

故宫脊兽形象在文创产品设计中的应用

刘发丽

延边大学美术学院, 吉林 延吉

收稿日期: 2024年1月5日; 录用日期: 2024年1月25日; 发布日期: 2024年4月17日

摘要

脊兽, 是古代建筑中装饰于屋脊的兽形装饰件, 分布在建筑的正脊、戗脊、垂脊上, 是传统建筑屋顶装饰艺术不可分割的重要组成部分。本文以国内古建筑中现存规格最高的出现于故宫太和殿的走兽和正脊两端的吞脊兽为研究对象, 首先对脊兽形象进行概述, 而后分析故宫脊兽形象文创产品的基本现状及其存在的问题, 探讨故宫脊兽形象在文创产品设计中的应用方法, 以期能够探讨并设计出符合故宫脊兽的特色文化创意产品, 以此挖掘和传达脊兽所蕴含的文化底蕴, 实现其文化价值。为搭载着中国传统文化的文创产品设计发展带来更多新的设计方式和思路。

关键词

故宫脊兽, 文创设计, 中国传统文化

The Application of Roof Figures in the Forbidden City in the Design of Cultural and Creative Products

Fali Liu

Academy of Fine Art, Yanbian University, Yanji Jilin

Received: Jan. 5th, 2024; accepted: Jan. 25th, 2024; published: Apr. 17th, 2024

Abstract

Roof figures are a beast shaped decoration piece decorated on the roof ridge in ancient architecture, which is distributed on the straight ridge, ridge and vertical ridge of the building, and is an integral part of the traditional roof decoration art. This paper focuses on the beasts and roof figures that appear on the roof of Taihe Hall of the Forbidden City, which are the highest existing

文章引用: 刘发丽. 故宫脊兽形象在文创产品设计中的应用[J]. 设计, 2024, 9(2): 375-381.

DOI: 10.12677/design.2024.92224

specifications in ancient buildings in China, first summarizes the image of the roof figures, then analyzes the basic status quo and existing problems of the cultural and creative products of the roof figures image of the Forbidden City, discusses the application methods of the image of the roof figures in the design of cultural and creative products, in order to explore and design the characteristic cultural and creative products that conform to the roof figures of the Forbidden City, to excavate and convey the cultural heritage of roof figures and realize its cultural value and to bring more new design methods and ideas to the design and development of cultural and creative products carrying traditional Chinese culture.

Keywords

The Palace Museum Roof Figures, Cultural and Creative Design, Chinese Traditional Culture

Copyright © 2024 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

近年来,我国特别注重传统文化的宣传和研究,同时也促进了文创产品的蓬勃发展。这一趋势下要求文创产品设计融汇古今,提高设计创新性和独特性。中国作为文明古国具有千年文化积淀,蕴含丰富的设计资源有待挖掘。本文的研究目的是就脊兽形象的价值与意义进行研究以唤起人们对于传统文化的关注,在一定程度上促进传承中国传统文化。把故宫脊兽的传统文化与现代艺术相结合,为宣传和发扬传统文化做贡献。

2. 脊兽形象的概述

在中国古代建筑上“脊兽”是被安置于屋脊上的瑞兽,有龙、狮子、狻猊、狎鱼、天马、獬豸、斗牛、行什等,初期作为建筑构建具有保护屋脊的功能,在历史的发展中形式上不断得到丰富有了瑞兽的造型,也为建筑起到装饰的作用[1]。太和殿作为故宫建筑之首,是中国现存规制最高的古代宫殿建筑,一砖一瓦都值得考据,其屋脊角安设十个脊兽,在现存古建筑中仅此一例,凝聚了浓厚的艺术思想和文化内涵,极有代表性。本文主要以故宫太和殿的走兽和正脊两端的吞脊兽为研究对象。

