

越窑青瓷纹样在文创产品中的创新

高于欣, 林思颖, 程嘉莹*

浙江农林大学暨阳学院(晨晓艺术与设计学院), 浙江 绍兴

收稿日期: 2023年12月12日; 录用日期: 2024年1月2日; 发布日期: 2024年2月26日

摘要

越窑青瓷是中国传统文化中重要的组成部分, 具有丰富的文化内涵, 给现代设计提供了素材的源泉和设计的灵感。近年来, 在乡村振兴背景下, 越窑青瓷传承与发展迎来了全新契机, 政府不断推进越窑青瓷复兴及传承, 文创产业的发展也在为乡村振兴赋能, 在一定程度上起到了弘扬优秀乡村文化、增强地域产业实力等作用。然而, 当前越窑青瓷文创产业现状不容乐观, 存在仿古多、创新少、市场竞争力不强等问题。笔者对越窑青瓷的纹样符号进行提取、再设计, 将地域文化与文创产品相结合, 诠释越窑青瓷纹样的文化内涵, 探讨越窑青瓷在文创产品设计中的创新设计途径和可持续发展策略。通过对青瓷纹样进行创新, 青瓷纹样在文创产品中的设计与开发, 拓宽了越窑青瓷传播的渠道, 为越窑青瓷的创新提供新的思路方向。

关键词

非遗, 越窑青瓷, 纹样, 文创产品设计

Innovation of Yue Kiln Celadon Patterns in Cultural and Creative Products

Yuxin Gao, Siying Lin, Jiaxuan Cheng*

Jiyang College of Zhejiang A & F University (Chen's School of Art and Design), Shaoxing Zhejiang

Received: Dec. 12th, 2023; accepted: Jan. 2nd, 2024; published: Feb. 26th, 2024

Abstract

Yue kiln celadon is an important component of traditional Chinese culture, with rich cultural connotations, providing a source of materials and inspiration for modern design. In recent years, under the background of rural revitalization, the inheritance and development of Yue kiln celadon have ushered in a new opportunity. The government has continuously promoted the revival and

*通讯作者。

文章引用: 高于欣, 林思颖, 程嘉莹. 越窑青瓷纹样在文创产品中的创新[J]. 设计, 2024, 9(1): 909-916.

DOI: 10.12677/design.2024.91109

inheritance of Yue kiln celadon, and the development of cultural and creative industries has also empowered rural revitalization, playing a role in promoting excellent rural culture and enhancing regional industrial strength to a certain extent. However, the current situation of the Yue kiln celadon cultural and creative industry is not optimistic, with problems such as more antique imitations, less innovation, and weak market competitiveness. The author extracts and redesigns the pattern symbols of Yue kiln celadon, combining regional culture with cultural and creative products, interpreting the cultural connotations of Yue kiln celadon patterns, and exploring innovative design approaches and sustainable development strategies for Yue kiln celadon in cultural and creative product design. By innovating the patterns of celadon, the design and development of celadon patterns in cultural and creative products have expanded the channels for the dissemination of Yue kiln celadon, providing new ideas and directions for the innovation of Yue kiln celadon.

Keywords

Intangible Cultural Heritage, Yue Kiln Celadon, Pattern, Cultural and Creative Product Design

Copyright © 2024 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

宁波市慈溪市上林湖一带是越窑青瓷最早的中心产地之一，越窑被称为“母亲窑”。越窑青瓷在南宋后停烧、逐渐没落，新中国成立后，越窑青瓷开始恢复烧制，在专家学者们的努力下，越窑青瓷恢复取得阶段性成果。近年来，在乡村振兴战略背景下，宁波市政府不断推进复兴越窑青瓷及传承越窑青瓷文化相关工作，挖掘传统文化与工艺特色，从制瓷技术到创新产品，从打造品牌到文化传播，打造“青瓷+”新业态，着力培育越窑青瓷文化产业，从而带动地方旅游经济，传播地域文化。

