

古悦新喜

中秋月 画中情

蒋志琴

风露清，月华明，又是一年中秋时。从“中秋夜迎寒”到“天涯共此时”，对中国人来说，中秋是文化符号，蕴含家国情怀，总能触发人们的无限思绪，并在文人墨客笔下演绎出高远的境界。文脉悠长，思接千载。中秋之际，以书画为载体，一起展卷而观，可以开启一场跨越时空的文化之旅，同赏天上月，共品人间情。

情寄苍穹的文化想象

时间的流动、四时的轮转，让古人对宇宙产生了神奇的感觉。仰望苍穹，日月是最引人瞩目的天体，从而形成了“春朝朝日，秋暮夕月”之礼。“夕月”等多种风俗汇合，逐渐演变为中秋节，至唐朝成为全国性节日。

一轮明月，千种情思，对月祈福是其中之一。五代佚名《浣月图》，就表现了“拜月”的习俗。富丽祥和的画面上，明月皎洁，高挂天际，曲栏庭院中虬松苍郁、梧桐丰茂，各种花卉竞相吐芬芳，人们身着盛装，一派祥和之景。明代杜堇《祭月图》则更加详细地描绘了中秋祈愿的情形。月下的庭院中，架设围屏，陈列供桌，桌上摆放红烛、香炉、瓜果等物，寄寓祈福、团圆之意。画作中人物形象各异、内容丰富饱满、构图疏密有致、笔法生动传神，成为研究传统节庆习俗的鲜活史料。

对月亮的遥想，也催生了多种与中秋相关的绮丽传说，妇孺皆知的当数“嫦娥奔月”。这一故事，在汉代画像石、画像砖中多有描绘，尤以河南省南阳市汉画馆珍藏的《嫦娥奔月》画像石最为典型。作品生动体现了古人丰富的想象力和汉代独特的天文观，意味悠长。后世画家将神话传说融入生命体验，不断丰富这一主题的文化内涵。比如，南宋刘松年（传）《嫦娥月宫图》、明代唐寅《嫦娥执桂图》等，以不同的风格刻画了嫦娥在月宫中的生活景象，并添以桂树、玉兔等意象，使遥远的广寒宫多了几分人间冷暖，也传递出不同的思绪与寓意。现代任率英创作的《嫦娥奔月》更是走进了千家万户。这张富有装饰性的工笔画，融入了古代壁画的技法，某些造型借鉴了历代相关作品，画风兼具传统意韵与现代美感，人物形象更是融入时代精神，受到百姓喜爱。其作为年画印刷后，发行量达上百万。明代陶成《蟾宫玉兔图》、清代李世倬《桂花月兔图》以及现代齐白石《桂花墨兔》等，则跳出对人的描绘，借由圆月、玉兔、桂花等典型元素，将优美传说演绎得含蓄清雅，既实现了艺术创新，也丰富了中秋文化表达。

浪漫的文化想象让“嫦娥奔月”的传说不断被创新演绎，成为独特的文化符号。特别是新中国成立后，随着航天事业发展，“嫦娥奔月”的传说被赋予新的意义，关于月的艺术表达也为一新。像王法中国《登月》、卢治平版画《浦江畔，青山下，星空里》等，皆聚焦新时代人们逐梦太空的步伐，以艺术化的语言镌刻人类对宇宙的永恒追求与思考，让古老的传说焕发新活力，也赋予中秋传统文化内涵更多时代价值。

对月抒怀的人文哲思

隋唐之后，人们对月亮的认识褪去神秘色彩，充满诗意的赏月、观潮等活动盛行，相应的中秋主题创作也从天上回到人间，歌咏自然美景、描绘人文活动、展现生活哲思，形成丰富多彩的节令文化。

中秋之夜，月光如水，万象澄澈。赏月，成为一种雅趣。唐代诗人李白在五言诗《古朗月行》中阐释了赏月的两个层次：一是赏月之美，二是引发对生命意义的思索。自然与心灵的交融，在画家笔下生发新的图像意义，展现出中国人独特的宇宙观、自然观、文化观、艺术观。比如，南宋马远（传）《对月图》中老者举杯邀月，《举杯玩月图》中老者望月沉思，这些颇富诗意的图像，展现了古人酣畅快意的生活态度和神游天外的境界追求。画中的人物姿态、场景氛围等，能令人联想到有关中秋的古诗词，从中可以体味苏轼对王维作品“诗中有画，画中有诗”这一评价的精辟。与独坐清赏的文人雅趣不同，清代的张廷彦《中秋佳庆图》、陈枚《月曼清游图册》之“琼台玩月”，则以现实描绘，表现了中秋群体性赏月的场景，更凸显这一活动的大众性和趣味化。

