

【高校设计研讨】

基于“生态·健康”理念的文创产品设计

熊兴福, 戚朋

(南昌大学, 南昌 330031)

摘要: **目的** 本文尝试从艺术、文化、社会和商业等角度挖掘“生态·健康”理念文创产品的创意资源及一般规律, 以便更好地服务于现代文化创意产品的设计开发。**方法** 从“生态·健康”主题在现代文化创意产品设计开发中的必要性和可行性入手, 探讨相关基础内涵、关键问题及实现途径等内容, 以期形成理论支撑, 然后通过设计、开发基于“生态·健康”主题文化创意产品的实践验证相关理念在文化创意产业创新中的实际效果。**结论** 从“生态·健康”与文创产品的关系之中掌握所谓“设计”行为, 并由此更进一步, 融汇贯通文创产品设计各领域, 指出“生态·健康”是符合时代大方向和人类社会科学发展规律的, 对文化设计行业本身健康有序发展也有好处。

关键词: “生态·健康”; 创意; 文创; 产品设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)16-0244-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.16.039

Design of Cultural and Creative Products Based on the Concept of "Ecology & Health"

XIONG Xing-fu, QI Peng

(Nanchang University, Nanchang 330031, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the creative resources and general principles of the cultural and creative products of "Ecology & Health" from aspects of art, culture, society and business, in order to serve the design and development of modern cultural and creative products. Based on necessity and feasibility of the concept of "Ecology & Health" in design and development of modern cultural and creative products, the basic concepts, key problems and ways of realization were discussed to form theoretical supports. The actual results of relevant concepts of "Ecology & Health" in cultural creative industries were verified through the practice of designing and developing cultural and creative products based on this concept. From the relationship between "Ecology & Health" and cultural creative products, the behavior of "designing" has been mastered and the research is further carried out. Through all design fields of cultural and creative products, it is pointed out that "Ecology & Health" is in line with the general direction and the rule of humanities and social scientific development and conducive to the healthy and orderly development of cultural and design industry.

KEY WORDS: "Ecology & Health"; creativity; cultural and creative; product design

随着科学技术的发展和社会的进步, 人类社会中的许多领域都发生了较为深刻的变革, 本文论述的设计领域也不例外。受到诸多新思想和理念的冲击, 文创设计受益颇多。进入新世纪后, 生态健康问题在国际领域受到越来越多的关注, 但如何才能实现人与自然的和谐共处, 如何解决生态健康问题, 这些迫在眉

睫的问题引导人们不断寻求解决方法。文创产品作为社会文化消费品的重要组成部分, 它从产生初期就被深深地打上了新时代的烙印。文创产品如何既能迅速反映时代需求, 又能更好地承载自然生态理念呢?

“生态·健康”理念潜移默化地影响着设计领域甚至社会文化导向, 也是文创设计的必然使命。

收稿日期: 2019-04-13

基金项目: 江西省文化艺术科学 2017 年重点研究基地项目 (JD17115)

作者简介: 熊兴福 (1963—), 男, 江西人, 南昌大学教授, 主要研究方向为产品设计和工业设计。

1 “生态·健康”理念的提出

1.1 生态

“生态”一词最初用来指代家庭或环境，经过时代变迁和历史洗礼，它被赋予了新的含义，指具有生命的个体的生存状态，以及生命体之间和个体与环境之间的紧密联系。生态如今也是社会流行语，我们常常用“喜欢生态”来描述人与自然的紧密联系与和谐共处。

1.2 健康

《现代汉语词典》中对“健康”一词的解释是：(人体)发育良好，生理正常，有健全的心理，具备良好社会适应能力。“健康”这个概念最早可追溯至柏拉图，他说过“美德是灵魂的健康、美丽和福祉”，柏拉图将健康从原先仅属于物理实体的观念升华到了心灵范畴，这是“健康”一词被泛化使用的开端。

1.3 “生态健康”

“生态健康”是指人们的衣食住行以及人们长期以来一直依赖的能够维持生命延续的新陈代谢过程，以及各种为人们服务的功能正常使用情况。它包括社会、经济、自然等多个方面，还涉及社会发展、经济活动、人类进步等多个过程。如果生态健康可以量化，那么当其达到一定的峰值就会导致生态安全、社会、经济和政治出现一系列安全问题。

保持、维护生态健康，找到使人类、物质及其他要素构成的复杂生态系统良性健康运转的途径，其最终目的是为了推进人与自然息息相关的生态系统的发展，而非寻求一种简单用于解决问题的方法。