文化创意产品的文化内容是其创意的源泉，而中国文创的创意源泉则是中华民族所独有的传统文化和丰厚的历史积累[1]。非物质文化遗产本身具有很高的价值，不仅丰富我国文创产业的文化内容，还为文创产品设计提供文化支撑。越窑青瓷是中国传统名瓷，记载历史文明，见证海上丝绸之路的交流发展，促进东西方文明的交融。纹饰艺术风格体现了不同历史时期的人文风情与审美价值，在现代仍然具有较高的人文价值与艺术价值，也是地域文化设计的重要素材。因此，将传统青瓷纹样与文创产品设计结合，在其中融入创新性元素，不仅能满足大众多元化的审美观念与功能需求，提高文创产品的文化附加值，还能让青瓷文化在文创市场中得到更广泛的传播。

2. 越窑青瓷文创设计现状

近年来，越窑青瓷传统烧制技艺和非遗文化得到有效的保护和传播，国家级、省级、市级的工艺美术大师正不断涌现，体现出越窑青瓷文化活力发展和良好势头。然而现有越窑青瓷产品本身停留在复烧后的仿古阶段，大众对于青瓷文化了解比较浅薄，导致在市场中相关越窑青瓷文创产品并没有明显竞争力。青瓷现有文创产品劣势分析如下：

2.1. 文创产品同质化严重

由于文创产品的知识产权和保护评估体系并不完善，行业缺乏一条完整的产业链，以致文创产品同

质化严重是整个青瓷文创行业普遍存在的现象。越窑青瓷产品种类寥寥无几，例如，最为传统的呈现茶具、厨具，较为新型的香薰等；与其他非遗文创相比较，形式表现较少，缺乏青瓷文创个性化体现；从生产工艺上来讲，现有文创产品难以做到批量生产。从大众认知来说，当前市场瓷器产品很种类繁多，难以区分不同窑的瓷器特点，这也导致青瓷文化在传播过程中没能准确定位、高效传播文化内涵。

2.2. 文创产品表现形式通俗化

在文化创意业态下，青瓷文创产品发展存在滞后性，内容形式相对比较单一，图案设计创新性不够。当地大多数现有文创产品沿用了“秘色”这一色彩特征，极具中国传统的审美，但是，在整体的图案纹样设计上，将越窑青瓷纹样直接使用在产品表面，简单拼贴、嫁接，缺乏对青瓷特色纹样符号的挖掘、提炼，缺乏对传统民族文化的了解，忽略了历史文化脉络的传承。

2.3. 文创产业缺乏整体品牌化构建

中国传统工艺振兴计划提出，要培育一批传统工艺知名品牌，通常指某个机构及其产品、服务在公众心目中形成的持久印象，建立品牌意味着具有较高识别度、信任度、美誉度和用户粘性等[2]。目前市面上的青瓷文创产品没有系统的品牌规划，只是一些片面、零散的文创。宁波地区青瓷产业融合平台搭建不完善，创新人才团队缺乏，导致目前青瓷文化产业品牌化构建的思路大多停留在传统瓷器产品；品牌核心理念挖掘不深；品牌定位不能凝聚地方特色；品牌视觉形象设计缺乏创新；品牌营销推广方面还需拓展渠道。

3. 越窑青瓷特色纹样采集

3.1. 越窑青瓷文化符号采集

纹样不仅仅是图形组成呈现，更是历史故事载体，时代记录与传承[3]。青瓷纹样根据每个朝代更迭，百姓在生活日常中对物象和精神的追求以及外来文化融合而形成。纹样通过创意加工转化为现代风格装饰元素。笔者对宁波市慈溪市上林湖一带从魏晋南北朝开始到南宋的现存青瓷进行表面图案方面的采集，对图案中的代表性纹样进行归纳、提取、再设计，整理出植物，动物，两类文化符号共计 11 种代表青瓷纹样的符号，见表 1，表 2。

青瓷纹样根据中国民间工艺美术传统“图必有意，意必吉祥”的思路来设计。植物纹中大量反映佛教文化的装饰题材，与本土文化相结合，呈现儒佛一体化的题材装饰纹样。常见的有莲花纹、卷草纹、蕉叶纹、缠枝纹、荷叶纹等。不同植物纹样有着不同的文化寓意，表达先人对自然的热爱和对美好生活的向往。动物纹多为写实饱满的神兽纹样，虽然在造型表现上，简练地刻画动物的外部轮廓和生理特征，但具有独特之处，神态表现得栩栩如生，并赋有浓郁的生活气息，在其蕴含着对天地自然万物的敬畏和对祖先的崇拜。人文纹多以婴戏、宴乐为题材，反应出在当时朝代下先民现实生活的乐观精神状态以及“以民为本”的民本观念，同时促使先民逐渐意识到自我价值。

