

# 基于中国传统文化观产品设计的价值分析

左铁峰,高巍

(黄山学院 艺术系,安徽 黄山 245041;黄山学院 图书馆,安徽 黄山 245041)

**摘要:**产品设计是一种文化<sup>①</sup>。基于中国传统文化观产品设计解决的是产品设计的中国特质问题,它是中国传统文化的传承、发扬与构建现代、未来文化之需;是构建中国化的产品设计理论体系及其特色之需;是中国现代产品设计教育理论与实践之需;是中国经济实现从“中国制造”向“中国创新”转型之需,它给予了现代产品设计以极大地丰富、拓展与完善,促进了产品设计理念、内涵与实践的全面提升。

**关键词:**中国传统文化观;产品设计;价值

**中图分类号:**TH123;F031.3

**文献标识码:**A

**文章编号:**1672-447X(2010)06-0132-05

文化观<sup>②</sup>是个内涵十分丰富的概念。中国传统文化观可界定为:以广义中国传统文化<sup>③</sup>的内涵、思想与表征为基点与指导,建立的面对与解决问题的态度与方式、方法。依据思维取向的差异,该文化观可划分为:以理性思维为主要特征的中国传统科技观与感性思维为主要方式的中国传统人文观。<sup>[1]5</sup>而基于中国传统文化观的产品设计可解读为:以中国传统文化的科技观、人文观及与之相契合的行为方式、心理为原则、取向,建立的产品设计<sup>④</sup>理念内涵、表征表象与方式、方法等。其所形成的是基于中国传统文化特质的产品设计学理,即产品设计的中国化;所解决的是符合中国人(社会)价值取向的产品需求,即中国化的产品设计;所构建的是经中国文化丰富与拓展的完整产品设计体系,即产品设计的中国化与世界化。其价值<sup>⑤</sup>表现为:

## 一、中国传统文化传承、发扬与构建 现代、未来文化之需

中国传统文化传承与发扬一直是摆在中国

人面前的现实问题。就产品设计而言,一则中国传统文化渊源流长、博大精深,它是中华民族几千年文明的结晶,除了儒家文化这个核心内容外,还包含有其他文化形态,如道家文化、佛教文化等等,其中不乏对于今天及未来仍具价值的内容:富于生态思想的“天人合一”的设计追求、富于系统思想的“中和为美”的设计文化意识等;<sup>[2]121</sup>二则,只有民族性才具有全球性的论点早已是设计界所取得的共识。深入学习和发掘本民族传统文化的精华并继承之,以产品设计的形式予以体现,是中国产品设计走向现代化和全球化的唯一途径。<sup>[2]6</sup>

对于传统文化的传承与发扬的内涵是丰富的,途径与方式更是多方面和多样的,可谓条条大路通罗马。<sup>[3]122</sup>就产品设计而言,产品设计自身的内涵及其所产生的效应,对于整体从农业社会转向新型工业社会的中国传统文化,面对西方世界色彩缤纷的工业化设计成果,无疑是解决中国传统文化传承、发扬与构建现代、未来文化之需的一条蹊径。

首先,产品设计与文化是一种互动的关系。<sup>[4]15</sup>产品设计是文化的载体,受特定文化的影响与制

收稿日期:2010-02-28

基金项目:2009年安徽省教育厅省级人才培养模式创新实验区项目;安徽省教育厅教学研究项目(2008jyxm505);

作者简介:左铁峰(1972-),黑龙江齐齐哈尔市人,黄山学院艺术系副主任,硕士,教授,硕士生导师,研究方向为设计方法学;

