

华南农业大学艺术学院

产品设计系

优秀毕业设计作品集 (2016)

主 编 曾智林

副主编 张艳河 杨慧全 郑瑾颖



中国纺织出版社

华南农业大学艺术学院

产品设计系

优秀毕业设计作品集 (2016)



主 编：曾智林

副主编：张艳河 杨慧全 郑瑾颖



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书展示的是华南农业大学艺术学院产品设计专业2016届本科毕业生的部分作品,及部分教师作品。历经四年的打磨,这些毕业作品从某些角度反映了我们的教学理念。从中我们可以看到年轻设计师们的关注点。他们选题的多样性,富有想象的创造力,敏锐的视觉感悟力,对材料的辨识与把握力,对周遭事物与环境的观察力。他们的设计经验与阅历有限,但他们知道未来将如何继续学习。大学时光开阔了视野,丰富了见识,扎实了基础,教会了学生学会如何去观察、思考,并通过设计语言表达自己的能力。

图书在版编目(CIP)数据

华南农业大学艺术学院产品设计系优秀毕业设计作品集
(2016)/曾智林主编. — 北京:中国纺织出版社, 2017. 4
ISBN 978-7-5180-3293-8

I. ①华… II. ①曾… III. ①艺术—设计—作品集—
中国—现代 IV. ①J121

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 025572 号

责任编辑:宗 静	责任校对:娄旭红
责任设计:何 建	责任印制:何 建

中国纺织出版社出版发行
地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124
销售电话:010-67004422 传真:010-87155801
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
中国纺织出版社天猫旗舰店
官方微博<http://weibo.com/2119887771>
广州市博雅摄影有限公司印刷 各地新华书店经销
2017年4月第1版第1次印刷
开本:889×1194 1/16 印张:7.5
字数:100千字 定价:98.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

华南农业大学艺术学院产品设计专业下设两个专业方向：产品造型设计方向、家具设计方向，以家具设计、家居产品设计为重点，以生态化智能化产品设计为特色，培养具有扎实的产品设计基础理论知识及产品造型能力、良好的职业技能和职业素质，具有创新能力和整合思维能力，通晓产品设计项目实践，能从事一般设计管理、设计实施等各方面工作的卓越应用型人才。为达到这一培养目标，本专业学生需要系统学习产品设计方面的基本理论和知识，接受工业产品设计思维和生产实践的基本训练，知识贯通，具有国际视野和前瞻性的设计理念，有独立的见解、眼界与创新的勇气；通晓产品设计发展的历史、现状和未来趋势；能够理解并承担产品设计项目流程的一般运作、管理、设计与实施；具有良好的设计表达能力、独立的人文精神、良好的合作精神、自主创新与创业的能力。

本书展示的是华南农业大学艺术学院产品设计专业2016届本科毕业生的部分作品，及部分教师作品。历经四年的打磨，这些毕业作品从某些角度反映了我们的教学理念。目前，产品造型设计方向共有 5 名教师，家具设计方向有 6 名教师，其中教授 1 人，副教授 5 人，讲师 5 人；拥有博士学位 4 人，硕士学位 6 人。产品造型设计方向教师为：曾智林、张艳河、杨道陵、盘湘龙、郑瑾颖；家具设计方向教师为：陈哲、李增超、薛拥军、何中华、杨慧全、王珺。

多年来，我专业师生多次获得包括德国“IF”概念设计奖、德国红点“(red dot)”设计概念奖、全国大学生工业设计大赛、“省长杯”工业设计大赛在内的各项专业比赛的奖项。2014 年，我专业任“中国创新设计产业战略联盟”理事单位（以工业设计、产品设计专业为核心）。我专业家具设计方向在珠三角家具产业界具有较大的影响力，为“广东家具设计教育专业委员会执行会长单位”（广东省家具商会及广东省家具产业研究院授予）。

本书既是 2016 届优秀毕业设计作品的一次展示，也是对几年来教学理念与教学过程的一次梳理和阶段性总结，旨在探讨基于自身特点、地域特色，面向国内外纷繁的设计教育大环境，我们的专业发展方向与发展趋势。

本书参编人员有杨道陵、陈哲、何中华、李增超、薛拥军、盘湘龙、王珺。

目录

师资队伍及教师作品..... 01

产品造型设计方向学生作品..... 25

家具设计方向学生作品..... 69

师资队伍及教师作品



曾智林

教授，硕士生导师

现任产品设计专业主任、系副主任。广东省工业设计协会会员，广州工业设计促进会会员，广东省工业技术研究院项目评审专家，广东省高等学校“千百十工程”校级培养对象。2007年获江南大学工业设计硕士学位，主要研究方向：产品创新设计、产品材料与工艺、工业设计史、三维计算机辅助设计等。目前，主要研究课题包括旅游文化产品创新设计、面向物联网数据服务的企业形象定位策略与设计、智能化家电音响设计、食品包装设计等。

曾先后在《机械设计》、《包装工程》、《美术观察》、《装饰》等核心期刊上发表论文20余篇，作品10余项，主编、参编包括“普通高等教育‘十二五’应用型本科规划教材”等共5部教材，主持、参与省市级以上科研项目10余项，包括主持广东省哲学社科“十二五”规划课题、主要参与2013年度广东省省部产学研合作专项资金——产业关键技术攻关专题、2009年粤港关键领域重点突破项目招标项目等。获教育部三等奖1项，获得成果奖项数十项，获得多项实用新型专利、外观专利授权。

