

“两山理论”视角下非遗文创产品设计方法研究

熊熠, 姚琛*

浙江理工大学服装学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年10月26日; 录用日期: 2023年12月14日; 发布日期: 2023年12月21日

摘要

为促进中国生态文明建设, 将“两山理论”的生态哲学思想应用在非遗文创产品设计中, 是一次积极的尝试。“两山理论”作为生态文明建设的行动指南, 能够为旅游的发展创新提供新思路。本文通过论证“两山理论”在非遗文创产品发展中的重要性, 将“两山理论”进行设计语言转译, 提炼适合非遗文创产品的设计原则。根据“两山理论”设计语言转译得出的生态设计、共生关系设计思想, 指导文创产品的创新设计。本研究可以为非遗文创产品创新提供具有中国特色的设计方法, 探索设计新思路。

关键词

两山理论, 非遗文创产品, 生态设计

Research on the Design Method of Non-Legacy Creative Products from the Perspective of Two Mountains Theory

Yi Xiong, Chen Yao*

School of Fashion Design & Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Oct. 26th, 2023; accepted: Dec. 14th, 2023; published: Dec. 21st, 2023

Abstract

In order to promote the construction of China's ecological civilization, it is a positive attempt to apply the ecological philosophy of "two Mountains theory" to the design of non-legacy products. As an action guide for the construction of ecological civilization, "Two Mountains theory" can provide new ideas for the development and innovation of tourism. By demonstrating the importance of "Two Mountains Theory" in the development of non-legacy creative products, this paper trans-

*通讯作者。

文章引用: 熊熠, 姚琛. “两山理论”视角下非遗文创产品设计方法研究[J]. 设计, 2023, 8(4): 3484-3491.

DOI: 10.12677/design.2023.84429

lates the “two Mountains theory” into design language and refines the design principles suitable for non-legacy creative products. Based on the translation of the “Two Mountains Theory” design language, the design ideas of ecological design and symbiotic relationship are derived to guide the innovative design of cultural and creative products. This study can provide a design method with Chinese characteristics for the innovation of non-legacy products and explore new design ideas.

Keywords

Two Mountains Theory, Non-Legacy Products, Ecological Design

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

在中国生态文明建设中, 习近平提出的“两山理论”成为新时代中国生态文明和绿色发展重要的理论基础和实践指导。生态旅游是“两山理论”践行的重要环节, 在发展生态旅游时, 非遗文创产品是展现当地的文化内涵、地域特色的重要载体。

随着中国社会高速发展, 现代化为人类带来高度的物质文明, 同时也改变了原有的生存环境, 使非物质文化遗产失去发展传承路径, 许多非遗文化处于退化、无径传播的境地。非遗的保护关键性在人、自然、社会三个环节, 因为非物质文化遗产传承的不仅是“物质”, 它同时还承载着知识、情感、技艺等无法看见的“非物质”。“两山理论”作为习近平生态哲学思想的概括, 近年来已在多地生态旅游中得到成功实践。该理论蕴含的人、自然、社会和谐发展的精神内核, 在非遗文创产品设计过程中能够为其创意发展建设提供参考, 是一种前人未曾尝试过的新方法。

从“两山理论”视角出发, 探寻蕴含中国本土特色的文创产品设计方法, 是否能为旅游中非遗发展提供一种新的发展思路。在非遗文创产品设计中, 考虑“两山理论”的精神内核, 将“两山理论”进行设计转译, 提炼出设计思想。构建基于“两山理论”的非遗文创产品设计方法, 本文将从两山的设计思想(生态设计-共生关系)进行模型搭建, 从“两山”设计语境中探寻属于中国方案的非遗文创产品设计方法。

2. “两山理论”与非遗文创产品

2.1. 非遗文创产品

随着生态旅游的发展, “非遗+”的设计传播模式逐渐成为旅游业的设计潮流。随着国家发展迅速, 人民生活日益幸福, 在解决了马斯洛提出的第一层和第二层, 生理需求、安全需求之后, 新时代人们开始追求精神层面的享受。在生态旅游中, 非遗文创产品往往彰显着中国文化底蕴与民族特色, 能够极大的满足人们的视觉感官与精神享受。

目前, 在非遗文创产品设计创作中, 作品出现产品结构雷同, 存在品类单一与文化内涵不足, 缺乏设计创新力度, 同质化严重等现象, 不符合当下大众的审美追求。从设计层面看, 非遗文创产品应当改变之前的传统设计形式来应对时代的改变, 在传承文化的同时, 迎合消费者审美, 解决非遗文创产品无吸引力的问题。将“两山理论”转化为设计语言应用于非遗文创产品中是一种合理的文化可持续发展策略, 能够实现更深层次的消费升级, 盘活非遗新经济。

