

# 昆曲《牡丹亭》在香水品牌文创设计中的应用与表现

张可璇

中国戏曲学院舞台美术系, 北京

收稿日期: 2023年10月16日; 录用日期: 2023年12月14日; 发布日期: 2023年12月22日

## 摘要

戏曲艺术是集多种艺术表现形式为一体的综合性艺术, 融合吸收了文学、音乐、舞蹈、美术、服饰等艺术精华。本文从文创设计角度出发, 分析文创产品现状和昆曲艺术内涵, 对昆曲《牡丹亭》戏曲纹样进行提取, 分别从图形、颜色、设计风格等方面对戏曲的外在表现形式和传统文化内涵进行合理转译, 将转译出的元素与香水文创结合, 设计出具有创新性、时代性、设计感的文创产品。戏曲文化元素与现代设计理念有机融合, 设计出符合现代人需求的文创产品, 能够使更多的人了解和感悟昆曲独特的艺术内涵, 彰显设计的民族文化特色。

## 关键词

文创设计, 昆曲《牡丹亭》, 传统文化

# The Application and Performance of Kunqu Opera "Peony Pavilion" in the Cultural and Creative Design of Perfume Brands

Kexuan Zhang

Department of Stage Art, National Academy of Chinese Theatre Arts, Beijing

Received: Oct. 16<sup>th</sup>, 2023; accepted: Dec. 14<sup>th</sup>, 2023; published: Dec. 22<sup>nd</sup>, 2023

## Abstract

The art of opera is a comprehensive art that integrates various forms of artistic expression and absorbs the essence of literature, music, dance, fine arts, costumes and other arts. This paper ana-

lyzes the current situation of cultural and creative products and the connotation of Kunqu art from the perspective of cultural and creative design, extracts the Kunqu “Peony Pavilion” opera pattern, and reasonably translates the external expression of opera and traditional cultural connotation in terms of graphics, color and design style, etc., and then combines the translated elements with Xiangshui’s cultural creations, so as to design cultural and creative products with innovativeness, epochal nature and design sense. The organic fusion of cultural elements of opera and modern design concepts to design cultural and creative products that meet the needs of modern people can enable more people to understand and appreciate the unique artistic connotations of Kunqu and highlight the national cultural characteristics of the design.

## Keywords

Cultural and Creative Design, Kunqu Opera “Peony Pavilion”, Traditional Culture

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

中国传统文化元素独具特色。在当今社会的文化热潮中，优秀的传统元素为当代设计的发展提供了大量的素材和资源。文创产品是一种将文化、创意和现代科技相互融合的设计形式，不仅包含了对文化层面的深入理解，也包含了设计师对当代审美和实用性的把握。因此，要想创造出具有中国特色艺术美学的作品，应依托于中国传统的文化元素进行创作。

## 2. 昆曲元素与文创产品设计现状

### 2.1. 昆曲元素文创产品发展现状

文创产品指文化创意产品，文化创意产品是创意与工艺、文化与时代相互融合的产物。伴随着我国经济的快速发展，人们的生活质量不断提高，精神文化需求更加迫切。昆曲文创产品在市场上出现也较多，主要集中于旅游景区、博物馆、展览、剧院等地方，受到人民群众的欢迎。目前，中国文创品牌依旧处于成长期，文创产品的发展环境也正处于一个历史转折的关键时刻。但由于大量文创产品的相互借鉴，导致市场上出现的大量千篇一律的文创产品，同样面临着一些困境。

首先，大部分产品并没有深入挖掘昆曲文化的深厚意蕴，在文化元素的提取上整体较为单一，导致文创产品同质化明显，缺乏特色和个性。其次，产品设计创意力度不够，更新换代速度较慢，产品形式大部分居中在书签、笔记本、冰箱贴、水杯、抱枕等产品，没有太多的创新，降低群众的购买欲望，从而阻碍文化传播。最后，对于文化、设计、市场等方面均缺乏具有较高水平的创新性复合人才。文创产品没有充分体现中国传统文化和地域特色，产品创新意识以及市场开拓能力有待提高。