近年来培养了众多产品设计专业优秀人才，指导的学生多次获省级以上各类设计大赛的奖项。获得2013年广东省高等学校工业设计大赛“优秀指导教师奖”。多次担任设计类平台建设评审专家。科研论文多次在省级以上年会论坛交流并公开发表。多年来设计成果屡次获得省市级企事业单位采纳并专利授权。



张艳河

博士，副教授，硕士生导师

汉族，1979年出生，湖北荆州人，2008年参加工作，现任华南农业大学艺术学院院长助理，主要从事产品视觉感知和可穿戴设计方向的科研工作。1997年9月—2004年7月在武汉理工大学工业设计专业学习，获工学学士、文学硕士；2004年9月—2008年9月在浙江大学计算机学院攻读计算机科学博士研究生，获工学博士。

参与国家自然科学基金项目、国家863计划项目、国家863计划项目、省级自然科学基金10余项，主持教育部人文社科项目、广东省哲学社会科学规划项目、广东省教育厅项目等省部级项目多项，为中兴通讯、奥康皮鞋等企业开发产品10余款。已在专业期刊上发表论文近30篇，被EI检索论文7篇，拥有实用新型专利1项，出版著作2部；指导学生获德国红点奖等国际高水平工业设计竞赛奖励多项，获文化部科技司三等奖1项，被评为广东省高等学校“千百十工程”校级培养对象和“华南农业大学青年骨干教师”。



陈哲

博士，副教授，硕士生导师

研究方向：家具与家居产品设计。任中国家具协会设计师委员会委员；2013年，入选广东省第七批高等学校千百十校级培养对象；2015年9月—2016年9月，国家公派意大利米兰理工大学设计学院访问学者；为广东、福建、天津等地数十家家具企业成功设计研发产品。



薛拥军

博士，讲师，硕士生导师

进驻中山市太兴家具有限公司红木家具设计博士后工作站，作品曾获中国广州国际家具展览会设计创意奖等。为福建鲁艺、福建华名华居、中山百富汇、中山太兴、广州金斯当 (KINGSDOWN)、广州顶好等多家知名企业开发多个产品系列，其中为中山太兴驻厂设计开发的“荷塘月色”获2014广州家具展最佳外观设计奖。

主要讲授课程：家具设计，产品设计程序与方法，文化空间设计、家具生产工艺、3DSMAX、AUTOCAD等。

学习经历：南京林业大学家具设计与工程博士研究生毕业，研究方向为家具设计，产品设计。

发表论文：

1. 薛拥军实木家具作品三件, 2013.5, 艺术百家 (ISSN:1003-9104) ;
2. 传统家具造型的创新设计研究与实践, 2015.9, 包装工程 (ISSN:1001-3563);
3. 论现代实木家具的系列化设计, 2013.12, 包装工程 (ISSN:1001-3563) ;
4. 广式家具的木雕装饰特征及其成因分析, 2012.8, 包装工程 (ISSN:1001-3563) 。

获奖情况：

第四届“百利杯·活态空间办公家具创意设计大赛”最佳指导教师奖；
第八届家居设计展华笔·全国家居设计大赛创意设计奖；
第七届省长杯工业设计大赛家具专项概念组二等奖；
2012年度广东家具行业设计师奖；
第五届“红古轩杯”新中式家具设计大赛优秀指导老师奖；
第三届“健威杯”板式家具设计大赛优秀指导老师奖；
首届永安国际竹家具设计大赛优秀指导奖；
第二届永安国际竹家具设计大赛金牌指导老师奖；
第三届永安国际竹家具设计大赛金牌指导老师奖；
第四届国际（永安）竹具设计大赛金牌指导教师奖；
第四届国际（永安）竹具设计大赛优秀组织奖；
第三届“中泰龙杯”办公家具设计大赛优秀指导老师奖。



郑瑾颖

讲师，产品造型设计教研室主任

1981年出生，2003年毕业于武汉理工大学工业设计专业，2011年毕业于武汉理工大学设计艺术学专业，获硕士学位。2003年7月任教于华南农业大学艺术学院。

教授课程涵盖专业基础课、专业必修课、专业选修课。

曾发表学术论文《基于老年人感官特点的产品操作反馈设计》、《管析手机演变中的外形设计策略》、《论艺术设计教育中的感官体验培养》、《现代产品设计中的软装饰研究》、《养宠家庭的室内空间设计初探》等5篇。

出版专著《家具设计手绘表现技法》。



盘湘龙

副教授，硕士生导师

2005年毕业于韩国东西大学取得艺术设计硕士学位。曾任华南农业大学艺术学院科研秘书、工业设计系教学主任。工作勤勤恳恳，认真负责，有丰富的教学经验和设计实践能力，取得优秀的教学成果。主持参与课题10余项，其中省部级5项，横向课题4项；出版教材2部；在《装饰》等核心期刊上发表论文5篇，发表作品20余幅，取得设计外观专利1项。

