

《新福》中国民间四大年画纹样设计

齐永衡, 李珮文*

武汉文理学院 湖北武汉

【摘要】本研究聚焦中国四大木版年画（苏州桃花坞、开封朱仙镇、天津杨柳青、潍坊杨家埠）的非遗传承与现代转化问题。针对其在当代应用场景萎缩及审美隔阂的现状，通过设计实践探索活化路径。研究从传统年画中提取标志性纹样与色彩，经符号解构与重组进行再设计；并借助现代色彩分析方法调整色值，以适配当代审美与家居环境。最终产出四组创新纹样及其布包、手帕等衍生品，验证了非遗元素在现代日常载体中转化的可行性，为传统文化资源的创新设计提供实践参考。

【关键词】中国民间四大年画；纹样创新；非遗活态传承；色彩现代化；国潮设计；衍生品设计

【收稿日期】2026年3月20日 **【出刊日期】**2026年4月20日 **【DOI】**10.12208/j.ssr.20260127

Xin Fu: Pattern design based on the four major Chinese folk New Year paintings

*Yongheng Qi, Peiwen Li**

Wuhan College of Arts & Sciences, Wuhan, Hubei

【Abstract】 This study focuses on the inheritance and modern transformation of four major Chinese woodblock New Year paintings. To address their declining contemporary relevance and aesthetic disconnect, design practice is adopted as an activation approach. Iconic patterns and colors are extracted from traditional paintings, then redesigned through deconstruction and recombination. Modern color analysis methods are applied to adjust color values for contemporary aesthetics and living spaces. The outcome includes four sets of innovative patterns and derivative products like cloth bags and handkerchiefs, demonstrating the feasibility of transforming intangible cultural heritage elements into modern daily items. This provides a practical reference for innovatively designing traditional cultural resources.

【Keywords】 Four major Chinese New Year paintings; Pattern innovation; Living heritage inheritance; Color modernization; Guochao design; Derivative product design

1 选题概述

1.1 选题背景

当下，以木版年画为代表的传统节俗视觉符号，在现代化进程中面临着“文化失语”的窘境。其核心矛盾在于：年画所承载的驱邪避灾、祈福纳祥等吉祥寓意，与当代人对美好生活的精神向往本质相通；然而，其固有的视觉表现形式——如强烈的高饱和色彩、繁复细密的装饰纹样——却与当代主流追求的简约、宁静的审美趣味，以及现代化、简约化的居住空间环境产生了显著脱节。这种“精神内核相通而视觉形式疏离”的困境，导致年画艺术难以自然地融入日常生活，其传承多局限于仪式性展示或怀旧语境，活化路径狭窄。

与此同时，在国家大力倡导非物质文化遗产“活态

传承”的背景下，如何让非遗“见人见物见生活”成为关键命题。另一方面，“国潮”风尚的兴起反映出市场与消费者，特别是年轻群体，对兼具文化深度与现代美感的创新设计产品的迫切需求。因此，探索通过系统性的设计创新，化解传统视觉符号与现代生活方式的隔阂，不仅具有文化抢救的紧迫性，也具备切实的市场潜力与现实意义。本课题正是源于对此现象的观察与思考。

1.2 选题目的及意义

1.2.1 研究目的

本研究旨在从设计学视角出发，回应年画艺术面临的当代传承挑战。具体目的如下：

(1) 设计实践目的：以中国民间四大木版年画（朱仙镇、桃花坞、杨家埠、杨柳青）的经典作品为研究对象，

*通讯作者：李珮文，湖北武汉人，现武汉文理学院数智创意与人文学院艺术工程系教师，艺术设计博士在读，湖北省女美术家协会会员。

完成一套名为“新福”的系列视觉设计作品。通过应用“再设计”与符号转译方法,对传统纹样进行结构提炼与简化,对色彩体系进行现代化改良(如降低饱和度、重构配色关系),并实现整体视觉风格的整合与统一^[1]。最终产出符合现代审美、可灵活应用于家居装饰、数字媒体及文创衍生等多场景的系统化视觉资产。

