

从纹样到产品：传统装饰符号在文创设计中的转译与再生

Bounlieng Chinglong, 王堞凡

常州大学美术与设计学院, 江苏 常州

收稿日期：2026年7月8日；录用日期：2026年7月30日；发布日期：2026年8月13日

摘要

传统装饰纹样承载着深厚的文化记忆与审美智慧,是文创设计取之不竭的灵感源泉;然而在产业实践中,纹样常被简单复制、生硬贴附,文化语义随之流失。本文以传统装饰符号为研究对象,聚焦其在文创产品设计中的转译与再生机制,尝试构建一条由“纹样”通向“产品”的系统化路径。研究将纹样所携带的文化信息区分为形态、色彩与寓意三个层面,指出转译的关键并不在于形式的搬移,而在于由表层模仿跃迁至深层文化表达。在此基础上,本文提出“文化解码-视觉转译-产品再生”的递进框架:先以特征性文化要素的识别完成纹样的语义萃取,再借形态简化、结构重组与色彩提纯实现视觉语言的现代化,最终依托功能载体与使用情境,让传统符号在当代生活中重新生长。研究强调,文创设计中的纹样运用不应止步于装饰,而应使其融入产品的功能与体验,让传统在日常使用里被感知、被参与、被延续。文章以广彩瓷装饰纹样为主案例,并以黎锦、水族马尾绣为对照,验证该路径在不同产品门类上的适用性,进而提炼出核心特征保留、媒介适应性、审美时代性等转译原则与三对设计张力,并就设计转化中的文化伦理提出尊重与回馈原文化社群的实践取向。本文为传统装饰符号的当代设计转化提供了可操作的方法参照,对推动文化资源的创造性转化具有一定参考价值。

关键词

传统纹样, 装饰符号, 文创产品设计, 视觉转译, 文化再生

From Patterns to Products: The Translation and Regeneration of Traditional Decorative Symbols in Cultural and Creative Design

Bounlieng Chinglong, Diefan Wang

School of Art and Design, Changzhou University, Changzhou Jiangsu

Received: July 8, 2026; accepted: July 30, 2026; published: August 13, 2026

Abstract

Traditional decorative patterns carry profound cultural memory and aesthetic wisdom, serving as an inexhaustible source of inspiration for cultural and creative design. In industrial practice, however, patterns are often copied mechanically and pasted rigidly, so that their cultural meaning is lost. Taking traditional decorative symbols as its object, this paper focuses on the mechanism by which such symbols are translated and regenerated in cultural and creative product design, and seeks to construct a systematic path leading from “patterns” to “products”. The study distinguishes three layers of cultural information carried by patterns—form, color, and connotation—and argues that the key to translation lies not in transplanting forms but in moving from surface imitation to deep cultural expression. On this basis, the paper proposes a progressive framework of “cultural decoding—visual translation—product regeneration”: semantic extraction is first achieved through the identification of characteristic cultural elements, the visual language is then modernized through formal simplification, structural reorganization, and color refinement, and finally the traditional symbol grows anew in contemporary life by means of functional carriers and use scenarios. The study stresses that the use of patterns should not stop at decoration, but should be integrated into a product’s function and experience, so that tradition is perceived, participated in, and continued in daily use. Using Guangcai porcelain patterns as the principal case, and Li brocade and Shui horsetail embroidery as comparisons, the paper verifies the applicability of the path across product categories and distills a set of design principles; it further discusses the cultural ethics of design transformation, calling for respecting and giving back to the source communities of the patterns. This study offers an operable methodological reference for the contemporary design transformation of traditional decorative symbols.

