

# 基于中法文化融合的精工工艺文创产品设计研究

王华杰, 仓平, 王斌贝

(上海工艺美术职业学院, 上海 201808)

**摘要:** **目的** 中国传统文化故事是文化创意产品重要的设计素材, 为了更好地将其融入文化创意产品设计, 提高文化创意产品设计的文化性、趣味性和现代感。**方法** 通过中国设计团队和法国设计团队的合作, 首先以中国传统文化故事为设计源头, 对传统故事中的“动静态”层次进行研究, 对故事的有趣情节进行推敲、提取。然后, 选用法国精工工艺中的包金工艺作为设计载体, 提炼法国包金工艺的功能和价值层次。最后, 将传统中国故事的情节和精工工艺的层次进行结合, 尝试构建不同文化之间相互融合, 完成产品设计的创新实践。**结论** 运用中法文化的融合方式完成了系列文化创意产品的设计, 突出了文化创意产品的交互功能, 带给使用者良好的文化价值体验, 也为文化创意产品的设计提供了可借鉴的创新方法。

**关键词:** 中法文化; 精工工艺; 文化融合; 包金工艺; 文创产品

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0240-06

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.039

## Design of Precision Craft Cultural and Creative Products Based on Sino-French Cultural Integration

WANG Hua-jie, CANG Ping, WANG Bin-bei

(Shanghai Art and Design Academy, Shanghai 201808, China)

**ABSTRACT:** Chinese traditional cultural story is an important design material. The work aims to better integrate it into the design of cultural and creative products, and improve the cultural, interesting and modern sense of cultural and creative product design. Through the cooperation between the Chinese design team and the French design team, with traditional Chinese cultural stories as the design source, the “dynamic and static” levels of the traditional stories were studied, and the interesting plots of the stories were studied and extracted. In addition, the gold-clad process in the French precision craft was selected as the design carrier to refine the function and value of the French gold-clad process. Finally, the plot of the traditional Chinese story was combined with the level of precision crafts, and an attempt was made to build the integration of different cultures to complete the product design innovation practice. The design of a series of cultural and creative products is completed by integration of Chinese and French cultures, highlighting the interactive functions of cultural and creative products, and bringing users a good cultural value experience. It also provides innovative methods that can be used for reference in the design of cultural and creative products.

**KEY WORDS:** Sino-French culture; precision crafts; cultural integration; gold-clad process; cultural and creative products

东西方文化频繁的交流与融合促进了设计行业的飞速发展, 随着我国对设计教育的不断投入, 国际

文化交流促进了国内设计教育的进步, 并将中国设计推向了世界。在文化多样性逐渐被全球化所替代的情

收稿日期: 2020-08-21

基金项目: 2019年上海高校高层次文化艺术人才工作室和紧缺艺术人才创新工作室项目(沪教委人[2019]54号); 2020年上海工艺美术职业学院科研创新项目(2020-A-0001)

作者简介: 王华杰(1977—), 男, 河南人, 博士生, 上海工艺美术职业学院副教授, 主要研究方向为交通工具创新设计理论与方法。

通信作者: 王斌贝(1986—), 男, 硕士, 上海工艺美术职业学院讲师, 主要研究方向为用户体验设计。

况下，区域性文化由于其鲜明的地方特色，成为设计创新思维的重要灵感来源<sup>[1]</sup>。近年来，为提升中国传统文化在国际背景下的创新力与影响力，上海工艺美术学院和法国设计师联盟（The French Designers Alliance）联合成立了中法精工工艺与时尚设计大师工作室。工作室以法国设计师、法国工艺美术师、中国设计师和中国工艺美术师为教学师资，进行了系统化的中法设计融合实践。文化碰撞融合的价值在于打破传统造物思维的局限，为了更好地研究文化融合创新的方法，其中的一个设计项目以中国传统文化（故事）为设计源点，结合法国包金精工工艺进行了教学实践，将不同的地域文化形式整合于一个设计系统中，使造物变得更有意义，具有可持续发展的前景。

## 1 文化和文创产品

### 1.1 文化的解读

《周易》中的“关乎人文，以化成天下”是对文化的较早解释。国学大师梁漱溟认为“文化是民族生活的样法”，可被概括为物质生活、社会生活和精神生活三个方面。它和器物文化、行为文化和观念文化三种文化形式相对应（见图 1）。以人造器物为例，外观是传递其内在价值的重要形式。文化也表现为观念形式，即非物态的存在。一方面文化观念可视为人类活动的延续；另一方面也可以作为“束缚”人类活动的约定俗成的价值观念。

