



家具创意设计中的 民间艺术表现

刘玉寒◎著



家具创意设计中的

民间艺术表现

刘玉寒◎著

图书在版编目(CIP)数据

家具创意设计中的民间艺术表现 / 刘玉寒著. — 长春 : 吉林美术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5575-3605-3

I. ①家… II. ①刘… III. ①民间艺术—应用—家具—设计—研究 IV. ①J193 ②TS664.01

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第057636号

家具创意设计中的民间艺术表现

JIAJU CHUANGYI SHEJI ZHONG DE MINJIAN YISHU BIAOXIAN

作者	刘玉寒
责任编辑	于丽梅
装帧设计	海星传媒
开本	880mm×1230 1/32
字数	160千字
印张	7.75
印数	1-3000册
版次	2019年1月第1版
印次	2019年1月第1次印刷
出版发行	吉林美术出版社
地址	长春市人民大街4646号
印刷	廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978-7-5575-3605-3

定价: 30.00元

作者简介

刘玉寒，1979年11月生，2009年毕业于中南林业科技大学获设计艺术学硕士学位，湖南安化人，湖南城市学院艺术学院讲师。。长期从事室内设计与家具设计的实践与教学工作，在学术期刊发表论文十余篇，主持并承担多项省级科研项目。

分别是：

1. 主持2010年益阳市社科联课题“益阳市市民休闲广场户外家具人性化设计研究”，项目编号：2010YS008；

2. 主持2015年校级教学改革研究项目“基于艺术设计专业三大构成数字化教学改革研究，”项目编号：20154241

3. 主持2016年湖南省教育厅高校教学改革研究项目“湖南省地方高校环境艺术设计专业课程与地方民间艺术资源的交融探究”，项目编号：2016400646

4. 第二参与2011年湖南省教育厅课题“两型社会建设背景下现代陶艺介入城市公共空间的设计与研究”，项目编号：11C0267；

5. 第二参与2009年湖南省哲学社会科学基金一般项目“湖南传统民间原竹家具的创新性研究”，项目编号：09YBB065；

6. 第二参与2013年湖南省教育科学“十二五”规划省级一般资助课题“民族地区高校乡土美术教材开发研究”，项目编号：XJK011BJK007；

7. 第二参与 2014 年校级教学改革研究项目“普通高校环境艺术专业工作室实践教学模式的研究与探讨”，项目编号：20143034；

8. 指导 2010 年湖南城市学院大学生科技创新项目“益阳市区户外家具的创新性改造设计研究”，项目编号：2010xs010；

9. 指导 2016 年湖南省大学生创新性实验计划项目“废旧实木家具创新性改造设计研究”，项目编号：CX201628；

前 言

随着我国经济的迅速发展,消费水平和生活质量的不断提高,消费者对于生活环境的要求也在不断提高,人们对于家具设计人文精神和文化氛围需求的提高,形成了市场对于家居空间进行创意设计的需求。而当前由于我国的创意设计产业刚刚起步,还处于模仿学习阶段,本土的家具创意设计缺乏与国外成熟企业相比的核心竞争力与创造力。而中华民族的民间艺术种类丰富,内容精粹,是适合我国国情的独特设计风格,满足人们对于家居产品的功能需求以及精神需求,是促进我国创意家具设计发展的一条通道。

本书针对家具创意设计的内涵、要素、主要类型、特质和现实意义进行了概述,在此基础上分析了家具创意设计的思维方式,详细阐述了创意设计思维形成的原因以及主要思维方式,重点介绍了民间艺术的定义、体系与种类、特征与演变以及表现手法,从而深入结合了民间艺术和家具创意设计,归纳了民间艺术在家具创意设计中的表达手法与表达载体,详细介绍了剪纸艺术、藤编艺术、折纸艺术、皮影艺术、民间乐器、风筝艺术等相关民间艺术形态在家具创意设计中的应用,探讨了家具创意设计中存在的问题,并对其产生的原因进行了分析,从而进一步展望

了家具创意设计的未来发展方向。全书从家具创意设计角度出发,探索出了家具创意设计中民间艺术的表现方式,找到了适合我国发展状况和文化传统的创意设计理念以及设计方法,进而对创意家居设计体系在理论与实际应用的拓展补充上起到推进作用,让设计最终更好的为人服务,做到以人为本,在满足家具实际功能性需求的同时做到了满足更多精英用户的人文精神需求和对生活品质的更高追求,同时也为更多的家具创意设计者提供更多的创意思路,弘扬中国传统优秀文化,更好地推进中国家具创意设计的发展。