2.2. 两山理论

“两山理论”来源于习近平同志在 2005 年浙江省安吉县考察时,提出的“绿水青山就是金山银山”。在 2020 年发布的《建议》中有提出,“坚持绿水青山就是金山银山理念,坚持尊重自然、顺应自然、保护自然,坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主,守住自然生态安全边界。”[1]可见推动绿色发展,促进人与自然和谐共生,是为两山践行的重要方针。

2005 年习近平以笔名哲欣在《浙江日报》发表评论指出,“如果能够把生态环境优势转化为生态农业、生态工业、生态旅游等生态经济的优势,那么绿水青山也就变成了金山银山。”[2]生态旅游的高质量发展有利于人与自然和谐发展,是践行“两山理论”的良好载体和重要途径,有助于实现“绿水青山”到“金山银山”的跨越。两山理论能够为非遗文创产品提供科学性与时代性的设计方针,是促进“非遗”与旅游产业、文化创意产业的深度融合、可持续高质量发展的有效举措。

2.2.1. 时代性

“两山理论”蕴含的人与自然和谐共处的生态哲学思想,在非遗文化发展给出了具有时代特征的发展方针。在国际视野中,“可持续设计”在生态哲学思想指导下构建可持续开发策略,既实现了社会价值又保护自然价值,符合“两山理论”的发展目标。在中国,“两山”是属于真正的中国传统精神,其蕴含的设计伦理符合当下时代背景。非物质文化遗产包含大量人类与生态和谐共处的观念、感悟,非遗文创产品设计由“两山理论”赋能是引领性的创新,为设计行业提供有中国特色的设计方案。

2.2.2. 科学性

2020 年浙江省自然资源厅公布 16 个案例入选浙江自然资源系统践行“两山”理念典型案例。这 16 个案例都从各方面对生态环境进行整改保护,通过结构优化、资源转化,成功的实现了“两山理论”所推行的人与自然和谐共生的价值理念。为非遗文创产品发展方向提供科学论断。绿水青山的自然资源是社会生产力的基础要素,人类在面对这些自然资源的同时,遵循“两山理论”核心内涵,能够促进人类社会可持续发展。在非遗文创产品设计中践行两山理论,将生态环境资源转化凝练为经济价值与社会价值,体现人、自然、社会这三层关系与设计相融共生,见图 1。

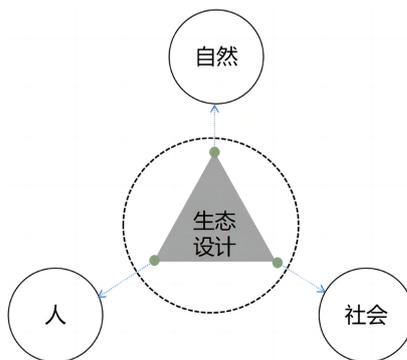


Figure 1. Two mountains view human, nature, society design relationship diagram

图 1. 两山视域下人、自然、社会的设计关系示意图^①

3. 两山理论融入非遗旅游文创设计思想

习近平同志总结了人类认识的三个阶段:第一个阶段是“用绿水青山去换金山银山”;第二个阶段是“既要金山银山,但是也要保住绿水青山”;第三个阶段是“绿水青山本身就是金山银山”[2]。这三

个阶段讲述了“绿水青山”与“金山银山”之间,以及生态保护与经济增长之间的关系,强调它们并非始终不可调和,而是相互统一的。在设计中遵循人与自然和谐共生的理念,尊重自然、保护自然,兼顾生态环境保护和经济增长,实现共同发展。

3.1. “绿水青山”中蕴含的生态设计思想

生态设计也称绿色设计,是指将环境因素纳入设计之中,从而帮助确定设计的决策方向。生态设计要求在产品开发的所有阶段均考虑环境因素,从产品的整个生命周期减少对环境的影响,最终引导产生一个更具有可持续性的生产和消费系统。生态设计包含两方面的含义:一是从保护环境角度考虑,减少资源消耗、实现可持续发展战略。二是从商业角度考虑,降低成本、减少潜在的责任风险,以提高竞争能力[3]。

非遗在传承的生活生产中,群众生活、周围环境密切相关。由实到虚,不仅仅传承有形的物质载体,还包含无形的精神层面。从产品设计层面而言,减少对环境的影响应该纳入整条生产线。例如,产品的整体制作流程中从原材料到包装,再到最后销售,要考虑环境污染问题,以及能源与材料的消耗。设计师要把握好生产环节,减少不必要的废弃物产生。生态设计不仅要构思产品的生产开发、制造,还要关注回收和再生处理阶段。从精神传递以及生态保护过程中来讲,符合人与自然和谐共生理念,积极向上的将非物质文化遗产里无形资产传递出去,便是生态可持续。

