

# 中国风在当代平面设计中的应用

弋大勇

**摘要：**中国当代平面设计缺乏创新，有逐渐被西方同化的危险。为改变这一现状，中国设计师们在创意中融入了具有中国特色的京剧脸谱、传统服饰、建筑、棋牌、书法、剪纸、年画、水墨画、民俗等中国风元素，力求打造属于中国自己的、具有鲜明中国特色的平面设计理念。本文就文字书法、传统图形、色彩、对称结构、民俗等几个方面做了阐述。

**关键词：**中国风；当代平面设计；民俗文化

“中国风”即中国风格，是建立在中国文化以及传统文化基础上的，以中国元素为表现手法的一种艺术形式。当代的平面设计在创意中融入了具有中国特色的京剧脸谱、传统服饰、建筑、棋牌、书法、剪纸、年画、水墨画、民俗等中国风元素。“民族的也是世界的”，当今世界，无界的设计理念逐渐发展起来，而中国却以其独特、内涵丰富悠久的历史背景脱颖而出，立于潮流的前沿。全世界开始逐步认识到中国的发展潜力，带有中国元素的中国风设计蔚然成风。

## 一、中国元素概述

中国元素是指中国独有的，符合中国文化认同的，能够反映和认知中国要素，被中国人所恪守，凝结着中华民族传统文化，能够维护国家利益和民族尊严的文字、图形、风俗等。其目的是让中国的文化被全世界分享。中国悠久的历史留下了极其丰富而辉煌的文化遗产，书法、篆刻、绘画、服饰、建筑、戏曲、舞蹈、音乐、饮食等等，无一不透露出五千年文明古国的文化底蕴。这一切从表现形式、图形语言上，却为当代平面设计提供了宝贵的财富。

文字、图形、色彩等视觉符号构成了平面设计的要素，但平面设计并非只是中国元素的简单拼凑。

## 二、中国平面设计的历史与发展

平面设计具有艺术性和专业性，通过运用各种方式组合文字、图案和色彩等元素，以达到沟通和表现的目的。

宋代自雕版印刷术产生的“传单”，就可以看做是平面设计中古代广告的雏形，由此可见我国平面设计的历史之久远。可是此时的平面设计并非一种专业性的活动，直到进入资本主义社会，它才有了专业的性质，并发挥其巨大的作用。而中国平面设计的真正崛起则是从二十世纪八十年代开始的，随着全球经济一体化的进程以及艺术设计学科的建立和完善，中国设计师的竞争意识和专业水平都得到了强化。中西文化开始交融，促进了中国平面设计的发展成熟。但是，由于过度吸收西方的文化，中国的本土传统元素逐渐被忽略，中国现代的平面设计充斥着受西方文化影响的视觉语言，丢失了本土的特点。

如何改变这一现状，开创多元化的设计潮流，体现民族特色的文化内涵，以真正中国化的设计理念与理论体系引领时代潮流，成为现今所面临的重大课题。

## 三、文字与书法在平面设计中的应用

中国元素中最常见的就是汉字，从甲骨文、金文、小

篆、隶书、楷书、草书、行书、繁体到今天的简体，甲骨文具有很高的象形程度，神秘而沧桑。雕刻在青铜器上的金文生动逼真，浑厚自然，像一幅幅图画，记录着当时的战争与繁华。篆体的结构已经较为稳定，逐渐脱离了象形的图画性。其多样性体现了春秋战国时期动荡与四分五裂的时局。隶书以后，汉字变绘画式的线条为简单的横撇折点捺等笔划，具有里程碑式的意义。汉字是使用寿命最长的一种文字，而书法是汉字最兴盛、最华丽的表现形式。书法是汉字的书写艺术，它不仅起着交流与传承的原始作用，更形成了自己独特的造型艺术。

产品包装最初是以保护商品方便运输为目的的，但随着人类不断的进步发展，对美的要求也日益提高。产品包装需要直接面对市场和消费者，为了在第一时间吸引消费者，产品生产者开始在商品包装上用变化、丰富、灵动，且装饰感很强的书法来传达商品信息，极具民族文化内涵。