不只是赏月，在浙江一带，月夜观潮可谓是贯穿古今的又一中秋盛事。南宋李嵩《月夜看潮图》尺幅虽然不大，但气吞山河——右下取楼阁台榭一角，其上隐约可见点景人物；左上一大半画幅让与海潮，咫尺千里，全景式再现了明月高悬之下，钱塘江畔潮水奔涌的壮观景象。整个画面没有拥塞的车水马龙，也没有喧闹的人海，取而代之的是孤帆远影、万顷银涛，以独特构思开阔了心胸。现代孔仲起对观潮也有着独特体悟和浓厚情感，创作有多幅“观潮图”，其中不乏“月夜观潮”场景。他以“弧勾法”“短线法”等技法描绘江湖海浪，呈现出铺天盖地的磅礴气势，展现了壮阔之美。

中秋之月，更易引发人们心中的诗情画意，不少抒情写意之作丰盈了节日内涵。书法作品如东晋王献之（传）《中秋帖》、北宋米芾《中秋诗帖》等，或表达思念，或借物抒情，既写胸中丘壑，又抒人生际遇、现实感悟，成就吟诵中秋的传世名作。绘画作品如现代丰子恺《嘹亮一声山月高》，通过笛声与明月之间的互动，表达了一种质朴的情感：万般滋味，都是生活，放下



► 中国画《举杯玩月图》，作者南宋马远（传）。



▼ 版画《中秋》，作者赵宗藻。

思虑，才能体验当下心灵的宁静，享受世间的美好。从品月到品生活、品人生，书画里的中秋，既有烟火寻常，也有诗意清欢，以各自独具韵味的意境，不断深化中秋文化的丰厚底蕴。

心系家国的美好寓意

人们还将许多美好的情感与祝愿倾注在中秋圆月上，赋予月亮更多文化意蕴。一脉文心千古传，在现实的期盼、情感的寄托中，一



▲ 版画《天下共月圆》，作者宋源文。



▲ 中国画《嫦娥奔月》，作者任率英。



▲ 中国画《月曼清游图册》之“琼台玩月”，作者清代陈枚。

代代文人墨客以妙笔不断勾勒中秋的文化内核，使其寓意丰富、象征独特。

“最团圆夜是中秋”。追求团圆和美是中秋文化最重要的精神指向，镌刻着对亲人的牵挂、对故土的依恋、对家国的祝福。古往今来，画家们以独特的艺术语言，反复诠释这一精神指向，展现了中秋文化穿越时空的魅力，丰盈着人们的精神世界。比如南宋马远《月下把杯图》，以边角小景的构图方式，表现中秋佳节与友人团聚的愉悦心情，画面浪漫且美好；元代王渊《写生图》，则以中秋月下对栖息于桂花树旁的鸳鸯，表达幸福和美之意。

秋高气爽、瓜果飘香，具有独特自然意象的中秋，也是庆祝、企盼五谷丰登的最佳时刻。在中秋主题绘画中，便有不少描绘节令物候的作品，一景一物都含有多重文化内涵。清代陈康侯《中秋佳礼》，构图简洁、用笔洒脱。画面上，月饼、柿子、葡萄等中秋时令风物错落有致地组合在一起，意境清雅。画作超越单纯的景物描绘，饱含着特殊节令之时人们对于生活富足的追求。中秋时节也是卖新酒、吃蟹、尝鲜果的好时机，明代徐渭《黄甲图》以寥寥数笔画出一只在肥阔的荷叶下缓缓爬行的蟹，秋高气爽之意溢出画面，饶有笔情墨趣，从中能体会到画家作画时的喜悦之情。

在现代画家笔下，对月的文化思考进一步延展，艺术表达也相应创新。像宋源文版画《天下共月圆》以简洁的画面，刻画了群星闪耀的夜空中圆月高挂的场景，凸显“海上生明月，天涯共此时”之意境，在超越时空的艺术表达中强化人们的精神互动，带来温暖美好的视觉感受；赵宗藻《中秋》用版画语言再现了传统水墨韵味，画面用山石作为连接，将潮和月融为一体，以一位海防战士在海岛上站岗的情景描绘，歌颂边防战士守护国家安宁的奉献精神；张世彦油画《秦时明月》以长城关隘和一轮明月的组合，探索悠远意境的表达，实现古今对话。人们对中秋的文化感怀、对月亮的情感寄寓不断丰富。