### 1.2 文创产品的定义和开发路径

文创产品是以文化内涵为驱动力的相关产品，无论物质文化，或是非物质文化都是文创产品设计的驱动力。物质文化是以生活中的器物文化为主体，非物质文化是指无形的文化存在，比如传统的价值观念、戏曲和故事传说等。这些形式的文化传承也是文化传

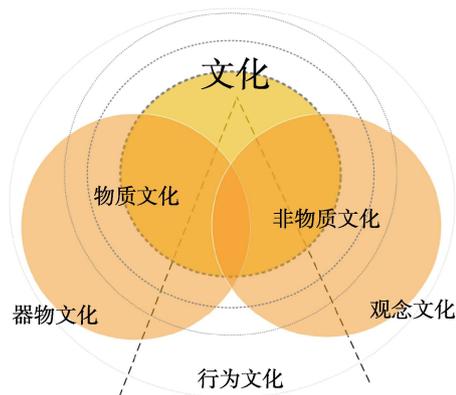


图 1 文化的分类  
Fig.1 Cultural classification

递的关键，凝聚了民族的智慧，也体现了人民的价值追求<sup>[2]</sup>。以中国传统文化为例，中国传统元素是中国文化、思想、精神、形象的象征，内容十分丰富，它包括：汉字书法、传统图案、文房四宝、篆刻印章、皮影、剪纸、刺绣、中国画、园林建筑和陶瓷等。传统元素以崭新的形式在现代设计中被普遍使用已成为一种趋势<sup>[3]</sup>。

文创产品也是一种具有象征意义、社会价值和特定文化内涵的产品或服务，是新思想、新技术、新内容的物化形式<sup>[4]</sup>。文创产品设计注重对文化意境的思考，汲取不同文化形式的精髓。以文化内涵为基础进行造物，文创产品的设计过程是赋予设计对象文化性和功能性的过程，成功的文创产品除了能够充分表达产品的文化属性之外，还具有产品的实用性、易用性和可持续性等特点，消费者在使用文创产品的过程中，能够从中获得实用价值和文化体验。文创产品的设计过程及传播路径见图 2，此图相对完整地描述了文创产品的设计生成过程，同时，文创产品作为新的文化载体也具有文化传播的功能。

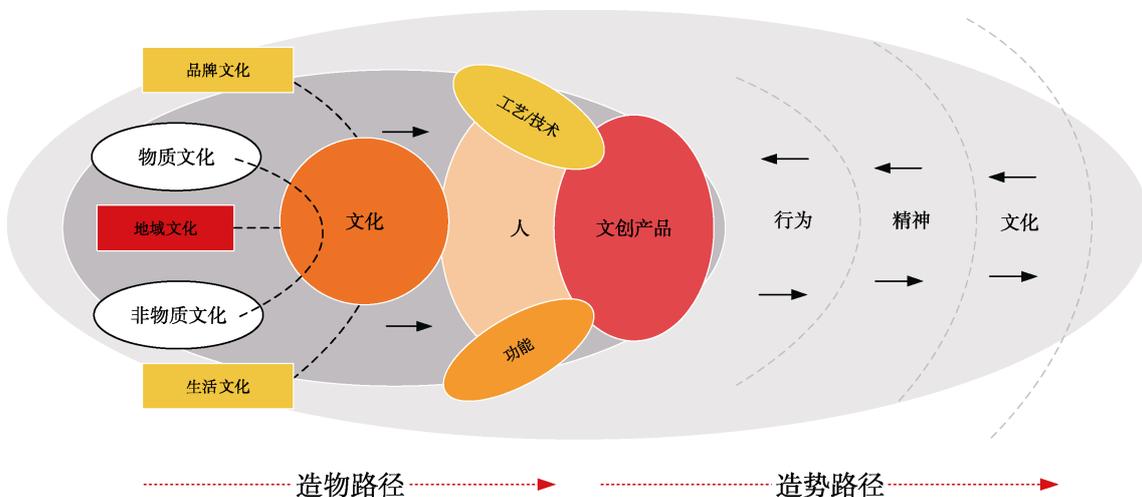


图 2 文创产品的设计过程及传播路径  
Fig.2 Design process and communication path of cultural and creative products