Table 1. Plant pattern collection

表 1. 植物纹样采集

名称	纹样来源	纹样提取
莲花纹		

续表

蕉叶纹		
荷叶纹		
卷草纹		
缠枝纹		

Table 2. Animal pattern collection
表 2. 动物纹样采集

名称	纹样来源	纹样提取
龙纹		
犬纹		
狮纹		
羊纹		
雁纹		
饕餮纹		

3.2. 越窑青瓷与文创产品融合发展策略

文创产品本身就是一种文化的体现，其核心功能就是满足消费者精神上的需求，让消费者从产品上

感知到独有的特色文化内涵[4]。越窑青瓷文创新离不开宁波地区丰富的历史文化资源，地域文化承载着越窑青瓷文化内涵。因此，越窑青瓷的个性化表现更是需要依托于地域文化。越窑青瓷个性化表现需要从具有当地特色的非物质文化遗产中选取与其他地区不同的文化内容，并根据非物文化内容的特点进行造型创新，将文字、图形、结构、色彩、材料等以全新的视觉和符号形式进行呈现，让非物质文化遗产获得新的视觉形象，新的视觉符号可以使传统文化呈现新的生命力[5]。符号化和视觉化的设计往往比文字更容易理解和认知且易于推广宣传，比单纯的口头传播更能促进文化传承和创新发展。例如，传统的上林湖传说，如《天下明珠上林湖》、《黄鳝山的传说》、《泥鳅勇斗海龙王》等故事，依托故事内容，提取故事人物形象，结合青瓷特色和地域特色进行创新设计，将设计运用到书刊读物、公共设施、文化景墙和室内空间中，让人们更直观和深刻地认识越窑青瓷，也有利于越窑青瓷的推广和宣传。

在新媒体影响下，文创产品设计满足了消费者的情感需求，同时带来了产品形式上的升级[6]。文创产品不仅存在于实体层面，还可以在虚拟层面上融入市场。数字化产品设计作为虚拟产品应当广泛与现实生活接轨，以线上线下结合的形式展现了乡村特色文化、非遗历史、田园风格、乡土风貌、生产生活等数字化产品。例如，塑造与开发青瓷特色 IP 形象，通过地域历史文化赋予 IP 形象故事背景，推出表情包、动画等数字化产物；“公众号 + 小程序”的推广模式，公众号科普相关青瓷知识，实现线上文化传播，小程序实现文创产品 DIY 设计以及线上下单等，满足便捷化、个性化需求；通过短视频展播与直播带货两大方式，各大网络平台推广青瓷文化及销售相关青瓷延伸产品。

4. 越窑青瓷纹样与文创产品融合的设计应用

非遗类文创需要在产品类型、造型、创意、用途、性能等方面进行深入创新，不能只存在品牌和售卖地的差异，还需要对文化进行挖掘与赋色[7]。通过对越窑青瓷纹样的研究，提取其纹样元素，并将其运用到文创产品中，使其既能汲取越窑青瓷纹样的内在文化内涵，又能让消费者越窑青瓷纹样产生新的认识。这不仅体现了当代人们的审美观念，也为越窑青瓷的发展带来了新的思路。经过前文对青瓷纹样符号的梳理，建立了可供使用的传统纹样图案资源库，在纹样创意设计中，融合现代流行元素，创新了文创产品用途形式，丰富了青瓷纹样在文创产品中表现。

4.1. 越窑青瓷纹样设计



Figure 1. Innovative patterns

图 1. 系列创新纹样

纹样从建立的纹样资料库中提取、再设计，构成该系列创新纹样图，见图 1，从青瓷三维立体形态向二维平面化转变。主视角元素融合神兽龙与狗的形象，夸张化了狗的面部和耳朵，给人一种有趣又怪异的感觉。植物纹中最为特色的莲花纹连接四方主元素，四个方位角图形结合植物纹进行解构、重塑；四边围绕以二方连续排序的如意纹。整个设计表达了富贵吉祥的寓意。在色彩运用上，进行了三款不同色彩搭配：第一种，借鉴于青瓷釉色，以高明度的青色中穿插少部分中低明度的梅红色；第二种，在高明度的靛蓝中穿插低明度对比黄色；第三种，跳脱古代固有雅致风格，大胆采用黑粉撞色处理方式，在主题色为高明度的玫红色结合青色作为搭配，产生强烈视觉冲击。在元素组合上，运用二方连续，对称等形式，使整体画面清新明快，富有节奏感和韵律感。在设计手法上，将传统纹样中的文化内涵深入发掘，同时也出现意想不到的潮流感。

