与雅俗共赏的文化特征^[9]，呈现多文化交融的新质地域文化特征，见表 2。

2.3 文化内涵

闽南红砖建筑是能工巧匠们在建造实用性建筑的同时，又以精湛技艺打造特色装饰的地域性建筑。糅合了中原文化与闽南本土文化，隐含深厚的传统思想文化、民风民俗、宗教意识，蕴含着人们祈求生活美满幸福、吉祥如意的夙愿^[8]。

1) 闽南红砖建筑中常见大量以文字为形式、以匾额、楹联等为载体的宣扬伦理与家训的格言，内容深刻反映着传统儒教伦理纲常、道教“天、地、人”

表 2 闽南红砖建筑装饰语言
Tab.2 Red brick architectural decoration language in southern Fujian

工艺	技法	题材	寓意	应用
木雕	工艺发达，承重构件少雕刻，多为浅浮雕；手法多样，按需求采用线雕、透雕、浅浮雕和镂雕等，造型简练，技艺娴熟	类型丰富，题材多样。除常见植物纹外，多为神话故事、佛像、珍禽瑞兽等	将传统动物的祥瑞思想转变为世俗化的吉祥观念，通过象征、比喻、谐音、传说、等方式呈现，如“龙凤呈祥”“龟鹤延年”“福禄长久”等	
石雕	多选用本土石材花岗岩，运用广泛；浮雕、圆雕、透雕和其他雕刻手法相结合；石雕形象生动、刀法娴熟	题材以神话人物、山水及花鸟为主；多作为建筑构建方式呈现	人物故事类题材经过长期在民间地区的广泛沿用逐步大众化与世俗化，具有一定象征寓意	
砖雕	以红砖为基础进行图案雕刻，成本低、耐久性高、易雕琢，色彩效果突出；用印刻方式进行，主要以线雕与浅浮雕方式为主	以花草鸟兽纹样为主，同样多选用具有吉祥寓意的元素作为画面组成；几何砖雕丰富墙面	不同题材多以象征、比喻、谐音等方式传达吉祥寓意；或单独呈现，或组合出现，如“喜上眉梢”常绘喜鹊立于梅花枝头；童子、莲花和鱼的图案表“连年有余”等	 
灰塑	以石灰为主要工艺材料，可塑性强、耐高温、成本低、易施工；含画和批两种类型，多以浮雕及圆雕手法塑造，立体感强	山水、人物、花鸟、花草图案；灰批立体感强因此多用来表现神仙、吉祥瑞兽等	多以植物花草等为原型，以花草纹样呈现；有的仅作为装饰功能出现，并无实际意义，有的配以祥禽瑞兽，形成具有吉祥寓意的装饰纹样	
剪瓷雕	又称嵌瓷，需先用石灰、细沙及糯米糊等制作泥塑坯，再将剪碎的彩色陶瓷片按所设计的题材内容进行拼贴，类似马赛克镶嵌装饰，色彩丰富但耐久性不强	工艺便于现场制作，构图题材灵活，常见以神话故事、祥禽瑞兽、花鸟等为主	多以神话故事、祥禽瑞兽及植物花鸟为主题，同样也多以象征、比喻、谐音等方式传达吉祥寓意	

三位一体思想及佛教当中与人为善等佛学教义，展现了中国传统“儒释道”理念共生共荣的和谐现象。

2) 闽南地区重视民间习俗、尊重民间的宗教感情，对宗庙的装饰未照搬所谓正统审美，从而在宗庙建筑装饰文化上体现出了喜乐性特征^[10]。例如，闽南佛教建筑形式具有当地传统民居的特点，其建筑装饰比之红砖民居更显华丽精美，反映了当地老百姓对宗教信仰的尊崇与热切，因此，闽南宗庙的建筑装饰又呈现出浓烈的世俗气息。此外，闽南红砖建筑的赤色，符合阴阳五行学说中象征喜庆、热闹、祥和的色彩特性，因此备受老百姓的喜爱。诸多红砖建筑装饰的吉祥图案与装饰构件中，也直观地展示着当地老百姓“趋吉避凶”“祈福纳祥”传统观念，这样的心理附会到闽南红砖建筑中，就成为“红砖文化”在当地经久不衰的意识根源。