(2) 理论研究目的:通过对上述设计实践过程的梳理与总结,为非物质文化遗产的视觉创新与传统文化符号的当代转译,提供一个具体的设计学案例与实践范式,以期丰富视觉传达设计领域中关于文化IP再造与系统性设计转化的相关理论。

1.2.2 研究意义

(1) 理论意义:本研究将设计学中的“再设计”理念、符号学理论与非遗的“活态传承”要求相结合,构建了一个针对传统视觉符号进行现代化转译的设计研究路径^[2]。其成果可为“传统文化资源的当代设计转化”这一跨学科议题提供实证参考,有助于深化对文化符号在新时代语境下的演绎规律与创新方法论的认识。

(2) 实践意义:

文化传承层面:推动年画从静态的“历史遗产”向动态的“生活美学”资源转化。通过创造契合时代审美的视觉形式,重新建立其与当代公众(尤其是青年群体)的情感联结,激活文化认同,并使之能够参与构建新时代的节日仪式感与日常生活美学。

行业应用层面:研究成果可直接转化为一套高质量、体系化、具备明确文化属性的现代化纹样库与设计解决方案。该成果可为文创产品开发、品牌跨界合作、国潮时尚设计、数字内容创作等领域提供可直接应用或进行二次开发的优质资源,具有较高的实践价值与商业潜力。

1.3 国内外研究进展

对中国传统木版年画,尤其是朱仙镇、桃花坞、杨家埠、杨柳青这四大代表性产地的艺术形式,其现代化设计研究已成为连接文化遗产保护与当代视觉消费的关键领域。当前,围绕该主题的国内外探索呈现不同侧重点,共同构成本课题的研究基础与参照体系。

1.3.1 国内研究现状

国内相关研究与实践主要集中在两个层面:

其一为深入的本体研究与系统性保护。以冯骥才、王树村等学者为代表的研究工作,对四大年画的历史脉络、工艺技术、艺术风格及民俗内涵进行了全面梳理与档案化保存。此类研究奠定了严谨的学术基础,为后续的创新设计提供了不可或缺的图像资料与文化语境依据,确保了再创作的根源性与正当性^[3]。

其二为创新设计实践,目前主要呈现两种路径:一是忠于原型的复刻与微调,侧重于技艺传承与原貌再现,虽具文化保存价值,但未能从根本上解决传统视觉形式与当代审美及生活方式的脱节问题,难以实现日常生活化融入。二是碎片化与符号化的元素挪用,常将门神、瑞兽、花卉等吉祥纹样从其原有的叙事与构图中剥离,作为孤立的装饰元素应用于各类现代产品表面^[4]。这种方式虽操作简便并能快速产生“中国风”视觉效果,但往往割裂了年画完整的文化叙事与精神内核,易使传统艺术降格为浅表的图形装饰,缺乏深度与系统性整合^[5]。

总体而言,目前针对四大年画经典纹样,进行系统性视觉语言转译,并形成一套兼具文化识别度、现代美感及可扩展性的系列化设计成果的深度研究,尚显不足。这构成了本课题“新福”系列设计研究试图回应的核心问题。

1.3.2 国外研究现状

尽管国外研究不直接针对中国年画,但在传统图案的现代化转译方法论上提供了重要借鉴。例如,日本设计界在处理浮世绘、家纹等传统元素时,擅长通过“重构”实现现代化,其核心在于运用极致的简化、几何化与秩序化手法,在保留神韵的同时彻底革新形式,使之契合现代简约美学与工业生产需求,如设计师田中一光对传统色彩的现代表达^[6]。北欧设计则在对民间图案的转化中,强调功能提炼、抽象造型与色彩的情感化表达,剥离繁复细节,彰显质朴温暖的精神本质。

这些实践揭示了通过现代设计法则(如简化、网格系统、负空间运用)重构传统视觉基因的共通路。此外,国际设计理论界关于“文化适应性设计”、“全球化语境下的本土化表达”及“传统工艺的当代转译”等讨论,也为本课题提供了跨文化的理论视角,强调创新需在文化本源与当代需求之间建立创造性对话。