获奖情况：

2011年，设计作品《会议电话机》获得美国拉斯维加斯国际消费电子展“创新与工程奖”；

2012年，论文《从荷兰产品设计解读绿色设计“新原则”》获得文化部科技司“优秀论文奖”；

2012年和2014年，连续两次被华南农业大学授予“教书育人、管理育人、服务育人”称号；

教学之余指导学生参加各类专业设计竞赛，获得省部级以上奖励20余项，包括国际工业设计界奖励德国iF奖1项，德国Red Dot奖2项。

2012年和2014年，连续被教育部高等学校工业设计专业教学指导委员会、广东省教育厅授予“优秀指导教师奖”。2015年，被佛山市政府授予“优秀指导教师奖”。



杨慧全

硕士，讲师

1978 年出生。2002年毕业于福建农林大学室内与家具设计专业，2005 年毕业于南京林业大学家具设计专业。2005年7月任职于华南农业大学艺术学院，从事产品设计专业家具设计专业方向的教学。教授课程涵盖专业基础课、专业必修课、专业选修课。

曾发表学术文章 7 篇，包括《亚克力材料在家具设计中的应用》、《区域文化对明清家具的影响》、《杨慧全 ● 概念家具设计》、

《基于东巴文化的现代家具设计研究》、《家具模型设计引入产品开发的思考》、明式家具数据库系统研究、明式家具数据库系统网页开发等。

出版专著：《家具设计手绘表现技法》，参与编写著作有《新中式古典家具解码》。

指导学生获得广东省家具设计比赛金奖、银奖，多次获得优秀指导教师奖。主持定制家具设计与技术研究课题。



王珺

博士，讲师

2013年9月至2016年，就读于南京林业大学家具与工业设计学院，获博士学位。2014年9月至2015年9月，在美国圣地亚哥州立大学（SDSU）艺术设计学院家具设计专业任交流访问学者。

曾教授课程：设计概论、中外建筑史、室内设计基础、计算机辅助设计、办公家具设计、SOHO家具设计、人体工程学、专业英语、毕业论文写作、社会实践等。

参与科研、实践项目介绍：

1. 2014年获得江苏省高校优势学科建设工程资助项目(PAPD),成功申请赴美国加州圣地亚哥州立大学艺术设计学院，家具设计专业研究“美国艺术家具风格及设计模式”相关课题；
2. 参与2013年国家自然科学基金资助项目《古典木家具及木制品的修复肌理与保护方法的研究》子课题研究；
3. 参与2014年中山市项目《基于现代生活方式的红木家具产品成本市场定位与系统设计》；
4. 参与2014年南京林业大学大学生哲学社会科学类创新项目《基于文化传承和情感价值的新中式家具研究》；
5. 参与美国密西西比州立大学与南京林业大学，木材改性研究课题的相关调研，等等。

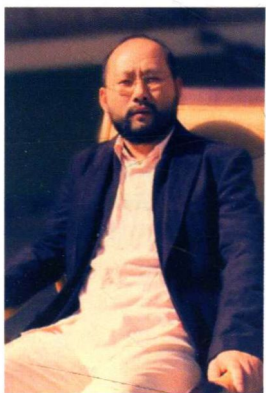


李增超

副教授

从事产品设计专业家具设计专业方向教学。

教授课程包括设计制图、材料与构造等，涵盖专业基础课、专业必修课、专业选修课。



何中华

硕士，讲师

从事产品设计专业家具设计专业方向教学。

主要教授课程：家具造型设计、家具设计基础、家具表面装饰等课程。

发表科研论文：

《以人为本的家具设计理念》，载《家具与室内装饰》2010(2)；

《家具设计课程教学模式的研究与改革探讨》，载《林业机械与木工设备》2011(4)；

《何中华设计作品选》，载《艺术教育》2012(2)；

《何中华 悟·水 设计视界》，载《亚太家居户外家具》2012(10)；

《时尚与创意的绿色家具设计》，载《家具与室内装饰》2013(1)；

第一主编《家具展示设计》，中国林业出版社, 2012(36万字)；

“手”系列的个人专利作品在市场上反应极佳。



杨道陵

副教授，硕士生导师

1996年毕业于无锡轻工大学设计学院工业设计系（现江南大学设计学院工业设计系）工业设计专业。2012年考入广州美术学院MFA艺术硕士（在职）产品设计方向（2015年5月毕业）。

主要教授课程：效果图手绘表现技法、展示设计、设计程序与方法等。主持、参与多项省级以上课题。在《装饰》、《包装工程》等核心期刊上发表科研论文十余篇，发表作品多幅。

出版专著《产品设计表现Alias》，北京理工大学出版社出版。

岭南文化背景下旅游纪念品设计可持续发展研究

□ 曾智林

[内容摘要] 文章从自然生态、文化生态、民间生活形态等方面分析了岭南文化的特征,以此为基础,指出作为旅游地记忆符号的旅游纪念品设计,必须考虑岭南文化背景的开放性、兼容性、重商性、多元性、享乐性、直观性和创新性,忠实于旅游地的文化根源,以客观因素为依据,以最大可能调动购买者多元感官为动因,使旅游纪念品成为文化解说、文化交流、文化享受的载体。提出在设计方面从适时适地选材用材、严格规范制作工艺精度、设计表现符号化、产品细分化、品牌整合化等几个方面努力,以期使纪念品设计实现良性循环,可持续发展。