高巍(1973-),辽宁沈阳市人,黄山学院图书馆职员,助理会计师,研究方向为会计学。

约,包括思想意识、哲学观念、价值取向、伦理道德、行为方式与科学技术等;同时,产品设计也是文化的缩影与见证,是某种文化现象的反映和缩影;再次,产品设计同时也在创造着文化:产品设计本身就是一种文化;与其他文化成果相交,成为新的文化;对旧文化加以改造,使之成为新的文化。清华大学的柳冠中先生在《事理学》一书中写道:“设计是一种投射文化的活动,是将文化意象物质化的过程;同时,设计对文化具有反作用,一个民族的文化心理,并不仅仅与宗教、政治、伦理或自然因素有关,而且,还与人们创造的、组成生活环境的物(设计)有关。”<sup>[46]</sup>中国传统文化具有相当的广度及深度,在一定程度上给其传承、发扬带来了难度。而产品设计是以人的需求为取向,能以最直接的形式达到文化意象物质化,以最宜人的方式投射文化,并参与、作用与构建新文化,是解决该难题的有效手段与方式之一。2008年北京奥运会火炬——祥云<sup>®</sup>便是以产品设计为载体,成为传承、发扬中国传统文化与构建中国现代、未来文化的典型例证,火炬的出色设计为火炬接力增添了独特的中国色彩。文化,只有植根传统,才能紧扣现实、引领未来。<sup>[46]</sup>基于中国传统文化观的产品设计所根植的是“取精去糟”的中国文化传统,“古为今用”;所紧扣的是“融中合外”的中国产品设计现实,“洋为中用”;所引领的是“放眼国际”的世界文化未来,“天下共用”。

## 二、构建中国化的产品设计理论体系及其特色之需

他山之石虽可攻玉,但“量体裁衣”更符合现代的文化价值取向与产品设计理念。作为世界上从未间断、博大精深的中国传统文化,在哲学、伦理、行为、科学等诸多文化领域均能赋予现代产品设计理论以新的理念、思想、内涵与形式,以此,在实践上也会呈现出更多符合中国伦理观与价值观的“中国化”产品,并形成具有中国文化特质的产品设计理论体系及其特色。

设计是人类通过劳动改造世界,创造文明,创造物质财富和精神财富,而最基础、最主要的创造活动是造物。<sup>[46]</sup>从某种意义上讲,现代产品设计可以看作是传统的造物艺术之延续。中国传统文化是以儒家思想为主体,融入释、道观念的一种成熟的伦理文化。<sup>[47]</sup>在中国传统文化中,产品设计文化不是一个“陌生词汇”。我国传统文化典籍《周礼·考

工记》、《天工开物》、《营造法式》等就对相关内容做过较为系统、科学的记录和研究,其中不乏对现代产品设计文化具有前瞻性、科学性的论述,反映着中国传统文化对产品设计的认知与贡献。而现代产品设计文化源于欧洲,根植于西方传统与现代文化的土壤,产品设计进入中国,必然在思想、观念与价值等诸多领域产生碰撞与冲击。

30几年前,随着国门的打开,真正现代意义的产品设计引入中国。作为一种西方现代文化,产品设计着实激起了国人极大的热情。张道一、柳冠中、李砚祖等为代表的国内著名学者、专家采取“走出去、拿进来”的方式,在消化、理解现代产品设计理念的同时,不断发掘中国传统文化中的相关信息,围绕中国化的产品设计理论及其特色展开了初期且带有探索性质的研究,进而掀起了中国产品设计研究的序幕。其中柳冠中教授的“方式设计说”、“事理学”,李砚祖教授的“产品设计的艺术与文化”学说等相关理论,被世界先进国家该学科理论界所承认与引用,成为中国化现代产品设计理论的代表,值得国人赞赏与钦佩。在一定程度上,这种理论成果获得的“共识”说明了基于中国传统文化观产品设计的可行性与可操作性,诠释了中国传统文化对于现代产品设计价值所在。

在理论界取得一定具有奠基性、开创性成果的同时,也应认识到:作为现代产品设计的“后来者”,在该领域理论的研究深度与广度仍有相当空间,漏洞与不足仍然存在,很多产品设计理论仍属囫圇吞枣式的“拿来主义”,存有诸多与我国国情相抵之处,尚未构建起有效的、符合中国伦理与价值观的中国化产品设计理论体系。如基于中国传统文化产品设计的学理及其自身传统特色的研究、产品设计的中国身份与民族身份研究、中国化的产品设计理论与实践统一的关系研究、基于中国传统文化产品设计与国际产品设计的个性与共性研究等领域。基于中国传统文化观产品设计理论体系及其特色的构建还任重而道远。

## 三、中国现代产品设计教育理论与实践之需

“(当前)设计本身依然存在着许多问题,而最严重的问题就是缺乏对设计理论系统而深入的研究。不从观念入手,不解决理论问题,不把理论问题落到教育上,设计的发展最终还会有有限的,会影

