

## 敦煌元素在现代文创产品设计的应用研究

冯祎晨

北京联合大学 北京

**【摘要】**敦煌莫高窟由于得天独厚的地理位置和文化背景，“敦煌莫高窟由于独特的文化属性与历史传承价值，造就了其在中华文化中特殊的历史地位”。以敦煌莫高窟壁画中的元素进行研究，通过敦煌现状和当下文创设计的梳理，研究目前以敦煌图案为元素的文创设计在产品中的应用，探究其设计手法，为文创产业提供一些参考。

**【关键词】**敦煌元素；文创设计；应用研究

### Research on the construction of new rural infrastructure

Yichen Feng

Beijing Union University, Beijing

**【Abstract】** Due to the unique geographical location and cultural background of Dunhuang Mogao Grottoes, "Dunhuang Mogao Grottoes have a special historical position in Chinese culture due to their unique cultural attributes and historical heritage value." Based on the elements in the frescoes of the Mogao Grottoes in Dunhuang, through the review of the current situation of Dunhuang and the current creative design, the current application of cultural and creative design with Dunhuang patterns as elements in products is studied, and its design methods are explored to provide the cultural and creative industry. some references.

**【Keywords】** Dunhuang elements; Cultural and creative design; Applied research

#### 1 敦煌文创设计

##### 1.1 敦煌文创设计简述

敦煌文创设计是将敦煌传统文化和与创意融入呈现在新媒介下的一种设计产品。在2013年开始，敦煌旅游业蓬勃发展，同时敦煌文创也日渐上升<sup>[1]</sup>。敦煌文创设计是以文化为根本，促进民族交流与发展，使文化传承的重要产物。该设计在定义上既能属于产品设计领域，又能归于创意设计范畴中。敦煌文创设计有三大特点。文化性，功能性和故事性。敦煌文创体现丰富文化内涵和人文特色。纹样，颜色代表性强。但要充分掌握设计产品属性平均值，使占比合理化才是根本。古代设计师绘制壁画目的为了以简单易懂的画面来合理表达故事利于大众普及和理解。敦煌文创促进消费者对本土文化的了解和联系，更增加了文化宣传与传承。

##### 1.2 当下敦煌文创衍生品主要的问题

随着经济和科技发展，在政府大力支持文化创意产业基础上，文创需求趋势上升。现阶段，敦煌文创种类变多，选择性变大。通过不同媒介融入敦煌元素，让更多人认识到敦煌的美。但是也存在一些局限性，比如目前市面上，敦煌文创产品还存在雷同问题，创新性不高，文化附加值低等问题。

在设计风格雷同问题上，文创同质化映射着原创驱动力不足问题。原创力不足主要是对敦煌文化理解不深，对产品和文化的提取方式不对造成的。文创产品最大的价值在于文化，由于对文化的轻视，一味复刻，不了解文化蕴藏的内涵，导致文创的文化附加值低。

#### 2 敦煌元素

敦煌艺术中包含着不同的审美元素。是地域文化，历史传承的瑰宝。莫高窟的建筑，壁画和彩塑中，不难看出敦煌元素典型图案种类有四种，几何

图案,植物图案,动物图案,人物图案。

### 2.1 几何纹样

几何纹样,即装饰纹样中多变且灵活的图案。

几何纹样,即几何形状的纹样,一般有圆形,三角形,菱形等。几何图案由简单的线条组合,所以在使用频率高,运用较灵活,可以自由的和其他元素进行交叉重合。几何元素在进行排列归纳,利用传统传统手法,能够使画面增加节奏感,丰富画面层次。在敦煌壁画中种类和叫法还是很多。其中,菱形纹,方格纹,回形纹,方胜纹,龟甲纹,连珠纹都作为几何纹样在莫高窟图案中大量被运用<sup>[2]</sup>。时代的更替让纹样不断进行改变,设计师可以从不同的角度和时代进行提取进行在设计。