[关键词] 岭南文化 旅游纪念品设计 可持续发展

可持续发展的定义被广泛接受且影响最大的是世界环境与发展委员会在《我们共同的未来》中的界定:“能满足当代人的需要,又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展。它包括两个重要概念:需要的概念,尤其是世界各国人们的基本需要,应将其放在特别优先的地位来考虑;限制的概念,技术状况和社会组织对环境满足眼前和将来需要的能力施加的限制。”既要“以人为本”,注重人的生命质量、生活质量的提高,又要注重理性有度地利用自然资源,以确保自然、社会、生态、经济和谐有序地可持续发展。联合国副秘书长吴红波在《可持续发展是唯一选择》一文中指出:

“伴随可持续发展目标的实施,全球范围内掀起的以绿色技术为核心的产业革命,包括新能源、新材料等科学技术,将开辟新的发展模式。”随着中国经济的不断发展,可持续发展的理念逐步渗透到社会生产、生活、文化等各个领域及至各种载体形式上,旅游业便是体现可持续发展的最佳载体之一。

旅游业的发展是伴随着中国经济的不断提升,人民物质生活水平不断提高,在基础物质需求满足后产生出来的对精神文化方面的需求的体现。1954年,马斯洛在《激励与个性》一书中,探讨了求知需要和审美需要,认为这二者应居于尊敬需要和自我实现需要之间。就是说人的需求的最高两个层次便是审美需求和自我实现的需求。近三十年来,我国旅游业蓬勃发展,人们在亲近自然、欣赏山水美景之余,对旅游当地的人文、风情、历史、民俗越来越迫切地希望进行深入了解,“文化旅游”成为旅游的热点。

文化自古以来便是以各种符号作为表征,世代流传。美国人类学家格尔茨(Geertz·C)认为,文化是“使用各种符号来表达的一套世代相传的概念,人们凭借这些符号可以交流、延续并发展他们有关生活的知识和对待生活的态度”^[1]。文化符号具备多种形式,比如民歌、服饰、典籍、节日庆典活动等,是当地文化的象征,它反映着当地的民俗风情,蕴含着当地居民的社区记忆。文化符号不是一成不变的,在文化的认同体系处于一个相对“自然”的状态时,如果其中的某些因素发生新的变化,就有可能打破原有的“自然状态”,从而带动文化认同的结构性变化,导致文化重构^[2]。作为文化符号表征之一的纪念品在不断地创新和演变中再现传统文化符号,它所依托的资源是当地的文化要素,纪念品形态的变化、材料的革新,都是文化符号重构的催化剂。作为旅游推广的载体,纪念品设计游走于传统与现代、文化与市场、记忆与再现等多对关系之间。同时作为产品实

体,纪念品对于自然资源的依赖、消耗,也是必须直面应对的因素。

要实现旅游纪念品设计与开发的可持续发展,首先要对所造成的社会文化效应予以高度重视,同时要重点考虑环境承载力,提倡设计伦理,反对过度设计。正确处理好社会文化与资源利用、环境保护、产品生命周期之间的和谐统一关系。在“以人为本”的基础上,做好“限制”的平衡。本文以岭南文化为背景,从文化生态学视角,力求探讨旅游纪念品设计在文化表现、资源利用、市场需求等多方面实现良性循环与可持续发展。

1. 岭南文化生态背景

文化生态学主张从自然、社会、文化的整体结构、作用及相互关系来研究不同社会、民族文化发展的特殊形态和模式^[3]。岭南文化作为有别于中原文化的一种相对独立的形态,是特殊的自然生存环境与多元兼容的文化生态环境孕育的结果。岭南气候炎热多雨,多密林沼泽,依山面海,台风肆虐,在与恶劣的自然环境长期拼搏的过程中,形成了顽强务实的人文精神和现实取向。岭南位于南海之滨,仅广东大陆的海岸线就长达3368.1公里,居全国首位^[4]。便利的海上交通,使岭南人很早就习惯于海外拓展,重洋远涉的足迹遍及东南亚、澳洲、美洲、欧洲、南非等地。地理环境的便利和人口流动之众,使岭南文化呈现出宽广的开放性和包容性,中西文化在此碰撞交流,体现在建筑形制、家具样式、手工艺产品、民风民俗甚至语言词句中中都呈现中西文化兼具的格局。

作为我国历史上重要的对外通商口岸,广州自汉代以来便是中国海上丝绸之路的起点。由于自古商品经济繁荣,带动岭南商品性农业、商业贸易和手工业发达,形成岭南文化中重商性和重实利实惠的实用性的特点。这种浓厚的世俗性一方面制约着岭南文化的深层理性思辨,但另一方面又因其立足于鲜活的市井生活环境而显得活泼且富有创新活力,是文化兼收并蓄的活力源泉。

文化模式的形成和变迁是人类适应自然环境与生产力发展水平的选择结果,独特的生态环境和生产方式促使岭南百姓形成朴素的文化认知和复杂繁多的生活俗信,在各种庙会节日中人们穿红挂绿,拜神敬佛,祈求出海平安捕捞兴旺,由此形成极具地域特色的旅游盛况、商贸交易,并带动了各种手工艺商品从设计、制作到销售的整体兴盛。明代宋应星

