

# 基于设计事理学的文化产品创新设计探讨——以海昏侯墓独辂车为例

王琨 章亚婷 万芬芬<sup>(通讯作者)</sup>

江西水利电力大学 人文与艺术学院, 江西南昌, 330099;

**摘要:** 设计事理学在文化产品创新设计中的应用, 有助于突破文化产品设计中简单符号堆砌的误区。事理学主张从“物”的设计转向“事”的设计, 强调“人—物—环境—社会”之间的系统关系, 遵循实事求是原则来开展设计工作。将事理学应用于文化产品设计, 结合中国传统造物思想与文化内涵, 深入研究“事”“物”的内在联系和逻辑规律, 有利于提升“元”设计动力, 为文化传承与设计创新注入活力。本文以汉代车舆设计为核心案例, 将其深度融入设计事理学的理论框架与实践路径, 通过宏观与微观层面的事理学分析, 探讨文化元素从符号解构到产品落地的创新设计方法, 进一步拓宽文化产品设计的研究视野。

**关键词:** 设计事理学; 文化产品; 创新设计; 汉代元素; 用户场景

**DOI:** 10.64216/3080-1516.26.03.069

## 引言

随着制造业的快速变革, 文化类产品市场迎来了蓬勃发展, 从早期较为单一的纪念品向着文化体验载体的方向转型, 消费者更加追求产品的文化深度、功能实用性、场景适配性以及智能交互体验。当前, 汉代文化元素, 如瓦当、云气纹、丝织几何纹等在现代设计中的应用日益广泛, 但在实际应用中也存在明显误区。部分设计仅停留在符号的简单移植, 如将瓦当纹样直接印刷于家具表面、把云气纹生硬拼接于服饰之上, 未能真正挖掘文化内涵与用户需求的内在关联。设计事理学主张从“事”出发, 探求设计的初心和外部因素, 而非单纯聚焦“物”本身的形态。将设计事理学应用于汉代文化元素的创新设计, 有利于打破“为文化而文化”的设计困境。通过梳理“事”的逻辑, 和文化的“源”, 让汉代文化的精神内核深度融入产品功能与用户体验, 为传统文化的现代转化提供系统性解决方案。

## 1 设计事理学的理论

设计事理学是柳冠中教授在郝伯特·A·西蒙的著作《人为事物的科学》的启发下所提出的设计理论, 其以现代工业设计原则为基础, 结合中国传统文化与现代设计理念所形成的理论, 旨在解放设计思维, 激发设计师创造活力。主张将设计的对象从对“物”的设计转向对“事”的设计上。在当下盛行的体验经济、服务经济

时代中, 具有着独特的现实意义。

### 1.1 从“物”到“事”

设计的本质是创造行为, 其核心在于创造过程而非最终的“物”。若设计师仅围绕汉代瓦当的“物”性, 如圆形器型、卷云纹样等进行设计, 容易陷入符号复刻的桎梏, 产出的产品往往缺乏实用价值与情感共鸣。因此设计师应能够跳出符号表象, 聚焦用户的实际需求。

设计事理学中的“事”是一个系统, 是主体意识以行为与信息为桥梁, 在特定时空与客体产生的特定关系。在汉代独辂车的设计中, “事”的系统核心是汉代贵族的多重需求: 安全高效的陆路交通、符合礼乐制度的等级彰显、适应不同场景, 如行军、田猎、祭祀、巡游的功能适配。这一“事”的系统包含多重关联, 使用者的行为、空间、社会语境等外部因素, 共同构成了设计的出发点。设计师并未局限于车的构件形态, 而是聚焦等级出行+安全运输+礼仪表达的核心“事”态, 将结构力学与礼乐文化融入车舆设计, 实现了从“设计车辆构件”到“设计贵族生活与社会秩序”的思维转变。

### 1.2 实“事”求“是”

实事求是一词源于东汉史学家班固所编撰的《汉书·河间献王传》一书, 班固称赞刘德“修学好古, 实事求是”, 意指根据事实材料, 探求真实的情况和事情

的本质。在设计事理学中，实“事”是指代的是要根据主体所面临的现实情况和外部因素，包括环境、情景、时间、条件等来进行统筹设计规划，由这些外部因素来决定具体物品设计的原则。求“是”则是指在充分了解外部因素并明确设计目标后，对内部因素进行资源整合、合理配置，以实现创新性设计。可以说，实“事”是发现问题的过程，求“是”是解决问题的过程，其最终目的是创造出更加健康合理的生活方式。汉代设计师面临的“实事”包括：交通需求、自然条件、生物特性、人的生理特征、社会制度。例如，马匹存在“国马高八尺、田马高七尺、驽马高六尺”的体型差异，山路与平原路况对车辆稳定性要求不同，贵族出行需通过车辆彰显等级身份。设计事理学注重对外部因素的研究，通过观察、分析、总结现实情况，通过抽象思维加以提炼，深度探究事——人——物之间的关系，再发展为具象，充分结合内部因素，最终提出解决实际问题的系统性方案。

