

01

教改论文

TEACHING REFORM PAPER

# 民族类综合性大学产品设计学科专业化办学的思考

西南民族大学城市规划与建筑学院 产品设计系 蒋鹏

**摘要：**在这个产品形态多元化的时代，作为工业设计、计算机软件科学与艺术设计的交叉学科，产品设计迎来了最广阔的发展空间。以苹果为代表的新型电子产品——交互式产品的爆发，数年内迅速完成从草创到辉煌的大疆飞行器……明星产品辈出，产品设计学科迎来了最好的时代。同时，在以阿里巴巴 AI 设计软件“鲁班”为代表的人工智能技术面前，传统设计也面临最严峻的知识与技术迭代。在“中国制造 2025”和“双创”等一系列政策的语境中，迎接工业 4.0 时代的挑战，探寻产品设计学科在民族类综合大学专业化办学、发展的途径，着眼于社会发展的现实，立足于教学机构本质，在有限的资源中完成专业化办学的目标，是本文的目的。

**关键词：**产品设计 民族类 综合大学 专业化办学

## 引言

在中国制造业规模和能力已经成为世界第一的形势下，提升产品的创新能力，是决定我国制造业实现跨越式发展的关键，具有广阔内涵与外延的产品设计学科发展，也成为“中国制造 2025”的关键。国家“双创”等系列政策的推行，顶层设计所指，市场发展所向，让产品设计似乎迎来了最好的春天。新产品开发针对用户需求进行了深度挖掘，寻求实现创意的新原理及与之相应的新结构，符合个性化定制的新要求，也对产品设计学科的办学提出了更高的要求。

面对八大美院，以及老牌设计强校，后起的民族类综合大学怎样将产品

设计学科的办学专业化，是首要难题。之所以强调专业化，是因为部分综合类院校产品设计学科存在实践性较差，教学内容简单化、陈旧化的倾向。本文试图指出办学的瓶颈，直面问题，并尝试找出解决方案。

## 一、挑战与问题

刚刚落幕的2017“双十一”，在一系列炫目的商业数据背后，阿里巴巴的 AI 人工智能设计软件“鲁班”，让设计师感到了前所未有的压力。作为“宇宙级”的电商平台，2016“双十一”海报有1.7亿张，看似简单的海报，以每张20分钟计，一位设计师不吃不喝，需要9000年才能制作完成。2017年的海报

量达到人工不可能完成的4亿张，阿里巴巴用迭代的“鲁班”软件完成了这项工作。

作为Banner设计软件，“鲁班”软件的成熟体现在两个方面：①解决数据自动识别、输入的问题；②按照人的评分，自学“审美”规则，自行优化设计。“鲁班”软件的成熟，将开启淘汰“美工”序幕，意味着传统设计的培养方式如不迭代、进化，将被淘汰。另一方面，真正的复杂设计，人工智能还远不能代替人的智性创造，这也是以产品设计为代表的新型学科人才培养的机遇与空间。

## 二、实践与开门办学

产品设计是直指实践的学科，不

光要求创意、图纸绘制，还要求做出原型产品，对设计者的综合知识储备、技能都要求甚高。产品设计专业的学生需要熟练掌握的软件就有十余种之多。类似“平面设计”这类重要的设计基础课程，在学分、学时压缩的背景下，也只有与其他设计课合并，难免造成学生设计基础薄弱。产品设计涵盖面广，从产品外观到交互界面，从文创研发到公共设施；从创意、设计到制作原型产品，而具备艺术、设计和工业设计、计算机等知识的师资匮乏，是永远的难题。系统设计与动手实践能力结合的复合型要求，往往导致实践课程脱离产品设计的科学、理性的范畴，沦为手工游戏式的简单体验。这些都造成了毕业生在就业市场浪费本属于自己的职场空间，满足不了就业市场的需要。

正因为产品设计学科的综合性与复杂性，任何学校都不可能拥有所有资源，所以面向市场，开门办学，是成本最小的扩大教育资源的途径。开门办学，不光是学校之间的学术交流，更包括设计、生产实践一线的资源反哺，行业一线实践型专家的讲座、授课是一种形式，校企合作更是解决实践问题的捷径。事实上，较之于学校对企业的帮助，企业为学校提供的实践平台和对学校教学的输入使学校收益更大。

