

简析国潮文化在艺术设计中的应用发展

肖停普 冯殊钥

成都大学美术与设计学院 四川 成都 610106

【摘要】：近年来中国国潮文化在艺术设计领域的快速发展，既是经济快速发展的侧面体现，同时也体现出中国文化自觉、文化自信的显著增强。本文通过对艺术设计中国潮元素的呈现与发展的分析，以期剖析国潮文化的发展及未来发展趋势。

【关键词】：国潮；艺术设计；功夫牛丸

1 国潮

1.1 国潮文化的突然崛起

亦或是中华传统文化的博大精深，亦或是当代多元化发展潮流，二者的碰撞终究激发了“国潮”文化的发展。国潮文化的近些年突然地火爆，一方面离不开我国近些年来的经济快速增长，一方面也与近年来我国国民的，特别青年一代对中国优秀传统文化的文化自信日益增强，文化归属感日益浓郁有很大关系。

国潮的突然崛起的根本力量终究离不开深厚的传统文化，文化渗透在其中起着至关重要的作用，幸而中国优秀传统文化五千年文化历史底蕴深厚，其中蕴含的地理、历史、人文等艺术符号取之不尽，为国潮文化的发展提供了强有力的推进器，因而国潮的突然崛起终究是必然。

1.2 何为国潮

“国潮”顾名思义，亦指中国潮流文化，是传统与潮流的激情碰撞，以当下潮流的方式呈现中国优秀传统文化美学。是中国优秀传统文化与当代审美的复苏，是传统文化与商业发展、情怀与时尚的完美融合，对中国优秀传统文化进行再定义，进而引起的东方审美美学的重新定义。当然，国潮也不仅仅只是文化与商业的跨界融合，不仅仅是国货之潮，更是国立、国运的大潮。

2 国潮在平面设计中的展现

在国潮风尚未流行起来之前，可能更多会提到“中国风”一词，近年来随着“国潮”在潮服品牌中率先崛起，国潮在平面设计中也被频繁提及。然每当提及到国潮，在不少艺术设计作品中只是对国潮理解呈现仅浮于表面，在艺术设计作品中更多的是祥云、梅、兰、竹、菊、祥龙、祥凤、书法等元素素材的堆砌，而少了国风的文化内涵，这并不能体现国风的美。

而如何在平面设计中体现、应用国潮文化，亦或是当下设计师思考的首要问题。首先，在平面设计中更应究其本质。

也正如保罗·兰德在《设计的意义：保罗·兰德谈设计、形式与混沌》一书中提到“设计并不仅仅是简单的组装、排序，亦或是编辑；设计的过程也是赋予价值和意义的过程，去阐述、简化、厘清、修饰，去锦上添花、引人注目，去说服、甚至可能去取悦。”^[1]因而设计师在设计过程中应更多一些元素运用、场景组合、效果展示、文化背景方面的理解思考，多一些意境的表达与抒发，进而折射出中国优秀传统文化的哲学魅力。也正如中国传统的“留白”美学与当代“极简”审美倾向也不谋而合。再者，在平面设计中亦需要创新。对传统文化元素进行创新，以符合当代审美视角趋势，更贴合当代设计美学发展。

如近期影视作品《姜子牙》系列海报就可明显感受出其中国潮元素的运用，乃至到近年来火爆的国产动漫电影《大圣归来》《哪吒之魔童降世》《白蛇：起源》《新神榜：哪吒重生》等。其海报设计及其他系列平面宣传设计也均从不同角度运用国潮元素穿插，惟妙惟肖地向世界受众展示并宣传了中国优秀传统文化元素，影响到各行各业，让民族潮流的趋势也愈来愈普遍，以更加有趣的视角带大家走进中国优秀传统文化中去。

3 国潮发展的品牌应用

3.1 自建品牌“功夫牛丸”国潮元素应用

在“功夫牛丸”系列品牌形象设计中，充分运用中国传统神话故事中“牛魔王”的神话形象，与传统美食“牛肉丸”相结合，进而组合创建出“功夫牛丸”国潮品牌（如图1）。一方面考虑到中国传统美食的传承性，一方面结合中国优秀传统文化——神话故事，采用现代潮流手法与之相结合，增加与消费者的互动性、趣味性。并提出“功夫牛丸、好吃又好‘丸’”的口号，进而也更加符合现代品牌发展趋势，符合当代青年一代消费观，侧面促进对传统文化的认同度。



