

浅谈中式传统元素在商业空间中的运用

王丹妮

淮南职业技术学院, 中国·安徽 淮南 232001

【摘要】中国传统元素包含了中华民族古老的创新意识与深厚的文化底蕴,以独有的装饰风格在各个民族和地域中世代相传。现阶段,在经济全球化的过程中,西方对中国的理解不断加深,并对营销市场的发展提供了鲜明的发展方向。在商业空间的设计中,中国传统元素能给人清新、古雅、脱俗的艺术体验,也能为商业文化提供深邃的人文底蕴以及提升商业空间的市场价值。因此世界各地乃至各个设计领域都掀起了一股“国风热”,当然其中也包括传统的商业空间设计。因此本课题主要是围绕传统中式传统文化元素与商业空间设计相结合的案例来探索出中国风的审美环境以及在商业空间中室内设计的具体表现并提出相应的空间策略。

【关键词】商业空间设计;传统元素;室内设计

当前我们处在一个发展迅速、日新月异的时代,因此社会的发展需要接纳多种多样的元素。从设计的角度而言,与中国相反的是国外富丽堂皇的设计风格,这也就说明了关于欧式、美式、法式风格的设计局限性。而中国是有着悠久而又灿烂的历史文化。元素的积累与创造在世界独树一帜,也是目前社会上最丰富深邃而又博大精深的瑰宝。我们现在所拥有的文化就是中华民族及人类在几千年的时间里慢慢积累起来的,这也是中西方设计风格最大的区别。此外,“民族的就是世界的”设计理念已经将中国化的设计元素风格归纳应用到了商业空间之中并成为了现在流行的设计趋势。因此当代设计从业人员都在思考着如何将现代商业空间展示设计与中国传统元素相结合,并且将此当成了一种新的挑战——如何在商业空间中更好的发扬中国传统元素。

1 中式风格传统装饰元素概述

1.1 传统装饰元素的多样性

中式传统装饰元素的多样性表现在它的题材广泛、内涵丰富、形式也是多种多样。中国是一个多元化、多角度、多民族的国家,国家的地理环境决定了中国的文化形态差异较大,五十六个民族有着自己不同于其他民族的文化传统和建筑形式。例如,中国结象征着吉祥如意,书法表现出浓浓的笔墨气息,红灯笼营造喜庆、祥和的气氛。此外,中国传统设计师比较喜欢将传统花纹装饰元素运用在设计中来强调象征以及意境的抒发。在象征层面上,文化的精髓深深印刻在具体的事物中。以蝙蝠为例,蝙蝠在西方文化中有不详的含义,然而在我国传统文化中蝙蝠的“

蝠”字与“福”字同音,具有“美满幸福”之意。而云朵则与我国传统神话故事有关,在诸多绘画作品中,神仙常以云彩相伴,云朵也因此具有吉祥安康的寓意。在意境方面,我国传统文化强调的是悠久文化的深邃与思想的静谧,在艺术表达上,通常以花鸟鱼虫作为点缀,营造出内涵深厚的文化意境,使人置身在传统文化的熏陶中,感受着自然与文化的交织。

1.2 传统装饰元素的历史性

中式传统装饰元素的历史性体现在中华上下五千年的文化已经形成了源远流长的历史长河,它涉及到图腾崇拜、宗教信仰、哲学观念、道德审美等各个文化层面。既有天地日月、星辰、云雷等自然景观图形,也有借助于各种动植物寓言的图形。比如:中国历史上传统的植物也可以作为装饰元素,“梅、兰、竹、菊”“岁寒三友”等图案则是一种隐喻,赞颂人类崇高的情操和品行。竹有“节”,寓意人应有“气节”;梅、松耐寒,寓意人应不畏强暴、不怕困难;石榴象征多子多孙;鸳鸯象征夫妻恩爱;松鹤表示健康长寿。而这些传统的装饰手法,都是中国人含蓄气质的体现。历史上的中式传统元素起源于新石器时代,它种类繁多、丰富多彩,因此在室内设计的应用中,对于传统元素的应用,不仅仅体现出我国深厚的传统文化底蕴,也体现出了很好的美学效果。

2 现代商业空间现状

当今社会物质文明高度商业化,商业活动已经渗透到每一个行业,每一个角落,而生活中常见的商业空间,顾名思义,就是为了消费者提供商品来进行货物交换的空间

场所,它包含了休闲娱乐和日常生活所需等一系列物品,因此商业空间是不同于其他公共空间的,它为人们的生活带来了极大人性化的便利,它的存在是为了满足于人类追求审美和进行物质活动需要而发展演变出来的空间环境。一个好的商业空间可以反映出一个城市的物质生活水平条件。所以,创造出好的、吸引人眼球的商业空间成了各个设计师所追求的夙愿。此外,现在许多企业的承载物不是品牌效应和企业文化,为了更好的美化企业形象,商业空间往往会在设计时别出心裁,设计出不同于其他商业空间的设计表现来传播企业理念。因此商业空间的设计表现不仅仅只是室内材料的选择和简单的色彩搭配,更多的是满足消费者心理和精神需求的场所,可是当前中国的商业空间设计往往容易忽略这一点,而存在着两种现象:

2.1 商业空间设计的可持续性不足

社会的可持续发展蔓延到各个层面,这里也包括室内设计,现如今各个设计风格以及设计材料都秉承着绿色原则,因此针对于室内设计来说,在开展设计工作之前就需要把减少环境污染和能源消耗放在首位,所选择的装饰施工材料也要最大限度的避免污染。而商业空间设计作为消费空间场所,不同于住宅空间的一类特殊空间场所,风格更新换代较快,在针对商业空间设计的材料选用更加应该着重考虑到设计的可持续性。由此可见,中华传统装饰文化这一设计元素可以成为商业空间设计中较为合适的选择。

2.2 商业空间模式单一

我国当前许多大型的商业空间都处于发展阶段,现已形成的商业空间内部环境相对单调,许多商家为了迎合年轻人的喜爱,大多数都是选择了现代风格,它的色彩简单不突出,以浅灰色和白色为主要色调,空间效果容易使人产生视觉疲劳以及清冷感,对大部分群体的消费者不具备吸引力。没有文化底蕴的支撑,商业空间质量不高,空间内部缺乏细致规划,缺少耐人寻味的空间体验感,使消费者对于空间体验存在表面化现象,从而并不会给消费者留下深刻的印象。相对而言,传统的中式古典风格在现代商业空间的设计选择中相对缺乏。

2.3 商业空间环境与文化氛围脱节

这里所谓的脱节主要指的是商业空间环境的构造与中国传统文化的“不相融”,尤其是现阶段中国商业空间设计师想要在设计中表现出“仿古怀旧”的设计,但设计效果并不明显,这是因为在做前期的设计准备阶段只是简单的室内设计,没有更多的考虑到文化传播与文化效应,对于室内装饰与摆设也只是简单的“仿古”,停留在一个低

水平的照搬照抄,而忽略了中国传统文化在室内设计中体现的精髓以及在整体的设计上得不到创新发展才会导致消费者在商业空间中感受不到文化的体现,影响体验感。这就形成了一个设计行业中的特点:过度的追求商业的利益形式而忽略了文化的传承与发展。社会快速发展同样影响着商业空间的发展,单独的商业场所已经无法让消费者心安理得的购买,这就出现了一种新的营销模式——体验式消费。不难看出体验式消费已经成为了大的流行趋势,大部分商业空间都在提倡体验性这一点,而大多数商业空间都是为了盈利收入而打着宣扬传统文化这一招牌,可实际上顾客在消费体验的参与感有限,体验功能不足,这就造成了预想与收入不成正比的现象。商业利益是首要的,但是文化也是为商业空间所服务的,而真正营造出体验式的文化环境,更多的是对中式传统文化元素的运用设计和传统艺术氛围与商业空间相结合的考虑,而不仅仅只是简单的“仿古”。

3 中式传统文化元素在商业空间中的运用

历史悠久的中国传承下来的各类传统装饰元素已经拥有了五千年文明古国的深厚文化底蕴,传统文化元素下的建筑与设计在设计中体现出了中华民族独有的文化精神和设计形式;中国传统文化元素不仅只有简单的纹理装饰或者仿古建筑设计,还包括中国独特的空间布局形式,比如:中庸中正、对称形式、天人合一的布局理念都是中国传统文化元素的瑰宝,更加体现出了创造出带有中国特色的传统文化商业空间,也表达出了我国构建和谐社会、弘扬传统文化的建思想。社会生产力水平的提高、人民生活安居乐业,随之而来的就是消费水平的提高以及购买力的增强,而商业空间就成为了人们提高生活质量和追求时尚的标志。但是现在的消费者已经不满足于商业空间只是售卖商品的场所而开始更多的追求精神上的享受与满足。所以对于商业空间的设计不仅仅只是浮于表面、停留在服务商品的流通需求,更多的是要注重于消费场所的地域文化和设计思想的体现来满足商业竞争的需求。

3.1 突出本地传统文化、融入商业空间设计

针对社会发展来说,为了更好体现出东方之美以及社会文化风俗习惯,往往不能忽视城市当地的传统文化,尤其是现如今中国风的兴起,不仅可以在建筑、室内、公共空间中观察到体现人文特点的装饰,就人们日常所穿的衣服也在以中国图腾、祥云以及其他的装饰纹理作为主要设计元素,这更加体现了设计的导向指向了本土文化。这就要求我们在进行商业空间的设计活动时,要加以符合现代人的审美趣味与彰显出本土文化特色的艺术设计理念。设计