### 2.2. 昆曲元素在文创产品设计中应用

中国传统戏曲文化背后蕴含着丰富的文化内涵和历史渊源，产品设计需要深入了解文化内涵，以便更好地将文化符号转化为视觉符号。将传统纹样与现代设计语言相结合，以创造出既具有传统韵味又具有现代感的设计作品，使创新的产品形式脱颖而出，产品的文化内涵也在不经意间渗入人们的生活[1]。现代消费者的审美需求是多元化的，需要考虑消费者的审美需求和喜好，以创造出更符合市场需求的设计

计作品。例如,“余音绕梁”昆曲人物Q版八音盒(如图1),此作品创作来源于昆曲唱腔轻柔的韵律,将昆曲的曲调与八音盒相结合,造型上还原昆曲中男女主角的形象和戏曲场景意象。八音盒为考虑儿童安全问题采用实木材质,当八音盒响起,零件也随之转动,使产品具有浪漫的色彩,也使昆曲文化更易于被年轻的一代喜爱。



Figure 1. “The tune lingered in the room”  
Kunqu characters Q version music box

图1. “余音绕梁”昆曲人物Q版八音盒<sup>①</sup>

又如,昆韵茶具(如图2),此产品设计采用了昆曲《牡丹亭》里面的生和旦的形象和戏曲元素而设计的一组昆韵茶具。茶具具有茶壶,茶杯,茶盖,主要以陶瓷为主,当它们叠在一起就能组成生和旦的形象。设计具有趣味性,让我们在品茶中细细回忆昆曲的优雅。



Figure 2. Kunyun tea set

图2. 昆韵茶具<sup>②</sup>

现如今,中国传统戏曲文化在现代设计领域里大量应用,戏曲文化融入现代艺术设计潮流的优秀案例大量涌现,结合传统文化设计已成为新风尚。

### 3. 昆曲《牡丹亭》视觉符号在香水文创中应用

昆曲是中国最古老的剧种之一,具有“百戏之祖”的美誉,是我国非物质文化遗产的重要组成部分。香水与昆曲,一个是非物质文化遗产代表,一个是现代时尚代表,将香水品牌与《牡丹亭》元素结合,使产品可以有更好的知名度及更强的文化反响[2]。

#### 3.1. 元素提炼与图形转换

香水产品设计灵感来源于明代戏曲家汤显祖所创作的代表剧目之一昆曲《牡丹亭》,该故事描述了

杜丽娘在梦中与柳梦梅一见钟情倾心相爱，但却因世俗与封建思想，最后有情人终成眷属的故事。此产品，截取了《牡丹亭》中最具有代表性的选段《惊梦》，让人在看到香水画面时就能想到牡丹亭后花园满园春色的景象。因此，笔者通过对于故事的理解并结合中国传统纹样，提取了牡丹纹样、蝴蝶纹样和云纹样等传统戏曲元素进行创作(如图 3)，还添加了一些牡丹亭庭院中相应元素，例如牡丹亭、茶靡花、莲花等元素。然而笔者选择花卉系列为创作主体，则均选自《牡丹亭》唱词，而非想象，例如牡丹纹选自“那牡丹虽好它春归怎占得先”，茶靡花选自“遍青山啼红了杜鹃，那茶靡外烟丝醉软”。蝴蝶也是昆曲中鲜明的代表词，人们将蝴蝶视为美好愿望的象征，通过将蝴蝶与其他纹样结合，赋予了各种美好而富有内涵的文化寓意[3]。

在设计过程中，提取戏曲元素中云纹、凤戏牡丹纹和蝴蝶纹单独纹样，进行简化提取设计，作为画面辅助元素。



Figure 3. Cloud pattern, peony pattern, butterfly pattern (arranged from left to right)  
图 3. 云纹、牡丹纹、蝴蝶纹(从左到右排列)<sup>④</sup>