Keywords

Traditional Patterns, Decorative Symbols, Cultural and Creative Product Design, Visual Translation, Cultural Regeneration

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

文创产品正成为传统文化走进日常生活的重要通道。从博物馆的文具、丝巾，到地方非遗的茶器、家居，纹样几乎是其中出现频率最高的视觉元素。一条丝巾印上缠枝莲，一只马克杯描上回纹，仿佛就完成了“文化”与“产品”的对接。问题恰恰藏在这种轻易之中。大量产品把纹样当作一层可以随意揭取、粘贴的“皮肤”，纹样原有的结构被打散，色彩被随意替换，更要紧的是，它所指向的那套意义系统被悬置了。消费者看到的是一个似曾相识的图案，却很难再读出它从何而来、为何如此。纹样在产品上出现得越多，文化反而越显稀薄，这是当前文创设计中一个并不轻松的悖论。把视野放宽一些，文创设计的兴起本身值得肯定。它让原本陈列在博物馆、典籍与乡野中的传统文化，有了重新进入公众日常的机会，也让设计承担起一种文化中介的角色——在古与今、雅与俗、地方与大众之间搭桥。正因为这座桥如此重要，桥怎么搭才更值得推敲。当纹样被当作可批量复制的图形资源时，文创便容易滑向一种浅表化的快速消费模式：产品层出不穷，文化记忆却被稀释成一层薄薄的视觉糖衣。这并非危言耸听，而是逛一圈文创市集就能感到的普遍气息。如何让纹样在进入产品的同时不丢失其文化重量，是这一领

域绕不开的基本问题，也是本文写作的初衷。

这一现象的根源，与其说是技法不足，不如说是对“纹样究竟是什么”缺乏深究。装饰纹样从来不是孤立的图形。它是特定族群、特定时代在长期生活中沉淀下来的视觉约定，背后牵连着工艺、信仰、礼俗与审美。把它简化为可供下载的素材，等于抽掉了它的根系。陈虹儒(2013)较早注意到，中国传统纹样进入产品设计时，普遍存在“拿来即用”的倾向，形式被保留，文化内涵却被悬置[1]。王莉(2011)在讨论传统装饰符号进入现代室内空间时也指出，符号一旦脱离原有语境，若不经重新组织，很容易沦为表面的点缀[2]。程旭(2022)则从传统纺织纹样与现代室内装饰的关系出发，强调二者的结合需要在材料、工艺与空间之间寻找新的契合点，而非简单移植[3]。这些研究从不同侧面触及了同一个症结：纹样要进入当代产品，必须经过一次再创造，而不是一次搬运。本文以文化符号学与设计学的视角为基础，采取“框架建构 + 多案例分析”的思路——先在理论上厘清纹样转译的内在逻辑，再以典型案例检验框架的解释力与适用边界，力求让结论既有概括性，又能落到具体的设计操作上。

2. 传统装饰符号的文化解码

转译之前，先要读懂。装饰符号的“可读性”往往被低估——人们以为看见了纹样就理解了纹样，其实看见的多半只是它的表层。要为转译打好基础，需要把纹样所承载的信息层层剥开。本文将其归纳为三个层面：形态、色彩与寓意。这三层并非彼此孤立，而是由表及里、相互支撑的整体。需要说明的是，本文所称“解码”，取其设计操作层面的含义，指设计师对纹样文化信息的系统辨读，与文化研究中“编码/解码”理论所指的受众阐释行为并非一事；后一理论恰好提醒我们，对符号意义的解读从来不止一种可能，设计师的“解码”结果也因此需要不断与纹样的原生语境相互校核，而非自认掌握了唯一正确的读法。

形态层是纹样最直接的部分，包括造型母题、构图骨架、线条节奏与比例尺度。它回答的是“画的是什么、怎么排布”。同一个题材，在不同地域、不同工艺中会呈现出迥异的形态语言。杨静雅和吕金泉(2024)对唐代长沙窑动物纹样的研究就显示，工匠以寥寥数笔的写意手法勾勒禽鸟走兽，线条洒脱而概括，这种简率的造型趣味本身就是一种地域风格的标识[4]。形态层是转译时最先被处理的对象，因为它最“可见”，也最容易被简化或重构。但形态绝不等于全部，停留在形态层的转译，往往只能复制外形，复制不了气质。举例来说，回纹的精神在于那种连绵不断、转折有序的几何秩序，而不在某一段具体的折线；若只描下一截回纹贴在产品边缘，看似用了传统，实则丢了它最要紧的“连绵”意味。形态层的转译，考验的正是设计师能否抓住这种结构性的特征，而非拘泥于一笔一画的形似。