综合而言,当前领域存在“保护”与“创新”的断层,以及“元素挪用”与“神韵传承”的失衡。许多实践或偏于保守,或流于表面,未能完成从传统语义到现代语境的深度“转译”。然而,清晰趋势表明:研究正从零散的符号应用,转向对文化内核的深度解读与系统性现代表达。未来方向强调设计应致力于在精神层面维系与传统的连贯性,并运用当代设计语言进行整体性重塑,即从“提取图案”转向“转译系统”,从“制作单品”转向“构建可延展的视觉资产”。

因此,本课题聚焦于对四大年画进行“纹样结构重组、色彩体系重建、视觉风格统一”的系统性转译,旨在回应上述研究空白。课题致力于创建一套统一的现代设计语法,将来源各异的传统纹样融入和谐的新体系中,通过色

彩降饱和与调和、纹样简化与几何归纳等方法,形成系列化、家族化的视觉成果,从而为传统文化资源的现代转化提供兼具理论深度与实践价值的创新路径。

2 选题调研

2.1 四大年画生存现状

当前,中国四大木版年画的保护与发展工作已超越早期的资料抢救与技艺保存阶段,普遍进入以“创新转化”为导向的活态传承新时期。各产地依据自身资源禀赋,探索出特色迥异的发展路径。

苏州桃花坞年画正致力于系统化数字存档与高端文创开发^[7]。其牵头建设的“姑苏版画数据库”已收录超过300件珍品的超高精度数字档案,为文化研究与创意衍生奠定了坚实基础。在产品端,桃花坞倾向于与高端品牌合作,推出如真丝织品、香氛等品类,将年画元素融入雅致生活美学,旨在提升其艺术与商业价值。

天津杨柳青年画则活跃于跨界联名与生活化转译领域^[8]。其与景德镇陶瓷等知名工艺品牌达成战略合作,开发年画主题陶瓷艺术品。同时,创作团队积极简化传统造型线条,设计符合现代审美的生肖新年画,并将其应用于小夜灯、文具等日常用品,使年画以更轻松、实用的姿态回归现代生活。

开封朱仙镇年画在数字化传播与研学旅游融合方面成效显著^[9]。通过开发系列年画主题数字动态壁纸,其在年轻用户群体中获得了超七成的使用占比,成功触达了核心互联网人群。线下,朱仙镇与高校合作建立研学基地,将年画制作体验深度嵌入旅游线路,年接待研学人次逾十万,实现了文化教育、旅游消费与技艺传播的多重效益。

潍坊杨家埠年画目前侧重巡回展览与大师IP化传承。通过在全国多地举办专题影展,集中展示已故国家级大师的代表作,有效扩大了其社会影响力。然而,这种模式也反映出其对个别代表性传承人的高度依赖,如何在大师光环之外,建立更可持续、更具活力的普通传承人培养与市场激励机制,是其需要面对的长远课题。

综合来看,四大年画的创新实践虽形式多样,但共同指向打破年画作为“年节一次性消费物”的固有标签,促使其向“常态化生活美学元素”转型的核心目标。普遍面临的挑战在于:传统手工生产与规模化、市场化需求之间的矛盾;产品定价难以体现其深厚的工艺与文化价值;以及如何在创新中保持内核精神而不流于表面符号的简单挪用。

2.2 现代年画消费市场结构

现代年画消费市场已形成二元结构,由快速增长的

文旅体验消费与亟待升级的实体产品消费共同构成,两者呈现截然不同的发展态势。

文旅体验消费已成为驱动年画市场增长的核心引擎。消费场景发生了根本性转移,从传统的年货集市转向了文化景区、博物馆与乡村振兴项目。以四川绵竹年画村为例,其通过打造沉浸式年画主题村落,在2024年吸引游客超过百万人次,带动综合旅游收入突破四亿元。关键在于,消费者购买的不仅是一幅画,更是制作年画的体验过程与文化记忆。这种“参观+体验+购买”的模式,显著提升了消费附加值,并成功拉动了周边食宿产业,实现了文化保护与经济效益的良性循环。