2.1. 太和殿的走兽

清朝对走兽的摆放、数量有严格规定,摆放数目多为单数,多则九个,少则一个,依据宫殿规格等级而定。只有故宫太和殿的檐角安放有10只走兽,以骑凤仙人之首,其后依次有龙、凤、狮、天马、海马、狻猊、狎鱼、獬豸、斗牛、行什,数量之多现存古建筑中所仅见,无论数量多少,一前一后的仙人、垂兽是必须摆放的[2]。每只走兽都是具有象征意义的神兽,或能呼风唤雨,或能驱邪避火,各有其职。走兽不仅具有吉祥的文化寓意,更是具有稳固瓦件,守护一方安全的实用功能。各路脊兽形象起初便是为了固定瓦件的瓦钉不外露而装饰于钉帽上的装饰物,经过时代的演变和劳动人民的创造而形成如今的神兽造型。

2.2. 太和殿的吞脊兽(吻兽)

吻兽是指正脊两端各有一兽形装饰,两者相向口吞正脊,又称正吻或吞脊兽,早期称鸱尾,文献记载中也有见鸱吻、蚩吻、祠吻等称呼,具有防止雨水侵蚀屋脊的实用功能[2]。吞脊兽的最早形式大约出现于北魏时期,造型简约[3]。中唐时期,脊饰形状有了变化,晚唐时期,张着嘴的兽头出现于鸱尾下部,

尾部造型向鱼尾演变，并且吻的形状得到强调，出现大口吞脊的形象，经过此演变人们以吻为此构件的特征，开始将鸱尾改称鸱吻。明清时期，鸱吻的造型逐渐转变成龙形。《怀麓堂集》中记载：“龙生九子，蚩吻平生好吞，今殿脊兽头，是其造像”[4]。故宫建筑由木质结构组成，防火是极为要紧之事，蚩吻有呼风唤雨的本领，放在正脊两端，以求防火最为合适。在龙背上还插有一把宝剑，功能上相当于现在的避雷针，可起到防雷的效果。

2.3. 故宫太和殿脊兽的文化内涵

故宫太和殿的脊兽形象精美生动，凝聚了古人智慧的结晶是使用功能与审美的高度融合，体现了中国传统建筑艺术文化与传统天人合一、君权至上和“阳刚阴柔说”思想的传统文化内涵[5]。天人合一作为中国传统文化的基本精神，表达着人对自然的敬畏之情，各有神通的瑞兽被安放在檐角之上，被赋予了防火、驱邪的祈愿，将其作为求吉辟邪的吉祥物。故宫建筑中的脊兽寄托了古人对美好生活的向往，有着吉祥福瑞、兴雨防火、驱邪避祸的寓意[6]。在清代建筑中，脊兽的排序具有严格规定，必须以骑凤仙人为首，脊兽放置的数量也与宫殿等级有关，一般为一、三、五、七、九的顺序排列，九个为最高阶。而故宫太和殿上的10只走兽是现存古建筑中绝无仅有的，象征着皇权的至高无上，也意味着只有至高无上的皇帝才能享受这样的“十全十美”[5]。

3. 故宫脊兽形象文创产品的基本现状及其存在的问题

3.1. 故宫脊兽形象文创产品的基本现状

故宫脊兽形象文创产品主要有办公文具、钥匙扣和桌面摆件三大类。办公文具类是故宫脊兽形象文创产品中最为主要的产品，其设计将脊兽形象的造型、纹样等元素提取出来，创作出符合当下年轻人审美的办公文具用品，主要有书签和笔记本。例如，故宫博物馆推出的“吉兽呈祥·故宫脊兽书签套装”，以故宫太和殿屋脊檐角的走兽为设计灵感，提取了十只脊兽们精美的造型和表面纹样，结合现代的金属制作工艺制作而成。黄铜材质契合故宫的雍容华贵，细节部分对每只脊兽的毛发鳞片都进行了精细处理，栩栩如生。脊兽安设屋脊守正祈福，瑞兽端坐书脊伴人漫游书海，在功能性上设计的非常巧妙，用户在使用书签的同时也会了解到关于故宫太和殿建筑的传统文化知识。故宫脊兽形象的其他文创产品，还有脊兽造型的桌面摆件、钥匙扣、冰箱贴等，种类相对较少。除了实物类的文创产品，故宫研发的游戏产品“太和殿的脊兽”，通过玩游戏的体验，让人们了解脊兽的摆放位置，了解故宫太和殿建筑的文化[7]。

