产品设计视角下漆画艺术的传承与创新路径

陈休含，王时音
广州美术学院 工业设计学院，广东 广州 523121
DOI:10.61369/EDTR.2026100011

摘　　要： 为推动漆画艺术传承创新，文章在阐述了漆画艺术融入产品设计后形成的综合价值后，从技艺传承、文化理解、市场发展三个角度，分析了漆画艺术在产品设计中传承面临的问题，以及影响漆画艺术在产品设计中创新的因素，最后从四个角度提出适合产品设计实际需求的传承与创新路径，希望在丰富该领域研究成果的同时，为传统工艺融入现代产品设计提供些许参考。

关 键 词： 产品设计；漆画艺术；传承；创新路径

Inheritance and Innovation Path of Lacquer Painting Art from the Perspective of Product Design

Chen Xiuhan, Wang Shiyin
School of Innovation Design, Guangzhou Academy of Fine Arts, Guangzhou, Guangdong 523121

Abstract: To promote the inheritance and innovation of lacquer painting art, this paper elaborates on the comprehensive value generated by integrating lacquer painting art into product design. From three dimensions including skill inheritance, cultural understanding and market development, it analyzes the existing problems of inheriting lacquer painting art in product design as well as the factors affecting its innovation. Finally, inheritance and innovation paths adapted to the practical demands of product design are put forward from four perspectives. It aims to enrich research achievements in this field and provide references for the integration of traditional crafts into modern product design.

Keywords: product design; lacquer painting art; inheritance; innovation path

引言

近年来，传统漆画艺术在现代生活中的应用范围较为有限，年轻群体对漆画技艺的了解不足，传统技艺传承难度较大。产品设计与日常生活系相关，可以为漆画艺术创造出新的使用场景、提供更广阔的传播空间，而将漆画艺术融入产品设计后，产品可以呈现传统文化内容，漆画技艺也能获得新的发展机会。为此，从产品设计角度分析漆画艺术传承与创新面临的问题，并提出具体的传承创新路径，具有较高的研究价值。

一、漆画艺术与产品设计融合的价值体现

（一）文化价值

在产品设计时将漆画内容与日常用品结合，可以让消费者长期接触传统艺术，若消费者对图案纹样有较强的好感度，便有可能自行了解漆画艺术，进而实现传统文化的传承传播[1]。同时，不同地区的漆画艺术具有不同的造型风格、不同的文化来源，产品设计也可扩大这些地域艺术的传播范围。设计师在掌握地域文化背景后，将适合的漆画内容安排到产品表面，可以让消费者接触更多地方艺术，也能帮助消费者认识本土文化的价值。相关产品进入市场后，地域文化之间会增加交流机会，消费者也会在使用和购买过程中形成更清晰的文化认识。

（二）经济价值

漆画的材料质感和装饰效果均可以有效提升产品的视觉特点。一方面，在产品设计过程中加入漆画相关内容后，产品的外观较为鲜明，所呈现出的文化气质也与普通商品不同，消费者的购买欲望会得到一定程度的改善[2]。例如带有漆画装饰的礼品通常具有更明确的文化属性，产品售价和市场吸引力也会随之提高；另一方面，由于消费者的生活需求不断变化，因此越来越多的消费者会更青睐个性鲜明的产品，若设计团队根据不同产品的使用场景安排漆画内容，调整漆画的表现范围，便可以拓展产品类型，形成个性化的产品标签，消费者的购买意愿更强烈，市场空间也更广阔，相关企业也可以借此形成新的销售渠道和收入来源。

（三）审美价值

漆画具有细腻的表面质感和丰富的色彩变化，产品设计使用漆画元素后，可以改善产品的视觉效果。消费者在接触产品时，既能感受到产品的使用功能，也能观察到漆面带来的光泽和层次

Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

变化。漆画艺术进入日常用品后，产品的外观表达更加丰富，消费者也能获得不同于普通工业产品的审美感受。

漆画使用的装饰方法较为丰富，能够为产品设计提供新的表达方式。设计师可以根据产品的外形安排图案范围，也可以按照使用位置调整漆面的色彩和质感，使装饰内容与产品功能保持联系。若产品表面的漆画图案与产品造型相协调，产品的视觉效果也会更完整。

二、漆画艺术在产品设计中传承面临的问题

（一）技艺传承困境

漆画制作需要完成多项工艺操作，学习者必须经过较长时间的练习，才能熟悉材料特点和制作要求，初学者很难在短时间内形成稳定的制作能力，也正因为较长的学习周期，导致大量学习者的学习意愿较低，愿意长期从事漆画制作的人数也较少。

与此同时，传统漆画技艺的传授方式主要为师徒传承，师傅按照个人经验指导学徒，学徒长期跟随师父，在看中学，积累足够经验后方可真正上手，虽然可以保留部分细节经验，但也导致漆画技艺的传播范围狭窄[3]。与之相比，现代年轻人的生活节奏较快，职业选择丰富，而学习周期较长的漆画技艺难以在短期内取得收益，因此年轻人的参与意愿相对有限，传统技艺也面临后继力量不足的问题。