色彩层包括色相组合、明度对比、色彩象征与材质肌理。色彩是纹样情绪的主要承担者，也是辨识度的重要来源。许多传统纹样之所以一眼可辨，靠的正是其特有的配色逻辑——青花的素雅、广彩的浓艳、苗绣的斑斓，都是色彩在说话。值得注意的是，色彩从来不只是视觉问题，它与材质、工艺紧密绑定。同一组色相，绘在瓷釉上与绣在棉布上，质感与象征意味并不相同。这意味着转译色彩时，不能只取色值，还要顾及它原本依附的材质语境。一个常见的失误是：把瓷器上明丽的釉色不加调整地搬到哑光纸张上，颜色会立刻显得脏浊，原有的通透感荡然无存。色彩层的转译，因此往往不是“取色”而是“译色”——在新的材质与工艺条件下，重新找到一组能传达原有情绪的颜色，而非机械地复制十六进制色号。

寓意层是纹样最深、也最易被忽略的部分，涉及题材内容、吉祥象征、民俗信仰与集体记忆。中国传统装饰中，几乎没有“纯粹为了好看”的纹样。蝙蝠谐音“福”，莲花寓意清廉与连生，缠枝象征绵延不绝——这套以谐音、象征、典故为基础的意义系统，是纹样真正的文化内核。周真真(2019)在讨论植物纹样时便指出，传统纹样的“古典”之美与其在当代被重新阐释的可能，恰恰建立在这层象征意涵之上，离开了寓意，纹样的“现代”转化便失去了依凭[5]。夏三鳌(2010)在研究动漫角色服饰的本土化时也发现，吉祥装饰符号之所以能唤起观众的文化认同，依靠的正是其背后约定俗成的象征含义，而非单纯

的图形美感[6]。这一层的特殊之处在于，它无法被“看”出来，只能被“读”出来；不了解蝙蝠何以谐音为福、石榴何以象征多子，再精细的描摹也不过是抄写一种自己并不真懂的语言。寓意层划出了转译中最需审慎对待的边界：形态可以简化、色彩可以调整，但若连寓意都被误读或抽空，转译便不再是文化的延续，而是一次空转。还应看到，这一边界并非一条先验而清晰的红线，何者可变、何者不可变，往往需要结合具体语境、参照原文化社群自身的理解来逐案判断。

三个层面对应着不同的设计处理方式，构成解码工作的基本框架(见表 1)。需要补充的是，纹样的形态本身也具有相当的丰富性，蒋励在关于植物纹样多样性的研究中就强调，仅植物一类，其造型变体之繁多便足以现代设计提供广阔的取材空间[7]。解码的目的，正是从这片繁茂中辨认出真正值得保留与转化的部分。

Table 1. The three cultural layers of traditional decorative symbols and key points for translational design
表 1. 传统装饰符号的三层文化信息与转译设计要点

文化 层面	核心内容	在纹样中的主要载体	转译设计要点
形态层	造型母题、构图骨架、线条与比例	主纹、地纹、边饰的组织关系	提取主纹、简化繁饰、保留特征性骨架
色彩层	色相组合、明度对比、色彩象征	设色程式与材质肌理的配合	限定色谱、调和饱和度、兼顾材质转换
寓意层	题材象征、民俗信仰、集体记忆	谐音、象征与典故构成的意义系统	厘清象征指向、避免误读

注：三个层面由表及里，转译时应自形态入手，但以不损伤寓意为前提。

3. 从纹样到产品：转译与再生的路径

完成解码之后，纹样才具备被转译的条件。本文把从纹样走向产品的过程概括为三个相互衔接的环节：文化解码、视觉转译与产品再生。需要先澄清一点，这三个环节虽有先后，却不是一条单向流水线。实际设计中，产品端的约束常常反过来影响前端的取舍——一只香插能容纳的纹样面积，决定了主纹要简化到何种程度。把它理解为一个带反馈的循环，比理解为线性步骤更贴近真实。文化解码是路径的起点，前文已述，此处不赘。它的产出是一份“纹样档案”：哪些是特征性母题，哪些是可省略的填充，配色的核心是哪几味，寓意的指向是什么。这份档案是后续一切操作的依据。解码越扎实，转译越不容易跑偏。