在《天工开物》中对广东福建等岭南地域的制缙、棉布、采珠等业略有记载,如“凡倭缙制起东夷,漳、泉海滨效法为之。”^[6]指倭缙制法起自日本,福建漳州、泉州沿海地区曾加以仿制。又如“广南为布菽,而偏取远产,必有所试矣。”指广东是棉布的集中地。广东还是制夏服的原料苧麻的产地,“广南青麻撒子种田茂甚。”^[6]从上述文字可见,岭南地域广府福建等地的纺织行业自古以来便是当地极为兴盛的产业之一。《天工开物》中还记述了采珠业的艰辛、危险,对比珍珠的秀美华贵,令人嗟叹。由于滨海的独特地理优势,采珠业成为岭南先民的专属谋生行业之一。深海捕捞采集危险重重,因而“蛋户采珠,每岁必以三月,时杀性祭海神,极其虔诚。”杀性祭祀以求平安逐渐成为沿海渔民出海前的一项必做的功课,因为“极深者至四、五百尺,拾蚌篮中。……无命者或葬鱼腹。”^[6]祭祀海神的行为在不断的历史演进中逐渐形成为一项重大的仪式,上至皇帝下及平民,为祈求四海昇平、海上贸易兴旺、出海平安等等,大至一年一度的四海神庙祭祀仪式,小至渔民们每一次出海前的祈祷,对自然环境的敬畏,和对美好生活的向往,推动着岭南多种民间俗信崇拜和庙会游艺活动的形成,也促使各种民间手工艺、商品贸易的持续发展。

以广东珠三角及沿海地区为例,逢岁时年节,如端午、乞巧、冬至等,或民间诞会,如文昌诞、波罗诞、北帝诞、盘古王母诞等,必有别具一格的游艺活动,或舞龙舞狮,或飘色花市,“雄鸣雌相应,奔走百粤民。……鱼龙进百戏,曼衍何僭僭。是时庙市集,蛋语争蛮银。”(清·丘逢甲《波罗诞谒南海神》^[7])熙攘热闹的庙会墟市上各类民间艺人巧手制作的工艺品便成为旅游地的记忆符号和文化载体,成为人们参与各类活动的记忆延伸。与中国正统文化中重农抑商的倾向不同,岭南自古以来商业贸易比较发达,出现了一批不同于农耕社会的文化主体市民阶层,通过贸易活动和个体劳动获取成功和事业、生活的满足感。由于多种文化共存,如对佛教、伊斯兰教、基督教的接纳,道学兴盛的同时也接纳了大量海外引进的西方科学知识,儒家文化与本土多种神佛崇信的交融等,多元开放的文化特性促成了岭南百姓包容、多元、重商、直观、乐于享受生活的地域性格特征、文化传统和民间生活形态。

2. 旅游纪念品设计可持续发展原则

开放的地理位置和多元包容的文化特性,使岭南地域以旅游为特征的活动繁多,如各种庙会、祭祀活动等等,其间各具特色的民间手工艺品逐渐成为各种类型民俗活动的代言物,是人们参与活动的纪念物。经过历史光阴的淘洗,演变至今的许多旅游纪念品已成为当前旅游推广的载体,它们与所依托的地域文化背景密不可分。作为文化符号的旅游纪念品,与所背靠的地域环境与文化应当是“高度配对”的关系。岭南独特的自然、人文地域特征,以及这些特征在与外部文化发生碰撞、不断演变的过程中,作为旅游地文化载体的纪念品设计只有在碰撞中传承、变迁中创新,才具备可持续发展的可能性。

2.1 自然生态可持续原则

很多环保人士认为,可持续发展理念本身就自相矛盾,因为发展必然导致环境恶化^[8]。人类工业发展令当代自然生态问题越来越突出。英国大气学家詹姆斯·洛夫洛克(James

E. Lovelock)在20世纪60年代末提出了著名的“盖亚假说”,认为地球是一个生命有机体,人类是地球母亲“盖亚(Gaia)”的后代之一,没有大自然就没有人类,随着人类的无知导致地球生态危机,人们必须考虑如何逐渐消除日益恶劣的环境影响。

旅游行为的特点决定了人类活动对自然环境的高度影响。近年来随着我国假期政策的改革与试行,“五一”、“十一”、“春节”等黄金周假期长达7-10天,全国各地出现了旅游出行困难,旅游景点“只见人头不见景”的“壮观”场面。游客对于景点中景物甚至文物的破坏行为经常见诸于报端,这些属于旅游行为中游客直接作用于环境的影响,是显性的,在时间上是阶段性的。而纪念品作为产品批量生产,从取材、制作到销售、被丢(废)弃,整个产品生命周期过程中,对自然生态的影响巨大,某些阶段的影响是隐性而且是长期的。根据“盖亚假说”,地球环境是一个大系统,人类是生物圈的一个子系统,人类活动的发展会损害其他子系统的利益,进而损害整个环境的利益,而这种损害将会反馈于人类本身。在纪念品设计的过程中,考虑自然生态的可持续发展是根本要务,就是说要把使用可持续材料,实现零碳排放、尽可能减少浪费甚至是零浪费作为设计目标。

