

# 红色文化在江西城市家具建构中的化归与呈现

肖丽<sup>1</sup>, 熊炎<sup>2</sup>, 赵宏亚<sup>3</sup>, 卢怡安<sup>1</sup>

(1.南昌大学, 南昌 330031; 2.江西科技学院, 南昌 330031; 3.北京理工大学, 北京 100000)

**摘要:** **目的** 弘扬并创新性发展区域文化, 构建特色型城市家具产品设计体系。**方法** 以江西红色文化为根基, 通过与工业设计学科进行交叉研究。一、撷取设计符号, 赋予产品文化内涵。包括红色物质文化的形态、文字、色彩符号; 以及红色非物质文化蕴藏的无形文化信息符号。二、运用外显与内隐元素的主观组合、增加城市家具的交互体验, 来减少设计模型与用户理想模型之间的认知摩擦, 增强用户与产品之间的契合度。**结果** 得到具备“红色物质文化形态延续、红色非物质文化活态承继、辨识度高”等特性的江西城市家具设计体系, 并由此研发出系列产品。**结论** 通过该体系的研究及实践, 能有效地展示文化与产品之间的转换与融合, 可成功塑造江西城市“和而不同”区域形象, 亦可助推文明城市建设。**关键词:** 红色文化; 城市家具; 符号学; 认知摩擦

中图分类号: J524 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2019)24-0337-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.24.055

## Realization and Transformation of Red Culture in the Construction of Jiangxi Urban Furniture

XIAO Li<sup>1</sup>, XIONG Yan<sup>2</sup>, ZHAO Hong-ya<sup>3</sup>, LU Yi-an<sup>1</sup>

(1.Nanchang University, Nanchang 330031, China; 2.Jiangxi University of Technology, Nanchang 330031, China; 3.Beijing Institute of Technology, Beijing 100000, China)

**ABSTRACT:** The paper aims to promote and develop the red culture in an innovative way, and construct the design system of characteristic urban furniture products. The multi-discipline research on Jiangxi red culture and industrial design science was carried out. Firstly, design symbols were captured to endow the products with rich cultural connotation. For example: form, character, color and some invisible cultural information symbols. Secondly, implicit and explicit elements were combined to increase interactive experience of urban furniture, reduce user's cognitive friction and increase the integrating degree between user and product. We can set up the design system of Jiangxi urban furniture of red tangible culture and intangible culture characteristics of high differentiation degree, and also can get a series of products. Through the research, the transformation and integration between culture and products can be effectively displayed, the regional image of "harmony but difference" of Jiangxi city can be successfully shaped, and the construction of civilized city can also be promoted.

**KEY WORDS:** red culture; urban furniture; semiology; cognitive friction

文化自信是道路自信、理论自信、制度自信这4个自信中最基本、最持久的自信, 是对优秀传统文化发自内心的尊敬、信任和珍惜, 对当代先进文化充满

信赖感的尊奉、坚守和虔诚, 对未来文化发展有放眼世界的自信、担当和追求<sup>[1]</sup>。文化自信同样是地域文化的发展源泉和动力, 理解并认同本土文化的内涵与

收稿日期: 2019-08-10

基金项目: 2014年南昌大学教学改革项目(14001170); 2014年江西省社会科学研究“十二五”规划项目(14YS38); 2016年江西省文化艺术科学规划项目(YG2016102); 2017年国家级创新创业训练项目(201701007)

作者简介: 肖丽(1983—), 女, 江西人, 博士生, 南昌大学讲师, 主要研究方向为工业设计。

通信作者: 熊炎(1989—), 男, 江西人, 硕士, 江西科技学院讲师, 主要研究方向为产品设计和平面设计。

价值,是在社会实践过程中文化创造性的具体表现。江西有着深厚的历史文化底蕴,青铜文化、道教文化、书院文化、陶瓷文化、红色文化、山水文化,一直为人们所津津乐道。时至今日,打造江西发展软实力的文化资源优势依然十分明显<sup>[2]</sup>,其中,江西红色文化被誉为赣文化中的红色瑰宝,在历史发展进程中以不可比拟之势展现着强大的融合能力。

