

“气韵”在产品中的应用

康佳云珊, 许开强

(湖北工业大学, 武汉 430000)

摘要: **目的** 用气韵的审美视角研究北京奥运奖牌的设计理念, 并简述里约奥运奖牌的设计突破、简析气韵的涵义与美学解释。**方法** 从气韵的审美方式出发, 探究北京奥运奖牌形式的呈现、材质的应用、寓意的表达。联系中国传统审美和当今国际审美特点, 用专业的设计方法进行剖析。**结论** 将民族传统材料与现代可持续环保材料进行结合能创造出具有传统文化底蕴和更具人文关怀的设计, 能在国际市场上表现得更加出色。

关键词: 气韵; 审美方式; 北京奥运奖牌; 设计理念; 里约奥运奖牌

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)18-0220-05

Application of "Artistic Conception" in Product Design

KANG Jia-yun-shan, XU kai-qiang

(Hubei University of Technology, Wuhan 430000, China)

ABSTRACT: It aims to study the design concept of Beijing Olympics medals from the aesthetic perspective of artistic conception, analyze the design breakthrough of Rio Olympic medals, the meaning of artistic conception and aesthetic interpretation. Starting from the expression of aesthetic spirit, it explores the presentation forms of Beijing Olympic medal, materials application and meaning expression. Combined with traditional Chinese aesthetics and modern international aesthetic features, analyze it with the professional design methods. The combination of traditional national materials and modern sustainable environmentally materials can create design that has traditional culture and more humanistic, show even more outstanding performance in the international market exchanges.

KEY WORDS: Artistic conception; aesthetic approach; Beijing Olympic medals; design concept; Rio Olympic medal

中国美学“气韵”的概念, 在当代设计中经常出现, 精彩纷呈。以下将鉴赏北京奥运奖牌的设计及简述里约奥运奖牌的突破, 从而论述“气韵”在设计作品中的体现。北京奥运奖牌的设计团队倡导将中国传统文化的精气真髓协调现代设计, 并重申这种调和不是简单的组合, 而是对中国文化沉深领悟后的呈现。里约奥运奖牌设计的理念与中国美学“气韵”的核心一致, 均追求天人合一, 这里从“气韵”的审美角度出发, 欣赏并分析了北京奥运奖牌的设计, 简述了里约奥运奖牌的革新设计。在描述中体悟, 思考如何传承和创新, 如何让设计作品更具文化底蕴和精神力量。

1 “气韵”的涵义与美学解释

“气韵”在中国美学体系中是很具代表性的。曹

丕《典论·论文》中的“气”是指艺术家的生命力和创造力。艺术家的艺术创造活动, 也就是“气”的运化^[1]。确实如此, 在日常生活中, 经常会用“灵气”一词来褒奖某人在艺术方面, 具有禀赋过人的才华。灵气的“气”, 可以理解为炙热的创造能量, 创作活动的持续运行, 是气韵灵动的升腾。

然而对于“韵”的理解, 韵原旨音乐律动, 在魏晋南北朝时期, “韵”通常用作描述人物的风韵, 姿态, 神情。韵的适用范围由声而人, 又由人物画而山水画, 其心理根源则可归结为全人类共有的拟人化情态^[2]。正是因为全人类的浪漫情怀, 赋予无生命的物质以生动鲜活的感情色彩, 这种以己度物的方式, 逐渐演变为或不知不觉, 或刻意为之的美化生命的惯性行为。所以“气”和“韵”是互相倚仗, 相互渗透的。“气”、“韵”

收稿日期: 2017-05-11

作者简介: 康佳云珊(1991—), 女, 湖北人, 湖北工业大学硕士生, 主攻工业设计、服务设计。

通讯作者: 许开强(1962—), 男, 湖北人, 博士, 湖北工业大学教授, 主要研究方向为工业设计。

二字的丰盈内蕴，为其在美学史上的演化给予了颇多未知之美。更为设计领域提供了源源不断、取之不尽的灵感源泉。

在对“气韵”的重视上，追溯源头，可以由此及彼的看出中国人的审美习惯。即感性自由，自然而然，天人合一，在张扬与含蓄中取恰到好处。谢赫提出的六法，其一，气韵生动是也；其二，骨法用笔是也；其三，应物象形是也；其四，随类赋彩是也；其五，经营位置是也；其六，传移模写是也。在谢赫的《画品》中，气韵生动这一美学范畴位居首位，可见其重要性，气韵今天依然是为东方造型的核心观念^[3]，其次紧跟着的五法属于表现技法。广受赞誉的艺术作品，首先从宏观上应当是和谐的，是舒展的，是给人以美的视觉感受的。蔡元培先生曾说过，中国人是富于美感的民族。“气韵”显露出的是有生命力的美，有灵气的美。表现为或飞扬跋扈，或静谧安宁，或两者兼并。艺术作品有了“气韵”，从而进入了精神世界的无限自由之中^[4]，生动便不请自来。“气韵”的涵义呈现了中国千百年来文化特色。