月到中秋分外明。如今的中秋，节日气氛日益浓厚，相应的艺术活动也更加多彩，书画展、诗词赛、博物馆研学课和手工活动等，为佳节增添了不少欢快氛围。

赏一轮明月，品无限情思。书画里的中秋，有历史与文化的交响，有审美与情感的和鸣，更有人们对美好生活的执着追求和无限憧憬。中秋夜的美好仿若佳酿，愈品愈香。

（作者为中国传媒大学教授）

曾几何时，提到农产品，人们首先想到的是鲜美的味道、“土气”的包装。如今，打开购物网站、漫步相关博览会，“好吃又好看”成为农产品的写真，洋溢时尚和文化的味道。尤其是近些年来，乡村全面振兴让农产品设计愈发受到重视，从品牌形象打造到品牌价值塑造，设计师们为农产品提颜值、强内涵、扩销路，以简约而环保的设计，生动传递农产品有机、健康的理念，增强其附加值，赋能乡村全面振兴。

提炼独特视觉元素，彰显产品品牌理念。不同农产品有不同的价值和资源优势，设计师需要通过品牌形象设计强化农产品的差异性，放大农产品的优势，提升大众的认可度。品牌形象设计重在凝练地域特色、呈现深刻文化内涵。以陕西省“柞水木耳”区域公用品牌标志设计为例，设计团队深挖当地环境优势，将“好木耳”“好生态”“百姓致富”的价值理念融入创意表达。其主体图案是一朵绽开的木耳，上蓝下绿的色彩象征蓝天绿水，中间穿插的白色线条既模拟木耳筋络，也创意融入“柞”字。图案以金色描边，彰显“小木耳大产业”的致富价值。图案底部配以写意的“秦岭山水”，使品牌形象于活泼中尽显生态理念。下方精心设计的文字不仅与图案相得益彰，也直观传递柞水木耳的文化价值和经济价值，增强品牌凝聚力。

立足产品性状形态，以创意包装点亮产品特色。包装设计是农产品参与市场竞争的重要手段，不仅能提升其“卖相”，也可以创造新的消费场景。如今，越来越多的设计师从地域文化中挖掘创意，利用包装材料、包装工艺等实现文化传承。比如，一款四川平武蜂蜜的外壳包装设计，突破传统形式，运用重量轻、强度较大、经济环保的多层瓦楞纸板，在更好保障产品运输安全的同时，给人一种自然美感。其外形设计灵感源于平武县传统的圆筒蜂箱，形状如同一截树干，经过设计提炼后与原色的瓦楞纸材料结合，朴实又不失趣味，且贴合平武蜂蜜原生态、纯天然的特点。在湖南大学设计艺术学院“新通道”设计与社会创新项目中，设计团队利用当地传统手工艺竹编以及纯手工织造的挑花布袋，打造了系列茶叶包装，具有强烈的视觉特征和文化属性，提高了产品的附加值。还有一些设计师从现代生活习惯出发，设计了条装、袋装、挤压瓶等不同包装形式的农产品，以吸引更多消费群体。

塑造区域品牌价值，拓展乡村文化产业链。当下，农产品的发展模式和消费模式已发生转变，在“品味道也品文化”的消费环境下，消费者不仅关注品牌的外在形象，也更加注重品牌背后的历史与文化内涵。为此，一些设计师介入农产品全产业链设计，以多元方式将农产品与地域文化连接起来。“寻找远方的美好”公益项目在多地进行了相应探索。比如在河北省邢台市巨鹿县、甘

肃省陇南市礼县等地，面对其优质农产品一度因为包装简单、品牌纷杂而难以打开市场的困境，设计团队运用当地文化元素塑造区域品牌价值——将当地历史文化、传统手工艺等与年轻化审美、趣味设计相融，使产品包装充满乡土文化内涵，为当地打造了独特的地域文化名片。

每个乡村都需要去讲自己的故事，将乡村独有的价值和差异化表达融入农产品设计，成为探索新方向。这一趋势，在江西省上饶市横峰县特色农产品品牌塑造和包装设计中有所呈现。横峰县拥有丰富的历史人文底蕴，近年来“秀美乡村”成为该县亮丽的名片。设计师从当地风土人情出发，以简约大气的插画风格表现当地乡村劳作场景、自然景观，展现出田园风光的优美和产品材质的天然健康，极富辨识度，以对横峰县历史发展脉络的勾勒，调动消费者的乡土情怀和文化体验。

当然，包装设计最忌华而不实，遵循科学、经济、美观、大方的原则，才能以创意包装激发农产品活力。

农产品是乡村经济的重要根基。在物质和信息丰富的当下，不仅要生产好产品，更要讲好产品故事。深入了解农产品特征、产地环境和地域文化，以充满创意的视觉设计打破同质化，做出差异化，有助于提升农产品品牌价值，为乡村经济发展注入澎湃动力。

（作者单位：鲁东大学）

▼ 江西省上饶市横峰县山茶油包装设计。江西省上饶市横峰县融媒体中心供图



版式设计：蔡华伟