2.2 文化生态可持续原则

文化生态环境较之自然生态环境是一种更为复杂的人类活动,是在一定的社会制度、生产力和生产关系的基础上创造和发展起来的,关系到多种因素,如文化遗产、种族区域、科学技术、经济发展等等。任何艺术形态都离不开其赖以生存的文化土壤。岭南文化中特有的开放性、兼容性、重商性、多元性、享乐性、直观性和创新性^[9],是纪念品设计过程中需要充分考虑和融汇的因素。纪念品反映和承载着旅游地景观和当地民间生活习俗、宗教信仰、年节活动、人文思想的内涵本质,担负着向外传达旅游地文化信息的重任。许多旅游纪念品原本就源自民间手工艺,是当地民间文化心理的浓缩。民俗工艺在发展和转换为旅游纪念品设计时,两者既有区别又有共性,区别在于传统的手工艺技术往往是小规模的作坊式生产模式,而现代纪念品设计是脱胎于这种传统劳作,在此基础上呈现为较大规模地生产。目前有一些设计师兼顾设计与生产,将创新性思维与技艺结合起来,批量生产自己设计的产品,这似乎是传统与现代碰撞后产生的一种新途径。

如果以马斯洛的“需求层次说”来定义人类的旅游行为,则应当归于“美的需求”(aesthetic needs)一层,即对美好事物欣赏并希望周遭事物有秩序、有结构、顺自然、循真理等心理需求^[10]。岭南地域旅游景点有“小、散、多”的特点,每一个景点背后所积淀的历史故事、美好景观、文化源流都可以通过“高度配对”的纪念品传递给游客,令美好记忆留存,满足人们对美的向往的心理需求,从而成为旅游行为的心理延伸。有特点的故事、美好的造型、恰当的选材、独特的制作方法,可以成就一款极有特色的纪念品,使之成为景点文化解说、对外文化交流、使游客获得文化享受的良好载体。因此,实现文化生态的可持续发展应当关注旅游地背后的深层文化源流,挖掘有价值的历史故事,善于在纷繁的材料中提炼总结,并最终以独特的高度凝结的纪念品实态呈现出来。只有这样,才能打破目前各个景

区旅游纪念品“千景一面”的现状。

2.3 经济民生可持续原则

2005年联合国世界首脑会议,由150多个国家的元首、政府首脑审议通过的《成果文件草案》中指出:经济、社会以及环境保护的可持续发展是“相互依赖、相辅相成的支柱”^[9]。若用三个同心圆模式图来表示,可见经济因为依赖人的参与而成为社会的子集,社会又包含着各种文化,如艺术、宗教、家庭等因素,所有的需求都依赖于生物圈的供给,所以必须在生物圈的供养能力范围内发展社会需求(如图1)^[8]。只有使三者均保持可承受的健康水平,才能使经济民生获得可持续发展。

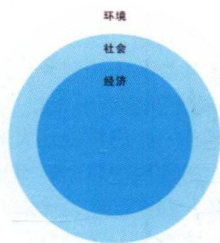


图1 可持续发展同心圆模式
(资料来源:《可持续设计变革》)

岭南中心区域的广东省,自古以来经济就以其鲜明的特色在全国占有着重要的地位。1978年以来,由于率先实行改革开放政策,广东成为中国经济总量最大和发展最快的省份,其中旅游总收入位列各省第一位。2012年全省GDP居全国第一,但人均生活水准仍有待提高。目前全省4A级以上的旅游景点中,珠三角区域约占一半多,显示出区域发展的不平衡状态。2013年,广东省在“产业、劳动力双转移”战略的基础上,作出了《关于进一步促进粤东西北地区振兴发展的决定》,目的是为了加快粤东西北地区发展,使之成为广东经济发展新的增长极^[11]。随着全省经济战略的调整,各类产业园区的打造,交通基础设施的建设推进,旅游业的发展也将随之纵深入粤东西北地区。这些地区山地多,植被茂密,是少数民族聚居区,存在多样的文化特性,具备旅游经济开发的优厚潜质,同时也向我们提出了旅游经济与当地民生发展可持续性的挑战。

旅游纪念产品的设计生产,无疑是带动当地旅游经济增长的项目之一。许多旅游发达国家的旅游商品的销售收入占据旅游总收入的重要比重,如荷兰木鞋、瑞典矮种马、俄罗斯套娃、泰国大象、日本人偶、柏林小熊、南非木雕、美国夏威夷花衬衫等等。不仅有效地保护了文化遗产,并且也树立了本国本区域的传统文化形象。经济活动的本质简而言之便是商品交易行为,首先保证交易的公平性,使游客与当地售卖者在整个旅游过程中均产生幸福与健康的感受尤为重要。其次,要确立经济反馈机制,将旅游收入按一定比例作用于当地社区,确保生态的再平衡,鼓励纪念品设计创新、广纳人才,鼓励更多的普通百姓积极参与到旅游经济环节中来,从而进一步促进健康和幸福感的提升,实现经济与民生的良性循环。

3. 旅游纪念品设计可持续发展思路

3.1 从心理需求构建旅游方式模型

旅游是一种双向或多向交流行为,旅游纪念品隶属于旅游活动大框架之中,目的是展示、表述旅游当地的文化和形象,作为商品成为旅游者购买的对象。纪念品设计是一种受文化约束的活动,设计师不仅要考虑旅游地的文化传承,设计出代表当地文化语言的实体,同时也要把旅游者的文化背景、生活背景做一定的假设,把处于当地景区语境下的旅游者的心理需求进行设定。比如纯粹是以纪念为目的,还是更希望在纪念品功能上增加交互游戏的成份?等等,使纪念品的设计跟随园区整体设计而成为一套有趣的旅游方式引导,从被动的被观赏被购买,成为相对主动的引导游览的产品。