本书获2016年湖南省教育厅高校教学改革研究项目“湖南省地方高校环境艺术设计专业课程与地方民间艺术资源的交融探究”,项目编号:2016400646资助。

目 录

CONTENTS

第一章 家具创意设计概述 / 1
第一节 家具创意设计的内涵 / 5
第二节 家具创意设计的要素 / 13
第三节 家具创意设计的主要类型 / 21
第四节 家具创意设计的特质 / 29
第五节 家具创意设计的现实意义 / 36
第二章 家具创意设计的思维方式 / 47
第一节 家具创意设计的风格 / 52
第二节 家具创意设计思维成因 / 61
第三节 家具创意设计的思维方法 / 79
第三章 民间艺术概述 / 101
第一节 民间艺术的定义 / 103
第二节 民间艺术的体系与种类 / 111
第三节 民间艺术的特征与演变 / 121
第四节 民间艺术的表现手法 / 140

第四章 民间艺术在家具创意设计中的表达手法和载体 / 147

第一节 民间艺术在家具创意设计中的表达手法 / 149

第二节 民间艺术在家具创意设计中的表达载体 / 153

第五章 民间艺术在家具创意设计中的应用形式 / 163

第一节 风筝艺术在家具创意设计中的应用 / 165

第二节 剪纸艺术在家具创意设计中的应用 / 171

第三节 藤编艺术在家具创意设计中的应用 / 179

第四节 折纸艺术在家具创意设计中的应用 / 194

第五节 皮影艺术在家具创意设计中的应用 / 204

第六节 民间乐器在家具创意设计中的应用 / 213

第六章 民间艺术在家具创意设计中存在问题和发展趋势 / 219

第一节 民间艺术在家具创意设计中存在问题 / 221

第二节 民间艺术在家具创意设计中的发展趋势 / 226

结束语 / 231

参考文献 / 233

第一章

家具创意设计概述

创新是提升生活质量的本源动力,因此我们应该致力于设计创新能力的开发与培养。家居产业在我国经历了产品初级开发阶段、工艺及设备引进阶段和对外加工产品阶段,而对产品的理解却仅限于产品加工质量的提高以及对已有旧产品的改造。创意家居产业的竞争日后将集中表现在设计创意的竞争,更确切的讲主要表现设计创新理念的竞争。在国内,属于国人自己的中式家具设计起步比较晚,但也已经有不少人投入到了相关研究设计当中去。经过三十几年的发展,随着传统文化的回归、国学的兴起,人们对于传统文化的了解得到了扩展,体现在家居设计上,便是体现在了一些以传统文化为基础的设计理念上,新中式便是在这个时候应运而生。新中式风格主要包括两方面的基本内容,一是中国传统风格文化意义在当前时代背景下的演绎;二是对中国当代文化充分理解的基础上,将现代元素和传统元素结合在一起的当代设计。以现代人的审美需求来打造富有传统韵味的事物,让传统艺术在当今社会得到合适的体现。随着我国家居设计的不断发展,国内近几年也诞生了一批优秀的设计师,他们已经开始逐渐摆脱了对于明式家具单纯模仿,开始融入属于他们自己的理念和思想。

东西方很多国家很早就家居空间与创意家居结合研究方面形成了比较完整的体系。法国建筑大师柯布西耶提出了“最小住宅”的设计思想。旨在一定的空间限制下,尽可能的实现更多的功能,将建筑结构和内部空间功能区分开,使得内部空间功能可以随意变化。拥有人均国土面积最小的日本,大量的小户型集合住宅深受青年工薪阶层的青睐,其中住户的家庭模式大都是青