3) 宗庙建筑是闽南地区各种民间文化及活动传

播的重要载体，那些受闽南宗教文化影响的海外移民纷纷仿造泉州各类宗庙形制进行修建，由此又反向引起谒祖进香等交流活动，互通往来的同时也奠定了泉州宗庙崇高的祖庙地位。这种由宗教文化传播引起的建筑艺术传播，体现着宗教与传统建筑合二为一，密不可分的关系。这不仅是民俗信仰对外传播的象征，也成为维系两岸同胞及海外侨胞、加强文化认同、增强凝聚力的重要媒介。

3 闽南红砖文创产品设计原则

如何更好地活化传统文化遗产，就需要将遗产以创意的方式演绎成符合时代特性、符合大众需求的产品，回归百姓日常。因此，笔者结合“日用即道”的设计理念，提出闽南红砖文创产品的设计原则，见图3。“日用即道”设计理念来源于中国古代哲学思想，强调了“为人”而设计。“日用”是指日常生活中的

衣食住行等物质生活需要,“道”是古人所谓的“天道、大道”,“道”存在于每一件日用事物中,只有在生活中才能认识“道”^[11]。通过细心观察使用者的日常生活,明确用户的真正需求,考虑使用时物与人发生的关系、人的感受,才能让设计出来的东西发挥最基本的功能,自然融入使用者的生活。因此,在设计中要以生活为范本,以实用性为前提,挖掘生活中的潜在需求,寻找文创产品设计的出发点^[12],遵循地域性、实用性、情感性、可持续性原则,设计出适合日常生活使用的文创产品。

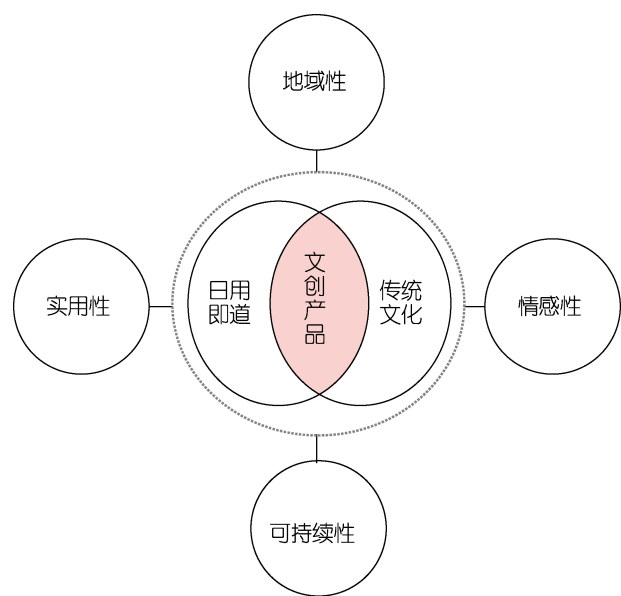


图 2 闽南红砖文创产品设计原则
Fig.2 Red brick cultural and creative product design principles in southern Fujian

3.1 地域性原则

地域文化不仅是一个城市独有的名片,也是发展当地文旅产业的中坚力量,更是本土文创产品设计的核心驱动力。正是这种具有地域特征和差异性的产品才能直观传递真实的人文乡土气息,吸引大众关注、唤起原始的文化记忆与乡土文化认同感。地域文化作为特定区域内人们物质财富与精神财富总和,同样也是充满“烟火气”的、由老百姓共同创造的文化。它契合了百姓“日用即道”设计理念中所强调的为平民而设计、从日用之物中挖掘百姓物质与精神需求的设计,使文创产品承载相应的文化内涵。闽南红砖建筑装饰有着浓郁的地域特征,其就地取材的装饰材料、鲜明的装饰色彩、象征吉祥的纹样、精彩的装饰工艺,皆展现出独特的地域文化。因此,在进行闽南红砖文创产品设计时要观察细节,寻求地域文化与日用之物之间的连接点,满足人们物质与精神的双重需求,挖掘并体现其地域文化资源独有性,克服同质化问题,并兼具一定的收藏价值。