4.2. 越窑青瓷创新纹样应用



Figure 2. Series of innovative patterns applied to scarves
图 2. 系列创新纹样应用于丝巾

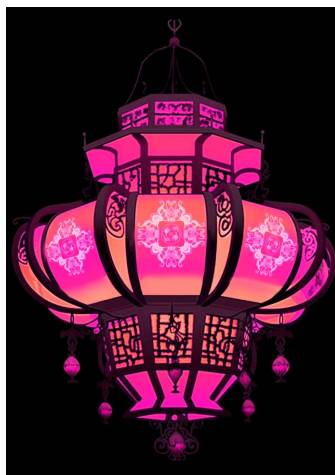


Figure 3. Innovative patterns applied to lanterns
图 3. 创新纹样应用于灯笼

青瓷文化以另一种新的面貌立体地呈现在大众面前，文创产品以丝巾作为载体，见图 2，将创新纹样与丝巾结合，兼具文化性与实用性。在制作工艺上选取机械化生产，不但提高了生产效率，更可以对

传统工艺和文化的高度还原。在设计之初,考虑到现代生活方式中丝巾多为时尚单品的形式出现,其需要形式个性化、内容丰富化、设计时尚化,因此产出系列化产品。灯笼作为一种传统工艺品,是中国人喜庆的象征。在数字化发展的时代下,传统灯笼遇上数字化,呈现出非遗灯彩秀,见图3,将灯笼寄托美好期盼之意与新纹样中祝福含义融合,用现代数字光影的形式展现了传统文化与现代技术交织,实现用户互动的体验。纹样设计应用在滑板上,见图4,传统碰撞新潮,拉近与年轻人的距离。滑板正面图案在保留原有纹样的基础上进行局部提取,背面则以设计图进行四方连续。未来纹样设计可以以滑板为突破口,将纹样融入涂鸦、冲浪等街头运动中。



Figure 4. Application of innovative patterns on skateboards
图4. 创新纹样在滑板上应用

5. 小结

越窑青瓷文创产品设计根植于传统文化的沃土,从中汲取灵感和创意,再结合自身对传统文化的独特理解与追求,创作出许多经典、趣味作品。本文对越窑青瓷文创现状进行了梳理与分析,对青瓷纹样文化符号进行了采集与提炼,对文化符号进行研究,提取其文化内涵,并用现代审美理念重新诠释越窑青瓷纹样的文化内涵,探讨了越窑青瓷在文创产品设计中的创新设计途径和可持续发展策略。乡村非遗文化符号与文创产品设计有机融合,提升乡村非遗的文化价值。非遗文化在新的时代背景下寻求蜕变,从而转化为乡村发展的深层次动能,为浙江文化产业赋能。

注 释

文中所有图片均为作者自绘。

参考文献

- [1] 周雅琪. 北京民俗文化在文创产品设计中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京理工大学, 2015.
- [2] 王东. 文旅融合背景下的民族地区旅游文创品牌孵化路径分析——以甘南民间手工艺文创产品为例[J]. 创意设计源, 2020(4): 27-32.
- [3] 李国超. 中国传统装饰纹样在文创产品中的运用——以故宫文创产品为例[J]. 西部皮革, 2022, 44(19): 136-138.
- [4] 爱新伯骥, 周雅琴. 探索地方博物馆文创开发的创新设计新思路[J]. 包装工程, 2018, 39(20): 196-200.

- [5] 姜晓微. 黄龙府民间传说类非物质文化遗产的视觉化设计与开发[J]. 包装工程, 2022, 43(20): 275-284.
- [6] 薛果, 吴文琪. 旅游文创产品设计的信息化创新[J]. 艺术科技, 2019, 32(4): 187.
- [7] 温鑫淼, 刘宗明, 李麟. 基于非遗文创的品牌构建与探究——以湘西地区土家织锦为例[J]. 家具与室内装饰, 2021(9): 55-59.