

当代产品装饰美学设计的地域性视角探析

金 谛

四川传媒学院艺术设计与动画学院产品设计系, 四川 成都

收稿日期: 2023年12月19日; 录用日期: 2024年1月9日; 发布日期: 2024年2月29日

摘 要

装饰作为符号, 在人类设计的各个时期扮演着重要的角色, 在当代全球化语境下, 装饰在产品设计中逐步回归地域化趋势。这种趋势促使设计师开始重新思考装饰对于建立地域文化特征的重要作用。本文旨在, 对装饰美学进入地域性探索的动机进行深入剖析, 以期从新的视角解读当代产品装饰美学的地域性表达方式, 对于产品装饰的反思和探索具有重要的现实意义。

关键词

装饰设计, 本土化, 秩序, 审美

Exploring the Regional Perspective of Contemporary Product Decoration Aesthetics Design

Di Jin

Department of Product Design, Institute of Art Design and Animation, Sichuan University of Media and Communications, Chengdu Sichuan

Received: Dec. 19th, 2023; accepted: Jan. 9th, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

Decoration, as a symbol, plays an important role in various periods of human design. In the context of contemporary globalization, decoration is gradually returning to the trend of regionalization in product design. This trend has prompted designers to rethink the important role of decoration in establishing regional cultural characteristics. This article aims to conduct an in-depth analysis of the motives behind the regional exploration of decorative aesthetics, to interpret the regional expression of contemporary product decorative aesthetics from a new perspective, which has important practical significance for the reflection and exploration of product decoration.

Keywords

Decorative Design, Localization, Order, Aesthetics

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. 研究背景与现状

1.1. 研究背景

自密斯·凡德罗于 1928 年提出“less is more”理念以及文丘里于 1969 年提出“less is bore”理念后，现代主义和后现代主义对装饰的批判影响了现代设计的发展。在国际主义时期，文化性和地域性被严重忽视，导致建筑和产品同质化严重。后现代主义的兴起恢复了地域文脉推崇。后现代主义让地域文化重新回到大众视野。后现代主义倡导的历史文脉和地域文化设计仍然影响着装饰的变革和延续。多元文化和科技的迅猛发展引起人们对个性、民族和文化的追求，使得地域文化的表达有一次回归到了大众的视野。当代产品装饰美学并不局限于历史的表象，而是融合了当代社会意识和审美迁移，产生了新的审美特征。地域装饰的变化反映了社会审美意识和风格的变迁。

1.2. 现状概述

产品设计中的装饰探索与全球化、个性化需求增长、情感体验升级和材料技术变革等因素密切相关。西方设计受到现代主义影响，强调理性主义和功能主义。东方现代设计逐渐认识到自身审美价值。在多元文化融合时代，设计师开始大量探讨产品装饰美学在全球化和本土之间的关系。本土化的装饰美学实践在交通工具、家电、消费电子等领域都有诸多体现，但总体对装饰的理解仍有传统和片面观念。为了使产品装饰设计更好地适应市场和本土文化，需要系统总结当代产品地域性装饰美学回归的动机和审美特征。

2. 当代产品装饰美学设计的发展思考

2.1. 产品地域性装饰历史的回溯

不论是作为艺术手段还是文化载体，装饰在社会活动中扮演着重要角色。回顾人类历史，装饰几乎与人类的创造活动同时出现[1]。在石器时代，纹样装饰在很大程度上已经展现了当时人们的地域性和文化特征。这些纹样通常反映了当时社会的活动、信仰、环境和人们的价值观念。比如，特定地区可能有特定的动植物图案，这些动植物可能是当地重要的资源或具有神圣意义。不同地区的纹样可能有截然不同的图案元素、线条和几何形状。这反映了当时各地区人们的审美偏好和技艺水平。一些地区可能更倾向于使用特定的几何形状或图案组合，而其他地区则可能更偏好表现动植物、人物或抽象的符号。此外，石器时代的人们通常会将地域性元素与他们当时的生活方式和环境相结合。比如，在石器时代较为丰富的河流地区，人们可能更倾向于以鱼的头部、腮、鱼鳞、鳞、尾巴等图案来装饰他们的器物[2]；而在山区，可能更倾向于表现山脉、狩猎场景或山地动植物。这些纹样不仅仅是装饰，更是一种文化符号，传递着关于古代社会生活、宗教信仰、技艺水平以及当时人们与环境互动的信息(如图 1)。