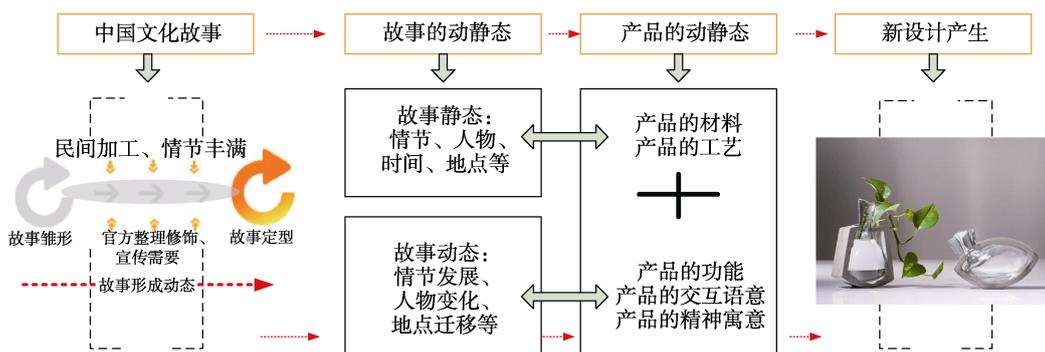


图3 基于故事“动静态”的产品开发思路

Fig.3 Product development ideas based on “static and dynamic” story

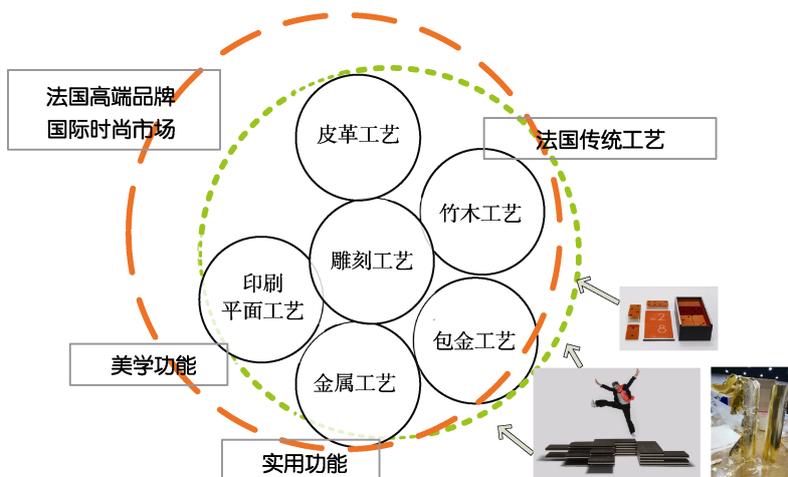


图4 法国高端品牌引领下的传统工艺再设计

Fig.4 Traditional craft redesign led by French high-end brands

## 2 中国传统文化故事中的“动静态”层次

传统文化的表现形式包括民间故事。以中华文化故事为例,在漫长的历史中,形成了许多经典的故事,由于这些故事来源于生活,所以也具有深刻的社会文化烙印<sup>[5]</sup>。这些背景和当时的文化水平就是传统文化故事的语境,语境指“话语或语句的意义所反映的外部世界的特征,说明言语和文字符号所表现的说话人与周围世界相互联系的方式,可扩展为事物的前后关系、境况<sup>[6]</sup>”。

随着时代的变化,传统的文化故事语境也会不断地进行变迁和丰富,无论是经过民间的加工,或是官方的修辞处理,都让传统的文化故事更容易传播。虽然如今传统文化故事的语境发生了变化,比如物质生活资料更加丰富,使人们更加关注结合现时代的故事意义<sup>[7]</sup>,故事本身的“动静态”是构成故事情节的重要部分,深入挖掘这些故事情节,将其体现在设计的产品中,对提升产品的趣味性和文化性有重要的价值。基于故事“动静态”的产品开发思路见图3。

传统的文化故事在特定的语境中可以分为静态和动态两个部分:故事的静态是指相对客观的故事情节、人物和故事发生地等;故事动态是指故事情节发展、人物的情绪变化和情节的推进等。

对故事的“动静态”研究可被用于文创产品设计的开发构思中,产品的结构、工艺和材料构成了产品存在的基础,是产品的静态物理属性;产品的功能实现、交互体验和精神释放构成了产品的动态交互属性。将故事的“动静态”和产品的“动静态”结合,通过产品能够充分地表达出故事的内容,也让产品充满了趣味性和故事感。