## 1 红色文化

从广义理解,可以把红色文化归结为世界社会主义运动历史进程中人们的物质和精神力量所达到的程度、方式和成果;从狭义理解,可以把它归结为中国共产党在领导中国人民实现民族的解放与自由、以及建设社会主义现代化中国的历史实践过程中凝结而成的观念意识形式<sup>[3]</sup>。

红色文化由革命文化构成却又不等同于革命文化。其内涵一方面表现为具象的物质载体,即红色文化的外在形式的表达,其中包括革命志士在革命斗争时期的旧址、遗物、革命胜地、纪念馆、文化作品等具象形态。这些物质载体承载着红色文化的丰富的思想内涵,人们一接触到这些东西就会联想到红色的、革命的主题、历史、事件及革命思想、意识与观念<sup>[4]</sup>;另一方面还表现为无形的精神内涵,即红色文化的内在构成要素,其中包括在革命历程中形成的信仰、思想、道德规范、价值观念体系以及科学文化知识,例如在斗争时期形成的井冈山精神、延安精神、西柏坡精神等革命精神。

红色文化中的物质载体和精神内涵都是中国共产党人和革命志士共同创造的文化遗产,也是有利于提升中华民族文化自信的民族文化。

## 2 江西——一片令人心生敬畏的红土地

江西人文景观丰富,历史遗迹众多,品位独特超群,被誉为红土地,既指全省以红壤土为主的地貌,更指江西是中国最重要、最著名的革命老区之一。

江西红色资源丰富,据统计,全省共有19个革命纪念馆、275座纪念碑、1258处革命旧址(旧居)和战斗遗址。在第二次国内革命战争时期,江西还建立了大片革命根据地,如赣西井冈山革命根据地、湘赣革命根据地、赣东北革命根据地等。此外,江西还

拥有丰富的爱国主义教育资源,共有14个全国和41个省级爱国主义教育示范基地,而且全部都是红色基地;最后,值得一提的还有江西境内共有4座国家级历史文化名城,而其中的2座即南昌市、瑞金市均是红色文化历史名城。由此可见,红色文化已成为代表江西区域特色和人文精神气质的文化。

### 2.1 弘扬红色文化一直在路上

为了将红土地上的革命精神发扬光大,近些年来,江西政府通过免费开放红色资源、大力推动红色旅游、精心打造红色作品和积极申报并有效传承红色非物质文化遗产等举措,让江西红色文化以一种更全面、细致、时尚、活跃的姿态展示在众人面前,致使江西城市发展软实力得到了空前的提升。

### 2.2 传承红色文化,提升江西城市品质

随着城市化进程加剧,国内许多城市都呈现出了突飞猛进的发展势头,可江西省内各城市的发展却出现了相对缓慢的现象——城市设施陈旧、落后,更谈不上彰显地域特色。只提升了城市软实力,却没有好的硬件基础,势必会影响江西城市形象的塑造、削弱它与国内其他城市的竞争力,更达不到打造城市名片、传承城市地域文化的目的。

正如黑格尔所言:只有民族的才是世界的。越是富有民族地域性和文化内涵的东西就越能被社会接受并经久流传。在城市历史文化保护运动红火和人类生活方式日趋多元化的今天,江西的城市建设更应充分挖掘并运用红色文化来展示其独特魅力,以提升城市竞争力。

## 3 红色文化在产品中的运用现状

### 3.1 形式雷同的旅游纪念品

江西的红色旅游纪念品在设计创新和生产工艺方面都存在着不容小觑的问题,直接将宣传画或人物形象影印在工业产品表面,既没有考虑工业产品的外观造型、装饰元素及材料运用,又无法彰显内在的红色文化精神。比如井冈山红色旅游纪念品见图1和延安红色旅游纪念品见图2,都是以毛泽东纪念章、红军人物卡通塑像以及红色历史中出现的物品等为主,雷同现象严重。



