

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2015.03.012

中国传统文化元素及其在包装设计中的应用

孟国忠, 徐 丽, 徐朝阳

(南京林业大学 材料与工程学院, 江苏 南京 210037)

摘 要: 中国传统文化博大精深, 可用于包装设计的元素多种多样。在分析中国传统文化元素的涵义和特点的基础上, 对传统吉祥色彩、陶瓷艺术、传统吉祥图案与纹样、雕刻艺术等中国传统文化元素在现代包装设计中的应用进行了探讨。

关键词: 吉祥色彩; 陶瓷艺术; 吉祥图案与纹样; 雕刻艺术; 包装设计

中图分类号: J524.2; TB482.1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1674-7100(2015)03-0060-04

Chinese Traditional Elements and the Application in Packaging Design

Meng Guozhong, Xu Li, Xu Zhaoyang

(College of Materials Science and Engineering, Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China)

Abstract: Traditional culture in China is vast and profound with various elements which could be used in packaging design. Based on the connotation and characteristics of Chinese traditional cultural elements, their applications in modern packaging design were discussed in the aspects of traditional auspicious color, ceramic art, traditional auspicious dermatoglyphic pattern, carving art and so on.

Key words: auspicious color; ceramic art; auspicious dermatoglyphic pattern; carving art; packaging design

在日益国际化、全球化的今天, 民族传统文化的重要性正逐渐凸显, 特别是在包装设计领域, 对民族传统文化元素的运用成为了区别性设计的表现手法。包装设计在实现产品保护、促进销售等功能的同时, 还担负着设计文化的创造和传播的重任。

1 中国传统文化元素概述

中国传统文化元素主要是指在中华民族长期发

展过程中逐渐形成的如书法、篆刻、印章、刺绣、陶瓷、风筝、剪纸、筷子、道教、儒教等具有中国特质的一切物质与精神文化成果, 它凝聚和反映了中华民族的文化精神。中国传统的文化元素具有以下特点: 1) 多样性。中国传统文化元素形式多样, 既包括物质的层面, 也包括精神的层面。物质层面包括如书法、篆刻、印章、陶瓷等表现为物质形态的东西, 精神层面的包括中华民族在漫长的历史时期所形成的思想意识、道德观念、价值体系、民俗习

收稿日期: 2014-12-28

基金项目: 南京林业大学高等教育研究基金资助项目(2011C01), 南京林业大学2014年“本科人才培养方案的研究与实践”基金资助项目(163020052)

作者简介: 孟国忠(1977-), 男, 山西繁峙人, 南京林业大学副教授, 博士, 主要从事包装教育方面的教学与研究,

E-mail: m19772001@163.com

通信作者: 徐朝阳(1979-), 男, 江苏淮安人, 南京林业大学副教授, 博士, 主要从事包装复合材料及包装结构设计方面的教学与研究, E-mail: hughxzy@163.com

惯等。2) 历史性。中国传统文化元素是在长期的历史演化过程中逐渐形成的,是中华民族在认识自然和改造自然实践中智慧的积累,具有一以贯之的脉络,体现着独特并富有魅力的民族传统和精神,因而具有明显的历史性^[1]。3) 发展性。中国传统文化元素是中国传统文化的具体体现,是中华民族宝贵财富,其内涵丰富,是其它任何艺术形式都难以替代的。但是,中国传统文化元素在保持其稳定性的同时,随着时代的发展,被赋予一些新的内涵,使其更富有时代的特色而得以传承和发展。

中国传统文化源远流长,内容博大精深,一切中国传统文化元素皆可用于包装艺术设计当中。书法的洒脱大气,水墨画的清新淡雅,传统纹样的匀称韵律等,都已成为了许多钟情于中国传统文化的设计师在包装设计中运用的经典元素。但在运用传统文化元素时,设计者必须在充分理解传统文化的基础上,对其进行提取、归纳,形成具有丰富内涵的视觉符号、图形图案,最终与产品巧妙地结合。然而,当今的许多包装设计,为了实现差异化,试图借助传统文化元素的运用来摆脱庸俗之感,提高艺术设计境界,却往往陷入了将许多传统文化元素简单地、表面化地拼凑在一起的误区。许多设计者在利用传统文化元素进行包装设计时,只是简单地提取传统纹样图案的局部,或仅仅对传统文化元素进行简单的模仿和挪用,并未将所运用的传统文化元素的深层内涵与产品本身的特征有机融合。成功应用中国传统文化元素进行包装设计,对传统文化元素进行合理恰当的提炼和整合,必须建立在对其充分认同和理解的基础之上,不仅要取其形,更要延其意、传其神,使产品包装既具有传统文化的神韵,又具有现代设计的韵味。