相比之下,传统实体年画产品的消费市场则面临明显的价值瓶颈。一幅精心刻版、套色印刷的中堂画,因其纯粹的手工制作,往往需要数日工时,但其市场售价普遍徘徊在数百元区间,远未能体现其艺术劳动与文化积淀的真实价值。绝大多数传统年画仍被归类为“旅游纪念品”或“地方特产”,消费场景狭窄,溢价能力低下。

市场转机出现在文创化与实用化的赛道。近年来,将年画视觉元素进行现代设计转化后,应用于高频次使用的日常生活物品,成为打开年轻消费市场的有效策略。例如,融合年画纹样的冰箱贴、行李牌、丝巾、手机壳、车载香薰等“小文创”产品,因设计新颖、价格亲民、实用性强,销量与市场反响显著优于传统画作。这清晰地表明,将文化符号无缝植入当代生活动线,是重构其市场价值的关键。

2.3 年画高频主题与当代人愿望的联系

传统木版年画中高频出现的主题,如守护家门、祈愿富足等,其深层内核并非过时的习俗,而是人类对安全、繁荣与美好生活的普遍向往。这份跨越时代的情感基础,正是其能与当代年轻人产生精神共鸣的根源。然而,若想让这份共鸣转化为真正的认同与使用,就必须完成从传统语义到当代语境的创造性“转译”,将古老的视觉符号,转化为能嵌入现代生活的“新叙事”。

在具体的转译路径上,不同主题有着各具侧重的实践。例如,门神主题从物理空间的守护者,正转变为精神世界的“支持者”。其“守护”的核心功能被保留,但对象从家宅变为更具体的个人愿望,如应对考试、求职压力或寻求情感慰藉。这一转译的关键在于功能的具体化与情感对标,使年画从一种泛泛的祈福,变为针对现代人细微焦虑的“解忧良方”和积极心理暗示。再如,以“连年有余”为代表的财富主题,其转译则朝着“愿景即时化”和“符号潮流化”发展。传统的“年年”富足是一种长期期盼,而当代年轻人更渴望可见的、即时的积极反馈。

因此,设计上常融合更直白的吉祥语、网络流行概念与潮流视觉元素,使其化身为鼓励当下行动、祝愿即时成功的“视觉加油器”,紧密契合快节奏生活中的成长渴望。

更进一步的转译,是让年画彻底脱离“年节限定”的标签,融入日常生活的每一刻。这主要通过“载体数字化”与“体验轻量化”实现。当年画的瑞兽、娃娃化身为手机动态壁纸、社交表情包时,它便成为一种全天候的个性文化陪伴;当其纹样被印制在茶具、文具、服饰等日常用品上时,吉祥寓意便自然流淌于生活场景之中。这种全方位的渗透,使年画最终从墙上的仪式性装饰,转变为可触摸、可使用、可分享的生活美学。

因此,成功的转译绝非简单的图形修改,而是一场系统的“意义重建”。它要求在设计之初,就深入挖掘传统主题中能与当代人,特别是年轻群体产生共振的永恒情感内核。随后,运用现代设计语言——如简化的造型、重调的色系、新颖的构图——对这一内核进行可视化包装。最终,必须为这份新视觉寻找最贴切的当代载体和场景,让其功能与情感价值得以真正释放。唯有完成从精神内核到视觉形式,再到应用场景的完整转译链,传统年画才能真正从文化遗产的宝库中走出,成为构建当代生活情感与意义的活态资源。

3 设计过程及设计说明

3.1 “新福”系列纹样概念及风格定位

“新福”系列纹样设计,其核心概念在于开启一场“传统的活性实验”。它不以颠覆或取代为目的,而是致力于对经典年画视觉基因进行系统性提取与当代语法重组,旨在探索非遗艺术脱离特定时节、融入日常生活的永续路径。系列命名“新福”,即寓意用新的设计语言,诠释中国人亘古不变的“祈福”内核,使其成为一种随时可感、可用的生活美学。