图1 井冈山红色旅游纪念品

Fig.1 Red tourism souvenir of Jinggangshan



图2 延安红色旅游纪念品  
Fig.2 Red tourist souvenirs of Yan'an

### 3.2 曲高和寡的红色收藏工艺品

红色收藏品的设计素以传统材料和工艺为基础，以红色文化为精神脉络，使得此类产品逐渐成为不可多得的收藏品。随着这些历史纪念品越来越稀少，其市场价值也逐渐攀升，若是出自大家之手则更是流通于极少部分人手中，使得红色收藏品大有曲高和寡之势<sup>[5]</sup>。

### 3.3 带有恶搞倾向的红色怀旧产品

红色怀旧产品是红色文化跟随时代发展的产物，

同时也是年轻群体与红色历史沟通和交流的载体。各式各样的怀旧产品充斥市场，雷锋衣帽、帆布挎包等红色怀旧产品见图3，印有红色标语的帆布挎包、以雷锋为原型的文化衫、雷锋帽等产品都深受消费者的喜爱，其商业价值与发展潜力不言而喻。在怀旧产品中，红色文化元素只是作为一种装饰元素，为了迎合年轻的消费群体而影印在产品表面，在设计过程以及产品的使用过程中，难免出现不适当运用设计元素、忽略红色元素特殊政治意义的现象，出现恶搞行为。



图3 雷锋衣帽、帆布挎包等红色怀旧产品  
Fig.3 Red nostalgic products such as Lei Feng's clothes and caps, canvas bag

红色文化是具有中国特色的区域文化，虽然已尝试与现代工业产品结合运用，但是并没有发挥出预期效果。伴随着国内外专家学者对红色文化研究高潮的到来，人们应重新思考在现代工业产品中如何将红色文化与国际市场的需要相结合、如何打造独具地域文化特色的产品形象，从而实现红色文化的有效传承与长足发展。

## 4 城市家具是弘扬红色文化、塑造江西城市形象的新载体

户外家具也称城市家具，它是指在户外空间中满足人们进行户外活动需要为目的的用具，是城市环境设施的重要组成部分，是营造自由平等、充满人文关

怀等美好价值的社会环境的重要元素<sup>[6]</sup>。它被集中和大面积使用于城市户外空间，属于城市公共设施的范畴，服务于城市又影响着城市的机能和形象。

笔者自硕士学习阶段至今，致力于城市家具的相关学习和研究，曾实地考察过多个城市的户外家具情况，包括福州、长沙、长春、北京、深圳、南昌、赣州、景德镇、鹰潭、井冈山、瑞金、兴国。对比研究后，发现江西城市家具亟待解决以下问题。