视觉转译是承上启下的关键环节，处理的是“如何让旧纹样适应新载体”。它至少包含三种操作。其一是形态的简化与重构。传统纹样多为满密繁复的构图，直接搬到小尺度的产品上会显得拥挤甚至模糊，因此需要提取主纹、删减地纹，并在不失特征的前提下重组为更具弹性的模块。其二是色彩的提纯与调和。原纹样的设色往往服务于特定工艺，移到新材质上需要重新校准——或限定色数，或降低饱和度，使其更契合当代审美与印制条件。其三是构图与媒介的转换，即把适合平面铺陈的纹样，重新编排到立体器物、织物或屏幕等不同媒介之上。刘婧和张聿(2015)对宫廷旗装符号丝巾纹样的设计研究提供了一个具体例证：他们从旗装中提取主题符号，经重新构图后转译到丝巾这一现代载体上，使原本属于服制的符号获得了新的展示形式[8]。李菲和高勇(2025)在蒙古纹样的装饰设计中同样表明，纹样要进入现代设计，须经过提炼与重组，方能与新的应用场景相称[9]。

这三种操作中，最考验分寸的是简化。简化过轻，纹样依旧繁复，与现代产品扞格；简化过重，特征尽失，换成任何一种纹样都无不可，地方性也随之蒸发。合适的简化，应当像提炼一句话的主干——删去枝蔓的修饰，却让主语和谓语依然清晰。换言之，简化的目标不是“少”，而是“准”：用最经济的笔墨，留住最具识别度的那一部分。这个“度”没有现成公式，只能靠设计师对纹样的理解来把握，这也正是转译之所以是“设计”而非“处理”的原因所在。

这种“靠理解把握分寸”的说法，并不意味着转译只能诉诸主观直觉。从前述操作中，可以进一步提炼出三条可供对照的原则，使转译的判断有据可依。其一是核心特征保留原则：每一组纹样都有其区别于他者的结构性标记，转译无论走多远，这一标记必须可辨。检验的办法很朴素——遮住其余部分，看观者能否仍认出纹样的出处；广彩的“开光 + 金彩”在历轮简化中被刻意保留，正是这一原则的体现。其二是媒介适应性原则：纹样的形态精度与色彩关系，须依新载体的材质与工艺重新校准，而非原样平移。瓷釉上的明丽设色移到哑光纸张须重新“译色”，满密构图落到小尺度器物须提取主纹，都是此理。其三是审美时代性原则：转译的结果应当进入当代人的审美习惯，限定色数、降低饱和度、留出空白，都是让传统纹样与现代生活语境相容的具体手段。这三条原则不仅用于指导操作，也可反过来充当评价的标尺。一件转译作品是否成立，可以依次追问：核心特征是否仍可辨认？形色处理是否与新媒介相称？整体面貌是否为当代审美所接纳？三问俱答，转译便有了可复核的依据；任何一问落空，都提示设计需要回炉。如此，“度”的把握虽仍需经验，却不再是无从检验的私人直觉，方法的可复制性也由此而来。

产品再生是路径的落点，也是最容易被忽视的一环。许多设计止步于“把纹样画好看”，却没有进一步追问：这个纹样将出现在什么产品上、被谁、在什么情境中使用。再生的要义，是让转译后的纹样真正“长”到产品里，而不是浮在表面。这需要三方面的考量：匹配恰当的功能载体，使纹样与器物的用途相宜；营造可感的使用体验，让纹样在触摸、使用的过程中被反复感知；嵌入具体的生活情境，使产品成为某种文化态度的日常表达。当纹样从“被观看”转为“被使用”，它所承载的文化便从一个静态的图像，变成了一段可以参与的体验。这正是“可视 - 可感 - 可用 - 可参与”这一递进逻辑的含义：文化价值并非一次性地展示完毕，而是随着产品的使用层层释放。