湖北省的名酒品牌——劲酒的包装设计，既没有用圆润方稳的篆体、厚重宽博的隶书，也没有用方正沉稳的楷书——并不是说这些书法艺术不好，而是用在这种商品上会不恰当，摆在琳琅满目的众多商品中起不到宣传的作用，甚至有可能误导消费者，对产品产生错误的理解。包装上的“劲”字采用了苍劲豪放又不失沉稳的行书，其余字体为宋体，简洁大方，配以古代雕刻形式的图案，通过有力的方形线条和饱满纯粹的玻璃材质，到位地表达了产品的特色、内涵与个性情感。此外，劲酒包装以枣红色为主色调，这与酒的颜色也是十分协调的。可见，对于不同的商品，要仔细思考斟酌，采用正确适合的书法，这样才能达到事半功倍的作用。

在奥运会徽史上，“中国印·舞动的北京”第一次将汉字字形引入，将中国书法、篆刻、绘画、舞蹈等与西方现代艺术完美融合。通过艺术手法将汉字夸张变形，塑造出一个具有“京”字神韵的向前奔跑，舞动着迎接胜利形态的人形，融画于字，寓字于画，图案下方的“Beijing2008”以简化的汉字体书写，以简洁而生动的语言，展示了一个城市、一个国家的发展历程，简单而不粗陋，既庄重又浪漫，蕴含浓重的中国元素信息，传递出了基于悠久历史和深厚文化沉淀的现代感。

## 四、传统图形在平面设计中的应用

中国传统图案起源于原始社会的彩陶图案，题材广泛，已有几千年的历史，可分为原始社会图案、古典图案、民间和民俗图案、少数民族图案等。

中国人崇尚自然，主张“天人合一”的思想，将自然的地位看得尤其重要。中国的绘画，无论工笔还是写意，始终将意境融于画面。

2008年奥运会，中国设计的五个“福娃”吉祥物贝贝、晶晶、欢欢、迎迎、妮妮将鱼、熊猫、藏羚羊、奥林匹克圣火和燕子形象用中国传统吉祥图案与奥林匹克五环一一

应，不仅有“北京欢迎你”的意蕴，更加代表了中国人民的友好、渴望以及梦想。贝贝的头部纹饰使用了中国新石器时代的鱼纹图案，温柔纯洁，象征繁荣和收获，与奥林匹克五环中的蓝环相对应。晶晶的头部纹饰源自宋瓷上的莲花瓣造型，憨厚有力，乐观向上；它的外形是一只憨态可掬的大熊猫，作为中国的国宝，象征着人与自然和谐共存，对应五环中的黑环。欢欢的头部纹饰源自敦煌壁画中火焰的纹样图案，热情奔放，象征奥林匹克圣火，体现了“更快、更高、更强”的奥林匹克精神，与五环中的红环相对应。迎迎的头部纹饰融入了青藏高原和新疆等西部地区的装饰风格，灵活敏捷，其外形是中国青藏高原特有的珍稀保护动物藏羚羊，与晶晶同样象征着人与自然的和谐共存，对应奥林匹克五环中的黄色一环。妮妮的头部纹饰来自北京传统的沙燕风筝图案，天真无邪，矫健欢快。此外，“燕”即燕京，是古代北京的称谓，象征着“祝你好运”的美好祝福，对应五环中的绿色环。福娃的造型应用了中国传统图案的表现方式，蕴含着其与海洋、森林、火、大地和天空的联系，表达了以人为本、人与自然和谐共处的“天人合一”理念，展现了中华文化灿烂华美的一面。

中国古代有一种以金属为框的响器——“木铎”。木铎以木为舌，古代用以宣布政令。后来木铎特指教师，论语中有记载：“天下之无道也久矣，天将以夫子为木铎。”后来北京师范大学将木铎的形象简化突出，用传统图案的形式将其融入大学校徽中，木铎自此成为北师大的校徽标志物。

### 五、色彩在平面设计中的应用

“色彩是从原始时代就存在的概念”，中国传统绘画历史悠久，早在2000多年前就建立了五色体系。古人钟情于白、青、玄、赤、黄五色，传说中远古时代曾记载：“天皇氏尚青，地皇氏尚赤，黄帝氏尚黄，金天氏尚白，高阳氏尚黑。”这些颜色词或它们的前身，在殷墟甲骨文中已早有记载。中国人认为五色是由天地阴阳互动所化，衍生出白、青、玄、赤、黄，对应金、木、水、火、土，分别为金属光泽之色、木叶萌芽之色、深渊无垠之色、篝火燃烧之色、地气勃发之色。五色之说以五行为基础建立的色彩结构。