纪念品设计不仅是“物”的设计,更应当成为“事”的设计,意即纪念品这种人为事物不仅仅只限于表现为呆板的某个造型,还应当将所处的情境和环境表现出来。“新东西不是无中生有的,它们岂止是离不开,它们其实就是取自于对平常、单调的日常存在的大胆唤醒。^[12]”通过有限的静态实体,让旅游者感受到动态的游览行为,从而潜移默化更深层的文脉语境,是纪念品设计得以唤醒人们心理需求的一种设计思路。

3.2 从时空需求建构纪念品设计目标系统

旅游的本质是陶冶性情,过滤心灵,在一定的时间和空间环境中获得美的熏陶。良好的纪念品设计是提升旅游地形象、传播当地文化、推动旅游活动和旅游经济良性发展的有力工具。设计师要从旅游地整体规划的高度,以系统设计的思维来策划并应对设计中可能会遇到的问题,确定好总目标,再根据不同环境、不同季节、不同条件下,旅游者对纪念品的需求、使用状态来确定纪念品设计的分目标、子目标之间的关系,通过分解任务进而达成设计总目标。

3.2.1 设计表现符号化

符号是设计师构建设计产品的语言。作为实态呈现的纪念品,需要把从旅游地文化语境中提炼出来的元素,转换成旅游者心理高度认同的符号化语言,也就是我们常说的“有意味的形式”。纷繁的文化语境、旅游地有代表性的元素经过提炼、抽象、重构,成为显现出一种新的境界的形式语言,它涉及到旅游地各个因素之间的所有关联,不仅仅是表面所见的几何图形的关联,还是简洁的现代设计形式与过去久远的文化脉络之间的关联。只有将复杂的文化背景通过简洁化、现代化的符号语言进行抽象表达,才能实现纪念品批量生产与文化表现之间的无缝结合。比较有代表性的纪念品设计,如亚运五羊运动员的造型较能说明问题(如图2)。小羊的形象来源于传统五羊雕塑,简练的结构配合各种运动造型,成功地把羊城传统文化与现代运动行为相关联。



图2 亚运羊纪念品设计

3.2.2 适时适地选材用材

“盖亚假说”警示人们，产品的选材取用需要尽可能地采用生态圈能承载、能消化的材料，意即有机材料，并且需要人们有意识地养护环境。这种观念其实早在古代中国就已经存在了。明代宋应星在《天工开物》一书中记载：“凡珠止有此数，采取太频，则其生不继。经数十年不采，则蚌乃安其身，繁其子孙而广孕宝质。”^[6]即是说珍珠的产生有一定的限度，如果采取过于频繁，珠的生长就会来不及供应。而经过几十年不采，蚌才能更多地孕育出珠。这个道理放到当下来看设计现状，就是提倡对材料选取的科学性、节制性，并且反对过度设计，以免反过来危害生态环境，倡导设计伦理。

3.2.3 制作工艺精度规范化

遍观各地旅游景区，当前的纪念品设计呈现两极分化的状况，一者较为高端，为当地传统民间工艺，如广州陈家祠中陈列和出售的广彩、广绣、微雕、木雕等工艺品，精美的传统形式语言，作为广州民间工艺的代表，有着非常高的价值。另一方面，在一些旅游景区却充斥着简陋的竹制工艺品，这种类型的纪念品质量大价廉，各个景区均有出现。不仅起不到为景区代言的作用，反而成为美好景色中的败笔。因此，纪念品设计在考虑价廉的同时，还要注意“物美”，使制作工艺规范化，提高精度，才能使旅游者在欣赏美景之余，推动其希望保留记忆从而产生购买的行为。

3.2.4 产品细分化

岭南旅游景点呈现“小、散、多”的特点，每一个景点都有其特有的人文背景。同时旅游季节的变化，必然造成游客心理的变化。在不同的景点空间和不同的季节时间里，面对不同年龄段的游人，千篇一律的景区纪念品，显然无法满足需求。因此，针对每个景点的特征采取“高度配对”的纪

念品细分设计，研究游人的年龄特点、文化特点，进行有针对性的设计创新，是避免长期以来各个景区旅游纪念品品类相同、造型粗放、吸引力不够、销售水平上不去的重要举措。

3.2.5 品牌整合化

品牌传播的力量在过去三十多年中，逐步被我国众多企业和单位意识到，并已经获得了非常好的收效。规范品牌形象，对纪念品设计与生产、销售现状可以起到立竿见影的良好效果。以广州为例，如果将一部分纪念品以统一的品牌形象向外传播，将会传递给外界相对完整的文化信息、价值理念和城市特征，使小小纪念品起到代言旅游地城市形象的作用。统一的品牌并不妨碍多样化的设计风格，美国美学家门罗认为，艺术风格“是一种反复出现的特性复合体——一种互有关联的特性的群集或结构，并且带有某种侧重点或连续性，作为各种实例的一种构成原则出现，具体实例离开了这种原则，会变得面目全非。”^[13]透过多样的设计风格、有侧重的个性化表现、有序的品牌推广，纪念品应会呈现出广州特有的地域文化风貌。