2 “气韵”在中国美学中的定位

在中国美学思想中，“气韵”占据十分重要的位置。“气韵”是一个具有东方哲学意味的词汇^[5]。虽然中国享有底蕴深厚的文化历史，但是中国美学史的发展并不长。美学思想的源头在德国，然而在坐拥数千年历史文明的中国，美学思想仅仅发展了一个世纪。“气韵”在艺术创造和鉴赏中追求天人合一的境界，希望在对艺术品的观照中达到对于天地万物的体悟，超越自身的有限而通向宇宙的无限，从中获得博大深沉的宇宙感和人生感，这一思想中的理性思考、感性愉悦和情感体味浑然一体，水乳交融，生命的律动与自然的节拍相合。大象无形，大音希声，生命与自然就在这片博大的静穆中共生永存^[2]，其中所提及的观照是佛家用语，意思是静观世界，用智慧的视角来看待事理；设计师接收到天地万物的反馈，经过沉淀之后释放出或具象或抽象的作品，便是对天地万物的体验和感悟；这一系列的输入和输出反复碰撞，得到升华，人文与自然交相辉映，天地一色，和谐永生，“气韵”好像一张无形的网，穿透悠远、包罗万象、包容万物。

中国世代代的传统审美都是具有某种美好祝愿的，以吉祥如意为美，以四季平安为美，以团团圆圆为美。也可以说“气韵”在中国人的理解中是协调和海纳百川的。基于中国人的含蓄、风骨等传统品质，中国美学并不认可显于形的美，而是更加注重内外兼修，富有深刻内涵的美。“气韵”具有层次丰富、形神兼备与想象无限的特点，“气韵”筑起的故事空间，呈现出立体画面感的气质美。

3 “气韵”在产品设计中的应用与研究

3.1 “气韵”在北京奥运奖牌上的应用与研究

2008年北京通过奥运会向全球展现了中国形象，时至今日，八载春秋，它的深远影响力仍不容小觑，北京奥运会在中国人心目中的地位以及对国人的感染力也是巨大的^[6]。北京奥运奖牌“金镶玉”见图1(图片摘自嘉兴人网)，作品被认可为中国文化与奥林匹克精神的完美结合。设计奥运奖牌的前提条件，要遵守国际奥委会统一规定，必须有一面刻制插上翅膀站立的希腊胜利女神和希腊潘纳辛纳科竞技场图案，设计师在直径为70毫米，厚度为6毫米的有限空间上做文章，既要符合要求，又要展现中国特色和满足国际期待，可见此设计极具挑战。



图1 北京奥运奖牌“金镶玉”

Fig.1 Beijing Olympic medal "Gold inlaid with jade"

3.1.1 “气韵”在北京奥运奖牌形式上的体现

带来耳目一新的体验是“金镶玉”的结构形态。设计团队在奖牌形式上的设计观点是将玉佩元素充分融入奖牌设计之中，展现了古典与现代的完美结合。玉本身也是文化符号和象征。奖牌在表达对竞技者的认可的同时，更像是一块瑰宝，一尊制作精良的工艺品。奖牌与丝带衔接的挂钩由中国汉代玉双龙蒲纹璜演变而成，中国汉代玉双龙蒲纹璜见图2(图片摘自成长博客)，奖牌选用朱地云纹，寓意喜气祥瑞的中国红丝带。奥运奖牌用中国传统工艺制作的木质漆盒盛放，漆盒是四方的造型，天地盖四边略呈弧形，喻



图2 中国汉代玉双龙蒲纹璜

Fig.2 China Han dynasty double dragon Puwen semi-circular jade

意天地四方，六合美满^[7]，这是一套系统化的设计，主设计与辅设计均能体现气韵的大气磅礴之美，作品整体看来是和谐共生的，将古典设计与现代设计融会贯通，既有古典元素的精致典雅，又有现代设计简约至上的理念。符合中国人民贯穿始终的传统审美，也赢得了国际友人的赞誉。北京奥运奖牌将热情洋溢的美好祝福，与世界分享。从形态上来看，它极好的地表现出了独有的意境和气韵，值得反复品味。