再生的成效如何，也不宜由设计者自证，而应引入用户研究的维度加以检验。可行的做法包括：以焦点小组访谈了解目标人群对纹样来源与寓意的认知；以问卷调查测量产品的文化感知——例如识别度(能否认出纹样出自何种传统)、理解度(能否大致说出其寓意)与接受度(是否愿意在日常生活中使用)；再辅以使用测试，观察纹样在真实使用情境中被注意、被谈论的程度。这些数据既能验证一次转译是否真正传递了文化信息，也能为下一轮设计迭代提供方向，使“再生”从一个只能事后感受的效果，变成一个可以被衡量、被改进的设计环节。这里需要纠正一种流行的误解，即把“文创”等同于“在普通商品上印个传统图案”。按这种理解，一只印了纹样的杯子就算文创，至于纹样与杯子之间究竟有没有关系，无人深究。本文主张的“再生”，恰恰要跨过这道门槛：纹样应当与产品的功能、使用方式乃至摆放情境发生真实的关联。一款以缠枝为母题的茶具，若能让缠绕的线条顺着壶柄、杯耳的走向自然延展，纹样便不再是贴上去的，而像是从器物里生长出来的。这种“长出来”的感觉，是再生与贴图之间最本质的分野。三个环节的任务、方法与目标，归纳于表 2。

Table 2. Tasks, methods, and goals of the translation and regeneration path from patterns to products
表 2. 从纹样到产品的转译与再生路径

环节	主要任务	关键方法	阶段目标
文化解码	读懂纹样、建立纹样档案	识别母题、提炼色谱、厘清寓意	从“图案”看到“文化”
视觉转译	让旧纹样适应新载体	形态简化、色彩提纯、媒介转换	从“传统”走向“当代”
产品再生	让纹样融入产品与生活	匹配载体、营造体验、嵌入情境	从“可视”抵达“可参与”

注：三环节构成带反馈的循环，产品端约束可反向影响前端取舍。

4. 案例验证：以广彩瓷为主、黎锦与马尾绣为辅

理论框架是否站得住，要放到具体纹样上检验。本文以广彩瓷装饰纹样为主案例做一次完整的路径

演示,再以黎锦、水族马尾绣两个不同产品门类的案例作对照,观察这条路径在异质对象上的适应性。

(一) 主案例:广彩瓷装饰纹样的转译与再生

广彩,全称“广州织金彩瓷”,是清代以来在广州烧制、专供外销的釉上彩瓷。它兴起于清代中期广州十三行一带,是中西贸易催生的产物。为迎合海外市场,工匠常把中国传统题材与西洋器形、纹章相糅合,形成一种既东方又混杂的独特面貌;其色彩之所以浓烈,部分缘由正是要在远洋运输与异域陈设中保持足够的视觉冲击力。理解这段“为外销而生”的身世,对今天的转译颇有启发:广彩自诞生之初就是一种善于“跨语境”的纹样,本就习惯于在不同文化、不同器物之间迁徙——当然,这种跨越从来不是无损的平移,意义在迁徙中总会有所增删与重构,广彩中西杂糅的面貌本身便是明证。让它进入当代文创,某种意义上是延续了它与生俱来的适应性。它的视觉面貌极具辨识度:人物、花鸟多以“开光”形式嵌入画面,金彩勾勒,满地堆叠,色彩浓艳富丽,构图繁密对称。这种“满、密、艳、金”的风格,曾是它在海外市场的卖点,却也恰恰是它进入当代文创时的难点——直接搬用,会显得过于繁复、与现代生活语境格格不入。于成志和汤一鸣(2025)在对广彩瓷装饰纹样的研究中明确提出,广彩要实现设计创新,须经历一次“图案符号的转译”,即把传统纹样拆解为可被重新组织的符号单元,再依当代需求重构[10]。这一判断与本文的路径框架高度契合。

按照“解码-转译-再生”依次展开,广彩的转化大致如此。在解码阶段,需要辨认出广彩最具特征的部分:开光的构图程式、人物花鸟的题材、金线勾边的工艺语言,以及那套以红绿为主、金彩点缀的浓艳设色。其中,“开光”这一将主纹框入特定轮廓的手法,是广彩区别于其他彩瓷的关键骨架,应予保留;而满铺的地纹、层层堆叠的填充,则可在转译中大幅削减。