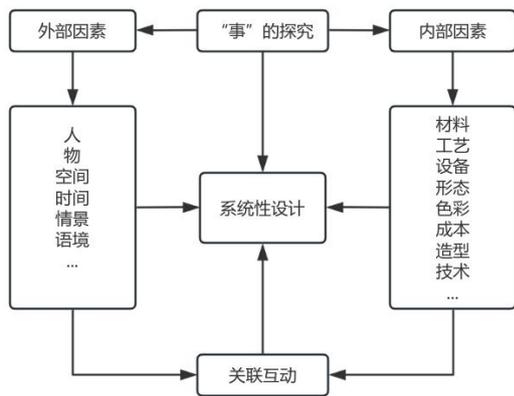


图 1 事的系统

## 2 对文化产品的事理学分析

### 2.1 宏观事理学分析

文化产品的宏观事理学分析，首先要跳出单一产品的功能或形态，站在“社会—文化—群体”的系统视角，来整体的研究人们的潜在需求，并从人文社科、自然科学中汲取养分，丰富设计的知识来源。宏观事理学分析

可以从三个方面来进行：一是探究社会的总体文化需求，避免产品脱离当下的社会语境和时代文化。独辇车的设计回应了汉代“贵贱有别、尊卑有序”的社会等级需求与陆路交通为主的经济民生需求，车辆的形制、装饰、驾马数量成为等级制度的物化载体。二是总揽群体行为趋势，确保产品适配用户生态。独辇车针对贵族、官吏等不同群体，设计了鼓车、乐车、安车、辇车等专用车型，适配仪仗出行、保卫随行、日常巡游等群体行为。三是明确文化传承目标，不仅是对符号的优化和传承，更要传递文化精神，如“礼”的内涵。独辇车传承的不仅是交通工具的结构工艺，更是“天人合一”的造物思想与礼序井然的社会文化。

在当代设计中，通过这三个方面的考量，为文化产品划定顶层定位，能够对避免设计同质化、浅表化产生积极意义。让产品成为连接社会需求、群体生活与文化传承的载体。

### 2.2 对文化产品设计的微观事理学分析

宏观事理学和微观事理学是辩证统一的关系，无数的微观就组成了宏观。对宏观的分析又给微观确定了方向，如果说宏观事理学是研究社会群体所组成的“事”系统，那微观是理学就是研究具体的人和具体的“事”，更加注重对细节的把握。在对文化产品的设计中，核心是聚焦用户具体行为、生活细节和文化体验的落地衔接，跳出宏观价值，深入剖析具体的人的生活状态、对产品的需求是什么？把握用户微观需求，在汉代独辇车的设计中，针对“乘车休息”的细节需求，设计可移动通风窗户、凭依搁手、伏几等构件；针对不同路况，采用长毂设计增强崎岖山路的稳定性；针对驭马效率，通过衡与轭的“人”字形结构与革带连接方式，避免受力脱节，让用户在使用过程中自然感受设计的实用性与人文关怀。在对产品进入更加深入地研究时，应当遵循实“事”求“是”的思路，将各种因素整合到系统中来进行分析。系统性设计流程见图2。