3.2 实用性原则

苏格拉底曾言:“任何一件东西如果它能很好地实现它在功能方面的目的,它就同时是善的又是美的,否则它就同时是恶的又是丑的”^[13]。百姓日用之物重视产品“用”的功能,对于产品之美、产品之优也同样从功能谈起。前故宫博物院院长单霁翔也曾指出,故宫的文创产品之所以取得了较大的发展,都是因为创作过程中兼顾了趣味性和实用性^[14]。但当下市场的诸多文创产品或旅游纪念品多为对传统文化元素的简单复制,如复制到诸多同质化的、实用性不高、不贴近生活的观赏性产品及礼品上。这也侧面反映了当下文创产品过度注重文化价值体现而忽视了其实用性。而遵循“日用即道”设计理念要求我们,若想让文创产品获得大众关注与认可,实现产品的商业变现,就需要重视其实用性,使产品切实融入老百姓的日常生活当中,由此才能真正为消费者带来兼具文化价值及实用价值的好产品。

3.3 情感性原则

物质生活的富足使大众对日常用品的需求不再仅限于单一的使用功能,而是转向个性化、情感化的需求。情感链接不仅存在于人与人之间,人与物之间的交互也会给用户带来相应的情感体验;设计心理学就强调了要重视产品情感化设计,要关注人的内心需求,并以用户的情感和情绪作为设计出发点。文创产品的情感化设计着眼于人们内心情感需求,关注人们的日常生活感受,实现愉悦的产品审美体验^[12]。而文创产品可以通过产品自身的造型、色彩、装饰或象征性的符号进行情感化转译,以有形的文创产品呈现其背后无形的人文关怀,实现“百姓日用即道”的设计理念。

3.4 可持续性原则

可持续设计强调人与环境的和谐发展,是当今时代设计师与企业需要共同承担起的社会责任。可持续性设计首先在于产品用料及包装的可持续性、产品的易用性和耐用性,研发经得住时间考验的、具有高审美价值及功能的产品,而不是盲目跟风,只追求表象的视觉形态或造型。“日用即道”的设计思想也同样重视产品的可持续性,用最少资源满足人们需求,研发具有高使用效率的优质产品,融入人们的日常生活,提供实用功能满足,在日常点滴中予以长久持续的器物陪伴,同样也能给予丰富的精神满足及文化审美体验。此外,文创产品的可持续性还体现在其间接的文化传播方式——将文创产品融入百姓生活日常,润物无声地在日常中传播传统文化,展现传统文化之美,这是一种有温度的、潜移默化的、可持续的文化传播方式。

4 闽南红砖文创产品设计实践

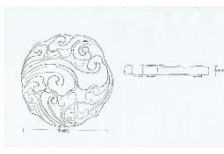
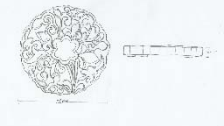
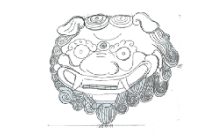
茶，是闽南人日常生活的重要组成部分，闽南地区家家户户皆好饮茶，不论是招待宾客、会友谈天或是考究的品茶、说茶、赏茶等，皆离不开茶文化。基于“日用即道”的朴素产品设计理念，需要我们将传统文化创新性地融入老百姓的日常生活当中，因此，笔者在闽南红砖文创产品设计实践过程中，以闽南人喜好饮茶的生活习惯为依托，将茶文化相关的一系列茶杯垫、茶盘、花器、香器等作为载体，融合闽南红砖建筑装饰艺术，设计具有日用美学的闽南红砖文创产品，展现独特文化价值及审美价值。

4.1 装饰纹样的融合运用

随着人们精神文化需求的日益增长，研发基于“日用即道”设计理念的文创产品既要有实用性功能，还要满足人们精神需求。因此，笔者在闽南红砖文创产品设计过程中，将深植于百姓日常的“吉祥”