在具体的创作理念上,设计遵循“提取-解析-重组”的逻辑。每一幅纹样均锚定单一产地(如杨柳青),但打破该产地内部不同主题年画(如门神、娃娃、花卉)的题材壁垒,从中提炼最具代表性的造型符号、线条特征与构图节奏。这些元素如同文化的“基础零件”,通过精密的重复、镜像、错位或层叠进行排列组合,构建出既熟悉又新颖的连续图案。在色彩策略上,设计建立了双重体系:一是根植于传统的“本原色”,直接从原画中汲取那些历经时间沉淀的典型色值,作为文化识别的底色;二是面向当代的“衍生色”,依据现代色彩心理学与流行趋势,对基础色进行明度、饱和度与搭配关系的再创造,生成更具时尚感与场景适配性的配色方案,以满足多样化的审美与情绪需求。

基于以上理念,本系列的风格定位可概括为“新古典装饰主义”。它绝非对传统的简单复刻,也非天马行空的先锋实验,而是追求一种审慎的平衡与升华。在图形上,它严格保留传统年画中极具辨识度的轮廓特征、刀味木趣与吉祥寓意,避免因过度抽象而丢失文化魂魄,确保其“年味”内核得以传承。但在整体风貌上,它通过元素的秩序化组合、色彩的清新化处理以及构图的现代构成感,洗练掉原有形式中可能与现代空间格格不入的繁复与浓艳,呈现出一种宁静、典雅且富于装饰韵律的现代视觉面貌。这种风格使其能从容跨越时空,既承载历史记忆,又契合当代崇尚简约、精致与人文气息的审美语境。

这一设计思维最终指向其根本目标:让年画回归“日常之用”。因此,周边产品的载体选择严格遵循“生活伴侣”原则,彻底摒弃仅具节日仪式感的单一产品。设计将聚焦于高频使用的日常物品,例如兼具审美与功能的布艺家品(如抱枕、桌旗、餐垫)、随身携带的桌面文具与数码周边(如笔记本、手机壳、电脑包)、提升个人趣味的饰品与穿搭小物(如丝巾、徽章、袜饰)等。通过将“新福”纹样浸润于这些生活细节,年画艺术得以摆脱“新年限定”的时效枷锁,转化为一种可随时触摸、使用与欣赏的常态文化存在,从而在真正意义上实现非遗的“活态”传承与传播。

3.2 “新福”系列纹样设计

(1) “新福”系列杨柳青年画纹样设计

杨柳青纹样主要提取两种元素,自然类(竹、荷花、云)和装饰类(金鱼灯笼、虎头帽、绣球)。构图营造出文雅秩序与轻松氛围的双重视觉节奏,原色保持了典雅的气质又完整地传达出图必有意、意必吉祥的文化含义。衍生色表现出轻盈活泼的视觉效果,保留了杨柳青年画原有的特点,也融入了浪漫与活力,详见图1。

(2) “新福”系列桃花坞年画纹样设计

桃花坞纹样选取了四种元素(门神面部、盔甲、钺、竹制花枝门框、烛灯),传递出威慑力的同时保留了安全感、仪式感以及温馨的居家氛围。原色还原了江南水乡清丽婉约的特点,衍生色整体配色在保留桃花坞精致秀雅特点时,也加入了符合当下审美的浓郁、深邃和活力,详见图2。

(3) “新福”系列杨家埠年画纹样设计

杨家埠纹样整体构图显得庄重且充满活力,朝阳和龙凤祥云保留了年画原有的庄重气质,寿桃和莲花点缀表达了对生命活力的朴素期望。原色保留了质朴明快的乡土气息,也表现出张力和韵律。衍生色则减少了视觉冲击力,营造出浪漫时尚的氛围,加入了柔和和活力并且表现出清新和秩序感,详见图3。

(4) “新福”系列朱仙镇年画纹样设计

朱仙镇纹样构图逐渐深入,构成了守、祈和纳财的吉

祥叙事。原色色彩浓烈饱满、线条粗犷有力,保留了朱仙镇古朴豪放的特质,同时通过重复对称的方式赋予了装饰韵律。衍生色整体配色在保留古朴豪放基础上注入复古和活力,传达出守护时的温情和希望,详见图4。