### 3.2. 设计风格与颜色选取

随着数字绘画的发展，插画在当前的包装设计中的应用范围逐步提高。插画并不是对图案的简单堆叠，而是要让这些图案能够进行有序交融与衔接，最终实现对所要表达情感的全面表达[4]。例如，故宫文创的金桂浮月系列帆布包(如图 4)、故宫角楼咖啡的敦煌莫高窟的壁画《伎乐飞天》飞天主题杯(如图 5)和敦煌博物院文创产品天龙八部 9 个守护神帆布包(如图 6)。当前的包装设计不但要求能够全面展示各项产品因素，其本身还需要具备很高的美感，以对观众造成视觉冲击，或者通过设计中包含的情感吸引购买群体[5]。



Figure 4. Canvas bag with golden laurel floating moon  
图 4. 金桂浮月帆布包<sup>④</sup>



Figure 5. Flying theme cup

图 5. 飞天主题杯<sup>®</sup>



Figure 6. Chinese guardian god canvas bag

图 6. 守护神帆布包<sup>®</sup>

因此，本产品采用现代插画的设计手法，笔者将现代设计手法与传统元素进行融合。插画整体风格以国风风格为主，分别将牡丹纹、蝴蝶纹、云纹、茶靡花和牡丹亭庭院景色等元素提取后融入两个画面之中，名为“牡丹飘香”（如图 7）和“花开茶靡”（如图 8）。“牡丹飘香”这幅画描绘的是牡丹亭中牡丹花开之时繁花似锦、烂漫绚烂，其漂亮花姿让为之倾倒，雍容典雅，亭边湖水中粉红色的荷花与墨绿色的荷叶相互映照，花漾清新飘来的馥郁花香，还伴有晨露清新的韵味。“花开茶靡”这幅画描绘的是暮春时间，繁花已落，杜丽娘去后花园寻梦赏玩，只有茶靡花开得如雪花般灿烂。杜丽娘徘徊赏玩时，衣衫被茶靡花的刺钩住了，勾起了她在梦中与携手同游的回忆。

整体设计将满园春色的主题寓意包含其中。在构图上，笔者采用中心式构图法，以牡丹亭为中心，将茶靡花、牡丹花与云纹相结合环绕着牡丹亭，并以荷花、蝴蝶为装饰辅助，清晰地向消费者传达了中国传统昆曲文化独特的韵律美。





**Figure 7.** The fragrance of peony  
**图 7.** 牡丹飘香<sup>①</sup>



**Figure 8.** Mandarin flower bloom  
**图 8.** 花开荼靡<sup>②</sup>

笔者认为色彩是设计吸引大众目光的首要特征。昆曲《牡丹亭》主题设计在色彩上不仅要保留原戏曲服饰色彩的主要特点，而且要适当创新。在色彩上，笔者提取青春《牡丹亭》剧目中柳梦梅与杜丽娘戏服中粉色和蓝色两个颜色(如图 9)，主色调采用同类色与邻近色，辅助色选用对比色，并结合场景进行

巧妙设计，实现戏曲文化与数字插画设计的融合。



Figure 9. Stills from the youth version of “The Peony Pavilion”  
图 9. 青春版《牡丹亭》剧照<sup>①</sup>

## 4. 梨园初香品牌设计定位与过程

### 4.1. 品牌命名与产品定位

笔者将品牌名称取名为梨园初香，其主打是我国一专注传统戏曲文化与时尚香氛的品牌。梨园，原是古代对戏曲班子的别称。我国人民在习惯上称戏班、剧团为“梨园”，称戏曲演员为“梨园子弟”，把几代人从事戏曲艺术的家庭称为“梨园世家”，戏剧界称为“梨园界”等等。初香，取自“疏影初香人欲醉”一词中<sup>1</sup>。

在中国，制香工艺源远流长，距今已有 2000 余年。在我国明朝以后，利用蒸馏工具从鲜花中提取花露的方法，逐步传入了中国内陆地区。《牡丹亭》中国戏剧史上的巅峰之作，凭借雅丽的美学外观，传神表达昆曲韵味，生动呈现出昆曲的独特艺术魅力。