开放基础技能性课程，限制对外聘教师的学历、职称，以合理的教学费用保证技术人才进课堂，是解决技术类课程师资的有效办法，专任教师队伍往往

能胜任设计课程，但某些技能性较强的课程，如木工、金工，唯有技师才能熟练演示，支付与市场接轨的课时费用，才能将某些稀缺技能带入课堂。

### 三、学生选拔途径与课程改良

由于种种原因，艺术生专业选拔的方式，由艺术联考代替艺术校考，随之而来的是学生专业素质下滑。专业素质整体下滑的结果，不光提高了教学难度，而且在严苛的专业要求面前，不少学生产生学习挫败感，丧失学习热情。在招生环节招入专业水平更佳、对专业更有热情的学生，是顺利教学的第一步。

专业课前置，公共必修课后置，看似“朝三暮四，暮四朝三”的课程先后顺序，实质上是学生对专业兴奋点提前启动的重要因素。大部分学校的教学安排，一、二年级难以在有限的课时总量中开设充足的专业课，只能完成专业基础及部分软件课程；而一旦错过二年级，三年级学生将面临倦怠期，对所学专业热情消退、大学时光过半却不能真正进入专业设计领域的困扰，负面效应叠加的结果往往就是放弃专业上的追求。

本专业采取了一系列的解决办法，低年级阶段尽量将专业课前置，在假期开展专业认知实习课程，专业教师充当啦啦队与吹鼓手角色，也可以督促、引导学生提前进入专业预热——即设计类、软件类课程尚未开始时，通过各种方式激励学生在低年级开展专业自学，当专业课程开课时，大部分同学已完成

基础软件学习，教师可以直接教授高级别的专业内容。事实表明，专业教师的引导与督促，专业领先的学生能起到“鲶鱼效应”，让更多的同学产生比较、竞技心理，调动了学生的学习能动性。部分较优秀的学生牺牲寒暑假的时间，全年坚持自学。

### 四、专业化的教师考核评价体系

设计学科专业教师的“专业化”，不光指作为教师职业，更是指设计实践者的能力。实践是检验真理的唯一标准，艺术与设计学科都是实践型学科，实践才是这些领域的研究核心。换言之，科学研究必须引领课堂，但实践类学科的研究形式、成果表现是不同的。事实证明，靠教师论文、课题教学，学生得到的是教师传授的二手、三手经验，难以面对就业市场的竞争。当学生接触市场，面对现实的对比，自然让学生与用人单位对培养学校有别样的认识，产生二次否定；只强调理论化研究的各类课题申报，将使实践学科缺失实践，本该引领瞬息万变的产品设计务实学科，变成了落后市场与时代的故纸堆。

产品设计与艺术设计类等实践、应用型学科具有一样的特点：设计实践是最好的科研。换言之，化学、物理实验是科研，给小白鼠做生化试验是科研，设计实务也是科研，在概念设计基础上，做出产品原型，是最宝贵的科研结晶。在制造业升级、工业4.0柔性、定

制化制造的背景下，实践性极强的产品设计学科办学，是难以靠短、频、快的科研项目申报、结题，以及快速论文发表，得到事实的提升与学生在就业市场获得认同与尊重。

强调实践，不是指将教学变成蓝翔技校式的技能传授，而是杜绝削足适履，避免用单一学科科研标准衡量完全不同的学科；是指不能将设计类学科科研异化为文本的自娱，完成一番逻辑自洽和空洞言语之后不能落地，而被真正践行的产品制造业所诟病。

产品设计学科实事求是的考核评价体系，应该包含什么内容？包括原型产品的实现、大量学科竞赛的获奖、专利的获得、产学研一体化办学的实效。专业化的评价体系，会使教师自我知识迭代、更新速度加快，教学质量与学生专业水平大幅提高，通过竞赛、专业成果展示汇报，以实践为核心，实践与理论研究结合为导向，确立专业化办学新高度。按本学科规律，科学考核评价教师，会提升已有师资专业水平，促进学生专业水平的大进步，优良的就业率将成为无为之为。

## 五、民族特色、地域化与办学特色的辩证关系

我们民族院校产品设计的办学特色到底是什么？一般联想到的回答是——民族特色，或者加上一个领域：文创设计。办学特色与方向属于学校、学院层面的顶层设计，不在此讨论。由具体课

