

The Derivative Design Research of Artistic Conception in New Chinese Style ——Taking Ceramic Design as an Example

Yang peiyu^{1, a}, Li min*

Xiamen Academy of Arts and Design, Fuzhou University, Xiamen, Fujian, China

Xiamen Academy of Arts and Design, Fuzhou University, Xiamen, Fujian, China

489071181@qq.com

80012963@qq.com

Abstract

Under the increasingly fierce competition of contemporary world culture, the new Chinese style has become an important factor in design. It has entered various industries such as architectural design, interior design and product design. Its style not only creates a unique artistic conception, but also awakens people's aesthetic and traditional elements of traditional culture are being recreated at the moment. The use of ceramics has a long history in China. It has not only become an instrument widely used by the society and a tribute to the royal family, but also an important product exported by the ancient Chinese economy and an important commodity on the Maritime Silk Road. China has become a prestigious ceramic exported country. Ceramics have not only become synonymous with China, but have also become a bond for maintaining descendants of the Chinese nation. In the era of contemporary and multi-popular culture, the new Chinese style has refined, combined and created traditional design elements on the basis of fully understanding and inheriting the traditional Chinese excellent culture, and created a new Chinese design style and the unique artistic conception is one of the important expressions of Chinese culture. Nowadays, new Chinese ceramic products extract core elements from traditional poetry, calligraphy, painting, folk music, folk dance, etc., and combined with the Chinese classical aesthetic such as Taoism's "Unity of Man and Nature", Confucian "Golden Mean" "Natural", Zen "Enlightenment" and so on, which have created a new era of design style, continued China's excellent culture, and reflected in it the blending and collision of Chinese traditional culture and contemporary culture, making Chinese culture last forever.

Keywords: *new Chinese style, artistic conception, Ceramic design*

新中式风格的意境衍生设计研究——以陶瓷设计为例

杨沛余^{1, a}, 李敏*

¹ 福州大学厦门工艺美术学院, 厦门, 福建, 中国

² 福州大学厦门工艺美术学院, 厦门, 福建, 中国

^a 489071181@qq.com

^{b*} 80012963@qq.com

摘要

当代世界文化竞争日益竞争激烈的状况下, 新中式风格成为设计的一股重要因素进入建筑设计、室内设计、产品设计等各行各业, 其风格不仅营造了一种独具特色意境, 而且唤醒了人们对传统文化的审美和传统元素在当下的再创造。陶瓷的使用在中国拥有悠久的历史, 不仅成为社会广泛使用的器具和皇室的贡品, 并且是古代中国经济输出的重要产品, 成为海上丝绸之路的重要商品, 中国成为了颇负盛名的陶瓷大国。陶瓷不仅成为了中国的代名词, 而且成为了维系中华儿女的纽带。在当代多元大众流行文化盛行的时代, 新中式风格在充分理解与继承中国传统优秀文化的基础上, 对传统的设计元

素进行了提炼、组合、创造，并且营造了一种新的中式设计风格与别具一格的意境，是中国文化的重要表现之一。当今的新中式陶瓷产品，其从传统的诗词歌赋、书法、绘画、民族音乐、民族舞蹈等提炼核心元素，并结合中国古典美学道家的“天人合一”、儒家“中庸”“自然”、禅宗“悟”等营造了新时代的设计风格，延续了中国优秀文化，并且在其中反映了中国传统文化与当代文化的交融碰撞，使中国文化历久弥新。

关键词：新中式风格，意境，陶瓷设计

1. 中式纹样符号及其意象分析

中国从早期的甲骨文到唐诗宋词都在找寻一种形而上的象征意义来表达主体心中的意象并且营造一种能引起共鸣、达到交流沟通的意境，王国维曾在《人间词话》中说道“词以境界为最上。有境界则自成高格，自有名句。五代、北宋之词所以独绝者在此。”^[1]中国古代优秀的设计中也能找到这种对意象的不同表达方式，其不仅影响着设计师的设计思路，同时也潜移默化的影响着人们的生活习惯，成为一种生活美学；新中式风同样通过对色彩、装饰、造型等方面的组合利用来创造一种东方审美境界来吸引人们的眼光，从而唤醒人们心中的集体无意识使之成为显性，增强对中华文化的认同感与归属感。自陶瓷手工设计阶段开始，陶瓷陶瓷产品在造型、釉色、装饰等各方面都有着其典故和符号象征意义，并且引导受众集体无意识中的意象，从而扩大审美想象空间并触发意境。两宋是陶瓷制造的“黄金时代”，在造型、釉色、装饰等方面都取得了很大的成就，例如梅瓶的造型宛如亭亭玉女、诸葛碗独特的典故、磁州窑的白地黑花等造型、装饰符号都引发人们对具有东方意境的探索，时至今日仍是陶瓷制造的典范，并且其匠心独运的设计思维，为其他产品提供了丰富养料。