在中国的文学作品中，植物是借物喻志的常客。中国的花卉也代表着众多含义，例如“梅兰竹菊”四君子象征着高洁、清雅、淡泊、飘逸的美好品性，纤美的牡丹花象征着名望、繁荣和财富，荷花象征着女性高贵纯洁的人格等等，取其含义蕴含在香水中带来不一样的“中国香味”。此次，梨园初香品牌联名昆曲《牡丹亭》满园春色系列打造一套香氛产品，包括香水、香膏和香皂三个产品，进一步挖掘中国人记忆中的情结，唤回国人对戏曲文化的自信和兴趣，传播中国传统戏曲文化和制香历史，做好原创东方植物香，诠释中国美学。

### 4.2. 品牌标志与包装设计

梨园初香品牌以专注花香调香气，因此可基于“花”来开展品牌标志设计。纵观品牌标志大多为圆形，圆形在中华传统文化中同样蕴含着丰富的内涵，“圆”则“满”，“圆圆满满”是人们对美好生活的祝愿和期待。标志设计概括、凝练和提取花朵四瓣花瓣的形状，并运用“华康金文”字体将品牌名称“梨园初香”分布四个花瓣中从而进行品牌标志设计(如图 10)。为了契合品牌宣传和视觉统一，在《牡丹亭》系列香氛中的标志设计也采用花瓣的形状，笔者联想到苏州园林中庭院窗户也为此形状，并结合牡丹亭海报中“亭”字书法的结构和牡丹亭的外轮廓进行再设计(如图 11)。

<sup>1</sup> “梨园”一词介绍：百度百科：<https://baike.baidu.com/item/梨园/338857>



Figure 10. "The aroma of Opera Pear Garden" brand logo design

图 10. “梨园初香”品牌标志<sup>®</sup>

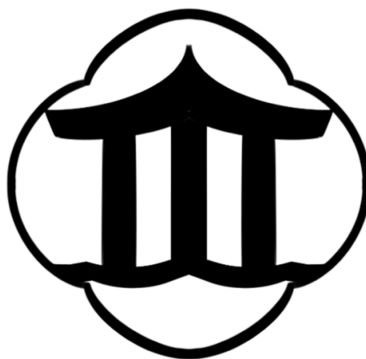


Figure 11. "Peony Pavilion" logo design

图 11. 《牡丹亭》系列标志<sup>®</sup>

在香水外包装采用卡片式插画、文字和品牌标志进行整合设计，在外包装上纸质选择具有质感颗粒的包装盒，将品牌标志在包装盒上方进行装饰，包装盒侧方是香水香调和香水故事介绍(如图 12)。则香水瓶子采用我国民国时期较为圆椭形状的琉璃透明瓶，瓶身与外包装颜色相统一，瓶身环绕将花朵与蝴蝶作为底纹装饰(如图 13)，寓意着馥郁花香、蝴蝶萦绕、如沐春风的美好寓意。



Figure 12. Side view of perfume package

图 12. 香水包装侧视图<sup>®</sup>





Figure 13. Perfume bottle package  
图 13. 香水瓶包装<sup>⑬</sup>

### 4.3. 衍生产品与品牌宣传图展示

文创产品是将文化内涵赋予在商品上，在衍生品设计中，将插画纹样应用于其他香氛系列产品，例如莲花香调的香膏和香皂等产品中(图 14)，延用了香水的外包装设计方法，向受众展示和传递昆曲文化和东方花卉的独特魅力。其次，将创新后的昆曲《牡丹亭》与胶片包装、胶带、鼠标垫和丝巾等基础大众文创结合，则更注重产品的功能性和实用性(图 15)。