程组成的具体办学走向，可以从需求侧而不是供给侧分析得出。

本校产品设计生源，大约 1/6 为少数民族学生，且多数来自于北方省份，边远地区的少数民族学生几乎没有。结合学生毕业后的地区去向意愿，回原籍的占一半，选择继续深造、去北上广等大城市、留在成都本地的占一半。成都产品设计人才市场需求为文创、家具，以及多样化的小型产品设计，而学生原籍不可知的产业情况和北上广产品设计方向的多样性，决定了办学必须从本地产业出发，通过本地资源，通过实践，使学生得到设计锻炼，夯实设计基础能力；设计课程迭代需要面向智能化、定制化的产品发展趋势，数字化设计与动手能力并举，培养新型的设计人才。夯实设计基础，是指学生拥有扎实的手绘与计算机设计能力，以及创新思维的能力。人的学习具有阶段性，学生时代专业性的坚实基础是毕业后职场生涯平稳发展的保证，并不需要、也难以保证学生毕业即成为特定领域经验丰富的成熟设计师。

新办产品设计专业的成长期中，特色过于单一、明确，在就业市场未必是好事，某些“高、大、上”的设计领域（比如航天器、交通工具），未必有持续的用人市场；一旦锁定某个单一行业为办学方向，产业走向的宏观变化，将让办学产生“三十年河西”境况。这种矛盾，是由产品设计广义的涵盖和狭义的具体办学内容决定的。

## 结语

工业 4.0 的愿景中，大部分制造业将被 3D 打印技术代替，现在的制造业公司将转变为未来的产品设计公司——完成核心产品的设计及系列服务，生产交由打印机完成。个性化、模块化、系统化的智能设计，将成为行业需求的主流。从美术院校工业造型演变而来的产品设计，从外观设计走向产品系统化设计的广阔概念，这一切对教师的知识结构、教学方法都提出了巨大的挑战。这种挑战，不是 MOOC 等新型课堂带来的，而是传统教学法、评价体系的失效带来的。传统的感性艺术化教学模式，剪刀加浆糊的外观设计方法，简单的手工游戏式体验，脱离技术与实践的文本式研究方法，都将在市场剧烈竞争带来的学科升级中沦为过时的自娱自乐。即使是非物质文化遗产，也必须面对产品升级与形态转变，否则只能成为博物馆里的展品。

由此可见，学生扎实的基础设计能力是根基，面向工业 4.0 的个性化、模块化、系统化智能设计是方向，STEAM 教学法与师徒式的工作室是途径，在这些基础之上，在某些的产品设计个案中兼顾民族性，也许是民族类综合院校产品设计办学的一些方法。

---

本文为2017年国家民委人文社会科学重点研究基地——中国西南少数民族研究中心资助项目“乌蒙山片区少数民族非物质文化遗产产品创新实践研究”（XNYJY1710）的中期成果。

# 产品设计基础教学方法的迭代

西南民族大学城市规划与建筑学院 产品设计系 蒋鹏

西南民族大学城市规划与建筑学院 环境艺术设计系 王海东

**摘要：**在数字化、信息化时代，产品形态发生巨大改变，设计流程、表达方式也有很大改变，课程与时俱进完成迭代势在必行，其中也包括基础课教学方法。本文将立足于产品设计学科特点，探讨基础课程的改革方向。

**关键词：**产品设计 基础教学 方法

## 一、迭代的必要性

基础课，是设计学科重要的核心课程，是大学生从艺术类考生到专业化准设计师过渡的重要“纽带”。基础课改革的目的，是将“基础”从技巧和认知的局限中，扩展到训练学生发现问题、分析问题、归纳问题，以及联想、创造和评价的能力；运用“眼+手+脑+心”综合能力的践行来理解“造型”和“美”，是“材性、构性、型性”和“工艺性”（制造性）乃至“人的本质对应性”（使用性）的整合。

数字化、信息化时代，新型产品的形态已经摆脱实物的物理存在，体验、使用方式发生巨大改变，数字化的设计流程、表达方式，必然要求教学方式随之同改变，基础课程也需与时俱进完成迭代。面向数字化与精致设计，是基础课程的改革方向之一。

产品设计边缘学科的特性，决定

了基础课不光是素描、三大构成及软件课，还包括测量等基础践行方法，将基础技能植入基础课，变单一课程为复合课程，也是解决学分学时缩减的方法之一。

## 二、造型训练方法的迭代

造型训练，包括以设计素描、设计表达为核心的空间、形态、构造认知、设计表现课程等，目前均以手绘为主。这类课程强调眼、手、脑协调，由再现所看到的，到呈现所想到的，是培养学生完成产品设计工作的重要基础能力课程。