符号融入其中。吉祥纹样是人们在实践活动中，为群众所创造、并为群众所认同的一种文化现象，将吉祥纹样融入闽南红砖文创产品的设计实践，需要提炼经典的、具有代表性且大众熟知寓意的纹样，这样保证了其纹样寓意的易识别性和大众传播性。因此，在闽南红砖茶杯垫设计过程中，提取二维图形化的红砖建筑装饰经典祥云纹、植物纹、吉象、福象及闽台地区特有的镇宅辟邪风狮爷作为装饰符号，并进一步加工提炼进行创新性的演绎。在相关吉祥纹样设计完成后，再将设计图稿的纹样线条以砖雕艺术的线雕、浅浮雕工艺融入红砖杯垫的制作，使具有吉祥寓意的纹样在现代实用性产品中得到延续，满足当下年轻人热衷于祈求“好运”的精神诉求，予以情感体验。此外，该杯垫系列产品皆会在适宜的位置添加可插线香的小孔，使其兼具香器的效用，在不破坏整体视觉基础上为产品添加额外的功能，实现产品的一物多用，遵循“日用即道”理念中实用性及可持续性设计原则，见表 3。

表 3 闽南红砖杯垫设计
Tab.3 Red brick coaster design in southern Fujian

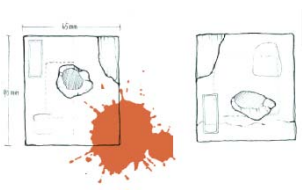
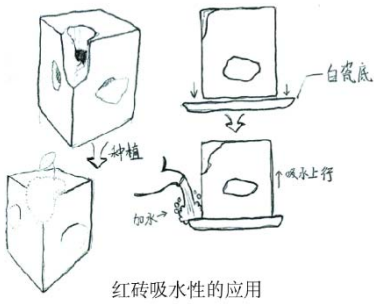
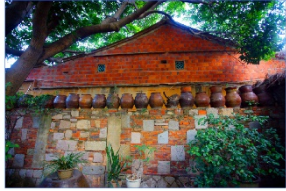
产品图	元素提炼	设计手稿	产品三视图
			
			
			

4.2 地域特色的融合运用

作为宋元时期的世界之窗，泉州汇聚了来自世界各地不同语言不同文化背景的商人，随之而来的不同信仰与文化神奇地在这片土地上和谐共存并长久传承下来。泉州素有“世界宗教博物馆”之美誉，明代朱熹曾言“此地古称佛国，满街皆是圣人”。闽南传统建筑与泛神信仰有很大关系，在泉州，各大宗教建筑争奇斗艳、各放异彩又如此和谐共生^[15]；依托于宗庙的各类民间艺术、民俗活动、节庆表演等也为泉州独特地域文化绽放出更为绚烂的花朵。所以宗教文化也是泉州代表性的地域文化，而泉州佛教寺庙的建筑装饰艺术又是闽南红砖建筑最为突出的代表。因此，在闽南红砖花器设计实践中强调地域性符号的融入，

提炼泉州佛教建筑装饰中具有典型特征的佛像及神话故事人物造像，结合红砖基础砖块造型，以线雕或浅浮雕方式贴合到花器立面当中，或以“出砖入石”的砖石结构将人物塑像或浅色小花器嵌入红砖当中，呈现具有地域文化特色的花器。因红砖材料具有良好的吸水性，因此，在设计过程中放大该特性，为红砖花器增设了有一定深度的容器，只需定期添加适量的水，红砖花器底部会自然汲取水分，并渗透于器物整体，使花器长期保持土壤的湿润度，养护花器上的植物。器物的红与植物的绿相映成趣，充满勃勃生机的形态与色彩让人产生愉悦心情，实现了“日用即道”设计理念对人们日常生活需求与感受的切实关注，以模拟自然的形式传递绿色健康、自然生态的可持续性生活理念，融入日常生活，见表 4。

表 4 闽南红砖花器设计
Tab.4 Red brick flower container design in southern Fujian

创意提取	设计手稿	产品图
		 
		 
		 