### 4.1 各地城市家具千篇一律

由于城市家具公共性和户外使用的特点，多数产品仍停留在重其结构、材料扎实耐用的层次，而轻其功能、造型意象及文化内涵，于是乎出现了产品地域

差异性小的现象。差异性小的户外家具 1 见图 4<sup>[7]</sup>, 南昌、福州和长沙 3 个城市的户外座具毫无地域特

色, 呈现出惊人的相似, 这种现象亦存在于江西省内各城市, 差异性小的户外家具 2 见图 5。



图 4 差异性小的户外家具 1  
Fig.4 Outdoors furniture 1 of small difference



图 5 差异性小的户外家具 2  
Fig.5 Outdoors furniture 2 of small difference

### 4.2 江西城市家具现状

除了未传承区域文化基因, 缺乏地域特色外, 江西城市家具目前还存在以下几类问题: (1) 江西不少区域仍缺乏必要的基础设施, 比如上清古镇广场见图 6, 并没有设置座椅、户外照明器具、垃圾桶等必备设施, 游客和居民体验感差; (2) 现存的城市家具类型较少, 特别是与发达城市相比, 在交互体验和智能化设计方面比较欠缺; (3) 城市家具设施设置缺乏科学性, 室内的配套家具概念仍适用于城市家具, 如垃圾桶的设置不仅要考虑人流量的大小, 而且还需与休息座具配套设置; 又如户外座具还需与遮蔽设施配套使用, 否则将出现垃圾乱丢、座具使用时间受限等情况, 未配套设置垃圾桶, 座椅周围垃圾满地见图 7 和无遮阳的座具与有遮阳的座具人气的对比见图 8, 科学的设置有利于引导居民和游客的文明行为, 创建和谐美丽的城市形象; (4) 现有城市家具产品人文关怀意识差, 缺少对儿童、老年人、残疾人等设计的无障碍设施。



图 6 上清古镇广场  
Fig.6 Square of Shangqing ancient town



图 7 未配套设置垃圾桶, 座椅周围垃圾满地  
Fig.7 Seats without garbage can, a lot of garbage on the floor

一方面, 城市家具有消费群体大、数量多、使用频率高、适用范围广等特点, 对文化的传播离不开群众基础; 另一方面, 为了解决江西城市家具现存问题, 亦为了江西各城市能在城市化建设浪潮下脱颖而出, 应充分挖掘江西区域特色文化并运用在城市建设的方方面面, 才能提升城市品质, 塑造江西城市“和而不同”的区域形象。城市家具作为弘扬区域文化、提升城市品质的载体具有无可比拟的优势。



图 8 无遮阳的座具与有遮阳的座具人气的对比  
Fig.8 Distinction of the chair with/without shade

## 5 构建具有红色文化特性的城市家具设计体系

如上文所述，具象的红色物质形态和无形的革命精神内涵构成了红色文化的两个板块，即为显性和隐性的红色文化特征，具有红色文化特性的城市家具产品设计体系见图 9。它们又各自蕴藏着丰富的元素内涵，有区别也有交融。如江西红色物质形态丰富、分

布广泛，有八一起义纪念塔、瑞金红井、井冈山草鞋、兴国将军公园等；江西红色文化精神则有井冈山精神、八一精神、赣南苏区精神以及兴国烈士精神给人以鼓舞和力量。在构建并运用具有红色文化特性的城市家具设计体系时，应运用科学的设计方法，提炼显、隐元素，辅以专业的技术处理，创新运用于产品研发实践中。提炼过程需庖丁解牛，研发操作更需别具匠心、推陈出新。

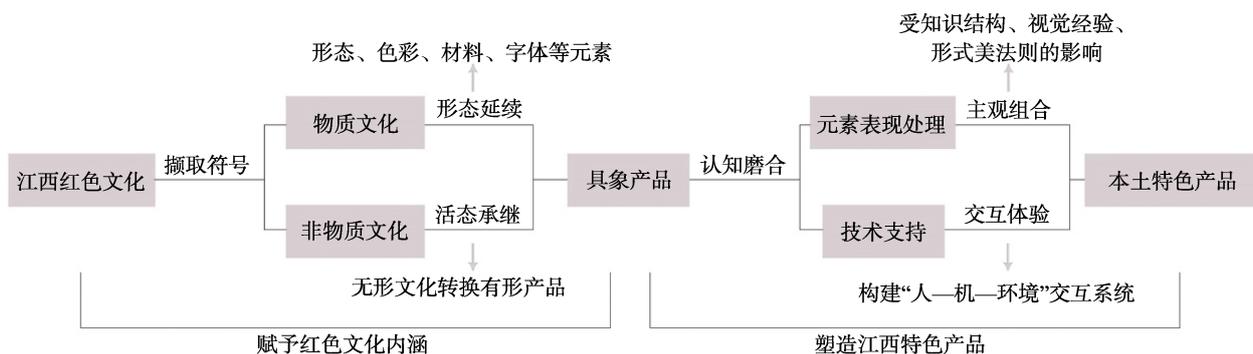


图 9 具有红色文化特性的城市家具产品设计体系  
Fig.9 Urban furniture product design system with red cultural characteristics