3.2. 故宫脊兽形象文创产品存在的问题

(一) 文化资源转化过于直接。

市面上的故宫脊兽形象文创产品，多是对文物元素的简单复制，对脊兽造型和符号的运用过于表面化。比如，故宫脊兽形象的桌面摆件就是将脊兽造型等比缩小为桌面摆件的大小。将提炼的脊兽形象元素以平面化的方式印制于笔记本等各类产品的表面，由此产生办公文具、钥匙扣等类别的文创产品。对元素的直接提炼可以直观的展现文物特征，促进大众对文物的认识，但这一设计方法过于直接不利于文化资源的深入开发，设计层次较低，易产生同质化的问题[8]。

(二) 产品开发力度不够。

故宫脊兽形象文创产品目前而言开发品类比较少，主要集中于较为普遍的书签、桌面摆件、钥匙扣几类产品中。增加设计品类，创新文化表现方式，可以尝试开发定制类、互动体验类文创产品，可以让脊兽文化更好的融入大众视野，促进大众对故宫建筑文化的了解。

(三) 产品缺乏文化内涵深度。

故宫脊兽形象文创产品的创造性转化中，产品过于趋同化，从文化与历史的角度来看，脊兽是古建筑上的守护者，分别代表了不同的象征意义，每个脊兽各显神通都有自己独特的象征意义，具有丰富的精神内核。脊兽的积极象征作为传统的文化形象深入人心，拥有广泛的群众基础，能够迅速引起使用者的共鸣，文创设计中可以充分发掘每个脊兽所代表的独特的精神内核，以形成特有的精神符号，充分发掘独属于脊兽的文化特色[9]。

4. 故宫脊兽的形象在文创产品设计中应用的方法

故宫脊兽凝聚着中华数千年文明，体现着中国古建筑文化之美，每只脊兽造型精美奇特，布局严格有序，寓意美好深刻具有鲜明的中华传统审美意趣。将故宫脊兽形象进行创造性开发设计是对脊兽文化的重新解读与发扬，分析脊兽文化元素，运用元素直译、符号转译、意蕴展现三种设计方法进行文创产品设计，利于将脊兽本身独特的造型，吉祥意蕴和精神内涵呈现出来[10]。

4.1. 元素直译

元素直译是一种基础的设计方法，即对文物的造型、纹样、色彩、材质等元素进行提取后的直接运用，可以直观展现文物的主要特征[10]。

脊兽的造型和纹饰演变在清朝时期到达顶峰，故宫太和殿檐角上的脊兽造型各异，每只都有属于自己精神内核与文化寓意。故宫脊兽蕴含着浓厚的中式审美意趣，通过对造型的微缩处理，纹样转印等方式，可以直观的展现脊兽的造型、纹饰之美，促进大众对这一文物的直观认识。如图 1，在故宫淘宝店铺推出的脊兽文创书签设计中，以脊兽造型为主体，并保留了脊兽表面的主要装饰纹样，同时下半部分加入了中国传统纹样装饰。选择书签作为产品载体，脊兽立于檐角之上，书签立于书脊之上，非常符合文物特点，极具中式之美。