2 “生态·健康”国内外相关研究

2.1 国内“生态·健康”研究

在国内，文化生态学的引进和研究始于20世纪80年代。1987年第6期的《内蒙古社会科学》(文史哲版)刊登了时为中央民族学院博士研究生纳日碧力戈的文章《民族社会的文化生态》，纳日碧力戈在文中指出：每一个民族都有自己的文化生态，文化生态与民族息息相关，文化生态具备自我调解的能力，而

这种自我调解能够保证民族社会的良性运转。2016年。山东大学王晓真在其博士论文《当代中国文化生态问题研究》中指出：文化生态应采取以下路径，从意识形态领域，法律与制度层面，实践与策略层面，应有效保护和合理利用社会主义文化资源，促进文化创新，繁荣文艺创作，推动文化产业的健康发展，加强网络文化生态建设，提升文化竞争力。

2017年，习近平总书记在“十九大”报告中，43次提到“生态”一词，在第9节中指出：“我们要建设的现代化是人与自然和谐共生的现代化，既要创造更多物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要，也要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要^[1]。”政府的高度重视及相关政策的大力支持和人类对于健康生命的追求，为研究“生态·健康”文创产品设计提供了极有利的外部条件。

2.2 国外“生态·健康”研究

生态学长期存在的问题是在不同的文化背景下，如何从周围环境中提取能量和物质来提供食物、庇护所、能量。1982年，加拿大多伦多大学环境研究所Lee B J在论文《An ecological comparison of the McHarg method with other planning initiatives in the Great Lakes Basin》中出现了“生态系统健康”这个词，其内涵包括恢复力与持久力等^[2]。“健康工业设计”这个词是由戴安中先生最先在1990年提出来的，戴先生是英国皇家的工业设计师，他提出产品应该满足人们对于健康的需要，同时在不同场合多次指出：日常生活中使用的产品是为了提高人们的健康能力，从这个意义上说我们应当重新理解产品设计^[3]。日本工业设计师深泽直人在《设计的生态学：新设计教科书》“多样化的设计与affordance——重新定义真实性(reality)”一章中写到：艺术活设计所看见的环境意义和机能不同，affordance所谓的环境内涵的价值，理解为身体所利用的机能性价值^[4]。

生态设计描述了人类社会使用自然世界的技术和策略。人类行为不断改变自然世界，“生态·健康”理念也正在影响人类生态学的发展及生态设计。比如由奥地利维也纳的MAK实用艺术博物馆发起的一个城市亮化项目的成果“日光树”太阳能路灯见图1，



图1 “日光树”太阳能路灯
Fig.1 "Solar Tree" solar street lamp

其设计灵感来源于对生态环境起着重要作用的树木。逼真的树木造型设计功不可没,绿色的树搭配白色的枝干,充满生机,为灰调的城市增添了感性的色彩。在技术原理上,利用可再生能源太阳能光伏发电给路灯供电,既环保又节能。

3 基于“生态·健康”理念的设计

在工业设计领域,让人们最先接触到生态这一理念的是批评家维克多·帕帕奈克,他在《为真实的世界设计》一书中提到^[5],但在当时“生态设计”这一概念并没有引起人们的重视。“生态设计”再一次被提起时已经是 20 世纪 90 年代初。

在产品设计领域,人们对生态设计的理解为:以产业生态学作为基本原理,将生态因素和环境因素融入产品设计,帮助设计师确定产品设计的方向。产品生态设计要求在产品开发的整个生命周期均考虑环境因素,全过程降低对环境的负面影响,最终引导产品成为一个更具有可持续发展性的产品^[6]。”将健康

的生态环境意识纳入考虑范围之中是每个设计师都要认真对待的事情,它必须要融入到整个产品设计及生产的过程中去。生态环境健康意识促使人们在设计之初就要考虑到产品的资源耗损,以及产品可能会带来的对环境的危害,同时还要满足人们通过产品提高生活质量的要求。

独特性是每个产品都应具有的特质,这种独特不仅局限于产品自身,可能会超越产品功能和产品本身,延伸至外在空间。这种延伸可能是实物性的,也可能是心理上的。比如橙子杯见图 2,这是为糖尿病患者研发的,它消除了人们对白开水的刻板印象,给人以喝橙汁的感觉。橙子的味道会引发人体记忆神经的反射,从而使人们感受到橙汁的味道,让患者在可以接近甜味的同时不对身体造成损伤,又能帮助患者养成喝水的良好习惯。此类产品设计以健康理念为导向,既能够满足使用者心理上的需要,又能让他们真正健康起来。