传统产品设计学科的设计素描，分为两种教学法递进：第一种是偏向艺术设计的训练方式，由经典结构素描方式完成形态再现，再在客观物理形态基础上进行解构、联想，并将想象用图式表达出来；第二种是偏向机械设计、工业设计的训练方式，在结构素描后转向无

透视的多视角炸开图训练。而设计表达课程，着重通过纸面的手绘，解决设计意图呈现问题，也就是快题设计的基础训练。

产品设计的结构素描，应当是去光影关系的，直面结构本身，剥茧抽丝，在理性中解构物体，解决材质组合、开合结构的理解问题。紧接着，通过炸开图训练，强化理性逻辑思考和表达的能力。炸开图训练，是艺术类学生建构理性思维的重要途径。艺术类高考的选拔方式，奠定了艺术式感性思维的基础，可以活跃学生感性思维，但天马行空的想法往往无法落地，特别是产品设计涉及抽象创想到具体物化的方法，炸开图训练尤为重要。

在数字化设计趋势中，设计过程、呈现都转化为人机互动，让学生适应计算机设计，可以从造型训练基础做起。设计素描、设计表达课程的后阶段，可

以将造型训练转移到sketchbook pro等图像软件中，同时解决学生的设计表达及软件使用问题。

传统、经典的设计表达课程，最常见的是用马克笔等材料在纸面上绘制的练习。坚持手绘技能表达形体想象训练的同时，提升学生的方案表达能力，是教学改革另一个方向。平面构成、版式设计都可以在此阶段植入，引导学生用手绘及数字化的手段完成。

### 三、精绘

艺术与设计学科中，造型能力是践行者最重要的能力之一，特别是非专业院校的生源，仅靠第一学期的素描，完全不能支撑后期的设计意图表达，所以精绘课程尤为重要。

产品设计的精绘，与绘画专业的精绘不同，课程目的不是如照片般还原真实世界，而是通过对复杂型体的放大、精细描绘，强化学生对形态、构成、组合方式以及关键连接结构的深入理解，格物致知，从外观到内部结构，深入了解产品构成，帮助学生在将来的设计实务中，完成外观以内的深层次设计。

现代的产品设计工作，大部分是在计算机阶段完成的，产品设计的精绘课程，必须在人机交互中完成，学生用手

写板在图形软件中完成绘制，作品完成之时，即是学生掌握、熟悉软件之日。

### 四、三大构成与软件的融合

产品形态的多样化和多种技术的综合运用，决定了产品设计是外延广阔的学科。在学分总量减少的背景下，课程融合的同时，需要完成课程内容革新的工作。

设计学科三大基础课程——平面构成、色彩构成、立体构成，承载着设计学科基础认知的培养过程，在低年级阶段占有较大的课时量；而Adobe Photoshop、Illustrator和Rhino等软件，是产品设计专业学生必须学习的行业基础软件。与设计表达课程类似，软件课程和三大构成可以进行整合：平面构成与Illustrator、色彩构成与Photoshop、立体构成与Rhino。实践是重要的感知学习途径，传统的手绘、手工教学过程须保持在课程总量的一半左右。

### 五、材料与制作类课程

材料与制作类课程往往是被置于后期的设计类课程，其实属于基础课程，因为产品设计是基于物理材料与技术而达成的，没有材料与制作工艺的基础知

识，设计必然是没有可实施性的。

这类课程常步入一个误区：将作为设计结果而进行的产品制作，当成游戏般的手工体验，学生没有为达成产品结果而设计，而是略过设计流程，直接进行低龄化、非专业化的手工游戏，低层次理解设计到产品的过程。

### 结语

数字化、信息化时代，产品形态发生巨大改变，非物理存在的数字流、交互体验也成为产品的一种。数字化设计决定了设计流程、表达方式必须有很大改变，产品设计课程必须与时俱进，不断完成迭代。

由于篇幅原因，属于文理基础的设计理论基础课程，在这里未被讨论。在文创设计成为政策力推点的当下，设计理论必须融入文明史与人类学，否则学生没有文化，自然无法完成文创设计，或者只能完成改变外观的低端设计。