3.2. “绿水青山就是金山银山”中蕴含的共生关系思想

在共生关系中,一方为另一方提供有利于生存的帮助,每个相互影响的物种都能得到好处,相互依赖,相互收益。绿水青山既是自然财富、生态财富,又是社会财富、经济财富。把绿水青山转换为金山银山,关键在于找准生态保护与经济结合点。我们依托生态优势,积极发展文旅康养、保水渔业、绿色建材深加工以及特色农业种植、健康食品加工、林下经济等,推进特色优势产业绿色转型。建立健全生态产品实现机制,积极发展多元生态产业,绿水青山就是金山银山二者不可分割,共生共富。

在非遗活态传承的生产设计过程中,人、自然、社会三者之间和谐共生,维护自然生态平衡是根本原则。在非遗生产设计体系中,挖掘地域特色是传承非遗文化的重要手段,顺应现有的地形地貌,利用好当地的自然生态,将非遗文化与当地生态环境有机结合,提高消费者的地域文化感知力,绿水青山赋予设计的不仅仅是物料资源,其中还包含当地独有的文化资源。

4. 两山理论下的非遗旅游产品设计方法

4.1. 基于“绿水青山”的绿色设计

4.1.1. “万物归零”的简约设计

零是结束,万物之终结归为零。零又是新的开端,万物复苏从零开始。老子说:“道生一,一生二,二生三,三生万物。”又说:“有无相生。”“无”中可以生“有”,“有”也免不了终结于“无”[4]。在设计语言中,“归零”即化繁为简。将一切多余的设计删除掉,精简提炼,将复杂多样的传统文化元素简化为具有现代审美和市场价值的商品。例如,优化包装设计减少资源损耗,简化设计流程减少废弃物产生,重复使用包装减少一次性包装的使用,让产品有来处知去处,将非遗产品设计实现化繁为简,达到零污染、零浪费。

家居品牌“野兽派”携手国家级非物质文化遗产徐行草编,将拥有上千年传统文脉与历史的手工艺融入艾蒿香氛系列,将自然材料应用在产品的包装设计上,替代原有的纸质包装。草编材料取之自然,它的环保性特质赋予了现代产品独特的设计内涵。承袭最初的花盆形状性质,运用绿色的生态配色,大

气简约的视觉感受, 将传统手工艺与现代视觉相互碰撞, 展现生态美学思想。编织出的产品能够再利用, 成为装饰品, 达成零浪费设计, 从而完成“万物归零”的绿色设计, 见图 2。



Figure 2. (a) Xu Hang straw-weaving works, (b) Xu Hang straw-weaving and Fauvism cooperation products

图 2. (a) 徐行草编作品, (b) 徐行草编与野兽派合作产品^②

4.1.2. “相生共化”的生态设计

“相生”于自然而言是一种普遍现象, 植物为我们提供各种素材, 它代表着自然为整个生态系统提供能量。在设计语言中, 材料选择可回收、可降解或可循环利用, 即自然中“相生共化”的生态设计方法。从微观来看, “生态”一词与生活息息相关, 中国人追求“和谐之美”的生活美学, 不只是客观世界的和谐统一, 更重要的是人作为主体自身精神世界的宁静。在产品的设计过程中, 把情感寄托在自然物象的运用中, 例如梅兰竹菊、山海湖泊等自然元素。与其为了保护生态而远离自然, 不如与自然和谐共处, 利用自然资源, 创造更多的价值。

从宏观来看, 人类命运共同体。中国与欧美的生态设计境地不同, 我们从农业文明经过短暂的工业时代形成了现在的中国产品设计形式, 中国制造遍布世界。提出“绿色 GDP”的美国国家人文科学院小约翰·柯布院士认为, 生态文明希望在中国, 更是明确指出中国有希望走出一条属于自己的生态设计之路[5]。

两山理论中蕴含的设计语言, 包含人、自然、社会如何平衡、相生、共化。是一条正确的、可持续道路。在非遗产品设计中, 认识非遗背后的人文内涵和精神价值, 找到与自然生态的链接, 寻求生态的多重意义, 并将这种特殊的情感转换到产品中。将对于环境的理解拓展到人造物的领域, 从而达到取之自然, 归之自然的设计方法。