(5) “新福”系列纹样周边产品设计
“新福”系列纹样周边衍生品包括丝巾、帆布手提袋

和抱枕等产品,把年画纹样从墙壁转移到衣饰上,从仪式变为日常,利用各种生活化载体满足不同生活场景中对于情感的需要。消费者在使用这些产品时,既得到了实用功能,也在完成了对年画文化的感知和认同。这一设计把年画变成活态文化资产,给传统年画进入现代生活找到具体可行的方法,详见图5。



图1 杨柳青年画纹样设计过程图



图2 桃花坞年画纹样设计过程图



图3 杨家埠年画纹样设计过程图



图4 朱仙镇年画纹样设计过程图

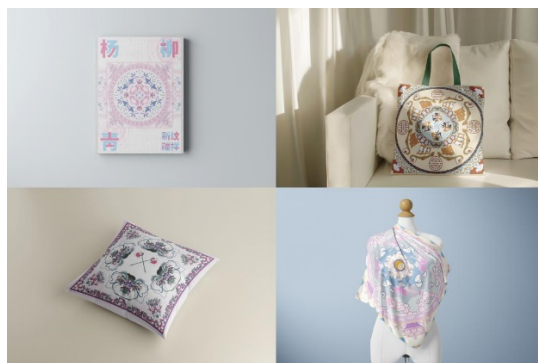


图5 “新福”系列纹样周边衍生品

4 结论与展望

本研究通过“新福”系列设计实践,完成了一次以设计为驱动的传统文​​化转译实验。其核心价值在于,验证了通过“提取与重组”的系统性方法,能够成功激活传统年画的艺术基因,使其在保留核心造型与吉祥寓意的同时,经由纹样重构与色彩体系革新,蜕变为符合现代简约审美的“新古典装饰主义”风格。这一转译过程,从根本上打破了年画作为“新年限定”符号的时空局限,使其通过布艺、文具等日常载体,转化为一种可随时介入生活的美学常态,为非遗的活态传承提供了切实可行的路径。展望未来,这一创新旅程可向更纵深的维度延伸:一方面,探索与数字媒体技术的融合,例如开发动态图形或AR交互应用,将使古老纹样在数字原生代中获得新生;另一方面,推动从单品设计到系统化生态的构建,通过与家居、服饰等领域的品牌进行跨界系列开发,能够构建一个完整的“新中式”生活美学产品生态,从而在更广泛的社会与商业层面,使传统文化图式持续焕发勃勃生机。

参考文献

[1] 李欣洁,付继香. 传统年画色彩在适老化视觉传达设计中的应用研究——以苏州桃花坞木版年画为例[J].天工,2025,(34):68-71.

- [2] 胡格格. 基于皮尔斯符号学的界首木版年画传播研究[J].天工,2025,(34):90-93.
- [3] 宋雅琪,麦李雯,董孟雅. 文化强国视角下设计应用中的传统文化与自信[J].中国包装,2025,45(12):119-124.
- [4] 席青. 浅谈现代服饰设计中中国传统纹样的应用[J].辽宁丝绸,2025,(04):34-36.
- [5] 王东方. 桃花坞木版年画造型元素在服装设计中的应用[J].西部皮革,2025,47(18):79-81.
- [6] 张梦瑶. 田中一光的海报设计中的色彩艺术探究[J].色彩,2024(03).
- [7] 赵悦彤,符家豪,谢遨璐. 桃花坞木版年画的艺术特色及文旅产品创新[J].天工,2025,(34):64-67.
- [8] 谭鑫,潘垚先. 美术设计视角下的非遗创新——以杨柳青年画为例[J].艺术设计学刊,2025,(04):116-118.
- [9] 韩欣萌. 文旅融合背景下朱仙镇木版年画文创路径分析[J].济源职业技术学院学报,2025,24(03):17-21.

版权声明: ©2026 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。

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



OPEN ACCESS