图 2 橙子杯
Fig.2 Orange cup

“生态·健康”设计应当包含两个方面:一是人是设计的主题,设计是以满足人的需求为基本目标,设计必须遵循人性化的设计原则;二是结合生态学原理,以人为中心,以设计为载体,协调人与自然、环境三位一体的关系,以“TRIZ”理论为指导,将“生态·健康”产品设计应用于整个产品创新之中。

由浙江大学创新团队设计的一款竹制 O 型笔见图 3,获得 2010 年度“德国 IF 材料趋势设计奖”,该产品采用竹子作为原材料,而竹子本身是一种可再生资源。该产品制作工艺简单,非常环保且成本低。这款产品的设计宗旨是打造一种更绿色环保的生活方式,而这种生活方式的基本前提是必须保障健康的生态环境。



图 3 竹制 O 型笔
Fig.3 Bamboo O-pen

产品生态设计是要求使用可循环及可再生资源,尽可能少地使用能源或者不可再生能源。从生产者的角度来说,减少了相应资源的投入,降低了制度成本;对使用者来说,产品于人体健康和环境无害;对环境来说,产品使用寿命延长,产品易于再利用,能减轻环境的负荷。三方共赢,从而达到与生态环境和谐共生。

4 “生态·健康”理念的文创产品设计

4.1 文化与文创产品设计

“文创产品”原是指狭义的文化内容,经创意设计变成有趣的商品,如今很多产品只要跟文创沾边都被叫做文创产品^[7]。为什么有“文化与创意产业”的提法?我们了解到,将文化、创意这两个看似分离的东西归为一个产业,是因为一个好的产品中,文化是其内核,而创意是其外在,内核与外在相互依存,传统中包含现代,设计中融入工艺^[8]。设计创意虽是外在,但却为文化这个内核具像化,换一个说法就是,创意让产品呈现出来,但文化成全了产品的核心价值^[9]。

这样一来,文创产品设计的本质就不难理解了,从产品层面来讲,就是通过创新设计手法将文化元素融入产品,而从用户层面来讲,用户(消费者)通过对产品体验,在脑海中激活其中蕴涵的文化元素,将文化传递到用户心中^[10]。

4.2 “生态·健康”理念与文创产品设计两者关系

“生态·健康”理念影响着文创产品制造方向和设计观理念,文化创意与其他产业发展互相交融,同时由此产生的文化创意产品也传递着相同的社会理念,促进生态健康持续发展。两者是相互促进相互影响的关系。

由于各自秉承的观念差别很大,对生活方式的理解和认识这一理念的出发点以及对于生态健康的定

义也不尽相同。比如唤醒灯见图4,最舒适的唤醒方式是使用光照。通过在半小时左右逐渐增强灯光亮度来模拟日出,可以调节激素分泌,让人从深度睡眠逐渐转换为浅睡眠直至清醒。圆形光源为太阳,绕中央顺时针旋转,并且逐渐从左侧升起变亮再慢慢变暗从右侧落下。通过这种方式可以调节人体生物钟,让作息更加健康,体现了对健康生活方式的理解与尊崇。



图4 唤醒灯
Fig.4 Wake-up lamp

4.3 新理念之下的文创产品创新设计

如何在“生态·健康”理念指引之下的文创产品创新设计的环境中进行文创产品的设计创作,创造出符合人类社会可持续发展,对社会发展有益的文创产品,这是永远不会过时的话题。设计致力于“真实的世界”从深层次探索与人类永续发展的关系,认真考虑地球资源的使用问题,并为保护地球的生态环境服务。

笔者设计的不倒翁仿生太阳能蓄电器见图5,其设计灵感来源于盆栽植物和不倒翁。当今社会,人们都希望生活能够更健康、便捷、有品质。随着生活节奏的加快和随身设备用电量的增加,蓄电器(或叫充电宝)几乎成了必备物品。设计这款蓄电器时,笔者从盆栽、不倒翁、台灯3者中获取设计灵感,抽象出相应元素,包括图案、色彩,最终呈现拉长水滴形态,外观时尚,线型流畅,简约大方,给人以清新和舒适的感觉。



图5 不倒翁仿生太阳能蓄电器
Fig.5 Bionic solar energy accumulator

盆栽植物元素的使用拉近了人类与自然的距离。人类的命运与生态环境息息相关,近在咫尺的植物元素也提醒我们要保护生态环境。不倒翁仿生太阳能蓄电池依据喜阳植物每一片叶子上太阳能薄膜都尽可能接受最大光照的生长规律,按斐波那契数列的分割比例 $360^\circ - (360^\circ \times 0.618) = 137.5^\circ$, 每个叶片与前一叶片在轴向旋转 137.5° , 上下排列错落有致, 确保每个叶片都能接受最大光照。同时也真实模拟还原了植物的光合作用, 是科技与美学、环保与现代的完美结合。