Figure 14. Balms and soaps  
图 14. 香膏和香皂<sup>⑭</sup>



Figure 15. Derivatives: Film wrap, tape, mouse pad and silk scarf  
图 15. 衍生品：胶片包装、胶带、鼠标垫和丝巾<sup>⑮</sup>

随着我国人民物质生活水平的提高,对文化品牌产品的需求也在不断增加。如何做好品牌创意产品的设计是当代品牌需要解决的问题。一方面产品需要做好中国传统文化的创新,另一方面产品需要体现一定的文化主题,又要具备创意。苏州园林建筑的特点独特,既有大气的一面,又有小巧的一面,因此选用庭院的元素与产品作为宣传图,也体现出香水韵味和东方古典诗画意境,吸引消费者购买(如图16)。



Figure 16. “The aroma of Opera Pear Garden” brand promotional chart

图 16. “梨园初香”品牌宣传图<sup>⑥</sup>

## 5. 结语

中国戏曲文化经过数千年的历史沉淀,蕴含着深厚的文化底蕴和鲜明的特征,对当代审美理念产生了不可磨灭的影响,更为现代设计提供了丰富的灵感。戏曲文化元素与现代设计理念有机融合,设计出符合现代人需求的品牌,能够使更多的人了解和感悟昆曲独特的艺术内涵,并让流传数千年昆曲文化焕发新的生机,彰显设计的民族文化特色。因此,对传统图案进行再设计,要以坚持发展的眼光,在构建具有民族文化特征品牌的同时,推动文创产品的发展与传播。

## 注 释

①图 1 来源: 站酷 <https://www.zcool.com.cn/work/ZNTQ1NTE2Mzl=.html>

②图 2 来源: [http://www.360doc.com/content/12/0121/07/81556070\\_1065763068.shtml](http://www.360doc.com/content/12/0121/07/81556070_1065763068.shtml)

③图 3 来源: 作者自制

④图 4 来源: 百度图片

<http://t14.baidu.com/it/u=2562723758,1299693382&fm=224&app=112&f=JPEG?w=375&h=500>

⑤图 5 来源: 百度

[https://pic.rmb.bdstatic.com/bjh/down/04c74981cdc62c79e2672c40da4a83af.jpeg@wm\\_2,t\\_55m+5a625Y+3L+aRhOWbvvg==,fc\\_fffff,ff\\_U2ltSGVp,sz\\_27,x\\_17,y\\_17](https://pic.rmb.bdstatic.com/bjh/down/04c74981cdc62c79e2672c40da4a83af.jpeg@wm_2,t_55m+5a625Y+3L+aRhOWbvvg==,fc_fffff,ff_U2ltSGVp,sz_27,x_17,y_17)

⑥图 6 来源: 淘宝: 敦煌研究院旗舰店 <https://m.tb.cn/h.5inxKr0?tk=pK15WXKsSUv>

⑦图 7 来源：作者自绘

⑧图 8 来源：作者自绘

⑨图 9 来源：百度图片

<https://image.huanghepiao.com/d/file/20220227/eb1b2339a8bbfe4a7cdb8bc6e15e7383.jpg>

⑩图 10 来源：作者自绘

⑪图 11 来源：作者自绘

⑫图 12 来源：作者自制

⑬图 13 来源：作者自制

⑭图 14 来源：作者自制

⑮图 15 来源：作者自制

⑯图 16 来源：作者自制

### 参考文献

- [1] 邵钰滢, 何佳. 从视觉趣味到文化意象——浅析文创产品设计层次与方法[J]. 美术教育研究, 2019(12): 38-41.
- [2] 杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计[D]: [博士学位论文]. 北京: 中国艺术研究院, 2017.
- [3] 刘乐. 蝴蝶纹样在现代艺术中的应用研究[J]. 西北美术, 2018(3): 129-131.
- [4] 丁剑欣. 浅谈插画在现代包装设计中的应用[J]. 中国民族博览, 2018(8): 178-179.
- [5] 孙晓帆, 隋慧笛. 插画在包装设计中的应用研究[J]. 大观(论坛), 2019(2): 102-103.