中国人钟爱红色，红色无处不在。中国红象征太阳的颜色，热情、吉祥、鼓舞斗志。中国的国旗是五星红旗，旗面为象征革命的红色，左上方缀有象征黄色人种的黄色五角星四颗，四颗小星环拱在一颗大星的右面，并各有一个角尖正对大星的中心点，大五角星代表中国共产党，四颗小五角星分别代表工人、农民、小资产阶级、民族资产阶级四阶级，象征着中国共产党领导下的大团结的中国人民革命。运用了中国红的五星红旗俨然成为了中国的标志。

京剧脸谱里也包含了众多传统色彩，并被赋予了丰富的内涵。例如象征忠义、血性、耿直的红色关羽脸谱，严肃沉静的黑色包拯脸谱，奸诈多疑的白脸曹操，正直不羁的蓝脸窦尔敦等等。

### 六、对称结构在平面设计中的应用

具有对称性的形体是美的，对称美给人以匀称、均衡、连贯、流畅的感受，因而体现着一种娴静、完美、稳重、踏实、庄严之感。大自然中的很多动物、植物是对称的，人类社会创造出的很多经典建筑、标志、图案也是对称的，对称的世界是美妙的。

中国传统的“双喜”就是根据对称结构设计的平面图形。大喜的日子，到处可见红色的“喜”字，预示着“双喜临门”。这种轴对称的结构在中国古代就得到了广泛应用，并且一直沿用至今。

中国的国徽也是对称结构设计一个经典例子。国徽以红色为主色，中心部位是金色的天安门城楼，城楼正上方四颗小五角星环拱一颗大五角星，寓意与五星红旗一样。国徽四周环绕金色的麦穗，组成一个正圆形。国徽下方麦穗的交接处延伸出红色绶带，呈左右对称下垂。

此外，很多的著名标志、建筑结构，甚至中国的汉字，也是使用了对称的结构，完美诠释了对称的形体美。

### 七、民俗文化在平面设计中的应用

民俗即民间风俗，人类是社会动物，民俗文化正是基于人类群体生活的需要，由群体所创造和发展的生活文化，其目的是为人们的日常生活服务。传统民俗是民族文化积淀的标志，文化越悠久，民俗越丰富。

2010年上海世博会原创舞台秀的海报设计将中国传统舞蹈、戏剧、武术、茶道融合在一起，以独特的艺术手法生动演绎了中国千年茶文化的丰富内涵，还未演出，即在视觉上给观众献上了中国饮茶文化的惊艳一瞥。

中国的传统民俗——贴年画是丰富民俗中一个突出的代表。年画作为春节时贴与大门以及室内的装饰吉祥绘画，是中国人生活中不可缺少的东西。《庆丰收》《男十忙》《女十忙》《比刺绣》等民俗年画，造型简练质朴，色彩艳丽悦目，形象夸张，构图饱满，对比强烈，乡土气息浓重，具有极高的鉴赏价值和艺术收藏价值。

除了风俗年画，一些传统饮食文化也被广泛应用于平面设计中。中秋节的应节食品是月饼，月饼的包装现在也十分讲究，除了可以满足人们吃月饼的基本需求，也满足了人们温饱后的精神需求，满足了消费者的基本的和上升到精神层面的审美需求及心理安慰，取悦了消费者，也达到了对商品进行平面设计的目的之一：提高经济效益，推动企业发展。

将传统民俗融入平面设计，美化商品包装，装点了人们的生活，给人以美的点缀和享受，为人们的生活增添了无穷的乐趣。

### 八、结语

当今的中国平面设计应该更多的注重传统的中国元素，吸收西方的文化元素没有错，但是忘记了中国五千年历史赋予我们的得天独厚的丰富资源是错误的。我们的艺术设计理念应该是对延续千年的中国元素的传承与创新。

文字和书法独具东方魅力，它流传久远，表现形式多样，具有不可替代性。传统图形的设计思想揭示了平面设计的逻辑本质，其应用可以促进设计多元化的发展。传统色彩中的五色体系以五行为基础，相生相克，深奥精妙，是中华文化的瑰宝，合理运用于平面设计中可以增强文化的历史感与厚重感，有利于现代设计理念的延伸。将传统的中国民俗融入当代平面设计中可以给人民民族化的感觉，可以将古老与现代完美地结合起来，让传统古老的文化元素得以更加久远地流传。

(弋大勇，阿坝师范高等专科学校美术系)