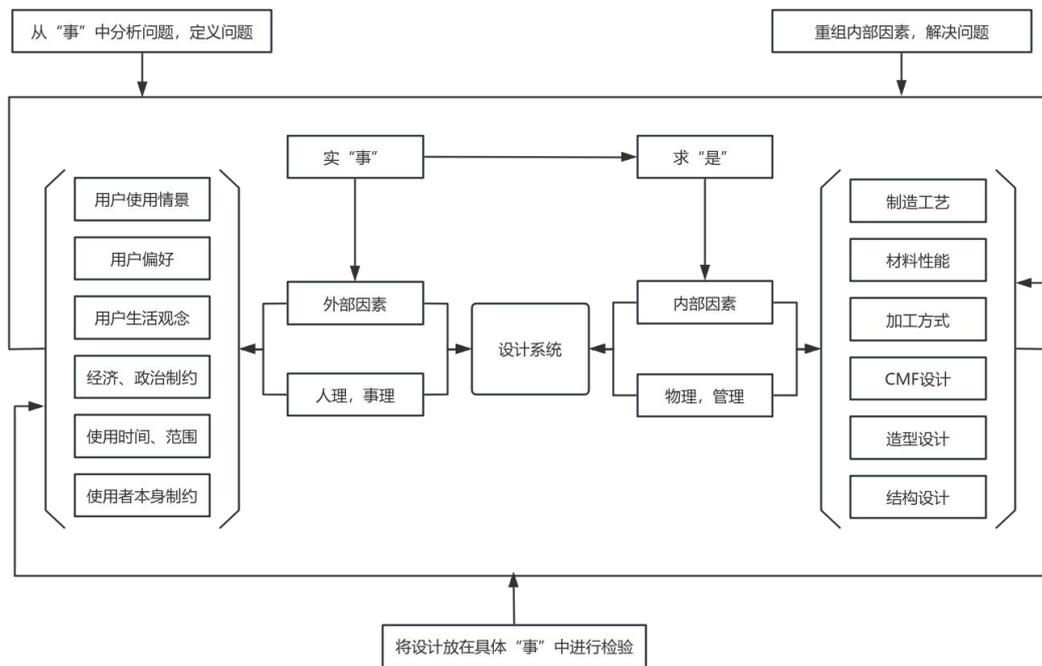


图 2 系统性设计流程

### 2.3 设计与“事”相宜

在中国古代思想体系中，“事”的涵盖的内容极其广泛，包含人事、地事、时事等，与“事”相宜体现着中国传统的造物智慧，例如在《考工记》中关于车的制作记载就以“事”为核心来进行设计工作，“凡为轮，行泽者欲杼，行山者欲侷。杼以行泽，则是刀以割涂也，是故涂不附。侷以行山，则是搏以行石也，是故轮虽敝不黏于凿”，制造车轮，在沼泽地行驶就该做成外周薄、中间鼓的形状，如此可不沾泥土，在山地行驶的，该做成轮廓齐平、外周厚实的形状，使车轮耐磨损。汉代辘车的设计中，不同“事”态对应不同设计，行军之车侧重坚固耐用，采用粗壮构件与稳定结构；田猎之车强调灵巧轻便，优化车身重量与操控性；祭祀之车注重礼仪庄重，通过繁复彩绘与华盖彰显神圣感；巡游之车兼顾舒适与观赏，设置凭几、通风窗户等舒适构件。这种“一事一设计”的逻辑，完美契合《考工记》“行泽者欲杼，行山者欲侷”的造物思想。

由此可见，最好的设计并不仅仅是追求美观与潮流的产物，而是基于外部因素，围绕着人的需求，对内部因素的协调整合。要验证设计的好坏，也应该放在具体的“事”中来评估。在当今文化产品创新设计的过程中，设计与“事”相宜依旧是设计的根本性原则。“事”指的是人们在日常生活中遇到的具体问题、需求与情境，

而设计则是对“事”的回应。基于设计事理学的观点，设计与“事”相宜意味着设计过程必须深入探究，并理解和回应人们的实际需求，将“事”所涵盖的内容和设计的内部因素有效结合。

设计必须以“事”为工作的抓手，在文化产品设计中，要考虑到产品的使用场景，理解背后的文化语境，对社会问题做出回答。例如，传统文化元素如何在现代社会中得以延续与创新，如何满足消费者对现代生活品质的追求。这样的设计不仅仅是形式上的再现，而是在保留传统文化精髓的基础上，创造出符合当代人需求的文化产品。



图 3 轮制造图 引自郭物《中国古代战车战马》

## 3 设计事理学在文化产品创新中的思考与应用

### 3.1 文化元素的探究

文化是人类在长期的社会生活中所创造的物质和



师不再局限于表面上的文化表达,而是更加侧重于挖掘消费者和用户更深层次的心理需求。设计事理学为文化产品创新提供了“从需求到体验”的系统性方法论。通过研究此方法论在文化产品设计中的应用,梳理“人-物-环境-社会”的系统关系,有助于打破过去“符号移植”的设计误区,并提供新的设计思维方式,让文化自然融入产品功能和用户使用情景。伴随着体验经济的发展与设计事理学的进一步应用,文化产品将从文化载体升级为文化体验平台,为文化传承与文化产品的是设计创新注入新活力。事理学将事系统和物系统看作是相互影响的大的系统。“事”是“物”所存在的背景,“物”被设计出来后还要不断地放在“事”中去检验和优化。

### 参考文献

- [1]梁倩彤.以“事”驱动的茶饮店空间设计逻辑构建方式研究[J].中国民族博览,2024,(12):182-184.
- [2]柳冠中.设计——人类未来不被毁灭的第三种智慧[J].创意与设计,2014,(05):4-8.
- [3]柳冠中,李和森.设计事理学:目标的抽象化与具象

- 化[J].包装工程,2021,42(12):1-6+31.
- [4]柳冠中.(2019).事理学方法论.清华大学出版社.
- [5]柳冠中,DM.事理学论纲—概述[J].设计,2013(9).
- [6]崔蒙蒙.3D打印在艺术设计实验教学中的应用探索[J].科技风,2025,(02):113-115.
- [7]娄亚丹.设计事理学视域下对《考工记》的研究[D].导师:蔡玉硕.河南大学,2024.
- [8]张凤,王琳.从设计事理学角度探析文化创意包装设计[J].湖南包装,2025,40(02):51-54.
- [9]祝燕琴,宋姣.汉代车舆设计——以海昏侯墓独辘车为例[J].美术观察,2017,(09):119-120.

作者简介:王琨(1998年-),男,汉族,河南焦作人,江西水利电力大学,硕士,研究方向:环境设计。

章亚婷(2000年-),女,汉族,江西吉安人,江西水利电力大学,硕士,研究方向:环境设计。

通讯作者:万芬芬(1982年-),女,汉族,江西南昌人,江西水利电力大学,教授,博士研究生导师,研究方向:环境设计。