

文创视域下大漆产品传承与创新应用研究

葛伟 刘晓霞

(南宁理工学院 广西 南宁 530105)

[摘要]在文化创意产业快速发展的背景下,重新认识中国漆艺,分析其文化创意设计理念和价值。基于中国漆艺的发展历史,正确认识漆艺产品的发展状况,梳理分析国内外漆艺文化创意设计与传播的成功经验,总结现代漆艺的文化创意理念,结合当代艺术的审美与生活方式,从而传承发展和创新中国漆艺产品。

[关键词]大漆元素;文创产品;创新设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.04.266

大漆工艺是中国艺术史上最辉煌的门类之一,其历史悠久,体系庞大,技艺丰富。在历史上,它对朝鲜、日本等国的漆艺发展产生了深远的影响,甚至传到了欧洲等地,形成了一定的艺术氛围。分析国内外漆艺发展现状,以中国传统漆艺结合现代设计理念的思路,运用到文化创意产品设计中,希望通过创新的观念和技法运用,为中国漆艺产业带来新机遇,也为民族漆艺在当代文化语境中寻求新的发展路径。

一、发展现状与面临的困境

近现代由于西方工业生产文化的流入,中国传统漆艺遇到发展困境。漆艺创作具有很强的象征性,同时密切联系传统美学观念。在传承过程中,技术含量高,工艺复杂,难以实现有效的创意转化。

20世纪以来,漆艺的发展逐渐好转,不仅展览频繁,造型特征也展现了广阔的空间,从传统的实用器型、平面装饰、到立体装置、综合艺术等。漆艺不再局限于实用漆,也不再局限于装饰漆,呈现出多元化的趋势。虽然漆艺从形式到内涵发生巨大变化,但对于漆艺的观念审美与形式创新并没有与时俱进。由于人们习惯于传统漆艺的扁平、轻盈的审美、装饰性和实用性的功能定位,当漆艺表现出不被认可的特性时,往往面临着独特观念或材料实验。使得漆艺的创作者在自己的探索尝试中充满了不稳定性,不利于进一步的发展。

(一)国内研究现状、水平和发展趋势

从目前国内的漆艺生产厂家来看,福州多家漆艺馆生产的作品深受国内外收藏家的喜爱。其精湛的工艺和浓厚的民族文化气息,深受收藏市场和高档礼品市场的欢迎。然而,纯粹的装饰性艺术品与实用产品的价值是不同的,再加上价格高,这类漆艺作品是满足极少数人而无法打开大众市场。反之山西平遥的漆艺避开了高端市场,转向了平民化的道路。然而由于种种原因,这里的漆艺产品不仅没有成为普通人日常生活中的实用物品,反而因做工质量差成为很少有人关心的路边产品,失去了原有的文化底蕴。由于行业的发展,化学漆的出现,同样也加剧了传统漆的危机。传统的漆艺生产工序繁杂,无法实现大市场量产需求。从漆器胎体的制作可以看出,漆器的制作过程完全依赖于工匠的技艺和经验。由于人工时间和生产成本,这决定了漆器的价格居高不下。主流已成为高端消费市场,属于产品品类之外。一旦漆器不再实用,就会逐渐脱离社会需要。

总的来说,家用漆艺产品的造型保守落后,缺乏创新。如今,漆艺设计与生产工艺早已分离,又没有全面的大漆工匠培养计划,中国漆艺的发展只能停留在生产过程中,无法实现现代化设计制作。大漆的创新设计在没有清晰精准的定位和落后的设计理念的情况下,其文创产品无法进入现代艺术市场,也无法走进人们的家中。

(二)国内研究现状、水平和发展趋势

日本非常重视以市场为导向的设计,将设计制作与漆艺传承紧密结合。其强调功能性,将传统工艺和设计理念融入西方工业化创作中,可以让漆艺产品更加协调。日本漆艺在医疗保健产品领域取得进展,开发出具有杀菌保温功能的传统漆器产品投放市场。此外,由于漆器生产覆盖面广,产区遍布全国,各地区逐渐形成具有地方特色的漆器产区。目前,日本47个都

道府县中的32个县有53个具有地方特色的漆器产区,每个产区在制作漆器的材料和工艺上都有自己的特色。在某些生产区,漆器仍保持传统工艺制作,一些产区还引进现代设备和材料,顺应时代潮流,用科学的方法生产漆器。他们的产品在人们的日常生活中随处可见。

亚洲中日韩是漆艺的主要分布国家。日韩两国当代漆艺发展较快,重视本国漆艺文化传承,国内漆艺产品市场广阔,加工工艺上也运用了新的工艺手段,但以文化创意为目的的漆艺生产只停留在较为传统的首饰饰品上,并没有大的突破性变化。世界其他漆艺生产国的漆艺作品主要是生活用具和装饰工艺品,文化设计产品和当代漆艺创意还有很大的研究空间。