“稻壳村”就是一款完全由废弃稻壳废料制成的模块化玩具游戏。市面上的玩具大部分都是由塑料污染材质制造, 设计师赵苏斌用稻壳作为原材料制作积木产品, 儿童可以通过堆叠、组合积木, 创建不同的城市结构。游戏时间结束后, 可以将积木放回泥土中进行堆肥, 培养儿童的环保意识。利用废弃稻壳这种创新设计思路, 不仅起到保护环境的作用, 将积木放回泥土中堆肥的行为, 也从物质层面上升到精神层面。它表达的是生态环保的设计理念, 在人群中传播, 创造了更高层次的教育意义。回收利用的设计概念是“两山理论”中强调的人与自然和谐相处的设计原则, 见图 3。

4.2. 基于“绿水青山就是金山银山”的共生关系设计方法

4.2.1. “共生共识”的文化共鸣设计

“共生设计”依照中国之传统观点, 万物生存有其“道”, 而这种“道”用现在的话说就是对立统一的规律性, 而这种对立统一并不是一成不变的, 而是一种此消彼长、彼此交融的和谐之美[6]。“共识”



Figure 3. “Rice shell Village” children building blocks design case

图 3. “稻壳村”儿童积木设计案例[®]

是指将人类与自然文化通过物质与非物质的关系来互相扶持、鼓励。从而建立一种人类与自然文化、创作者与观赏者之间的共鸣[7]。因此共识旨在打破一种抽象、无趣、无意义的设计表达。在生态环境系统中进行产品设计思考。从需求的提出、产品功能的要求、产品形态的设计都遵循人、空间、环境的有机融合。

在设计过程中应用好天然的生态环境，理解人与自然的关系，顺应自然。创造产品与自然和谐相处的共生形式。产品除了基本的物质功能，还要包含“情感”功能。没有“情感”的文创产品，不是好的产品。“情感”来源于生活，赋予了设计产品灵魂。文化是情感产生的基础，它拥有岁月的沉淀，能够触动消费者对于历史发展的文化共鸣以及文化自信，是非遗文创产品设计的精髓。

设计师应当注重非遗文化与现代产品的结合，通过深度挖掘非遗文化内涵，将非遗的情感价值转化为具体的设计元素和体验，进而提高消费者对非遗的感知度与认知度。见图 4，国产香薰品牌观夏，以挖掘中国人记忆中的情意结，做好原创植物香为初衷。坚持立足东方意向，唤醒消费者记忆深处安心的情绪，表达自然与格调。有一组产品以自然元素命名，“昆仑煮雪、浮光竹影、听泉茉莉”等，选取了我们平时所熟知的中国传统意向，运用东方写意式的大片留白，剔除繁杂元素极简设计，能够引发消费者的文化情感共鸣。



Figure 4. “Summer View” natural elements series products

图 4. “观夏”自然元素系列产品[®]

4.2.2. “三生万物”的再造设计

“道生一，一生二，二生三，三生万物”。[4]“三”即天、地、人，宇宙中的一切都来源于天地间的相互作用，当非遗文化遇上数字化建设，对于非遗文化来说不是改变了原始的生活、生产方式，而是在原来的基础上以更加特别的手段去完善非遗文化传播。由一种文化衍生出多种传播形式，即“一生万物”。对于非遗来讲，数字也是一种绿色传播的手段，以无材料损耗、无环境污染的方式用数字说话。

科技赋能提升“非遗”文化展示多样性，不再局限于最初的“博物馆”式保护，运用小程序、短视频、AR、VR、H5 互动、动画、元宇宙等前沿技术，对非遗进行年轻化、时尚化的表达，实现科技与非遗相互“赋能”，让非遗传承有更当代、更多元的表达方向，进一步推动非遗文化传承。首先，非遗文化可以运用数字技术传递，创建富有地域特色的非遗文化产品，提炼出适用于现代人的审美符号，应用于品牌媒体视觉输出。其次，非遗背后的非物质性文化，让我们看到数字教育的机遇，应用数字技术手段，将非遗背后符合新时代价值观的文化意义传输到各大网络品牌，结合视觉、听觉感官，传播非遗。最后，非遗的文化故事以数字化手段能够带来正向回馈，提高知名度，会有更多的人了解非遗并间接的产生经济价值。实现了人、自然、社会三者和谐共生，以及非遗文化的可持续发展。当下互联网中出现了许多关于非遗的数字文化软件，能够通过数字化的手段去推广非遗文化及其产品。遗韵游存就是一款拥有非遗游览图鉴及特色旅游一体化的服务平台，正确的运用了科技工具对非遗进行多样化的宣传，其中包含非遗资讯、旅游服务等，通过地图、文字等形式展现非遗风貌，为游客提供全面化的体验。在宣传非遗的同时发展经济，通过电商模式销售当地特产以及非遗文创产品，打造独特的非遗体验，见图 5。