3.1.2 “气韵”在北京奥运奖牌材质上的体现

奖牌在有限的主体上表现出无限的意境，使人过目不忘。设计团队在奖牌材质上的设计观点是将玉的不同种类合理充溢到奖牌设计之中，奖牌在材质上做到了创新突破^[8]。“金镶玉”这种独一无二的新意，让奖牌像一块玉佩，非常具有中国的文化特色。玉在中国有特殊象征意义，千古流传的美誉，是区别于其他国家的一种独具特色的文化。古人有云黄金有价玉无价，青海昆仑玉，白玉结构细腻，交织紧密，油脂性好，色白；青白玉质地略好，透明度较高，颜色青白；青玉质地细，颜色绿，透明度低^[9]。设计团队根据不同种类的玉石呈现的不同色泽，和金银铜材质进行设计匹配，最终金牌配白玉，银牌配青白玉，铜牌配青玉。综合白玉品质最为上乘，以及白色百搭的属性，搭配黄金色，金色是非常特殊的颜色，不易搭配，稍不留神会给人庸俗的视觉体验。青白玉质地较透，稍显冷冽，银的反光率极高，二者不谋而合。青玉色绿，不完全透明，相比白玉和青白玉颜色最深，和铜的深沉匹配。无论是欣赏整体作品，还是单独观赏奖牌，画面都是和谐典雅的。因为玉易碎的特性，金镶玉的奥运奖牌更像是一块珍宝，更显来之不易，需悉

心呵护。奖牌无论从自身价值还是附加价值上来讲，独具匠心的设计都体现了对荣耀的尊崇。金玉良缘的跨界设计，是多方位的合作，工业设计师与材料学专家、金属、玉石专家一起统筹规划，各善其职，将各自的优势放大化，让设计作品最终呈现的状态逼近完美。

3.1.3 “气韵”在北京奥运奖牌寓意上的体现

美玉千金难求，玉石之所以受众人追捧，是因为它是源于大自然的鬼斧神工，得来不易。设计团队在奖牌寓意上的设计观点是将玉的美妙含义充盈至奖牌设计之中，玉是中国的国粹，不仅象征富贵、权利，而且被赋予“君子无故，玉不去身”的象征。可见古人佩戴玉，并不是简单的装饰，更是为了表达精神价值和自身修养，表现贤达的德行。君子用玉不离身来时刻严格要求自己的道德规范。可见玉被笼罩上一种属于东方国度的特殊神圣感。这种神圣感带有几分庄严和尊尚，与奥林匹克竞技精神是相得益彰的。著名雕塑艺术大家钱绍武先生对这套作品赞赏有加：“佩玉在奥运会的奖牌设计史上是从来没有的，金张扬，玉含蓄，配在一起很好。”作为东道主，细节需做到符合全球审美。设计团队最大程度地保留了玉的气质，并未多加雕琢。美玉并非简单的镶嵌在奖牌上，而是结合玉本身温润细腻的特质，保留圆润的质感，微微拱起，大有势如破竹之势，形象地表现了竞技体育的魄力，也表现了“气韵”的生命力。玉的天然气韵与高贵气质，灵动玉润的观感和手感，是中国人民对奥林匹克精神的致敬，是对奥运选手的钦佩和敬重。

在世界舞台上展示中国特色，中国传统文化要转化为现代符号，需要国际性的识别和认可，要强调简约大气的现代美感。对于任何一个民族而言，视觉符号都是其民族文化语境的一种视觉化表征^[10]。北京奥运奖牌成功的一点在于运用中西方设计方式的无缝结合，表达自身设计理念的同时，真正意义上从深处挖掘了中国传统的神韵气韵，传达了中国的传统文化内涵。在国际舞台上向世界人民传达了属于中国的美学态度。北京奥运犹如一个明亮的窗口，一览无余地展示出中华民族和平崛起的宏观时代背景^[11]。

3.2 “气韵”在里约奥运奖牌上的设计应用

2016年刚闭幕的里约奥运会及残奥会的奖牌设计见图3（图片摘自深圳残疾人网），均展现了环保至上的可持续发展理念，这与中国美学“气韵”的特质不谋而合，都是追求人与自然和谐共处、胶漆相投；生态人文之间良性循环，天人合一的美好愿景。

里约奥运会以及残奥会的全部金牌均采用无汞黄金，就是在提炼过程之中没有使用水银。银牌和铜牌的材料使用回收金属，根据巴西官方委员会的报

道，制作奖牌的银有 30 % 是从废旧镜子和 X 光片中提取回收的；制作铜牌的铜料有 40% 来自造币厂本身的废料。绶带的材料选用回收塑料瓶的再生品。奖牌搭配鹅卵石状的木盒，此木盒的材料提取自被认证为生态可持续发展的森林^[12]。推陈革新的是，残奥会奖牌设计了盲文并且在奖牌内置了微型钢球，使奖牌可以发出声音，视觉障碍的运动员可以摇晃奖牌，聆听声音的不同来辨识奖牌的类别，这个体贴入微的细节设计，让视觉障碍的运动员赢得荣耀和关怀，获得与奖牌之间从未有过的互动。