### 2.2 植物纹样

植物纹样,即以自然环境中某种植物作为灵感来源,进行描绘,在画师手中进行加工,通过艺术手法来表达,呈现出不同状态的装饰图案效果。敦煌的植物纹样融会了我国西北的植物,印度和中原的植物,不同地域的植物组成植物装饰群落。纹样种类也很多,许多纹样被广为借鉴和流传。最经典也高频使用的纹样是忍冬纹和莲花纹<sup>[3]</sup>。莲花纹样再经过不同的时代进行着更换形状,从简单到复杂,又从复杂变化成简单。华盖,藻井,壁画的衣服上都大量运用莲花纹样。以叶子为装饰纹样的同时还有忍冬纹,连珠纹。其中忍冬纹的变现形式多而且多以结合形式,组合排列出新的图案。

### 2.3 动物纹样

动物纹样,即动物图案的元素,一般在敦煌莫高窟壁画中,大致可以分为圈养动物,野生动物和想象中的动物<sup>[4]</sup>。家畜动物纹样以牛羊图形。采用风格写实,颜色对比鲜艳,体积感强烈,绘画感丰富。平面装饰画比立体画多。野生动物纹样与家畜相比外形流动,用笔丰利力量感更具有强刚美。多以牛,野鹿和猛虎。而想象中的动物,具有神话色彩,如龙,白虎,飞马等。造型各异,装饰性多种多样,神话色彩丰富。有意思的是,许多动物元素被赋予情感和表情,表达画家的情感和喜爱。

### 2.4 人物纹样

人物纹样,即敦煌的彩塑,壁画中的供养人和飞天仕女。画风飘逸。敦煌人物的图案元素在近几年的文创设计中经常被拿来设计。在人物纹样中飞

天最为典型。数据表述,敦煌飞天纹样在莫高窟的有 270 个洞窟中有飞天的图案<sup>[4]</sup>。足以证明,其跨越时间之久,数量之多,风格最为典型。研究的审美价值较高。飞天代表着中国古代的人体美,以及那个时代的审美和对于天空的向往,一种冲破世俗的愿望。飘逸背景来衬托人物飞天的动态美。飞天的人物纹样强烈的表现人物的动态,以及飞所表现的韵律与节奏感。灵动的状态与画面中其他静态的人物形成鲜明对比,使画面动静搭配。缓解画面的呆板,使视觉效果更加灵活,透气,赋予生气。

## 3 敦煌元素在文创设计的应用分析

文创产品渐渐融入人们生活,形式的多样化,使文化以更具有创意的形式表现在产品上。敦煌元素是以不同纹饰在文创中运用,具体分析动物纹样,几何纹样,植物纹样和人物纹样如何利用现在设计方法运用在文创中。敦煌元素融合多种文化,每个元素都进行了上千年的本土融合,形成大量的元素库。

### 3.1 几何应用

几何图案在元素使用中最为频繁。采用现在设计手法和技术进行重组。不仅融入敦煌文化更是与现代元素相互融合。文化是继承,而只有通过创新的手段,文化才能流行并传承。敦煌中绘画的几何图案装饰性丰富。其中最美观美化的是藻井图案。作为具有特色和胜景并保留完好的藻井图案也会被用来与家具,衣服和文创相结合。最常用的就是把藻井图案整体挪下来和地砖或墙砖结合,创造出地域风格的场景。敦煌博物馆中敦煌莲花包的可拆卸肩带就是运用几何图案与包带相结合。通过抽取藻井图案中几何图案并简化,提取特色颜色给布袋进行创意的装饰。让简单的女士手包赋予了文化和装饰的色彩。在丝巾的设计上,也经常运用几何图案通过印花的形式呈现在丝巾身上。