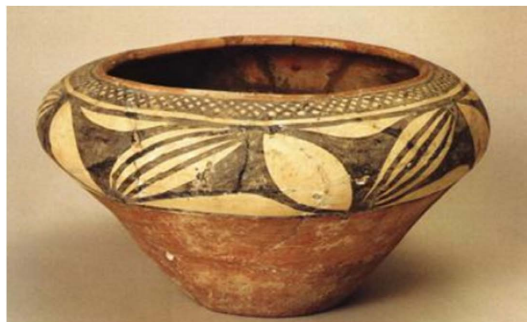


Figure 1. Colored pottery from the Stone Age

图 1. 石器时代彩陶^①

青铜器作为古代中国文明的杰出代表，其装饰风格和纹样多种多样，反映了当时各地的文化、宗教、社会制度以及手工艺水平。不同地区的青铜器纹样和装饰风格存在明显差异。比如，商代的青铜器在中原地区的黄河流域常常呈现出神秘的神话图案、凤凰纹、龙纹等(如图 2)，而在西周的青铜器中更多地出现了一些具有仪式性质的装饰，如祭祀场景、神兽、神人等。在不同历史时期和地域，纹样的组合、线条的粗细、图案的图腾等方面都有所不同。青铜器的纹样内容因其在盛食、饮酒、礼乐等不同场合下的应用而各具特色。同时，随着社会阶级的逐渐分化，纹样装饰也具备了代表社会阶级的象征意义。



Figure 2. The sheep top merchant in the late Shang dynasty

图 2. 商晚期的羊顶商^②

装饰设计作为一种系统性的艺术手法，通过明确的符号语义来创造符合人类审美需求的形式。它产生与人类审美心理相契合的美的形态，加强了产品与使用者之间的情感沟通[3]。装饰设计还引发了使用者在情感体验方面的反思，使其得到更高层次的情感体验。同时，通过装饰所传达的象征意义，产品向消费者展示了深层次的文化内涵和价值观念。装饰美学设计不再仅仅依附于产品的功能，而是以人的体验为核心进行设计。随着现代设计的不断发展，装饰美学的意义和观念也在不断演变，其广度和深度将有着更深远的延伸。

2.2. 当代产品装饰美学设计的回归与观念演变

现代主义是近代设计史上最重要的设计运动之一，其发源地并没有诞生在工业革命的故乡——英国，而是肇始于一个后起之秀——德国[4]。德国的包豪斯学派在追求适应快速发展的现代社会的新的设计方向

时，提出了功能主义的设计准则。现代主义的引入使得“去装饰化”成为设计师们共同追求的目标[5]。

20世纪后期，后现代主义的出现则是对现代主义进行彻底的反叛。后现代主义的产品设计讲究装饰、隐喻、趣味、折中复杂。后现代主义的地域性装饰在一定程度上表现为对传统地域文化的重新诠释和重新组合，同时也呈现出一种全球化的审美趋势。这种装饰风格通常涉及对地域性元素的重新解读，将传统与现代相融合，创造出富有当地特色但又具有国际化影响的设计风格。后现代主义产品常常融合了来自不同地域的元素和概念。设计可能会结合当地传统艺术的图案、色彩和主题，与全球范围内的当代审美观点相结合，创作出同时具有当地特色和国际影响力的艺术作品。