二、探索漆艺文创设计产品发展路径

传统漆艺作为当代叙事手法的“转化”和“灵活运用”,只会激活漆器原有的物理特性,增强其审美表现力。未来需要追随艺术的艺术,不断探索漆器语言的新表达方式。因此,现阶段,我们可以让有趣的经验、积极的思维、新技术方法和新方法在漆器领域自由发展一段时间。只有当越来越多的漆艺在“转化”和“灵活运用”中延续经典之美,与此同时与时代的生活相交融,成为一种新的表现形式。

(一)基于地域文化,解锁特色密码

漆艺材料本身及其绘画系统的优势非常明显,随着时间的推移,我们尤其需要重新思考漆艺的定义及其边界问题。在学术研究尚不成熟的情况下,以开放、鼓励的态度对漆艺进行各种探索,是促进漆艺发展的基本条件。

第一,基于地域特色文化元素,提取装饰图案纹样符号运用漆艺产品设计,这是直接利用表层设计;第二,重视设计行为层面的文创产品,可以从中国各地区丰富的传播中提取地域文化特征和深层内涵,使大漆文化利于体验,将表层设计转化为社会心理以及消费者的情感需求。

(二)改变生产方式,提高制作效率

在漆艺行业,漆雕、彩绘等陈旧的传统方法,生产过程非常复杂繁琐,有些技术难度过大,工匠耗费过多精力从而生产效率较低,无法满足现代的规模生产。因此,需要通过机械智能化实现制作生产方式的局部改革。例如,脱胎漆器可以利用3D打印技术进行立体塑型。又如扬州彩绘工艺以前是由绘画功底深厚的画家进行的,但画家不易培养,制作周期过长,会造成色彩图案不均、现代感等一系列问题。数码喷墨技术可以有效解决这个问题。实现传统手工彩绘工艺向数字化生产一体化的转变,进一步推动产业技术更新和制作方式升级。

(三)培养大众审美,培养消费市场

培养审美需要文化积淀,在高校开展漆艺课程,组织文化创意漆艺产品设计竞赛等,可以在青年群体中极大推广文化创意漆器产品和理念。同时利用各种社会传播机会,组织展示大漆文创产品于各类展会活动,基于现代视觉传达审美设计,结合大漆文创进行产品包装和推广。以扬州漆为例,扬州市每年举办“烟花三月国际经贸旅游节”,旅游节将引流大量的旅游爱好者参观体验,借此机会可以大力推广扬州漆艺。又如福州举办的“中国(福州)世界遗产主题文化博览会”也可以通过非遗传播福州大漆的文化,这些都可以培养大众消费市场。

三、漆艺应用于现代文创产品设计

（一）大漆工艺技术赋能产品特色优势

大漆艺术是中华文化的一个缩影，在经济全球化高速发展的今天，如何在文创产品上实现个性与共性的统一，我们应该更加重视传统工艺的承接，并且在设计上保持自身的优势。大漆工艺技术在产品中的应用，赋予产品以下优势：第一，漆元素产品成为传播文化信息的载体；第二，运用民族特色和民族风格展现产品个性；第三，由于文化赋能，极大提升文创产品的知名度和产品内涵；进产品的可持续发展，扩大漆艺文创产品的市场消费份额等等。

漆艺融入了现代媒介元素，运用结合综合材料制作。从现代的大漆作品中可以看出工匠精神的专注和艺术设计的创造力。也是人与物合二为一的体现，传统漆艺运用文创产品中备受现代人的重视。

（二）大漆在产品中的应用的重要性

漆艺作为我国优秀的传统工艺之一，有着几千年的沉淀。随着时代交替，社会进程发展需求，我们需要提取民族传统漆艺之精髓，将其放大运用于现代文创产品设计实践的实践中。漆艺作为一种符号可以用于装饰和美化产品，不论是平面还是立体空间，都为生活增添文化气息和艺术感，将静怡的工艺与日常生活节奏进行有效调和。现代产品的发展为漆艺提供了更广阔的平台，聚焦文创产业，让传统漆艺赋能于各种设计产品中，增加了漆艺的应用价值，同时也提高了设计产品的文化内涵和艺术审美。

通过再生传承，漆艺凭借自身的材料优势，在新的语境中发展出更多的新可能，发现和挖掘原始物性，漆艺更具延展性，体系更加丰富。从创意的角度来说，在不受原有系统限制的情况下，通过思想的转换和技能的灵活运用，必须尊重这种创意诉求。从研究的角度来说，漆艺应该首先解决艺术的问题，然后再谈其材料的独特性。没有艺术的作品是对漆料的滥用，而永恒的作品是对工艺的无意义复制。换句话说，漆器所承载的不同行业和使用和诀窍固然重要，但这只是画家的根本素质和作品质量的根本保证。如何从艺术的角度产生新的思想，连接新的领域，建立更高层次的漆艺审美表现，是传统漆艺继续发展的基础，也是传承新风的关键。