（二）文化理解偏差

部分设计师对漆画艺术的历史来源和文化含义的了解不足，设计时过度在意表面图案和色彩效果，导致漆画内容与产品功能无法形成联系。且部分产品虽然使用了漆画图案，却无法清楚表达相关文化信息，消费者也很难理解设计内容背后的意义。

而在漆画产品进入不同的文化环境后，消费者所处的社会语境，以及消费者的审美水平也会影响消费者对于产品的认知，若消费者对漆画艺术知识了解较少，在购买产品时就会更倾向于选择自己熟悉的产品风格，自然无法认识到漆画产品的艺术价值，也难以建立起产品的市场认知。

（三）市场需求矛盾

一方面，近年来消费者对漆画产品的需求逐步向个性化方向发展，但目前部分产品的外形和装饰方式较为接近，市场上容易出现相似设计，难以回应不同消费群体的使用习惯和审美需求。

另一方面，高品质漆画产品需要投入较多制作时间，原材料和人工成本也会影响最终售价，导致产品价格较高，普通消费者无力购买产品，漆画产品的市场范围也会随之缩小。加之部分产品在销售过程中缺少稳定的推广渠道，消费者难以接触产品信息，也很难了解漆画工艺和产品价值，自然难以形成购买意愿。

三、影响漆画艺术在产品设计中创新的因素

（一）技术因素

传统漆画制作技术与现代产品制造技术的融合存在困难。传统漆画制作多依靠手工技艺，注重细腻的质感和独特的工艺表现，而现代产品制造技术强调规模化、标准化生产。两者在工艺、流程和设备等方面差异较大，实现有效融合并非易事。

新材料、新工艺的应用不足，限制了漆画艺术在产品设计中的创新表现。随着科技的发展，各种新型材料和工艺不断涌现，但在漆画艺术产品设计中，这些新元素的应用还比较有限[4]。同时，缺乏对数字化设计技术在漆画艺术产品设计中应用的研究。数字化设计技术能够为漆画艺术带来更多的创意和可能性，但目前相关的研究和实践还不够深入。

（二）观念因素

部分设计师受传统观念束缚，缺乏创新意识和勇气。长期以来，漆画艺术形成了一套相对固定的创作模式和审美标准，一些设计师习惯于遵循传统，不敢突破和创新。这种保守的观念阻碍了漆画艺术在产品设计中的创新发展。

消费者对漆画艺术产品的创新形式接受度较低，影响了设计师的创新积极性。消费者往往对熟悉的漆画艺术形式更为认可，对于一些创新的设计和表现手法接受度不高。这使得设计师在进行创新设计时有所顾虑，担心产品无法被市场接受。行业内对漆画艺术创新设计的评价标准不够完善，不利于创新氛围的营造。

（三）人才因素

既懂漆画艺术又懂产品设计的复合型人才短缺。漆画艺术和产品设计是两个不同的领域，需要具备不同的专业知识和技能。目前，市场上这类复合型人才相对较少，导致漆画艺术在产品设计中的创新受到限制。

高校相关专业的人才培养模式与市场需求脱节，培养出的人才实践能力不足。高校在人才培养过程中，往往更注重理论知识的传授，而忽视了实践能力的培养。这使得毕业生在进入市场后，难以迅速适应实际工作的需求。缺乏对漆画艺术创新人才的激励机制，导致人才流失。由于缺乏有效的激励措施，一些有创新能力的人才可能会选择其他更有发展前景的行业，从而造成漆画艺术创新人才的流失。

四、产品设计视角下漆画艺术传承与创新的路径策略

（一）技艺传承策略

其一，地方可建立师徒传承与学校教育相衔接的培养机制。其中，学校可以按照漆画制作流程先设置基础课程，让学生有机会提前接触到漆画的材料性质，以及基本的漆画操作，在掌握基本知识之后再进入具体技法训练。而在学生已经能独立完成简单的漆画后，学校便可邀请漆画艺人来为学生提供进阶指导，带领学生进入工作室完成真实作品，学生也有机会根据个人兴趣选择专项技法，跟随艺人持续训练。在整个教学结构当中，学校教师负责讲解理论知识和设计方法，艺人负责纠正操作动作、处理制作细节，双方按照阶段成果安排后续训练，协同完成人才教育。

其二，规范现有漆画技艺档案管理制度。在此方面，记录人员需要先确定拍摄对象，再按照制作顺序保存影像资料，若采用文字档案，则需要在文字内说明材料来源，不同工具的用法，以及不同工艺的操作条件，若作品已经完成，则记录人员还要保存

 | Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

作品尺寸，作品内纹样的来源，乃至于制作时间。为便于整理档案，档案管理人员可以按照艺人和技法对档案进行分类，统一文件名称、统一编号，研究人员查阅资料时便可按照编号找到对应内容，学习者也能按照完整流程开展训练。