由果推因，面向工业4.0及“中国制造2025”的制造业方向，从市场趋势、技术方向，倒推至产品设计课程，包括基础课程教学的方法进化，是学科升级的重要保证。

# 产品设计专业教学中民族文化元素的植入与构建探析

西南民族大学城市规划与建筑学院 产品设计系 周莉

西南民族大学城市规划与建筑学院 视觉传达系 曾俊华

**摘要：**民族文化是一个民族的根，我国的民族文化是先人几千年的智慧结晶，是民族生存、延续、发展的重要支柱。在现代产品设计专业教学中植入与构建民族文化元素是十分必要的，它着重培养学生对民族文化的传承与创新，通过对民族传统文化的提炼能力、形象思维能力和创新设计能力的培养，提高自己的文化内涵和艺术底蕴。“我国民族文化艺术博大精深，丰富多彩，不同民族、不同地域的民族文化带各有特点，经过长期的相互交流、借鉴、吸收，既渐趋融合，又保持各自的特色，这样求同存异又兼收并蓄的民族文化是取之不尽的设计灵感源泉。”在现代产品设计教学中，挖掘民族文化并做更为深层次的探索与研究，从而赋予产品更多的民族精神和历史文脉，是让中国设计产品在全球市场竞争上处于不败之地的有力保障。我校是民族院校，产品设计专业更应根植于民族文化内涵，体现其民族院校的产品专业特征，在产品设计中植入与构建民族传统文化，不仅有利于增加产品设计的独特性、提高产品的附加值，更能传承创新民族文化，进一步地加强各民族的交流，使民族文化在现代化进程中能实现自我创新。当然产品设计教学一直存在盲目借鉴民族文化元素这一问题，但只要对一种文化做到寻根探源，了解其文化内涵，并随着时代的发展和技术的革新，调整教学观念，以传统民族文化在产品创意设计领域中如何更好地实践运用为主旨，都将取得好的效果。在通过对民族文化元素、符号、图形的调查研究，本文以传承和创新民族传统艺术为目的，将产品设计作为艺术内涵的载体，让其与时代、科学相结合，构建新形势下的设计思潮，推动产品设计领域特色发展。

**关键词：**产品设计 民族文化 构成 植入与构建

我国是一个多民族的国家，各民族的文化艺术博大精深、丰富多彩。在不同的历史时期、不同的地域，不同民族在长期的发展中根据自己独立的生活方式和文化喜恶形成了代表各民族的绚

丽多姿、引人入胜的艺术形态。把他们对自然的认知，对万物的崇尚，到人与人的相知，都以图形符号的视觉元素来表达，体现在他们生活的方方面面。比如：民族服饰、生活器具、建筑装饰

与图腾崇拜等。这些图形、符号、元素有的热烈奔放，有的神秘古拙、有的精美细致，有的淡雅清新，受到现代人们的喜爱和推崇。民族文化是一个民族区别于其他民族的特征，但在当今社会，

面对世界文化的大统一、外国文化的侵入，作为我国本土的设计语言和符号却在慢慢地消失。21世纪的市场竞争是产品设计的竞争，而设计竞争的背后则是文化内涵的较量，我国少数民族文化博大精深，如何将我们的传统少数民族文化植入当前我们的产品设计教学，是提升少数民族艺术文化价值与产品的文化竞争力的关键。曾有人说过“5000年的文化底蕴，使中华民族文化这个大品牌有着永恒的智慧、工艺精湛以及无与伦比的创造力，这一系列富有诱惑力的价值，在现代的中国发展中却有更为深层次的探索与研究，从而赋予产品更多的民族精神和历史文脉，让中国设计产品在全球市场竞争上更多处于不败之地的有力保障”。而我校是民族院校，产品设计专业更应根植于少数民族的文化内涵，体现其民族院校的产品专业特征。我记得有次在和国家文化部文艺部主任李松老师的交谈中，李松老师提出：“西南民族大学，民族院校必须要有自己的民族特色和亮点，不然我们的学生毕业后，别人问起，你在民族大学学了什么，有什么样的特色。民族特色至关重要，我们可以说我们的产品设计只学了包豪斯，学了列宾，那什么是我们自己的特色呢？泱泱大国，5000多年的优秀文化传统……”由此可以看出，上至国家文化部下至教学基层，大力提倡探索与挖掘民族文化特征，融会创新传统民族艺术符号形式、元素在当代产品