### 3.2 植物应用

对于回归自然的植物图案在敦煌壁画和藻井中运用较多。种类繁多,并且有意思的是随着时代的变化,同种植物图案会发生改变。这也给设计提供了更好的设计素材和灵感。在古代植物图案会经常被用在装饰自己的碗筷。这种装饰手法也被沿用至今。如敦煌博物馆出品的荷叶快客杯。杯底采用雕刻的手法将莲花形成浮雕状,一整个莲花包围杯身,

简单和大气的莲花图案让杯身美观大气。整体设计理念是一壶两杯，即可一人饮独乐，也可共饮众乐。多用于日常茶具和餐具的装饰。

### 3.3 动物应用

事物外在形态是塑造人们对产品的第一印象和关注点。是文创设计的一种基本方法。在文创设计中，设计师会针对敦煌元素中动物的元素进行元素抽取并在外观形态上进行抽象或加工。比如敦煌博物馆出品文创设计产品中的一对以九色鹿为元素的耳环。该设计就采用了元素提取方法，对文化元素造型进行改变。将动物图案中的鹿形进行简化，裁剪，添加的方式进行再设计，加上简单的几何图案进行造型重组后，创造出四分之三圆形耳环。昂首挺胸的鹿王，身披飘带，利用天然材料白贝母给本就以动物为元素的耳环增加更多自然属性，突出表现人与自然的美好。在设计中，设计师将不同几何形体组合成耳环外形，呈现出一种简约的艺术符号，其神秘的自然美和形式美增加了该产品的美观性。

### 3.4 人物应用

人物图案中飞天元素的元素最早。在2018年时敦煌研究院与王者荣耀联合，创作出敦煌文化的专属英雄皮肤。采用的元素就是飞天。无论是皮肤的飞天元素还是敦煌的元素都经过无数次草图，不断进行设计。飞天中的琵琶，人物的妆容，人物的头饰以及飞天的飘带都高度进行艺术考究和探索。飞天的艺术造型充分的与现代文化相互融合。以游戏形式很好融入大众生活。在敦煌研究院推出的飞天系列中，美上天手机壳通过网络流行语，紧接时代潮流，用飞天的形象融合艺术字体现者当代青年自由洒脱的生活方式。飞天在艺术中灵魂在于飞，现在流行术语有趣的灵魂与美上天结合在一起有趣且能更吸引消费者，半互动状态的文创设计体现和表达着现在人的个性和思想情感。容易产生共情，增加购买力。

## 4 结论

在文章中，以几何，植物，动物为元素的案例

进行分析，通过查阅，梳理了目前敦煌文创现状和设计方法，可以看出敦煌元素在用途上或装饰上选择性变大，在各种领域里不断创新尝试下，让敦煌文创更加饱满。目前文创还在起步阶段，如何能够在磅礴的敦煌源泉中提取元素，在此基础上进行创新从而让设计真正的服务于人是文创目前的难关。科技发展不断前行，想要让悠久的历史跟上时代的脚步必须对文化稳扎稳打。真正的思考和沉淀自己的想法，不是简单的复刻，而是让敦煌文化注入灵魂，让消费者能够对其充分的喜爱。只有打破传统思想，发掘更多亮点，做更好的文创，让更多的人了解敦煌历史和文化。

## 参考文献

- [1] 肖发展,谈玉香.敦煌文创产品设计现状研究[J].雕塑,2021(01):68-69.
- [2] 刘春梅,左红卫.敦煌壁画元素在文创中的运用研究与反思[J].新疆艺术(汉文),2020(05):17-21.
- [3] 叶黎君.敦煌典型装饰纹样在包装设计中的应用与发展[J].美术观察,2015(06):97-99.
- [4] 傅强.论敦煌飞天艺术之美[J].装饰,2004,(01):18-19.

**收稿日期:** 2022年7月10日

**出刊日期:** 2022年8月15日

**引用本文:** 冯祎晨, 敦煌元素在现代文创产品设计的应用研究[J], 科学发展研究, 2022, 2(3): 50-52

DOI: 10.12208/j.sdr.20220075

**检索信息:** RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

**版权声明:** ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**OPEN ACCESS**