2 中国传统吉祥色彩的应用

色彩是光的反射和折射产生的科学现象,但对于人而言,却是一种视知觉现象。人们根据其所处的社会生活环境、长期积累的文化知识、视觉经验等对色彩产生丰富的心理感受,而不同的色彩会给人带来不一样的感受^[2]。不同的性别、年龄、民族和国家的人对于色彩含义的理解大不相同,人们因自己的生活环境、文化素养、宗教信仰等的不同在生理和心理上对色彩产生不同的感知和联想。

在中国,颜色有着丰富的文化内涵。东汉经学家刘熙所著《释名》(卷四)中就有记载:“青,生也,象物生时之色也。赤,赫也,太阳之色也。黄,晃

也,晃晃日光之色也。白,启也,如冰启时之色也。黑,晦也,如晦冥之色也。”人们从自然物象的百色中发现了青、赤、黄、白、黑这5种基本色相,并认为这五色与人们的生产、生活有着密切的关系,遂称此五色为“正色”,并赋予其相应的意义^[3]。因而设计师可利用色彩的丰富内涵和强烈的感染力进行设计与创作。

红色在中国代表着喜庆和激情,被称为中国红。中国红因其鲜艳的色泽、吉祥的寓意被广泛地应用在生活中方方面面:肚兜、印章、本命年腰带、灯笼、春联等,红色深受中国人的喜爱,表达了中国人热情、朴实、向往美好生活的民族心理。通常情况下,人们对暖色系的颜色要比对冷色系的颜色记忆更持久,对高纯度的色彩比复杂的色彩印象更深刻。而红色正属于暖色系,具有很高的纯度与显眼的色泽,因此在设计中可结合产品形象将红色运用在包装的整体或局部,达到以色夺人、吸引消费者、促进销售的目的。比如瑞年氨基酸口服液的包装设计(如图1所示,图片来源:<http://www.ruinian.com.cn/en/Productsdetail.aspx?ProductsCateId=200&ProductsID=71&CateId=196&showCateId=200>)就主要运用了红、黄两个暖色系,设计师充分考虑了产品用户群——老年人的生理和心理特征,因为明快强烈的色彩能给他们带来愉快、温暖的感受,所以在设计中运用这种色彩可满足



图1 瑞年氨基酸口服液包装
Fig.1 Packaging of "Ruinian" amino acid oral liquid

老年人的情感诉求。此外,由于红色为中华民族的喜庆色,黄色为“帝王之色”,同时又象征着光明,在中国人心中具有尊贵的地位,因此,这款产品的包装设计融入了中国传统的喜庆和皇权色系元素,是一个成功运用传统色彩的经典包装案例。色彩是使产品脱颖而出的重要手段,是商品与消费者相互沟通的第一触发点^[4]。因此,设计师不仅要准确理解各种色彩的丰富含义和视知觉感受,还要把握好产品属性与包装色彩的关系,将色彩的运用与产品形象、设计构图等有机结合,才能凸显色彩的个性与情感,从而对消费者产生积极的心理作用。

3 陶瓷艺术的应用

早在新石器时代,中国古人类就开始制作陶器,

用来盛水和储存食物,陶器的运用已经具备了包装的一些基本功能,可以说是最早的包装容器。随着青铜器、纸、瓷器等的出现,这些材料也被陆续作为物品的包装进行使用。在封建社会后期,我国经济、科技长期处于落后状态,包装技术与理念也没有得到发展,在这样的背景下,包装的风格以实用为主,力求简单、经济,陶瓷更多的是作为一种艺术品而存在。如最具代表性的青花瓷器,起始于元代,兴盛于明、清两代,其装饰纹样十分丰富,常见的有石榴、缠枝牡丹、回纹、仕女戏婴、八仙过海等,这些纹样都有着平安、吉祥的寓意。这些吉祥纹样加上清丽的青蓝色调和细致的描绘,构成了青花瓷清新淡雅又不失高贵的风格,表现出了对天人合一、自然天成理念的追求,给人以丰富但不繁琐、简洁却不简单的视觉感受。