在转译阶段,三种操作同时发生。形态上,提取开光中的主体形象,去除满地堆叠,使画面“透气”,并把主纹重构为可灵活排布的模块;色彩上,从原本浓艳的设色中提炼出有限的几味主色,适度降低饱和度,保留金彩作为点睛,却不再让它铺满全器;媒介上,把原本依附于瓷器曲面的纹样,重新编排到丝巾、帆布包、文具乃至数字界面等平面或屏幕媒介之上。经过这一轮处理,广彩既褪去了繁复带来的距离感,又守住了“开光+金彩”这一最具识别度的文化标记。

在再生阶段,转译后的纹样被匹配到不同的产品与情境:浓缩为茶器、香插上点缀,呼应广彩本就与饮食、生活相关的器用传统;延展为丝巾、徽章上的图案,进入日常穿戴;甚至以数字盲盒、表情包的形式进入线上传播。在这些产品中,广彩不再是博物馆橱窗里需要仰视的古物,而是可以握在手里、用在日常的物件。文化的“可参与性”由此建立。回头看广彩这一轮转化会发现,真正被保留下来的,并不是某一幅具体的画面,而是“开光+金彩”这套可以反复调用的符号语法。一旦掌握了这套语法,设计师便能在茶器上、丝巾上、屏幕上不断生成新的广彩,而不必拘泥于复制某一件古物。这恰是符号转译区别于图像复制的根本所在:前者交付的是一套可再生的规则,后者交付的只是一张静止的图。文创要做的,是让传统“可被继续创作”,而不是让它停在某个被反复翻印的定格里。

(二) 对照案例:黎锦家具与马尾绣包装

不同纹样、不同产品门类,路径的侧重会有所不同。陈蕾(2026)对黎锦纹样在家具设计中的转译做了专门研究,提出从黎锦中提取“大力神纹”等特征符号,经简化、重构后应用于家具的局部装饰与结构语言[11]。家具是大尺度、强功能的产品,纹样在其上不宜满铺,更适合作为点睛的细部,因此黎锦的转译尤其倚重“形态简化”与“载体匹配”——让纹样服务于家具的整体气质,而非喧宾夺主。水族马尾绣则展示了另一种路径侧重。张超等(2010)较早研究了水族马尾绣纹样的视觉符号特征及其在包装设计中的应用,指出马尾绣以盘绣形成的浮雕般肌理和繁密构图,恰可转化为包装上富有民族识别度的视觉语言[12]。包装是小尺度、强传播的载体,纹样在其上承担着第一眼的识别与情绪传递,因此马尾绣的转译更看重“色彩提纯”与“体验营造”——在有限的包装面上,用提炼后的纹样迅速建立文化辨识。作

为参照, 韦文翔和魏迁(2012)对广西瑶族服饰纹样向日用陶瓷转化的探讨也表明, 服饰纹样移植到器物时, 必须根据器形重新裁度构图, 否则难以贴合[13]。

三个案例的对照, 归纳于表 3。可以看到, 尽管纹样来源、产品门类各异, 路径的三个环节始终在场, 差异只在于不同环节的权重随产品而调整。这也从侧面印证了该框架的适应性: 它不是一套僵硬的步骤, 而是一组可按情境配比的设计变量。换一个角度看, 产品门类在很大程度上决定了转译的“配方”——大尺度、强功能的器物(如家具)偏向克制, 纹样宜少而精; 小尺度、强传播的载体(如包装、徽章)则可放大纹样的识别功能, 让它在第一时间抓住目光。设计者若能在动手之前先想清楚“这件产品要纹样替它说什么话”, 转译的方向往往就已明朗了大半。

Table 3. A comparison of pattern translation paths across three cases
表 3. 三个案例的纹样转译路径对照

案例	原生纹样特征	转译侧重	产品载体	再生体验目标
广彩瓷	开光构图、金彩浓艳、满地堆叠	形态简化、色彩提纯并重	茶器、丝巾、数字盲盒	从仰视古物到日常可用
黎锦	大力神纹、几何织造、对称严整	形态简化、载体匹配	家具局部与结构装饰	以细部点睛烘托整体气质
水族马尾绣	盘绣肌理、繁密构图、民族设色	色彩提纯、体验营造	包装与日用器物	第一眼建立文化识别