年、少年两代人，所以三口之家的户型成为集合型住宅的主流户型。日本的集合住宅和户型结构设计已经趋向成熟，真正做到了空间布局科学、空间利用高效。在日本通常住宅空间面积有限，但其中却拥有丰富的储物空间，且对于位置的设置都考虑周到、分类明确。他们将通过空间高效利用节省下来的空间用于基础设施和公共休闲空间的建设来提高居住环境质量。在设计上重视空间的流动与视线的贯通，使小空间表现出了丰富的层次感，注重细节，丰富的储物空间灵活多变，在提高空间利用率的同时，大大提升了用户的使用体验。在日式传统住宅中，“榻榻米”是必不可少的一种住宅装置，日本的传统房间没有床，也不使用桌椅板凳之类的家居用品。需要休息时在“榻榻米”上睡觉，白天把被褥收起在上面进行各种活动，而房间四周的格子门都是纸糊的，可推拉可取下。有的房间将四周的格子门取下，整个房间跟外面的房间结合，形成一个更大的空间。所以日本的房子大都是小户型，但面积狭小并不代表着不舒适，反而在户型上保持着小巧实用的理念，重视对角落空间的开发利用，充分满足了人们日常生活中的需求。在我们对小户型家居空间的设计进行讨论时，日本相近的一些理论体系、配套设施、精细化设计等，都是我们借鉴学习的典范。国外的创意设计受到人文习惯、地域文化等方面的影响具有比较独特的设计背景，北欧家具以丹麦、挪威、瑞典、芬兰四国为代表形成的北欧风格，他们有自己的传统的手工艺，这是他们的特色和优势。日韩等国受地域空间的影响，比较注重对有限空间潜力的挖掘，他们有明确的功能划分，注重家具的细节处理，在有限的空间中争取家具功能的最大化利用。

第一节 家具创意设计的内涵

一、创意及创意设计的定义

自从1917年,马塞尔·杜尚把一个从商店买来的男用便池命名为“泉”,匿名送到美国独立艺术家展览馆要求作为艺术品展出,成为现代艺术史上里程碑的事件,这个被誉为“现代艺术的守护神”,也被人认为是现代创意的先驱者,他的作品无疑不把创意一词体现的淋漓尽致。创意一词最早由美国人奥斯本于1937年提出,被称为头脑风暴法。它强调集体思考的方法,着重互相激发思考,鼓励参加者在指定的时间内构想出大量的意念,并从中得到新颖的构思。此方法在当时虽然主要以团队方式进行,但对于个人思考问题和探索解决方法时,也可用于激发思考。其意就是专心提出构想而不加以评价,不局限思考的空间,鼓励提出越多主意越好,即为创出新意,也指所创出的新意或意境。如今创意更是与人类的生活息息相关。如果杜尚的作品能用来解释创意的话,那波普艺术的倡导者和领袖安迪·沃霍尔的作品就更好的融入大众的生活中。波普艺术无疑是20世纪最成功的创意产物,这个将丝网印刷技术制作和不断重复影像、印象可以无数次重复的方法,将人物化成视觉商品,给画面出带来一种特有的呆板效果。其内容与社会消费主义、商业主义和名人崇拜紧密相连,是针对消费社会、大众文化和传播媒介的产物。在沃霍尔的作品创作中,由于他选用题材和创作内容的广泛,作品开始突破以往单一模式,体现出强烈的创新精神。其最为明显的特征就是机器生产式的复制,完全相同的主题元素或者不同色相的主题元素在同一个作品中不断重复出现。他擅长绘画、印

刷、摄影之间的跨越使用，不断利用传媒而重复传媒，他大胆尝试凸版印刷、橡皮或木料拓印、金箔技术、照片投影等各种复制技法。艺术是生活的艺术，生活是艺术的生活。艺术形式与自然界的生命形式具有同构性，安迪·沃霍尔用独到的表达方式全释了当时工业化大批量生产的背景下，西方社会中成长起来的青年一代的文化观、消费观及其反传统的思想意识和审美趣味。以安迪·沃霍尔为代表的波普艺术家通过广泛的艺术探索改变了世人评价世界、生活和艺术的方式，并以此证明生活和艺术没有高低贵贱之分，艺术不再是少数人享用，而属于普通大众，并逐渐以新的方式从为权贵服务转向为民众服务的民主化进程。可以说安迪·沃霍尔在波普艺术中的开拓和革新对于现代艺术的多样化和互融性起了积极的引导作用。