响整个设计水平的进一步提高。<sup>[6230]</sup>我国目前的产品设计教育尚不能形成系统、科学且具有自身特色的理论与实践体系,教学内容多是西方产品设计理念、方法的介绍与演练,缺少对中国传统文化的发掘,特别是传统设计文化的剖析与关注。由此导致:产品设计的教育理论繁冗却乏有“原创之作”;队伍庞大却鲜有“设计大师”;“成果”众多却少有“设计精品”。这与一个拥有五千年文化的泱泱古国极不协调。国之根基,教育先行。解决的办法之一便是构建“中国化的现代产品设计”教育理论与实践体系。

首先,基于中国传统文化观的设计教育理念是我国实现产品设计教育系统化、特色化的前提与保证。设计作为一种文化,涉猎的学科门类复杂且广泛,跨越性甚至冲突性的文化门类要整合为一个学科体系,尤其是其中涉及东西方文化的融汇,正确、鲜明的理念统领尤为重要。现代设计教育是一项系统工程,它需要符合设计学科教育规律的明确教育理念作指导,需要合适的教育体系来支持与保证。基于中国传统文化观的产品设计教育理念以中国传统文化的精华为基础与内涵,通过扬弃西方产品设计文化,构建的是适宜于中国文化价值取向、基本精神、哲学思想、伦理道德与行为方式等因素的产品设计教育体系。该体系既包括来自中华民族自身优秀的传统文化,也囊括了人类共享的现代与未来文化。<sup>[66]</sup>

同时,产品设计活动“造物制器”的特征要求其教育应是富于特色化的。<sup>[735]</sup>德国卡塞尔大学的马蒂斯对中国当下的设计教育中的基础教育、扩招、教学方法等方面提出了质疑,并对中国设计应有的特色、该走的方向提出了自己的意见。他建议大家:要仔细保护、充分运用传统文化,做有中国特色的设计,并指出这条道路才是中国设计的出路。毫无疑问,产品设计教育需要院校在办学实践中有意识地强化其特色教育思想,只有院校间设计教育思想拉开距离,各具特色,多元化的设计教育格局才能得以形成,而树立“文化观”的设计教育理念无疑是途径之一。纵观国际间各国的产品设计教育,文化观的各具特色是溢于言表的:美国因民族开放式的文化观而使其设计教育更注重对学校及学生个性意识的培育;德国人的严谨思辨的文化理念使其设计教育更富有理性特征;而日本文化传统的审美习惯使其设计教育更注意民族文化的传承;而欧洲悠久的历史文化使其各国的设计教育更具古典传统

风貌。<sup>[6232]</sup>同样,我国的产品设计教育也应该根据国情、省情、地域、市场等诸文化要素的差异而有所区别与特色。

英国的斯宾塞说:“教育为未来生活之准备。”中国的李壮认为“教育是强迫或引导被教育者接受特定的知识、规矩、信息、技能、技巧等。”中国产品设计教育的根本目的在于:传授学生以现代产品设计的知识、信息、技能和技巧;构建中国传统文化与现代科学技术相结合的设计学科体系,造就传承中国传统文化、开创现代文化与引领未来文化的产品设计人才。这是产品设计教育在中国新经济发展中应担负起的社会责任与历史使命。

#### 四、中国经济实现从“中国制造” 向“中国创新”转型之需

当产品设计领域的理论研究与教育尚在耕耘之际,中国的产品设计实践工作已在现实的经济杠杆撬动下,以市场为基点,为追求物质财富而“摸索”启动。以“引进技术”、“合资生产”、“来样加工”等各种方式展开的“文化引进”,尽管从产品设计吸收水准来说,起点较低,但在生产技术起点上,这场“新文化”的变革是高起点的,“中国制造”所产生的各种效应是最好的“答案”。