设计教学中的植入与重构是非常具有现实意义的。

## 一、民族文化艺术植入产品设计教学的价值与意义

“随着全世界工业化的发展，产品的批量生产，形成了产品固有的模式。但随着人们物质与精神需求的提高，单一的产品形态早已无法满足人们的需求，而个性化的、独特的产品逐渐得到人们的青睐”。如何让现代产品具有独特的艺术个性呢？目前，随着传统文化的传承、保护发展与创新的提出，产品设计应根植于民族文化，从民族文化中吸收营养。对此在产品设计教学中，民族文化艺术的植入可以为现代产品设计提供新的途径，呈现新的美学价值与意义。

民族文化艺术是几千年来人们智慧的结晶，是对生活、对自然、对天地万物的美好祈愿与向往，他们常常抱着美好的心愿与祝福，寄托于对事物的铸造与装饰上，包含了制作者的个人情感、文化内涵、宗教信仰、生活习俗，从而形成了各种各样独具特色的民族图案、元素、符号，丰富了产品的装饰性、文化符号性与视觉审美特征，是构成我国产品设计独特美学风格的多元艺术表达。今天在面对世界产品国际化的同时，个性化的需求逐渐变成产品设计的主流，从产品设计的教学源头抓起，探索和挖掘我国民族文化艺术美学元素，寻找设计灵感，在产品设计教学中植入

少数民族艺术的图案、花纹、符号、元素以及图形符号的寓意、色彩、制作工艺等，运用现代美学思想的分解、重组与创造，既保有少数民族艺术的传统审美特征和价值，又拓宽现代产品设计的文化内涵与设计思维，从而达到产品设计的个性化表达。所以在教学中植入民族艺术韵味，是现代产品设计教学的一个理念方向，是产品设计发展的需求，也是保护和传承传统文化的需求，更是重构当代产品设计独特的审美价值的体现。

## 二、产品设计教学中民族文化元素植入的方法探索

产品设计的首要任务是解决“人一机—环境—社会”的问题，产品是人在使用的过程中对生活物品的需求，而物包含其本身的形、色、功、用、文化、价值。在产品设计中载入民族文化艺术既能通过产品承载民族文化内涵，传承民族工艺技艺特征，体现其地域特征和时代精神，又能创造产品自身的独特审美与艺术性，产品的价值除本身的造型、功能外，其设计的定位、体现的文化附加值都是缺一不可的。民族文化长期相互交流、融合，是取之不尽、用之不竭的产品设计灵感源泉。

### 1. 民族文化元素的提取与植入研究

民族文化元素是一种富有生命力的艺术，一方面来源于自然物质世界，另

一方面源于精神世界，两者相辅相成，把对美好幸福生活的愿望和祝福描述于艺术品中。今天，我们在教学中注重对少数民族文化艺术的寻根探源，从它的方方面面进行图形、符号、元素的提炼与重创探索。

首先是对民族图形纹样的提炼。图形纹样是民族艺术最丰富的艺术形态，种类繁多，变化万千，每个民族又都有着自身的特征，我们可以分门别类地进行整理归纳或数字化集合。在纹样归类中可分为植物、动物、花鸟、文字、几何、综合纹样等。从这些系列纹样的表达中了解人们对自然山川的热爱与崇拜，对生活生命的感恩与回馈，以及对美好和自由的追求和向往。羌族刺绣的团花纹样中表达了羌族人们对于幸福、圆满生活的向往与祈盼，羌民族是一个多灾多难的民族，他们向往和平、团圆，所以他们的民族图形纹样多以团花为主，表现了羌族历史发展的曲折和艰辛，同时它们也被赋予了特定的历史文化内涵和形式美感。通过对不同民族的图形纹样的提炼与整理，明白其文化寓意、象征形式、抽象表达方式，在我们的产品设计中，我们可以根据其形会意，传神地再现传统少数民族文化艺术的精髓，开创一种会意传神地再创艺术表达形式，而不是简单地将民族图案在现代产品中复制粘贴。现如今在很多的文创产品和旅游产品设计中，设计师运用得最多的方法就是把某一种文化图形符号粗暴地强加于某一产品，复制与粘

贴。中国文化讲究“意，气，神”，我们提炼的是民族文化的意，表达的现代产品的气，使用的是产品带给我们的神采。所以在传统民族图形纹样的提炼与植入现代产品设计的过程中，一定要注重图形的再创过程，将图形纹样打散、变形，让重构的现代设计理念融入，既尊重传统纹样的构成形式美感，但又不失有新的律动、破坏与失衡。很多时候，在现代设计中可以灵活多变，让既有的图形重新散发时代的光彩。