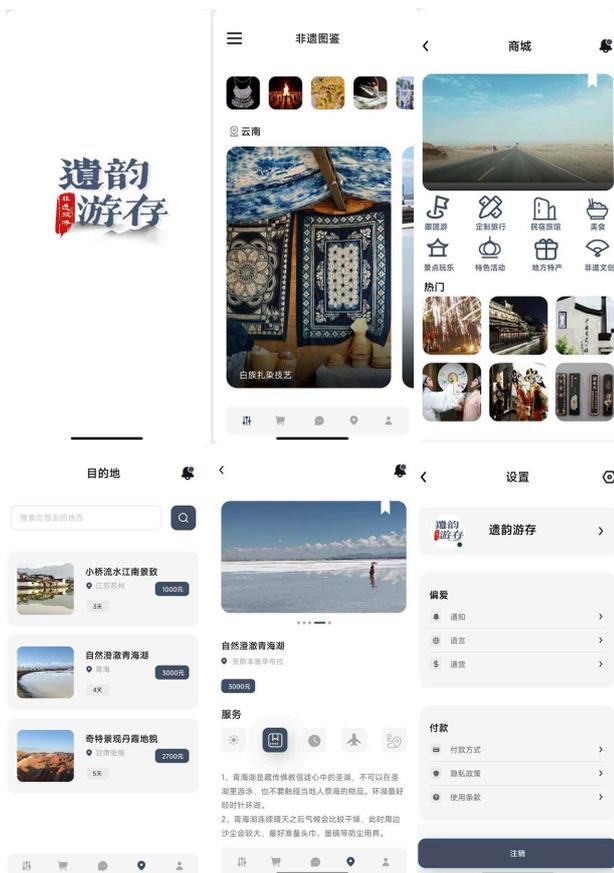


Figure 5. “Legacy tour” intangible heritage tourism platform
图 5. “遗韵游存”非遗旅游平台®

5. 结语

随着工业化时代的发展, 非遗文创产品发展至今面临瓶颈。为延续非遗的可持续发展, 本研究提出以“两山理论”为导向, 在论证非遗与生态之间的关系前提下, 解析两山中蕴含的设计思想。提出基于“绿水青山”的绿色设计方法、基于“绿水青山就是金山银山”的共生关系设计方法。在人类命运共同体的号召下, “两山理论”作为我国的绿色生态理论, 为非遗文创产品创新设计提供有中国特色的理论支撑。因此, “两山理论”的践行不仅可以帮助设计师理解产品的可持续设计, 打破传统非遗文创产品设计方法, 同时还能够推动绿色发展, 促进人与自然的和谐共生。

注 释

①图 1 来源: 笔者自绘

②图 2 来源: 左“节与物”系列材料手工坊|用徐行草编编结秋天_澎湃号·湃客_澎湃新闻-The Paper; 右 <http://xhslink.com/KFysSv>

③图 3 来源: 绿色产品设计-难得一见的创意【北京新易设计坊】_条形_音箱_环保
https://www.baidu.com/link?url=5wDDNIPEFmhiVoSTaLzp_1pcDNYWk4Ceei5b-q51JP73ZGWdiqMicVlihCW89Ay3Wixhm4bDw8W8cszM38qr4a&wd=&eqid=961d0e950073870e0000000565814abf

④图 4 来源: <https://m.tb.cn/h.5i7puOL?tk=RxOfWcTgJnX>

⑤图 5 来源: <http://xhslink.com/AR5sSv>

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 新华社: 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[EB/OL]. http://www.mofcom.gov.cn/article/zl_sjwzqh/fuzhu/202012/20201203021505.shtml, 2020-11-03.
- [2] 习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.
- [3] 张萍萍. 道家美学思想在服装品牌设计中的运用[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安工程大学, 2018.
- [4] 老子. 道德经[M]//高文万. 道德经. 北京: 北京联合出版公司, 2015.
- [5] 小约翰·柯布. 生态文明的希望在中国[J]. 人民论坛, 2018(30): 20-21.
- [6] 黄敏. 基于传统和谐共生美学的平面设计本土化研究[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2014(5): 156-160+164+2+165.
- [7] 占镒瑕, 傅凯莉, 顾艺. 基于生态设计的建筑表皮投影研究[J]. 设计, 2023, 36(7): 110-112.
<https://doi.org/10.20055/j.cnki.1003-0069.000642>