现代包装设计师在运用陶瓷艺术元素进行设计创作时不能只是简单地复古,对中国古代的陶瓷艺术元素进行简单的堆砌套用,而要在准确把握其文化内涵的基础上,充分利用其材质的优良特征进行再创作。将传统的文化内涵渗透到现代包装设计之中,既能传达传统艺术的神韵,又能表现时代精神,使传统文化的特质和理念完好地渗入现代商业文化之中,使现代包装达到内容与形式的统一,历史性与时代性的统一^[5]。比如四川沱牌“舍得”系列酒的包装设计(如图2所示,图片来源:<http://www.tuopaishede.cn/product/product1.aspx>)就是利用陶瓷



图2 “舍得”系列酒包装

Fig. 2 Packaging of “Shede” wine series

艺术进行产品包装设计成功案例。该设计充分利用了陶瓷材质的优良特征:不易渗透,密封性能好,能避免酒的挥发;透气性能好,在陈酿过程中对酒具有催陈效果;导热性能低,能够保持适当的酒温,利于白酒的长期储存。同时,该包装还借鉴了中国传统书法元素进行品牌字体设计,使其呈现出造型典雅、古朴大方的特点。这样的设计,不仅能够传承传统文化,还能提升企业的品牌形象,从而使企业赢得较好的经济效益。产品包装设计在造型、装潢美观的同时还要注重其功能性的要求,因为包装设计的“美”不仅是指其外表、造型要美观,而且它要服务于产品,即产品的包装设计必须在满足包装的实用性、功能性需求的基础上进行。从这个意义上说,“舍得”系列酒的包装设计就是将艺术

审美与功能诉求紧密结合的经典案例。

4 中国传统吉祥纹样的应用

中国传统的图案与纹样有许多是伴随着对大自然的膜拜、对神灵的祭祀而产生的,常以各种不同的形式出现在家具、器物、服装等的装饰设计中。这些图案与纹样大多整体轮廓简洁明了,其空间结构多呈圆形、扇形、菱形,图形内部饱满丰富,往往通过对称、重复等手法进行设计,从而使图案与纹样表现出秩序感和韵律感。传统图形本身就具有一定的视觉传播功能,譬如民间剪纸,采用寓意或谐音来传达人们的主观情感和审美情趣^[6]。因此,这些图案与纹样不仅装饰了物品,使其外观美丽,而且反映了古人的一种人生观、文化观。

对于传统纹样图案的运用不能仅仅局限于对其形式的模仿和套用而忽略产品理念与形象的传达,而是要将传统图案转化为新的视觉形式,从而使产品和包装设计形成一个由内而外的有机整体。在对传统图案与纹样的运用探索中,可进行新的创新组合,这样往往可以产生出人意料的效果。将传统纹样与现代产品相结合,赋予传统图案与纹样以新的色彩,或对传统图案与纹样进行解构,给人以焕然一新的感受。图3(图片来源:<http://huaban.com/pins/127211554/>)所示为某喜糖产品的包装设计。



图3 喜糖包装

Fig. 3 Packaging of wedding candies

该包装采用天然材质作为内包装,采用印有牡丹花且具有中国传统特色的织锦作为外包装,其整体造型类似中国传统包裹的形式,显得既传统又现代,既古朴又华丽。牡丹素有“百花之王”之称,在中国传统文化中,娇媚的牡丹象征着富贵,因此,自古至今备受人们的青睐,寄托了人们对美好生活的向往之情。而织锦与牡丹纹饰相结合,则蕴含着“锦上添花”“喜事连连”“好事成双”等美好寓意,因此,以此作为喜糖的包装表达了对一对新人的祝福。织锦、牡丹等吉祥纹饰与喜糖产品相融合,不仅使包装成为文化的载体,还延伸了中国传统文化的内涵。

5 雕刻艺术的应用

雕刻是中华民族一门古老的技艺,如牙雕、木雕、根雕、石雕等在中国都有着悠久的历史,它是中国工艺美术中珍贵的艺术遗产,广泛地流传于民间,具有浓厚的乡土气息。雕刻与包装造型设计同属于立体的造型艺术,因此两者有着千丝万缕的联系。与雕刻艺术一样,现代包装设计在注重视觉美观的同时也很注重触觉上、空间上的感受。