因为加入了不倒翁的设计灵感, 该产品在绝大部分场景均可正常使用, 如放置于窗台或不平整地面都可达到直立要求。产品上部可轴向旋转、内部可水平伸缩, 叶片整体旋出时, 可接受阳光照射, 并储存太阳能, 旋入时可随身携带用作 USB 充电器及小型照明器。太阳能的利用既符合节能减排的要求, 又有利于构建环境友好型社会。该产品的设计融合了生态环境保护及绿色可持续发展理念, 为我们利用科技保护人类赖以生存的生态环境提供了范例。

在新理念下进行“生态·健康”文创产品设计应从以下几点努力。一是关注“生态·健康”和文创产品开发相关的政策; 二是通过情感化设计让“生态·健康”理念, 推出实用产品, 以“接地气”的方式, 使文创产品走入百姓生活中并广泛传播; 三是“生态·健康”理念文创产品创新设计来自于对生活的观察, 从创新的3个层面, 即形式、方式、功能等方面进行设计增加美感同时又更好地服务于功能; 四是文创产品的数字化, 中国有些文化遗产面临失传, 数字化的记录、保存、研究, 利用三维虚拟现实的方式更为细致地深入记录, 便于文化的传递等。

5 结语

“生态·健康”这一理念一经问世, 就在各个领域产生了极大反响, 并引起了业界的热烈讨论。文创产品设计与它的结合, 既是“生态·健康”理念社会影响力增强的表现, 又对文创产品设计提出了新的要求, 同时, 文创产品设计领域对其也作出了积极回应, 顺应了时代要求与人类发展需要。在文创产品中运用这一理念, 创作出相关文化产品, 是文创产品设计领域的大发展。如何更好地了解“生态·健康”理念与文创产品设计的关系, 并借此推动设计领域乃至全社会对生态健康问题的关注是本文研究的关键。让更多人了解“生态·健康”与文创产品, 并在日常创作中运用这些理念是本文研究的目标。“生态·健康”理念与文创产品设计的结合本身是一个较新的概念, 研究资料和实物产品相对较少, 仍有较大的提升空间。

参考文献:

[1] 习近平. 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义

社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2017.

- [2] 汤志坚, 谭媛媛, 李晓卿. 世界经典产品设计[M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2010.
TANG Zhi-jian, TAN Yuan-yuan, LI Xiao-qing. World Classic Product Design[M]. Changsha: Hunan University Press, 2010.
- [3] 王艳群. 健康工业设计理念之儿童产品设计研究[D]. 武汉: 武汉工业大学, 2007.
WANG Yan-qun. Research on Children's Product Design Based on Healthy Industrial Design Concept[D]. Wuhan: Wuhan Polytechnic University, 2007.
- [4] 后藤武, 佐佐木正人, 深泽直人. 设计的生态学新设计教科书[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2016.
GOTOU Take, SASAKI Masahito, FUKAZAWA Nao-hito. New Design Textbook for Ecological Design[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2016.
- [5] 维克多·帕帕奈克. 为真实的世界设计[M]. 北京: 中信出版社, 2013.
VICTOR Papanek. Design for the True World[M]. Beijing: China Citic Press, 2013.
- [6] 王艳群. 健康工业设计理念之儿童产品设计研究[J]. 湖北工业大学, 2007(5): 3—4.
WANG Yan-qun. Research on Children's Product Design of Health Industry Design Concept[J]. Hubei University of Technology, 2007(5): 3—4.
- [7] 王文革. 文化创意十五讲[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2013.
WANG Wen-ge. 15 Lectures of Cultural Creativity[M]. Beijing: Press of Communication University of China, 2013.
- [8] 喜多俊之. 给设计以灵魂: 当现代设计遇见传统工艺[M]. 北京: 电子工业出版社, 2012.
TOSHIYUKI Kita. Give Design Its Soul: When Modern Design Meets Traditional Craft[M]. Beijing: Electronic Industry Press, 2012.
- [9] 张玉萍, 陆瀚. 羌族文化产品设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(4): 125.
ZHANG Yu-pin, LU Han. Research on Cultural Product Design of Qiang People[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(4): 125.
- [10] 磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(8).
MO Lian. Design Strategy Based on Tourism Souvenirs and Related Cultural Products[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(8).