### 5.1 红色物质文化的形态延续

#### 5.1.1 物质文化中形态和文字符号的演化

红色物质文化的形态符号主要指能代表红色文化的人和物。如毛泽东、雷锋、董存瑞；物则是指红色人物使用过或与之有关的物品，以及在红色历史中出现过的物品，如苏区扁担、周总理使用过的搪瓷杯<sup>[8]</sup>。文字符号主要是指革命时期出现过的口号、宣传语、名言警句以及红色宣传画等。

以红色物质文化为原型的城市家具需打破在产品表面简单的复制粘贴，通过解析红色人、物以及宣传语、宣传画，提炼出其中最代表红色文化特质的符号，并在现代审美需求的指导下，结合时下新材料、新技术，设计出具有时代感和区域特色的现代家具产品，实现文化在形态上的延续。比如律动的红旗椅》见图 10，是调研井冈山文化时以红旗的外轮廓符号

为原型，提炼出红旗随风飘扬的动态特征；在符号学图形设计理论指导下对原型符号元素进行前期处理，即图形的拉伸、旋转、变形、立体化等处理，在此基础上再结合现代审美要求进行细节润色，最终塑造出空灵、富有律动美感的江西特色城市家具。红旗椅在风中律动的曲线美感正映照着革命先烈们坚韧的精神气节，以及现代人对美好生活的向往，有浓郁的红色文化韵味。

#### 5.1.2 经典色彩搭配的传神表现

色彩自古是最具表现张力的视觉符号，它对人的感官有着非常直接的影响，并且能够激发人的各种联想、想象和情感，它是构成艺术符号所指意义的重要元素。色彩可以强化视觉中的形态效果，其本身也具有非常丰富的文化语义与审美价值<sup>[9]</sup>。红色和军绿色的色彩搭配俨然已成为红色文化的符号和标志，若将此色彩组合规律作为一种显性设计语言巧妙地运用

在产品设计中,将呈现出更加传神的视觉效果。比如红色文化户外座椅见图11,以红色文化为主题,使用不锈钢和防腐木材质,底座保留了原木色,座身以

绿色为主、端部结合红旗飘动的造型并加以镂空的红色五角星进行点缀,绿色、红色、原木色的搭配使该座椅既有绿色属性又饱含红色文化意味。

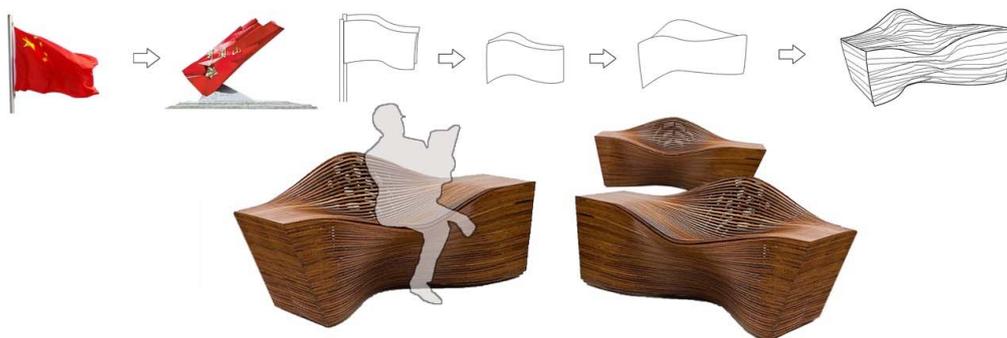


图10 律动的红旗椅

Fig.10 Chair of rhythmic red flag



图11 红色文化户外座椅

Fig.11 Public chair with red culture

### 5.1.3 红色非物质文化的活态承继

美国普莱斯顿大学教授杨思卓在谈到春节的时候说:最好的保护是创新,春节是文化,不是文物,它是有生命力的活动,而生命力最重要的是创新,春节应该被赋予更丰富的文化意义和经济意义。将红色文化运用到城市家具设计中,以发挥好户外家具对构建城市高品质居住环境的服务作用,这一举措正是对红色非物质文化的活态承继,是有效传承与创新性运用。