## 3 法国传统工艺和包金工艺

法国是世界上历史悠久的国家之一,其工艺美术等非遗文化成果丰硕。在现代设计中,传统文化也成为其重要的设计基础。目前,在世界上有一定影响力的法国时尚品牌,如爱马仕、路易斯威登等,从品牌创立开始就一直强调立足传统精艺,将手工技术和现代生活艺术完美结合<sup>[8]</sup>。爱马仕雇佣了大量的手工艺匠人制作皮具产品,这些皮具产品与一个多世纪前的产品具有相同的制作工艺<sup>[9]</sup>。法国时尚品牌的成功及广大消费者群体对传统文化的接受,不仅体现了时尚品牌与传统文化之间相互的引领与支撑,也推动了传统文化的传承与发展<sup>[8]</sup>。法国高端品牌引领下的传统工艺再设计见图4。

法国包金精工工艺在法国精工工艺中具有重要

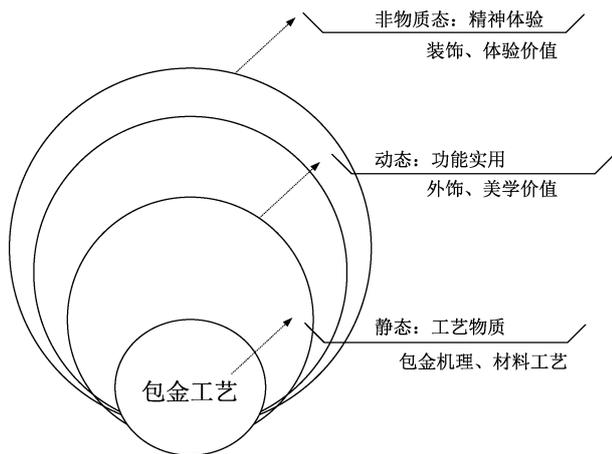


图 5 包金精工产品的“动静态”层次  
Fig.5 “Static and dynamic” levels with precision craft gold products

的历史地位，从凡尔赛宫的装饰到卢浮宫的雕饰，这些都运用了包金精工工艺，从而为环境营造了富丽奢华之风。现代的包金工艺逐渐从大面积的装饰走向精致装饰家居产品。包金精工产品的“动静态”层次见图 5，对法国包金精工工艺产品进行分析可知，以物理基础作为胚体是包金工艺的装饰主体，构成了包金精工产品的静态层，包金工艺特有的外饰美学、光学引导功能，由于具有较大的可变性和趣味性，成为包金精工工艺的动态层。这些特点是文创产品设计重要的灵感来源。

#### 4 设计实践

传统文化是中华民族的文化结晶，文化遗产中的各种元素成为现代设计的参考。将优秀的民族文化符号运用到现代设计中也实现了文化的传承。将中国传

统文化故事中的“动静态”和法国包金精工工艺的设计层次进行融合，见图 6。以家居生活用品为设计目标，通过设计将中国文化故事的情节趣味性与精工工艺精致、高雅相的特点结合起来。

经过近三周的设计实践，将后羿射日、夸父逐日等经典的故事和法国精工工艺相结合，完成了系列产品的创作。

以“后羿射日”故事为例，传说在古时候，有十个太阳挂在天上，太阳的热量烤焦了大地，植物、动物难以生存，老百姓苦不堪言，灾祸不断。人间的灾难惊动了天上的神，天帝派善于射箭的后羿下到人间，后羿将十个太阳射去了九个。以故事内容为出发点，设计团队对相关的材料和设计意象进行整理，选择了贴近故事情感和意境的元素展开设计，后羿射日故事的设计素材收集见图 7。张敏怡对家居灯具的形态和功能进行了深入研究和设计，以圆形的主灯和周边的九个圆形反光片真实地再现了“后羿射日”的场面。

在设计执行过程中，结合计算机建模技术，完成了基于草图方案的三维模型。在进一步设计渲染出整体的设计造型和比例之后，利用 3D 打印技术快速地实现了真实比例的产品模型制作，来验证设计的可行性。同时将法国包金精工工艺运用于灯具的反射和折射部件，真实地呈现了最终设计方案的灯光效果。灯具的制作和现场展示见图 8。

产品设计关注如何通过改变环境条件或使用不同的方式来与现有的环境条件进行互动，获得愉悦的生活经历，发现生命的意义<sup>[10]</sup>。张敏怡设计的“后羿射日”灯具（见图 9）除了满足产品基本功能，在交互功能方面，也很好地将故事的“动静态”和包金工艺的层次体现出来。这款灯具通过体感跟踪实现周边