图1 诸葛碗

1.1 中式文化符号及意境概述

在中国古代的设计创造中，每个时代的设计都其代表的产品设计，如原始社会的陶器、玉器、奴隶社会的青铜器、封建时代两宋的陶瓷、元杂曲、明式家具、清代彩绘瓷器等都象征了中华文化的不同进程，都深深的打上了各个时代文化的烙印，并且中国十分注重各种事物的象征文化意义，例如梅花、兰花、竹、菊花，在中国的绘画、诗文等各种题材中出现，各种物象被赋予了人格化的魅力，其分别代表着傲、幽、澹、逸的一种品质，诗人通过借物抒情、托物言志的手法来将自己心中的所思所想进行表达，起到了移情的作用，构成了一种独特的意境。个人的难以言表思想情感通过具体的事物得到了体现，中式文化符号不仅体现在具体的事物

上，而且在颜色、材料等方面中国也其独特的体系在世界独树一帜。我们能够看到的一系列产品都是都是设计师、工匠等传达思想与意境表达的感性媒介，王弼曾在《周易略例·明象》中说道“言者所以明象，得意而忘言，象者所以存意，得意而忘象”^[2]，阐明了意是具有比象、言更加形而上的深层次的意义，并且不在停留在事物的表面层次，而且直击事物本质，从而达到一种境界的升华。

1.2 新中式产品的解读

在当下世界市场激烈的竞争下，各个产品必须有自身独特之处才能在市场有一席之地，新中国风格的产品，在功能、造型、装饰等方面虽不可能面面俱到，但是各方面必然继承并发展了传统，符合当下人们的审美观念。中国传统的设计观念在功能方面，孔子与墨子就分别提出过“文质统一”“先质后文”的观点都是肯定功能在设计中的重要作用，在中国艺术文化宝库中，从仰韶文化的双耳尖底瓶到明式家具再到故宫建筑群多以功能为主的设计占有了大多数；在造型方面，要求造型优美、简练有致，并且不妨碍功能的使用，如北宋瓷器的梅瓶造型不仅富有曲线美，符合当时人们的审美观念，同时能够满足大容量的装酒需求；在装饰方面，正如李白所谓的“清水出芙蓉，天然去雕饰”，产品多以自然状态呈现，并且在装饰上符合人们的审美意境，同造型唤起人们的意象；在材料方面，中国设计思维强调“天人合一”的设计思想，强调人与自然和谐相处，相应设计品多采用天然材料，如明式家具多采用黄花梨、红木、紫檀等；在色彩方面，中国传统文化对色彩的使用也是十分考究的，每个颜色都是有其象征意义，如红色代表着吉祥喜庆、黄色代表富贵、白色代表着纯真朴素等，同时自北周以来就有“以衣取人”的“品色衣”。

当代人们的审美观念受到多元文化的巨大冲击，陶瓷产品的用途也变得多元化，但是茶具仍然占据着陶瓷市场的主流，在对传统陶瓷制造技术研究下，设计方法受到西方设计思潮的巨大影响，如符号学、解构主义、语义学等方法论的指导下，对传统风格中的产品符号进行了提炼、加工、重组，从而符合当下人们的审美情趣。在中国台湾的陶瓷品牌一陆宝一的产品中出现了现代气息的中国风茶具，其造型和结构方面有着包豪斯所主张的简单的几何形、少装饰的特点，有中国古典意味的同时也有着鲜明的现代主义特点：产品的颜色上朱红色、黑色、白色也可以使人联想到朱墙、水墨之感，能够营造一种独特的东方审美意境；在装饰上，运用中国神话中龙祥瑞、尊荣的形象来进行装饰，进一步加深了