在经济全球一体化的今天,世界已经离不开“中国制造”,但在辉煌背后,也有许多不甘:一个计算机的鼠标假如值 24 美元,设计者拿走了 8 美元,作为生产者的我们只有 3 角钱;一双耐克运动鞋如果值 200 美元,设计商至少拿走 100 美元,制造商却只有 10 美元……全国人大常委会委员、经济学博士辜胜阻认为:中国经济必须实现从“中国制造”向“中国创新”的转变。创新的关键是文化,文化的核心是设计。鲁迅先生曾经说过,“只有民族的才是世界的”,中国传统文化源远流长,继承和发扬优秀的传统文化是构建中国产品设计文化的根基,是中国产品设计文化走向世界,实现“中国创新”的必然选择。

设计艺术是实用艺术。<sup>[712]</sup>当下,中国经济面临着前所未有的机遇与挑战,保持国民经济平稳较快发展是关系民生和社会稳定的重大战略任务,中国经济需要实现从“中国制造”向“中国创新”的转型。国务院总理温家宝 2009 年 8 月 19 日主持召开了国务院常务会议,会议审议并原则通过《外国企业

或者个人在中国境内设立合伙企业管理办法(草案)》,会议推出六大措施促进中小企业发展,“工业设计(产品设计)”位列其中,设计产业已经成为中国经济转型期的主动选择。而基于中国传统文化观的产品设计无疑是当务之急、势在必行。如果我们输送到国外的每一本书、每一件衣服、每一个茶杯、每一种玩具,都能够通过巧妙的设计成为中国文化基因的携带者,成为中国人文理念的载体,中国的文化何愁不被世界所欣赏?

可喜的是:中国的有识企业已经走出了这一步。联想集团研发的天逸系列笔记本电脑将中国的“折扇文化”融入其中,“扇子”打开过程中有丰富的形态,不同人打开又有不同的表现。打开是使用的状态,合在一起是携带的状态。该系列产品连续获得了德国“红点设计奖”、“IF设计大奖”及中国工业设计奖(CIDF)等一系列产品设计殊荣。在现任联想创新设计中心设计服务总监的李凤朗理解中,中国产品设计一定是融入了中国传统文化的审美观与价值观的设计,而不是像很多国外设计一样更多地体现在物理层面,“在传播方面,没有物理层面的设计特色的传播那么直接,但是,中国设计会吸引更多人慢慢去读。”联想全球创新中心总顾问高登·布鲁斯非常相信中国人在设计方面的能力。他在很多场合讲过,先进的哲学和文化基础一定能够带领中国设计走向未来。这位国际顶尖设计师认为:“要让中国本土产品设计作品扬名世界,设计师就必须用创新的思维来建立自己的领导地位。中国的设计师一定要忠于自己的民族精神,不要让你设计出来的作品像德国、像日本、像美国的作品。作为一个杰出而独立的设计师,追随他人是非常愚蠢和危险的做法,这将使设计师丧失自己的本色。”“所谓设计忠于本色,就是作品必须包涵中华民族的DNA。”

中国制造从拼数量、拼规模,到拼质量、拼价格,终于在世界市场上有了一席之地,“现在老路走不下去了,要拼技术、拼设计了,这不仅决定着中小企业能否在金融危机中生存下去,更决定着中国经济的未来”。

### 五、完善现代产品设计理论及实践之需

中国文化是世界文化的重要组成部分。<sup>[637]</sup>中国第一个文化建设的中长期规划——《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》中指出:中国的文化发展

是建立在传承民族和人类文化遗产的基础上,经过改革开放以来的多年努力,传承和弘扬优秀的民族文化传统,保护民族文化遗产,已经受到了中国社会各界的重视。这不但对于中华民族的振兴大业具有深远的意义,而且对于人类多样性的保护,也是重要的贡献;中国的文化发展,是在与世界各国广泛交流、积极参与全球文化市场竞争的条件下展开的。尤其是跨入21世纪以来,中国加入WTO,中国内地与香港建立更紧密经贸关系的安排(CEPA),中国与东盟自由贸易区(CAFTA)等跨境、跨国经贸合作模式和关系的建立,为中国深化对外文化交流,创造了良好的条件,加快了中国文化的“走出去”步伐,反过来说,中国本土文化实力的增强,有力地提升了中国文化融入世界的数量和质量,使中国逐步成为全球文化产品的主要生产国之一,又推动了中国文化为人类的进步作出比较大的贡献。

