

# 基于庆阳香包元素的文创产品设计探索

## CULTURAL AND CREATIVE PRODUCT DESIGN EXPLORATION BASED ON QINGYANG SACHET ELEMENTS

兰州理工大学 王鹏鸣 黄 慧

**摘要:** 庆阳香包作为陇东地区非物质文化遗产的代表,具有鲜明的地域性和深厚的民俗内涵,是我国民族文化的载体。文章探讨了庆阳香包具象元素和意象元素的转化,以及在转化过程中应注重艺术性和实用性相结合同时要符合现代人的审美需求,并通过实践案例加以验证。通过研究将庆阳香包元素应用到文创产品设计中的方法和途径,从而对庆阳香包文化的传承和发展以及特色文创产品的构建起到了一定的借鉴意义。

**关键词:** 庆阳香包 元素转化 文创产品

中图分类号: TB472 文献标识码: A

文章编号: 1003-0069 (2018) 04-0084-02

**Abstract:** Qingyang sachet, as the representative of the intangible cultural heritage in Longdong area, has distinct regional and profound connotation of folk custom, which is the carrier of our national culture. This article discusses the transformation of Qingyang sachet elephant elements and image elements, and should pay attention to the combination of artistry and practicability in the process of transformation, and at the same time, it meets the aesthetic requirements of modern people and is verified through practical cases. By studying the methods and ways of applying Qingyang sachet elements to the design of cultural and creative products, it will make a certain reference to the inheritance and development of Qingyang sachet culture and the construction of featured cultural and creative products.

**Keywords:** Qingyang sachet Element transformation Cultural and creative products

### 引言

文创产品(文化创意产品)是以当地的文化资源为主要元素,依靠创意人的智慧、技能和天赋,对文化资源的符号意义、美学特征、人文精神进行解读和重构,将其转化为设计元素,与现代科学技术、加工工艺、产业化生产方式相结合,为文化内容找到一个符合现代人生活形态的新形式,满足人们的精神需求,符合现代人审美要求的产品<sup>[1]</sup>。庆阳香包是地域性鲜明、民俗内涵深厚的民间手工艺的代表,是中华民族宝贵的非物质文化遗产,蕴含着深厚的文化价值和独特的文化基因,正是文创产品创意的可靠来源。庆阳香包中的造型、色彩、纹样等视觉元素以及其背后的精神元素都可以转化成为文创设计的创意元素和创意主题,文创产品成为庆阳香包重新融入当今社会环境的一个新载体。

### 一、庆阳香包概述

香包,又称“香囊”、“容臭”、“荷包”,庆阳俗称“绌绌”、“耍活子”。它是按照剪纸的图样,在彩绸上用彩色丝线绣制出各种图案纹饰,然后缝制成形状各异的绣囊,内装用中草药研制的粉末,作节令志庆、生活实用和观赏品玩用。庆阳市自2002起于每年端午节时举办“庆阳香包文化节”,被中国民俗学会命名为“香包刺绣之乡”,2005年庆阳香包进入第一批国家非物质文化遗产目录。

庆阳香包主要分为四大系列,分别是佩饰、挂饰、装饰以及日用品。在手工技艺上,将绌缝、刺绣、剪裁、黏合、填充、挖补、彩染糅合

为自成系列的工艺程序<sup>[2]</sup>。在风格上保持着古朴稚拙、怪异神秘的原始色彩。庆阳位于中国大西北,系黄河中游黄土高原沟壑区,少受外来文化影响。特殊的地理位置造就庆阳香包中保留了很多图腾文化以及包含了中国本原哲学的内容。同时香包作为节庆特有的装饰物品也是人们用来求吉纳祥,表达和体现幸福安康、吉祥长寿、驱邪避魔、美满爱情、多子多福愿望的物质载体。庆阳香包大胆奇特的外观造型以及浓郁的原始生态文化韵味使其具有很高的艺术价值和文化价值。

### 二、庆阳香包元素在文创产品设计中的转化

#### (一) 转化思路

世界上任何客观事物都是具体的外在形态和内在的意识形态的有机统一,非遗同样是由外在有形的具象元素和内在抽象的意象元素组合而成。设计师在进行文创产品设计时应运用形象思维和抽象思维这两种不同的思维方式,对庆阳香包元素进行区别处理,更好地与设计创意结合。