图 3 里约奥运会及残奥会的奖牌

Fig.3 Rio Olympic and Paralympic Games medals

4 结语

中国美学范畴包含的“气韵”，不仅可以为设计师带来具有生命力的美学思想，还能提供许多遐想空间。中国传统文化的内涵十分丰富，随着中国的国际地位不断攀升，中国拥有更多的机会展示中华民族的魅力，通过学习和研究“气韵”，可以更好地用民族语言与世界进行沟通交流。这里通过展开对北京奥运奖

牌形式、材质、寓意 3 方面的探讨，从“气韵”这一方面进行赏析，总结出采用民族的传统审美，使用传统材料表达，并与现代设计有机联系在一起，会碰撞出耀眼的火花。因为作品有了深厚的根基、灵魂、精神，自然获得世界的认可和喜爱。并联系最新典型案例，即 2016 年里约奥运会奖牌进行浅析，“气韵”的浩瀚宽广，具有无国界的魅力和气魄。理解“气韵”这一美学范畴对设计理念的提升有很大的帮助。面对飞速发展的设计浪潮，具有传统文化底蕴的设计、拥有社会责任感和大局观的设计作品，将在国际市场上呈现独具一格的魅力。

参考文献：

- [1] 叶朗. 中国美学史大纲[M]. 上海: 上海人民出版社, 1985.
YE Lang. Outline of the History of Chinese Aesthetics[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1985.
- [2] 王庆卫. “气韵”与中国古典美学的诗性思维[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版), 2004, 17(2): 185—186.
WANG Qing-wei. "Qiyun" and Poetic Thinking of Chinese Classical Aesthetics[J]. Journal of Yantai University(Philosophy and Social Science Edition), 2004, 17(2): 185—186.
- [3] 周岳. 又见祥云——北京奥运会核心图形的再利用[J]. 装饰, 2015(1): 123.
ZHOU Yue. Reappearance of Propitious Clouds: Reuse of Core Graphic of Beijing Olympics[J]. Zhuangshi, 2015(1): 123.
- [4] 张楠木. “气韵生动”的意义指向及阐释拓展[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2012, 40(1): 164.
ZHANG Nan-mu. Orientation of Significance and the Expansive Interpretation of Lively Spirit and Charm[J]. Journal of Lanzhou University(Social Sciences), 2012, 40(1): 164.
- [5] 卢铁柱. 当代平面黑白装饰艺术中的气韵之美[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 30.
LU Tie-zhu. The Artistic Conception Beauty Contemporary Plane Black and White Decorative Art[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(16): 30.
- [6] 陈楠, 周志. 从北京到伦敦——奥运特许计划专家张姗访谈[J]. 装饰, 2012(7): 41.
CHEN Nan, ZHOU Zhi. From Beijing to London: Interview with Zhang Shan the Expert of Olympics Licensing Program[J]. Zhuangshi, 2012(7): 41.
- [7] 崔乐泉. 中国奥林匹克运动通史[M]. 山东: 青岛出版社, 2008.
CUI Le-quan. A General History of the Olympic Movement in China[M]. Shandong: Qingdao Press, 2008.

- [8] 田君. 玉汝于成——2008 奥运会奖牌主创设计师肖勇访谈[J]. 装饰, 2008 (8): 53.
TIAN Jun. Make it a Success by Difficulties and Hardship-Interview of Xiao Yong: Chief Designer Signer of 2008 Olympic Medals[J]. Zhuangshi, 2008 (8): 53.
- [9] 李静娜, 王国淞, 张良钜. 浅谈镶嵌在奥运奖牌上玉环的结构特征[J]. 科技视界, 2013(30): 74.
LI Jing-na, WANG Guo-song, ZHANG Liang-ju. Introduction to the Olympic Medals Jade for Structure Features[J]. Science & Technology Vision, 2013(30): 74.
- [10] 王雪皎. 日本广告图像设计中的民族意识[J]. 包装工程, 2016, 37(10): 51.
WANG Xue-jiao. National Awareness in the Design of Japanese Advertisement Images[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(10): 51.
- [11] 夏虹, 申国卿. 回望北京奥运之年的体育文化遗产[J]. 武汉体育学院学报, 2014, 48(7): 42.
XIA Hong, SHEN Guo-qing. Sports Cultural Heritage of Beijing Olympic Games[J]. Journal of Wuhan Institute of Physical Education, 2014, 48(7): 42.
- [12] 刘晶晶. 2016 里约奥运会的设计[J]. 装饰, 2016(7): 45.
LIU Jing-jing. Design for Rio 2016 Olympics[J]. Zhuangshi, 2016(7): 45.