4. 结语

旅游纪念品，大而言之，事关民族风情、地域文化，是旅游城市的一张亮丽名片；小而言之，则是一路上旅行者自身故事的缩影，反映着旅游状态时的身心经历，承载着游客在旅游过程中对旅游地的记忆，是旅游地的形象代言。在旅游这一社会互动行为中，纪念品这一承载着厚重地域文化的符号象征，由于参与人数众多，产品消耗量极大，我们必须把可持续设计与生产的问题纳入从设计到纪念品生命周期结束的整个过程中。对纪念品设计可持续发展的研究，本文希望起到抛砖引玉的作用，为后续的深入研究提供一些思路。

雅·致 竹编灯

作者：谢焜敏，导师：曾智林
艺术学院·产品造型设计方向

竹编工艺在潮汕乡野田间颇为常见，世代口手传承。毛竹材料及其编织肌理散发出自然的田园气息。本款落地灯以竹材、亚麻细布为原料，受旗袍和女性优美身形的影响，力图与编织纹理相结合，表现光影空间变幻的美感。

雅
致

区域文化对中国古典家具设计的影响

□ 杨慧全 郭琼

[内容摘要] 目的 为研究区域文化对中国古典家具的影响。方法 分析区域文化的含义以及文化特征，将区域文化和中国传统家具进行比较分析。结果 中国区域文化对传统家具设计观、家具式样、家具制作技术、家具用材和家具流通的影响。结论 区域文化是中国古典家具设计文化的基础，中国传统家具设计文化起到重要的影响，为现代中式家具设计和研究提供素材。

[关键词] 区域文化 中国传统家具 设计 影响

中图分类号：TS664 文献标识码：A

家具是伴随人类社会的发展而形成，与社会文化是息息相关。人类社会的发展具有明显的地域特性，在不同的区域里形成各自的文化形式，形成不同的区域文化。区域文化对家具的影响有着潜移默化的作用，他们之间在发展过程中存在密切的联系。

1. 区域文化的形式

古语有云：“百里不同风，千里不同俗”，说明社会文化在发展过程中呈现出多样性。区域文化，是按照地域界定而出现的文化类型，是某一定地区由于地理环境和民族发展所呈现的文化面貌^[1]。区域文化的理解和认识是比较复杂的概念，从不同的角度、不同的空间、不同的时间对文化所下的定义或理解会有很大的不同，如对中国区域的理解而言，可分为关文化、燕赵文化、齐鲁文化，巴蜀文化、荆楚文化、吴越文化、滇黔文化、岭南文化和闽台文化等。再以文化形态而言，区域文化又可分为物质文化（生产、民居、服装、饮食等），精神文化（民间艺术、宗教、神话传说故事、信仰、社会组织等）。

区域文化伴随人类社会的发展，在历史的发展过程中，主要呈现三方面的特点：第一，沿承性。区域文化随社会的发展不断进行自我更新和发展，沿承优秀的文化部分，屏除与社会不相符合的部分，同时吸收新出现文化现象，融合而成，作为现时的区域文化，成为本地区的主要特征。第二，民族性。社会的发展主要是以民族聚居的方式形成，可以是单一民族或者是多民族相互融合，不同的民族有其自身的民族特征，而区域文化表现的是一定区域起主导地位民族的共同本质文化特征。这种文化可表现为单一民族文化，也可表现多民族文化交融的结果。如丽江的东巴文化，西藏的藏文化，都属于单一民族文化。再如中原文化，是多民族文化交融的产物。第三，地域性。受地理环境的影响，社会的发展也呈现出明显的地域特征，在一定的区域内孕育出自己的文化。如闽文化，受到武夷山脉的影响，阻隔与内陆地区的交流与融合，形成独特的文化体系。^[2]

2. 区域文化形态对家具设计的影响

2.1 区域文化对家具设计观的影响

中国是一个历史悠久神奇区域，蕴涵着五千多年的历史文化，建立完整的封建社会制度，拥有一套严整的社会文化体系。古代的社会文化体系对中国古典家具设计观起着重大的影响，主要体现在：中庸之道的儒家思想，天人合一的道家思想，严整的社会礼仪制度，追求真我的文人之风。

儒家思想是中国传统的道德观念。正如孔子的孙子，子思在《中庸》中强调：“和而不流”，“中立而不倚”，“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也。致中和，天地位焉，万物育焉。”中庸之道在形式上重视“中正”、“中行”，在内涵上主张凡事都不要过度，要含蓄，以免适得其反。这一传统思想在中国传统家居、家具的造型中得到了完美的体现，无论家具还是家居都是以中心对称的形式进行设计，体现不偏不倚的道德观念。而在具体的家具造型中直线与曲线的完美结合，使造型式样具有直线的稳健、挺拔，而且还具有曲线的流畅、典雅，形成家具造型收放有度，刚柔并济。如图1左中的圈椅，整体造型上圆下方，座面外方而下圆，椅腿部分外方而内圆，不仅传达出中庸、含蓄的“文化特性”，而且还体现了儒家“中和”的审美思想^[3]。



图1 圈椅

“天人合一”是中国对待自然的态度集中体现。中国传统文化中，人与自然是和谐的关系，以天人合一为宇宙观核心，认为天命不可抗拒，相信天人感应，天人相类，人与自然要和谐发展。人者，天地之心也；宇宙即吾心，吾心即宇宙，知人即可知天。中国古典的家居、家具文化都是以