其三，建立分层漆画培训计划。具体来说，组织方可以将培训分为初级、中级、高级三个层级，其中初学者所参加的课程均为短期基础课程，待初学者熟悉材料特点，掌握基本手法后，便可以参与连续培训，由培训教师按照学习进度安排作业，并在每次指导中指出具体操作问题；中级学习者可以参加临摹训练，按照传统作品完成局部纹样，再根据教师意见修改细节；待中级学习者通过考核，成为高级学习者后，便有机会参与创作训练，在限定主题下完成完整作品。培训结束后，组织者需要保存学员作品和指导记录，并安排学员参加交流展示。

（二）设计创新策略

一方面，打通漆画艺术与产品设计的联系，即先确定产品用途，再选择适合的漆画表现方式。在此方面，设计师需要先行观察产品的使用位置和接触方式，按照产品尺寸安排纹样范围，若区域经常接触手部，则对表面的起伏做出一定要求，若为观赏区域，则可以增加漆层的变化[5]。在确定产品需求后，交由漆画艺人提出工艺方案，产品设计师负责处理平衡和使用的关系，双方在设计初期共同完成草图讨论，在确定草图后，由设计团队制作小样，检查漆面与产品形态的配合情况。一旦小样操作不便或纹样失衡，则设计师需要调整造型，再由艺人负责重新处理。

另一方面，设计师可以将现代加工技术引入到漆画产品的制作流程内。设计师可以先用数字软件绘制纹样，按照产品的尺寸来调整图案比例和图案位置，若重复使用纹样，则可将纹样录入到软件内，以便于后续设计产品。在选择加工方式时，也要根据产品特点，从激光雕刻、三维打印或其他现代加工方式中选择合适的技术。加工完成后，漆画艺人再进行髹涂修整，来赋予产品一定的手工质感。

此外，若产品需要采用新材料，则需要设计团队先开展材料测试，再决定产品方案。在材料测试时，测试人员需要观察材料与漆层的附着情况，以及材料在温度变化下的表面状态，若小样测试合格，设计师便可以按照产品尺寸制作局部样件，并对样件进行下一步检查。通过以上检查后，漆画艺人便可以按照材料表面的吸附特点，来调整底漆厚度和打磨方式，最后交由设计师再根据处理结果修改产品形态。正式制作前，团队应当完成样件评审，并把材料规格和加工要求记录在设计文件中。

（三）市场推广策略

建立漆画艺术产品品牌之前，品牌方需要先确定产品的定位，再统一品牌表达方式。为此，品牌团队需要根据产品类型来确定主要消费群体、设计产品系列，同时选择的产品名称要具有说明使用属性的作用，包装也要清晰、简洁，亦可为每件产品包装内加入制作说明，来介绍漆画工艺和产品的使用方法。除此之外，为了保证产品质量，品牌方也要建立质量检查标准，以营造出良好的、消费者青睐的品牌口碑。

其次，品牌方也要进一步拓展漆画艺术产品的销售渠道，同时按照渠道特点安排不同的展示内容。其中，电商平台可以用图文或视频来展示产品尺寸，产品的使用场景，以及其他的细节形态；线下展览则优先展示完整样品，让消费者可以直观地感受到产品的材质，销售人员负责在现场为消费者介绍制作流程，同时根据消费者的使用需求推荐产品。

最后，开展文化营销活动，按照消费者的认知程度安排活动内容。其中，基础活动可以设置漆画作品展示，并配合简短的工艺说明，让消费者先熟悉产品来源；体验活动方面，品牌方可以允许体验者尝试参与髹涂，按照现场人员指导完成局部纹样后，便可以免费带走作品；此外，品牌方也可以开展讲座活动，即在活动前宣传本次活动所展示的作品，在活动中由讲解人员为参与活动的人员讲解作品的纹样来源，以及作品的制作过程。

五、结束语

产品设计视角下漆画艺术的传承与创新，是传统文化与现代设计理念碰撞的结晶。尽管在传承中存在技艺延续难题、文化理解偏差，创新中受技术、观念、人才等因素制约，但通过构建技艺传承体系、开展设计创新、拓展市场推广，漆画艺术有望在产品设计领域重焕生机。这不仅能让漆画艺术在现代社会找到新的载体，也能使产品设计因传统文化的注入而更具魅力，推动文化与经济的协同发展。

参考文献

[1]韦乐妍，卢永鑫.插画艺术在产品包装设计中的应用研究[J].绿色包装，2024,(12):147-149+154.

[2]刘佳，牟晓林，练春海.第十四届全国美展——艺术设计、工艺美术与陶瓷艺术、漆画述评[J].美术观察，2024,(11):17-23.

[3]马玉静，吕金栋.传统漆画艺术与现代纺织设计的跨界融合[J].辽宁丝绸，2024,(03):79-81.

[4]陈田.扬州传统工艺漆画艺术的保护与传承路径[J].新传奇，2025(20):46-48.

[5]张善庆，李冰艺，刘悦闵.多维视角下漆画艺术的文化美感与风格阐释[J].安顺学院学报，2025,27(5):25-31.

Copyright © This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License