其次是对民族文化、生活、习俗的提炼与植入研究。在传统民族的文化与习俗中有很多的传说、故事、风俗及人文风情。从观者角度来看，它是生活的再现，但身为艺术设计者，这些生活元素是可以转化、提炼出许多图形、符号和元素的，这些创新图形艺术是区别于其他文化符号的重要亮点。用于现代产品设计可以激发人们对民族神秘文化的好奇，以此来表达出某种意趣、情感和思想。把民族文化元素进行图形化处理并将其与产品设计重构，既能体现民族特征又能形成现代产品设计中特有的艺术表现力。我记得在国家艺术基金项目人才培养中关于羌族民族民间工艺与当代旅游产品设计中几位高端学员就做得非常好。比如四川美术学院的学员曾思源（图1~图6），从古羌“释比”文化中提取“释比”图形符号，以古羌“释比”神秘悠远的文化蕴涵创造其独特的释比图形艺术符号，用于现代旅游

产品的设计，让消费者喜欢上这种特有的民族符号散发出来的独特艺术魅力。在图形符号设计上，曾思源同学提取了释比人物在不同情景下的生活状态与动态，有释比作法的，有祈福求安的，有驱魔除病的，有纳祥纳福的，结合羌族本身的图腾文化羊、云，通过现代的设计手法表达，让传统文化呈现了新的形式，让人耳目一新，既满足了人们的猎奇心理又满足了人们对产品的个性化需求。在现代教学中，这种产品的创新设计观念是非常值得推介的。

## 2. 民族艺术色彩的借鉴与植入研究

色彩是少数民族艺术的又一大亮点，它或热情奔放，或张扬激情，或内敛含蓄，或清新淡雅。在现代产品设计中通过对传统民族色彩的借鉴与植入，能提高产品的视觉色彩张力与表现力。

“民族艺术色彩丰富，它对人的视觉表达是浓烈的，色彩情感表达是象征的、寓意的，它拓宽了色彩的范畴，在传统色彩的运用中都是人们有感而发，按照自己的审美和经验，大胆用色，充分运用奇妙的色彩语言，描绘出色彩对比强烈、反差大、色调明快的色彩。比如，绿、红的搭配热闹吉祥，幸福美满。粉色的变化，柔美温情，祥和安定，所有的色彩都和谐而统一。”如今在现代产品设计中植入少数民族传统艺术色彩教学可以使产品的色彩更加丰富，布局与表达更富有文化蕴含，充分体现色彩的



图 1



图 2



图 3



图 4



图 5



图 6

寓意和象征语言，用传统色彩的简洁、大方、古拙、典雅让当代的产品更富丽、大气和高贵。最初，许多人认为传统色彩是艳丽的、俗气的，势登不了大雅之堂。诚然，那只是过去的认知，如今的产品设计早已不再是低劣、俗气的代言人。通过设计师们的传承与创新散发出灼人的光彩。记得我看过浙江义乌彦子民俗工作室的一套现代家具产品设计，她们运用传统民族图文与色彩的结合表现现代时尚家具，通过民族色彩与现代材质、造型创造出独具风格的新型家具艺术，高端大气而不失民族风采。像这样的创新我们不能简单地把它定位成什么民族的产品创新，这是一个融入多种民族元素、符号、色彩的再造，独具个性的风格与同类产品绝不雷同，让民族色彩实现新的突破。现代设计色彩的运用是一次又一次的突破裂变，融入后找到创新的源泉，加以利用，少数民族色彩的丰富性为我们提供不尽的源泉，只等在现代产品设计教学中作为教学的引导方向加以利用和挖掘。未来产品设计的色彩表达才会将更加引人注目。