1.具象文化元素转化:非遗中的具象元素,是一种体现在传统纹样图案或者其他载体上的一种符号形式<sup>[3]</sup>。庆阳香包中的具象元素主要包括图案、造型、色彩、材料等,这些外在的可视形态往往极具传统形式美感。图案上,庆阳香包主要以动植物纹为主,动物包括虎、蛙、龟、蛇、兔、蝙蝠、蝴蝶等;植物包括莲花、牡丹、佛手、白菜、葫芦、石榴、葡萄等。这些图案多以复合的形式组合出现,组成具有吉祥寓意的图案。在造型风格上以动物图案为例,采用简化夸张的艺术手段,不追求透视、比例,不求形似,只求神似。色彩上,庆阳香包所遵循的是中国传统的五行色彩观,多选用鲜亮的原色而少用复合色,形成响亮、明艳、热烈的色彩效果。将庆阳香包中这些独具特色的元素,通过现代设计的手法进行提炼概括、分解重组、变异修饰,将其原有的表现形态、物质载体以及使用空间上进行转化,使其更好地融入现代社会。

2.意象文化元素转化:非遗中的意象元素,主要是一种主观意识的联想,它是对事物的外延进行描述所产生的<sup>[3]</sup>。非遗是生于民间由广大人民群众创造的,它反映了人民群众的心声,寄托了人们对美好事物的向往与追求,是历史文化的积累与沉淀。非遗的独特价值正是隐含其中的宝贵精神内涵和历史传统,这些内容是非遗非物质性的意识形态部分,构成了非遗的意象文化元素<sup>[4]</sup>。庆阳香包蕴涵丰富多彩的图腾崇拜、神话传说、民俗生活、审美情趣等意象元素。所有的香包中都包含丰富的象征意蕴,运用谐音、借代等象征手法传递美好、吉祥的寓意,做到了“图必有意,意必吉祥”。如“福禄寿全”壁挂,上挂蝙蝠造型谐音寓福,中金钱币造型代指禄,下挂灵龟八卦寓意寿。三件组合成福禄寿全的含义,体现了多元组合集中命题的形象构思。

在进行创意设计时,将这些意象元素的内容,转化成创意的主题,融入产品设计中,让用户在使用产品的过程中自然而然地领悟到当地民族文化的整体意象与感受。

#### (二) 转化原则

1.注重艺术性与实用性的结合:文创产品不应只是非遗文化复制的摆件,只注重其观赏性和艺术性而忽视了其日常实用功能。现代的消费观念和对文化的感悟方式决定了消费者更愿意接受参与性强的体验式消费,使用产品的过程就是消费者解读文化的过程,满足消费者现实需要的同时,形成潜移默化的文化积淀。通过调研庆阳香包现有



图1-虎头枕

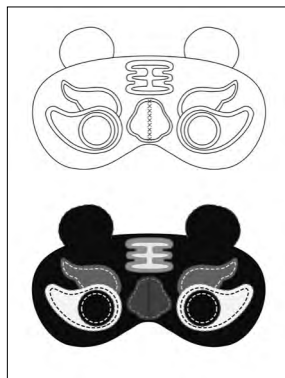


图2 计算机绘图



图3 成品效果图

的产品市场，产品多以装饰性和观赏性的挂饰为主，具有现代实用功能的产品少之又少。只有将实用性巧妙地融入到文创产品中，将其艺术价值与实用价值完美结合，才能让传统文化元素“活”起来，实现从“静态”到“动态”的功能转变，使文化真正的生活化，平民化，让非遗走进千家万户，实现非遗的活态传承。

2.符合现代人审美情趣：文创产品设计必须得到当代社会和消费群体的认同才有价值。任何一种有生命力的文化都是吐故纳新与兼容并蓄的，随着现代生活方式和审美趋向的改变，庆阳香包中的许多传统文化元素已不符合现代人的文化生活需求。只有不断地吸收新的元素和营养，不断地创新，在保留传统文化精髓和神韵的基础上，随着时代语境的变化而变化，使之在造型上、技术上、应用领域上贴近现代人的审美情趣和使用需要<sup>[5]</sup>。

在文创产品设计过程中也应注重情趣化和体验性的表达。现如今文创产品的主要购买人群集中在80后、90后这类年轻群体，这类消费群体思维活跃、极富变革精神，易于接受新鲜趣味的事物，对产品的需求也从基本的物质需求转化为精神需求。我们的文化需要一种新的时代表现力与呈现形式，让其更为亲切地融入年轻人的生活，成就一种文化审美及潜移默化的文化渗透力。诙谐幽默的情趣化设计，因其时尚轻松的特质，具有良好的文化接受力<sup>[6]</sup>。因此，在创意设计时加入情趣化，吸引消费者注意的同时，给消费者带来愉悦的心理感受。

体验是一种亲身经历、实地体会并留下深刻印象的过程，在文创产品设计过程中，可以将产品的部分交由消费者亲自完成，在获得有形文化载体信息的同时获得操作信息，消费者通过多感官的参与能够更深入地了解庆阳香包手工技艺的独特魅力和蕴含其中的文化内涵，从而形成更深刻的文化记忆。