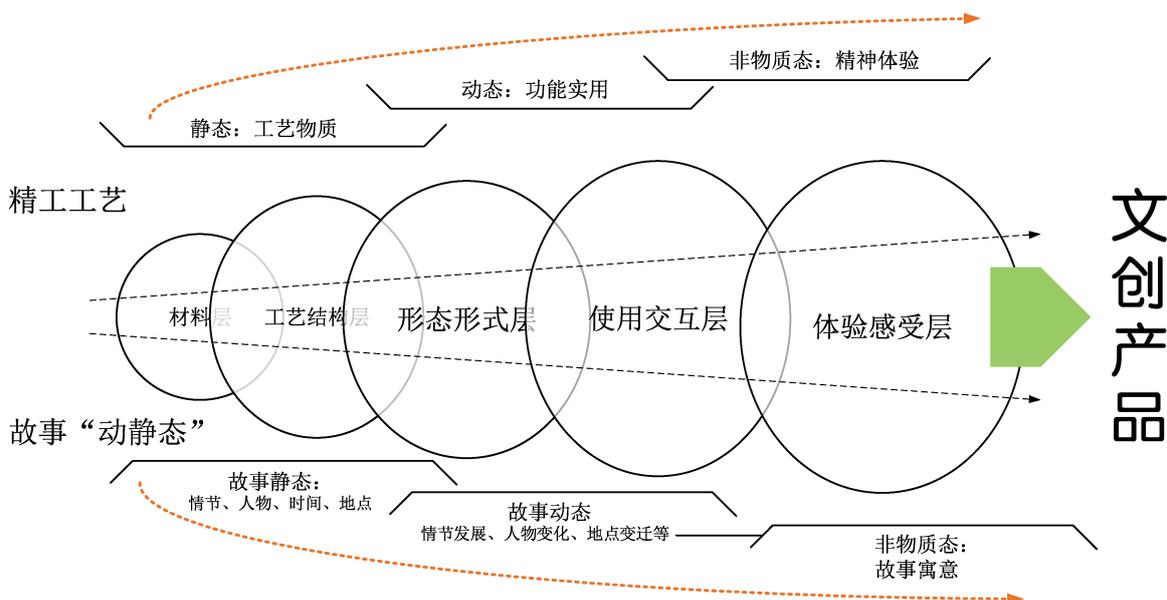


图 6 故事和工艺结合的文创产品设计层次  
Fig.6 Design level of cultural and creative products combining story and craft



图7 后羿射日故事的设计素材收集

Fig.7 Collection of design materials for the story of Houyi shooting the suns

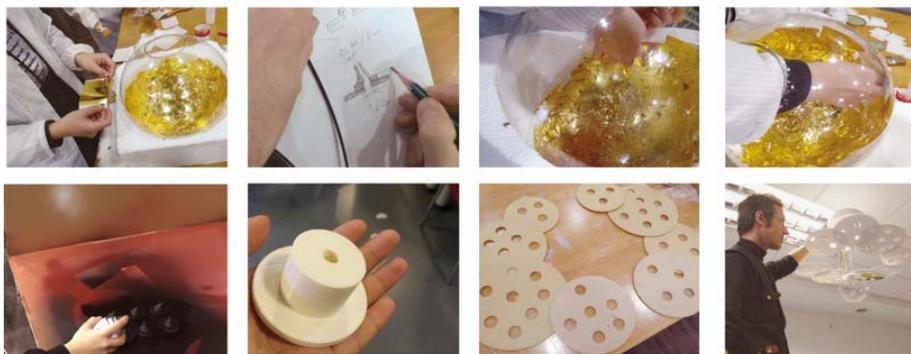


图8 灯具的制作和现场展示

Fig.8 Lighting production and on-site display



图9 “后羿射日”灯具设计

Fig.9 “Houyi Shooting the Sun” lighting renderings

反光片的动态移动,从而增加了设计的趣味性和愉悦感。从“物”的设计上升到“事”的境界,兼顾静态美学和动态交互,这样设计的产品能够让用户感受到文化的精神体验和故事寓意的丰富内涵。