随着人们精神和审美要求的不断提高,包装造型设计也由具象转向了抽象,那些具有雕刻美感的包装产品备受亲睐。雕刻艺术中所特有的凹凸感、雕镂感、空间感使得包装造型变得更加丰富与立体,更具层次感和光影感,更富有变化性和趣味性。雕刻可赋予包装丰富的表现力和艺术感染力,给人以无尽的想象空间。雕刻造型可用于包装造型的整体或局部,通过点线面的变化充分表现出造型的美感,给人以触觉感和视觉质感,使包装显得更加华丽、典雅。图4

(图片来源: http://www.swellfun.com/info-r.php?sort=102_322)所示为获得第30届“莫比”包装设计奖和最高成就奖的中国四川白酒“水井坊”的包装设计。



图4 “水井坊”酒包装
Fig. 4 Packaging of “Shuijinfang” wine

该款包装的内部设计分为瓶身和基座两个部分,酒瓶基座为木质结构,以青花瓷片为内底,可做烟灰缸使用,整体造型宛如一个雕刻而成的玉玺,显得典雅高贵;瓶身整体通透,底部凹凸,折射出基座内底的纹样,尽显白酒的品质。从整体上看,该设计结合了视觉、嗅觉与味觉的感官美学理念,是传统雕刻艺术与现代文明的经典结合。

6 结语

越有民族性就越有国际性。无论是在包装设计还是其他现代设计中,我们都要以动态的眼光去认识传统文化。在设计中,对于中国传统文化元素的应用不能肤浅地生搬硬套,而是要在充分理解传统艺术特征和表现手法的基础上,注意尺度的把握。如

果仅仅是外形的模仿套用,就会显得肤浅生硬;而如果表达其深层或较为生僻的内涵,则又不易被消费者理解与接受。中国传统文化元素的表现形式丰富多彩,要想取得理想的应用效果,设计师必须认真学习中国传统文化,领会中国传统文化的精髓。对于一些复杂、生晦的传统文化元素,需要设计师充分考虑到目标消费者的认知和接受能力,选取通俗易懂的、广为人知的中国传统文化元素进行创作设计。总之,在包装设计中应用中国传统文化元素,就要对众多的元素进行取舍和优化,力求与消费者的审美认知观念相一致,从而使消费者产生亲近感,并最终引发消费者的购买行为。

参考文献:

- [1] 郭峰. 中国传统文化元素在现代标志设计中的应用[J]. 河南工业大学学报: 社会科学版, 2006, 2(2): 35-37. Guo Feng. The Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Modern Logo Design Teaching[J]. Journal of Henan University of Technology: Social Science Edition, 2006, 2(2): 35-37.
- [2] 苏亚兰. 我国传统文化元素在茶包装中的应用[J]. 包装学报, 2014, 6(1): 66-69. Su Yalan. Application of Chinese Traditional Culture in Packaging Design of Tea[J]. Packaging Journal, 2014, 6(1): 66-69.
- [3] 唐家路, 孙磊. 中国吉祥装饰[M]. 南宁: 广西美术出版社, 2000: 72. Tang Jialu, Sun Lei. Chinese Auspicious Decoration[M]. Nanning: Guangxi Art Publishing House, 2000: 72.
- [4] 陈达强, 陈竑. 传统青花纹样在现代包装设计中的应用[J]. 中国包装工业, 2010(12): 58-60. Chen Daqiang, Chen Hong. The Application of Blue and White Decorative Pattern in Package Design[J]. China Packaging Industry, 2010(12): 58-60.
- [5] 祁军伟. 论包装设计中的色彩运用[J]. 青春岁月, 2011(10): 88. Qi Junwei. Study on Application of Color in Packaging Design[J]. Youthful Days, 2011(10): 88.
- [6] 张瑞卓. 儿童食品包装设计的安全性研究[D]. 石家庄: 河北大学, 2008. Zhang Ruizhuo. The Research on the Safety of Children's Food Package[D]. Shijiazhuang: Hebei University, 2008.

(责任编辑: 蔡燕飞)