3. 装饰美学设计的地域文化融合之路

3.1. 多元的全球化背景

随着全球化进程的快速推进，不仅带来了经济和文化等方面的交流和融合，同时也引发了一系列矛盾。全球化使得全球商品趋向同质化，甚至导致不同国家人们的行为模式趋向一致。忽视民族的历史和文化必然引发国家和民族之间的矛盾。因此，我们必须认清这种趋势，促使地域文化与全球化相互促进，实现和谐发展。产品设计融合地域文化，以满足不同地区和文化背景的消费者需求，并体现出对当地文化的尊重和理解。这种融合可以通过新的装饰理念重新引入文化符号和元素。设计师可以借鉴和引入特定地区的文化符号、图案、色彩和传统元素到产品设计中。这些符号可能包括民间艺术、传统手工艺、宗教意象或地方特有的图案等。例如，在家居产品中运用特定地域的传统图案。产品设计也可以利用当地独特的材料和工艺，将其融入到产品中。比如，使用特定地域的传统工艺制作家具、陶瓷、纺织品或装饰品，或者使用当地特产的原材料来制作产品。甚至可以与当地工匠、艺术家或手艺人合作，共同开发产品。通过合作，可以结合传统技艺和现代设计理念，创造出融合了当地文化特色的产品。

3.2. 地域文化的融合助力本土全球化

在全球化的蓬勃发展中，商业环境对设计师施加了巨大压力，导致许多设计作品过分模仿国际风格，形成了缺乏地域特色的“国际主义”作品。在这一进程中，民族和地域文化的独特性被严重忽视。然而，辩证地看地域文化特色的回归是不可避免的趋势。地域文化的设计潮流代表了装饰领域中的潜在创造力和可能性。它不仅是对传统文化的回归，更是一种对设计价值观念的重新审视。地域文化设计的兴起将文化瑰宝融入产品中，强调传统元素与现代设计的完美融合，从而为全球消费者带来更为丰富、独特的产品体验。这种趋势使设计师意识到，将地域文化与全球设计趋势相结合，并不是一种局限，而是一种丰富和严谨的设计方式，有望创造出更加富有深度和魅力的作品。

装饰设计不仅是产品的外在装饰，更是文化和民族象征的承载者。其美学实质是对社会文化价值的体现。通过符号与图像，装饰将文化内涵渗透到产品的形式之中。因此，装饰美学在地域文化重新审视中扮演着关键角色。在全球化的潮流下，设计师需要运用现代的装饰美学手段，以保留和传承地域文化。

如今，社会物质和文化资源的丰富，外来文化不断涌入，人们开始积极探索如何在全球范围内定位产品。在这个背景下，融合地域文化元素和现代设计成为关键挑战。设计师只有正确把握文化全球化和地域化的关系，才能看到设计全球化与设计本土化之间的辩证属性。这样的努力不仅有助于产品的差异化竞争，也有利于促进地域文化的传承和传播，推动文化多样性的发展[6]。

4. 当代产品设计装饰的地域性表达——以雷克萨斯为例

4.1. 雷克萨斯设计解析

作为亚洲最重要的豪华品牌，雷克萨斯以东方美学为核心，巧妙地将地域文化融入汽车内外饰，成

为本土全球化的典范。在工业革命以来，西方设计思想一直主导着全球商品美学，对各国现代设计产生深远影响。然而，日本汽车品牌在面对未来竞争的环境时，开始重新审视这种局面，从对工艺、技术的不断提升的阶段，开始转换到关注车身造型的艺术美感是否满足消费者的需求方面上来[7]。雷克萨斯在2004年率先尝试了“发现设计”概念(如图3)，这一概念的推出标志着丰田整体战略的转变。公司深刻认识到传统西方审美的局限性，并决心通过“发现设计”来赋予汽车设计更多的地域特色与东方元素。同时体现日本的现代设计既注重产品的科学性和创新性又强调色彩的简洁、素雅。这一举措不仅仅是一种战略性的转变，更是对地域文化价值的尊重与重视[8]。



Figure 3. Lexus innovation path
图3. 雷克萨斯创新之路[®]

自2011年起，雷克萨斯开始采用纺锤体装饰语言，经过数年的演变，新车的的所有立体变化曲面都以进气格栅为基础，这样的设计手法维持了整体比例和秩序感的完整性，突显了雷克萨斯设计中所强调的相关性。纺锤形进气格栅具有出色的灵活性，通过微调交织线条的角度，可展现上千种立体面貌。尽管纺锤体设计是根植于品牌设计理念和现代汽车工业审美趋势之上，然而，它也为雷克萨斯在地域性装饰方面提供了核心的美学理念。这种设计手法不仅仅是对于品牌标识性元素的发展，更是在全球范围内呈现出独特的地域性特征，将品牌文化与当地文化相融合，以满足不同地区消费者的审美需求。