## 5 结语

文化是一个系统的概念,对文化的认知常常是系统作用的结果<sup>[1]</sup>。文化创意产业在国际上成为很多国家对外宣传本国文化形象的重要手段,也是提高国家

经济竞争力的重要力量<sup>[12]</sup>。以多种文化融合的方法进行文创产品设计,能够从国际视野的高度寻找国际环境下新的文创产品设计路径,将中国的传统文化更好地传播到世界各地,使其被更多人所认可和接受。以法国精工工艺为基础,融合中国传统的文化故事,有利于将法国精致的设计理念和中國深厚的历史文化沉淀进行结合,创造出与众不同的设计产品。将产品和故事的“动静态”、工艺的“静”“动”功能进行融合,并纳入到一个体系中,从而获得全新的设计成果,并可以得到良好的市场效益。

另外,文化融合设计的过程是一个不断探索和思绪交汇的过程,设计师由于受到文化理解障碍和工艺的技术壁垒,限制了设计的进展。有时候难免会在原地徘徊,对形式的重视超过了对设计成果精神层次的追求,忽略了“无形”层面的设计内涵。尽管难免遗憾,但这种基于多元文化深度融合的方式未尝不是一种有趣的尝试,相信这种尝试能为文创产品的设计提供新的思路。

## 参考文献:

- [1] 郭佳敏,钟蕾. 区域性传统手工艺活态化传承研究

- [J]. 艺术与设计(理论), 2018, 2(8): 131-132.  
GUO Jia-min, ZHONG Lei. Research on the Inheritance of Regional Traditional Handicrafts[J]. Art and Design (Theory), 2018, 2(8): 131-132.
- [2] TU J. A Study on Consumers' Preferences for the Palace Museum's Cultural and Creative Products from the Perspective of Cultural Sustainability[J]. Sustainability, 2019(11): 3502.
- [3] 侯明勇, 黄芬. 中国传统元素在现代艺术设计中的创新初探[J]. 艺术评论, 2010(10): 104-107.  
HOU Ming-yong, HUANG Fen. A Preliminary Study on the Innovation of Chinese Traditional Elements in Modern Art Design[J]. Art Critic, 2010(10): 104-107.
- [4] 涂伟, 郑洁. 非物质文化遗产长乐故事会的文创产品开发策略[J]. 包装工程, 2019, 40(10): 119-124.  
TU Wei, ZHENG Jie. The Creative Product Development Strategy of the Intangible Cultural Heritage Changle Story Society[J]. Packers, 2019, 40(10): 119-124.
- [5] CHIOU S C, WANG Y C. The Example Application of Genetic Algorithm for the Framework of Cultural and Creative Brand Design in Tamsui Historical Museum[J]. Soft Computing, 2017, 22(3): 1-19.
- [6] 杨舒婷. 怀尔弗里德·范·丹姆审美人类学“语境主义”研究[D]. 桂林: 广西师范大学, 2019.  
YANG Shu-ting. Research on “Contextualism” of Wylfried Van Dam's Aesthetic Anthropology[D]. Guilin: Guangxi Normal University, 2019.
- [7] 朱婧薇. 论中国传统鼠故事的传承与演变[D]. 武汉: 华中师范大学, 2017.  
ZHU Jing-wei. Inheritance and Evolution of Chinese Traditional Rat Stories[D]. Wuhan: Central China Normal University, 2017.
- [8] 李怡怡, 王华杰. 国际视域下的中法日三国工艺美术大师保护策略探析[J]. 艺术教育, 2019(8): 149-150.  
LI Yi-yi, WANG Hua-jie. Analysis of the Protection Strategy of the Masters of Arts and Crafts in China, France and Japan from an International Perspective[J]. The Journal of Design Education, 2019(8): 149-150.
- [9] 爱马仕成功背后的传统工艺[J]. 中国制衣, 2013(4): 44.  
The Traditional Craft Behind the Success of Hermes[J]. China Garment, 2013(4): 44.
- [10] 辛向阳. 从用户体验到体验设计[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 60-67.  
XIN Xiang-yang. From User Experience to Experience Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 60-67.
- [11] 吴琼. 面向文化遗产的数字化体验设计[J]. 装饰, 2019(1): 12-15.  
WU Qiong. Digital Experience Design for Cultural Heritage[J]. Decoration. 2019(1): 12-15.
- [12] 陈小龙. 基于文化创意产业的中国文化形象国际传播策略分析[J]. 民族艺术研究, 2018, 31(6): 54-59.  
CHEN Xiao-long. Analysis of the International Communication Strategy of Chinese Cultural Image Based on Cultural and Creative Industries[J]. National Art Research, 2018, 31(6): 54-59.