图1 功夫牛丸系列元素设计

logo 标识以中国传统的毛笔笔画为元素，以牛丸字体为主题，二字相结合，变形体现牛角的形象，与本品牌形象及含义完美契合。与此同时增加了红色印章元素在其中，一方面因其体现中国传统文化的特点深入人心；另一方面也意在将红印章与现代潮流元素结合，更符合当代审美趋势，以期在传承中发展，在发展中传承。

在 IP 形象设计中，将“牛魔王”形象与“牛肉丸”制作过程相结合，设计了“捶牛肉泥”“捏牛肉丸”“端盘上菜”三个 IP 形象。以制作牛肉丸程序来呈现，使消费者也更贴近、感受到牛肉丸的制作，更加吃得放心，吃得安心，也更符合当代消费主义安全观。另一方面与当代国潮元素结合，将牛肉丸的传统文化赋予到牛魔王身上去体现，增加了趣味性，也为进一步宣传牛肉丸传统文化做铺垫。在当下快速发展、物欲横流的时代，更加趣味性，有“潮”点的文化也更易于得到消费者的认同，这或许也是当下国潮文化快速发展的一个重要原因。

另在此系列设计中通过对牛角、丸子、祥云、牛鼻、毛笔笔触等元素进行提取简化，穿插用于系列包装、广告推广等方面。通过简单的传统纹样元素，给消费者带来直观的视觉感受乃至不一样的思考。当然，这也是当下国潮元素应用于品牌设计中管用的手法。

参考文献:

- [1] [美] 保罗·兰德著/王娱瑶译[M]. 《设计的意义: 保罗·兰德谈设计、形式与混沌》. 湖南文艺出版社, 2019.
- [2] 李艳, 刘秀, 陆梅. “国潮”品牌发展趋势及设计特征研究[J]. 设计, 2020, 33(09): 71-73.
- [3] 陈美汐. 试论国潮文化的发展[J]. 大众文艺, 2020(06): 273-274.
- [4] 祝伟. “国潮”何以成热潮[N]. 经济日报, 2020-11-01(008).
- [5] 陈羽宣. 当下品牌的跨界联名--“国潮”兴起[J]. 大众文艺, 2019(17): 273-274.

作者简介: 肖停普, 1997年, 男, 河南濮阳, 成都大学美术与设计学院艺术设计专业硕士研究生在读, 四川省成都市成都大学, 18236952100, 1364889359@qq.com

总体来讲, 在此系列“功夫牛丸, 好吃又好‘丸’”国潮品牌形象设计中, 结合众多中国传统文化的形象及元素符号, 也是旨在希望通过更多内核的中国传统文化精神去表达、去表现、去传播中国优秀传统文化。结合现代的潮点, 最大利益化的同时也将传统文化宣传度最大化, 让国潮文化有更多内核传统文化本质去传播于大众。

4 国潮文化未来发展趋势

国潮文化近年来的突然火爆, 不仅仅是大家对文化的敬畏, 同时也是国内品牌对品质的坚守。当然, 就目前而言, 国潮文化也不应仅仅局限于目前的状况, 作为近年来一种新的潮流风向标, 如何打破目前本身的局限性, 进一步的延续当下的潮流趋势, 并且生生不息的发展, 值得关注研究及思考。个人认为, 以国潮文化进行设计, 应以“中国”气象为产品核心, 以“潮流”作为载体及传播动力, 对产品进项多方面、多层次思考创新, 如反思、行为、感官等层次展开创新设计^[2]。现代艺术设计应在传承中发展设计, 在发展中创新设计, 进而也会更加符合新时代年轻一代人的审美取向。

当然, 国潮要想从单纯的潮牌中托里出自己独特的文化输出, 除对中国传统优秀文化元素的提取、抽出、应用之外, 也就要去创造更多独特的, 具有中国传统文化符号特征的国潮元素。幸而中国上下五千年文化历史, 地大物博, 中国传统文化源远流长、博大精深, 也为现代艺术设计中国潮文化的持续发展提供源源不断, 迸发创意点的动力。“国潮”文化作为近年火热的品牌文化内涵注入其中, 不仅仅是作为沟通现代文化与中国传统文化的桥梁, 同时也在潜移默化改变着、影响着中国当代的生活方式及文化。而“国潮”文化作为世界时尚潮流的重要组成部分, 也为宣扬中国优秀传统文化做出了重要的积极贡献, 相信在国潮在未来的发展中也会以其独特的文化魅力在世界舞台上绽放光彩。