人们产品的认同感，同时领略到中华文化强大的影响力。



图 2. 图 3 陆宝“龙启茶壶”系列

在人们生活方式与设计方法发生变化后，新型模式地产品也开始出现了，并且将意境与滥觞与西方的设计方法进行结合来进行产品的开发和改良的，使产品具有中国的文化意境的同时符合当下人们的生活模式，譬如，饮茶作为中国的一种饮食文化习惯，不仅研发了极具仪式感的茶艺、创造了舒适的意境，将茶文化带向了世界各地，并且带动了茶具的开发与生产；但是现在快节奏的都市生活和独居生活方式的出现，使得闲下来泡茶变成一种“奢侈”的行为，因此设计师针对这种情况开发了一种新的茶具，即“快客杯”，其利用组合设计，将繁琐的茶具进行简化与整合，使整个产品变得轻巧能够随身携带，方便使用者可以在工作的“碎片时间”中能够体验到泡茶的乐趣，从而感受到生活所需要的仪式感，使得一种舒适的意境油然而生。在陆宝的快客杯设计中，结合了组合设计与模块化设计，使得产品部分与整体的关系变得协调，而且单个部件能够做到“合二为一”的效果，茶壶与茶杯可以互换；在产品的颜色上，也是采用素色来进行装饰，如磨砂黑、红铜色等，这些都符合中国古典审美；同时在包装上也采用便携式设计，整个包装内部空间安排的十分得当，是人们更加方便携带到工作、休闲、娱乐等空间之中。当下人们生活方式的不断改变与新型产品的出现，影响着意境的构成方式，通过新中式产品中的若干感性材料，能够不断使受众感到新奇、有新意，这也就是设计一直在追求创新的重要原因。

2. 新中式陶瓷设计意境的构建

王国维先生曾在《人间词话七则》中谈到境界的一种层次，即“有我之境”与“无我之境”，产品的设计风格所要营造的同样也两者的相互结合。在的在当下纷繁复杂的市场中，要设计优秀的设计作品不仅要考虑到产品的功能，其次无不要考虑到产品的所传达的信息和设计韵味构成的一种意境，同时也是该产品品牌的一些列风格的滥觞。当下消费者出现不少为情怀买单的情况，因此设计产品不仅要考虑产品的实用性与功能性方面，而且在设计上考虑到产品风格的寓意及其传达内容并要引发消费的购买欲望，从而创造广阔的设计市场。“有”与“无”可以看做是产品的功能与意境方面，一方面有是受众能够亲身体验的，能够实实在在的创造价值，呈“显性”的状态；另一方面，“无”的存在在受

众之中有不用观点，但是其早已成为设计师与消费者沟通的无形媒介，只在于设计师与消费者是否达成共识，是思维层次的交流，呈“隐性”的状态。新中式风格更是在传统与现在的物质与非物质媒介中找到一种新的表现风格，以前的“有”成了现在的“无”，以前的“无”变成了当今的“有”，其做到了当今“有”与“无”关系的一种权衡。当代陶瓷材料的运用设计多个领域，如茶具、餐具、酒具、灯具等各种器具，并且随着人们生活方式的不断更迭，陶瓷设计的风格发生不断的变化创造着不同的意境，其材料开始衍生到各个领域，但是其必然受中华文化与中国传统美学影响具有中国传统样貌与色彩。同样从设计师与受众的角度来解构“有我”的定位，两者共同构筑传达意境的桥梁，引发更深层次对传统文化意境及意象的思考，设计师与消费者的移情作用都得到了显现，所营造的关系也十分明显；产品的“无我”必然要考虑到具体的使用空间与环境下所营造出来的意境，正如陶渊明的“采菊东篱下，悠然见南山”是“无我之境”一样，审美主体的情感移情到具体的事物没有前者的明显，但是所营造的意境却将主体与对象的意蕴完美融合在了一起。

2.1 有我之境

“有我之境，以我观物，故物我皆著我之色彩。”^[3]从作为设计师的角度来进行产品设计思维的构建，此时的设计师不仅是设计产品的创造者，同时是对中华文化的审美主体，可以称得上第一层的“有我”，设计师将自己对传统文化的理解和认识通过自己的构思熔铸为客观可感的设计作品，通过设计作品可以领略到设计师的文化修养、艺术才能等多方面，同时通过设计师的思维感受更深层次的意境；从作为消费者的“有我”来看，通过感受设计师的创造，受众在自己的脑海中对设计师索要传达的境界进行再创造，此时的审美主体不再是设计师而是鉴赏者，鉴赏者运用自己的想象、情感对产品进行再创造，此时审美主体个人的生活经历、文化修养、年龄的不同，会产生不同的理解，故每个人的“有我”也不尽相同。