4.3 “日常”的生活美学融入

时移俗易，大众的消费水平与观念也产生了变化，由此促使着人们开始通过消费行为将审美活动延伸至日常当中。基于百姓日常的文创产品通过对生活的细致观察与感受，将本土生活习惯与文化体验融入于产品的研发之中，打造具有高审美价值、高生活情趣、展现生活美学的文创产品，使传统文化回归日常生活，由此才能与大众产生精神与情感的共鸣。将日常的生活美学融入闽南红砖文创产品设计中，首先在于感受红砖自身由“昂扬”到“内敛”的材料特性转变。红砖色彩极具视觉吸引力，然而其材料展现的粗糙肌理及纹路又透着古拙朴素，而通过发挥红砖材料的吸水特性，可使饮茶人在日常恒久的器物使用及茶水温养过程中，逐渐感受新器物由略有“火气”的色彩到带有老件质感的温润气质。红砖表面粗糙肌理也承托岁月，逐渐形成自然的光泽，由此体验红砖茶器因茶水与日常的使用而呈现出的岁月沉淀，古朴自然，见图 3。通过对日用产品的使用以产生情感连接，让生活的每个细节都变得郑重，每个动作都隐含着对

日常的感知与愉悦的体验，品味其中的“日用之道”。

将“日常”的生活美学融入闽南红砖文创产品中，还体现在人居环境中自然形态的引入。红砖花器设计的种植区域并非规整边界，而是模拟自然砖石破损肌理；红砖花器所呈现的形态如同民居老宅因岁月积淀所呈现的历史面貌，砖瓦墙缝中的绿植自然生长，透着对生命的渴望与自由向上。花器种植搭配呈现的是砖石与植物的交织生长，在一方小天地中展现着人居环境随岁月不断变迁，呈现着朴素和谐的生态之美，传递着日常生活的简素之美，兼具文化体验与视觉审美体验，见图 4。



图 3 闽南红砖杯垫茶水养护前后效果
Fig.3 Effect of red brick coaster tea before and after curing in southern Fujian



图 4 闽南红砖文创产品日常的生活美学
Fig.4 Daily life aesthetics of red brick cultural and creative products in southern Fujian

5 结语

传统文化融入产品的创新设计是实现“文旅+文创”产业发展的重要途径之一,将闽南红砖建筑艺术打造成优质的、可携带的红砖文创产品,有助于改善当前泉州基于世遗背景下,对文旅产业发展需求、对文创产品需求的现状。在闽南红砖文创产品设计实践过程中,挖掘了当地特色文化遗产中的文化价值,提炼设计元素,并将其融入贴合百姓日常的文创产品中;探索了闽南红砖文创产品设计的新路径,实现了融入百姓日常生活的文创载体应用形式;丰富了“世遗泉州”文旅产品的种类与形式,有助于提升文创产品的品质与审美趣味;为“世遗泉州”文化创新传播及闽南红砖文创产品研发提供一定的实践参考。

参考文献:

- [1] 中国政府网. “泉州: 宋元中国的世界海洋商贸中心”成功列入《世界遗产名录》[EB/OL]. (2021-07-26) [2023-01-01]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-07/26/content_5627286.htm#1. Chinese Government Website. "Quanzhou: The World Ocean Trade Center of Song and Yuan China" Was Successfully Inscribed on the World Heritage List[EB/OL]. (2021-07-26)[2023-01-01]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-07/26/content_5627286.htm#1.
- [2] 王易. 推进文化自信自强 铸就社会主义文化新辉煌[J]. 红旗文稿, 2022(21): 25-28. WANG Yi. Promoting Cultural Self-Confidence and Self-Improvement to Create New Glory of Socialist Culture[J]. Red Flag Manuscript, 2022(21): 25-28.
- [3] 吴丽云. “活化”是非遗传发展的关键[N]. 中国旅游报, 2020-06-16(3). WU Li-yun. "Revitalization" Is the Key to the Development of Intangible Cultural Heritage Inheritance[N]. China Tourism News, 2020-06-16(3).
- [4] 刘敏敏. 基于闽南地域文化的品牌设计创新研究——以泉州古城文化品牌为例[D]. 广州: 华南理工大学, 2019. LIU Min-min. Research on Brand Design Innovation Based on Southern Fujian Regional Culture— Taking Quanzhou Ancient City Cultural Brand as an Example[D]. Guangzhou: South China University of Technology, 2019.
- [5] 泉州市人民政府. 泉州市人民政府关于加快推进旅游业高质量发展的实施意见[EB/OL]. (2022-01-25) [2023-01-01]. http://www.quanzhou.gov.cn/zfb/xxgk/zfxxgkzl/zfxxgkml/srmzfxgkml/ghjh/202201/t20220129_2693296.htm?pphdbimgdbiekfkf. Quanzhou Municipal People's Government. Implementation Opinions of Quanzhou Municipal People's Government on Accelerating High-quality Development of Tourism [EB/OL]. (2022-01-25) [2022-12-30]. http://www.quanzhou.gov.cn/zfb/xxgk/zfxxgkzl/zfxxgkml/srmzfxgkml/ghjh/202201/t20220129_2693296.htm?pphdbimgdbiekfkf.
- [6] 鲁宁. 乡村振兴政策下通道侗族文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(18): 380-387. LU Ning. Design of Tongdao Dong Cultural and Creative Products under the Policy of Rural Revitalization[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(18): 380-387.
- [7] 黄金良. 泉州民居[M]. 福州: 海风出版社, 1996. Huang Jin-liang. Quanzhou Folk Houses [M]. Haifeng Publishing House, 1996.
- [8] 周红. 蔡氏红砖厝民居建筑艺术风格与装饰[J]. 装饰, 2007(3): 85-87. ZHOU Hong. The Architectural Style and Ornament of the Red-Brick Civilian House of the Cai's Family[J]. Art & Design, 2007(3): 85-87.
- [9] 宁小卓. 多元文化催生下的民居奇葩——闽南蔡氏古民居的成因探析与特征研究[J]. 中外建筑, 2007(9): 58-63. NING Xiao-zhuo. A Miraculous Flower of Folk House Rooted in Plural Culture Analysis for the Characters and Cause of Formation of Cai-Clan Traditional Residential Buildings in Min'nan[J]. Chinese and Overseas Architecture, 2007(9): 58-63.
- [10] 童焱. 浅谈闽南佛教建筑装饰艺术的性格特征及其成因[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2010(5): 100-104. TONG Yan. On Characteristics of Southern Fujian Architectural Decoration of Buddhism and Its Reasons[J]. Journal of Fujian Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2010(5): 100-104.
- [11] 王树良. “百姓日用即道”思想影响下的晚明设计[J]. 艺术百家, 2005, 21(2): 134-136. WANG Shu-liang. On the Philosophy and Design Developments in the Late Ming Dynasty[J]. Hundred Schools in Art, 2005, 21(2): 134-136.
- [12] 徐燕, 陆晓云. 基于“日用即道”理念的文创产品设计策略[J]. 包装工程, 2018, 39(18): 176-180. XU Yan, LU Xiao-yun. Design Method of Cultural Innovation Products Based on “Commonplace is Tao”[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(18): 176-180.
- [13] 北京大学哲学系美学教研室. 西方美学家论美和美感[M]. 北京: 商务印书馆, 1980. Department of Aesthetics, Department of Philosophy, Peking University. Western Aestheticians on Beauty and Aesthetic Feeling[M]. Beijing: The Commercial Press, 1980.
- [14] 王薇. 不要忽视文创产品的实用性[N]. 绍兴日报, 2019-06-18(003). WANG Wei. Don't Ignore the Practicality of Cultural and Creative Products[N]. Shaoxing Daily, 2019-06-18(003).
- [15] 徐子娴. 唯信仰永恒: 东方麦加——闽南的泛神信仰与宗教建筑[C]// 中国艺术研究院, 福建省文化厅. 聚落文化保护研究——第三届两岸大学生闽南聚落文化

与传统建筑调查夏令营暨学术研讨会论文集. 北京: 文化艺术出版社, 2017.