注: 三案例的转译环节齐备, 差异在于各环节的权重随产品门类而异。

5. 路径反思与设计原则

把上述实践沉淀下来, 除第三章已给出的三条操作原则之外, 还可以提炼出几对更深一层的权衡关系。它们不是按图索骥的规则, 而是设计者在转译过程中需要反复掂量的张力。

第一, 本真与当代之间的张力。转译不是越“像古”越好, 也不是越“现代”越对。审慎对待寓意的边界, 是为了不让文化失真; 进行形态与色彩的现代化, 是为了让纹样被今天的人接受。两者必须同时在场。张丹丹等(2025)在基于红旗渠文化符号的纹样创新中就体现了这种平衡: 他们从特定文化母题中提炼符号, 再以现代设计语言重新编排, 使一段地方记忆既被准确传达, 又获得了当代的视觉形式[14]。这提示我们, 本真与当代并非对立, 关键在于分清哪些可变、哪些不可变。第二, 差异化与同质化之间的张力。文创市场上纹样产品同质化严重, 很大程度上是因为设计者只取纹样的“好看”, 而舍弃了它的地方性。事实上, 正是不同纹样之间的差异, 构成了文创最宝贵的资源。朱丽娜和刘思析(2025)对彝族传统纹样的设计应用[15]、齐娅璇和朱迪(2025)对新疆非遗纹样在纺织品中的运用, 都不约而同地强调, 民族纹样的独特色彩与造型逻辑, 是其无法被替代的识别价值所在[16]。守护差异, 就是守护文创的生命力。第三, 装饰与功能之间的张力。这是“产品再生”环节最核心的命题。纹样若只是贴在产品表面的装饰, 它与产品便是“两张皮”; 唯有让纹样参与到产品的功能与体验之中——成为器物的结构、使用的引导、情境的氛围——它才真正完成了从图案到产品的转化。前述黎锦进入家具结构、广彩进入日常器用, 都是这一原则的体现。装饰与功能并非此消彼长, 最理想的状态, 是让纹样在承担功能的同时完成审美的表达——纹样即功能, 功能亦审美。

此外还有一重维度潜藏在上述张力之下, 需要设计者自省, 即设计转化中的文化伦理: 转译传统纹样, 本质上是在动用一份并非由自己创造的文化遗产。对待这份遗产, 理应存一份敬畏——不轻率地篡改其核心寓意, 不为迎合市场而把庄重的符号随意戏谑化。尊重并不意味着不能创新; 恰恰相反, 真正有分量的创新, 往往建立在对传统的深刻理解与尊重之上。设计者越是把纹样当作有来历、有尊严的文化主体, 而非任人摆布的素材, 转译出来的产品反而越有可能赢得长久的认同。

这份尊重还需要落实为可操作的实践路径, 其要义是让原文化社群从“被取材的对象”转变为“共

同的参与者”。具体而言：在解码阶段，尽可能向纹样的传承人与原生社区求证寓意与用法，避免以外部想象替代地方知识；在设计阶段，可采取与传承人联名创作、邀请社群代表参与方案评议等方式，使转译获得来源方的认可；在产品化阶段，则应标明纹样的文化出处，并探索以合作分成、技艺研培、订单回流等形式将部分收益回馈原产地，使文创的商业成功同时转化为源头社区延续技艺的动力。如此，转译才不只是对文化资源的单向取用，而成为设计者与文化持有者之间的双向滋养。

综合而言，这三对张力与贯穿其下的伦理考量，共同指向一个判断：传统装饰符号的文创转化，真正的难点不在“画得像不像”，而在“理解得深不深”。设计者对纹样的文化理解越透彻，越懂得在转译中有所取舍，产品也就越能在当代生活中站住脚。