产品设计是一种文化,基于中国传统文化观的产品设计构建的是富于中国特质的现代产品设计文化,是中国传统文化跨越时空的物化展现,厚积薄发的中国传统文化给予源于欧洲的现代产品设计文化以创造性的补充与贡献。<sup>[645]</sup>中国企业界、学术界的一个个国际获奖产品与设计理论的认可,充分证实了这一“创造性补充与贡献”正在为世人所接受与共识。日前,CES(美国国际消费电子产品展览)官方在纽约正式公布了2010年CES展会获奖产品名单,中国产品——漫步者M500在此次展会评奖中以卓越的中国产品设计文化,折服了评审团评委,捧得2010年音响类产品设计与工程创新荣誉奖,这是继2008年E3350和Ramble无线功放产品获得此奖项之后,漫步者再次在CES评选中荣获这一全球大奖。

基于中国传统文化观所构建的产品设计文化,无论在学理层面,还是在实践层面,均给予了现代产品设计以极大地丰富、拓展与完善,促进了现代产品设计理念、内涵与实践的全面提升。中俄、中意、中德等中国文化年、文化周相继举办及2010年上海世博会的开幕,无不向世人展示着中国传统文化的无穷魅力和现代文化所取得的辉煌成就。世界不能没有中国,中国属于世界。正如联合国教科文组织在《文化政策促进发展行动计划》(1998年)中所说:“发展可以最终以文化概念来定义,文化的繁荣是发展的最高目标。”具有中国特色、时代特征的文化发展成果,不但造福了亿万中国人民,而且为21

世纪人类的文化发展提供了深远的启发和宝贵的经验。

#### 注释:

- ①文化:对于文化的解读是复杂而多样的。就一般意义而言,文化可以以狭义与广义加以诠释。在汉语言系统中,“文化”的本义是“以文教化”,亦属于“小文化”范畴,即“人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和,特指精神财富”。广义的文化是人类创造出来的所有物质和精神财富的总和。((《现代汉语词典》,中国社会科学院语言研究所词典编辑室,北京:商务印书馆,p1028,2005)
- ②文化观:以广义文化内涵为指导,建立的面对与解决问题的态度与方式、方法。依据思维取向的差异,文化观可划分为:以理性思维为主要特征的科技观与感性思维为主要方式的人文观;按照文化出现的时间先后顺序又可划分为:传统文化观、现代与未来文化观等。((《文化论》,马林诺夫斯基,南宁:广西美术出版社,p121,2000)
- ③中国传统文化:是指在长期的历史发展过程中形成和发展起来,保留在中华民族中间具有稳定形态的中国文化,包括思想观念、思维方式、价值取向、道德情操、生活方式、礼仪制度、风俗习惯、宗教信仰、文学艺术、教育科技等诸多层面的丰富内容。((《中国传统文化概论》,田广林,北京:高等教育出版社,p11,2005)
- ④产品设计:是一个创造性的综合信息处理过程,它最终的结果是通过线条、符号、数字和色彩把全新的产品呈现在图纸和屏幕上。它是将人的某种目的或需要转换为一个具体的物理形式或工具的过程,把一种计划、规划设想、问题解决的方法,通过具体的载体,以美好的形式表达出来。产品设计反映着一个时代的经济、技术和文化。((《产品设计》,Kevin N.Otto(凯文 N.奥托),北京:电子工业出版社,p8,2006)
- ⑤价值:在哲学上,价值是标志着人与外界事物关系的一个

范畴,它是指在特定历史条件下,外界事物的客观属性对人所发生的效应和作用以及人对之的评价。所以,任何一种事物的价值,从广义上说应包含着两个互相联系的方面:一是事物的存在对人的作用或意义;二是人对事物有用性的评价。((《现代汉语词典》,中国社会科学院语言研究所词典编辑室,北京:商务印书馆,p470,2005)

- ⑥北京奥运会火炬——祥云:北京2008年奥运会火炬创意灵感来自“渊源共生,和谐共融”的“祥云”图案。祥云的文化概念在中国具有上千年的时间跨度,是具有代表性的中国文化符号。火炬造型的设计灵感来自中国传统的纸卷轴。纸是中国四大发明之一,通过丝绸之路传到西方。人类文明随着纸的出现得以传播。源于汉代的漆红色在火炬上的运用使之明显区别于往届奥运会火炬设计,红银对比的色彩产生醒目的视觉效果,有利于各种形式的媒体传播。火炬上下比例均匀分割,祥云图案和立体浮雕式的工艺设计使整个火炬高雅华丽、内涵厚重。(www.beijing2008.cn)