四、结语

在全球化的背景下，年轻一代承载着当代审美品味和文化基因，渴望尝试对漆艺媒介和技法的各种新诠释。新时代的漆艺创作者，面对漆器艺术的悠久历史，他们的想象力不拘一格，并且在艺术表现方式颠覆了传统漆艺固有的模式，游戏互动的方式、多媒体的运用以及对材料组合的新尝试、对视觉空间的冲击等，有效地突破了漆艺的界限。

现如今，国家对传统工艺越发关注，这让漆艺有了基本保障和发展空间，发扬大漆独特的工艺优势。在梳理这种独特的工艺表现为现代产品设计的创作提供了无限的灵感来源，让人们在大漆艺术的创作和应用中体验到优雅、沉稳、质朴的审美情趣。通过现代设计创新培养为漆艺探究新的路线，促使民族漆艺在我们的日常生活中将会得到广泛应用，带给人们全新的视觉体验和精神感受。

参考文献

- [1] 丁以涵. 试论传统漆器美学在现代文创设计中的运用[J]. 大众文艺, 2020
 - [2] 蔡友灵. 漆艺在现代设计中的创新性应用探究[J]. 名家名作, 2020
 - [3] 潘垒. 传统漆工艺材料在产品上的应用[J]. 设计, 2019
 - [4] 陈开科. 漆艺肌理的可塑性语言在文创产品设计中的应用[J]. 工业设计, 2018
 - [5] 徐晨艳. 基于文创产业发展语境下的中国漆艺文创产品设计[J]. 艺术评鉴, 2017
- 基金项目：2021年度桂林理工大学博文管理学院校级科研项目“文创视域下民族漆艺产品设计创新与应用研究”（KY202107）。
- 作者简介：
葛伟（1992.04-），性别：男，民族：汉，籍贯（安徽省合肥市），单位（南宁理工学院），研究方向：艺术设计学。
刘晓霞（1993.12-），性别：女，民族：汉，籍贯（广西壮族自治区钦州市），单位（南宁理工学院），研究方向：艺术设计学。

（上接第267页）

喜爱的电影类型，是由于喜剧片演员搞笑的台词和滑稽的行为使受众在忙碌的生活工作中偶有捧腹大笑的机会来排解舒缓压力。与此同时喜剧片的演员之间也有相似的共通点，例如，他们的外貌体型多类似于普通人由此也使受众对于喜剧片的观影体验有似曾相识的生活气息。受众的喜好直接影响电影的票房高低，在此环境之下，已经获得高额票房电影的演员会多次反复出演新电影以此来在电影上映前期作为宣传手段达到吸引受众的目的。

受众对于国内电影市场的影响力日趋增加，受众的喜好也已逐渐成为评判电影成功与否的标杆，跨界指导电影拍摄由于“引路人”的成功使其成为一种新的潮流和方向，而电影从业者的专业能力却不再为投资者所“青睐”。在此环境之下的专业电影从业者未来将何去何从值得思考。电影上映是否要一味的取悦受众而逐渐丧失艺术技艺也值得商榷。电影《我不是药神》和《红海行动》以及《流浪地球》的上映也显示出受众接受能力的多元化以及艺术欣赏水平的提高，不再单一追求畅快的观影体验而愿意静下来去通过电影感受生活感受国内电影市场类型片的创新。喜剧片以其独特的解压特效早已扎根在受众心中，但国内电影市场的创新才是中国电影的前进之路，受众

的审美随着科技的发展进步日趋提高，受众对于生活娱乐的要求也随之变高，国内电影市场仅仅用喜剧片笼络受众芳心的做法终将被社会所淘汰，专业电影从业者不忘初心力求创新的做法也终将被受众关注和认可。

参考文献

- [1] 中国电影报编辑部. 《2020年全国电影票房204.17亿元 风雨洗礼更坚劲 砥砺前行谱新篇》[J]. 《中国电影报》，2021（01）：01.
- [2] 尹琨. 《火热春节档后的冷思考》[N]. 《中国新闻出版广电报》，2021-02-25（003）.
- [3] 席一锴. 《基于机器学习算法进行电影票房预测》[J]. 《电子制作》，2021（04）：51-52+55.
- [4] 汤华臻. 《票房再高也不能炒掉了电影内核》[J]. 《人民周刊》，2021（04）：18.
- [5] 微博电影[J]. 灯塔研究院，2021（2）.
- [6] 于兰婷. 《类型、评分与票房——对2016—2019年国产类型片的定量考察》[J]. 《电影文学》，2021（01）：17-20+88.