在强调地域性设计的前提下，雷克萨斯内部车门装饰展现了日本传统工艺的独特魅力，完美体现了雷克萨斯品牌独特的设计理念。这项装饰的焦点集中在侧门板装饰上，其最显著的特点是将“凌光切子”和“鹤羽折布”这两种传统工艺相巧妙结合。凌光切子是一种源自日本具有悠久历史和传统的手工切割玻璃工艺。这种工艺以其精湛的技术和独特的美感，在雷克萨斯的设计中得到了巧妙的应用。在雷克萨斯的设计中，凌光切子被运用于车内饰装饰，尤其是在车门板装饰等位置。其独特的切割技术赋予了玻璃饰板一种璀璨的光泽和质感。这些切割形式和图案是通过高度精密的手工技艺刻画而成，展现出高度的艺术性和复杂度。“鹤羽折布”的纹理则是由经验丰富的匠人手工制作的，他们根据侧门板的弧度巧妙折叠面料，使每一片饰板都展现微妙而精致的变化。这些三维褶皱在光线的变幻中，散发出引人入胜的光彩与质感。雷克萨斯内部车门装饰将本土匠人工艺和精致的细节设计融入汽车内饰中(如图4)。这样的设计既展现出了迷人的东方魅力，又呈现出了丰富多样、复杂流动的平衡之美。这种独特的设计哲学通过车门装饰的工艺精湛和科技结合，将地域文化的深刻内涵和工艺美感传递给了全球消费者。

4.2. 雷克萨斯地域性装饰美学设计的价值启示

地域性装饰美学并非仅限于传统文化的延续，而是将传统与创新融合。雷克萨斯通过运用凌光切子等传统工艺，将传统工艺技术与现代汽车设计完美结合，展现出传统文化的魅力和美感，并赋予其全新的意义。地域性装饰美学的价值在于尊重和体现了特定地域的文化和传统。雷克萨斯的设计不仅仅是简

单地采用了日本的传统工艺，更是在汽车设计中注入了日本文化的精髓，向消费者展示了对地域文化的尊重和推崇[9]。

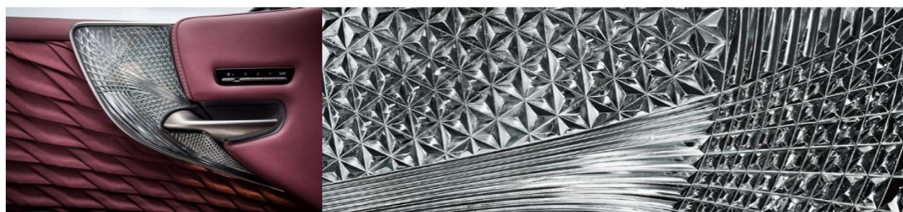


Figure 4. Kiriko and Handcrafted pleats
图 4. 凌光切子和鹤羽折步^④

东方传统工艺与现代科技的结合可以传递情感和温度。在强大的文化背景下，产品成为情感的载体，也代表着身份的象征和文化观念的集合。雷克萨斯在运用地域性装饰美学时，以高度巧妙的方式融入了传统工艺。这种技艺不仅为产品增添了美感，更为汽车内饰注入了独特的文化氛围，为用户带来了深层次的审美享受。雷克萨斯成功地在全球化的背景下平衡了地域特色和全球化趋势。通过地域性装饰美学，展现了日本文化的独特魅力，同时也让全球消费者对日本传统工艺有了更深入的了解。

5. 当代产品装饰美学设计的地域性思考

随着时代发展，国内外的设计思维相融合，使本土产品装饰设计有意避免借鉴国外元素，因此，本土产品既要达到国际审美标准，又要与优秀民族地域文化相交融。在设计时采用独具民族特色的地域性装饰艺术，将中华民族千年文化底蕴融入到作品中，促进地域性设计的创新性。在产品领域，融合地域文化和当地特色的装饰设计已成为一种重要趋势。通过探索并整合当地独特的工艺技法和材料，产品设计得以实现地域性表达。这种整合涉及与当地工匠、艺术家或手工艺人的合作，将传统工艺融入产品设计中。这一做法不仅仅是对当地文化的尊重，更是对工艺与现代设计的完美结合的体现。