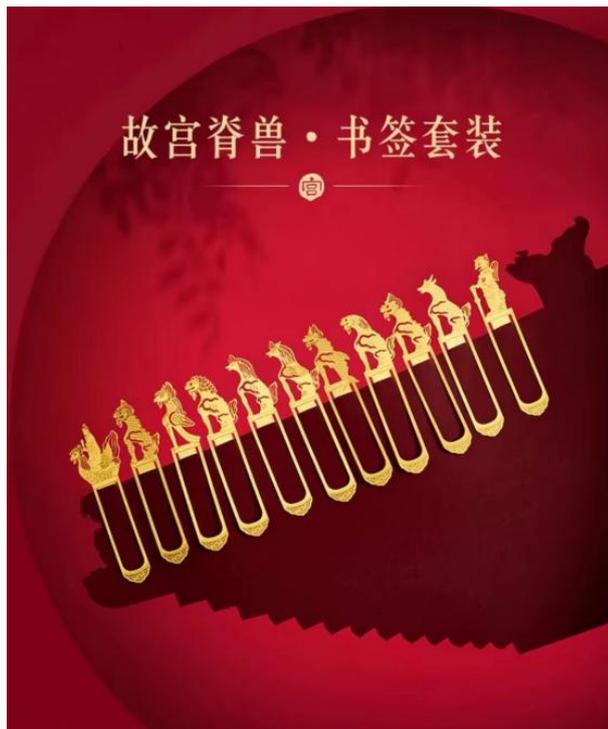


Figure 1. Bookmark set of roof figures in the Forbidden City
图 1. 故宫脊兽书签套装[®]

4.2. 符号转译

符号转译是将文物的造型、纹饰、材质、功能等元素提取后，通过设计者的主观创意，以符号化的形式融入到文创产品中[10]。符号转译的设计方法既能够使文化元素自然的融合于产品中又可以增加产品的美感。

1) **造型**：故宫太和殿檐角上的脊兽造型多样，或乖巧可爱或威风霸气，在造型的转译上有着极大的空间。根据脊兽原本的形象可通过平面化、动漫化的设计手法，将其造型设计的更加简洁可爱，可设计应用于盲盒、挂件、钥匙扣等方面。如图 2，故宫太和瑞兽·脊兽系列盲盒，将脊兽的造型进行了动漫化的设计，使每只盲盒拥有了萌趣的外形又兼具着古建筑文化的内涵，脊兽形象以新潮的方式走入了大众视野。



Figure 2. Imperial Palace Taihe auspicious beast roof figures series blind box

图 2. 故宫太和瑞兽·脊兽系列盲盒®

2) **纹饰**：故宫脊兽形象大多来源于神话传说中的瑞兽，其表面多有鳞甲、祥云等雕饰，在文创产品设计的应用中可对纹饰进行简化或立体化的设计。例如在段双的《吞脊兽的图形纹样在视觉设计中的应用》中，巧妙的利用了鳞甲纹饰于日历设计中，将月份日期分布在鳞片上，立体化的设计使过去的日期可以撕掉，并赋予了“非常耐撕”这一谐音的美好祝福。鳞甲纹饰的立体化应用使脊兽文化以新颖有趣的方式出现于大众的生活用品上，兼具了实用性、文化性和趣味性。

3) **材质**：故宫脊兽是由琉璃制成，元素直译的设计方法中可以模仿其原本材质，在材质符号的转译中则可以对材质进行简化或改变的创新。不同类型的材质赋予产品不同的温度，给予消费者不同的情感体验，例如棉布的材质能够为产品赋予温馨、自然的氛围，塑料的材质利于经济化的批量生产，木制的材料则为产品增添自然感且绿色环保。

4) **功能**：脊兽早期作为建筑构建具有安固一方的功能，装饰着檐角又承载着美好的寓意，在文创设计中需要将脊兽原有的传统功能转译为具有关联性且更加符合现代需求的功能。如图 3，以故宫博物院推出的“朝珠耳机”为例，朝珠的造型赋予了耳机的功能，戴上耳机仿佛拥有皇家姿仪，历史与现实的