#### 参考文献:

- [1]左铁峰.论现代设计教育的文化观[J].教育理论与实践,2009,(6).
- [2]赵克理.中国传统设计文化论[M].北京:中国轻工业出版社,2008.
- [3]田广林.中国传统文化概论[M].北京:高等教育出版社,2005.
- [4]柳冠中.事理学论纲[M].长沙:中南大学出版社,2007.
- [5]德克霍夫.文化肌肤[M].汪冰,译.保定:河北大学出版社,1998.
- [6]贡布里希.艺术发展史[M].范景中,译.天津:天津人民美术出版社,1999.
- [7]李砚祖.造物之美[M].北京:中国人民大学出版社,2000.
- [8]王祥云.中西方传统文化比较[M].郑州:河南人民出版社,2007.

责任编辑:曲晓红

## An Analysis of Product Design Value Based on Traditional Chinese Culture Outlook

Zuo Tiefeng, Gao Wei

(Department of Art, Huangshan University, Huangshan245041, China;  
Library, Huangshan University, Huangshan245041, China)

**Abstract:** Product design is a kind of culture. Product design based on traditional Chinese culture outlook is the way that solves the problem of China-based product design. It is necessary for the inheritance and development of traditional Chinese culture and the construction of a modern future culture; necessary for the establishment of product design theoretical system with Chinese characteristics; necessary for modern Chinese educational theory and practice of product-design and necessary for Chinese economy to transform from "Made in China" to "Created in China". In addition, it also can enrich, expand and improve modern product design so as to upgrade the concept, the content and the practice of product design.

**Key words:** traditional Chinese culture outlook; product design; value

# 基于中国传统文化观产品设计的价值分析

作者: [左铁峰](#), [高巍](#), [Zuo Tiefeng](#), [Gao Wei](#)  
作者单位: [左铁峰, Zuo Tiefeng\(黄山学院, 艺术系, 安徽, 黄山, 245041\)](#), [高巍, Gao Wei\(黄山学院, 图书馆, 安徽, 黄山, 245041\)](#)  
刊名: [黄山学院学报](#)  
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)  
年, 卷(期): 2010, 12(6)  
被引用次数: 0次

## 参考文献(8条)

1. [左铁峰. 论现代设计教育的文化观\[J\]. 教育理论与实践, 2009, \(6\).](#)
2. [赵克理. 中国传统设计文化论\[M\]. 北京:中国轻工业出版社, 2008.](#)
3. [田广林. 中国传统文化概论\[M\]北京:高等教育出版社, 2005.](#)
4. [柳冠中. 事理学论纲\[M\]. 长沙:中南大学出版社, 2007.](#)
5. [德克霍夫. 文化肌肤\[M\]. 汪冰, 译. 保定:河北大学出版社, 1998.](#)
6. [贡布里希. 艺术发展史\[M\]. 范景中, 译. 天津:天津人民美术出版社, 1999.](#)
7. [李砚祖. 造物之美\[M\]. 北京:中国人民大学出版社, 2000.](#)
8. [王祥云. 中西方传统文化比较\[M\]. 郑州:河南人民出版社, 2007.](#)

## 相似文献(1条)

1. 期刊论文 [杨剑](#) 论现代产品设计中的中国传统文化观 -[新乡教育学院学报](#)2008, 21(3)

中国产品设计风格如何在全球文化的冲击下走出困境,如何在保持本土文化的基础上与当代设计相结合是当代设计师所面临的巨大问题.文章从中国古人的哲学观入手,发现“简朴”、“意境美”、“和谐”三种古代哲学意识在当今产品设计理念中有着很好的体现,进而提出只有秉承中国传统文化,服务于当今社会需求,才能创造出富有传统精神和时代感的产品.

本文链接: [http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_hsxxyb201006035.aspx](http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb201006035.aspx)

授权使用: [黄山学院学报\(qkhsxy\)](#), 授权号: 0a64a8f5-d523-4a92-a59d-9ecb010c1e30

下载时间: 2011年4月20日