XU Zi-xian. Belief in eternity: Eastern Mecca -- Pantheism and Religious Architecture in Southern Fujian[C]// Chinese National Academy of Arts, Fujian Provincial Department of Culture. A Study on the Conservation of Settlement Culture: A Collection of Papers

of the Third Survey Summer Camp and Academic Seminar on Settlement Culture and Traditional Architecture in Southern Fujian for College Students from Both Sides of the Taiwan Strait. Bei Jing: Culture and Art Publishing House, 2017.

责任编辑: 陈作

(上接第 430 页)

- [10] 国家统计局. 国家统计局信息公开 7 月份国民经济延续恢复态势[EB/OL]. (2022-08-15)[2022-09-27]. http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202208/t20220815_1887361.html.

The National Bureau of Statistics of China. The National Bureau of Statistics Information Disclosure, Continued the Recovery of the National Economy in July [EB/OL]. (2022-08-15)[2022-09-27]. http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202208/t20220815_1887361.html.

- [11] 邹旖旋. 鄱阳湖湿地生态文化元素在办公用品设计中的应用[D]. 南昌: 南昌大学, 2020.

ZOU Yi-xuan. Application of Ecological and Cultural Elements of Poyang Lake Wetland in the Design of Office Supplies[D]. Nanchang: Nan chang University, 2020.

- [12] 贺佳音. 现代文化办公用品设计[D]. 合肥: 合肥工业大学, 2009.

HE Jia-yin. Design of Modern Cultural Office Supplies[D]. Hefei: Hefei University of Technology, 2009.

- [13] 郑皓华, 齐瑞文. 基于叙事设计的办公产品情趣化设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(20): 118-121.

ZHENG Hao-hua, QI Rui-wen. Research on Interesting

Design of Office Products Based on Narrative Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 118-121.

- [14] 郑建启, 胡飞. 艺术设计方法学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2009.

ZHENG Jian-qi, HU Fei. Art Design Methodology[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2009.

- [15] 赵平. 基于设计符号学的旅游产品设计——以台儿庄古城文化为例[J]. 美术观察, 2020, 297(5): 156-157.

ZHAO Ping. Tourism Product Design Based on Design Semiotics--Taking Taierzhuang Ancient City Culture as an Example[J]. Art Observation, 2020, 297(5): 156-157.

- [16] 利科 P. 活的隐喻[M]. 汪堂家, 译. 上海: 上海译文出版社, 2004.

LICO P. Living Metaphor[M]. WANG Tang-jia, translated. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 2004.

- [17] 曾庆茂. 提喻的认识论价值与感情意蕴[J]. 江西师范大学学报, 2005, 38(1): 110-114.

ZENG Qing-mao. Epistemological Value and Emotional Implication of Metaphor[J]. Journal of Jiangxi Normal University, 2005, 38(1): 110-114.

责任编辑: 蓝英侨

(上接第 456 页)

- [17] 陈旭, 薛垒. 基于 QFD/TRIZ 的适老化智能家居产品交互设计研究[J]. 包装工程, 2019, 40(20): 74-80.

CHEN Xu, XUE Lei. Interaction Design of Elderly-oriented Intelligent Home Products Based on QFD/RIZ [J]. Packaging Engineering, 2019, 40(20): 74-80.

- [18] 北京航空航天大学. 用于后缘变弯度机翼的柔性后缘模块: 中国, CN202010432353.4[P]. 2020-09-15.

BEIHANG University. Flexible Trailing Edge Module for Wing with Variable Trailing Edge Camber: China,

CN202010432353.4[P]. 2020-09-15.

- [19] 邓卫斌, 张芷君, 王倩. 基于模糊 Kano 模型的模块化办公收纳产品设计[J]. 包装工程, 2022, 43(14): 100-106.

DENG Wei-bin, ZHANG Zhi-jun, WANG Qian. Modular Office Storage Product Design Based on Fuzzy Kano Model[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(14): 100-106.

责任编辑: 蓝英侨