### 三、庆阳香包元素的文创产品设计实践

(一) 设计调研：笔者通过实地调研和文献资料收集，包括庆阳博物馆的香包藏品、当地香包刺绣公司的生产产品、庆阳香包相关书籍和论文研究等。根据调研发现，现有的多数香包产品通过使用现代化设备的绣花机，用机绣取代了原本的手工绣制，只有少部分公司仍坚持采用原始的手工绣制。不论是机绣还是手工绣制，香包的造型图案都沿用传统香包的形式，缺乏创新，产品同质化情况严重，缺少地域性特色。这样的产品无疑难以触动消费者的情感和购买欲望，同时机绣导致的粗制滥造对庆阳香包原本的美学价值和艺术价值也造成了严重的破坏，如何将庆阳香包中的传统元素与现代产品巧妙地结合成为一个关键问题。

(二) 创意构思：首先应深入挖掘庆阳香包文化中具有价值的创作素材，从中提取出极具典型意义的特色元素来进行创意表现。庆阳民间普遍存在宠虎疏龙的民俗观念。由于庆阳地区是中华先民活动的摇篮，原始文化根深漫长，在龙凤取代所有图腾艺术在中国占据统治地位的时候，这里原始的虎图腾元素深深地根植于民俗观念中被蕴藏下

来。所以庆阳民间仍保留着尚虎的习俗，这种习俗在庆阳香包中得到了完美的体现，如虎肚兜、虎玩偶、虎头帽、虎头鞋、虎头枕。在端午节时，更有小孩头戴虎头帽，身穿虎肚兜，背上盘蛇、背蛙、掂虎的端午打扮，这些都是虎文化的遗存。把装满艾草香料的小布老虎与布鸡或者布狮子，分别缝在小孩的双肩，俗语谓“鸡嗛（口含）你，猫（虎）看（守着）你，”用来表达母亲对孩子祛邪吉祥的祝愿。虎头枕是母亲将虎作为孩子的伴生物，通常用红黑两色丝布做成，虎头以意念造形，双鱼为眉，或以人祖为鼻，眼则以太阳为标志，是孩子们的保护神，起到驱邪镇定、保佑孩子长命百岁的作用。

笔者选取虎头枕（如图1）为原型进行创意设计，运用现代设计手法进行提炼和概括，将虎头枕虎的五官图案应用在眼罩的设计上，运用层层累缀的多层图案，在平面上形成丰富的效果，延续庆阳香包一贯的造型手段特征。色彩上选用红、黄、白、青、黑五色为主，并配有其他颜色的丝线，整体的色彩特征符合庆阳香包强烈艳丽的视觉效果。

“香”是庆阳香包的一大特点，人文始祖黄帝在庆阳活动时常与岐伯论医，著有著名的《黄帝内经》，他的香疗法广泛留传在民间，这种香疗法数千年来被庆阳人民以香包形式保留在民间。在眼罩中加入庆阳当地的中草药，起到护眼明目、安神助眠的功效。这款虎头造型的眼罩，将虎头枕老虎的造型与眼罩相契合，达到了形神统一的效果，一方面在图案上延续传统的造型，整体设计也传达出虎虎生气的生命力旺盛、生机勃勃的意象，另一方面增加了眼罩的功能性和趣味性，将传统元素与现代设计完美融合。

(三) 设计表现：用计算机软件将线稿和配色效果图（如图2）完成，将设计好后的电子图样与庆阳当地的手工艺老师进行交流，确定材料的选取和制作流程，最后选定麻布为材料，绣线选用当地的冰丝线绣制，在手工艺老师的帮助下完成最终成品（如图3）。

### 结语

庆阳香包作为陇东地区的代表性非物质文化遗产，其中蕴含着丰富的文化内涵。通过对庆阳香包中具象元素和意象元素的转化应用到文创产品设计中，使其符合现代人的审美标准和实际市场需求，重新回到人们的日常生活中，为庆阳香包在当代更好的保护和传承找到一条路径。希望通过以上的研究能对非遗元素在文创产品设计中的应用提供一些思路。■

### 参考文献

- [1] 王巍,李昱娇.基于土家织锦符号化图形的文创产品设计方法研究[J].文艺评论,2015(9):138-141.
- [2] 余正东.庆阳香包[M].甘肃:甘肃人民美术出版社,2006.
- [3] 王亦敏,刘元寅.非物质文化遗产中形和意对产品的影响[J].包装工程,2015(10):13-16.
- [4] 高悦.扬州非遗文化在文创产品设计中的应用研究[D].华东理工大学,2016.
- [5] 陈珣.论中原传统文化元素在创意设计产业中的转化[J].包装工程,2011,32(6):87-90.
- [6] 刘玉琪,殷晓晨.探究中国文化元素在当代产品设计中的应用方式——以两岸故宫文化创意产品为例[J].设计,2016(9):116-117.
- [7] 饶倩倩,许开强,李敏.“体验”视角下文创产品的设计与开发研究[J].设计,2016,29(9):030-031.