6. 结论与展望

本文围绕“从纹样到产品”这一命题，针对文创设计中纹样被简单挪用、文化语义流失的现实问题，构建了“文化解码-视觉转译-产品再生”的递进路径，并把纹样所承载的文化信息系统地区分为形态、色彩、寓意三个层面。通过广彩瓷的完整演示与黎锦、水族马尾绣的对照，研究表明这条路径具有跨门类的适用性：它不规定唯一答案，而提供一套可按产品情境调整权重的设计变量。在此基础上，文章提出核心特征保留、媒介适应性、审美时代性三条转译原则，提炼出本真与当代、差异与同质、装饰与功能三对需要权衡的张力，并就设计转化中的文化伦理给出尊重与回馈原文化社群的实践路径，共同构成转译实践的基本参照。

本研究的价值，在于把以往散落于个案中的经验，整理为一条可迁移、可操作的思考路径，为传统装饰符号的当代设计转化提供方法参照。于理论而言，它把“转译”从一个常被泛用的修辞，落实为有层次、有环节、可检验的设计过程；于实践而言，它给设计师提供了一份可随身携带的“工作清单”——遇到一组新纹样，知道先解码什么、再转译什么、最终在产品上落到何处。这对于纾解当前文创同质化、文化空心化的困境，不无现实意义。需要承认的是，本文以理论建构与案例分析为主，文中给出的用户感知测量思路(识别度、理解度、接受度)尚未经过系统的实证检验；不同纹样在转译中可量化的“简化阈值”“色彩容差”等问题，也有待更细致的实验研究。后续工作可循此开展焦点小组、问卷调查与使用测试，并引入数字化设计工具，对这条路径做进一步的实证打磨，使其从一种设计思路，逐步发展为更具操作精度的设计方法。

参考文献

- [1] 陈虹儒. 中国传统纹样在产品设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2013, 34(20): 114-117.
- [2] 王莉. 中国传统装饰符号在现代室内设计中的运用[J]. 艺术百家, 2011, 27(6): 207-209.
- [3] 程旭. 中国传统纺织纹样与现代室内装饰设计[J]. 棉纺织技术, 2022, 50(9): 102-103.
- [4] 杨静雅, 吕金泉. 唐代长沙窑动物纹样的表现与特征研究[J]. 中国陶瓷, 2024, 60(4): 89-98.
- [5] 周真真. 植物纹样的“古典”美与“现代”阐释[J]. 美术大观, 2019(2): 138-139.
- [6] 夏三鳌. 动漫角色服饰本土化设计——吉祥装饰符号的运用[J]. 文艺争鸣, 2010(24): 136-138.
- [7] 蒋励. 植物纹样的多样性在现代室内装饰的应用研究[J/OL]. 分子植物育种: 1-12. <https://link.cnki.net/urlid/46.1068.S.20220425.1621.022>, 2026-07-29.
- [8] 刘婧, 张聿. 宫廷旗装符号主题丝巾纹样设计研究[J]. 丝绸, 2015, 52(10): 40-45.
- [9] 李菲, 高勇. 蒙古纹样装饰设计[J]. 印染, 2025, 51(9): 103.
- [10] 于成志, 汤一鸣. 广彩瓷装饰纹样的图案符号转译与设计创新[J]. 中国陶瓷, 2025, 61(8): 88-96.
- [11] 陈蕾. 黎锦纹样符号在家具设计中的转译策略研究[J]. 家具与室内装饰, 2026, 33(3): 94-98.

- [12] 张超, 朱晓君, 徐人平. 水族马尾绣纹样视觉符号及其在包装中的应用[J]. 包装工程, 2010, 31(10): 40-42, 61.
- [13] 韦文翔, 魏迁. 广西瑶族服饰纹样在日用陶瓷装饰设计初探[J]. 中国陶瓷, 2012, 48(9): 66-68+76.
- [14] 张丹丹, 王梁, 屈亚忠, 黄鑫, 王少博, 楚艳艳. 基于红旗渠文化符号的纹样创新设计及应用[J]. 毛纺科技, 2025, 53(11): 40-46.
- [15] 朱丽娜, 刘思析. 彝族传统纹样设计及其应用[J]. 毛纺科技, 2025, 53(1): 153.
- [16] 齐娅璇, 朱迪. 新疆非遗纹样符号在纺织品设计中的应用[J]. 毛纺科技, 2025, 53(1): 151.