在实践中，设计师们积极地寻求当地特色工艺技法和材料，以打造独一无二的产品装饰。例如，通过深入研究中国的传统织布技艺，设计师们可以将特殊的织布技法运用到家居装饰品或服装设计中。此外，与当地手艺人紧密合作，探讨当地特有的传统雕刻、陶瓷、纺织或金属加工工艺，为产品赋予独特的装饰效果。这种融合并不仅仅局限于技艺的传承，还延伸至材料的选择与运用。这种选择不仅突出了产品的地域特色，也对当地环境和可持续发展做出了贡献。地域性装饰设计的整合不仅是一种表现形式，更是对传统工艺技法和文化遗产的传承和发展。通过现代设计的手法，将传统工艺与新颖的理念相融合，创造出适应当代市场需求的产品。这种跨文化融合不仅仅丰富了产品的审美价值，也为当地工匠和手艺人提供了合作和发展的机会。

在当今全球化的环境中，尊重并整合地域文化成为了设计创新的重要一环。这种融合不仅能够满足消费者对多样性和独特性的追求，同时也为当地文化和传统工艺注入了新的活力和发展动力。因此，地域性装饰设计的整合是一种既具有商业潜力，又具有文化价值的设计策略[10]。

6. 结语

装饰美学地域性特征是传达产品设计价值的重要手段，具有巨大的差异性、时代性和民族性。在高度同质化的市场竞争中，装饰能实现品牌差异化，满足多样和变化的消费群体需求。无论是整体表面装饰还是细节装饰，都能直接有效地重塑产品形象。这成为了产品设计装饰美学回归地域性探索的动机。装饰也反映了时代潮流，随着人类文明发展，不同时代的历史、文化、经济和社会意识都在装饰中体现。

装饰作为一个国家的“文化名片”，在全球化浪潮中保持民族特性同样至关重要。在产品设计中，不能生搬硬套地域历史，而是要建立在国际化基础上，通过深入探究地域性美学，建立全球可理解的设计样式。产品装饰设计是体现差异性、地域性和时代性的有效手段，符合当代消费者需求。设计师应抓住时代机遇，积极探索东方文化在全球化背景下的表达方式，使本土文化在全球化浪潮中得到平等对话的机会。这将满足消费者需求，同时促进文化交流和全球化进程。

基金项目

四川传媒学院校级项目(X20220954)。

注 释

①图 1 来源：网页引用，<https://pfly8.cn/wangluo/76063.html>

②图 2 来源：网页引用，<https://huaban.com/pins/1247093337>

③图 3 来源：自绘

④图 4 来源：网页引用，<https://lexus.jp/magazine/>

参考文献

- [1] 肖志伟. 参数化建筑设计中美学观念的演变[J]. 建材与装饰, 2016(52): 83-84.
- [2] 林响, 邱丽杰. 新石器时代彩陶纹样在现代设计中的应用研究[J]. 今古文创, 2022(14): 66-68.
- [3] 张丽. 现代工业产品的装饰[J]. 设计, 2016(20): 114-115.
- [4] 徐恒醇. 现代产品设计的美学视野——从机器美学到技术美学和设计美学[J]. 装饰, 2010(4): 21-25.
- [5] 李一鑫. 现代主义设计理念在当代语境下的发展[J]. 现代装饰(理论), 2015(3): 106-107.
- [6] 张明. 从“中国样式”到“中国方式”[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京艺术学院, 2016.
- [7] 席国峰. 基于感性工学的雷克萨斯车身造型研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北科技大学, 2019.
- [8] 熊均. 功能主义与装饰主义的融合——以日本的现代设计为例[J]. 设计艺术(山东工艺美术学院学报), 2016(6): 49-54.
- [9] 关瑾. 从现代主义到新现代主义——产品形态与历史[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 中国美术学院, 2003.
- [10] [美]阿恩海姆, 等. 艺术的心理世界[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003.