红色非物质文化意指红色文化中蕴涵的诸如井冈山精神、八一精神等具有革命特质的无形文化。在产品设计中无形文化的承继与延续需要寻找到与其匹配的有形物质形态载体,只有通过有形的物质形态才能使无形的文化被大众所感知。此物化的过程即

为符号化的过程,所得符号在最终的产品物象表达中将起到或装饰、或结构、或材料等作用,但一定都是文化语意的载体。如图11所示,该座椅以红色文化为根基,除运用了飘动的红旗、军绿色、红色五角星等有形的物质文化元素外,还特意在座具侧面用代表着活力与力量感的尖锐棱角造型来表现革命志士勇敢、坚强不屈的精神气节,将无形的非物质文化遗产精神用有形的产品符号进行了转换与呈现,使观赏者和使用者能更快、更准地读懂产品蕴藏的文化信息。

需要指出的是,对红色非物质文化的承继应始终坚持整体性保护原则,不能将它与其赖以生存的地域环境和时代背景剥离出来。比如红色文化系列城市家具展示见图12,是将红色主题系列化表达并回归其



图12 红色文化系列城市家具展示

Fig.12 Display of the red culture urban furniture

原生环境(南昌八一广场)进行呈现。既能完美地展示文化类工业产品形象,又坚持了整体性原则,使城市家具的红色形象与八一广场的环境氛围相得益彰,具有极高的环境协调性。

## 5.2 组合显隐元素,减少认知摩擦

### 5.2.1 外显与内隐元素的主观组合

元素是形成设计特色的基本单位。在设计过程中,元素主要分为外显元素和内隐元素。上文中提及的红色物质文化即为外显元素,红色非物质文化则为内隐元素。当设计元素与设计元素之间的组合具有某种特点,与其他同类相比显现出差别时,即形成了设计特色,被称为某某特色,构成的元素相应的被称为某某元素,例如中国元素、传统元素、中国传统元素。元素前的定语越多,元素的特征就越具体,形成的特色也越清晰<sup>[10]</sup>。

从产品设计角度探讨将外显与内隐元素组合运用,实现红色文化与产品形态的共时交融,需注意元素的组合应与当代审美需求吻合;同时也要考虑设计者自身知识结构、设计经验等主观因素的影响,以及用户、使用条件、社会观念等客观因素的制约。设计师往往只能在一定范围内选择性地对显隐元素的组合运用,这在一定程度上制约了设计师的个人创作表现。往往优秀风格的形成恰是在平衡主题限定条件与产品创意表现所得到的系列产品设计,在此过程中设计师必须依靠自身的学识修养与专业技术来处理这一对矛盾关系。具体来说:一方面设计师要以用户的角度认识理解文化的内涵,完成辨识度高的能指与所指的组合,使用户自然而然地将视觉形态下的物质表象过渡到核心的精神文脉中,完成衔接的过程也就是外显和内隐元素的相互转换、主观组合的过程。另一方面设计师还可充分运用自身的专业技能,将不可见的内隐元素通过一定的设计语言转换为视觉形态下的外显元素,以减少设计模型与用户理想模型之间的认知摩擦,增强用户与产品之间的契合度。

总之,只有将红色非物质文化、传统工艺等无形的内隐元素通过有形的物质文化形态元素表达出来,才能延续红色文化的含意,传递红色文化的神韵,彰显红色文化的区域特色。

### 5.2.2 城市家具的交互体验

随着科技的发展,文化的传承可通过技术的支持实现与用户之间的交流。产品与消费者之间的交流即当下热门的交互问题,成功的交互体验是促使产品与消费者由认知摩擦到认知吻合过渡的媒介之一。