创意设计源于人类的创造力、技术和智慧，创意源于社会的同时引导着社会的发展和文明的进步。人类就是创意的产物，从类人猿有造石器的创意并付诸实践后，就进化成为人。创意设计，简而言之，它是由创意与设计两部分构成，是将富于创造性的思想、理念以设计的方式予以延伸、呈现与全释的过程或结果。创意设计分为“创”“意”“设”“计”四个字，首先就这四个字进行阐述以深入理解创意设计。“创”在设计中即创造性的活动，产生构思新颖、造型独特的设计。“意”是指意义、诗意、思维、智慧，任何的创意设计都是有意义的，否则就不存在价值。对于一个设计来说，其意义性是本质，是设计的内涵。当下很多设计只是停留在设计表层，没有一定的理念和内涵，这样的设计即使存在也很快被淘汰。“诗意”体现的是民族文化，从创意延伸而来。创意的设计应该是民族、文化的，一个民族的内涵通过文化来表达，我们把这种文化赋予创意的设计中，使设计嫁接人

性的心理需求和精神追求。“设”即假设、设想，人类因为需求才会创造，有人说“懒人创造世界”，一切的创意首先由设想作为开端，结合过去的经验，付诸实践。“计”就是计划，理论联系实践，创意投入实践，都是个计划实施的过程，在实践中发现问题，进一步完善。综上，通过字与字之间细致的描述，对创意设计的定义有了更深入的理解，有助于做好创意设计。创意与创造、创新常常放在一起讨论，认为是近义词，但又有所差异。一般来说创造是指在科学技术上取得的新成果，创新更多的是商务经济层面的活动，只有当发明应用于经济上并获得成功才能称之为创新，所以创新不等同于发明。创意主要是社会文化领域的新观念、新思想、新设计，虽然创意的设计大部分嫁接或依附于物质载体表现出来，但本质还是为了满足人们的精神需求。比如一个新的发明是被称之为创新，但萌发一个发明的想法就可以称为创意，因此创意包含更丰富的内容。

二、创意产业的发展

创意是对艺术和其它智能产品、知识产品的创新和创造。创意因创造财富和就业而成为产业，又因成为产业促使社会创造更多财富。创意为社会创造的大量财富而被社会认可和重视，彼此相辅相成。因此创意推动创意产业的发展，必然带动社会文化、经济、多元化方方面面的进步和发展。联想电脑公司有这样一句广告词：“人类失去联想，世界将会怎样”，揭示了创意在当今世界发展的重要性和意义。上世纪80年代后，世界各大发达国家都呈现出不再追求对资源、能源和农产品的更大消费，而是追求时间与智慧的价值。创意产业正是在这追求高产值、高科技和手工艺的时代里应运而生的。创意产业必将引领都市进入

创新时代，新的创意会衍生出无穷的新技术、新产品、新市场和创造财富的新机会。它是推动一个国家经济增长的原动力。创意的设计是创意产业的核心和灵魂，目前的现状是我们是强大的制造国，但走得是低端的设计路线。富士康现象的主要原因就是强大的制造，低端的设计。创意产业对城市有以下三个方面的功能，第一培育城市经济增长的新动力，这一点在经济危机中显现的特别明显。第二加快城市功能升级与经济转型，第三促进城市产业创新与结构优化，提升城市的品牌价值与城市形象，激活城市创新创业的热情。世界上有三大创意产业带，一个是纽约、旧金山、硅谷为中心的以高技术为特色的北美创意产业带，一个是以伦敦、巴黎为中心的，以传统创意思维为特色的欧洲创意产业带，还有日、韩、新等地区为中心的传统文化为特色的新兴创意产业带“。我们可以从中找到一定的规律，中西合璧，取其精华，结合中国国情探索适合我们发展的创业产业路线。如今转型发展中，中国创意产业市场日趋繁荣，但也充斥着粗制滥造、抄袭、仿搬等状况。以一家家居设计公司为例，员工要想有高福利首先企业要有高额的利润，高额的利润则仰仗与大量的产品出售及后期维修服务，产品的出售则需要有大额的市场占有率，市场占有率又由市场需求成正比，那如何把握市场需求呢？首先就是产品设计本身的优越性，不管从外观、功能、价格、质量等各方面，而外观和功能则是绝对条件；成功的外观和功能则来自于成功的创意设计！所以一个优质的创意设计能够使得产品本身存在高额的利润价值。作为创意设计领域的一只奇跑，近年来，家居环境设计如同一个放大的产品系统，在民众日常生活中扮演着至关重要的作用，因为随着人们越来越注重居家生活品质的提高与改善，家居环境设计是让一个家庭环境更具魅力，能够使居者享受