碰撞使人浮想联翩，为消费者带来了有趣的体验。



Figure 3. Court beads headphones

图 3. 朝珠耳机®

4.3. 意蕴展现

意蕴展现的设计方法关键在于表现文物所蕴含的情感内涵、精神寓意等。脊兽作为古老建筑上的守护灵兽，代表着劳动人民对美好生活的祈愿，被赋予了美好的象征意义，经过历史传承，积极的象征作用深入人心。每只脊兽各有其独特的寓意，龙，为古代传说中的另一神兽能“兴云雨，利万物，”代表了至高无上，是天子的象征。凤，是古代传说中的瑞鸟，代表了吉祥和谐。狮，百兽之王威武英勇，可守正辟邪。天马，是忠勇之兽，追风逐日，代表着吉祥如意、畅通无阻，象征帝王恩泽天下。押鱼，相传是海中异兽，可呼风唤雨，避火消灾。獬豸，是头有一角的神兽，代表着明辨是非，公平正义，也有



Figure 4. Longevity moon spirit-jade rabbit thread incense tool

图 4. 长生月灵 - 玉兔线香器®

辟邪的意思。斗牛，是可以兴云制雨的灵兽，可逢凶化吉，消灾解难；行什，是故宫太和殿所特有，清朝具有严格的等级观念，建筑规格方面也不例外，太和殿代表着最高等级的宫殿，第十个脊兽的行什是独一无二的存在。行什是猴面孔带翅膀的小兽，手持金刚宝杵，可降魔。

将每只脊兽的独特精神内核运用于设计中，给予用户美好的祝福，更能激发消费者的购买欲望。例如狻猊喜烟好坐的特点结合意蕴展现的设计方法可以将其与点香器相融合。如图 4，以贵和文化设计的长生月灵 - 玉兔线香器为例，其运用了意蕴展现的设计方法，以玉兔为设计题材，洁白无瑕的造型融合线香器的功能，二者相得益彰，烟雾缭绕、古色古香透露着满满的东方艺术之美，用玉兔借喻团圆美满，长长的耳朵寓意顺意、长生，即具实用性又为生活增添了中式审美意趣，在功能上也非常符合设计题材本身所具有的特色。意蕴展现的方法在设计中如中华文化一般内敛而又耐人寻味。

5. 结论

本文通过文献研究的方法，对故宫脊兽形象进行了概述，分析了故宫脊兽形象文创产品的基本现状及其存在的问题，总结了故宫脊兽形象在文创产品设计中的三种应用方法。希望通过探究故宫脊兽形象在文创产品设计中的应用能够促进传统文化与现代设计紧密融合，普及我国古建筑传统文化知识。文创产品设计可以使传统文化走进大众的生活，延续中华民族优秀的传统文化和精神，我们要坚定民族文化自信，做好本国文化的传播者、守护者。

注 释

- ①图 1 来源: <https://m.tb.cn/h.5IU23obC5Nq2WjA>/搜索结果
- ②图 2 来源: <https://www.modian.com/>搜索结果
- ③图 3 来源: http://www.360doc.com/content/14/11/16/19/2865831_425585629.shtml
- ④图 4 来源: https://www.sohu.com/a/615129178_121124378

参考文献

- [1] 石晶. 传统艺术之美——甘谷脊兽艺术文化调查与研究[J]. 大众文艺, 2010(6): 98-99.
- [2] 许慧, 刘汉洲. 浅析中国古建筑脊饰的演变情况[J]. 华中建筑, 2008, 26(12): 188-191.
- [3] 田志郎. 中国鸱尾史略[J]. 古建园林技术, 1998(1): 60.
- [4] 李东阳. 怀麓堂集[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2005.
- [5] 徐凡, 钱皓, 王一珉. 论北京故宫建筑中脊兽的特点及文化内涵[J]. 工业设计, 2017(10): 83-84.
- [6] 史敏. 论故宫脊兽艺术[J]. 美术教育研究, 2015(4): 28.
- [7] 段双. 脊兽的图形纹样在视觉设计中的应用[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 杭州师范大学, 2019.
- [8] 翁煌. 三星堆文物在文创产品中的创造性转化策略研究[J]. 创意设计源, 2022(3): 58-61.
- [9] 刘斐斐, 徐燕. 基于层次分析法的故宫太和殿脊兽文创产品设计[J]. 包装与设计, 2022(4): 134-135.
- [10] 许蕾. 三星堆博物馆文创产品设计研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 成都大学, 2021.