斯坦福大学教授特里·温诺格拉德将交互设计定义为“人类交流和交互空间的设计”,强调的是用户与产品使用环境的共存以及交互场所与空间的构建<sup>[11]</sup>。交互设计发展至今,其目标已不再仅限于满足用户的可用性和易用性,还应该深入考虑文化特色与

社会需求。

运用红色文化元素的城市家具设计可考虑与具有交互特性的新媒体技术相结合,借助新媒体与交互技术,以生动有趣、简易朴实的影像和多媒体展示更有效地吸引大众的参与,增进群众对本土文化的自信心。可运用多点触摸技术、感应技术、多媒体技术等高科技成果,构建“人一机一环境”的交互系统,开拓文化的多元传播方式,让使用者无障碍地接受并吸收产品中包含的文化信息。如在城市家具设施中增加多媒体影音播放功能的设计,有循环播放和用户自主选择多种操作模式,通过播放革命音乐、革命故事、革命剧作,快捷、大范围地传播红色文化、弘扬革命精神。

城市家具的交互体验能够使城市居民和游客从多方面感知和体验红色文化,在潜移默化中加深人们对红色文化的认知<sup>[12]</sup>,在无形中传播红色文化。这不仅有助于非物质文化的生动再现,而且也能使用户真正读懂并吸收蕴藏在产品中的文化,最终实现文化的传播和传承。

## 6 结语

商业化时代山呼海啸般扑面而来,产品逐步走向同质化,唯有本土文脉才能使设计有别常物,立足经典。红色文化是江西的红色瑰宝,凝聚着江西人民对革命历史的认知和即时感受,是提升江西发展软实力的源泉和动力。以江西红色文化为基础,通过与工业设计学科领域的交叉研究,从符号学的角度出发,构建基于江西红色文化的城市家具设计体系,高度凝练红色文化中的特征符号,研发城市设施产品,塑造江西历史文化名城城市形象、打造城市品牌文化,提高因红色文化助推形成的对内发挥的凝聚力和对外产生的吸引力。

## 参考文献:

- [1] 刘林涛. 文化自信的概念、本质特征及其当代价值[J]. 思想教育研究, 2016(21).  
LIU Lin-tao. The Concept, Essential Characteristics and Contemporary Value of Cultural Confidence[J]. Studies in Ideological Education, 2016(21).
- [2] 魏佐国. 赣文化资源挖掘与江西软实力提升[J]. 江西行政学院学报, 2008(72).  
WEI Zuo-guo. The Exploitation of Jiangxi Cultural Resources and the Improvement of Jiangxi's Soft Power[J]. Journal of Jiangxi Administration Institute, 2008(72).
- [3] 赖宏, 刘浩林. 论红色文化建设[J]. 南昌航空工业学院学报(社会科学版), 2006(66).  
LAI Hong, LIU Hao-lin. The Construction of Red Culture[J]. Journal of Nanchang Institute of Aeronautical Technology(Social Science Edition), 2006(66).