2.2 无我之境

“无我之境，以物观物，故不知何者为我，何者为物。”^[4]作为设计产品，陶瓷产品同样离不开具体的使用空间环境，此时的产品意境是否发挥到极致不仅在于其自身所蕴含的意蕴，同样取决于空间中其他元素的形态，整体与部分的关系是否和谐是构成“无我”的重要原因，否则产品的效果会造参差不齐的效果。在现代设计潮流中出现了新中式的家居设计、室内设计、景观设计等，此时就需要产品设计师同环境设计师协同合作出优秀的创作，从而为营造“无我之境”创造条件，这样置身于此空间的我们才能感受到创作者所要传达的意蕴与和谐的意境。

王国维先生也说过，“境界有大小，不以是而分优劣”^[5]。新中式风格所要营造的意境也是如此，其不仅在于功能与风格的协调配合中，而且也在于设计师、受众等审美主体的自身感受，取决于与其他设计产品的相互作用之中，因此，围绕意境进行衍生设计的取材十分广泛，作为设计师应综合处理诸如文化、历史、社会、功能、消费者、商家的那个诸多因素来进行产品的设计，同时可以对“有我”与“无我”的审美意境空间的关系进行审视，并且协调两者之间的关系，从而扩大人们的审美想象空间。

3. 设计实践分析

通过对中国美学的意境分析，在现代科学的设计方法论指导下设计产品是当下设计师需要掌握的重要

技能之一。在经过对市场的调研后，该组陶瓷产品从组合设计与模块化设计等科学设计方法论入手，并且结合中国传统美学中的意象与意境来进行设计。首先选用组合设计的目的是将整套餐具统一功能的单元，设计成具有不同功能或不同性能的可以相互结合使用的模块式组件，以便更好地满足各种厨房使用状况与用户的使用。同时，该套新中式的陶瓷餐具设计采用模块化设计的目的是以少变来应对多变，以尽可能少的资本来生产出尽可能多的厨房产品与生活用品，以最恰当的经济资源配比的方法满足各种要求。

3.1 设计题材的确定

在中国每一年的正月十五元宵节先后，各地人们都会在家门挂起寓意喜庆团圆的红灯笼，来营造一种节日的氛围，故而灯笼逐渐成为中国人喜庆、欢度佳节的象征，固在罗贯中的《三国演义》中有“张灯结彩”之说。时至今日，随着电子科技的发展，传统的手工艺与节日逐渐被人们所遗忘，制造灯笼的技艺也开始鲜有人传承，许多地区的灯笼工艺已经入选非物质文化遗产的目录，如山东滨州的手扎灯笼、福建南安英都拔拔灯于 2008 年 6 月入选国务院批准文化部确定的第二批国家级非物质文化遗产名单^[6]。该陶瓷产品通过上述方法论对家庭中常用的产品进行组合设计，并且结合现代年轻人快节奏的生活模式利用卡扣等部件对产品的内部结构进行了改良处理，使产品不仅适用于家庭中，而且在工作中可以作为便当盒，携带至公司进行加热，从而创造产品的审美意境使人们时时刻刻想着在家等候自己回家团圆吃饭的亲人，使海内外千千万万的中华子孙，增强他们的归属感与对中华文化的认同感。

3.2 整体的概念思路

在确立好产品的设计图后，运用 Maya 软件进行建模，进而利用 Keyshot 来制作产品的质感与釉色的渲染。在造型上，采用中国传统额手扎灯笼的造型来进行组合

设计，并且将不同用途的器皿进行模块化；在釉色的方面，外部的釉色采用故宫皇室建筑中常用朱红色墙与中国象征吉祥的锦鲤中红色的中间色调，餐具内部釉色采用珍珠白色，同样与中国传统建筑中的台基的部件和锦鲤中的白色；在装饰纹样上，采用国画中的竹子、锦鲤的鱼尾、梧桐叶的抽象化形象进行设计。在结合多种意象后，可以使受众通过可观的感性材料，从而扩大审美想象空间、激发意境，使不同的受众能够产生不同的审美感受，达到“以一见多”的审美意境。