### 三、民族艺术在产品中的重构与表达研究

“民族艺术图形、符号、元素在现代产品设计中的重构是传统文化的再设计与再运用，是元素、符号所蕴含的文化精神与现代设计相结合的一种手法，重构的手法多种多样，但追求其形态的升华和精神意义的再现是主旨，将传统民族文化符号的重构与分解，更符合当代的审美，更符合现代产品的极简主义设计观念，也更为协调，在重构中我们应把握好对民族文化的理解和传承，从而引发新的创意融入产品设计的教学理念。”教学中首先利用传统图案的分割形式作极简的表达，体现其现代简约的意韵美。传统图形的表达形式是最为直观的视觉呈现，它们有的纷繁复杂、绚丽多姿，有的简约大方、低调古朴。而现代设计之美在于韵，在于雅，在于简约大气，引人遐想。通过对传统民族文化图形的简化与重组，引入空灵的“意”想，使产品设计中无论是形的“意”，还有神的“意”都能有新的简略重构，让产品无论是形还是“意”都可以无限地延伸。从我国现代设计大师



图 7



图 8



图 9

图 10

图 11



图 12



图 13

许燎源先生的作品（图7~图11）中我们可以看到很多关于传统民族图形符号简构的作品，他的作品中蕴含着“意”的美学思想，看他的设计产品，我们不是在看一件产品而是在看一种文化，在遐想一段故事，在分享一杯美酒，在全新解读传统民族文化在现代产品设计中的精髓。

另外传统图形符号、元素还可进行排列、对称、归纳、疏密、分散重构等，可以演变出许多更富意义和趣味的混合形式，让产品的系列化设计具有生动的变化与丰富的视觉语言。传统图形符号的打散与解构在当代产品设计的表达中注重形散而神不散，形散神聚是传统图形符号打散与解构最好的表现方式。我们学习传统，不是照搬，不是单一形式的“拿来”主义，拿来必须有改变。在视觉艺术中，图形的视觉形态是多变的，稍有改变就会呈现出不同的视觉语言。在解构的过程中，我们可以分解一个字、一条线、一个图像、一个形。可以化繁为简，也可以化简为繁，但此过程必须尊重传统民族文化的精神寓意和内涵，才能提升传统元素解构后

的文化价值。记得在2016年成都设计周金猫金奖获得者卓千晓的《回声》条例产品中（图12、图13），她成功运用羌族传统图案，把民族图形符号通过分割、简约、排列、打散、重构等不同形式的表达，符合不同产品类型与不同材料的产品特征，同时演绎出产品的现代感，让产品具有时尚韵味，但也不失传统图形文化的典雅和精美，是传统民族艺术文化在现代产品设计中很好的诠释，值得我们在教学中做进一步的探索研究。

## 结语

产品设计的需求已朝着多元化发展，满足功用的同时也要满足精神的需求，一个时代的产品设计反映一个时代的文化、经济、技术和特点。体现其特征重要的是产品设计观念与思想的创新，作为产品设计教学，新的教学方法与观念才是引导学生前进的必由之路。目前涉及观念的创意融入产品开发，已成为产品开发的核心力量，那么多维的教学创新思想的探索才具有前瞻性。

“我国少数民族文化艺术渊源深厚，博

大精深，这种多元的文化艺术传统使我们的产品设计有了更多的营养、更多的选择及更多的发展方向。”在产品设计教学中植入与构建民族文化元素的探索未曾停止过，而传统的民族艺术文化思想在当前设计界的影响却也越加深刻，当今，世界各国都在找寻中国元素、中国文化、中国符号，作为我们本国的产品设计与教学，我们是否更应该复兴中国传统民族文化呢？从而形成“有中国特色的”的设计风格。作为高校教育工

作者，我们应当秉承和发展一切优秀的民族文化，使之传承、弘扬、创新和推广，让传统艺术的生命力生生不息，并在当代产品设计与创新中，共荣共生，传统民族艺术已不再是过时的形式而是在新时代的设计浪潮中不断优化与提炼的新艺术形态，只有这样，创新艺术的生命力才能永恒，才能让传统民族艺术符号在当代产品中活态传承，产品设计创新才能更具独特的个性和发展方向。

#### 参考文献：

- [1] 魏洁. 包装装潢设计[M]. 北京：中国建筑工业出版社，2011.
- [2] 马金金. 产品设计中民族文化元素研究[D]. 武汉：湖北工业大学，2011.
- [3] 王勇刚. 产品设计中少数民族构建价值探析[J]. 产品造型. 2010(6).
- [4] 李艳，毕壹. 鲁锦在现代产品设计中的应用研究[J]. 设计艺术与理论学术平台.
- [5] 吕中意，杨波. 民族文化元素在产品设计中的应用[J]. 包装工程，2015(10).
- [6] 任成元. 《中国传统民族文化在现代产品创意设计中的运用》IASS. 2011.