师在做设计时应该充分考虑到如何将地域文化和传统元素的更好的结合并体现在商业空间设计之中,尤其是城市中的历史典故和人文情怀针对性的发展传承,将宝贵的文化资源挖掘出来形成本地商业空间中独有的特色,就可以成为商业中吸引游客的重要因素,来达到吸引游客和消费者的需求。同时也可以将民族地域文化特色形成城市发展旅游的产业链资源,更好的吸引外来游客,提高城市内的经济效益。

在现代商业空间里可以看出,传统文化元素的体现应该是“现代+传统”的结合,例如住宅空间中的新中式风格,就是对于传统文化精华的提取并加以改进而成的一种新兴风格。目前大部分商业空间都忽略了“创新”和“传承”相结合,只是简单的运用传统元素照搬照抄,没有对传统文化的深入理解从而导致了商业空间的设计失去了中式风格的灵魂。这就造成了难以满足消费者对于商业空间的审美需求。尤其是对于打着“文化传承”旗号的商家来说,商业空间场所对于他们而言就是获取利益的地方,只在意牟利不在意文化的传承,往往都会营造出“不伦不类”的设计空间。因此我们要在现代商业空间设计中注入传统文化的灵魂,局部采用传统文化元素的提取,将传统元素的材料、做法、研究方法进行某种意义上的转换,从未改变视觉元素的信息体现,则会产生更多的隐喻效果。例如:以禅意来说。在中国许多悠久历史的古城都会以禅意作为商业空间的设计主体思想,禅意是静态的思想行为,十方绝踪迹、六道无“影痕”。也是宇宙的智慧、真理和生命,包涵着自然与生物中的所有,譬如生命的智慧、演变以及能力,都可归为禅意。空间设计中,我国设计师通常将代表自然的符号与文字,融入到空间的布局中,使商业空间在诸多符号的影响下,营造出内涵深邃的艺术氛围。

3.2 中式传统布局在现代商业空间中的合理使用

商业空间环境的营造大多数源于设计初始的空间布局。不同民族、不同地域、不同气候都是影响空间布局的因素,恰当的使用中国传统空间布局,能够更好的营造出中国特色商业景观空间。其次,中国传统文化决定了传统的中式风格主要是运用对称的设计手法来表现出中规中矩的设计空间,在色彩上也是爱好使用较为稳重的色彩来使空间整体上显得沉稳。由于中式与现代文化的相结合,衍生出一种新兴的装饰风格——对于传统中式的延续,因此在设计上就会有所摒弃。布局上更加喜欢在对称均衡中寻求变化来达到丰富其空间的效果。

商业室内空间的设计中,中国传统布局的应用更加注重空间的层次关系,多以“屏风、隔断”为主要分隔,室内

布置上注重平衡与对称,室内结构上采用榫卯结构或交叉的木质结构框架,同时中式传统建筑非常注重空间的整体性与外部的和谐性,借助周边环境来营造出独有的中式传统空间布局。例如,成都“中国李宁城市主题概念店”,选址在宽巷子中唯一一处保留原建筑已有结构的院落,采用中式榫卯结构,结合四川民俗民风、宽窄古风等特色元素塑造整体概念场景,把中国文化、城市文化、中国李宁运动潮流文化有机结合,前场“悠然竹林”,中场“中国李宁”,后场“少不入川”三个主题相互贯穿,别具一格LOGO灯牌、竹编、灯笼装置、皮影时尚秀随处可见,动静结合中带来视觉饕餮体验,激发消费者在一步一景中探索传统文化的魅力。

这一商业空间的建立就体验出了传统文化的传承,既能让消费者沉浸体验到中国元素,也能体验到现代风格的创新发展。将中国传统文化布局运用在商业空间中,更大程度上表现出商业空间的设计风格,融合了当地地域文化,从设计到材料以及空间布局都是以中式风格为主,精准贴合了当地地域文化的生活理念。

结语

采用鲁迅先生阐述的一句话:“有地方特色的,倒容易成为世界的,即为别国所注意的。”中国传统文化的兴起是我国文化自信的体现,也是触发商业空间室内设计进步的典范,在新时代背景下,设计师应结合中华优秀传统文化底蕴并对其进行创新发展,不能仅仅只是停留在对于国内外设计的维持,更多的应该是重新审视中华传统,在反思传统的过程中将传统理念与时代观念调和,形成符合时代的新理念。做到将中国传统文化元素发展到世界各地,走出民族自信的一条中国特色社会主义道路。

参考文献:

- [1] 崔杰. “中国风”在商业空间的室内设计研究应用[J]. 艺术设计, 2018(12): 45.
- [2] 唐浩骞. 现代室内设计与中国传统设计的融合[J]. 2023年智慧城市建设论坛上海分论坛论文集, 2023(15): 895.
- [3] 夏志良. 商业空间设计与中国传统元素[J]. 商业研究, 2019(19): 83-84.
- [4] 刘忠梅. 试谈室内设计中的中国传统元素应用[J]. 现代交际, 2020, 31(8): 210-211.
- [5] 张静. 传统装饰元素在新中式风格室内空间设计中的应用: 以商业空间为例[J]. 工业设计, 2021(3): 139-140.