3.3 部分的细节处理

经过市场调研，发现大多数酒店都采用瓷器作为餐具来使用，同时由于瓷器的清洗十分方便，油渍、残留饭菜等能够迅速祛除的有点伤，因此在具体的材料选定上采用瓷土来进行制作，外部的肌理运用带有磨砂质感的朱红色釉来进行制作，首先是内部的珍珠白釉色是满足中国古代对玉器的喜爱，并且其洁白无瑕的颜色正如中国画中的“留白”一样，能够给予受众更多的想象空间；外部的釉色，采用代表中国喜庆的红色，磨砂是经过对市场的调研发现现代年轻人对磨砂质感的极简产品的喜爱进行处理。同时加入了现代玻璃材料与内扣使能够放餐具、调料等物品，并且产品能够进入微波炉等电子产品的使用中。

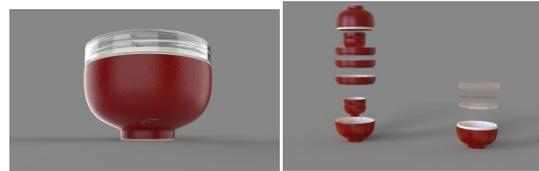


图 4. 图 5 作者设计实践

4. 结论

中国美学中的意境不能只是某一个局部所体现出来，其更多的是设计产品整体上给予人的感觉，整体外观中造型和釉色的选择对新中式风格的陶瓷产品的民族特征影响较大，具体装饰纹样的题材也是影响意境的重要因素之一，同时在产品使用的过程中，空间环境的选择也是至关重要，茶馆的宁静舒适也是塑造良好意境的重要外部条件之一，因此在环境设计的过程中也需要考虑到新中式的具体应用。目前新中式风格已经在各个设计领域中埋下种子，在未来各门设计种类必能相互结合、取长补短，营造更加舒适的意境。

尼采曾经说过：“如果一个民族被文化的洪流所卷走，那么他不可避免地要是去自己的民族性，蜕变为毫无个性特征的群落，从而去自己的历史地位。”^[7]在经济全球化的过程中，各种文化意识相互碰撞，坚持并发展本民族自己的特色是当下时代重要的要求的。因此结合中国传统美学中的意境来进行当下新中式的陶瓷产品是切实可行的，并且围绕中国文化艺术宝库中优秀的意匠来进行当下意境的衍生设计唤醒人们对当下中

式风格的再认识。当前整个社会都在倡导并启动中华优秀传统文化的继承和发展，这在一定意义上有利于大众回顾中国文化，而且有助于设计师创造新的中式风格，来创造更加舒适的生活方式，从而将传统意境融入生活，创造有中国特色的生活美学。

References

- [1] Wang kuowei. (2003) Thirty-one. In: Wang Wenlaing, Ma Yanru, Wang Li.Jen-chien T'z u-hua. (Eds.),Nei monggol press .Nei monggol.pp.58.
- [2] Wang bi. (2012) Theory of Image. In: Zhang Jihai, Shi yu. The Book of Changes. ZHONGHUA Book Company. Beijing.
- [3] Wang kuowei. (2003) Thirty-three. In: Wang wenlaing, Ma yanru, Wang li.Jen-chien T'z u-hua.(Eds.),Nei monggol press publishing. Nei monggol.pp.60.
- [4] Wang kuowei. (2003) Thirty-three. In: Wang wenlaing, Ma yanru, Wang li.Jen-chien T'z u-hua.(Eds.),Nei monggol press publishing. Nei monggol.pp.60.
- [5] Wang kuowei. (2003) Thirty-nine. In: Wang wenlaing, Ma yanru, Wang li.(Eds.),Jen-chien T'z u-hua.Nei monggol press publishing. Nei monggol.pp84.
- [6] General Office of the State Council. (2008).The State Council announced the second batch of national-level List of non-physical cultural heritage and the first batch Notice on the List of National Intangible Cultural Heritage Expansion
Project.http://www.gov.cn/gongbao/content/2008/content_1025937.htm.
- [7] Hu J.Z, Wang YC,Li Y.Z.(2016)Chapter 2 Nietzsche's Birth of Tragedy.Hu J.Z,Wang Y.Z,Li Y.Z.(Eds.),The Classic Writing of Western Literature Thoery. Peking University Press.Beijing.pp61.