- [4] 管仕廷. 论红色文化的内涵与特征[J]. 传承, 2012(74).  
GUAN Shi-ting. The Connotation and Characteristics of Red Culture[J]. Inheritance, 2012(74).
- [5] 李真真. 红色文化元素在产品应用上的研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2014.  
LI Zhen-zhen. The Use and Research of The Elements in Red Culture[D]. Shanghai: East China Normal University, 2014.
- [6] 陆沙俊. 城市户外家具的人性化设计研究[D]. 无锡: 江南大学, 2004.  
LU Sha-jun. Research on Humanized Design of Outdoor Furniture in City[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2004.
- [7] 肖丽. 公共户外家具环境协调性的设计研究[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2008.  
XIAO Li. The Research on Public Outdoors Furniture's Environment Coordination[D]. Changsha: Central South University of Forestry & Technology, 2008.
- [8] 江婕. 语言文学类红色文化遗产研究——以江西省为例[J]. 语文建设, 2013(42): 144.  
JIANG Jie. A Study on the Red Cultural Heritage of Language and Literature: A Case Study of Jiangxi Province[J]. Language Planning, 2013(42): 144.
- [9] 王玫. “中国红”色彩符号的商业价值研究[D]. 无锡: 江南大学, 2008.  
WANG Mei. The Research on the Commercial value of "China Red" Symbol[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2008.
- [10] 巫濛. 设计的原点中国方式与中国特色[M]. 北京: 北京大学出版社, 2012.  
WU Meng. The Origin of Designless Chinese Style and Chinese Characteristics[M]. Beijing: Peking University Press, 2012.
- [11] 李世国, 费钊. 和谐视野中的产品交互设计[J]. 包装工程, 2009, 30(2): 137.  
LI Shi-guo, FEI Qian. Product Interaction Design in Harmonious Vision[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(2): 137.
- [12] 肖丽, 倪娅男, 黄倩. 江西红色文化与智能户外家具产品的融合[J]. 艺海, 2018(2): 84.  
XIAO Li, NI Ya-nan, HUANG Qian. Integration of Jiangxi Red Culture and Intelligent Outdoor Furniture Products[J]. Yihai, 2018(2): 84.

(上接第 331 页)

- [2] 内蒙古博物院编. 中国少数民族文物图典·内蒙古博物院卷[M]. 沈阳: 辽宁民族出版社, 2014.  
Edited by Inner Mongolia Museum. Handbook of Cultural Relic of China's Ethnic Minority·Volume of Inner Mongolia Museum[M]. Shenyang: Liaoning National Publishing House, 2014.
- [3] 诸葛铠. 图案设计原理[M]. 南京: 江苏美术出版社, 1991.  
ZHUGE Kai. Principle of Pattern Design[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Arts Publishing House, 1991.
- [4] 谢成侠. 中国养马史[M]. 北京: 农业出版社, 1991.  
XIE Cheng-xia. History of Horse Husbandry in China[M]. Beijing: Agricultural Press, 1991.
- [5] 欧军. 蒙古族数字观念探微[J]. 黑龙江民族丛刊, 1996, 12(2): 93-95.  
OU Jun. Exploration on the Numerical Concept of Mongol Nationality[J]. Heilongjiang National Series, 1996, 12(2): 93-95.
- [6] 达·查干. 蒙古族传统烙印[M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2009.  
DA Cha-gan. Mongolian Traditional Imprint[M]. Hohhot: Inner Mongolia People's Publishing House, 2009.
- [7] 史春珊. 现代形式构图原理[M]. 黑龙江: 黑龙江科学技术出版社, 1985.  
SHI Chun-shan. Composition Principle of Modern Form[M]. Heilongjiang: Heilongjiang Science & Technology Press, 1985.
- [8] 吴山. 中国纹样全集新石器时代和商·西周·春秋卷[M]. 济南: 山东美术出版社, 2009.  
WU Shan. Complete Collection of Chinese Pattern Autumn and Spring of the Neolithic Age·Shang·Western Zhou Dynasties[M]. Jinan: Shandong Fine Arts Publishers, 2009.
- [9] 达·查干. 蒙古族传统烙印文化[M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2005.  
DA Cha-gan. Mongolian Traditional Imprinting Culture[M]. Hohhot: Inner Mongolia People's Publishing House, 2005.
- [10] 戴双喜. 游牧者的财产法蒙古族苏鲁克民事习惯研究[M]. 北京: 中央民族大学出版社, 2009.  
DAI Shuang-xi. Law of Property of Nomad Research on the Suluke Civil Custom of Mongolian[M]. Beijing: Central University for Nationalities Press, 2009.